

## جواب سوال ۱:

الف: بحث مشتریان، برای این کسب و کار در بازار جاویره *new market* محقق می‌کند دلیلش اینست که برخلاف بازارانبوه که در نیازهای عمومی تمرکز دارد *Bird Buddy* یک محصول خاص برای یک گروه بسیار مشخص و تعریف شده طراحی کرده است. این محصول نیازهای خاص نیست مثل تلویزیون بلکه دست گذاشته بر نیاز کسانی که دست دارند پرندگان را تربیت کنند، پس رابطه خرید و فروش کننده براساس یک علاقه مشترک و خاص شکل گرفته که تعریف دقیق بازار جاویره است.

ب: ارزش پیشنهادی:

جدید بودن (newness) و انجام کار (Getting the job Done)

دلیل: جدید بودن به این خاطر که با امکان دادن هوش



مصنوع یک طرف گذار ساده، یک نیاز، ملاجید  
و بر طرف کرده. اثباتی که هم به این دلیل که نیست پس بدون  
بزر ریدل پرنده را به جایی مشترک این که در خودش  
عکس میگیرد.

ب و نوع ارتباط با مشترک: جوامع (communities) و  
خدمات خودکار.

دلیل این که جوامع بهترین گزینه است چون لذت  
پرنده نادر در اشتراک گذاشتن عکس با دیگران است و این با  
فضای سازد ما، بر این اشغالات خود را با هم به اشتراک  
بگذارند. خدمات خودکار هم چون سیستم خودش پرنده را تشخیص  
میدهد و پرنده را میگیرد و بر این دقت نیز در اشتراک است  
میکند.



جواب سوال 2:

این استارت آپ از ترکیب مدل‌های رایگان Freemium و

پلتفرم چند وجهی multi-side platform پیروی می‌کند.

الگوی رایگان - در صورت سوال اشاره شده است به مدل

در صورت رایگان قابل استفاده است و برای قابلیت‌های

بیشتر باید هزینه پرداخت شود. این دقیقاً تعریف مدل رایگان است.

بخش عمده کاربران از خدمات پایه به صورت رایگان استفاده می‌کنند و

اقلیت کوچکی باید پرداخت حق اشتراک برابر امکاناتی شریف‌تر

کلاس سیم را بپردازد.

الگو پلتفرم چند وجهی: این الگو زمانی است که دو یا چند گروه

مستقیم یا غیرمستقیم به هم وصل می‌شوند. در اینجا nation فقط

یک ابزار نیست بلکه به عنوان واسطه در میان تولیدکنندگان



قالب می‌تواند قالب فارغ خود را عرضه کنند و به کاربران  
عبارت بفورنشند یعنی *vanation* نقش داشته این عبارت  
و مصرف کنندگان را بایر می‌کند و ارزش آن به حضور هر فرد و وابسته است

جواب سوال 3:

کانون اظهارنظر سر بلوک (ارزش‌ها و پهنای)  
*value Propositions* است. این نوع در اصطلاحات  
نوع درستی مبتنی بر *offer-driven* می‌باشد.  
تأثیر از این ارزش‌ها و انتخاب ارتباط سریع ساده و انعطاف‌پذیر  
است با افکار که در ذهن مشتری می‌سازد. ارزش‌ها و پهنای  
و موارد زیر به آن افکار می‌سازد:

1: محدودیت در اختیار: هر چه مفهومی می‌تواند به کاربران در فروش



پیام ها، ترجمه همنامان معانیات یا خلاصه سایر حجت ها  
صد لایق کتب کند.

② انجام کارها و دستاورد از یک ابزار صرفاً از یک منبع است  
هرگونه تبدیل و سود که در کارها، با یک اصل باعث تغییر، نهاده و  
سفر داخل حجت اینهمه ده.

بنابرین چون این تغییر مستقیماً در خدمت که به مشرب  
ارائه می دهد و اثرگذار دارد و دلیل جدید برای استفاده از دستاورد  
ایجاد می کند، همان مقدار در بلوک ارزش بیفایده قرار دارد.  
جواب سوال 4:

الف: خیر مقیاس پذیر نیست؛ چون مدل کسب و کار  
که ملک به نسبت افکار و اتمه است. یعنی هر چه در مشرب  
زیاد باشد باید همون نسبت استفاده کردن تجربه و هزینه اش را



تصویرت به هم. مثل نذر انزاع نیست که به بار بسیار مع و به سلون

ها نفر فرو شتر اینا هزینه های پاره پاره که در کمال لایه.

ب: استفاده از مدل پاداش معصوم: حد تو نیم اعتبار اجاره از پیر فریل

کنتر. مثلاً بلیغ هر کس الان سر حایه نذر کنه بعداً تخفیف و بزه

مکبره یا خیرا و این کس سر صلیبه که کتت هار حیدر (مثل ویران برز)

است سر صلیبه، اینطور بول خرید لولیه (تغ) هاجور صلیبه.

ب: بازار یاب بدون گدا: چون کس به دنبال این کتت ها

خودش تو اینترنیت سرچ می‌کنه. ما باید معتقاً (مثل نقد ریسر

و ویدیو نت) بازم تا وقت سرچ کردن پیامون کنن، تلفات

مستقیم (برون گدا) هزار کمالر تخفیف و اجاره از خیل

جواب نمیده و بدون تخموم صلیبه.



پایه سوال 5:

پیشنهاد هر بخش: تغییر از مدل B2c به مدل B2B

مسئله اصلی Zame هزینه و حساسیت ناوگان حمل و نقل

نگاه دیگر کامیون ها را به هم می پیونداند. پیشنهاد من این است که

این شرکت به جای اینکه خودش نیز فروشنده باشد، تبدیل به یک

تأمین کننده تکنولوژی برابر استواران هر زنجیره ارزشی مثل

دومینو یا پیراهان شود حالا چرا این مدل مناسب تر است؟

1: حذف گلوگاه لجستیک: با حذف کامیون ها، هزینه کل زنجیره

رسانده و تحریکات حذف می شود.

2: فروش لایسنس دیجیتال: شرکت می تواند ربات ها را صادر کند

و در اختیار هر کسی می گذارد که به هزاران استواران در سراسر دنیا بپردازد

یا جابره ده



3: اگر شیز خاندها را ببریم به چهار ریخت در صبر، می توانند این

سیستم را با یک رادار شیز خاندها را مرکز تر از آن قیمت نفی

کنند که فقط مخصوص دلیوری است. این کار هزینه را انداز

شعب جدید را به شهرت که می رسد در سرعت رشد را چند برابر می کنند.