

# بوم مدل کسب و کار (Business Model Canvas)

## ۱. بخش مشتریان (Customer Segments)

- مشتریان هدف ما چه کسانی هستند؟
- چه ویژگی‌هایی (جمعیت‌شناختی، رفتاری، جغرافیایی) دارند؟
- بزرگ‌ترین مشکلات و نیازهای مشتریان چیست؟
- آیا مشتریان ما حاضرند برای حل مشکلشان هزینه کنند؟
- کتاب‌خوان‌ها: افرادی که به دنبال کتاب‌های جدید برای مطالعه هستند.
- دانشجویان: کسانی که به دنبال تهیه کتاب‌های دانشگاهی با قیمت کمتر یا تعویض آن با دیگران هستند.
- کلکسیونرهای کتاب: علاقه‌مندان به کتاب‌های خاص، نایاب یا نسخه‌های چاپ قدیمی.
- کتاب‌فروش‌های کوچک: کتاب‌فروشی‌هایی که می‌خواهند کتاب‌های دست‌دوم خود را بفروشند یا با دیگران معاوضه کنند.

## ۲. ارزش پیشنهادی (Value Propositions)

- چه ارزشی را برای مشتریان خود ایجاد می‌کنیم؟
- چگونه محصول یا خدمات ما مشکل مشتریان را حل می‌کند؟
- چه چیزی ما را از رقبا متمایز می‌کند؟
- آیا ارزش پیشنهادی ما منحصربه‌فرد و سخت‌تقلید است؟
- امکان خرید و فروش کتاب‌های دست‌دوم به سادگی و با هزینه کمتر از کتاب‌فروشی‌ها.
- امکان تعویض کتاب بدون نیاز به پرداخت پول.
- دسترسی به کتاب‌های نایاب یا خاص که دیگر چاپ نمی‌شوند.

## بوم مدل کسب و کار (Business Model Canvas)

ایجاد یک جامعه از کتاب‌خوان‌ها برای به اشتراک‌گذاری تجربیات خواندن.

### ۳. کانال‌های ارتباطی (Channels)

- چگونه مشتریان از وجود ما باخبر می‌شوند؟
- از چه کانال‌هایی می‌توانیم ارزش پیشنهادی خود را به مشتری برسانیم؟
- آیا کانال‌های ما آنلاین، آفلاین یا ترکیبی هستند؟
- چگونه می‌توانیم تجربه بهتری در استفاده از این کانال‌ها ایجاد کنیم؟

- وبسایت (پلتفرم اصلی برای خرید، فروش و تعویض کتاب)

- اپلیکیشن موبایل (برای دسترسی سریع‌تر)

### ۴. ارتباط با مشتریان (Customer Relationships)

- چگونه با مشتریان تعامل داریم؟ (خودکار، انسانی، ترکیبی؟)
- چه اقداماتی برای حفظ مشتریان انجام می‌دهیم؟
- آیا برنامه‌ای برای وفاداری مشتریان داریم؟
- چگونه بازخورد مشتریان را دریافت و بهبود می‌دهیم؟
- پشتیبانی آنلاین و چت برای کمک به کاربران در خرید و فروش.
- سیستم امتیازدهی و نظرات برای ارزیابی کتاب‌ها و اعتمادسازی بین کاربران.
- خبرنامه و پیشنهادهای شخصی‌سازی شده بر اساس علاقه‌مندی کاربران.
- فروم‌ها و گروه‌های گفتگو برای تعامل بیشتر بین کاربران.

## بوم مدل کسب و کار (Business Model Canvas)

### ۵. جریان های درآمدی (Revenue Streams)

- مشتریان چگونه و برای چه چیزی به ما پول پرداخت می کنند؟
- مدل قیمت گذاری ما چگونه است؟ (اشتراک، فروش مستقیم، کمیسیون و ...)
- آیا راه هایی برای افزایش درآمد از مشتریان فعلی وجود دارد؟
- چگونه می توانیم درآمدهای مداوم و پایدار داشته باشیم؟
- دریافت کارمزد از هر معامله (مثلاً ۵٪ از قیمت فروش هر کتاب)
- **اشتراک ویژه** (برای دریافت امکانات بیشتر مانند تبلیغ کتاب ها، ارسال رایگان و غیره)
- **تبلیغات در سایت** (برای ناشران، کتاب فروشی ها یا نویسندگان مستقل)
- **حمل و نقل و ارسال کتاب** (اگر خود پلتفرم مسئول ارسال باشد، می تواند هزینه ای برای حمل و نقل دریافت کند)

### ۶. منابع کلیدی (Key Resources)

- برای ارائه ارزش پیشنهادی، به چه منابعی نیاز داریم؟
- مهم ترین دارایی های ما (مالی، انسانی، فیزیکی، فکری) چیست؟
- کدام منابع ما را از رقبا متمایز می کند؟
- آیا به سرمایه گذاری خاصی در منابع نیاز داریم؟
- پلتفرم آنلاین (وبسایت و اپلیکیشن)
- بانک اطلاعاتی کتاب ها و کاربران
- تیم پشتیبانی و خدمات مشتری
- شبکه توزیع و حمل و نقل (در صورت ارسال مستقیم توسط سایت)

## بوم مدل کسب و کار (Business Model Canvas)

### ۷. فعالیتهای کلیدی (Key Activities)

- چه فعالیتهایی برای ارائه ارزش پیشنهادی ضروری هستند؟
- مهم‌ترین فرآیندهای عملیاتی ما چیست؟
- چه اقداماتی باعث بهینه‌سازی هزینه و افزایش ارزش می‌شود؟
- آیا فعالیتهای ما مقیاس‌پذیر هستند؟

- طراحی و توسعه وبسایت و اپلیکیشن
- مدیریت و پشتیبانی از کاربران
- بازاریابی دیجیتال و تبلیغات
- برقراری همکاری با ناشران و کتاب‌فروشی‌ها
- بهینه‌سازی سیستم جستجو و پیشنهاد کتاب‌ها

### ۸. شرکای کلیدی (Key Partners)

- برای موفقیت، به همکاری با چه شرکایی نیاز داریم؟
- کدام فعالیتهای ما را بهتر است برون‌سپاری کنیم؟
- چگونه می‌توانیم با تأمین‌کنندگان و همکاران استراتژیک همکاری بهتری داشته باشیم؟

- آیا مشارکتهای ما به کاهش ریسک یا هزینه کمک می‌کنند؟

- ناشران و کتاب‌فروشی‌ها (برای تأمین کتاب‌های جدید یا تبلیغات)
- شرکت‌های حمل‌ونقل (برای ارسال کتاب‌ها)
- نویسندگان مستقل (که می‌توانند کتاب‌هایشان را در پلتفرم بفروشند)

## بوم مدل کسب و کار (Business Model Canvas)

- شبکه‌های اجتماعی و اینفلوئنسرهای حوزه کتاب (برای تبلیغات و جذب کاربران)

### ۹. ساختار هزینه (Cost Structure)

- بزرگ‌ترین هزینه‌های ما چیست؟
- آیا هزینه‌های ما ثابت یا متغیر هستند؟
- کدام هزینه‌ها را می‌توان کاهش داد؟
- آیا ساختار هزینه‌های ما با مدل درآمدی‌مان سازگار است؟

- هزینه توسعه و نگهداری سایت و اپلیکیشن
- هزینه تبلیغات و بازاریابی
- هزینه‌های پشتیبانی مشتریان
- هزینه‌های سرور و هاستینگ
- هزینه‌های پردازش پرداخت‌ها