

بخش‌های مشتری

برای چه کسانی ارزش ایجاد می‌کنید؟ مهم‌ترین مشتریان شما چه کسانی هستند؟
مثال: برای یک شرکت تولیدکننده کفش ورزشی، بخش‌های مشتری می‌توانند 'ورزشکاران حرفه‌ای' و 'افراد علاقه‌مند به سبک زندگی فعال' باشند.

روابط با مشتری

چه نوع رابطه‌ای با هر بخش از مشتریان خود برقرار می‌کنید؟ (شخصی، خودکار، انجمن و غیره)
مثال: برای یک سرویس اشتراک نرم‌افزار، روابط می‌تواند شامل پشتیبانی آنلاین، ایمیل‌های شخصی‌سازی شده و انجمن کاربران باشد.

جریان‌های درآمدی

چگونه از هر بخش از مشتریان خود درآمد کسب می‌کنید؟ (فروش، اشتراک، کارمزد و غیره)
مثال: برای یک اپلیکیشن موسیقی، جریان‌های درآمدی می‌تواند شامل حق اشتراک ماهانه، فروش آلبوم‌ها و تبلیغات باشد.

ارزش‌های پیشنهادی

چه ارزشی را به مشتریان خود ارائه می‌دهید؟ چه مشکلی را حل می‌کنید یا چه نیازی را برطرف می‌کنید؟
مثال: برای یک اپلیکیشن تحویل غذا، ارزش پیشنهادی می‌تواند 'راحتی سفارش غذا از رستوران‌های متنوع با تحویل سریع' باشد.

شرکای کلیدی

چه کسانی شرکای اصلی شما هستند؟ چه تامین‌کنندگان و منابع کلیدی دارید؟
مثال: برای یک شرکت نرم‌افزاری، شرکای کلیدی می‌توانند ارائه‌دهندگان خدمات ابری (مانند AWS)، توسعه‌دهندگان فریلنسر یا شرکتهای بازاریابی باشند.

فعالیت‌های کلیدی

مهم‌ترین کارهایی که برای ارائه ارزش پیشنهادی خود باید انجام دهید چیست؟
مثال: برای یک پلتفرم آموزش آنلاین، فعالیت‌های کلیدی شامل تولید محتوا، پشتیبانی فنی، بازاریابی دوره‌ها و مدیریت مدرسین است.

کانال‌ها

چگونه ارزش پیشنهادی خود را به مشتریان می‌رسانید؟ (فروشگاه، وبسایت، شبکه‌های اجتماعی و غیره)
مثال: برای یک برند پوشاک، کانال‌ها می‌توانند شامل فروشگاه‌های آنلاین، بوتیک‌های فیزیکی و همکاری با اینفلوئنسرها باشند.

منابع کلیدی

چه دارایی‌های فیزیکی، فکری، انسانی یا مالی برای ارائه ارزش پیشنهادی خود نیاز دارید؟
مثال: برای یک شرکت خودروسازی، منابع کلیدی شامل کارخانه‌ها، مهندسين، پتنت‌ها و سرمایه مالی است.

ساختار هزینه

مهم‌ترین هزینه‌های مربوط به مدل کسب و کار شما چیست؟
مثال: برای یک شرکت حمل‌ونقل، هزینه‌ها شامل سوخت، نگهداری وسایل نقلیه، حقوق رانندگان و بیمه است.