



Namatek
True Education

www.namatek.com

Business Model Canvas

بوم کانسواس

فهرست مطالب

۱. بوم کانواس چیست؟
۲. هدف بوم کانواس چیست؟
۳. عناصر تشکیل دهنده بوم کانواس

بوم کانواس یکی از ابزارهای کاربردی است که هر کسب و کاری به آن نیاز دارد. برنامه ریزی یکپارچه و متمرکز در جریان شکل دهی ایده های تجاری تا راه اندازی شرکت ها ضرورتی انکار ناپذیر است.

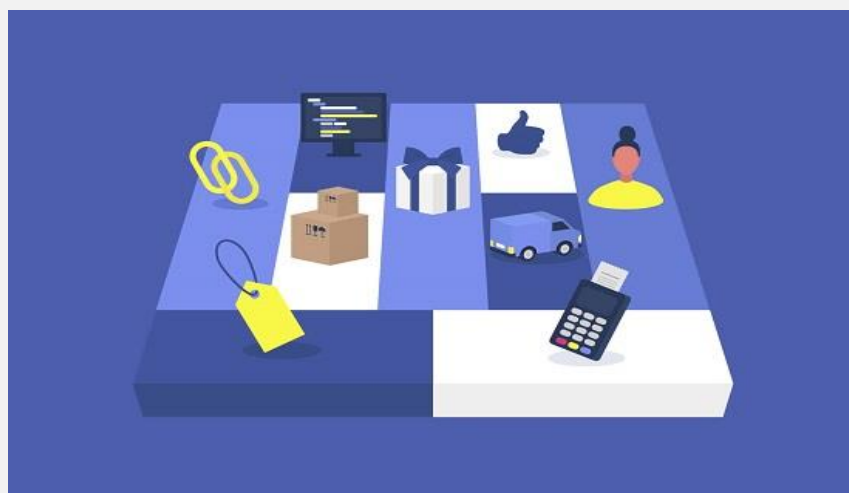
برای انجام این مهم هیچ ابزاری مانند بوم مدل کسب و کار به کار نمی آید. در این مطلب قصد داریم به معرفی این سند مهم برای فعالان عرصه کسب و کار بپردازیم. دعوت می کنیم تا پایان با ما همراه باشید.

بوم کانواس چیست؟

هر کسب و کاری از یک مدل پیروی می کند. مدلی که ابعاد مختلف فعالیت های یک شرکت را از معرفی محصولات یا خدمات گرفته تا نحوه عرضه آن ها به مشتریان در بر می گیرد.

بوم کانواس (Business Model Canvas) یک سند نمایشی یا بصری است که در زبان فارسی با نام بوم مدل کسب و کار شناخته می شود. در این بوم تصویری کامل از تمام مولفه های استراتژیک تبدیل کننده ایده های تجاری به کسب و کار ارائه می شود.

ضمن معرفی کلی از ایده شرکت، نحوه عملیاتی کردن آن و همچنین جریان های درآمدی، تبلیغات و بسیاری از موارد دیگر در این سند تشریح می شود.



برای اولین بار یک کارآفرین سویسی به نام الکساندر اوستروالدر (Alexander Osterwalder) این مفهوم را معرفی کرد. پس از آن خیلی زود به یک مفهوم جهانی تبدیل شد که در کسب و کارها در کشورهای مختلف از آن استفاده کردند.

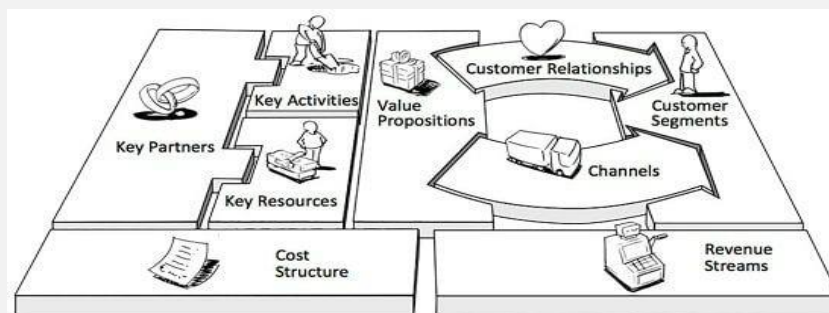
هدف بوم کانواس چیست؟

بوم کانواس در وهله اول یک نمای کلی از مدل کسب و کار شرکتها به حساب می‌آید. به علاوه این که شرکتها با مشاهده این سند بصری می‌توانند استراتژی‌های خود را به صورت یکپارچه مورد تجزیه و تحلیل قرار دهند.

در عین حال بوم مدل کسب و کار یک سند ثابت و غیر قابل تغییر نیست؛ بلکه صاحبان ایده‌های تجاری در طول فرآیند فعالیت‌های خود بارها و بارها آن را بازنگری می‌کنند.

در غیر این صورت حرکت آن‌ها در مسیر توسعه کند یا متوقف می‌شود. وجود بوم مدل کسب و کار به ایجاد فهم مشترک از فعالیت‌های شرکت در بخش‌های مختلف کمک می‌کند.

در واقع به جای آن که هر بخشی از یک شرکت فهم خاصی از اهداف داشته باشد، همگی به درک یکسان می‌رسند. این موضوع باعث می‌شود که همکاری‌ها در یک شرکت خیلی بهتر شکل بگیرد.



نکته مهم دیگر این است که بوم کانواس دربرگیرنده تمام موضوعات ضروری و حیاتی پیرامون فعالیت یک شرکت است؛ بنابراین با داشتن این سند می توان آسوده خاطر بود که موضوعات جریان اصلی در شرکت ها مورد غفلت واقع نمی شوند.

این در حالی است که اگر به هر دلیلی بوم مدل یک کسب و کار ناقص باشد، استراتژی آن مجموعه نیز قطعا با نواقص جدی رو به رو خواهد شد.

عناصر تشکیل دهنده بوم کانواس

یک بوم کانواس برای هر کسب و کار از بخش های خاص و منحصر به فردی تشکیل می شود؛ اما چند عنصر اساسی وجود دارند که در تمام بوم ها مشترک هستند.

از جمله این عناصر می توان به مواردی اشاره کرد که در ادامه آن ها را توضیح می دهیم.

مشتریان (Customer Segment)

هر شرکت فارغ از این که چه نوع فعالیتی انجام می دهد، مشتریان خاص خود را دارد. مشتریان ممکن است افراد حقیقی باشند یا شرکت ها و سازمان هایی که در مقام اشخاص حقوقی از خدمات یا محصولات مجموعه استفاده می کنند.



در بوم کانواس باید به طور دقیق مشخص کنید که مشتریان کسب و کار شما چه کسانی هستند. علاوه بر آن باید هر یک از مشتریان در سطح خاصی قرار بگیرند.

به این معنی که کدام گروه مشتریان بالقوه فعلی برای شما به حساب می آیند و چه گروه هایی در اولویت های بعدی قرار می گیرند.

پس از آن باید اطلاعات جزئی تری از ویژگی های مشتریان خود جمع آوری کنید که از آن جمله می توان به موارد زیر اشاره کرد:

- محدوده سنی مشتریان
- پراکندگی جغرافیایی مشتریان
- علایق و سلیقه عمومی مشتریان
- نحوه تعامل با گروه های مختلف

محدودیتی در انتخاب دایره مشتریان در جریان تدوین بوم مدل کسب و کار وجود ندارد؛ اما توصیه می شود که در وهله اول به سراغ مشتریان اصلی بروید.

سپس در گام های بعدی با تکمیل بوم خود، دایره مشتریان را گسترش دهید.

ارزش پیشنهادی (Value Propositions)

اساتید حوزه کارآفرینی همیشه یک سوال مهم را پیش روی افرادی که قصد راه اندازی کسب و کار دارند، می گذارند: ارزش پیشنهادی کسب و کار شما چیست؟ به عبارت ساده تر چرا یک مشتری با وجود رقبا باید به سراغ شما بیاید؟

کانال ها (Channels)

یکی از مهم ترین بخش های بوم کانواس، مربوط به کانال های ارتباطی است. تعامل شرکت با مشتریان از چه راه هایی صورت می گیرد؟ وقتی مشتریان خود را مشخص کنید و ارزش پیشنهادی ایده تجاربتان را نیز سر و شکل دهید، نوبت به انتخاب کانال های ارتباطی می رسد. به عنوان مثال باید به این سوال پاسخ دهید که آیا شرکت شما نیاز به دفتر فیزیکی دارد؟ اگر پاسخ این سوال مثبت است، دفتر شما باید در کدام منطقه جغرافیایی قرار داشته باشد؟ انتخاب کانال های ارتباطی از جنس تلفن، شبکه های اجتماعی، سایت و... نیز در همین چهارچوب قابل تحلیل است.



به هیچ عنوان لازم نیست که در همان ابتدای فعالیت تمام کانال های ارتباطی ممکن را استفاده کنید؛ بلکه در گذر زمان می توانید بوم مدل کسب و کارتان را به روزرسانی کنید.

در صورتی که دو مرحله قبل را به درستی پشت سر گذاشته باشید، قطعاً می‌توانید کانال‌های ارتباطی را نیز دقیق و صحیح انتخاب کنید.

ارتباط با مشتری (Customer Relationships)

ارتباط با مشتری در دو بخش تقسیم می‌شود:

- چگونه افراد را برای اولین بار به مشتریان کسب و کار خود تبدیل می‌کنید؟
- چگونه مشتریان فعلی کسب و کار خود را حفظ می‌کنید؟



در این بخش از تکمیل بوم کانوناس باید راهکارهای ارتباطی خود را برای پاسخ به دو سوال فوق مطرح کنید. بسیاری از شرکت‌ها در بخش ارتباط با مشتری صرفاً روی جنبه‌های بازاریابی تمرکز می‌کنند.

این در حالی است که هیچ چیز مانند خدمات رایگان، سریع و کارآمد قبل و پس از فروش نمی‌تواند در افزایش مشتریان شما تاثیرگذار باشد.

حتماً توصیه می‌کنیم که در زمان تدوین بخش ارتباط با مشتری روی این نکته مهم حساس باشید.

جریان های درآمدی (Revenue Streams)

هدف شما از راه اندازی شرکت دستیابی به سود مالی است؛ بنابراین باید پیش بینی دقیقی از تمام کانال هایی که جریان درآمدی را برای کسب و کار شما فعال می کنند، داشته باشید.

متداول ترین جریان های درآمدی در کسب و کارها عبارتند از:

- فروش کالا
- ارائه خدمات
- دریافت حق اشتراک در ازای ارائه خدمات یا اجاره محصولات
- دریافت حق عضویت در ازای صدور مجوز
- درآمدزایی از محل تبلیغات



البته باید توجه داشته باشید که جریان های درآمدی به موارد فوق محدود نمی شوند.

هم چنین در عین حال یک کسب و کار می تواند به طور هم زمان همه یا تعدادی از جریان های درآمدی را برای خود فعال کند. کلیه راه های کسب درآمد باید در بوم کانسوا ذکر شوند.

منابع کلیدی بوم کانواس (Key Resources)

هر شرکت یا سازمانی مبتنی بر منابع خاصی فعالیت می کند. به عنوان مثال دارایی های مادی و معنوی یک شرکت به عنوان منابع اصلی آن به حساب می آیند. نیروی انسانی خیره و ماهر به عنوان ارزشمندترین منبع در هر کسب و کاری به شمار می رود. میزان سرمایه گذاری مورد نیاز برای تحقق اهداف شرکت و همچنین پیش نرخ بازگشت سرمایه نیز در بخش منابع اصلی بوم کانواس ذکر می شوند. تمام این موارد باید در قالب بوم مدل کسب و کار به طور دقیق مشخص شوند.



فعالیت های کلیدی (Key Activities)

وقتی ارزش پیشنهادی کسب و کار خود را مشخص کردید، باید به این سوال پاسخ دهید که از چه راهی باید آن ارزش محقق شود. مجموعه فعالیت هایی که باید برای این منظور انجام دهید را در بخش فعالیت های کلیدی بوم مدل کسب و کار یادداشت کنید. از تامین مالی و

استخدام نیروی انسانی خبره گرفته تا فعالیت های تولیدی و بازاریابی همگی باید در این بخش مد نظر قرار بگیرند.



شرکای کلیدی (Key Partners)

پیدا کردن شریک در فعالیت های تجاری چیزی بیش از یک انتخاب است. چرا که تعداد کمی از شرکت ها را می توان پیدا کرد که توانسته اند به تنهایی به حیات خود ادامه دهند.



شما نیز برای راه اندازی و اداره کسب و کار خود نیاز به شرکای کلیدی دارید.

شرکایی که هر کدام در تامین مالی، تامین مواد اولیه، بازاریابی، فروش محصولات و خدمات و... با شما همکاری می کنند.
مانند سایر بخش های بوم کانواس، بخش مربوط به شرکای کلیدی نیز در گذر زمان دستخوش تغییر و تحولات زیادی می شود.