Câu 4: Quan hệ khách hàng

Quan hệ sẽ phù hợp với từng phân khúc khách hàng là quan hệ hỗ trợ từ cá nhân, hỗ trợ cá nhân chuyên môn, Sử dụng các dịch vụ tự động hoá, xây dựng cộng đồng khách hàng và đồng sáng tạo và sáng lập.

Hiện tại đã có những mối quan hệ hỗ trợ từ cá nhân, hỗ trợ cá nhân chuyên môn.

Việc này sẽ tốn khoảng chi phí là 10 triệu.

Các mối quan hệ khách hàng nêu trên phù hợp với toàn bộ mô hình kinh doanh canvas, nó sẽ giúp mô hình đem lại lợi nhuận tối đa và khách hàng tiềm năng.

Các quan hệ đặc trưng với khách hàng:

* Trợ giúp cá nhân: Quan hệ này giúp tăng khả năng tương tác với khách hàng của mình. Với cách này nhân viên của doanh nghiệp sẽ là người có quan hệ mật thiết với khách hàng và doanh nghiệp có thể tương tác với khách hàng thông qua chính nhân viên đó. Từ đó, doanh nghiệp tìm kiếm được khách hàng thông qua sự hỗ trợ từ nhân viên.
* Trợ giúp cá nhân chuyên dụng: Là sự tương tác chặt chẽ giữa doanh nghiệp và khách hàng, thông qua một nhóm khách hàng được chỉ định từ một đại diện nào đó. Đồng thời, người đại diện này cần chịu trách nhiệm về toàn bộ trải nghiệm giữa khách hàng và doanh nghiệp, đảm bảo khách hàng luôn liên lạc thường xuyên với người này.
* Tự phục vụ: Ngược với hình thức trên, đôi khi khách hàng không muốn có sự tương tác qua lại giữa doanh nghiệp và bản thân mình, thì lựa chọn tốt nhất là hình thức tự phục vụ chính họ. Khi đó, các doanh nghiệp sẽ cung cấp các dịch vụ để khách hàng tự mua, bán và trải nghiệm sản phẩm, dịch vụ.
* Dịch vụ tự động: Doanh nghiệp có thể sử dụng các dịch vụ tự động, tuỳ chỉnh theo nhu cầu của khách hàng. Mối quan hệ giữa khách hàng và doanh nghiệp sẽ kết hợp quy trình tự động với tự phục vụ. Quy trình này giúp xác định đối tượng khách hàng cụ thể, đồng thời cung cấp những thông tin liên quan đến giao dịch của khách hàng hoặc các đơn đặt hàng.
* Cộng đồng: Khách hàng sẽ được nâng cao trải nghiệm vì hộ có thể chia sẻ các kinh nghiệm trên cộng đồng, cũng như đưa ra những giải pháp hay những thách thức chung. Khách hàng và doanh nghiệp có thể kết nối với nhau mọi lúc mọi nơi theo hình thức trực tuyến. Nhờ vào đó, doanh nghiệp có thể hiểu rõ khách hàng của mình hơn, giúp giải quyết các vấn đề tồn đọng của khách hàng và giúp khách hàng cảm thấy hài lòng với doanh nghiệp hơn.
* Đồng sáng tạo: Qua hình thức này, khách hàng có thể tham gia vào các quá trình xây dựng sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp. Đây là cách giúp doanh nghiệp xây dựng mối quan hệ giữa mình và khách hàng, giúp đôi bên cùng có lợi.

Câu 5: Dòng doanh thu

Người mua hàng sẽ sẵn sàng chi trả hàng hoá/ dịch vụ của doanh nghiệp với giá trị hàng hoá đẹp và rẻ hơn các hàng hoá khác trên thị trường

Khách hàng sẽ chi trả bằng cách nhận hàng và đưa tiền mặt.

Mỗi dòng doanh thu sẽ đóng góp 40% vào tổng doanh thu từ hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp

Một mô hình kinh doanh có thể bao gồm hai loại dòng doanh thu khác nhau:

* Doanh thu qua giao dịch có từ những thanh toán một lần của khách hàng: chiếm 40% trong tổng số doanh thu từ hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.
* Doanh thu định kỳ có từ những thanh toán đang diễn ra để cung cấp giá trị đến khách hàng hoặc hỗ trợ cho khách hàng sau khi mua: chiếm 30% trong tổng số doanh thu tự hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

Một số cách phổ biến để tạo dòng doanh thu:

* Buôn bán tài sản: 10 triệu
* Phí sử dụng: 2 triệu
* Phí đăng ký: 2 triệu
* Phí vay/ thuê: 5 triệu
* Phí sử dụng giấy phép: 2 triệu
* Phí môi giới: 4 triệu
* Phí quảng cáo: 5 triệu