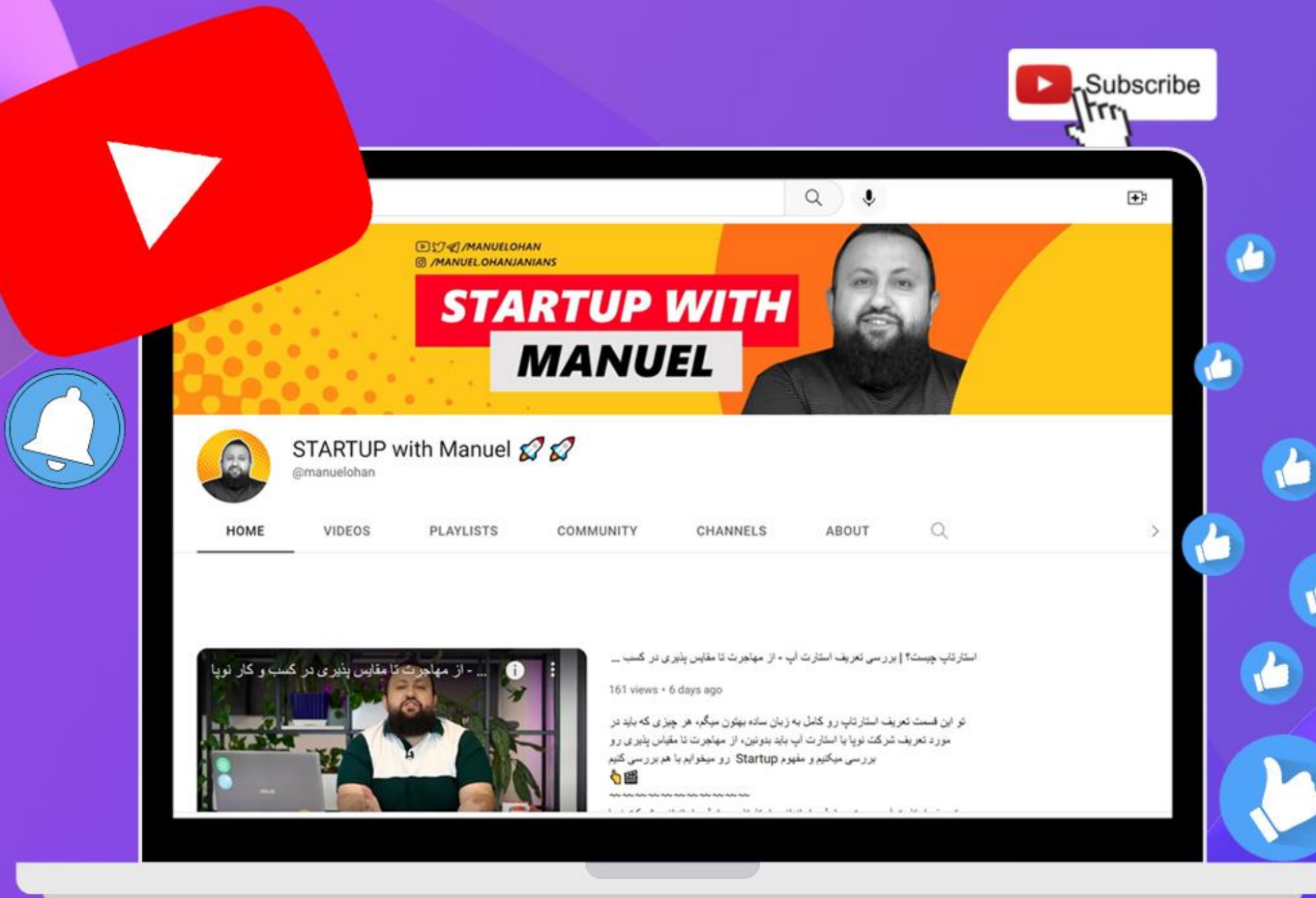


# بوم ناب

ارائه از مانوئل اوهانجانیانس



کلی آموزش و گفتگوی تجربه‌محور ویژه استارت‌آپ‌ها و کسب و کارهای اینترنتی بصورت رایگان تو کانال یوتیوب من:  
[youtube.com/@manuelohan](https://youtube.com/@manuelohan)



استارتاپ چیه؟

# استارت‌آپ؟

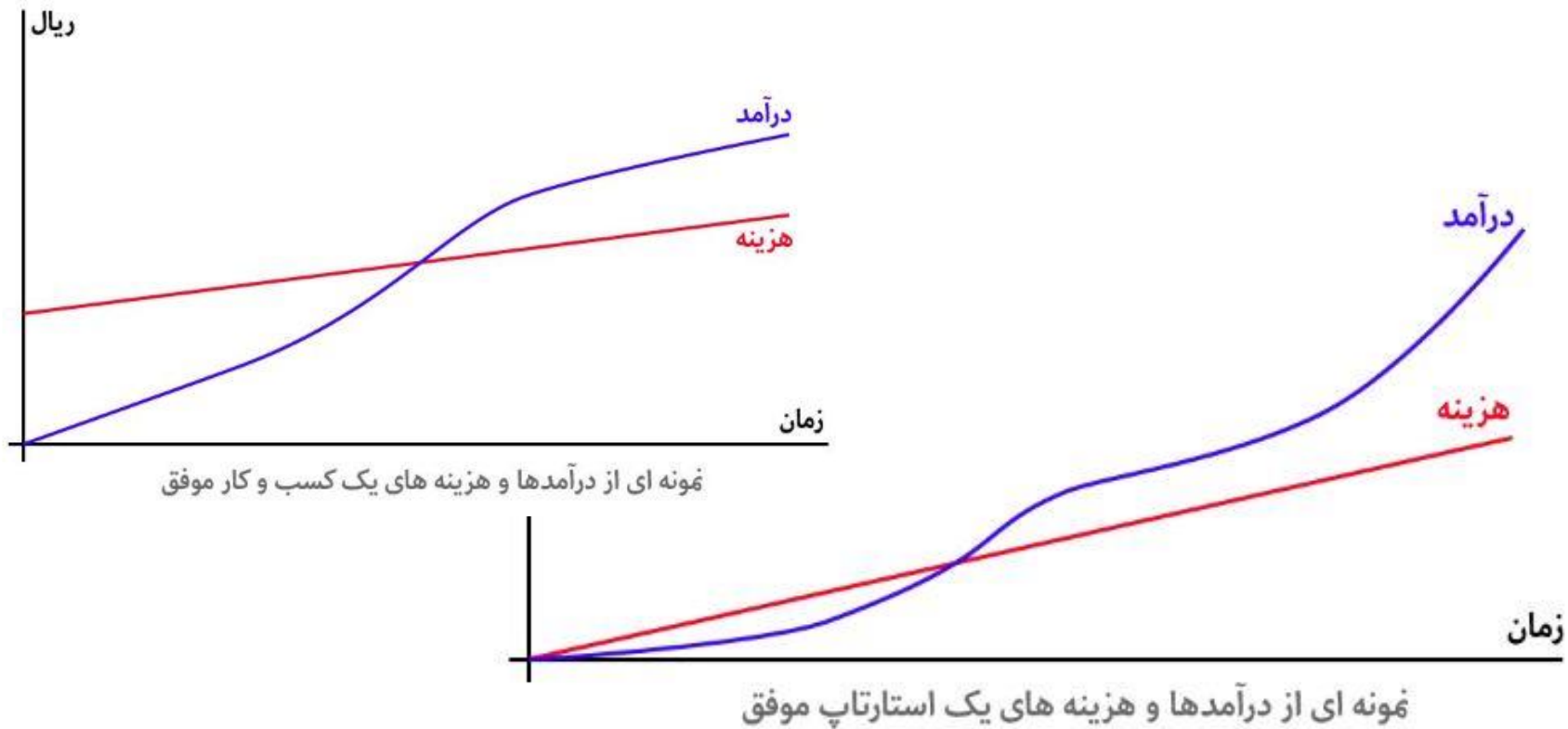
یه سازمان موقته که تو شرایط عدم قطعیت و ریسک بالا دنبال یه مدل کسب و کار:

- پایدار،
- تکرار پذیر،
- مقیاس پذیر،
- با هدف رشد سریع



# مقیاس پذیری!

## جنگ اصلی: مقیاس پذیری



# چطور بیزنس مدل مقیاس پذیر داشته باشیم؟

روش اول:

فناوری

روش دوم:

برون سپاری

روش سوم:

پلتفرمی

# یه استارتاپ محصول محور!

physical startup - Google x VB 100 noteworthy young st Hero Medication Manage x does clone business mod x

https://herohealth.com/our-product

HERO Our Product Reviews Give \$50 / Get \$50 ★★★★★ 4.9/5 Stars


## The In-Home Medication Manager

→ Get The First Year Of Subscription Free

**\$399** ★★★★★ 4.9/5 Stars **\$33/mo** Starting at 0% APR with **affirm**

[Buy Now](#) [Learn More](#)

✓ 100 Day Risk Free Trial ✓ 1-Year Warranty HSA/FSA APPROVED





"With Hero, Mom's finally able to keep track of her medication. So now, instead of worrying if she forgot to take her pills, I get to enjoy cooking and shopping with her!"

— Karenine H, Caregiver to her Mom

young st x Hero Health - A dose of c x does clone business mod x

Give \$50 / Get \$50

### Your Cart

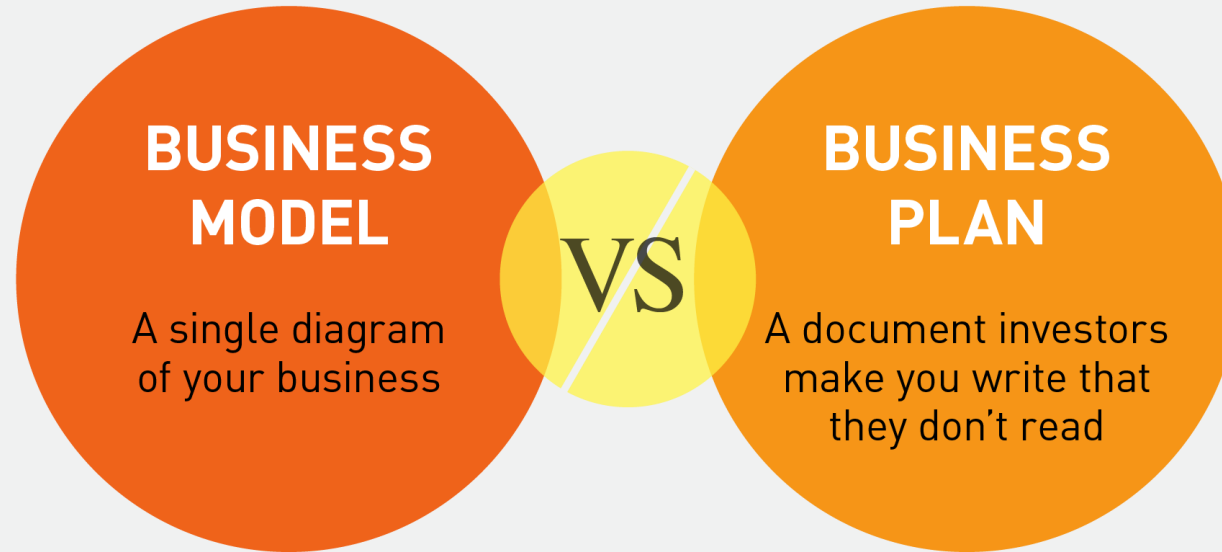
	Hero Dispenser	1	\$399.00
	FREE 12-month Subscription		<del>\$119.88</del>
Total			\$399.00

[Checkout](#)

Shipping and taxes calculated at checkout

Starting at **\$33.25/mo** with **0% APR** **affirm**

# مدل کسب و کار و طرح کسب و کار












**STARTUPS MODEL, COMPANIES PLAN**



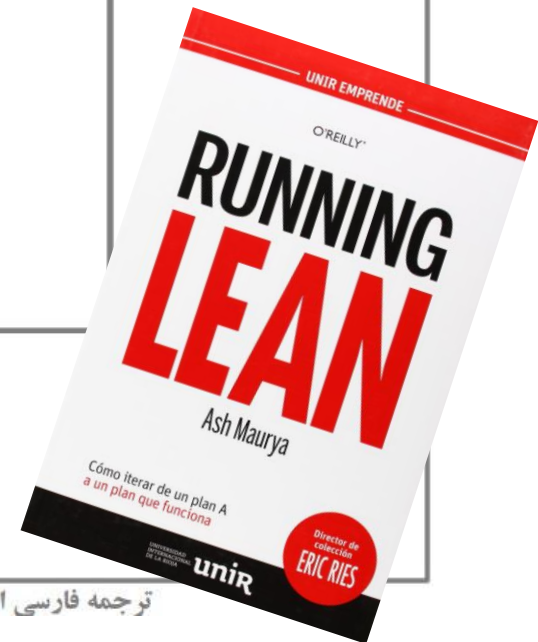
# BUSINESS MODEL

مدل کسب و کار قراره تو یه صفحه بگه  
چطوری ارزش خلق میکنی و ارزش میگیری...

# بوم مدل کسب و کار

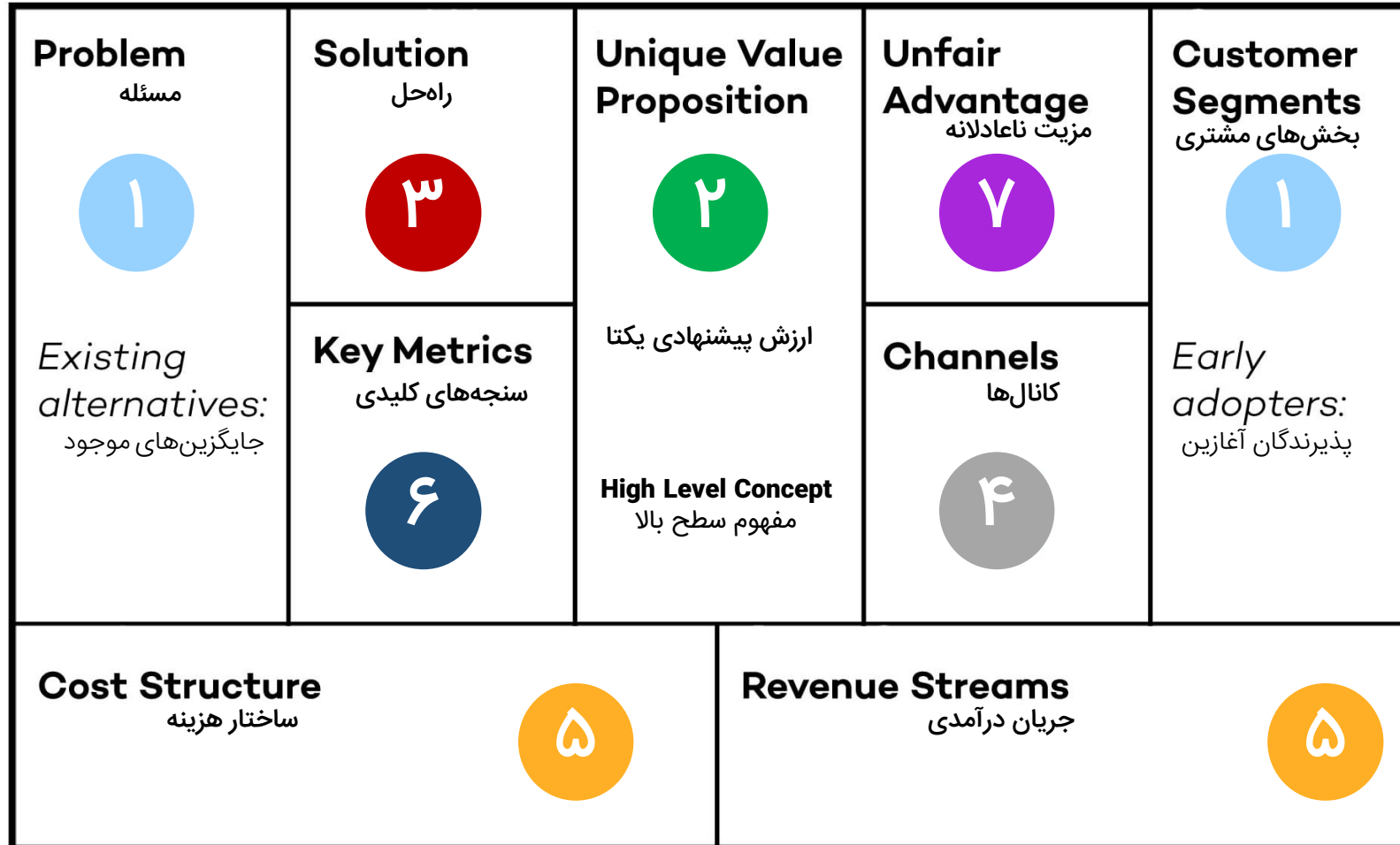
 <p>شرکای کلیدی</p>	 <p>فعالیت‌های اصلی</p>	 <p>ارزش پیشنهادی</p>	 <p>ارتباط با مشتریان</p>	 <p>بخش مشتریان</p>
 <p>ساختار هزینه‌ها</p>	 <p>منابع اصلی</p>		 <p>کانال توزیع</p>	
		 <p>جریان درآمد</p>		

# بوم ناب!



ترجمه فارسی از <http://www.LeanStartup.ir> نسخه اصلی <http://www.businessmodelgeneration.com>

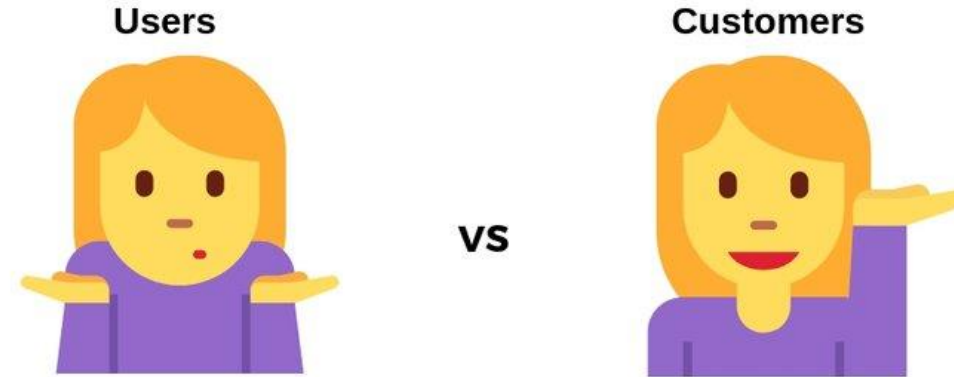
# چجوری پرش کنیم؟



# گام اول: مشتری و مسئلہ



# مشتری کیه؟!



سؤال اصلی:


کی به تعداد زیاد با دفعات تکرار زیاد، مشکلی که می‌گین داره؟ (به شما احتیاج پیدا می‌کنه)



**Snapp!**

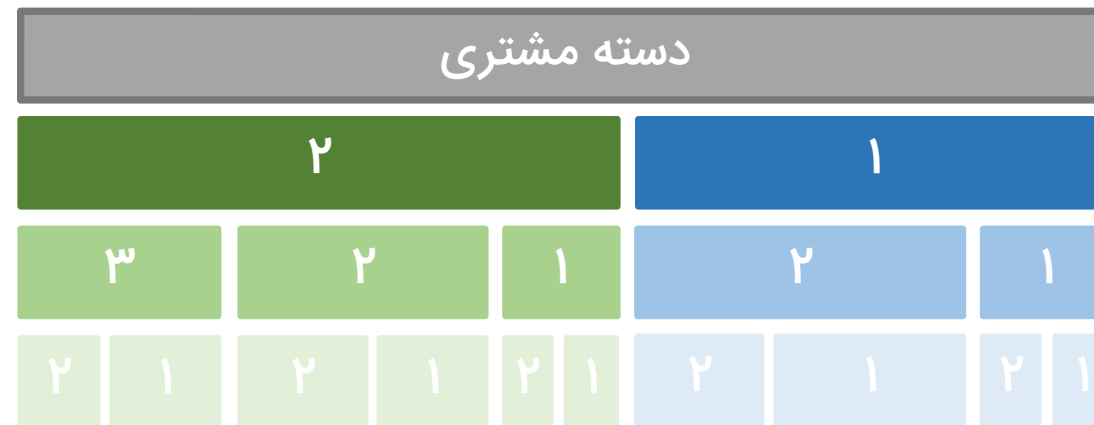
# مشتری کیه؟

مشتری (اونیکه پول میده) یا کاربر/یوزر (اونیکه استفاده میکنه یا حتی شاید پول بده)، مسئله اینه!

کجا؟	مشتری	کاربر
	اسکایپ اوت (برای تماس‌های غیر اسکایپی)	اسکایپ فری (تماس‌های اسکایپی)
	راننده! (کارمزد سفر)	مسافر (اوناییکه کرایه میده)
	نردبان (فروشنندگان)	خریداران و فروشنندگان (آگهی‌های رایگان، خریداران)
	تبلیغات (تبلیغ‌دهنده‌ها)	مشاهده‌کنندگان/محتوا (تماس‌های اسکایپی)

## 4 Types of Market Segmentation

iEduNote.com





## كدوم بخش؟

Segments	Pain	Pay	Size	Reach	MVP	Values	Total
Segment 01	1-10	1-10	1-10	1-10	1-10	1-10	Total Point
Segment 02	1-10	1-10	1-10	1-10	1-10	1-10	Total Point
Segment 03	1-10	1-10	1-10	1-10	1-10	1-10	Total Point
Segment 04	1-10	1-10	1-10	1-10	1-10	1-10	Total Point

# نیازها و دردهای مشتری

## موانع

چیزهایی که یا جلوی کار مشتری رو (حتی از همان ابتدای کار) میگیره یا سرعت انجامشونو کم می کنه  
مثلا: برای انجام دقیق این کار، وقت ندارم یا توانایی مالی برای به کارگیری راهکارهای موجود رو ندارم

## ریسک ها ( نتایج بالقوه ناخواسته)

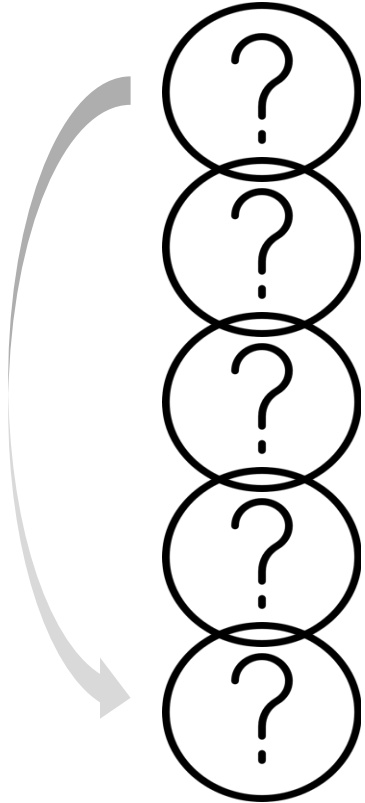
چیزهایی که ممکنه غلط از آب دربیاد و پیامدهای منفی مهمی داشته باشه  
مثلا: اگه از این راهکار استفاده کنم، ممکنه اعتبارمو از دست بدم یا وجود حفره ای امنیتی، ممکنه برامون فاجعه بار باشه.

## نتایج، مشکلات و ویژگی های ناخواسته

**کارکردی:**  
راهکاری که موثر نیست یا خوب کار نمی کنه یا اثرات جانبی منفی داره  
**اجتماعی:**  
در انجام این کار بد به نظر می رسم  
**احساسی:**  
هر وقت این کار را انجام می دم احساس بدی دارم  
**پشتیبان:**  
آزار دهنده ست که برای این کار به مغازه برم  
**ویژگی های ناخواسته ای که مشتری دوست نداره:**  
مثلا: دویدن تو سالن ورزشی کسل کننده س یا این طراحی زشته!

برگرفته از کتاب طراحی ارزش پیشنهادی، انتشارات آریانا قلم

# تکنیک پنج چرا؟!



۱. به مشکل کلی رو بنویسین

۲. حداکثر تا ۵ بار پرسین چرا؟!

۳. اینجوری به مشکلی اصلی پی می برید

۴. ما تو بخش مشتری یک تا سه تا مشکل بیشتر نمی خواهیم!

۵. قرار نیست همه مشکلاتو حل کنیم!



تو دوره‌های آموزشی که تهران برگزار میشه،  
شرکت‌کنندگان غیر تهرانی کم هستن!



چرا از شهرهای غیر تهران کمتر میان؟ (چرای ۱)

چون هزینه تموم شده دوره براشون  
زیاد میشه

۲

چرا هزینه تموم شده دوره براشون زیاده؟ (چرای ۲)

چون هزینه رفت و آمد و اسکانشون م  
به هزینه دوره اضافه میشه

۳

چرا هزینه ایاب و ذهاب اضافه میشه؟ (چرای ۳)

چون مجبورن برای شرکت تو دوره  
بیان تهران

۴

چرا مجبورن پاشن بیان تهران؟ (چرای ۴)

چون مجبورن تو دوره، حضور  
فیزیکی داشته باشن





چرا مجبورن تو دوره حضور فیزیکی داشته باشن؟ (چرایِ ۵)

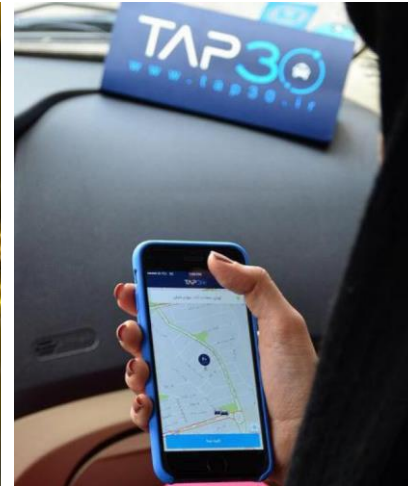
**چون راه دیگه‌ای وجود نداره!**



# جایگزین‌های موجود

الان مشتریانون چجوری مشکلشون (مشکلاتشون) رو حل می‌کنن؟

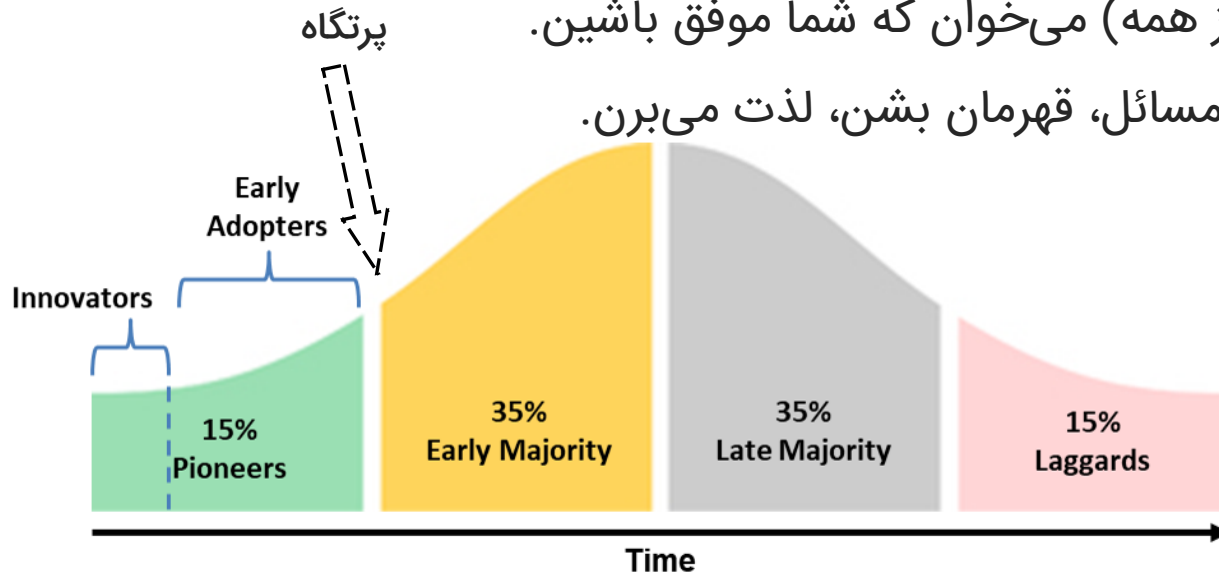
# Snapp!™



# پذیرندگان آغازین

اوناییکه همین الان مشتریتون میشن چون...

- دنبال یه راه جدیدن تا مساله شونو حل کنن (توجه اصلی شون حل مساله مشخصه)
- تو تصمیم گیری خرید به حرفای بقیه زیاد اتکا نمی کنن.
- اونا میخوان بهتون کمک کنن و (بهتر از همه) میخوان که شما موفق باشین.
- از فرصت هایی که اجازه می ده تا با حل مسائل، قهرمان بشن، لذت می برن.



Copyright © 2021 CPM Investing LLC

پذیرندگان نو جوان  
آغازین



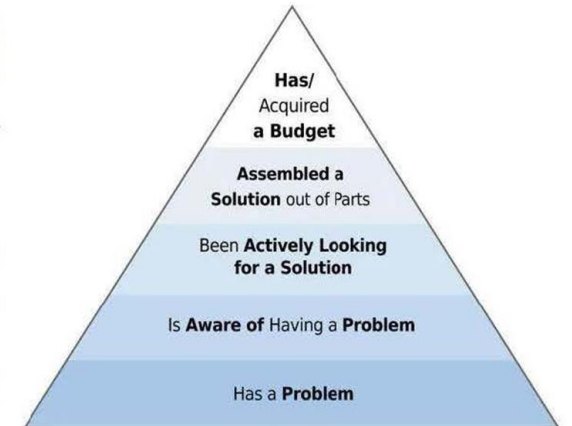
اکثریت  
پیشرو



اکثریت  
پیشگام

دیر پذیران

THE  
EARLY  
ADOPTER  
PYRAMID



<div>PROBLEM</div> <div>مسئله</div> <div>یک تا سه مسئله مهم برای هر بخش مشتری-کاربر بنویسین</div> <div><div>- نامنظم بودن تامین نان</div><div>- هزینه متغییر سفارش در ماه</div></div> <div><div>- عدم وجود درآمد ثابت ماهیانه</div><div>- هدررفت حداکثر ظرفیت روزانه</div></div> <div>EXISTING ALTERNATIVES جایگزین های موجود</div> <div>الان مشتری-کاربر چجوری مشکلتشونو حل می کنن</div> <div><div>سفارش دستی و موردی</div><div>سفارش های بالک موردی</div></div>	<div>SOLUTION</div> <div>راه حل</div> <div>در قالب چه راه حلی ارزش های پیشنهادیتونو برای حل مشکلات ارائه می دین</div>	<div>UNIQUE VALUE PROPOSITION</div> <div>ارزش پیشنهادی یکتا</div> <div>دلیل خاصی که مشتری برای حل مشکلتش جایگزین موجودشو میذاره کنار و به شما توجه می کنه</div> <div><div>HIGH-LEVEL CONCEPT</div><div>مفهوم سطح بالا</div><div>اسنپ فود: اسنپ برای غذا استادکار: اسنپ برای خدمات منزل</div></div>	<div>UNFAIR ADVANTAGE</div> <div>مزیت ناعادلانه</div> <div>مزیتی که به راحتی قابل کپی یا خریداری نیست</div>	<div>CUSTOMER SEGMENTS</div> <div>بخش مشتری-کاربر</div> <div>یک بخش مشخص از مشتری یا کاربر بنویسین</div> <div><div>فست فودی های مرکز شهر تهران</div><div>نان فانتزی های مرکز شهر تهران</div></div> <div><div>EARLY ADOPTERS</div><div>پذیرندگان آغازین</div><div>اول سراغ کیا میرین؟</div><div><div>فلافلی های منطقه ۸</div><div>فانتزی های کوچک م ۸</div></div></div>
	<div>KEY METRICS</div> <div>سنجه های کلیدی</div> <div>چجوری متوجه بشیم درست داریم پیش میریم</div>		<div>CHANNELS</div> <div>کانال ها</div> <div>معمولا مشتری-کاربر کجان؟ مسیر رسیدن بهشون کجاست</div>	
<div>COST STRUCTURE</div> <div>ساختار هزینه</div> <div>هزینه های ثابت و متغیر رو لیست کنین</div>		<div>REVENUE STREAMS</div> <div>جریان های درآمدی</div> <div>منابع اصلی درآمدیتون رو بنویسین</div>		

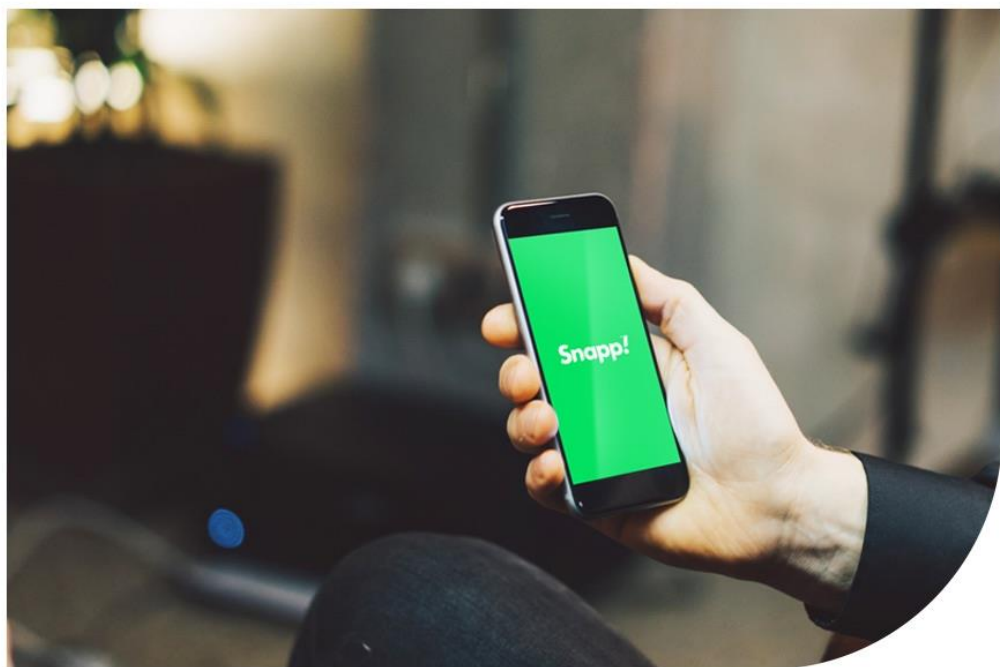


# گام دوم: ارزش پیشنهادی یکتا



# هرم ارزش (دلایل خوب!)





**Snapp!**

تأثیر اجتماعی



خود تعالی

تغییر دهنده زندگی



خود شکوفایی امید بخشی



انگیزش

ارثی

احساس تعلق

احساسی



کاهش اضطراب



پاداش دهی



نوستالژی



طراحی / زیبایی



ارزش نشان



رفاه



ارزش درمانی



سرگرمی



دسترس پذیری



جذابیت

کارکردی



صرفه جویی در زمان



تسهیل کننده



پولساز



کاهنده ریسک



سازمان دهنده



یکپارچه ساز



برقرار کننده ارتباط



کاهنده تلاش



کم دردسر بودن



کاهنده هزینه ها



کیفیت



تنوع



جذابیت احساسی



اطلاعات



دلایل خوب



مانوئل اوهانجانيانس



Q All

📍 Maps

 Images

 Videos

 Shopping

⋮ More

## Tools

About 20.500 results (0,41 seconds)

<https://manuelohan.com> · [Translate this page](#) 

گمان‌نویس‌های مانوئل اوهانجانیانس - همه چیز در مورد استارت‌آپ‌ها و ...

نوشته های من در مورد استارتاپ ها و کسب و کارهای اینترنتی.

<https://www.instagram.com> › manuel.... · [Translate this page](#) 

Manuel Ohanjanians - Instagram

manuel.ohanjanians. Follow. Manuel Ohanjanians. Entrepreneur به زندگیم خوش اومدین من ماثول

او هانجانایانس: پدر مارن، همسر آدرینه و موسس ایسمینار

<https://eseminar.tv> › [teacher](#) › ...[مانوئل](#) · [Translate this page](#) 

مانوئل اوهانجانيانس - ایسمینار

ماتوئل او هانجانائیس برای برگزاری وینار از ایسمینار استفاده کرده است. تمام وینارهای ماتوئل او هانجانائیس، موسس

و مدیر ایسمینار، مشاور و منتور کسب و کار ...

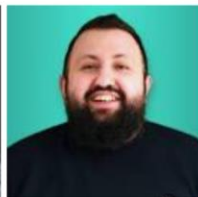
You've visited this page 2 times. Last visit: 11/1/21



1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Next

Images for مانوئل او هانجانينانس



## Feedback

# مفهوم سطح بالا

ارائه آسانسوری به خطی از اینکه چرا شما (با مفهومی که بقیه می‌شناسن)



اسنپ خدمات منزل  
(مثل اسنپ اما برای سرویس‌کارها)



مثل تاکسی اما ارزون‌تر،  
آسون‌تر و امن‌تر



اسنپ رستوران‌ها  
(مثل اسنپ اما برای سفارش غذا)

<div>PROBLEM</div> <div>مسئله</div> <div>یک تا سه مسئله مهم برای هر بخش مشتری-کاربر بنویسین</div> <div><div>- نامنظم بودن تامین نان</div><div>- هزینه متغیر سفارش در ماه</div></div> <div><div>- عدم وجود درآمد ثابت ماهیانه</div><div>- هدررفت حداکثر ظرفیت روزانه</div></div> <div>EXISTING ALTERNATIVES جایگزین‌های موجود</div> <div>الان مشتری-کاربر چجوری مشکلتشونو حل می‌کنن</div> <div><div>سفارش دستی و موردی</div><div>سفارش‌های بالک موردی</div></div>	<div>SOLUTION</div> <div>راه حل</div> <div>در قالب چه راه‌حلی ارزش‌های پیشنهادیتونو برای حل مشکلات ارائه می‌دین</div> <div><div>KEY METRICS</div><div>سنجه‌های کلیدی</div><div>چجوری متوجه بشیم درست داریم پیش میریم</div></div>	<div>UNIQUE VALUE PROPOSITION</div> <div>ارزش پیشنهادی یکتا</div> <div>دلیل خاصی که مشتری برای حل مشکلتش جایگزین موجودشو میذاره کنار و به شما توجه می‌کنه</div> <div><div>- آرامش خیال (تامین منظم نان)</div><div>- کاهش هزینه</div><div>- قیمت ثابت</div></div> <div><div>- افزایش درآمد</div><div>- آرامش خیال (سفارش ماهیانه منظم)</div></div> <div>HIGH-LEVEL CONCEPT مفهوم سطح بالا</div> <div>اسنپ فود: اسنپ برای غذا استادکار: اسنپ برای خدمات منزل</div> <div>اسنپ سازمانی برای نان!</div>	<div>UNFAIR ADVANTAGE</div> <div>مزیت ناعادلانه</div> <div>مزیتی که به راحتی قابل کپی یا خریداری نیست</div> <div><div>CHANNELS</div><div>کانال‌ها</div><div>معمولا مشتری-کاربر کجان؟ مسیر رسیدن بهشون کجاست</div></div>	<div>CUSTOMER SEGMENTS</div> <div>بخش مشتری-کاربر</div> <div>یک بخش مشخص از مشتری یا کاربر بنویسین</div> <div><div>فست‌فودی‌های مرکز شهر تهران</div><div>نان فانتزی‌های مرکز شهر تهران</div></div> <div>EARLY ADOPTERS پذیرندگان آغازین</div> <div>اول سراغ کیا میرین؟</div> <div><div>فلافلی‌های منطقه ۸</div><div>فانتزی‌های کوچک م ۸</div></div>
<div>COST STRUCTURE</div> <div>ساختار هزینه</div> <div>هزینه‌های ثابت و متغیر رو لیست کنین</div>		<div>REVENUE STREAMS</div> <div>جریان‌های درآمدی</div> <div>منابع اصلی درآمدیتون رو بنویسین</div>		



گام سوم:  
راه حل



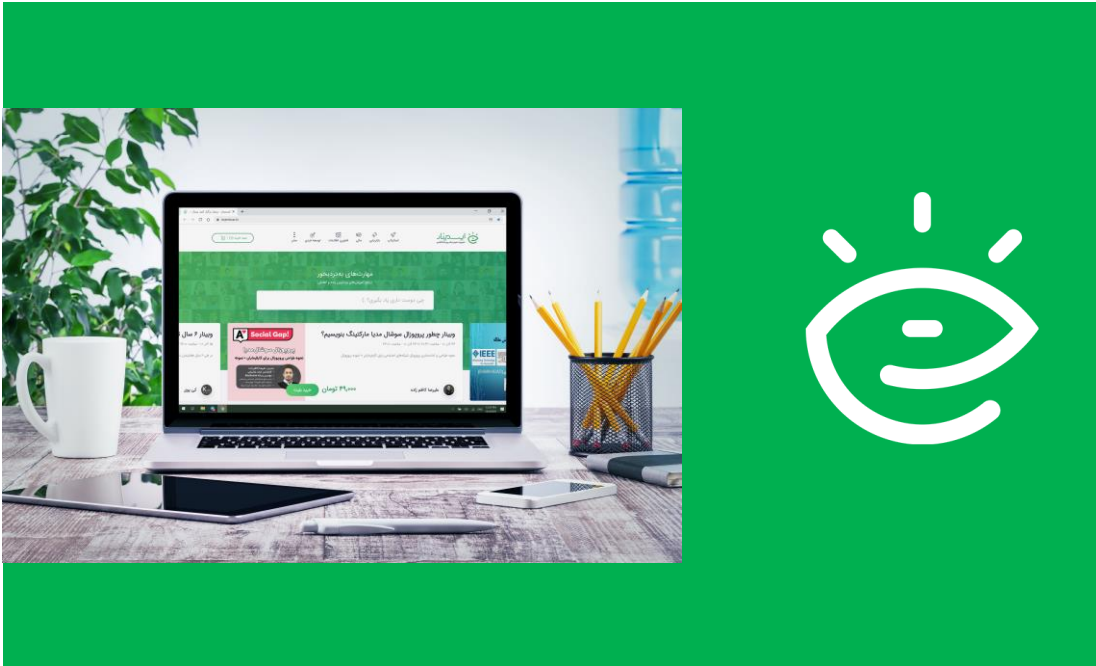


راه حل

باید بگید چجوری ارزش‌های پیشنهادیتون رو برای مشتریون ایجاد میکنید...

- برای هر کدوم از ارزش‌های پیشنهادیتون چه ایده‌ای دارین؟ (تکنیک چطور...)
- سعی کنین نوآورانه‌ترین راه‌حل‌ها رو ارائه بدید.
- معمولا اینجوری نوشته میشه: پلتفرم، وبسایت یا اپی که.... فلان کارا را میکنه یا ویژگی‌ها رو داره.

# یک مشکل! دو راه حل...



<div>PROBLEM</div> <div>مسئله</div> <div>یک تا سه مسئله مهم برای هر بخش مشتری-کاربر بنویسین</div> <div><div>- نامنظم بودن تامین نان</div><div>- هزینه متغیر سفارش در ماه</div></div> <div><div>- عدم وجود درآمد ثابت ماهیانه</div><div>- هدررفت حداکثر ظرفیت روزانه</div></div> <div><div>EXISTING ALTERNATIVES جایگزین‌های موجود</div><div>الان مشتری-کاربر چجوری مشکلتشونو حل می‌کنن</div><div><div>سفارش دستی و موردی</div><div>سفارش‌های بالک موردی</div></div></div>	<div><div>SOLUTION</div><div>راه حل</div><div>در قالب چه راه‌حلی ارزش‌های پیشنهادیتونو برای حل مشکلات ارائه می‌دین</div><div><div>پلتفرم سفارش ماهیانه نان با امکان مدیریت سفارشات و...</div></div></div> <div><div>KEY METRICS</div><div>سنجه‌های کلیدی</div><div>چجوری متوجه بشیم درست داریم پیش میریم</div></div>	<div><div>UNIQUE VALUE PROPOSITION</div><div>ارزش پیشنهادی یکتا</div><div>دلیل خاصی که مشتری برای حل مشکلتش جایگزین موجودشو میذاره کنار و به شما توجه می‌کنه</div><div><div>- آرامش خیال (تامین منظم نان)</div><div>- کاهش هزینه</div><div>- قیمت ثابت</div></div><div><div>- افزایش درآمد</div><div>- آرامش خیال (سفارش ماهیانه منظم)</div></div></div> <div><div>HIGH-LEVEL CONCEPT</div><div>مفهوم سطح بالا</div><div>اسنپ فود: اسنپ برای غذا استادکار: اسنپ برای خدمات منزل</div><div><div>اسنپ سازمانی برای نان!</div></div></div>	<div><div>UNFAIR ADVANTAGE</div><div>مزیت ناعادلانه</div><div>مزیتی که به راحتی قابل کپی یا خریداری نیست</div></div> <div><div>CHANNELS</div><div>کانال‌ها</div><div>معمولا مشتری-کاربر کجا؟ مسیر رسیدن بهشون کجاست</div></div>	<div><div>CUSTOMER SEGMENTS</div><div>بخش مشتری-کاربر</div><div>یک بخش مشخص از مشتری یا کاربر بنویسین</div><div><div>فست‌فودی‌های مرکز شهر تهران</div><div>نان فانتزی‌های مرکز شهر تهران</div></div><div><div>EARLY ADOPTERS</div><div>پذیرندگان آغازین</div><div>اول سراغ کیا میرین؟</div><div><div>فلافلی‌های منطقه ۸</div><div>فانتزی‌های کوچک م ۸</div></div></div></div>
<div><div>COST STRUCTURE</div><div>ساختار هزینه</div><div>هزینه‌های ثابت و متغیر رو لیست کنین</div></div>	<div><div>REVENUE STREAMS</div><div>جریان‌های درآمدی</div><div>منابع اصلی درآمدیتون رو بنویسین</div></div>			



# گام چہارم: کانال‌ها







### مسیرهای رسیدن به مشتریون برای اینکه بهشون نشون بدین راه‌حلتون چطور قراره مشکلشونو حل کنه...

- جاهایی که معمولا مشتریاتون اونجان رو لیست کنین.
- از چه ابزارهایی استفاده میکنن بیشتر از چه نوع ارتباطی استفاده میکنن و باهاش راحت‌ترن؟
- روش‌های پیدا کردن و جذب مشتریاتون چیست؟
- کانال‌ها میتونن رایگان یا پولی، مستقیم یا غیر مستقیم، درونی و بیرونی باشن.

<div>PROBLEM</div> <div>مسئله</div> <div>یک تا سه مسئله مهم برای هر بخش مشتری-کاربر بنویسین</div> <div><div><div>- نامنظم بودن تامین نان</div><div>- هزینه متغیر سفارش در ماه</div></div><div><div>- عدم وجود درآمد ثابت ماهیانه</div><div>- هدررفت حداکثر ظرفیت روزانه</div></div></div> <div><div>EXISTING ALTERNATIVES</div><div>جایگزین‌های موجود</div><div>الان مشتری-کاربر چجوری مشکلتشونو حل می‌کنن</div><div><div>سفارش دستی و موردی</div><div>سفارش‌های بالک موردی</div></div></div>	<div><div>SOLUTION</div><div>راه حل</div><div>در قالب چه راه‌حلی ارزش‌های پیشنهادیتونو برای حل مشکلات ارائه می‌دین</div><div><div>پلتفرم سفارش ماهیانه نان با امکان مدیریت سفارشات و...</div></div></div> <div><div>KEY METRICS</div><div>سنجه‌های کلیدی</div><div>چجوری متوجه بشیم درست داریم پیش میریم</div></div>	<div><div>UNIQUE VALUE PROPOSITION</div><div>ارزش پیشنهادی یکتا</div><div>دلیل خاصی که مشتری برای حل مشکلتش جایگزین موجودشو میذاره کنار و به شما توجه می‌کنه</div><div><div><div>- آرامش خیال (تامین منظم نان)</div><div>- کاهش هزینه</div><div>- قیمت ثابت</div></div><div><div>- افزایش درآمد</div><div>- آرامش خیال (سفارش ماهیانه منظم)</div></div></div><div><div>HIGH-LEVEL CONCEPT</div><div>مفهوم سطح بالا</div><div>اسنپ فود: اسنپ برای غذا استادکار: اسنپ برای خدمات منزل</div><div><div>اسنپ سازمانی برای نان!</div></div></div></div>	<div><div>UNFAIR ADVANTAGE</div><div>مزیت ناعادلانه</div><div>مزیتی که به راحتی قابل کپی یا خریداری نیست</div></div> <div><div>CHANNELS</div><div>کانال‌ها</div><div>معمولا مشتری-کاربر کجا؟ مسیر رسیدن بهشون کجاست</div><div><div><div>مراجعه حضوری - فودبلاگرها - اتحادیه</div><div>مراجعه حضوری - اتحادیه</div></div></div></div>	<div><div>CUSTOMER SEGMENTS</div><div>بخش مشتری-کاربر</div><div>یک بخش مشخص از مشتری یا کاربر بنویسین</div><div><div>فست‌فودی‌های مرکز شهر تهران</div><div>نان فانتزی‌های مرکز شهر تهران</div></div><div><div>EARLY ADOPTERS</div><div>پذیرندگان آغازین</div><div>اول سراغ کیا میرین؟</div><div><div>فلافلی‌های منطقه ۸</div><div>فانتزی‌های کوچک م ۸</div></div></div></div>
<div><div>COST STRUCTURE</div><div>ساختار هزینه</div><div>هزینه‌های ثابت و متغیر رو لیست کنین</div></div>		<div><div>REVENUE STREAMS</div><div>جریان‌های درآمدی</div><div>منابع اصلی درآمدیتون رو بنویسین</div></div>		



# گام پنجم: جریان‌های درآمدی و ساختار هزینه



# گام پنجم: جریان‌های درآمدی

سعی کنید جریان درآمدی ایجاد کنید نه درآمد! اینجا باید بگید جریان اصلی درآمدی‌تون چی هست!



جریان درآمدی

- برای ام وی پی‌تون پول بگیرید! هر چند خیلی کم... (این یعنی مهمترین گام اعتبارسنجی راه‌حل)
- از بین مدل‌های درآمدی موجود یک یا دو تا که به نظرتون برای مشتری‌تون و ارزش پیشنهادیتون مناسبه انتخاب کنید
- سریع یاد بگیرید تا سریع اصلاح کنید
- برای قیمت‌گذاری از جایگزین‌های موجود و البته از خود مشتری‌تون کمک بگیرید

# انواع مدل‌های درآمدی

Transaction-based model

Commission-based  
models

Affiliate/Referral model

API-based Model

Donation-based or pay-  
what-you-want models

Advertisement-based  
model

# انواع مدل‌های درآمدی



Windows

Licensing/one-time purchase



فیلمو

Subscription/recurring payment



Pay-per-use



دیوار

Freemium/upselling



mailchimp

Hybrid pricing

Transaction-based model

# انواع مدل‌های درآمدی

Flat rate

Percent of transaction size

Tiered commission

Commission-based  
models



alibaba.ir

Snapp!™

upwork™

# انواع مدل‌های درآمدی



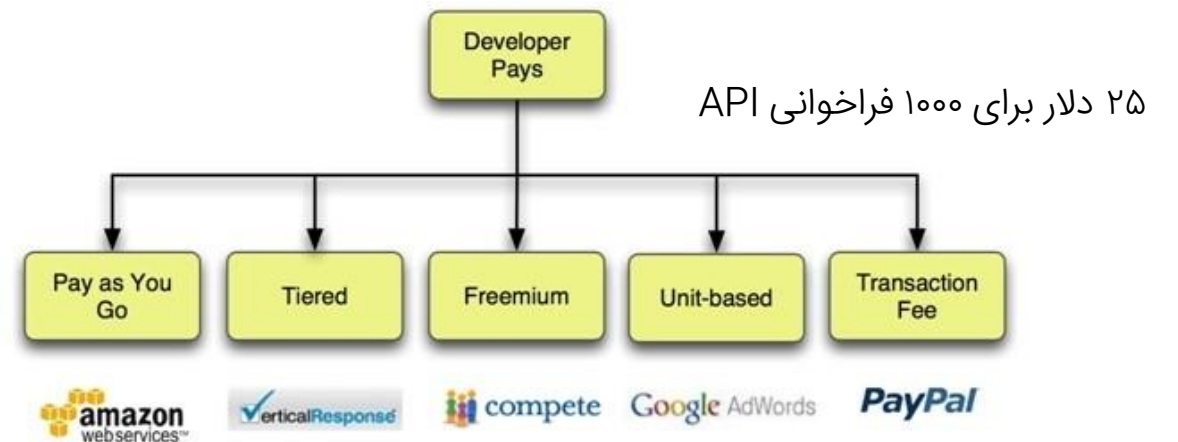
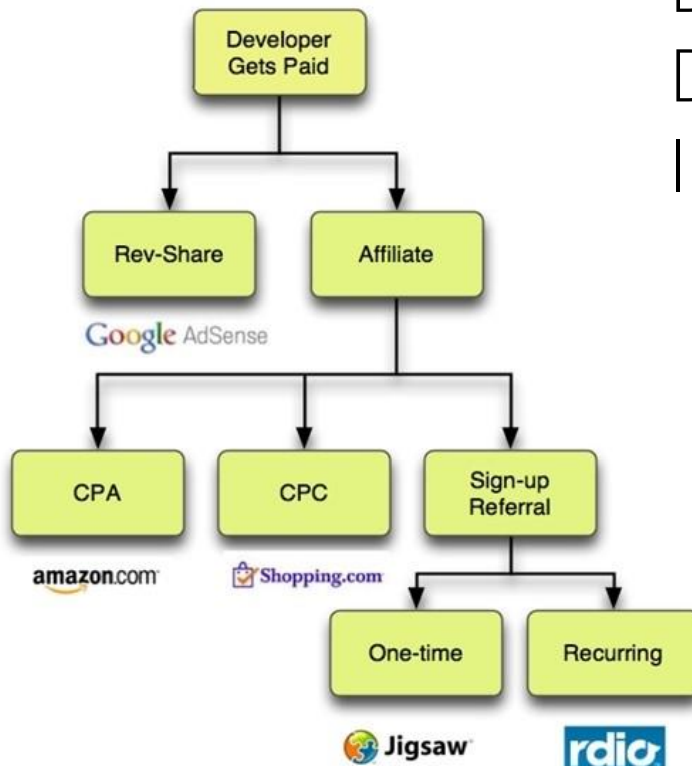
Affiliate/Referral model



# انواع مدل‌های درآمدی

Free  
Developer Pays  
Developer gets paid  
Indirect

API-based Model



# انواع مدل‌های درآمدی



## Donate to Adblock Plus

Adblock Plus is—and always will be—free. Our mission is to provide users with tools and protect them from unwanted and malicious elements. Your donation directly h

Name a fair amount: USD ▾

Make a **one-time** donation:

☐ \$10 ☐ \$15 ☐ \$20

☒ \$35 ☐ \$50

Or a **monthly** donation:

☐ \$1.99 ☐ \$2.99 ☐ \$3.99

☐ \$4.99 ☐ \$9.99

Or

☒ **PayPal** ☐ Credit card  

Pay with PayPal



**WIKIPEDIA**  
The Free Encyclopedia

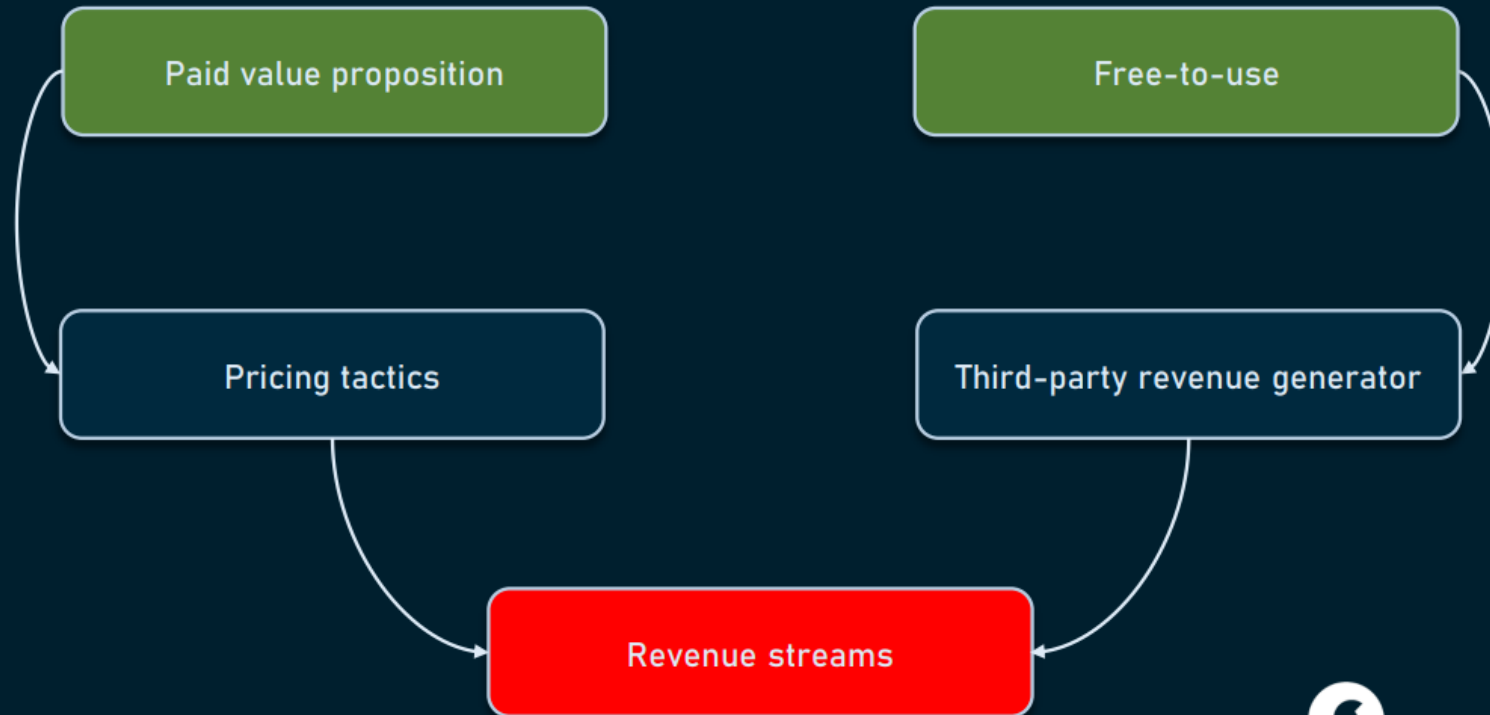
Donation-based or pay-  
what-you-want models

# انواع مدل‌های درآمدی



Advertisement-based  
model

# REVENUE MODEL CHOICE FRAMEWORK



# انواع هزینه‌ها

## هزینه‌های تبلیغات و بازاریابی

## هزینه‌های منابع انسانی

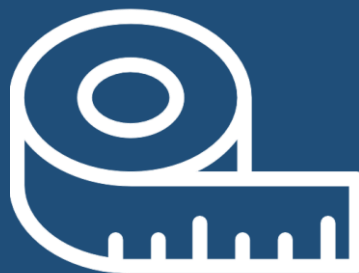
**هزینه‌های ثابت:** هزینه‌هایی که صرف‌نظر از اینکه چقدر درآمد دارین، ثابت می‌مونن. هزینه‌هایی مث اجاره دفتر، هزینه‌های ماهانه اداری، هزینه سرور، اکانت‌های بیزینسی و...

**هزینه‌های متغیر:** هزینه‌هایی که با درآمدتون و فعالیتتون کم و زیاد میشن و یه عدد ثابتی نیستن. مث هزینه طراحی و توسعه، مشاوره، هزینه‌های آموزش تیم و...

<div>PROBLEM</div> <div>مسئله</div> <div>یک تا سه مسئله مهم برای هر بخش مشتری-کاربر بنویسین</div> <div><div>- نامنظم بودن تامین نان</div><div>- هزینه متغیر سفارش در ماه</div></div> <div><div>- عدم وجود درآمد ثابت ماهیانه</div><div>- هدررفت حداکثر ظرفیت روزانه</div></div> <div>EXISTING ALTERNATIVES جایگزین‌های موجود</div> <div>الان مشتری-کاربر چچوری مشککشونو حل می‌کنن</div> <div><div>سفارش دستی و موردی</div><div>سفارش‌های بالک موردی</div></div>	<div>SOLUTION</div> <div>راه‌حل</div> <div>در قالب چه راه‌حلی ارزش‌های پیشنهادیتونو برای حل مشکلات ارائه می‌دین</div> <div><div>پلتفرم سفارش ماهیانه نان با امکان مدیریت سفارشات و...</div></div> <div>KEY METRICS</div> <div>سنجه‌های کلیدی</div> <div>چچوری متوجه بشیم درست داریم پیش میریم</div>	<div>UNIQUE VALUE PROPOSITION</div> <div>ارزش پیشنهادی یکتا</div> <div>دلیل خاصی که مشتری برای حل مشککش جایگزین موجودشو میذاره کنار و به شما توجه می‌کنه</div> <div><div>- آرامش خیال (تامین منظم نان)</div><div>- کاهش هزینه</div><div>- قیمت ثابت</div></div> <div><div>- افزایش درآمد</div><div>- آرامش خیال (سفارش ماهیانه منظم)</div></div> <div>HIGH-LEVEL CONCEPT مفهوم سطح بالا</div> <div>اسنپ فود: اسنپ برای غذا استادکار: اسنپ برای خدمات منزل</div> <div>اسنپ سازمانی برای نان!</div>	<div>UNFAIR ADVANTAGE</div> <div>مزیت ناعادلانه</div> <div>مزیتی که به راحتی قابل کپی یا خریداری نیست</div> <div>CHANNELS</div> <div>کانال‌ها</div> <div>معمولا مشتری-کاربر کجان؟ مسیر رسیدن بهشون کجاست</div> <div><div>مراجعه حضوری - فودبلاگرها - اتحادیه</div><div>مراجعه حضوری - اتحادیه</div></div>	<div>CUSTOMER SEGMENTS</div> <div>بخش مشتری-کاربر</div> <div>یک بخش مشخص از مشتری یا کاربر بنویسین</div> <div><div>فست‌فودی‌های مرکز شهر تهران</div><div>نان فانتزی‌های مرکز شهر تهران</div></div> <div>EARLY ADOPTERS پذیرندگان آغازین</div> <div>اول سراغ کیا میرین؟</div> <div><div>فلافلی‌های منطقه ۸</div><div>فانتزی‌های کوچک م ۸</div></div>
<div>COST STRUCTURE</div> <div>ساختار هزینه</div> <div>هزینه‌های ثابت و متغیر رو لیست کنین</div> <div><div>منابع انسانی</div><div>تبلیغات و بازاریابی</div><div>زیرساخت و اپ</div></div>		<div>REVENUE STREAMS</div> <div>جریان‌های درآمدی</div> <div>منابع اصلی درآمدیتون رو بنویسین</div> <div><div>کارمزد</div><div>اشتراک ماهیانه</div></div>		



# گام ششم: سنجه‌های کلیدی



# سنجه‌های کلیدی براساس مرحله توسعه

## Pre Product-Market Fit

- Qualitative feedback  
Customer interviews  
Awareness
- Stickiness: retention & frequency
- Number of pitches per month to potential customers
- Letters of intent secured

## Early Startup Stages

- Monthly Recurring Revenue
- Renewals
- Churn
- Customer Satisfaction
- N-day retention
- Session frequency/ session length

## Expansion or Scaling

- Cost per acquisition
- Lifetime Value
- Average Order Size
- Number of Customers Acquired
- Revenue per Employee



## دو شاخص مهم

**هزینه جذب مشتری (CAC):** با توجه به قیف فروشتون، کل هزینه‌هایی که صرف می‌شه تا یه مشتری بالقوه به یه مشتری خریدار تبدیل بشه.

**هزینه جذب مشتری (CAC):** 
$$\frac{\text{تقسیم کل هزینه‌های صرف شده برای جذب مشتریان جدید}}{\text{تعداد کل مشتریانی که تو مدت صرف این هزینه‌ها جذب می‌شن}}$$

**ارزش طول عمر مشتری (CLV):** مقدار کل درآمدیکه یه مشتری می‌تونه تو طول عمرش برامون تولید کنه

**ارزش طول عمر مشتری (CLV):** هزینه سالانه سرویس ارائه‌شده به مشتری  $\times$  تعداد سالی که یه مشتری پیش ما می‌مونه  
مثال: یک میلیون تومان  $\times$  پنج سال (پیش‌بینی) = پنج میلیون تومان

تو یک مدل کسب‌وکار سودآور، نرخ CLV حداقل سه برابر نرخ CAC هست.

PROBLEM	SOLUTION	UNIQUE VALUE PROPOSITION	UNFAIR ADVANTAGE	CUSTOMER SEGMENTS
<p><b>مسئله</b></p> <p>یک تا سه مسئله مهم برای هر بخش مشتری-کاربر بنویسین</p>	<p><b>راه حل</b></p> <p>در قالب چه راه‌حلی ارزش‌های پیشنهادیتونو برای حل مشکلات ارائه می‌دین</p>	<p><b>ارزش پیشنهادی یکتا</b></p> <p>دلیل خاصی که مشتری برای حل مشکلش جایگزین موجودشو میذاره کنار و به شما توجه می‌کنه</p>	<p><b>مزیت ناعادلانه</b></p> <p>مزیتی که به راحتی قابل کپی یا خریداری نیست</p>	<p><b>بخش مشتری-کاربر</b></p> <p>یک بخش مشخص از مشتری یا کاربر بنویسین</p>
<p>- نامنظم بودن تامین نان</p> <p>- هزینه متغیر سفارش در ماه</p>	<p>پلتفرم سفارش ماهیانه نان با امکان مدیریت سفارشات و...</p>	<p>- آرامش خیال (تامین منظم نان)</p> <p>- کاهش هزینه</p> <p>- قیمت ثابت</p>		<p>فست‌فودی‌های مرکز شهر تهران</p>
<p>- عدم وجود درآمد ثابت ماهیانه</p> <p>- هدررفت حداکثر ظرفیت روزانه</p>	<p><b>KEY METRICS</b></p> <p><b>سنجه‌های کلیدی</b></p> <p>چچوری متوجه بشیم درست داریم پیش میریم</p>	<p>- افزایش درآمد</p> <p>- آرامش خیال (سفارش ماهیانه منظم)</p>	<p><b>CHANNELS</b></p> <p><b>کانال‌ها</b></p> <p>معمولاً مشتری-کاربر کجا؟ مسیر رسیدن بهشون کجاست</p>	<p>نان فانتزی‌های مرکز شهر تهران</p>
<p><b>EXISTING ALTERNATIVES</b></p> <p><b>جایگزین‌های موجود</b></p> <p>الان مشتری-کاربر چچوری مشکلتونو حل می‌کنن</p>	<p>نرخ بازگشت – تعداد خرید اشتراک</p>	<p><b>HIGH-LEVEL CONCEPT</b></p> <p><b>مفهوم سطح بالا</b></p> <p>اسنپ فود: اسنپ برای غذا استادکار: اسنپ برای خدمات منزل</p>	<p>مراجعه حضوری - فودبلاگرها - اتحادیه</p>	<p><b>EARLY ADOPTERS</b></p> <p><b>پذیرندگان آغازین</b></p> <p>اول سراغ کیا میرین؟</p>
<p>سفارش دستی و موردی</p>	<p>متوسط حجم سفارش – متوسط ارزش سفارش</p>	<p>اسنپ سازمانی برای نان!</p>	<p>مراجعه حضوری - اتحادیه</p>	<p>فلافل‌های منطقه ۸</p>
<p>سفارش‌های بالک موردی</p>				<p>فانتزی‌های کوچک م ۸</p>
<p><b>COST STRUCTURE</b></p> <p><b>ساختار هزینه</b></p> <p>هزینه‌های ثابت و متغیر رو لیست کنین</p>	<p>منابع انسانی</p> <p>تبلیغات و بازاریابی</p> <p>زیرساخت و اپ</p>		<p><b>REVENUE STREAMS</b></p> <p><b>جریان‌های درآمدی</b></p> <p>منابع اصلی درآمدتون رو بنویسین</p>	<p>اشتراک ماهیانه</p>
			<p>کارمزد</p>	



# گام هفتم: مزیت ناعادلانه



# گام هفتم: مزیت ناعادلانه/برتری مطلق

به مزیتی که نشه به آسونی خریداری یا کپی بشه!

برای شروع این قسمت بیشتر موارد خالی می‌مونه و باید سعی کنین که این مزیت رو ایجاد کنین...

از جمله این مزیت‌ها:

- دسترسی به اطلاعات طبقه بندی شده و محرمانه
- شبکه افراد و لابی قدرتمند
- انحصار تو یه بازار
- یه تیم رویایی و خبره
- اثر شبکه‌ای بسیار بزرگ و قدرمند
- رنگینگ سئوی بالا
- مشتریان آماده



مزیت ناعادلانه

<div>PROBLEM</div> <div>مسئله</div> <div>یک تا سه مسئله مهم برای هر بخش مشتری-کاربر بنویسین</div> <div><div>- نامنظم بودن تامین نان</div><div>- هزینه متغیر سفارش در ماه</div></div> <div><div>- عدم وجود درآمد ثابت ماهیانه</div><div>- هدررفت حداکثر ظرفیت روزانه</div></div> <div><div>EXISTING ALTERNATIVES جایگزین‌های موجود</div><div>الان مشتری-کاربر چجوری مشکلتونو حل می‌کنن</div><div><div>سفارش دستی و موردی</div><div>سفارش‌های بالک موردی</div></div></div>	<div>SOLUTION</div> <div>راه حل</div> <div>در قالب چه راه‌حلی ارزش‌های پیشنهادیتونو برای حل مشکلات ارائه می‌دین</div> <div><div>پلتفرم سفارش ماهیانه نان با امکان مدیریت سفارشات و...</div></div> <div><div>KEY METRICS</div><div>سنجه‌های کلیدی</div><div>چجوری متوجه بشیم درست داریم پیش میریم</div><div><div>نرخ بازگشت – تعداد خرید اشتراک</div><div>متوسط حجم سفارش – متوسط ارزش سفارش</div></div></div>	<div>UNIQUE VALUE PROPOSITION</div> <div>ارزش پیشنهادی یکتا</div> <div>دلیل خاصی که مشتری برای حل مشکلتش جایگزین موجودشو میذاره کنار و به شما توجه می‌کنه</div> <div><div>- آرامش خیال (تامین منظم نان)</div><div>- کاهش هزینه</div><div>- قیمت ثابت</div></div> <div><div>- افزایش درآمد</div><div>- آرامش خیال (سفارش ماهیانه منظم)</div></div> <div><div>HIGH-LEVEL CONCEPT مفهوم سطح بالا</div><div>اسنپ فود: اسنپ برای غذا</div><div>استادکار: اسنپ برای خدمات منزل</div><div>اسنپ سازمانی برای نان!</div></div>	<div>UNFAIR ADVANTAGE</div> <div>مزیت ناعادلانه</div> <div>مزیتی که به راحتی قابل کپی یا خریداری نیست</div> <div><div>ایجاد نفوذ زیاد در بافت سنتی این صنعت!</div></div> <div><div>CHANNELS</div><div>کانال‌ها</div><div>معمولا مشتری-کاربر کجا؟ مسیر رسیدن بهشون کجاست</div><div><div>مراجعه حضوری - فودبلاگرها - اتحادیه</div><div>مراجعه حضوری - اتحادیه</div></div></div>	<div>CUSTOMER SEGMENTS</div> <div>بخش مشتری-کاربر</div> <div>یک بخش مشخص از مشتری یا کاربر بنویسین</div> <div><div>فست‌فودی‌های مرکز شهر تهران</div><div>نان فانتزی‌های مرکز شهر تهران</div></div> <div><div>پذیرندگان آغازین</div><div>اول سراغ کیا میرین؟</div><div><div>فلافلی‌های منطقه ۸</div><div>فانتزی‌های کوچک م ۸</div></div></div>
<div>COST STRUCTURE</div> <div>ساختار هزینه</div> <div>هزینه‌های ثابت و متغیر رو لیست کنین</div> <div><div>منابع انسانی</div><div>تبلیغات و بازاریابی</div><div>زیرساخت و اپ</div></div>		<div>REVENUE STREAMS</div> <div>جریان‌های درآمدی</div> <div>منابع اصلی درآمدتون رو بنویسین</div> <div><div>کارمزد</div><div>اشتراک ماهیانه</div></div>		

