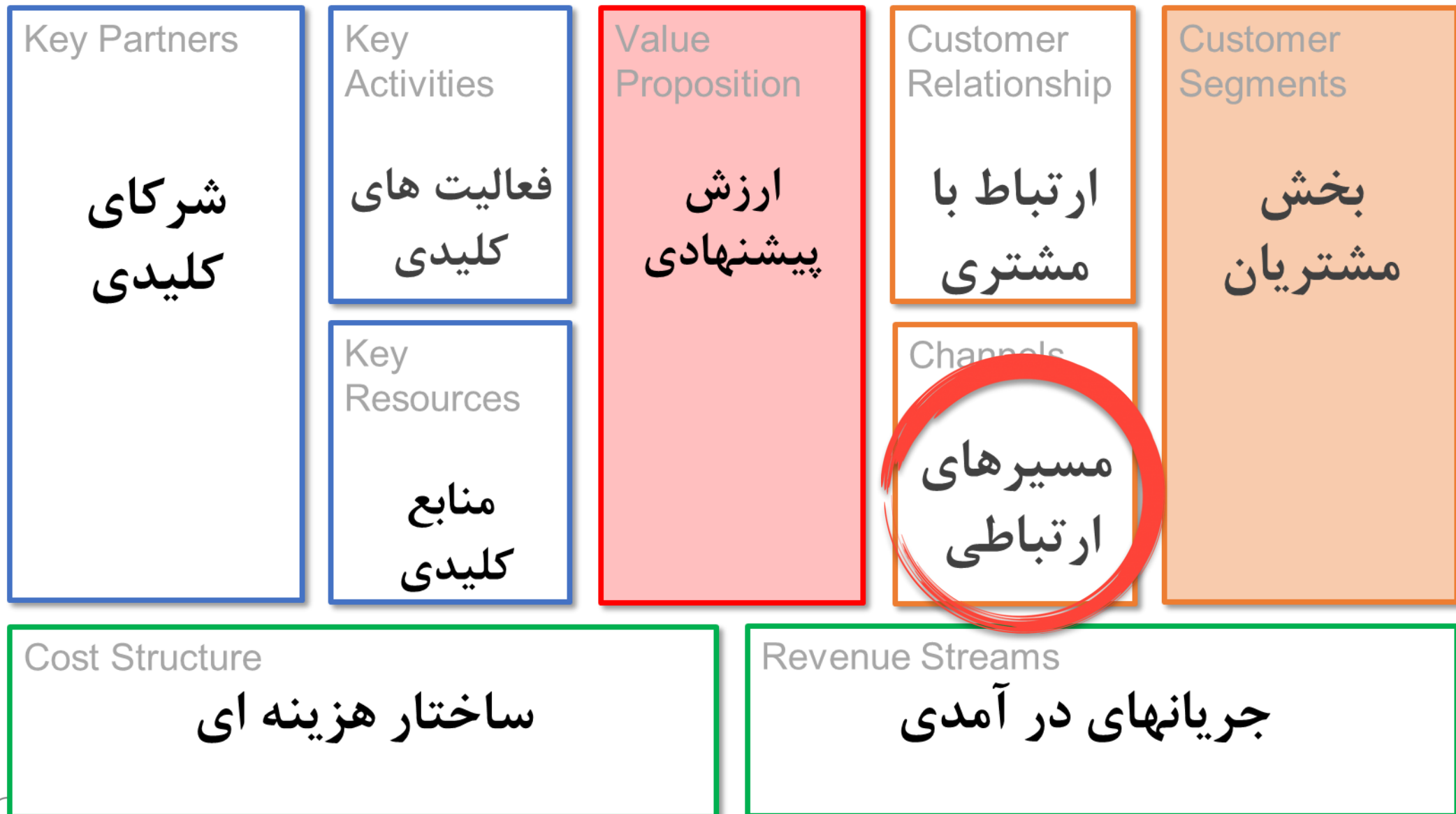
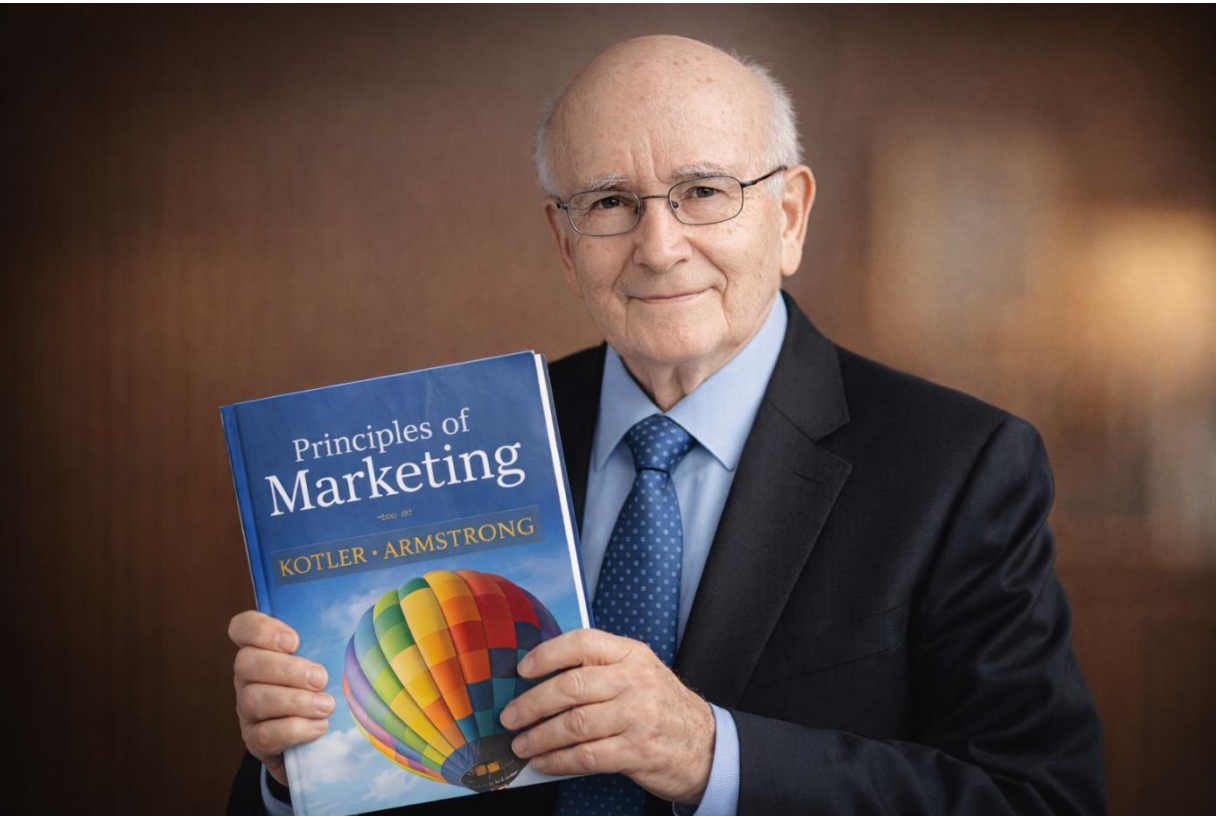


رابطه بوم کسب و کار با مارکتینگ



What is marketing?





**Marketing is
engaging customers
and
managing profitable
customer
relationships.**

What is marketing?



تعریف تکمیلی کاتلر و کلر ۲۰۱۶:

بازاریابی یک فرایند اجتماعی و مدیریتی است که افراد یا سازمان‌ها از طریق خلق و تبادل ارزش، نیازهای خود را برطرف می‌کنند.



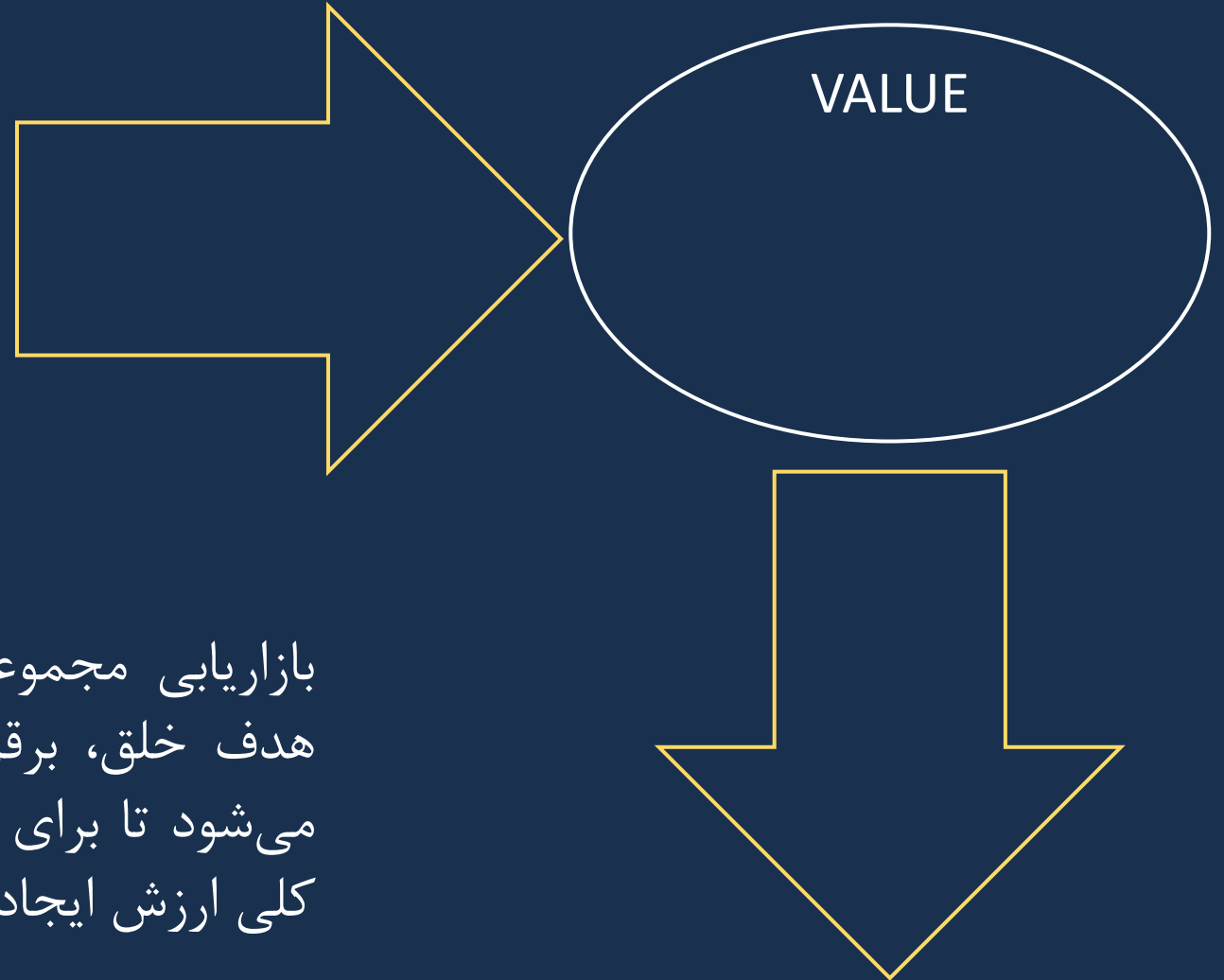
Definition of Marketing

Marketing is the activity, set of institutions, and processes for creating, communicating, delivering, and exchanging offerings that have value for customers, clients, partners, and society at large.
(Approved 2017)

Definition of Marketing

Marketing is the activity, set of institutions, and processes for creating, communicating, delivering, and exchanging offerings that have value for customers, clients, partners, and society at large.

(Approved 2017)



بازاریابی مجموعه‌ای از فعالیت‌ها، نهادها و فرایندهاست که با هدف خلق، برقراری ارتباط، ارائه و مبادله پیشنهادهایی انجام می‌شود تا برای مشتریان، مخاطبان، شرکا و به طور کلی جامعه کلی ارزش ایجاد می‌کنند.

رابطه بوم کسب و کار با مارکتینگ

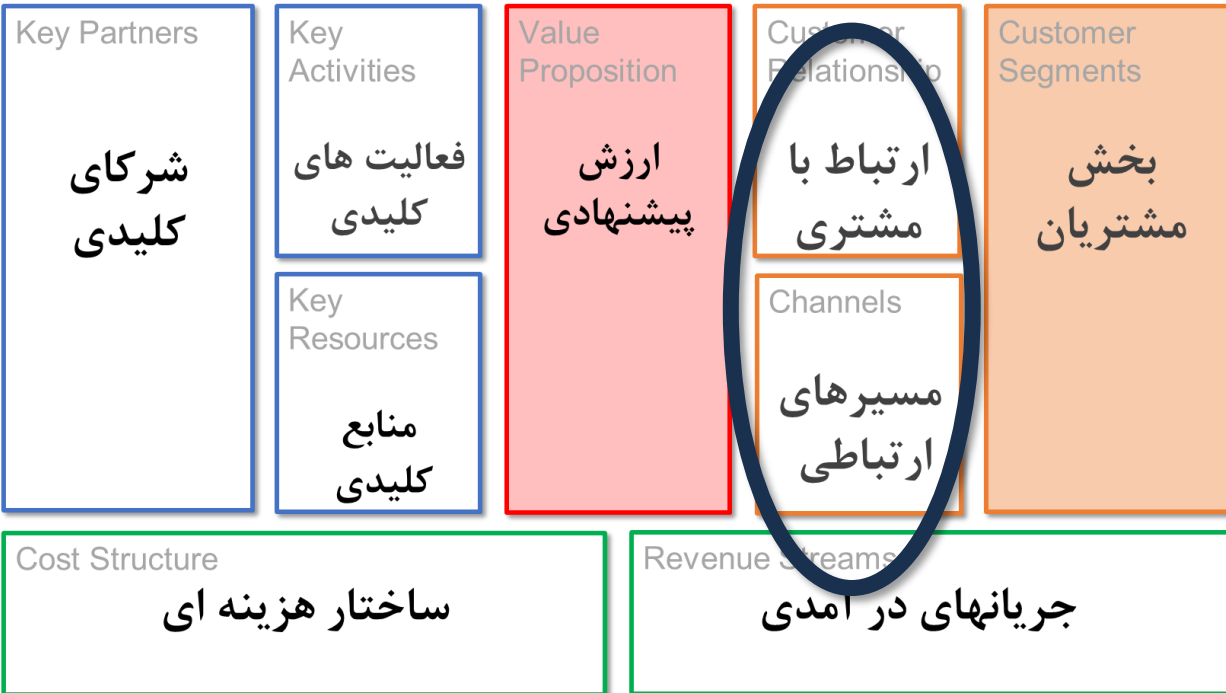
این دو مکانیزم تحقق
مارکتینگ هستند.

Channels

مسیر انتقال ارزش‌اند.

Relationship

مکانیزم نگهداری و تعمیق ارزش است.



رابطه بوم کسب و کار با مارکتینگ



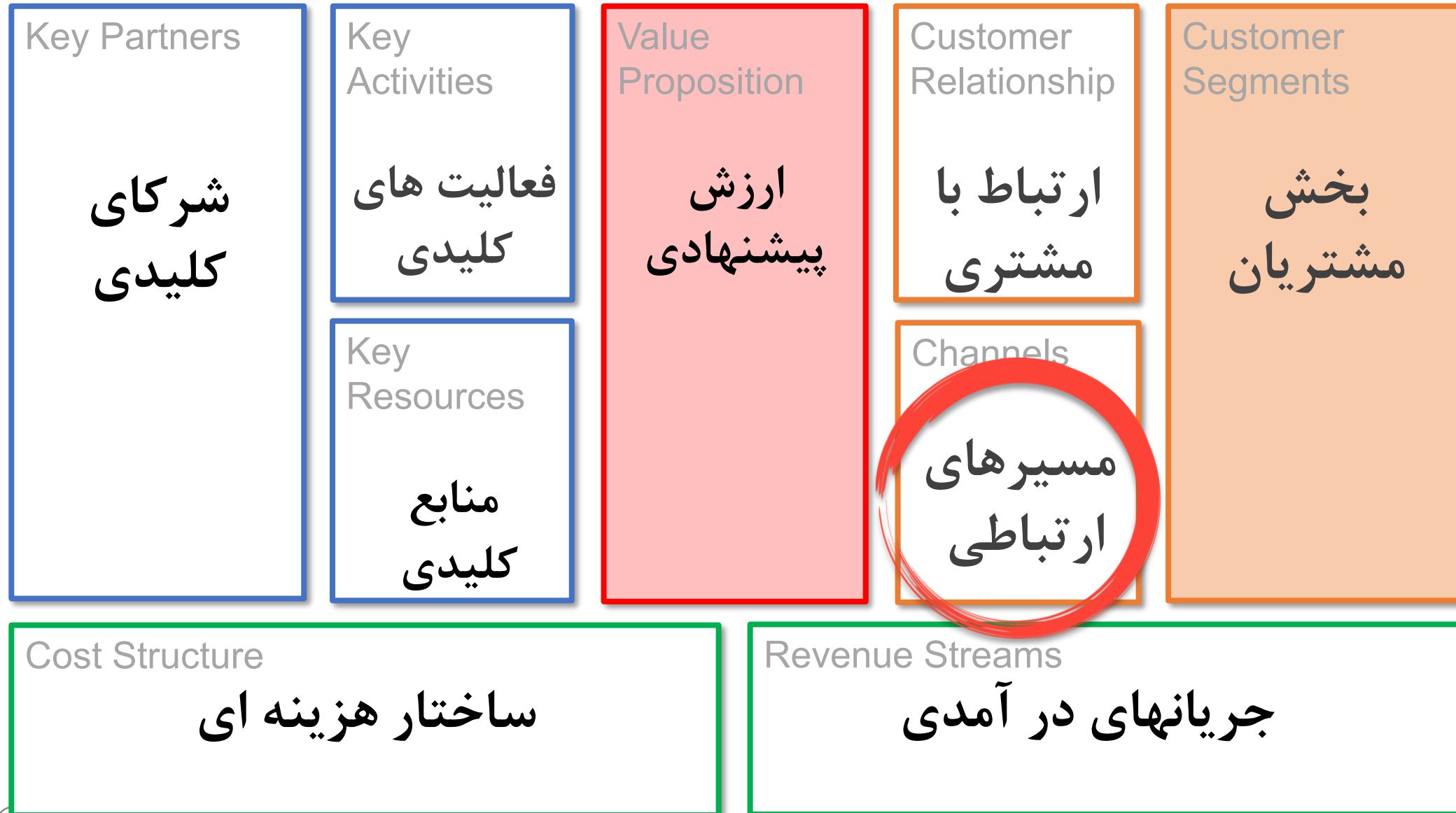
رابطه بوم کسب و کار با مارکتینگ

اگر ارزش پیشنهادی شما عالی باشد ولی دسترسی به آن سخت باشد، آیا بازار شکل می گیرد؟

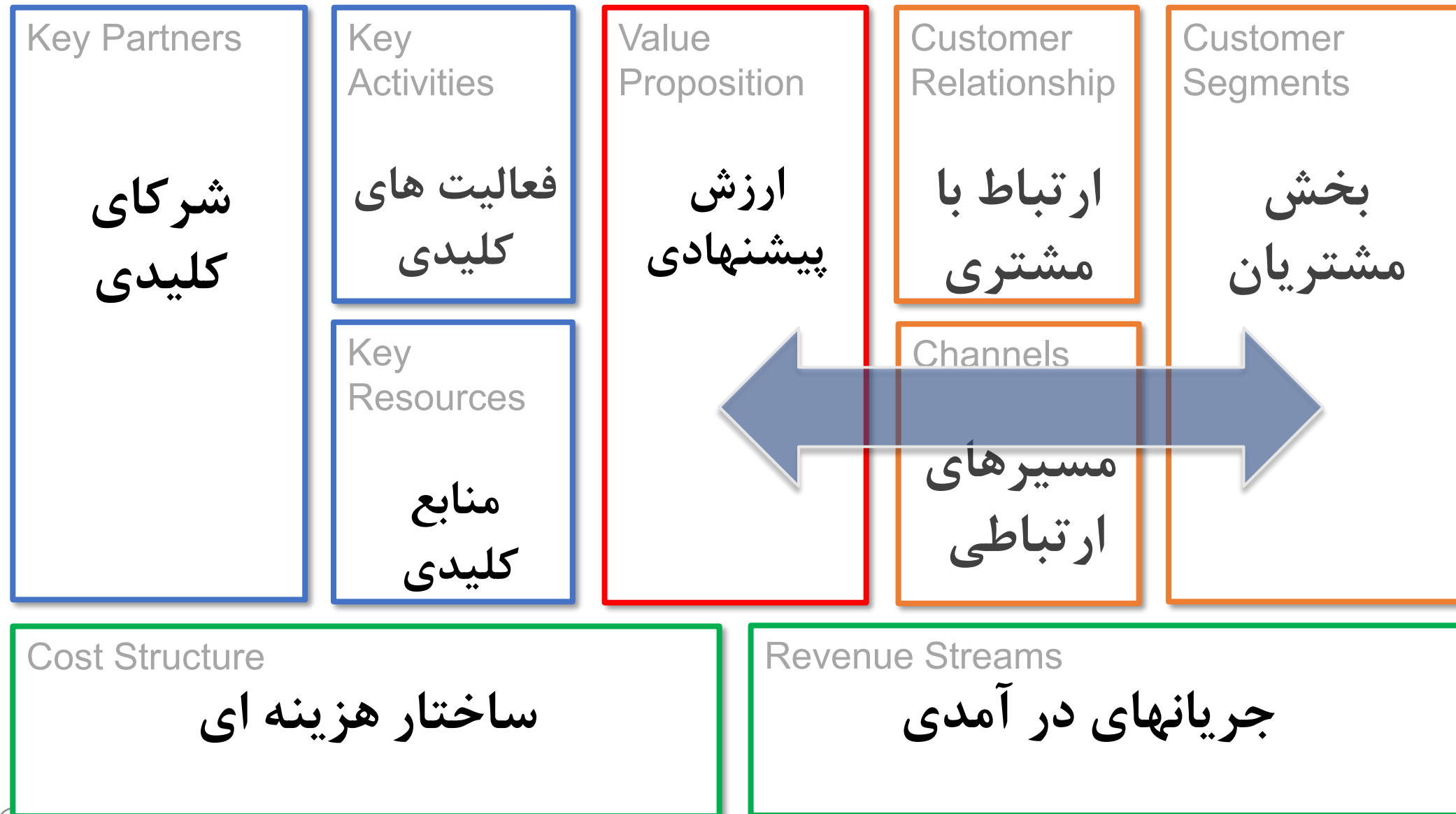
Channel می گوید که چگونه دیده می شوی.

Relationship می گوید که چگونه ماندگار می شوی.

کانالهای مشتری



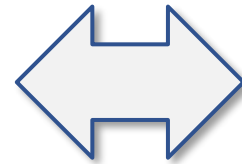
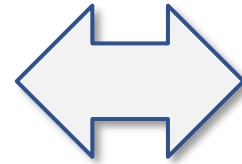
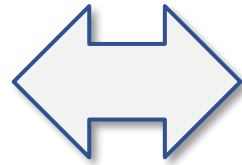
کانالهای مشتری



Customer Channels?



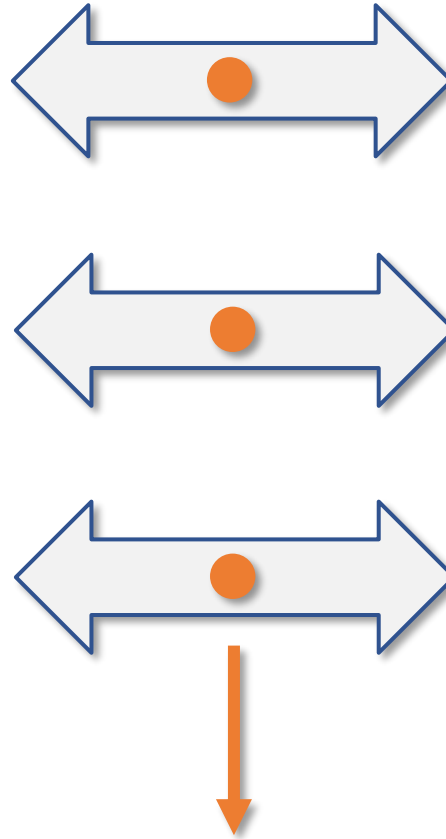
Values



مسیر های ارتباطی نقاط
تماس با مشتری هستند و
نقش مهمی در تجربه
مشتری ایفا می کنند .

انتقال ارزش پیشنهادی
مستلزم یافتن مسیرهای
صحیح می باشد .

Values



مسیر های ارتباطی نقاط
تماس با مشتری هستند و
نقش مهمی در تجربه
مشتری ایفا می کنند .

انتقال ارزش پیشنهادی
مستلزم یافتن مسیرهای
صحیح می باشد .

TOUCHPOINTS

کانالهای مجازی



کانالهای مشتری

آگاه سازی : موجود بودن محصولات جدید

ارزیابی : نظر سنجی از مشتریان

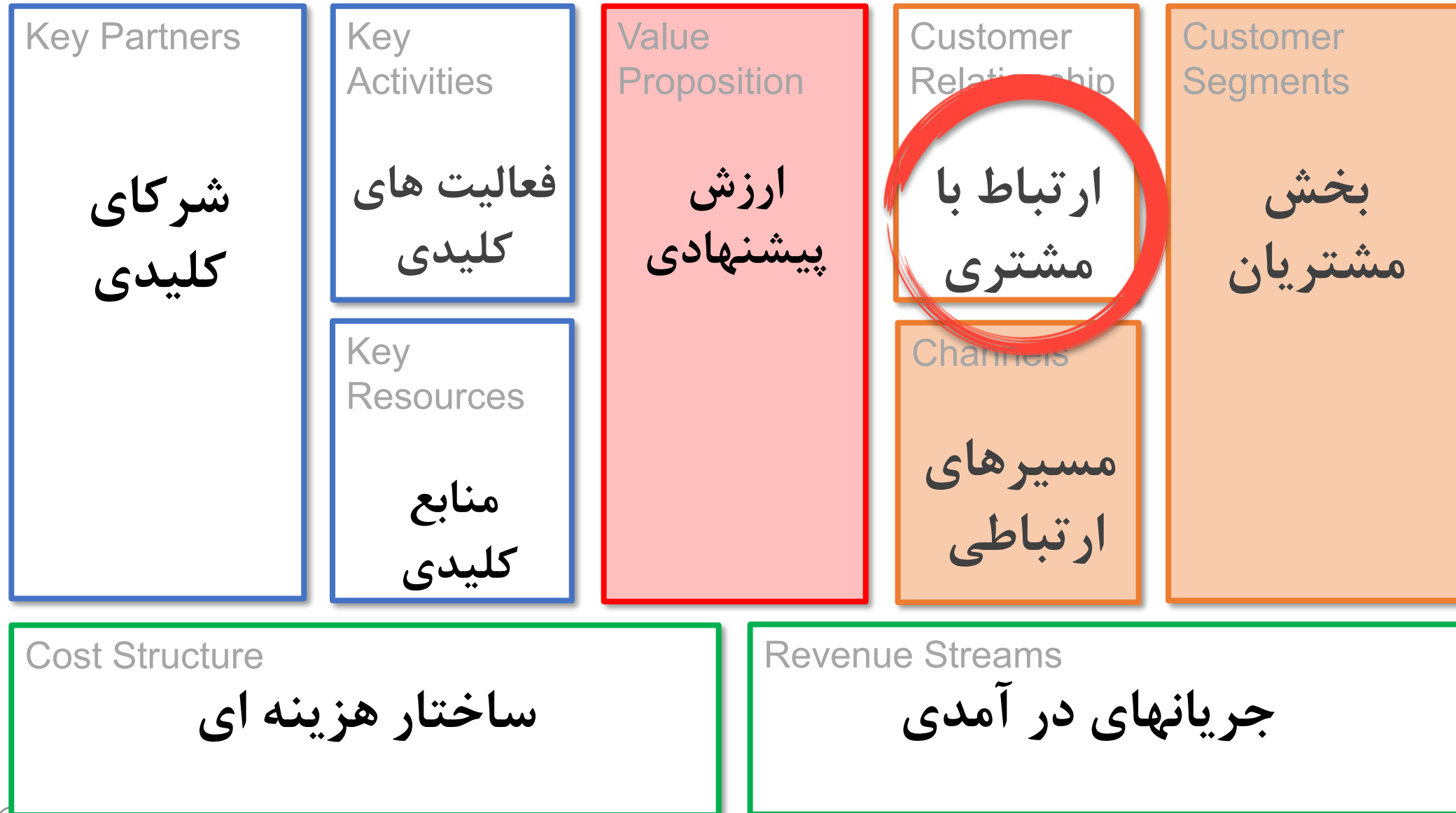
خرید : تهیه کالا

تحويل : رساندن کالا به مشتری

پشتیبانی : بررسی مشکلات در کالاها



ارتباط با مشتری



Customer Relationship



Customer Relationship



تفاوت Channels با Relationship

اگر Channels مسیر باشد ،
Relationship نوع تعامل در آن مسیر است.

مثلاً:

فروش حضوری < Channel

مشاوره اختصاصی < Relationship



**Customer
Experience**



**Customer
Relationship**

جذب مشتری

حفظ مشتری

وفاداری مشتری

Promising Value

جذب مشتری

Delivering Value

حفظ مشتری

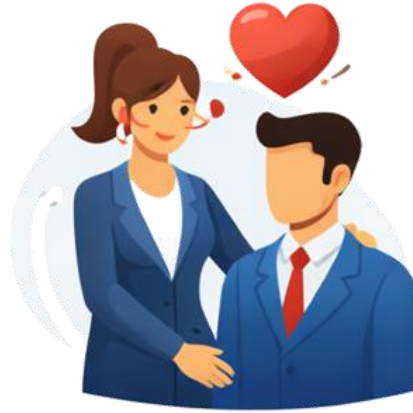
Satisfaction

وفاداری مشتری

انواع روش های ارتباط با مشتری



Personal Assistance



Dedicated Personal Assistance



Self-Service



Automated Services

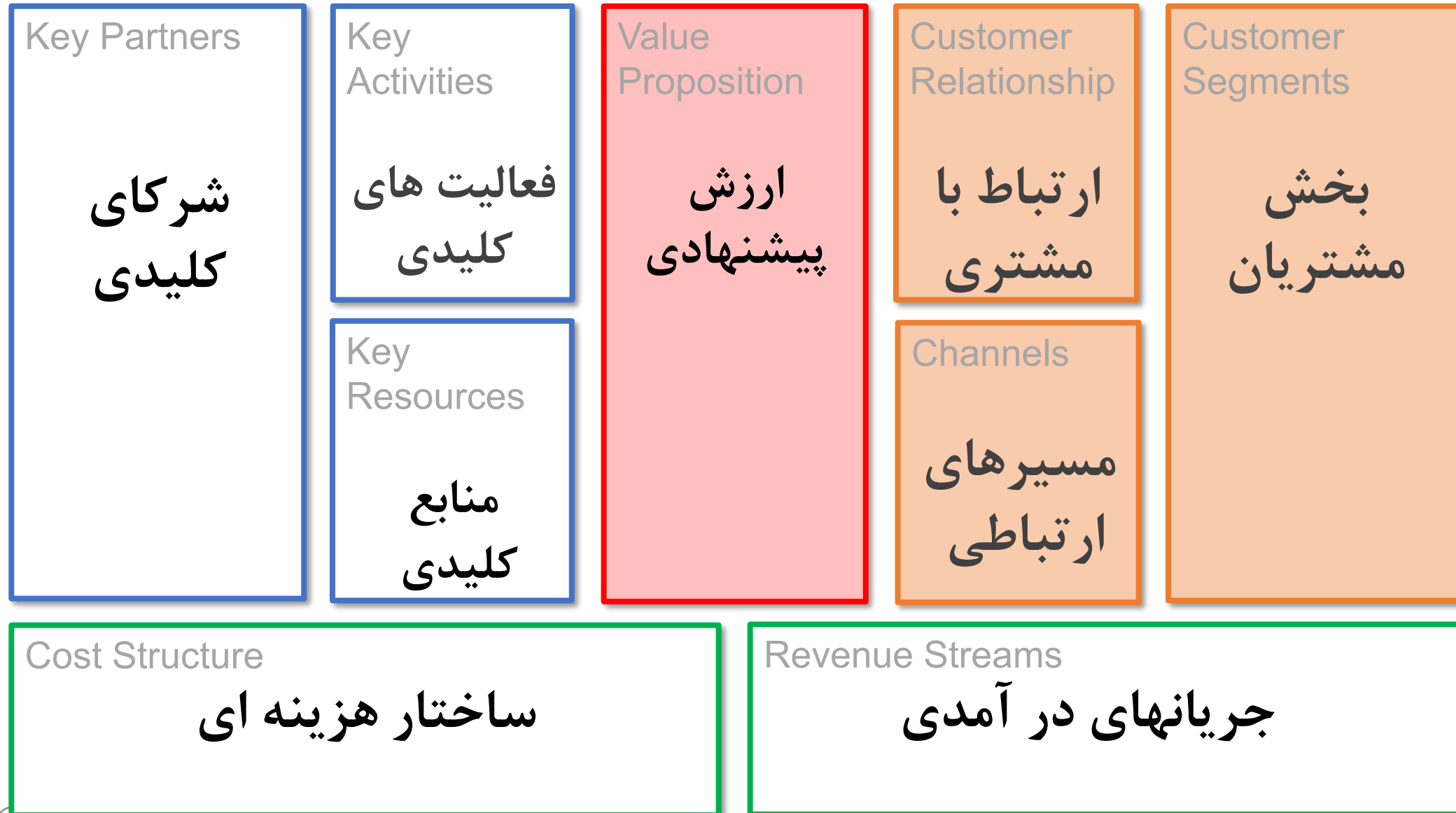


Communities



Co-Creation

بوم کسب و کار



Key Activities

فعالیت های کلیدی

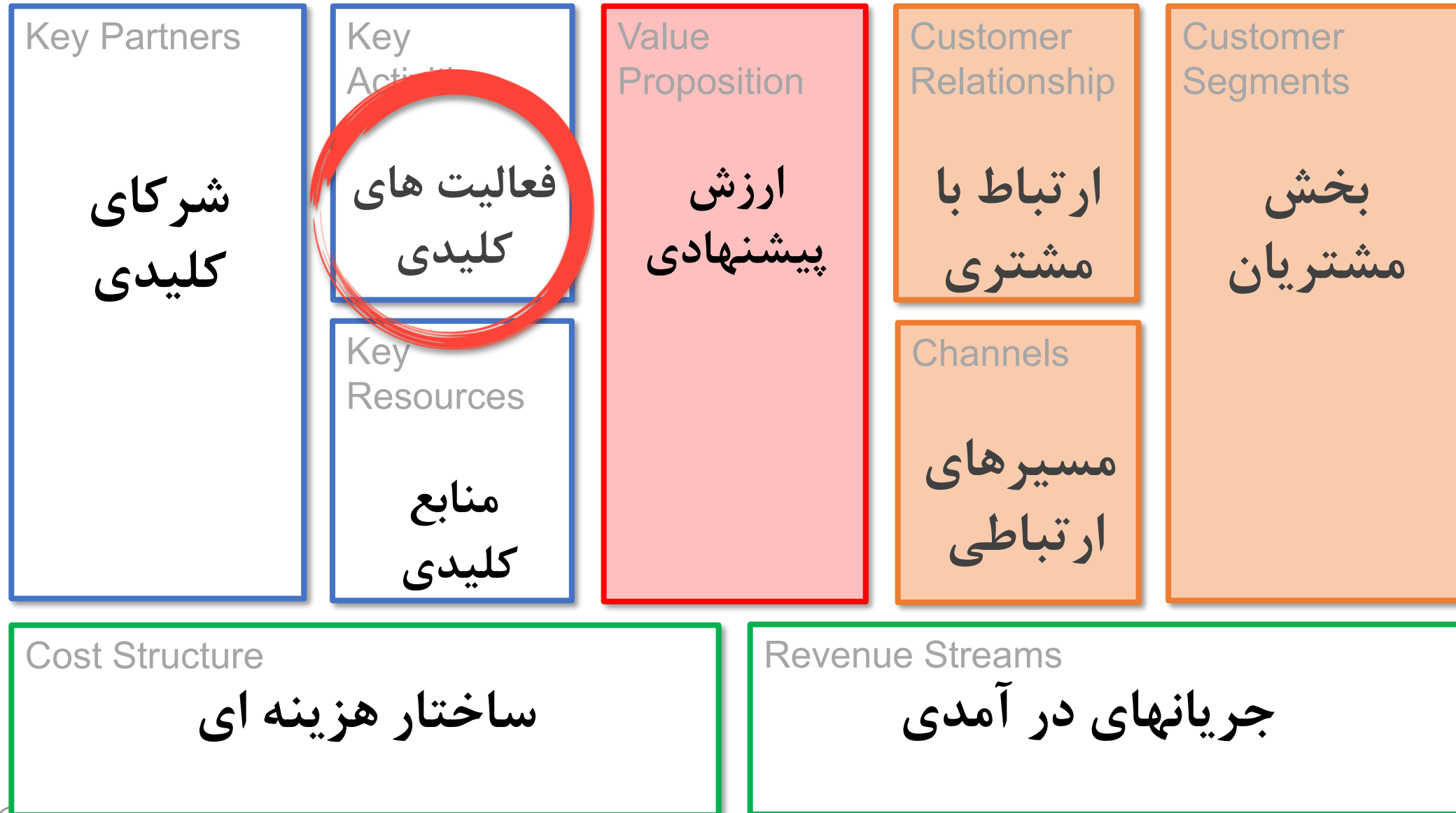
Key Partners

شرکای کلیدی

Key Resources

منابع کلیدی

بوم کسب و کار





فعالیت های کلیدی



← برای خلق ، ارائه و کسب "ارزش پیشنهادی"

← دسترسی به بازارها ،

← حفظ ارتباط با مشتریان ،

← کسب درآمد ،

چه اموری برای کسب و کار کلیدی محسوب

می شوند؟

فعالیت های کلیدی

پلتفرم / شبکه Platform / Network

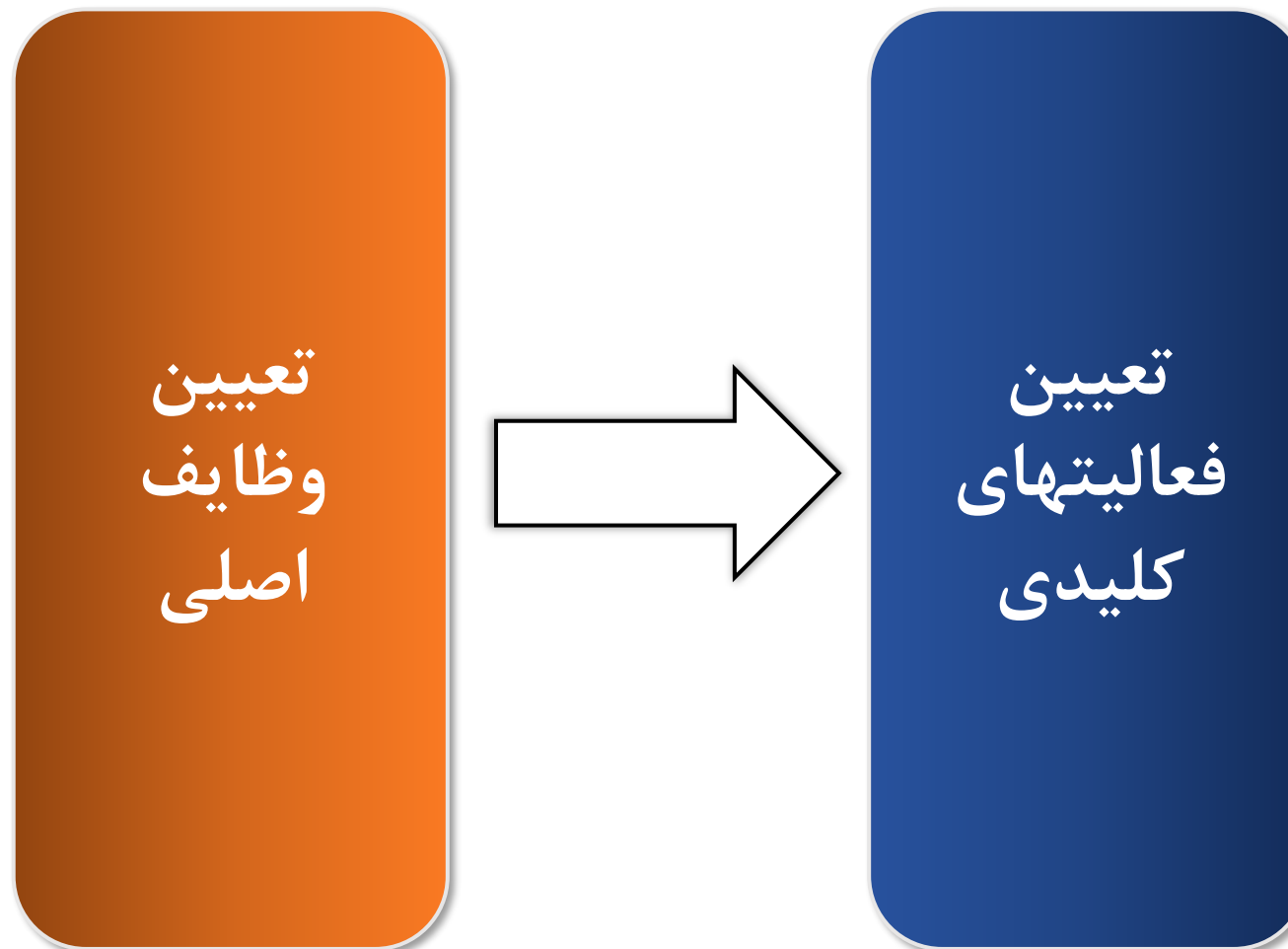
مدیریت یک زیرساخت یا اکوسیستم
مناسب برای:
پلتفرم‌ها
مارکت پلیس‌ها
بانک‌ها
مثال:
نگهداری سیستم
توسعه نرم افزار
مدیریت داده
مدیریت جامعه کاربران

حل مسئله Problem Solving

حل مشکلات خاص مشتریان.
مناسب برای:
مشاوره
بیمارستان‌ها
خدمات حرفه‌ای
شرکت‌های IT سفارشی
مثال:
تحلیل
طراحی راه حل
مشاوره
پروژه‌های سفارشی

فعالیت های تولیدی Production

خلق، طراحی، ساخت و تحویل
محصول یا خدمت.
مناسب برای:
شرکت‌های تولیدی
برندهای فیزیکی
زنجیره تأمین سنگین
مثال:
طراحی محصول
تولید
کنترل کیفیت
لجستیک



مراحل طراحی فعالیت های کلیدی

لیست کردن Task ها

شناسایی Task های
تکرار شونده

خوشه بندی Task ها

استخراج Activity



فعالیت های کلیدی

فعالیت های کلیدی برای هر کسب و کاری با توجه 
به ماهیت آن ، متفاوت می باشد .

واحد پشتیبانی

واحد بازاریابی

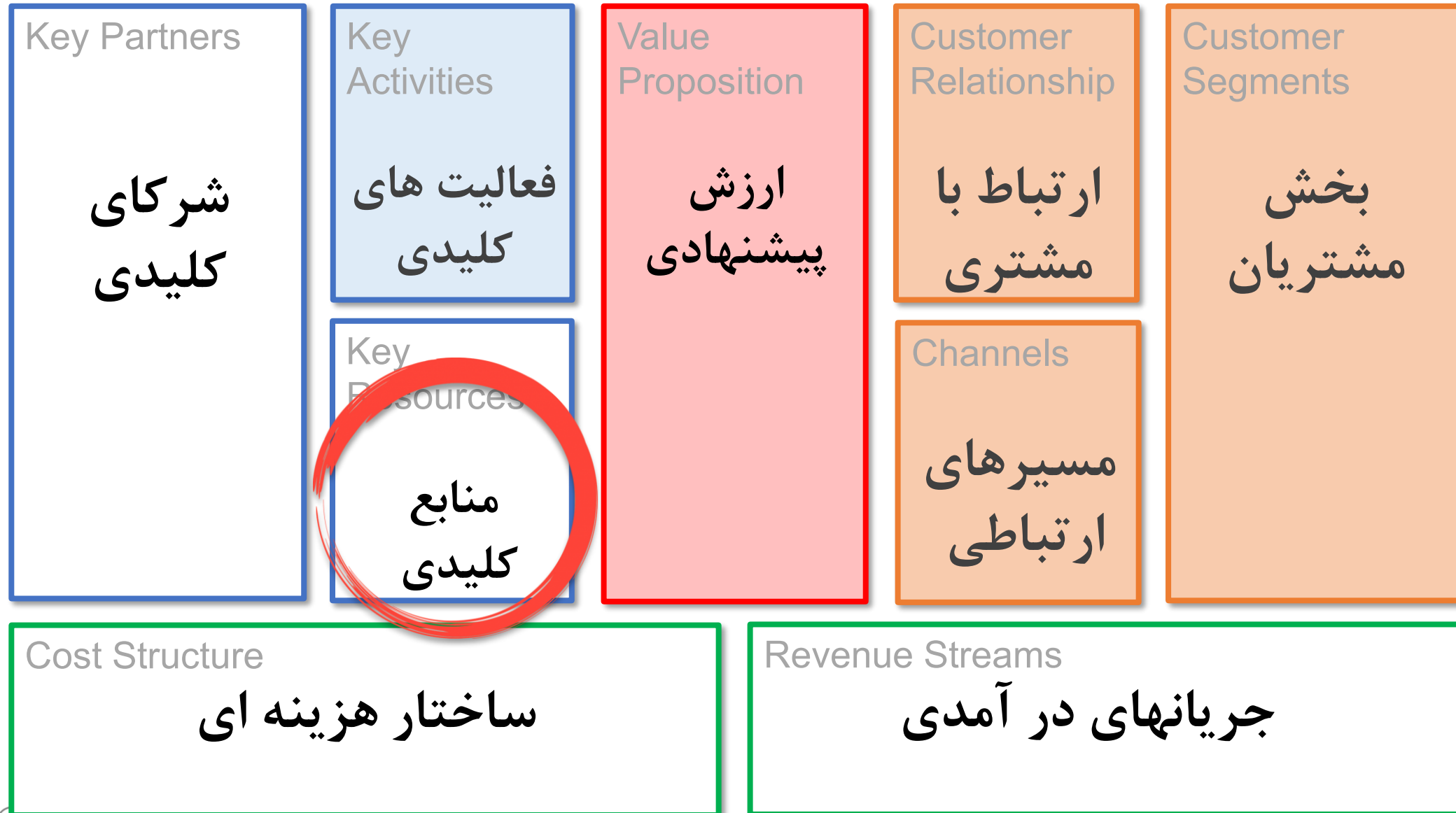
واحد تولید

واحد فروش

واحد انبار

واحد مالی

منابع کلیدی



Key Resources



کدام منبع اگر حذف شود، مدل کسب و کار دچار مشکل می شود ؟

Key Resources



Core Resource

منبع حیاتی

Enabling Resource

منبع پشتیبان

Commodity Resource منبع

قابل جایگزین

انسانی



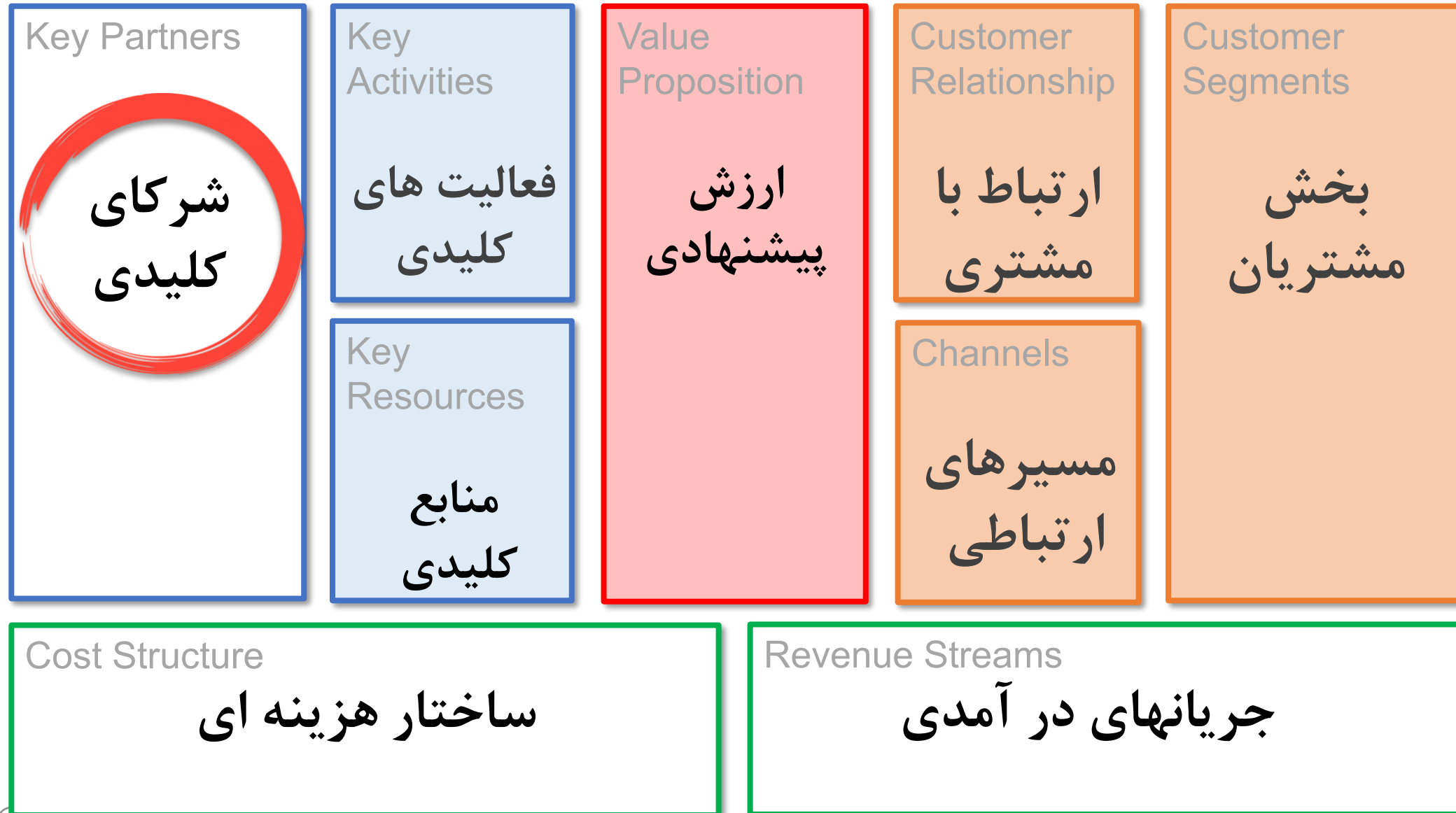
فیزیکی

معنوی



مالی

شرکای کلیدی



Key Partners



شرکای کلیدی

چرا باید شرکای کلیدی داشته باشید؟

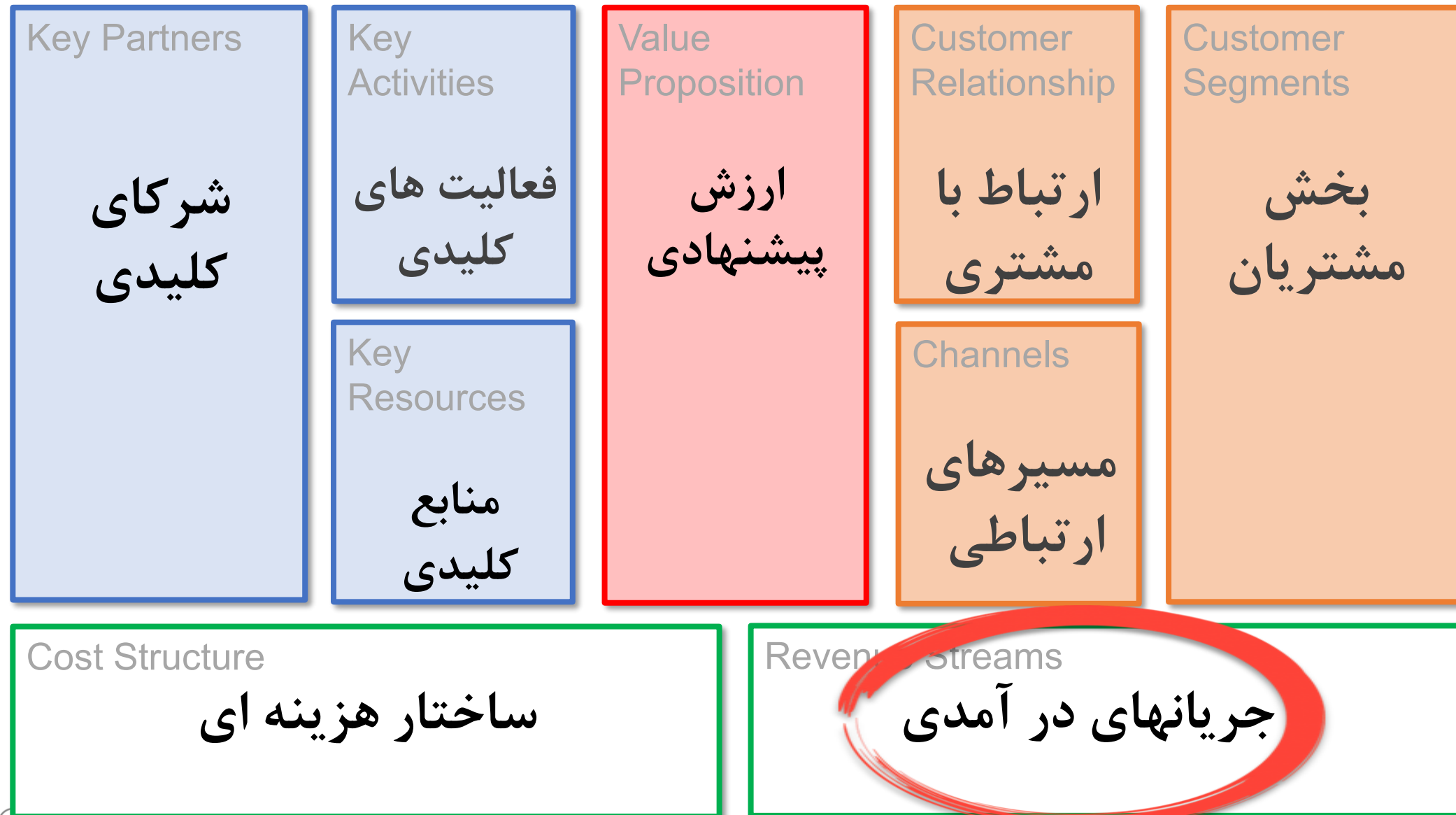
کسب منابع

صرفه اقتصادی

فعالیت های خاص

کاهش ریسک

جریان در آمدی



جریان درآمدی



۱. هر بخش از مشتریان ، واقعاً به ازاء دریافت



چه ارزشی ، تمایل به پرداخت پول دارد ؟

۲. مشتریان در حال حاضر برای چه چیزی و



چگونه هزینه می کنند ؟

۳. هر بخش از جریان درآمدی ، چه سهمی از



کل درآمدها را به خود اختصاص می دهد ؟

۴. تعیین قیمت برای هر بخش از جریان



درآمدی چگونه باید باشد ؟



Who Pays. ۱

مشخص می کند دقیقاً کدام بازیگر در اکوسیستم حاضر است پول پرداخت کند؟

Why They Pay. ۲

توضیح می دهد مشتری بابت کدام ارزش واقعی حاضر به پرداخت است؟

How It Is Calculated. ۳

نشان می دهد قیمت بر چه مبنایی و با چه منطق عددی محاسبه می شود؟

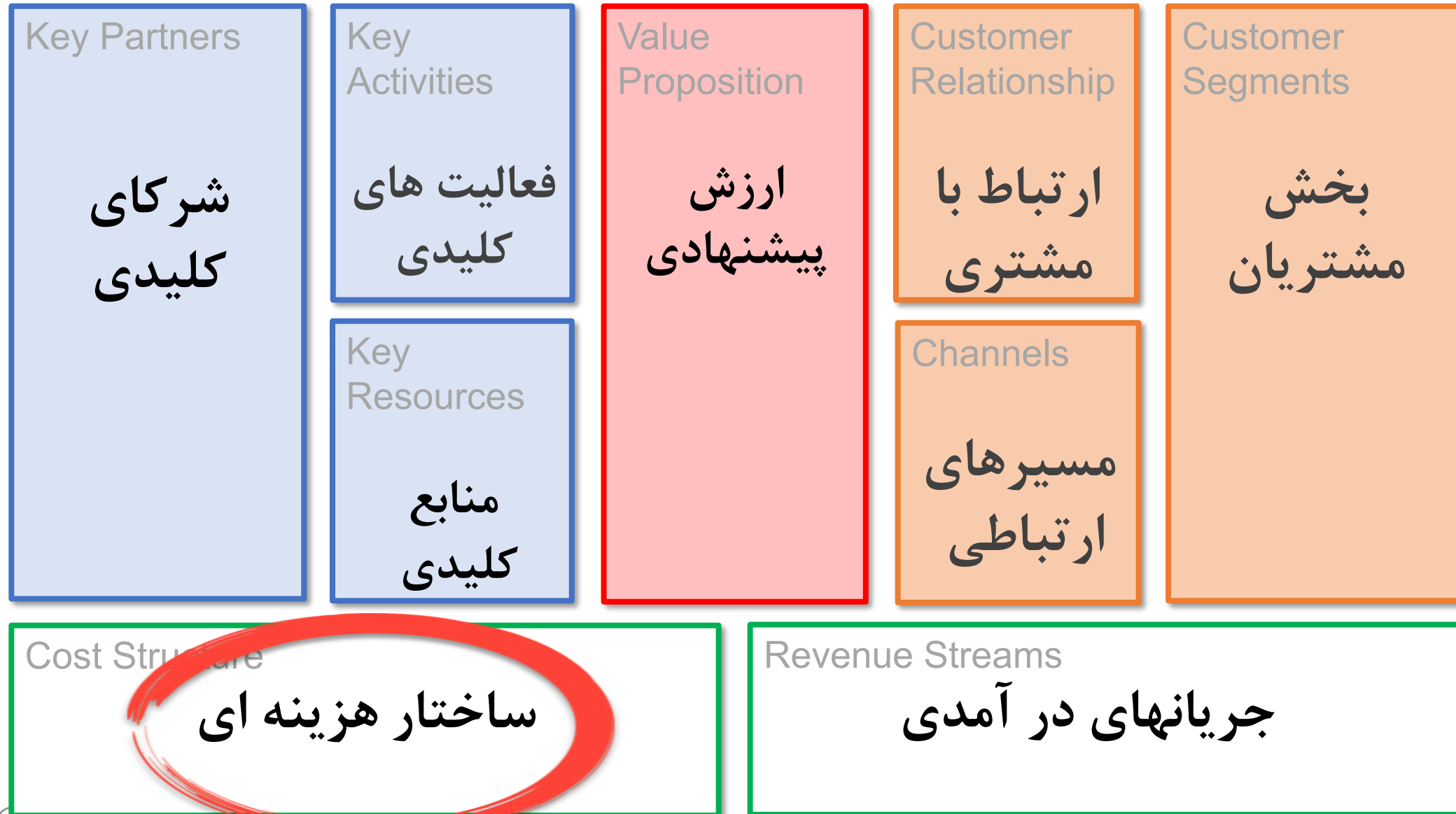
When Money Flows. ۴

زمان و ریتم ورود پول به سازمان را مشخص می کند.

Revenue Risk. ۵

سطح پایداری یا شکنندگی جریان درآمد را آشکار می کند.

ساختار هزینه ای





Fixed Costs

هزینه‌های ثابت : اجاره، حقوق ثابت، زیرساخت

Variable Costs

هزینه‌های وابسته به حجم فعالیت

Economies of Scale

کاهش هزینه با افزایش حجم تولید

Economies of Scope

کاهش هزینه با استفاده مشترک از منابع در چند محصول



ساختار هزینه ای

هزینه‌های ثابت

هزینه‌هایی که مستقل از میزان تولید یا فروش هستند.
این‌ها **تعهدات ساختاری مدل** هستند.

Fixed Costs

مثال‌ها:

- حقوق مدیران
- اجاره دفتر
- زیرساخت فناوری
- تجهیزات

نکته مهم :

مدل‌هایی که Fixed Cost بالایی دارند:

- نیاز به حجم فروش بالاتر دارند.
- ریسک عملیاتی بیشتری دارند.
- انعطاف‌پذیری کمتری دارند.



ساختار هزینه ای

هزینه های متغیر

هزینه هایی که با حجم تولید یا فروش تغییر می کنند.
این ها **هزینه های رشد** هستند.

Variable Costs

مثال ها:

- مواد اولیه
- کمیسیون فروش
- حمل و نقل
- کارمزد پرداخت

نکته مهم:

- مدل هایی با هزینه متغیر بالا:
- در رکود انعطاف پذیرترند.
 - ولی حاشیه سودشان حساس تر است.



ساختار هزینه ای

Economies of Scale

صرفه جویی ناشی از مقیاس

وقتی با افزایش حجم، هزینه متوسط هر واحد کاهش پیدا کند.
چرا رخ می دهد؟

- تقسیم هزینه ثابت بین واحدهای بیشتر
- قدرت چانه زنی بالاتر
- بهره وری بیشتر

مثال:

دیجیکالا

نکته مهم:

صرفه جویی ناشی از مقیاس مزیت در حجم می سازد.
اما: اگر بازار اشباع شود، این مزیت فرو می ریزد.



ساختار هزینه ای

Economies of Scope

صرفه جویی ناشی از تنوع
وقتی منابع مشترک برای چند محصول یا خدمت استفاده
می شوند.

مثال:

یک برند که از یک شبکه توزیع برای چند محصول استفاده
می کند.
یا:

دیزنی که از یک کاراکتر در فیلم، پارک، اسباب بازی و بازی
استفاده می کند.

نکته مهم:

صرفه جویی ناشی از تنوع مزیت هم افزایی می سازد، نه صرفاً
حجم تولید .



**بوم اوستروالددر عمومی است ،
اما هیچ کسب و کاری عمومی نیست.
پس اگر بلوکی برای مدل شما حیاتی است ولی
در بوم نیست، باید آن را اضافه کنید.**

Think Holistically



**Business
Model is a
Living System**

Adapt & Customize

New Block?

+

KPis?

Metrics

Partnerships

Innovation



