

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