

# Бизнес модел за онлайн социална мрежа

на

Николай Синоров

## Базов бизнес модел

### 1. Описание на услугата (стойностно предложение)

Социалната медия ще свързва хора от цял свят. Тя ще предоставя възможност на потребителите да се свързват помежду си, да споделят информация и да създават общности и много други интеракции.

#### Основни функции:

Създаване на профил: Всеки потребител може да създаде свой собствен профил, като посочи своето име, възраст, местоположение и други подробности.

Добавяне на приятели: Потребителите могат да добавят приятели, като използват техния имейл адрес или телефонен номер.

Споделяне на информация: Потребителите могат да споделят информация чрез публикации, снимки, видеоклипове и други.

Създаване на групи: Потребителите могат да създават групи, за да обединяват хора с общи интереси.

Съобщения: Потребителите могат да изпращат съобщения един на друг.

Live streaming: Потребителите могат да предават на живо видео от събития или дейности.

VR/AR: Потребителите могат да използват виртуална или добавена реалност, за да се потопят в съдържанието.

Електронна търговия: Потребителите могат да купуват и продават стоки и услуги чрез платформата.

## **2. Взаимодействие с клиента**

### **2.1 Целеви клиенти**

Социалната медия ще бъде предназначена за хора от всички възрасти и интереси (над 14+ год.). Тя ще бъде популярна сред хора, които искат да се свързват с приятели и семейство, да споделят информация и да създават общности.

Платформата ще бъде и много интерактивна, за да може да се конкурира с големите социални медии като Instagram и Facebook.

### **2.2. Дистрибуционен канал**

Изборът на дистрибуционни канали и стратегии ще зависи от редица фактори, включително целевата аудитория, бюджета и целите на платформата.

Дистрибуционният канал ще включва следните елементи:

**Уебсайт:** Уебсайтът на платформата ще бъде основният канал за разпространение на информация за платформата и за привличане на нови потребители. Уебсайтът трябва да бъде добре проектиран и оптимизиран за търсачки, за да може да се появи високо в резултатите от търсенето.

**Мобилно приложение:** Мобилното приложение ще позволи на потребителите да използват платформата на своите мобилни устройства.

Мобилното приложение трябва да бъде добре проектирано и оптимизирано за мобилни устройства. За IOS и Android

**Социални медии:** Социалните медии могат да бъдат използвани за насърчаване на платформата и за достигане до потенциални потребители. Платформата може да има свои собствени профили в социалните медии, както и да работи с инфлуенсъри, за да популяризира платформата.

**Партньорства:** Платформата може да работи с други компании, за да разпространи информация за нея. Например, платформата може да бъде включена в други продукти или услуги, като например браузъри, операционни системи или игри.

## **2.3. Взаимоотношения с клиентите**

Взаимоотношенията с клиентите (CRM) са процесът на изграждане и поддържане на добри взаимоотношения с клиентите. Той включва всички дейности, които една компания извършва, за да разбере нуждите на клиентите си, да ги задоволи и да ги превърне в лоялни клиенти.

Ефективните взаимоотношения с клиентите са от ключово значение за успеха на всяка компания. Те могат да помогнат за:

- Увеличаване на продажбите: Когато клиентите са доволни от взаимодействието си с една компания, те са по-склонни да купуват повече продукти или услуги от нея.
- Намаляване на разходите: Когато компаниите могат да задържат клиентите си, те могат да намалят разходите си за привличане на нови клиенти.
- Повишаване на удовлетвореността на клиентите: Добрите взаимоотношения с клиентите могат да помогнат за подобряване на удовлетвореността на клиентите, което може да доведе до положителни отзиви и препоръки.

### **3. Управленска инфраструктура**

#### **3.1. Ключови ресурси**

Управленската инфраструктура трябва да бъде добре проектирана и управлявана, за да се гарантира, че тези ресурси се използват ефективно и ефикасно.

Ето някои конкретни примери за ключови ресурси на управленската инфраструктура:

- Човешки ресурси: Мениджъри, служители, технически персонал, консултанти
- Информационни ресурси: Софтуер, хардуер, данни, системи за управление на информацията
- Финансови ресурси: Пари, инвестиции, активи
- Материални ресурси: Оборудване, инвентар

Управленската инфраструктура е от съществено значение за успеха на всяка организация. Тя осигурява основата, върху която организацията може да функционира и да постига своите цели.

Ключовите ресурси на управленската инфраструктура са тези, които са от съществено значение за функционирането на организацията. Те включват:

- Човешки ресурси: Персоналът е най-важният ресурс на всяка организация. Той е отговорен за изпълнението на задачите и постигането на целите на организацията.
- Информационни ресурси: Информацията е от съществено значение за вземането на решения и управлението на организацията. Тя включва данни, отчети, анализи и други.
- Финансови ресурси: Финансите са необходими за закупуването на активи, плащането на разходи и изпълнението на дейностите на организацията.

- Материални ресурси: Материалните ресурси включват оборудване, инвентар и други. Те са необходими за производството на продукти или предоставянето на услуги.

## 3.2 Ключови дейности

### Основни дейности:

Разработване и поддържане на платформата за социални медии: Тази дейност включва разработването на функционалността на платформата, както и нейното поддържане и актуализиране.

Привличане на потребители: Тази дейност включва маркетинг и промоция на платформата, за да се достигне до потенциалните потребители.

Поддържане на потребителите: Тази дейност включва предоставяне на поддръжка на потребителите и отговаряне на техните въпроси и проблеми.

### Поддържащи дейности:

- Управление на човешките ресурси: Тази дейност включва наемането, обучението и развитието на персонала, който е необходим за изпълнението на основните дейности.
- Финанси: Тази дейност включва управлението на паричните потоци и финансите на организацията.
- ИТ: Тази дейност включва поддръжката на информационните системи и технологиите, които са необходими за функционирането на платформата.
- Правни услуги: Тази дейност включва предоставянето на правни съвети и услуги, които са необходими за защита на организацията и нейните потребители.

### 3.3. Ключови бизнес партньорства

*Партньорства с други платформи за социални медии:* Тези партньорства могат да ви помогнат да достигнете до по-широка аудитория и да създадете по-задълбочено взаимодействие между потребителите. Например, можете да партнирате с други платформи за социални медии, за да позволите на потребителите си да споделят съдържание между платформите.

*Партньорства с компании, които предлагат свързани продукти или услуги:* Тези партньорства могат да ви помогнат да разширите продуктовото си портфолио и да предоставите на потребителите по-ценна стойност. Например, можете да партнирате с компании, които предлагат онлайн магазини, за да позволите на потребителите си да пазаруват директно от вашата платформа.

*Партньорства с компании, които имат достъп до целеви аудитории:* Тези партньорства могат да ви помогнат да достигнете до потребители, които са по-склонни да се интересуват от вашата платформа. Например, можете да партнирате с компании, които имат достъп до конкретни възрастови групи или географски райони.

## 4. Финансови аспекти

### 4.1 Структура на разходите

- Разходи за разработване и поддържане на платформата:
  - Заплата на разработчици и дизайнери
  - Разходи за софтуер и хардуер
  - Разходи за хостване и поддръжка на сървъри
- Разходи за маркетинг и промоция:
  - Разходи за реклама в социални медии
  - Разходи за платена реклама
  - Разходи за събития и спонсорства

- Разходи за обслужване на клиенти:
  - Заплата на представители на обслужването на клиенти
  - Разходи за софтуер за обслужване на клиенти
- Разходи за други бизнес дейности:
  - Заплата на мениджъри и други служители
  - Разходи за счетоводни услуги
  - Разходи за правни услуги

## **4.2 Структура на приходите**

- Приходи от реклами:
  - Реклами в лентата с новини
  - Реклами в историите
  - Реклами в търсенето
- Приходи от платени услуги:
  - Премиум абонамент
  - Премиум функции
  - Премиум съдържание
- Приходи от продажба на данни:
  - Данни за местоположение
  - Данни за интереси
  - Данни за поведение

Таблица 1. Описание на елементи на базовия бизнес модел.

Елементи	Описание
<i>Стойностно предложение</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Свързване с други хора в интернет;</li> <li>• Информация;</li> <li>• Вдъхновение.</li> </ul>
<i>Целеви клиенти</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Хората, които искат да останат свързани с приятели и семейство;</li> <li>• Хората, които искат да бъдат информирани за актуалните събития;</li> <li>• Хората, които искат да се свържат с други хора, които споделят техните интереси.</li> </ul>
<i>Дистрибуционен канал</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Изцяло виртуален канал</li> </ul>
<i>Взаимоотношения с клиента</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Виртуално свързване с клиента</li> <li>• Онлайн размяна на счетоводни документи</li> <li>• Онлайн плащане</li> </ul>
<i>Ключови ресурси</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Хардуер;</li> <li>• софтуер;</li> <li>• специалисти;</li> <li>• облачни среди.</li> </ul>
<i>Ключови дейности</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Разработване и поддържане на платформата;</li> <li>• Маркетинг и реклама;</li> <li>• Финанси;</li> <li>• Човешки ресурси;</li> <li>• Правни въпроси.</li> </ul>
<i>Ключови партньорства</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Реклагодатели;</li> <li>• Технологични компании;</li> <li>• Медийни компании;</li> <li>• Игрални компании;</li> <li>• Образование;</li> <li>• Социални каузи и т.н.</li> </ul>
<i>Структура на разходите</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Разходи за стартиране (регистрация, интелектуални</li> </ul>



	<p>права, маркетинг, осигуряване на ключовите ресурси);</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Разходи за персонал;</li> <li>• Разходи за маркетинг и реклама;</li> <li>• Разходи за развитие на продукти;</li> <li>• Фиксирани разходи и променливи разходи.</li> </ul>
<i>Структура на приходите</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Приходи от реклама;</li> <li>• Приходи от други дейности;</li> <li>• Приходи от абонаменти;</li> <li>• Приходи от видеореклама.</li> </ul>

# Модифициран бизнес модел

## 1. Проблем

Данни и поверителност:

Платформите за социални медии събират огромно количество данни за своите потребители. Тези данни могат да бъдат използвани за целите на целевия маркетинг, но също така могат да бъдат обект на злоупотреби. Ще трябва да се уверим, че събираме и използваме данните на потребителите си по отговорен начин, като спазваме правилата за поверителност.

Конкуренция:

Пазарът на платформи за социални медии е изключително конкурентен. Facebook е доминиращият играч, а други платформи, като Twitter, Instagram и TikTok, също се радват на значителна популярност. Ще трябва да намерим начин да се откροим от конкуренцията и да привличаме потребители.

Патентни права:

Освен лицензионните права, може да се сблъскаме и с проблеми с патентните права. Ако продуктите ни използват нови или новаторски технологии, разработчиците на видеоигри или други компании може да имат патенти, които закрилят тези технологии. В този случай ще трябва да се уверим, че продуктите ни не нарушават тези патенти.

Софтуерните специалисти:

Проблем ще се появи в задържането на програмисти в началният етап на изграждането и пускането на онлайн платформата поради куп приини.

Промените по базовия бизнес модел са отбелязани в следната таблица:

Таблица 2. Модифициран бизнес модел.

Елементи	Описание
<i>Стойностно предложение</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Свързване с други хора в интернет;</li> <li>• Информация;</li> <li>• Вдъхновение.</li> </ul>
<i>Целеви клиенти</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Хората, които искат да останат свързани с приятели и семейство;</li> <li>• Хората, които искат да бъдат информирани за актуалните събития;</li> <li>• Хората, които искат да се свържат с други хора, които споделят техните интереси.</li> </ul>
<i>Дистрибуционен канал</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Изцяло виртуален канал</li> </ul>
<i>Взаимоотношения с клиента</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Виртуално свързване с клиента</li> <li>• Онлайн размяна на счетоводни документи</li> <li>• Онлайн плащане</li> </ul>
<i>Ключови ресурси</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Хардуер; софтуер; специалисти; cloud среди.</li> <li>• Проблеми със софтуерните специалист,</li> <li>• Проблем с техническото изпълнение</li> </ul>
<i>Ключови дейности</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Разработване и поддържане на платформата;</li> <li>• Маркетинг и реклама;</li> <li>• Финанси;</li> <li>• Човешки ресурси;</li> <li>• Правни въпроси.</li> <li>• Проблем с човешките ресурси.</li> </ul>
<i>Ключови партньорства</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Рекламодатели;</li> <li>• Технологични компании;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Медийни компании;</li> <li>• Игрални компании;</li> <li>• Образование;</li> <li>• Социални каузи и т.н.</li> </ul>
<i>Структура на разходите</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Разходи за стартиране (регистрация, интелектуални права, маркетинг, осигуряване на ключовите ресурси);</li> <li>• Разходи за персонал;</li> <li>• Разходи за маркетинг и реклама;</li> <li>• Разходи за развитие на продукти;</li> <li>• Фиксирани разходи и променливи разходи.</li> </ul>
<i>Структура на приходите</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Приходи от реклама;</li> <li>• Приходи от други дейности;</li> <li>• Приходи от абонаменти;</li> <li>• Приходи от видеореклама.</li> </ul>