



مدل بوم کسب و کار
بانک دیجیتال با تمرکز بر مشتری خرد

استاد: دکتر شمس

تحویل دهنده: فرزام اسدیان، ابوالفضل امیدیان

Customer Segments .1

- مشتریان خرد دیجیتال محور
- کاربران جوان و شاغل
- فریلنسرها و کارکنان دورکار
- کاربران با نیاز به پرداخت و انتقال وجه مکرر
- کاربران فعال در پرداخت‌های روزمره دیجیتال

تمرکز بر B2C

خارج از Scope : مشتریان سازمانی

Value Propositions .2

- بانکداری ۷/۲۴ بدون مراجعه حضوری
- افتتاح حساب و احراز هویت کاملاً دیجیتال
- انجام سریع و امن تراکنش‌های مالی
- تجربه کاربری ساده و شفاف
- کاهش هزینه‌های بانکی برای مشتری

این‌ها و عده ارزش‌اند، نه فعالیت

Channels .3

- اپلیکیشن موبایل بانک
- وببانک
- مرکز پشتیبانی دیجیتال (چت، تماس)
- اعلان‌ها و نوتیفیکیشن‌ها

Customer Relationships .4

- خودخدمتی کامل (Self-Service)
- پشتیبانی دیجیتال چندکاناله
- ارتباط مبتنی بر اعلان و پیام
- شخصی‌سازی خدمات بر اساس الگوی استفاده

Revenue Streams .5

- کارمزد تراکنش‌های مالی
- کارمزد خدمات ارزش افزوده
- سود حاصل از سپرده‌ها
- کارمزد خدمات بین‌بانکی

تمرکز بر کارمزد، خدمات دیجیتال و کاهش هزینه‌های عملیاتی نسبت به بانک سنتی

Key Resources .6

- زیرساخت‌های دیجیتال بانکی
- نیروی انسانی متخصص بانکی و فناوری
- محوزه‌های قانونی و بانکی
- داده‌های مشتریان و تراکنش‌ها
- برنده و اعتماد مشتریان

Key Activities .7

- مدیریت حساب‌ها و تراکنش‌ها
- پردازش پرداخت‌ها و انتقال وجه
- مدیریت ریسک و تطابق با مقررات
- پشتیبانی و ارتباط با مشتری
- توسعه و بهبود خدمات دیجیتال

Activities باید قابلیت‌پذیر باشند (قابل تبدیل به Capability)

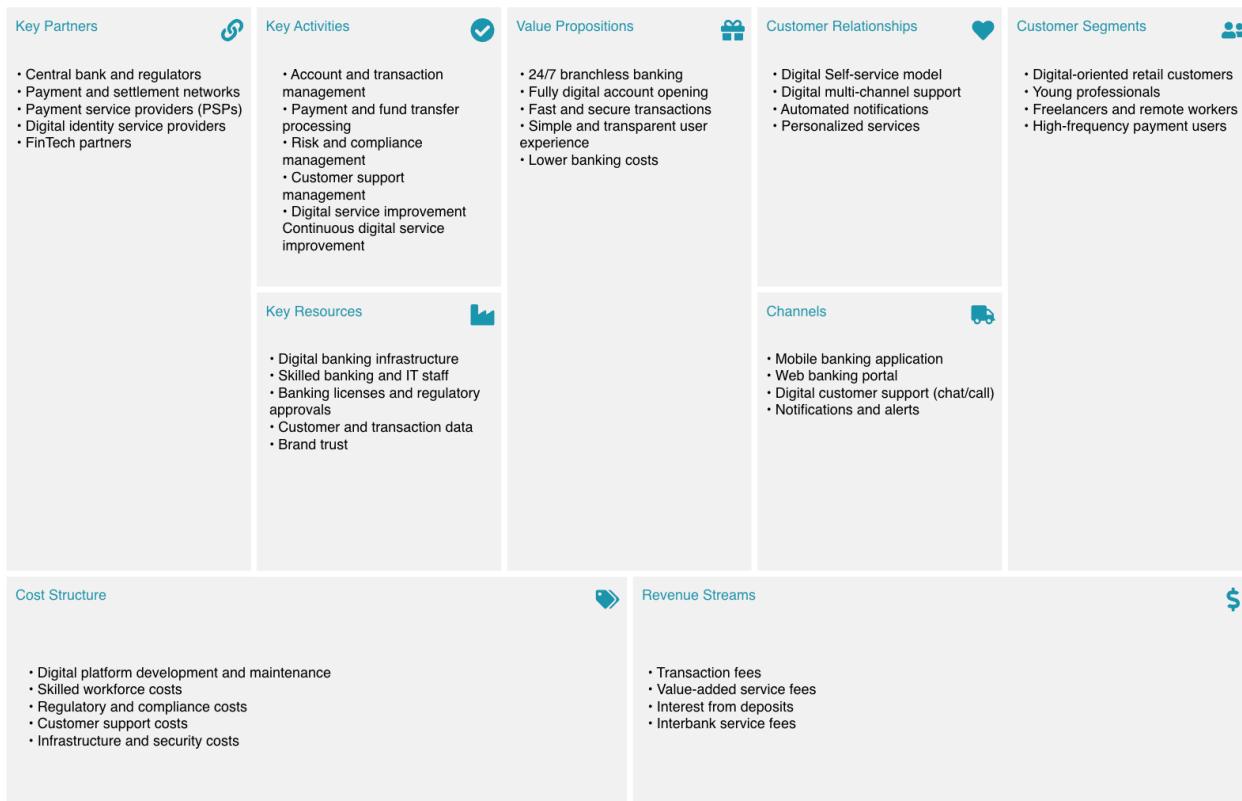
Key Partners .8

- بانک مرکزی و نهادهای نظارتی
- شبکه‌های پرداخت و نسیمه
- شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات پرداخت (PSP)
- ارائه‌دهنگان خدمات احراز هویت دیجیتال
- شرکت‌های فناوری مالی (FinTech)

Cost Structure .9

- هزینه توسعه و نگهداری سامانه‌های دیجیتال
- هزینه نیروی انسانی تخصصی
- هزینه تطابق با مقررات و ریسک
- هزینه پشتیبانی مشتری
- هزینه زیرساخت و امنیت اطلاعات

ابزار مورد استفاده برای رسم بوم کسب و کار: Visual Paradigm



شکل 1 - شمای بوم کسب و کار بانک دیجیتال با تمرکز بر مشتری خرد