|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  | | | | |  | | تاریخ | | ورژن |
| بوم مدل کسب‌وکار | | otakureviewer | | |  | |  |  |  |  |  |
|  |  |  | | | | |  | |  | | |
| شرکای کلیدی | فعالیت‌های کلیدی | | ارزش پیشنهادی | | | ارتباط با مشتری | | | بخش‌های مشتری | | |
|  **ناشران و تولیدکنندگان**: همکاری با ناشران برای معرفی و بررسی آثار جدید.   **علاقه‌مندان و منتقدان**: جذب منتقدان و وبلاگ‌نویسان به عنوان شرکای محتوایی.   **سازمان‌های فرهنگی و آموزشی**: همکاری با نهادهای آموزشی برای ترویج مانگا و انیمه به عنوان یک ابزار یادگیری.   **پلتفرم‌های توزیع**: همکاری با پلتفرم‌های دیگر برای افزایش دسترسی به محتوا. |  **تولید محتوا**: تحقیق، نوشتن و منتشر کردن بررسی‌ها و تحلیل‌ها.   **مدیریت جامعه**: نظارت و مدیریت بر گروه‌های بحث و تعاملات کاربران.   **به‌روزرسانی و نگهداری**: اطمینان از به‌روز بودن محتوا و پلتفرم.   **تحلیل داده‌ها**: بررسی رفتار کاربران و استفاده از داده‌ها برای بهبود پیشنهادات | |  **تحلیل‌های عمیق و تخصصی**: ارائه تحلیل‌های دقیق و مستند از مانگا و انیمه‌ها، که به کاربران کمک می‌کند تا به فهم بهتری از محتوا برسند.   **رتبه‌بندی و نظرات جامعه**: امکان امتیازدهی و نظرسنجی از سوی کاربران برای ارائه بازخورد و ارزیابی کیفیت آثار.   **پیشنهادات شخصی‌سازی‌شده**: سیستم پیشنهاددهی که بر اساس سلیقه کاربران، محتوای جدیدی را معرفی می‌کند.   **نقد و بررسی‌های مستقل**: ایجاد اعتماد از طریق نقدهای بی‌طرفانه و مستند که به کاربران کمک می‌کند تا تصمیمات بهتری بگیرند.   **گروه‌های بحث و تبادل نظر**: ایجاد فضایی برای کاربران تا بتوانند تجربیات و نظرات خود را به اشتراک بگذارند. | | | |  **پشتیبانی آنلاین**: ارائه خدمات پشتیبانی از طریق چت آنلاین یا ایمیل برای پاسخ به سوالات کاربران.   **جامعه کاربری**: ایجاد یک جامعه آنلاین برای کاربران تا بتوانند با یکدیگر تعامل داشته باشند و نظرات خود را به اشتراک بگذارند.   **تجربه شخصی‌سازی‌شده**: ارائه پیشنهادات و محتوای خاص بر اساس سلیقه و علایق کاربران.   **محتوای آموزشی**: ارائه مطالب و مقالات آموزشی درباره مانگا و انیمه‌ها به کاربران تازه‌وارد. | |  **علاقه‌مندان به مانگا و انیمه**: افرادی که به دنبال بررسی‌ها و تحلیل‌های عمیق از انیمه‌ها و مانگاها هستند.   **منتقدان و وبلاگ‌نویسان**: افرادی که در زمینه نقد و بررسی آثار فعالیت دارند و به دنبال بستری برای انتشار نظراتشان هستند.   **دانشجویان و محققان**: افرادی که به دنبال منابع معتبر برای تحقیقات خود در این حوزه هستند.   **خانواده‌ها و والدین**: والدینی که به دنبال محتوای مناسب برای فرزندانشان هستند.   **توسعه‌دهندگان و تولیدکنندگان**: افرادی که به دنبال بازخورد از مخاطبان برای بهبود کارهای خود هستند. | | |
| منابع کلیدی | | کانال‌ها | |
|  **تیم محتوا**: نویسندگان و منتقدانی که توانایی تولید محتوای باکیفیت را دارند.   **پلتفرم فناوری**: وب‌سایت و اپلیکیشنی که تجربه کاربری خوبی را ارائه دهد.   **پایگاه داده**: ایجاد و نگهداری از یک پایگاه داده قوی شامل اطلاعات مانگا و انیمه‌ها.   **شبکه‌های اجتماعی و بازاریابی**: منابع برای مدیریت و تبلیغ برند از طریق شبکه‌های اجتماعی. | |  **وب‌سایت و اپلیکیشن موبایل**: ارائه محتوای بررسی‌ها، رتبه‌بندی‌ها و پیشنهادات از طریق یک پلتفرم کاربرپسند.   **شبکه‌های اجتماعی**: استفاده از پلتفرم‌های اجتماعی (مثل اینستاگرام، توییتر و فیسبوک) برای جذب کاربران و به اشتراک‌گذاری محتوا.   **ایمیل مارکتینگ**: ارسال خبرنامه‌ها و به‌روزرسانی‌های مرتبط با جدیدترین محتوا و پیشنهادات به کاربران.   **یوتیوب و پادکست**: تولید محتوای ویدیویی و صوتی برای جذب توجه بیشتر و ایجاد تعامل با کاربران. | |
| ساختار هزینه **هزینه‌های فناوری** **هزینه‌های تولید محتوا**  **هزینه‌های بازاریابی** . **هزینه‌های عمومی و اداری** | | | | جریان‌های درآمدی تبلیغات. اشتراک گذاری ویزه. فروش محتوای دیجیتال. همکاری با ناشران | | | | | | | |
|  | | | |  | | | | | | | |