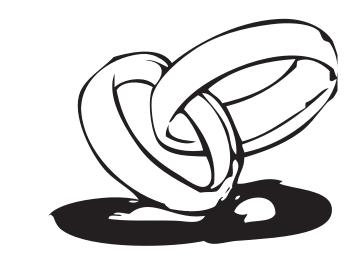
Đối tác chính



Đối tác chủ chốt của chúng ta là ai? Ai là những nhà cung cấp chính? Chúng ta lấy những nguồn lực chính nào từ đối tác? Các đối tác thực hiện các hoạt động chủ chốt nào ?

Động lực cho quan hệ hợp tác:

Tối ưu hóa và tiết kiệm Giảm thiểu rủi ro và bất chắc Sử dụng 1 số nguồn lực và hoạt động nhất định

Hoạt động chính



Tuyên bố giá trị của chúng ta cần có những hoạt động chính nào?

Các kênh phân phối của chúng ta là gì? Mối quan hệ với khách hàng ra sao? Luồng doanh thu như thế nào?

Các mục phân loại hoạt động chính:

Các nguồn lực chính

Các kênh phân phối của chúng ta là gì?

Trí tuệ (Quyền thương hiệu, bản quyền, dữ liệu)

Mối quan hệ với khách hàng ra sao?

Luồng doanh thu như thế nào ?

Các loại nguồn lực

Vật chất

Con người

Tài chính

Tuyên bố giá trị của chúng ta cần những nguồn lực chủ chốt

Sản xuất Giải quyết vấn đề Nền tảng hoặc mạng lưới

Tuyên bố giá trị



Chúng ta muốn truyền tải giá trị nào tới khách hàng? Chúng ta đang cố gắng giải quyết vấn đề nào của khách

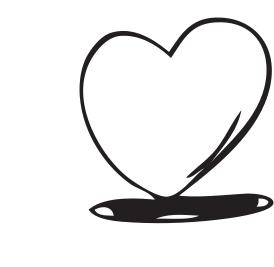
Với mỗi phân khúc khách hàng, chúng ta đang đưa tới sản phẩm và dịch vụ nào?

Chúng ta cần thỏa mãn nhu cầu nào của khách hàng?

Các đặc điểm bao gồm:

Mới vẻ Khả năng tùy chỉnh cao Thiết kế Thương hiệu Giảm chi phí Mức giá Giảm thiểu rủi ro Dễ dàng tiếp cận Tiện lợi, hữu dụng

Môi quan hệ với khách hàng



Khách hàng mong chờ chúng ta tạo lập và duy trì những mối quan hệ như thế nào ?

Chúng ta đã xây dựng những mối quan hệ khách hàng nào? Chúng tích hợp với các yếu tố khác của mô hình kinh doanh ra sao?

Chi phí của chúng ra sao?

Ví dụ về mối quan hệ với khách hàng Trợ giúp cá nhân Dịch vụ tự động Các công cộng

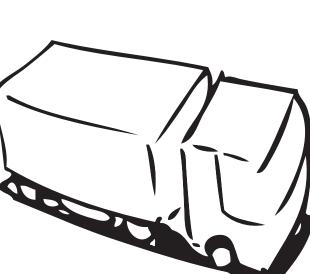
Phân khúc khách hàng



Chúng ta đang tạo ra giá trị cho ai? Ai là những khách hàng quan trọng nhất?

Thị trường rộng lớn Thị trường ngách Phân khúc Đa dạng hóa Nền tảng nhiều chiều

Các Kênh



Phân khúc khách hàng muốn tiếp cận qua những kênh nào? Làm cách nào chúng ta tiếp cận được? Các kênh được tích hợp như thế nào? Kênh nào hiệu quả nhất? Kênh nào mang lại hiệu quả với chi phí thấp nhất? Chúng ta tích hợp với quy trình phục vụ khách hàng như thế

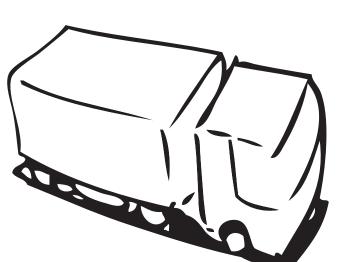
Các giai đoạn trong kênh phân phối

Nhận thức: cách chúng ta nhận thức về sản phẩm và dịch

Đánh giá: làm sao chúng ta giúp khách hàng đánh giá tuyên bố giá trị của tổ chức?

Mua hàng: làm sao chúng ta khiến khách hàng mua sản phẩm, dịch vụ.

Chuyển giao: Cách chuyển tuyên bố giá trị tới khách hàng



Sau mua hàng: làm sao chúng ta cung cấp hỗ trợ khách hàng sau mua hàng

Câu trúc chi phí

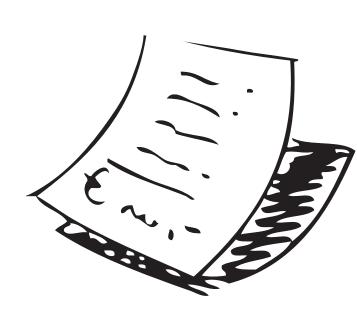
Chi phí quan trọng nhất trong mô hình kinh doanh là gì? Nguồn lực chính nào tốn kém nhất? Hoạt động chủ chốt nào tốn kém nhất?

Liệu mô hình kinh doanh của bạn có

Hướng về chi phí - tối ưu hóa khả năng tự động, giảm tuyên bố giá trị, cấu trúc chi phí gọn nhẹ, sử dụng gia công ngoài. Hướng về giá trị - tập trung vào tạo ra giá trị mới, tuyên bố giá trị vàng.

Các đặc điểm mẫu

Chi phí cố định Chi phí biến đổi Lợi thế kinh tế nhờ quy mô Lợi thế kinh tế theo phạm vi



Luông doanh thu

Vì giá trị nào mà khách hàng sẵn sàng chi tiền ? Họ đang trả tiền vì giá trị nào ? Họ đang trả tiền như thế nào? Họ muốn trả tiền như thế nào ?

Luồng doanh thu đóng góp vào tổng doanh thu như thế nào?

Các loại hình Doanh thu tài sản Chi phí sử dụng Phí đặt mua Cho thuê, thuê Bản quyên Phí mô giới

Quảng cáo

Các mức giá cố định

Giá niêm yết

Phụ thuộc vào phân khúc khách hàng Phụ thuộc vào số lượng mua Phụ thuộc vào tính năng sản phẩm

Giá biến đổi Do thỏa thuận Quản lý lợi tức Thị trường



