



بوم مدل کسب و کار

بوم مدل کسب و کار				
بخش بندی مشتریان	ارتباط با مشتریان	ارزش پیشنهادی	فعالیت های کلیدی	همکاران کلیدی
۱. گروه اول مشتریان: کسانی که میخواهند به عنوان اوقات فراغت کار هنری انجام دهند	۱. تبلیغ حضوری، مجازی، تبلیغات در سطح شهر ۲. تبلیغ در هنرستان ها، دانشکده های هنر و جاهایی که کلاس هنری برگزار میگردد سایر گروه ها از طریق تبلیغ حضوری	۱. دسترسی راحت و ارزان به وسایل هنری،استاد و فضای کار هنری ۲. فضایی برای کار هنری جدی و دراختیار داشتن استاد و وسایل هنری با قیمت کمتر، ارتباط با سایر هنرمندان	 فعالیت های کلیدی <ul style="list-style-type: none">• دیجیتال مارکتینگ درست در شبکه های اجتماعی و سایت.• ارتباط ، مذاکره و بازاریابی حضوری با توزیع کنندگان و فروشندگان ابزار آلات هنری• ارتباط درست و مداوم با همه مشتریان (نظر سنجی، بازخورد، مسابقه، ارزیابی)• تحقیقات بازار برای شناخت نیاز های جامعه	همکاران کلیدی (به ترتیب هزینه) <ul style="list-style-type: none">• سرمایه گذاران: وابستگی بالا• اجاره دهندگان کارگاه ها: وابستگی بالا• توزیع کننده ها و تعمیر کننده های لوازم هنری: وابستگی بالا• تبلیغات چپی ها: وابستگی متوسط• استادان و برگزار کنندگان کنسرت: وابستگی متوسط• فرهنگسراهای محلی برای تبلیغ• دانشکده های هنر و موسسات هنری برای جذب هنرجو
۲. گروه دوم مشتریان: کسانی که به طور جدی کارهنری میکنند	خدمات پس از فروش: ایجاد گروه های دوستی قوی کافه برای آشنایی بیشتر اعضا اپلیکیشن برای برقراری ارتباط راحتتر اینستاگرام محلی برای تبلیغ کار های هنری اعضا	۳. برگزاری کلاس های خصوصی. درآمدزایی آسان تر،دستیری به گستره بزرگتری از مشتریان	منابع  منابع نامشهود: برند قوی و معتبر، کارگاه ها جایی برای دسترسی راحت تر به لوازم هنری، لذت بردن از هنر و تماشای کارهای هنری، ارتباط و نتورک با دیگر هنرمندان و علاقه مندان به هنر است شبکه ارتباطی (network): بین توزیع کننده های کارهای هنری،مشتریان، اساتید، مردم و تماشاچیان (هر ۵ دسته مشتری)	
۳. گروه سوم مشتریان: اساتید کلاس ها	۴. در اختیار داشتن فضایی برای کنسرت و گالری در حضور تماشاچیان	۴. در اختیار داشتن فضایی برای کنسرت و گالری در حضور تماشاچیان	منابع مشهود: سرمایه برای مکان کارگاه	
۴. گروه چهارم مشتریان: برگزار کنندگان کنسرت و گالری	۵. فضایی برای تماشای کارهای هنری، درگیر بودن با هنر و تماشای آثار هنری، دسترسی راحت به هنرمندان و کارهای هنری	۵. فضایی برای تماشای کارهای هنری، درگیر بودن با هنر و تماشای آثار هنری، دسترسی راحت به هنرمندان و کارهای هنری	سرمایه برای فعالیت کانال های ارتباطی مثل سایت، اپلیکیشن، شبکه اجتماعی	
۵. گروه پنجم مشتریان: مردم و تماشاچیان	کانال ها اپلیکیشن: ارتباط با سایر اعضای کارگاه، اخبار کارگاه، ویدیوهای کارگاه،ثبت نام در نزدیک ترین کارگاه، شارژ حساب کاربری ، رزرو کارگاه، شبکه مجازی درون کارگاهی سایت: اخبار کارگاه، مقالات آموزشی، امکان اکانت ساختن و تعامل، ثبت نام برای کارگاه، شارژ حساب کاربری شبکه اجتماعی: تصاویر کارگاه ها، کمپین های تبلیغاتی، اطلاع رسانی ها متناسب با نوع شبکه اجتماعی(تویتر: متنی،اینستاگرام: تصویری) حضور فیزیکی: ثبت نام حضوری، حضور به عنوان تماشاچی، کارت عضویت		همکاری با موسسات خیریه برای افراد نیازمند 	
جریان درامدی		ساختار هزینه ها		
هزینه های مشترک همه مشتریان: هزینه مکان کارگاه(اجاره یا خرید) هزینه خرید یا تعمیر وسایل هنری(بخشی از وسایل که باید خریداری شده و درکارگاه قرار داده شود) هزینه دکور و آماده سازی کارگاه ها مارکتینگ هزینه کارمندان کارگاه		هرینه های خاص گروه های مشتریان: گروه اول و دوم :هزینه تبلیغات و دیجیتال مارکتینگ مخصوصا در شبکه های اجتماعی گروه چهارم و پنجم : آماده سازی فضایی برای کنسرت های کوچک و تجهیز کافه کارگاه برای مردم و تماشاچیان		
دریافت حق عضویت یا حق رزرو کارگاه و وسایل از گروه اول، دوم و سوم کافه در کنار کارگاه های هنری				
				