

КЛЮЧОВИ ПАРТНЬОРСТВА



КЛЮЧОВИ ДЕЙНОСТИ



КЛИЕНТСКИ ПОЛЗИ (ПРЕДИМСТВА)



ВРЪЗКИ С КЛИЕНТИ



КЛИЕНТСКИ ГРУПИ



КЛЮЧОВИ РЕСУРСИ



КАНАЛИ ЗА ДОСТЪП












РАЗХОДНА СТРУКТУРА



ПОТОЦИ ЗА ПРИХОДИ



| | | | | |
|---|---|---|---|--|
| <p>КЛЮЧОВИ ПАРТНЬОРСТВА </p> <ul style="list-style-type: none"> • Кои са ключовите партньори? • Кои са ключовите доставчици? • Кои ключови ресурси ще се придобиват от партньори? • Кои ключови дейности ще се извършват от партньори? <p>Възможности за партньорства:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Оптимизация и икономия • Намаляване на риск и несигурност • Придобиване на определени ресурси и дейности. | <p>КЛЮЧОВИ ДЕЙНОСТИ </p> <ul style="list-style-type: none"> • Какви ключови дейности изискват клиентските ни ползи; каналите за достъп; връзките с клиенти; потоците за приходи? <p>Категории/видове:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Производство/логистика • Платформа/ network/ • Обучения | <p>КЛИЕНТСКИ ПОЛЗИ (ПРЕДИМСТВА) </p> <p><i>Конкурентните ни предимства</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Какви ползи доставяме на клиента? • Кои от проблемите на клиентите, ние се опитваме да решим? • Какви пакети от продукти и услуги предлагаме за всяка клиентска група? • Кои нужди на клиента, ние задоволяваме? | <p>ВРЪЗКИ С КЛИЕНТИ </p> <ul style="list-style-type: none"> • Какъв вид връзка всеки от нашите клиентски групи очаква от нас да въведем и да поддържаме с тях? • Как са интегрирани тези връзки с бизнес модела? • Колко са скъпи? <p>Примери:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Лична помощ и асистенция • Самообслужване • Персонализация • Автоматични услуги | <p>КЛИЕНТСКИ ГРУПИ </p> <ul style="list-style-type: none"> • За кого създаваме ползи? • Кои са нашите най-важни клиенти? <ul style="list-style-type: none"> • <i>Масов пазар</i> • <i>Нишов пазар</i> • <i>Сегментиран пазар</i> • <i>Различен/нов пазар</i> • <i>Многостранна платформа</i> |
| <p>РАЗХОДНА СТРУКТУРА</p> <ul style="list-style-type: none"> • Какви са най-важните разходи присъщи на бизнес модела? • Кои ключови ресурси са най-скъпи? • Кои ключови дейности са най-скъпи? | <p>КЛЮЧОВИ РЕСУРСИ </p> <ul style="list-style-type: none"> • Какви ресурси изискват клиентските ни ползи; каналите за достъп; връзките с клиенти; потоците за приходи? <p>Видове:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Материални • Интелектуални (търговска марка, патент, авторско право, данни) • Човешки ресурси • Финансови ресурси | <p>Характеристики:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Производителност/изпълнение • Статус • Цена • Намаляния на цени • Намаляване на риск • Достъпност • Удобство/използваемост • Информираност <p>Управление: </p> <ul style="list-style-type: none"> • Ниска цена на предлагане • максимално много автоматични и електронни услуги • Аутсорсинг услуги | <p>КАНАЛИ ЗА ДОСТЪП </p> <ul style="list-style-type: none"> • През кои канали, нашите клиентски групи искат да бъдат достигнати? • Как сега се достига до тях? • Как са интегрирани каналите ни за достъп? • Кои са най-рентабилни? <p>Фази:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Осведоменост/информация 2. Оценка 3. Поръчки/заявки 4. Доставка 5. След продажбата | <p>ПОТОЦИ ЗА ПРИХОДИ </p> <ul style="list-style-type: none"> • За кои ползи нашите клиенти са наистина готови да плащат? • За какво в момента те плащат? • За какво те биха предпочели да плащат? • Колко всеки от потоците за приходи допринася за общите продажби? <ul style="list-style-type: none"> • Видове потоци... • Непроменливи цени... • Променливи цени... |