**FORMULIR BMC LOMBA BUSINESS PLAN**

**IT CONVERT BUSINESS PLAN 2024**

**TINGKAT NASIONAL 2024**

1. Nama Tim :
2. Nama Ketua :
3. Nama Anggota : 1.

2.

3.

1. Asal Sekolah/Instansi :
2. Sub Tema :
3. Judul Business Plan :
4. Deskripsi Produk :

**THE BUSINESS MODEL CANVAS**

| *Key Partners* | | *Key Activites* | | *Value Proposition* | | *Customer Relationships* | | *Customer Segments* | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| *Key Resources* | | *Channels* | |
| *Cost Structures* | | | | | *Revenue Streets* | | | | |

**PENJELASAN MENGENAI BUSINESS MODEL CANVAS (OPTIONAL)**

Peserta diperbolehkan memberikan penjelasan lebih lanjut mengenai poin poin BMC pada lembar ini.

* Key Partners

Terdapat beberapa kategori pada key partners yaitu optimisasi dan ekonomi skala, pengurangan resiko dan ketidakpastian, akuisisi sumber daya dan aktivitas tertentu. Partnership yang dicantumkan dapat memenuhi kebutuhan bisnis untuk membuat solusi yang ditawarkan dan mampu mendorong bisnis untuk terus berkembang serta menjadikannya *sustainable business*.

* Key Activities

Terdapat beberapa kategori pada key activites yaitu produksi, problem solving (pemecahan masalah), platform/jaringan. Kegiatan yang dilakukan selaras dengan bisnis yang dikembangkan dan mampu membuat model bisnis beroperasi dengan sukses.

* Key Resources

Terdapat beberapa kategori pada key resources yaitu physical, intellectual, human, financial. Sumber daya yang diidentifikasi memenuhi kebutuhan perusahaan untuk menciptakan dan menawarkan value proposition serta mencakup seluruh aspek kebutuhan perusahaan (fisik, intelektual, manusia, dan keuangan).

* Value Proposition

Solusi yang ditawarkan bersifat unik, mengikuti perkembangan zaman (up to date), mampu menyelesaikan masalah pelanggan, dan memenuhi kebutuhan spesifik pelanggan.

* Customer Relationship

Beberapa aspek penting dari customer relationship yaitu customer acquisition (Pencapaian pelanggan), customer retention (Pemeliharaan pelanggan), boosting sales (upselling) (Meningkatkan penjualan). Perusahaan mampu menarik pelanggan baru dan membuat mereka kembali untuk menggunakan atau membeli solusi yang telah dibuat serta sangat peduli terhadap kenyamanan pelanggan terhadap pengalaman mereka dalam menggunakan solusi yang ditawarkan.

* Channels

Beberapa fungsi dari channels terdiri dari meningkatkan kesadaran di antara pelanggan tentang produk dan layanan sebuah perusahaan, membantu pelanggan mengevaluasi Usulan Nilai sebuah perusahaan, memungkinkan pelanggan untuk membeli produk dan layanan tertentu, mengirimkan Usulan Nilai kepada pelanggan, dan memberikan dukungan pelanggan pasca-pembelian. Jenis channel terbagi menjadi dua yaitu, Partner dan Own yang terdiri dari Direct dan Indirect. Channel yang dibangun memiliki keseimbangan yang tepat dengan mengintegrasikan jenis channel sehingga mampu memberikan pengalaman pelanggan yang luar biasa dan memaksimalkan pendapatan.

* Customers Segments

Target pasar telah dikelompokkan ke dalam beberapa segmen berdasarkan kebutuhan atau karakteristik tertentu secara rinci dan dalam jumlah yang rasional untuk dicapai.

* Cost Structure

Jenis cost structure terdiri dari Cost-driven dan Value-driven. Biaya yang dikeluarkan telah mencakup seluruh aspek model bisnis yang akan dijalankan dan telah diminimalisir sedikit mungkin.

* Revenue Streams

Rincian pendapatan atau sumber-sumber yang berkontribusi mengisi kas perusahaan, baik secara langsung melalui proses pertukaran produk/jasa atau tidak langsung sesuai dengan model bisnis yang dijalankan dan terkonsep dengan baik.