

Бизнес-симулятор

***Канвас Александра Остервальдера
и Ива Пинье.***

и Ива Пинье.

Канвас Александра Остервальдера



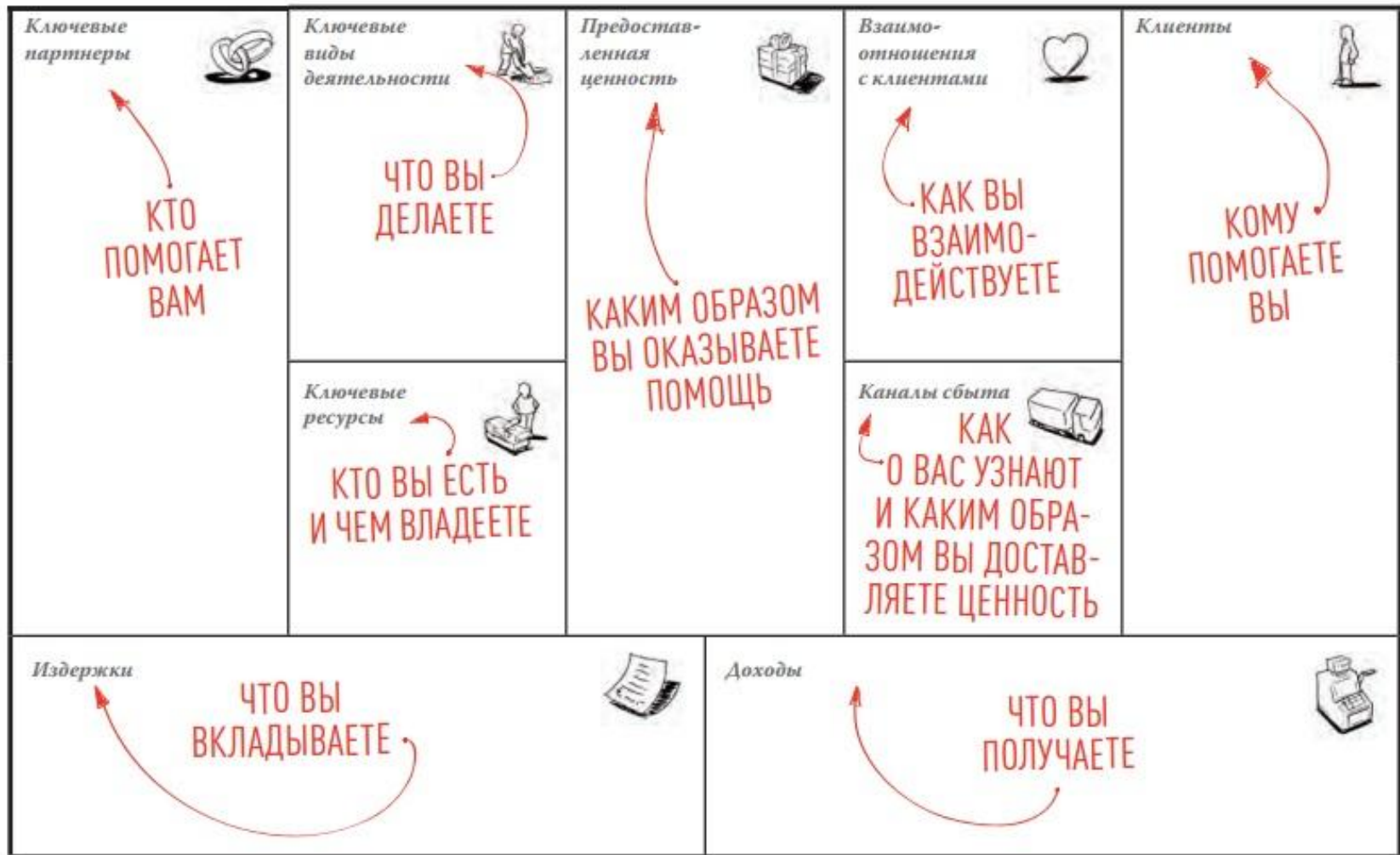
Шаблон (канвас) бизнес-модели
Разработан Александром
Остервальдером и Ивом Пинье

Бизнес-модель — концептуальное описание предпринимательской деятельности

Метод ведения бизнеса, структуры бизнес процессов и связей между ними



<p>8. Ключевые партнеры</p> <p>Кто является ключевым партнером?</p> <p>Какой ключевой ресурс он несет?</p> <p>Какие мероприятия для нас делает?</p>	<p>7. Ключевые действия</p> <p>Какие ключевые действия необходимо совершить для создания продукта?</p> <p>Что нужно для реализации продукта?</p>	<p>2. Ключевые ценности</p> <p>Какие проблемы потребителя вы решаете?</p> <p>У чем главная ценность вашего предложения?</p>	<p>4. Взаимоотношения с клиентами</p> <p>Какие отношения выстроены с каждым сегментом потребителей?</p>	<p>1. Сегменты потребителей</p> <p>Для кого создан продукт?</p> <p>Кто самый важный клиент?</p>
	<p>6. Ключевые ресурсы</p> <p>Какие ключевые ресурсы необходимы для создания продукта/для решения проблемы клиента?</p>		<p>3. Каналы</p> <p>Каналы, с помощью которых вы контактируете с клиентами</p>	
<p>9. Структура расходов</p> <p>Какие наиболее важные затраты для бизнес-модели?</p> <p>Какие статьи затрат необходимы для функционирования?</p>		<p>5. Потоки доходов</p> <p>За что именно готовы платить клиенты?</p> <p>Как они готовы платить?</p>		



1. СЕГМЕНТЫ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

**Для кого создан продукт?
Кто самый важный клиент?**

**Необходимо всех клиентов
разбить на группы по
потребностям, особенностям
поведения и иным признакам,
тем самым разделив на
целевые аудитории**



2. КЛЮЧЕВЫЕ ЦЕННОСТИ

**Какие проблемы потребителя вы решаете?
У чем главная ценность вашего предложения?**

Нужно описать совокупность преимуществ, которые вы готовы предложить потребителю

Преимущества могут быть как качественными так и количественными



3. КАНАЛЫ

Каналы, с помощью которых вы контактируете с клиентами

Система взаимодействия с клиентом включающая в себя абсолютно все каналы: информационный, оценочный, продажный, доставка, постпродажный



4. ВЗАИМООТНОШЕНИЯ С КЛИЕНТАМИ

Какие отношения выстроены с каждым сегментом потребителей?

Какой тип взаимоотношений с потребителями необходимо выстроить: персональная поддержка, самообслуживание, автоматизированное обслуживание, сообщества и т.п.



5. ПОТОКИ ДОХОДОВ

***За что именно готовы платить клиенты?
Как они готовы платить?***

***Распределить доходы исходя из
источников, групп клиентов, типов
продаж и т.д.***



6. КЛЮЧЕВЫЕ РЕСУРСЫ

Какие ключевые ресурсы необходимы для создания продукта/для решения проблемы клиента?

Этот блок включает в себя описание всех активов, которые необходимы для функционирования бизнес-модели. Ресурсы могут быть классифицированы на: материальные, интеллектуальные, персонал, финансы.



7. КЛЮЧЕВЫЕ ДЕЙСТВИЯ

**Какие ключевые действия необходимо совершить для создания продукта?
Что нужно для реализации продукта?**

Описывается какие именно действия нужно совершить для реализации всех вышеперечисленных блоков. Это описание производственного процесса, доставка, реклама, создание послепродажного сервиса и т.д.



8. КЛЮЧЕВЫЕ ПАРТНЕРЫ

***Кто является ключевым партнером?
Какой ключевой ресурс он несет?
Какие мероприятия для нас делает?***



Типы партнерских отношений: стратегическое сотрудничество, соконкуренция, совместные предприятия для запуска новых проектов, отношения производителя и поставщика.

Мотивы создания партнерских отношений: оптимизация и экономия в сфере производства, снижение риска и неопределенности, поставки ресурсов и совместная деятельность.

9. СТРУКТУРА РАСХОДОВ

Какие наиболее важные затраты для бизнес-модели?

Какие статьи затрат необходимы для функционирования?

Категории издержек: фиксированные, переменные, экономия на масштабе, эффект диверсификации



ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ ПО ПРОЕКТАМ:

Что понравилось?

Чем можно усилить?

Спасибо за внимание!

Наши контакты:



www.facebook.com/pg/ideatobiz/



www.instagram.com/idea2biz/



vk.com/idea2biz



twitter.com/ideatobusiness

mobile: +375 29 399 41 20

Спасибо за внимание!