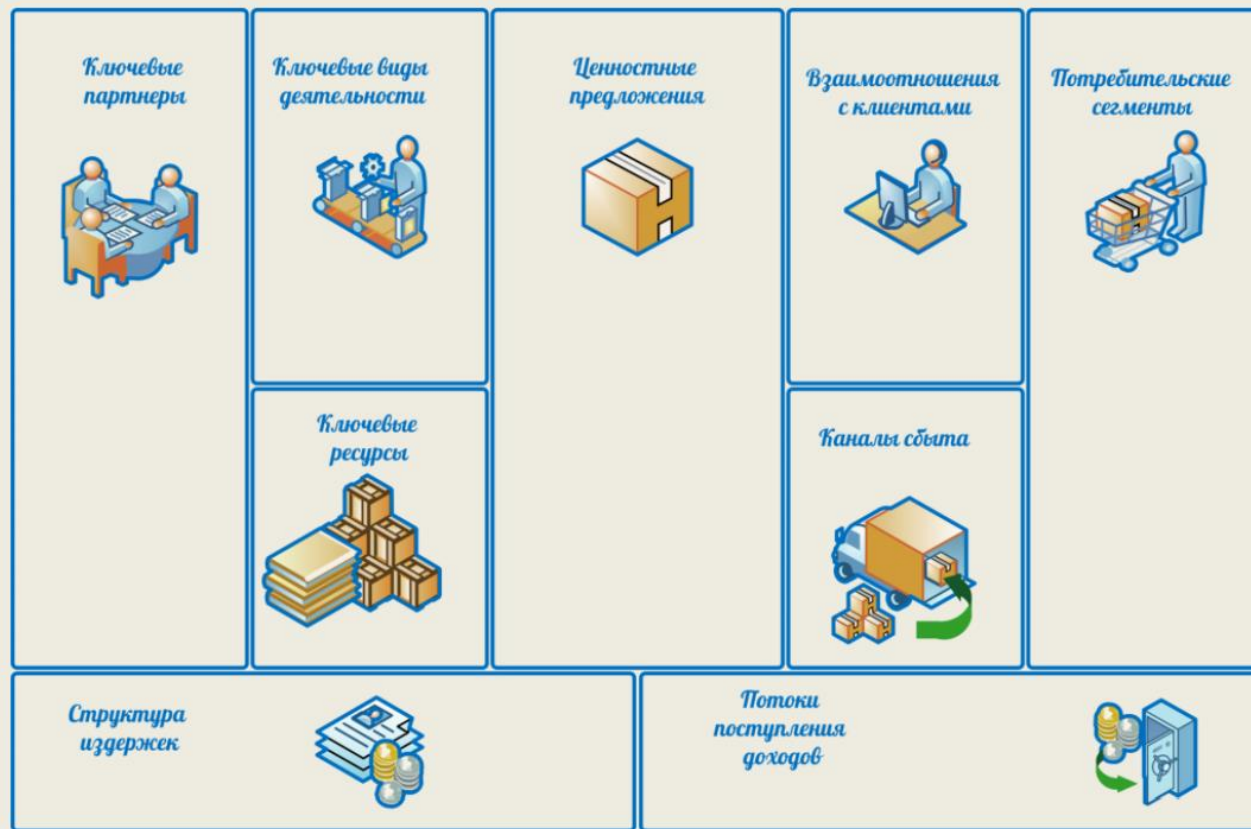


Бизнес -модель Александра Остервальдера

Ключевые партнеры	Ключевые виды деятельности	Ценностное предложение	Взаимоотношения с клиентами	Потребительские сегменты
	Ключевые ресурсы		Каналы коммуникаций и сбыта	
Структура расходов			Потоки поступления доходов	

Шаблон бизнес-модели. Вариант 1



Шаблон бизнес-модели. Вариант 2

 Ключевые Партнеры	 Ключевые виды деятельности	 Ценностные предложения	 Взаимоотношения с клиентами	 Потребительские сегменты
	Ключевые ресурсы 		Каналы сбыта 	
Структура издержек 			Потоки поступления доходов 	

Шаблон бизнес-модели. Вариант 3



Ключевые партнеры



Кто является нашими ключевыми партнерами?
Кто наши основные поставщики?
Какие ключевые ресурсы мы получаем от партнеров?
Какой ключевой деятельностью занимаются наши партнеры?

Ключевые виды деятельности



Каких видов деятельности требуют наши ценностные предложения?
Наши каналы сбыта?
Наши взаимоотношения с клиентами?
Наши потоки поступления доходов?

Ключевые ресурсы



Какие ключевые ресурсы нужны для наших ценностных предложений?
Каналов сбыта?
Взаимоотношений с клиентами?

Ценностные предложения



Какую ценность мы предоставляем клиентам?
Какие потребности удовлетворяем?
Какие проблемы помогаем решить нашим клиентам?
Какие преимущества получает клиент от наших продуктов и услуг?
Какой набор товаров и услуг мы можем предложить каждому клиентскому сегменту?

Взаимоотношения с клиентами



Отношений какого типа ждет каждый клиентский сегмент?
Какие отношения установлены?
Как они интегрированы в общую схему бизнес-модели?

Каналы сбыта



Через какие каналы мы взаимодействуем с клиентскими сегментами и доносим до них наши ценностные предложения?

Потребительские сегменты



Кто является нашим клиентом?
Для кого мы создаем ценность?
Можем ли мы выделить различные клиентские сегменты?

Структура издержек



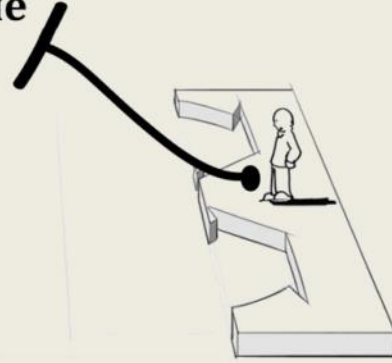
Какие наиболее важные расходы предполагает наша бизнес-модель?
Какие из ключевых ресурсов наиболее дороги?
Какие ключевые виды деятельности требуют наибольших затрат?

Потоки поступления доходов



Какие потоки доходов мы генерируем?
Каков размер каждого потока доходов?

1. Потребительские сегменты (ПС)



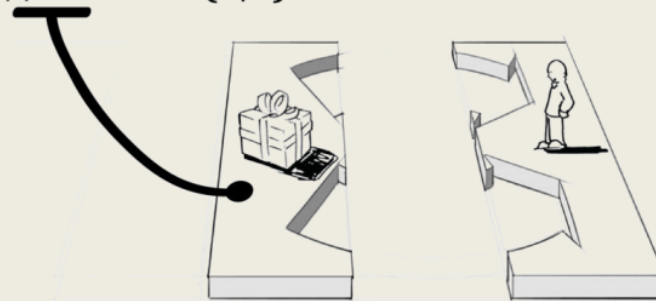
- **Потребительский сегмент** - это аудитория, с которой вы работаете, кому предназначено торговое предложение компании.

Основные вопросы:

- *Для кого вы создаете ценность?*
- *Кто ваши наиболее важные клиенты?*

- **Ценностное предложение** – это продукт и преимущества, которые вы готовы предложить на рынке: стоимость, экономия на расходах, снижение рисков, общедоступность, комфорт, актуальность.

2. Ценностное предложение (ЦП)

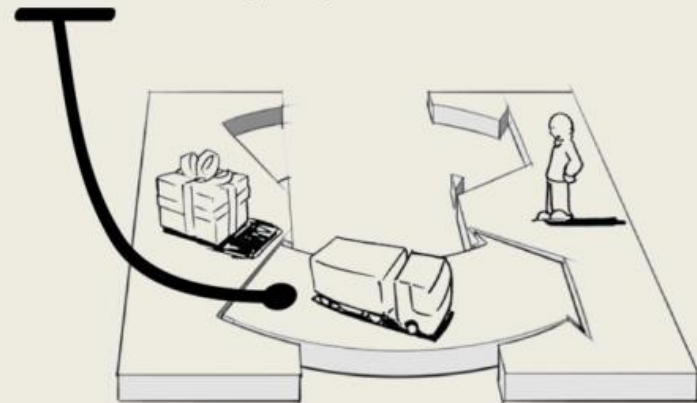


Основные вопросы:

- *Какую ценность вы предлагаете клиенту?*
- *Какую из проблем клиента вы помогаете решить?*
- *Какие пакеты продуктов и услуг вы предлагаете каждому сегменту потребителей?*
- *Какие потребности клиентов вы удовлетворяете?*

- **Канал сбыта** – это способ донести до потребителя свое предложение ценности, способ продавать свою продукцию или услуги.

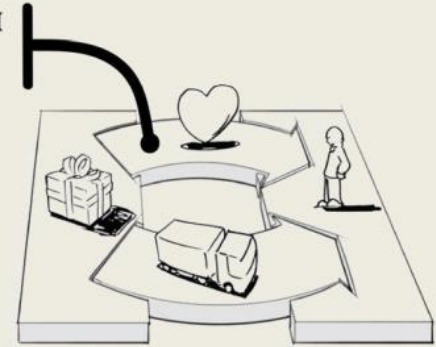
3. Каналы сбыта (КС)



Основные вопросы:

- *Каким способом мы доставляем потребителю наше ценностное предложение?*

4. Взаимоотношения с клиентами (ВК)

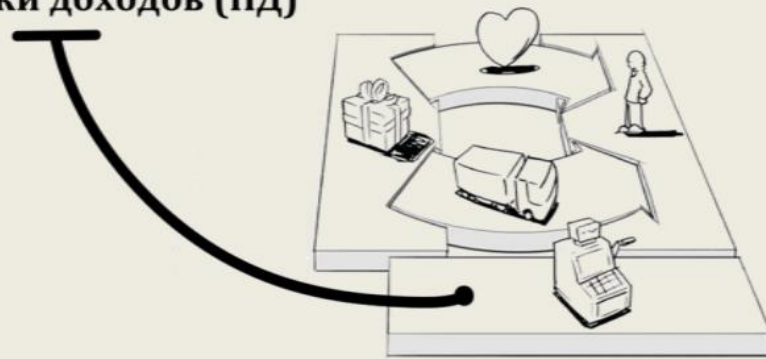


- **Взаимоотношения с клиентами** предполагают выбор способов привлечения и удержания покупателей, а также методы их побуждения к совершению покупки (персональная поддержка, самообслуживание, автоматизированная поддержка и др.)

Основные вопросы:

- *Какие отношения нужно выстроить с каждым сегментом покупателей (или каковы ожидания покупателей) так, чтобы поддерживать их?*
- *Насколько они дорогостоящие?*

5. Потоки доходов (ПД)

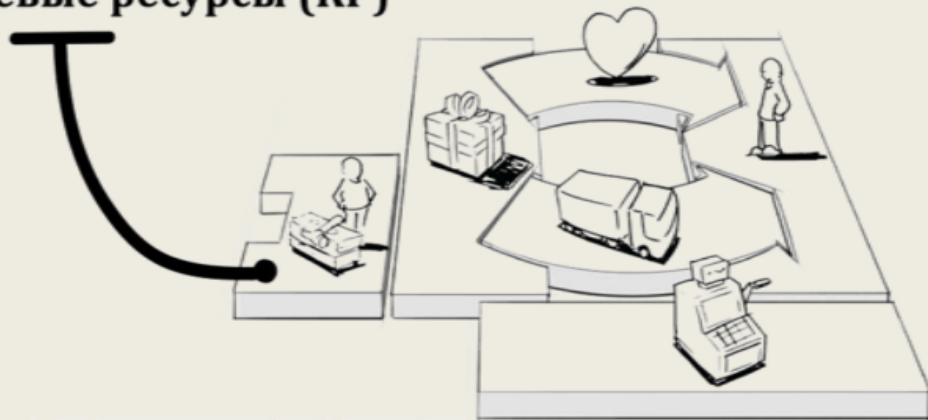


- **Потоки доходов**
предполагают определение
источников поступления
денежных средств (продажа
товаров, аренда,
абонентская плата и др.)

Основные вопросы:

- *За какую ценность ваши
клиенты действительно
готовы платить?*
- *Как они будут платить?*

6. Ключевые ресурсы (КР)

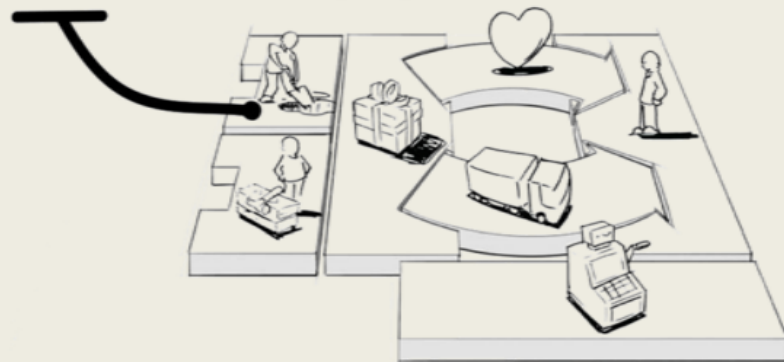


- **Ключевые ресурсы** – это активы, необходимые для функционирования бизнеса (материалы, финансы, персонал)

Основные вопросы:

- *Чего требует создание вашей ценности?*

7. Ключевая деятельность (КД)

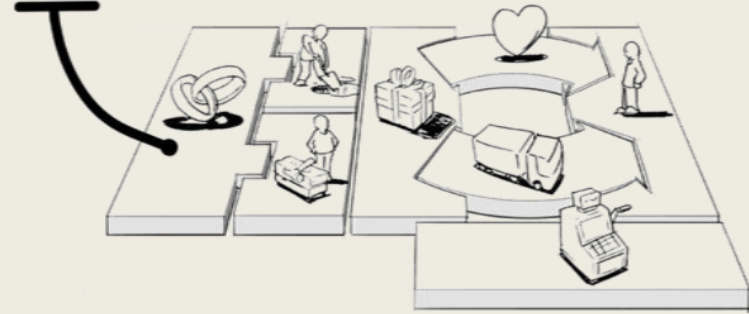


- **Ключевая деятельность** – это действия, необходимые для функционирования бизнеса (производство, продажа и др.)

Основные вопросы:

- *Что нужно делать для создания и продвижения вашей ценности?*

8. Ключевые партнеры (КП)



- **Ключевые партнеры** – это вероятные поставщики и партнёры, без которых бизнес не может существовать

Основные вопросы:

- *Кто ваши ключевые партнеры?*
- *Кто ваши основные поставщики?*
- *Какие ключевые ресурсы вы приобретаете у партнеров?*
- *Какие основные активности проводят ваши партнеры?*

- ## Основные вопросы:

- *Какие основные затраты свойственны вашей бизнес-модели?*
- *Какие ключевые ресурсы являются самыми дорогими?*
- *Какие основные активности являются самыми дорогими?*

Бизнес-модель хостела



Партнеры

Оптовики,
торгующие
одеждой

Производители
одежды

Виды деятельности

Торговля
одеждой

Ресурсы

Помещение,
персонал,
финансы

Ценности

Низкая цена
Широкий
ассортимент

Предварительный
заказ

Отношения с покупателями

Реклама в СМИ,
наружная реклама,
группы в соцсетях

Покупатели

Женщины и
мужчины
со средним
достатком

Каналы сбыта

Продажи через
магазин, онлайн
продажи

Затраты



Доходы

Торговая
выручка