



برگزاری کارگاه آموزشی تهیه طرح بوم کسب و کار در مرکز علمی کاربردی شرکت تولیدی شیمیایی کلران

به مناسبت هفته کارآفرینی مرکز آموزش علمی کاربردی شرکت تولیدی شیمیایی کلران اقدام به برگزاری کارگاه آموزشی تهیه طرح بوم کسب و کار برای اساتید و دانشجویان مرکز در روز پنجشنبه مورخ ۹۶/۰۹/۰۲ نمود.

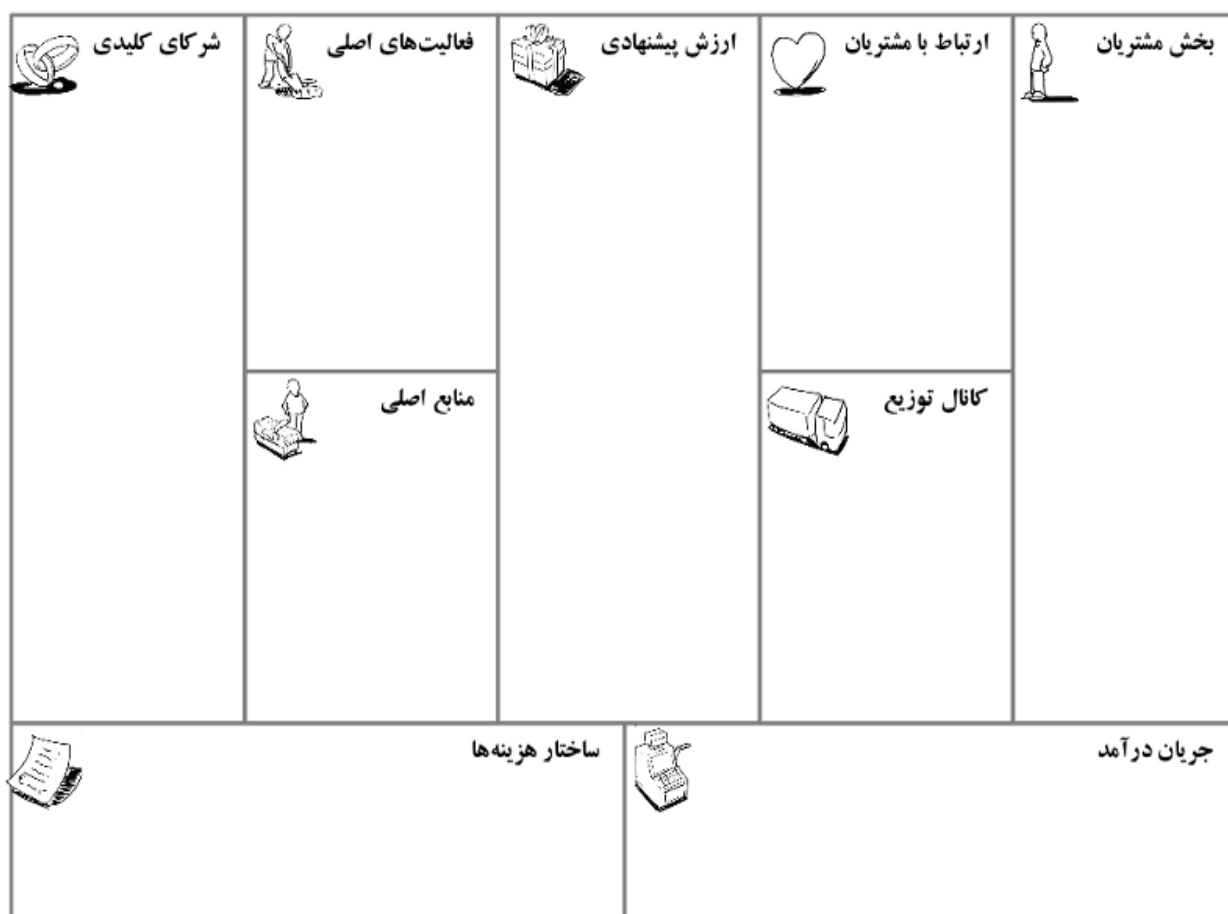
این دوره توسط جناب آقای احسانی اجراء گردید. در این دوره در مورد مباحث مربوط به تهیه بوم کسب و کار صحبت گردید و دانشجویان وارد بحث و تبادل نظر شدند.

در ادامه خلاصه ای از مباحث های این کارگاه آموزشی به همراه مستندات آن آمده است:

بوم مدل کسب و کار یا **Business Model Canvas** ابزار مدیریتی و کارآفرینانه استراتژیک است که به شما اجازه می‌دهد مدل کسب و کار خود را توصیف، طراحی و اختراع کرده یا آن را به چالش طلبیده و یا تغییر دهید.

بوم مدل کسب و کار ابزار ساده تصویری و در عین حال بسیار قدرتمند است که ۹ بخش سازنده‌ی مدل کسب و کار را توصیف می‌کند. این بخش‌ها شامل بخش(های) مشتریان، ارزش پیشنهادی، کانال(های) توزیع، ارتباط با مشتریان، جریان درآمد، فعالیت‌های اصلی، منابع اصلی و شرکای کلیدی و ساختار هزینه‌ها است.

بوم مدل کسب و کار



۱. بخش مشتریان: مجموعه‌های مختلف مشتریان می‌توانند بر اساس خواسته‌ها و ویژگی‌های مختلف بخش‌بندی شوند.

انواع بخش‌های مشتریان شامل: بازار انبوه، گوشه بازار، بخش‌بندی شده، متنوع، بازار چند وجهی می‌شوند.

۲. ارزش پیشنهادی: به هر بخش از مشتریان چه ارزشی (مجموعه‌ای از محصولات و خدمات) را ارائه می‌کنید. ارزش پیشنهادی شما باید شما را از رقبایتان متمایز سازد. ارزش پیشنهادی ارزش را از طریق المان‌های (کمی و کیفی) مختلفی فراهم می‌کند از جمله: تازگی، عملکرد، سفارشی‌سازی، انجام رساندن کار، طراحی، برند و خوش‌نامی، قیمت، کاهش هزینه‌ها، کاهش ریسک، دسترسی پذیری، و راحتی و آسایش.

۳. کانال توزیع: شرکت می‌تواند ارزش پیشنهادی را از طریق کانال‌های توزیع مختلفی به مشتریان برساند. شرکت می‌تواند از طریق کانال‌های خودش و یا کانال‌های شرکای تجاری‌اش و یا ترکیبی از هر دو به مشتریان دسترسی پیدا کند.

۴. ارتباط با مشتریان: امروزه ارتباط با مشتریان و حفظ آن برای اطمینان از موفقیت شرکت الزامی است. شکل‌های مختلف ارتباط با مشتریان شامل: کمک شخصی، کمک شخصی اختصاصی، سلف سرویس، سرویس‌های خودکار، جوامع کاربری و خلق مشترک (با مشتری) می‌شود.

۵. جریان درآمد: شرکت چگونه از هر بخش از مشتریان درآمد کسب می‌کند. روش‌های مختلف ایجاد جریان درآمدی شامل: فروش دارایی، حق استفاده، حق اشتراک (عضویت)، اجاره/قرض، حق استفاده از مجوز/امتیاز، حق کارگزاری و تبلیغات می‌شود.

۶. منابع اصلی: منابعی که برای خلق ارزش برای مشتری ضروری هستند و جزو دارایی‌های شرکت محسوب می‌شوند. منابع می‌توانند انسانی، مالی، فیزیکی یا معنوی باشند.

۷. فعالیت‌های اصلی: مهمترین فعالیت‌های شرکت برای اجرای ارزش پیشنهادی شرکت چه هستند؟

۸. شرکای کلیدی: برای بهبود عملیات و کاهش ریسک مدل کسب و کار معمولاً شرکت‌ها با برخی دیگر مشارکت‌های تجاری صورت می‌دهند. این مشارکت‌ها به روش‌های: همکاری استراتژیک با شرکای رقیب و غیر رقیب، سرمایه‌گذاری‌های مشترک، روابط خریدار-فراهم‌کننده و پیمان/اتحادهای استراتژیک امکان پذیر هستند.

۹. ساختار هزینه‌ها: عملیاتی کردن مدل‌های کسب و کار مختلف چه هزینه‌هایی را در بردارد. معمولاً کسب و کارها چیزی بین هزینه محور و ارزش محور هستند. ساختار هزینه‌ها دارای خصیصه‌های: هزینه‌های ثابت، هزینه‌های متغییر، اقتصاد مقیاس (کاهش هزینه با افزایش تعداد) و اقتصاد محدوده (کاهش هزینه با افزایش محدوده کاری) است.

مستندات

