

Макет бізнес моделі

Призначений для:

Створений:

Дата:

Версія:

Ключові партнери



Хто ваші ключові партнери?
Хто ваші ключові постачальники?
Які ключові ресурси ми отримуємо від партнерів?
Якими ключовими активностями займаються партнери?

МОТИВАЦІЯ ДЛЯ ПАРТНЕРСТВА
Оптимізація та економія
Зменшення ризиків та невизначеності
Отримання конкретних ресурсів та дій

Ключова діяльність



Які ключові дії потрібні для нашої ціннісної пропозиції?
Наші канали продажів?
Зв'язки з покупцями?
Отримання прибутку?

КАТЕГОРІЇ
Виробництво
Розв'язання проблем
Планування/Встановлення зв'язків

Ціннісна пропозиція



В чому цінність продукту для покупця?
Яку проблему нашого покупця ми допомагаємо розв'язати?
Які групи продуктів та сервісів ми надаємо для кожного сегменту покупців?
Які потреби покупців ми задовольняємо?

ХАРАКТЕРИСТИКИ
Новизна
Продуктивність
Підлаштування під клієнта
Завершення роботи
Дизайн
Бренд/Статус
Ціна
Зменшення вартості
Зменшення ризиків
Доступність
Зручність

Відносини з клієнтами



Який тип стосунків кожен із сегментів клієнтів очікує, що ми розпочнемо та будемо підтримувати?
Які з них ми встановили?
Як вони поєднуються із рештою нашої бізнес-моделі?
Наскільки вони затратні?

ПРИКЛАДИ
Персональна підтримка
VIP персональна підтримка
Самообслуговування
Автоматичне обслуговування
Спільнота
Співстворення

Сегменти користувачів



Для кого ми створюємо цінність?
Хто наші найважливіші клієнти?

Масовий ринок
Нішевний ринок
Сегментований
Різноманітний
Багатоцільовий

Ключові ресурси



Які ключові ресурси вимагає ваша ціннісна пропозиція?
Для каналів постачання? Зв'язки з користувачами/покупцями?
Отримання прибутку?

ТИПИ РЕСУРСІВ
Фізичні
Інтелектуальні (патент на бренд, дані)
Люди
Фінансові

Канали



Через які канали ваш сегмент користувачів хоче, щоб ви з ними контактували?
Як ми зараз з ними контактуємо?
Як наші Канали інтегровані?
Який канал працює найкраще?
Який канал найбільш економічно ефективний?
Як цими каналами користуються користувачі/покупці?

ФАЗИ КАНАЛУ
1. Упізнаваність
Як ми підвищуємо упізнаваність нашої компанії?
2. Оцінка
Як ми допомагаємо користувачам оцінити нашу ціннісну пропозицію?
3. Купівля
Як ми дозволяємо покупцям купувати спеціальні продукти та сервіси?
4. Доставка
Як ми доносимо нашу ціннісну пропозицію до покупців/користувачів?
5. Після продаж
Як ми надаємо покупцям підтримку після продажу?

Структура витрат



Які найбільш значні затрати в нашій бізнес-моделі?
Які ключові ресурси найбільш затратні?
Яка ключова діяльність найбільш затратна?

НАШ БІЗНЕС БІЛЬШЕ
Залежить від витрат (пропозиція найменшої ціни, максимум автоматизації, активний аутсорс)
Залежить від цінностей (сфокусований на створенні цінності, унікальність ціннісної пропозиції)

ПРИКЛАДИ ХАРАКТЕРИСТИК
Фіксовані витрати (зарплата, оренда, комунальні послуги)
Змінні витрати
Економія на масштабі
Економія на кількості

Джерела доходів



За яку цінність наші покупці справді хочуть платити?
За що вони платять зараз?
Як вони зараз платять?
Як вони б хотіли платити?
Скільки кожне із джерел доходів приносить в загальний прибуток?

ТИПИ

Продаж активів
Плата за використання
Плата за підписку
Позика/Оренда
Ліцензування
Брокерська оплата
Реклама

ФІКСОВАНА ЦІНА

Ціна по преїскуранту
Залежність від властивостей продукту
Залежність від сегменту клієнтів
Ціна в залежності від об'єму

ДИНАМІЧНЕ ЦІНОУТВОРЕННЯ

Переговори (торг)
Управління цінами
Творення ціни в режимі реального часу



DESIGNED BY: Business Model Foundry AG
The makers of Business Model Generation and Strategyzer

This work is licensed under the Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 Unported License. To view a copy of this license, visit: <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/> or send a letter to Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA.