

Канавата на бизнес модела: деветте полета

КРАТКИ ИНСТРУКЦИИ

Започнете от клиента и стойността; проверете отношенията и каналите; осигурете дейностите, ресурсите и партньорите; оценете приходите и разходите.

Ключови партньори Въпрос: На кого разчитаме извън нашия бизнес? • Кой доставчици и посредници са критични? • Кой ключови дейности се извършват от други? • Кой външни ресурси са ни необходими? • Защо партньорството е важно: цена, умения, капацитет, риск? Пример: доставчик на продукти или партньор за доставки, когато е критичен за модела.	Ключови дейности Въпрос: Какво трябва да правим, за да работи моделът? • Продажби и обработка на поръчки. • Производство / извършване на услугата. • Поддържане на отношенията и каналите. Тест: Ако дейността спре, може ли моделът да продължи да работи?	Предложение за стойност Въпрос: Защо клиентът би избрал нашето решение? • Коя основна задача изпълнява клиентът? • Кой негови затруднения намаляваме? • Какви ползи създаваме? • С кои продукти или услуги правим това? Правило: Стойността не е само списък от характеристики или рекламно обещание. Връзка: Използвайте резултатите от Шаблона на предложението за стойност.	Отношения с клиентите Въпрос: Как взаимодействаме с този сегмент? • Лично обслужване и консултации. • Онлайн или автоматизирани взаимодействия. • Взаимодействие чрез посредник. • Потвърждения, проследяване, обратна връзка. Не бъркайте: отношението е <i>как</i> общуваме; каналът е <i>през какво</i> достига.	Клиентски сегменти Въпрос: За кого създаваме стойност? • Кой групи имат сходни потребности, проблеми и поведение? • Кой характеристики са важни точно за нашия бизнес? • Кой е основният сегмент, с който започваме? • Има ли други сегменти с различна стойност или начин на обслужване? Пример: работещи хора в Хасково, които редовно поръчват готов обяд поради липса на време. Важно: клиентски сегмент е различно от „идеален клиент“ или "клиентски аватар".
Структура на разходите Въпрос: Какво ни струва да осигурим обещаната стойност? • Постоянни: не се изменят според броя продажби за разглеждания период. • Променливи: зависят от количеството продадени продукти / услуги. • Включете и разходите по партньорства, канали и други необходими дейности. Проверка: Сравнявайте приходи и разходи за един и същ период.			Структура на приходите Въпроси: КОЙ плаща? ЗА КАКВО плаща? КАК плаща? • Единични продажби, пакети, абонаменти, допълнителни услуги. • За всеки сегмент определете източници на приходи и логика на ценообразуване. • Прогноза: $\text{клиенти} \times \text{честота на покупка} \times \text{средно плащане}$. Важно: Приходите не са печалба; абонаментът не е универсално решение.	

Едно листче = една ясна мисъл. Различните цветове помагат да проследявате различни клиентски сегменти и техните връзки.