

طراحی و ارائه مدل کسب و کار

پلتفرم خرید، نگهداری و خدمات حیوانات خانگی

دکتر محمد کاوه سیروس، خانم قفقازی

گروه ۸



درباره ما

حسین اسدی

دانشجو

ورودی ۴۰۰ کارشناسی مهندسی کامپیوتر دانشگاه
صنعتی امیرکبیر
عضو انجمن علمی مهندسی کامپیوتر امیرکبیر
توسعه دهنده وب پیام رسان بله

ارشیا سبحانی

دانشجو

ورودی ۴۰۰ کارشناسی مهندسی
کامپیوتر دانشگاه صنعتی امیرکبیر
Ai Developer(Machine learning)

لیلا محسنی

دانشجو

ورودی ۴۰۱ کارشناسی مهندسی کامپیوتر
دانشگاه صنعتی امیرکبیر
علاقه مند و فعال در حوزه software
Engineering

سامان حازمی

دانشجو

ورودی ۴۰۰ کارشناسی مهندسی
کامپیوتر دانشگاه صنعتی امیرکبیر



بخش های مشتری

ما برای چه کسانی ارزش خلق می کنیم؟

- صاحبان حیوانات خانگی (سگ، گربه، پرند و...)
- افرادی که موقتاً می خواهند از حیوانات نگهداری کننده (مثل دانشجویان و بازنشستگان)
- فروشگاه های پت شاپ آنلاین و فیزیکی
- کلینیک های دام پزشکی و دامپزشکان مستقل
- مراکز آموزش و مربیان حیوانات
- سالن های زیبایی و خدمات بهداشتی حیوانات



مهمترین مشتریان ما چه کسانی هستند؟

- صاحبان وفادار حیوانات خانگی با مصرف مداوم خدمات و محصولات
- افراد علاقه‌مند به کسب درآمد از نگهداری موقت حیوانات
- کسب‌وکارهایی که در زمینه خدمات و محصولات مرتبط با حیوانات فعالیت دارند (پت‌شاپ‌ها، کلینیک‌ها، مربیان)



ارزش پیشنهادی

به حل چه مشکلاتی از مشتریان کمک می‌کنیم؟

- پراکندگی خدمات و نیاز به استفاده از چند پلتفرم
- نبود اعتماد به نگهدارندگان حیوانات
- فراموشی واکسیناسیون یا رسیدگی‌های بهداشتی حیوان
- عدم دسترسی به دامپزشک در شرایط اضطراری
- نبود فرصت برای کسب درآمد از نگهداری حیوانات



چه نیازهایی از مشتری را برآورده می‌کنیم؟

- خرید لوازم، غذا، دارو، و وسایل حیوانات
- خدمات نگهداری (موقت، اورژانسی، برنامه‌ریزی‌شده)
- چکاپ و درمان دامپزشکی آنلاین یا حضوری
- آموزش و تربیت سگ و گربه
- خدمات زیبایی و بهداشت حیوانات
- یادآوری واکسیناسیون و نوبت‌ها



چه بسته‌ای از محصولات و خدمات را به هر بخش پیشنهاد می‌دهیم؟

صاحبان حیوانات خانگی:

۱. خرید لوازم و غذا از مارکت پلیس
۲. دسترسی به خدمات دامپزشکی، واکسیناسیون و مشاوره آنلاین
۳. آموزش و تربیت حیوانات
۴. نگهداری در شرایط اضطراری
۵. تخفیف‌ها و پیشنهادهای ویژه وفاداری

افراد علاقه‌مند به نگهداری حیوانات:

۱. اتصال به صاحبان حیوانات از طریق پلتفرم
۲. کسب درآمد از نگهداری
۳. امتیازدهی و افزایش اعتبار در سیستم

پت‌شاپ‌ها و کلینیک‌ها:

۱. حضور در مارکت پلیس و ارائه محصولات/خدمات
۲. دسترسی به جامعه هدف متمرکز و آماده خرید
۳. افزایش فروش و اعتماد از طریق سیستم نظرات و امتیازدهی



کانال ها

بخش های مختلف مشتریان چه کانال هایی را برای دسترسی به ما ترجیح می دهند؟

- اپلیکیشن موبایل
- وبسایت رسمی
- شبکه های اجتماعی
- تماس تلفنی یا چت آنلاین
- فروشگاه فیزیکی یا مراکز همکاری



هم اکنون چگونه به آنها دسترسی داریم؟ کانال های ما چگونه یک پارچه شده اند؟

در وضعیت کنونی، می توان از ترکیبی از کانال های دیجیتال و سنتی برای دسترسی به مشتریان استفاده کرد:

- تبلیغات هدفمند در شبکه های اجتماعی و گوگل
- راه اندازی اپلیکیشن موبایل با دسترسی ساده به خدمات
- پشتیبانی آنلاین و تلفنی جهت پاسخ به نیازهای فوری
- ایجاد حضور مؤثر در نتایج جستجوی اینترنتی (SEO)
- توسعه مشارکت با کلینیک ها، پت شاپ ها و مربیان معتبر برای معرفی متقابل

کدام یک به صرفه تر است؟

- بهترین کانال‌ها از نظر عملکرد:

- اپلیکیشن موبایل و شبکه‌های اجتماعی به دلیل سهولت استفاده، در دسترس بودن و تعامل بالا با کاربران عملکرد بهتری دارند.
- سیستم رزرو مربی در محل (در اپ یا سایت) نیز باعث رضایت و راحتی بیشتر مشتریان می‌شود.

- صرفه‌جوترین کانال‌ها:

- استفاده از بازاریابی محتوا در شبکه‌های اجتماعی و سایت (مانند بلاگ، آموزش، معرفی محصولات).
- بازاریابی دهان‌به‌دهان (نظرات مشتریان، معرفی توسط کاربران راضی).
- ایمیل یا نوتیفیکیشن در اپلیکیشن به‌عنوان ابزارهای ارزان و مؤثر.

ما چگونه آنها را با برنامه های روزمره مشتری هماهنگ می‌کنیم؟

برای همگام‌سازی خدمات پلتفرم با سبک زندگی مشتریان:

- امکان انتخاب زمان دلخواه برای دریافت خدمات (مثل رزرو مربی در ساعات آزاد مشتری)
- یادآوری زمان‌های مهم مانند واکسیناسیون یا نوبت‌های آموزشی از طریق نوتیفیکیشن یا پیامک
- ارائه پیشنهادهای متناسب با نیاز هر مشتری
(مثلاً آموزش خاص برای سگ‌های پرانرژی یا غذای مخصوص برای گربه‌های مسن)
- هماهنگی با تعطیلات و برنامه کاری مشتری برای ارائه خدمات در بهترین زمان ممکن
- ارائه خدمات در محل مشتری برای کاهش زمان و زحمت رفت‌وآمد

ارتباط با مشتری

هر یک از بخش‌های مشتریان ما انتظار برقراری و حفظ چه نوع ارتباطی را دارند؟

بسته به نوع مشتری، انتظارات متفاوتی از نحوه تعامل با پلتفرم وجود دارد:

- مشتریان محصول محور (خرید لوازم حیوانات)
- مشتریانی که به دنبال مربی هستند
- مشتریان خدمات نگهداری

نوع ارتباط مورد انتظار آن‌ها می‌تواند شامل موارد زیر باشد:

- چت آنلاین یا تماس تلفن
- ارسال پیامک و نوتیفیکیشن
- ایمیل اطلاع‌رسانی و تأیید
- پشتیبانی حضوری یا در محل (برای مربیان و نگهدارها)



کدام یک از این روابط را ایجاد نموده‌ایم؟ هزینه برقراری این روابط چقدر است؟

روابطی که می‌توان در پلتفرم ایجاد یا گسترش داد شامل موارد زیر است:

- پشتیبانی دیجیتال (چت آنلاین، بات، پاسخ سریع)
- روابط شخصی‌سازی شده با مربیان یا نگهدارندگان
- ایمیل یا نوتیفیکیشن خودکار
- تولید محتوای مفید برای مشتری (آموزشی و اطلاعاتی)

هزینه هر کانال ارتباطی متفاوت است، اما در حالت کلی:

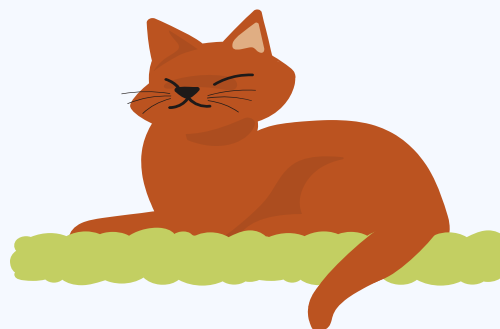
- ابزارهای خودکار و دیجیتال کم‌هزینه‌تر
- ابزارهای انسان‌محور و فردی گران‌تر، اما با ارزش افزوده بیشتر



جریان درآمدی

مشتریان ما واقعاً برای چه ارزشی تمایل به پرداخت پول دارند؟

- **آسودگی خاطر:** در مورد خدمات نگهداری، پرداخت برای اطمینان از این که حیوان خانگی در محیطی امن، حرفه‌ای و مهربان نگهداری می‌شود.
- **نتیجه محوری:** در مورد مربیگری، مشتریان زمانی پول پرداخت می‌کنند که آموزش حیوانشان نتیجه ملموس داشته باشد (مثلاً رفع پرخاشگری یا یادگیری دستورات).
- **کیفیت و راحتی:** در مورد لوازم حیوانات، مشتریان برای محصولات با کیفیت، ایمن و کاربردی که به راحتی در منزل تحویل داده شوند، هزینه می‌کنند.
- **پشتیبانی و تخصص:** ارزش دیگری که مشتری حاضر است بابت آن پول بپردازد، راهنمایی تخصصی و مشاوره در انتخاب محصول یا برنامه آموزشی است.



ترجیح می‌دهند که چگونه بپردازند؟

- پرداخت آسان و امن آنلاین: اکثریت کاربران به پرداخت از طریق درگاه بانکی یا اپلیکیشن اعتماد بیشتری دارند.
- پرداخت اقساطی برای خدمات گران‌تر: مانند دوره‌های طولانی آموزش یا نگهداری بلندمدت
- کیف پول دیجیتال با شارژ سریع: امکان استفاده از اعتبار برای خدمات مختلف پلتفرم (با پاداش شارژ بیشتر)
- خدمات اشتراکی: برخی کاربران ترجیح می‌دهند با خرید اشتراک ماهانه، از مزایای خاصی مثل ارسال رایگان یا تخفیف آموزش بهره‌مند شوند.

هر جریان درآمدی چه سهمی از کل درآمد را به خود اختصاص می‌دهد؟

این بخش بستگی به مرحله رشد پلتفرم دارد، اما به‌طور تخمینی:

- فروش محصولات جانبی (۳۰-۴۰٪): به دلیل تکرار خرید و سود بیشتر روی محصولات
- خدمات مربیگری (۲۵-۳۵٪): به دلیل نرخ بازگشت مشتری در طول آموزش
- خدمات نگهداری (۲۰-۳۰٪): خصوصاً در زمان تعطیلات یا سفرها تقاضا بالاتر می‌رود
- درآمدهای جانبی (۵-۱۰٪): مانند تبلیغات برندهای لوازم حیوانات در پلتفرم،
یا همکاری با دامپزشکان

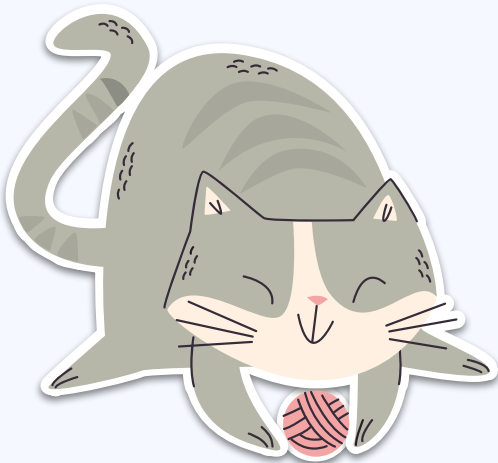


فعالیت های کلیدی

ارزش پیشنهادی ما به چه فعالیت های کلیدی احتیاج دارد؟

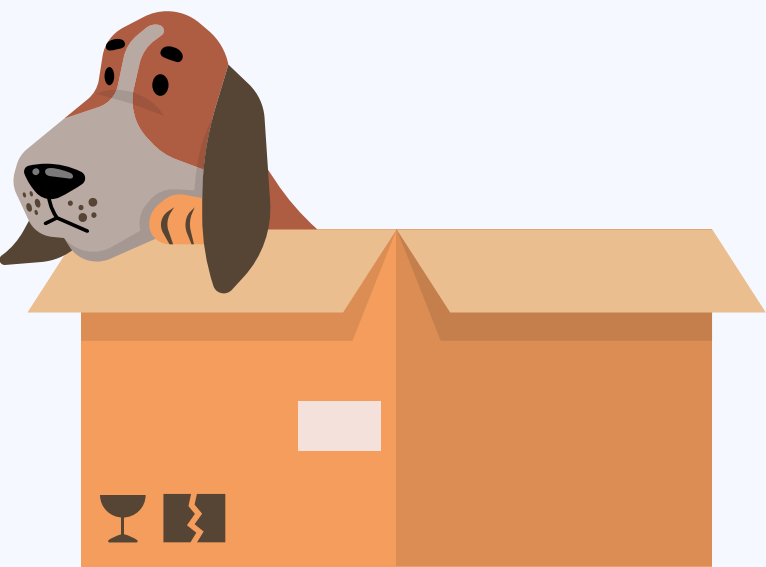
فعالیت های کلیدی مورد نیاز برای ارائه این ارزش پیشنهادی:

- توسعه و نگهداری پلتفرم (اپلیکیشن / وبسایت)
- تأمین و مدیریت موجودی لوازم جانبی حیوانات خانگی
- جذب، ارزیابی و مدیریت مربیان و مراقبان حیوانات
- پشتیبانی مشتریان
- بازاریابی و جذب مشتری
- ایجاد سیستم امتیازدهی و نظرسنجی برای حفظ کیفیت خدمات
- مدیریت داده و تحلیل رفتار کاربران



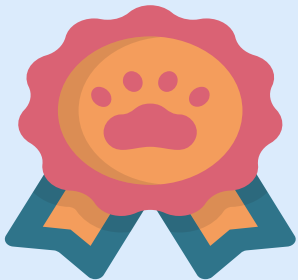
کانال های توزیع، نیازمند چه فعالیت های کلیدی هستند؟

- بازاریابی دیجیتال برای جذب مخاطب به کانال ها
- مدیریت و به روزرسانی محتوا در کانال ها
- مدیریت تعامل با مشتریان از طریق کانال ها
- هماهنگی با شرکای توزیع (در صورت وجود)
- تحلیل داده های رفتاری کاربران در کانال ها



ایجاد جریان درآمدی به چه فعالیت های کلیدی احتیاج دارد؟

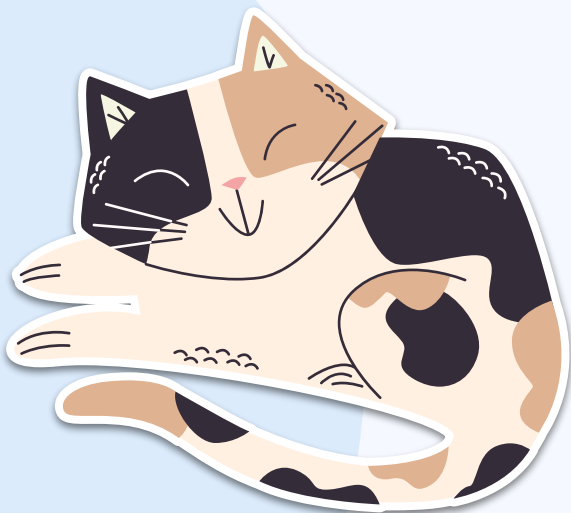
- طراحی و راه اندازی مدل های کسب و کار و درآمدی
- مذاکره و بستن قرارداد با شرکای تأمین کننده خدمات و کالاها
- بازاریابی و جذب مشتری
- توسعه پلتفرم فروش و خدمات
- ارائه خدمات اشتراکی یا ویژه
- تحلیل داده ها و بهینه سازی استراتژی درآمدی
- مدیریت سیستم مالی و پرداخت



منابع کلیدی

کانال های توزیع، نیازمند چه منابعی هستند؟

- زیرساخت های فناوری (Technology Infrastructure)
- تیم فنی و طراحی (Technical & Design Team)
- تیم بازاریابی دیجیتال (Digital Marketing Team)
- ابزارها و نرم افزارهای پشتیبانی
- داده و اطلاعات کاربران
- سرمایه مالی برای تبلیغات و بهینه سازی کانال ها
- شبکه های ارتباطی و شرکا (در صورت وجود)



برای ارتباط با مشتری باید چه منابعی را در نظر بگیریم؟

- منابع انسانی (Human Resources)

- زیرساخت‌های ارتباطی (Communication Infrastructure)

- داده و اطلاعات کاربران

- محتوا و ابزارهای آموزشی

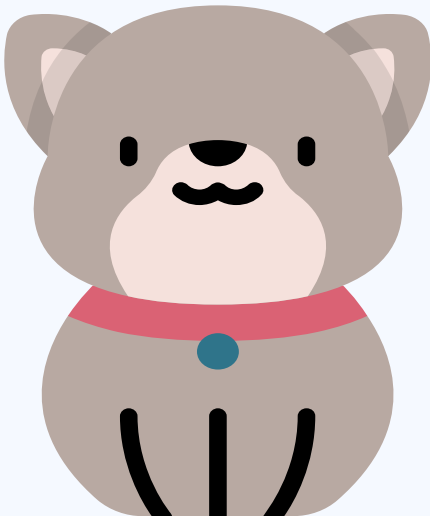
- برند، اعتماد و لحن ارتباطی

- سرمایه مالی برای حفظ کیفیت ارتباط



ایجاد جریان درآمدی به چه منابعی احتیاج دارد؟

- منابع انسانی تخصصی
- زیرساخت‌های فنی و نرم‌افزاری
- شبکه شرکا و تأمین‌کنندگان
- داده‌های بازار و مشتریان
- سرمایه مالی اولیه برای رشد و مقیاس‌پذیری
- اعتبار و برند تجاری



شرکای کلیدی

شرکای کلیدی ما چه کسانی هستند؟

- پت شاپ‌ها و فروشگاه‌های حیوانات خانگی
- دامپزشک‌ها و کلینیک‌های دامپزشکی
- افرادی که نگهداری از حیوانات انجام می‌دهند.
- شرکت‌های لجستیکی
- (مثلاً پیک موتوری یا شرکت پست)
- شرکت‌های پرداخت آنلاین



تأمین‌کنندگان کلیدی ما چه کسانی هستند؟

- تأمین‌کنندگان محصولات حیوانات خانگی
- پت‌شاپ‌های فیزیکی محلی
- تولیدکنندگان داخلی



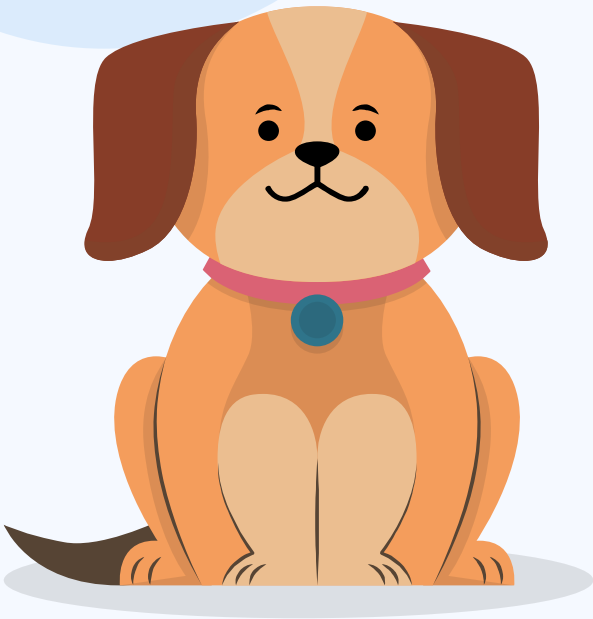
کدام یک از منابع کلیدی را از طریق شرکا به دست می آوریم؟

- محصولات حیوانات نیروی خدمات نگهداری
- زیرساخت حمل و نقل
- اعتماد مشتریان



کدام یک از فعالیت های کلیدی را شرکای ما انجام میدهند؟

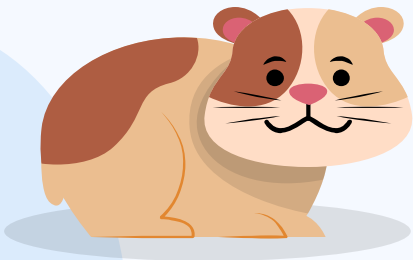
- تأمین و ارسال محصولات
- نگهداری از حیوانات.
- پردازش پرداختها و تسویه مالی
- تبلیغ و معرفی اپلیکیشن



ساختار هزینه

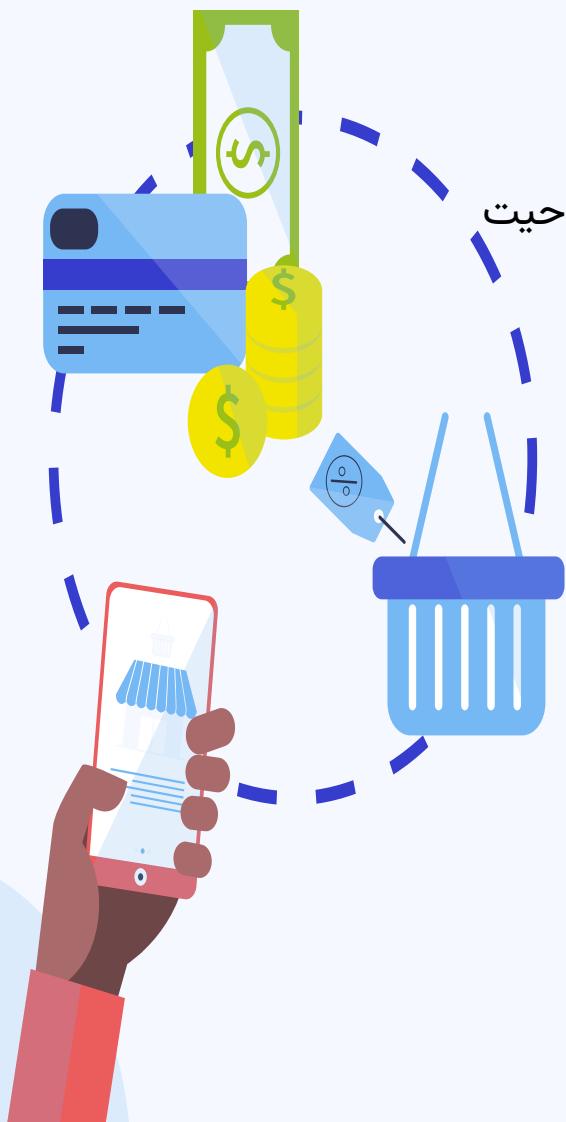
مهم‌ترین هزینه‌های مدل کسب‌وکار ما چیست؟

- توسعه و نگهداری اپلیکیشن و وبسایت
- هزینه‌های بازاریابی و تبلیغات دیجیتال
- هزینه پشتیبانی مشتریان
- هزینه لجستیک و ارسال کالاها
- کمیسیون نگهدارنده‌ها یا جذب اولیه آنها



گران‌ترین منابع کلیدی کدام‌ها هستند؟

- تیم توسعه نرم‌افزار
- زیرساخت سرور و فضای ذخیره‌سازی امن
- موجودی یا خرید اولیه محصولات حیوانات
- بازاریابی دیجیتال و جذب کاربران جذب، آموزش و بررسی صلاحیت نگه‌دارنده‌ها
- پشتیبانی مشتریان



تابلوی طراحی الگوی کسب و کار

بخش های مشتری	ارتباط با مشتری	ارزش پیشنهادی	فعالیت های کلیدی	شرکای کلیدی
<p>۱. صاحبان حیوانات خانگی (سگ، گربه و...)</p> <p>۲. افراد علاقه مند به نگهداری موقت حیوانات</p> <p>۳. پت شاپ ها، کلینیک های دامپزشکی و مربیان تربیت حیوانات</p>	<p>۱. سیستم امتیازدهی و نظرات کاربران</p> <p>۲. پشتیبانی ۲۴/۷</p> <p>۳. مشاوره دامپزشکی آنلاین و چت/ویدیو کال</p> <p>۴. سیستم وفاداری و تخفیف برای کاربران دائم</p>	<p>۱. مقایسه قیمت و کیفیت محصولات از برندهای مختلف</p> <p>۲. سیستم نوبت دهی آنلاین</p> <p>۳. یادآوری واکسیناسیون و دارو</p> <p>۴. امکان نگهداری اورژانسی</p> <p>۵. رابط کاربری ساده و پیشرفته</p>	<p>۱. توسعه و نگهداری اپلیکیشن و وبسایت</p> <p>۲. احراز هویت کاربران و امنیت داده ها</p> <p>۳. پشتیبانی فنی و خدمات مشتریان</p>	<p>۱. پت شاپ های فیزیکی و آنلاین</p> <p>۲. دامپزشکان و کلینیک های دامپزشکی</p> <p>۳. مربیان حرفه ای حیوانات</p>
	کانال ها		منابع کلیدی	<p>۴. شرکت های فناوری (درگاه پرداخت، نقشه، سرور ابری)</p>
	<p>۱. اپلیکیشن موبایل (iOS / Android)</p> <p>۲. نسخه وب</p>		<p>۱. پت شاپ های فیزیکی و آنلاین</p> <p>۲. دامپزشکان و کلینیک های دامپزشکی</p> <p>۳. مربیان حرفه ای حیوانات</p>	
جریان های درآمدی		ساختار هزینه		
<p>۱. کمیسیون از فروش محصولات (Marketplace)</p> <p>۲. درصد از خدمات رزروی مانند دامپزشکی و نگهداری</p> <p>۳. اشتراک های ماهانه و سالانه کاربران (Premium)</p>		<p>۱. توسعه و نگهداری نرم افزار و زیرساخت سرور</p> <p>۲. بازاریابی و تبلیغات دیجیتال</p> <p>۳. هزینه های حقوق تیم فنی و اجرایی</p>		



با تشکر از توجه شما

