|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | *Kim için hazırlandı:* | | | | | *Tasarlayan:* | | *Tarih:* | | *Versiyon:* |
| **Kanvas İş Modeli** | | Şirket | | |  | | İsim1, İsim2, ... |  | GG/AA/YYYY |  | X.Y |
|  |  |  | | | | |  | |  | | |
| **Kilit Ortaklar** | **Kilit Etkinlikler** | | **Değer Önerileri** | | | **Müşteri İlişkileri** | | | **Müşteri Kesitleri** | | |
| Kilit Ortaklarımız kimler?  Kilit Tedarikçilerimiz kimler?  Hangi Kilit Kaynakları ortaklarımızdan alıyoruz?  Hangi Kilit Etkinlikleri ortaklarımız gerçekleştiriyor?  ORTAKLIK İÇİN SEBEPLER:  Optimizasyon ve tasarruf  Risk ve belirsizliğin azaltılması  Belirli kaynak ve etkinliklerin elde edilmesi | Değer Önerilerimiz hangi Kilit Etkinliklere ihtiyaç duyuyor?  Dağıtım kanalları?  Müşteri ilişkileri?  Gelir akışları?    SINIFLANDIRMA:  Üretim  Sorun çözme  Ağ taban | | Müşteriye sağladığımız değerler nelerdir?  Müşterimizin hangi sorunlarını çözmeye yardımcı oluyoruz?  Her müşteri kesitine hangi ürün ve hizmet demetlerini sunuyoruz?  Hangi müşteri ihtiyaçlarını karşılıyoruz?  ÖZELLİKLER:  Yenilik  Performans  Özelleştirme  Işi görme  Tasarım  Marka/Konum  Fiyat  Maliyet düşürme  Risk azaltma  Ulaşılabilirlik  Kullanım kolaylığı | | | | Müşteri kesitleri bizden onlarla ne türlü bir ilişki kurmamızı ve sürdürmemizi bekliyor?  Bu ilişkilerden hangilerini kurduk?  İlişkiler, İş Modelimizin geri kalan kısımları ile ne kadar uyumlu?  Ne kadar maliyetliler? | | Kimler için değer yaratıyoruz?  En önemli müşterilerimiz kimlerdir?    Kitle pazarlar  Niş/Gedik pazarlar  Kesitlere ayrışmış pazarlar  Çeşitlendirilmiş Pazarlar  Çok yönlü platform | | |
| **Kilit Kaynaklar** | | **Kanallar** | |
| Değer Önerimiz hangi Kilit Kaynaklara ihtiyaç duyuyor?  Dağıtım Kanallarımız?  Müşteri İlişkilerimiz?  Gelir Akışlarımız?  KAYNAK ÇEŞİTLERİ:  Fiziksel, Düşünsel (Entelektüel-marka, patent, vs.), İnsan, Finansal | | Onlara şimdi nasıl ulaşıyoruz?  Kanallarımız ne kadar uyumlu?  Hangileri en iyi işliyor?  Hangileri en maliyet-etkin (ekonomik)?  Kanallarımızı müşteri alışkanlıkları ile nasıl bütünleştiriyoruz?  KANAL AŞAMALARI: Farkındalık, Değerlendirme, Satınalma, Dağıtım, Satış Sonrası | |
| **Maliyet Yapısı** | | | | **Gelir Kaynakları** | | | | | | | |
| İş modelimizin en önemli maliyet noktaları nelerdir?  Temel kaynaklarımızdan en pahalı olanı hangisidir?  Temel etkinliklerimizden en pahalı olanı hangisidir?  İŞİNİZ DAHA ÇOK: Maliyet ağırlıki mi? (yalın maliyet yapısı, düşük fiyat değer önerisi, maksimum otomasyon, yoğun dışarıya yaptırma) Değer ağırlıklı mı? (değer yaratmaya odaklı, üst düzey değer önerisi)  ÖRNEK ÖZELLİKLER: Sabit maliyet (maaş, kira, isitma, su, vs.), Değişken maliyetler, Ölçek ekonomileri, Kapsam ekonomileri | | | | Müşterilerimiz gerçekten hangi değerler için para ödemeyi kabul ediyor?  Şu anda neler için ödeme yapıyorlar?  Şu anda nasıl ödeme yapıyorlar?  Nasıl ödeme yapmayı tercih ederler?  Her Gelir Kaynağının toplam gelire katkısı ne kadardır?  ÇEŞİTLER: Ürün Satışı, Kullanım Ücreti, Üyelik Aidatı, Ödünç verme / Kiralama / Leasing, Lisanslama, Komisyon, Reklam  SABİT FİYATLANDIRMA: Liste Fiyatı, Ürün Özelliklerine göre fiyatlandırma, Müşteri Kesitine göre fiyatlandırma, Hacme dayali  DİNAMİK FİYATLANDIRMA: Pazarlık Usulü, Getiri Yönetimi, Gerçek Zamanlı Pazar | | | | | | | |
| Designed by: The Business Model Foundry ([www.businessmodelgeneration.com/canvas](http://www.businessmodelgeneration.com/canvas)). Türkçe'ye uyarlanmış tarafından [www.adiloran.com](http://www.adiloran.com)  Word implementation by: Neos Chronos Limited (<https://neoschronos.com>). License: [CC BY-SA 3.0](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/) Adapted to Turkish by [www.adiloran.com](http://www.adiloran.com) | | | | | | | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | *Kim için hazırlandı:* | | | | | *Tasarlayan:* | | *Tarih:* | | *Versiyon:* |
| **Kanvas İş Modeli** | | Şirket | | |  | | İsim1, İsim2, ... |  | GG/AA/YYYY |  | X.Y |
|  |  |  | | | | |  | |  | | |
| **Kilit Ortaklar** | **Kilit Etkinlikler** | | **Değer Önerileri** | | | **Müşteri İlişkileri** | | | **Müşteri Kesitleri** | | |
|  |  | |  | | | |  | |  | | |
| **Kilit Kaynaklar** | | **Kanallar** | |
|  | |  | |
| **Maliyet Yapısı** | | | | **Gelir Kaynakları** | | | | | | | |
|  | | | |  | | | | | | | |
| Designed by: The Business Model Foundry ([www.businessmodelgeneration.com/canvas](http://www.businessmodelgeneration.com/canvas)). Türkçe'ye uyarlanmış tarafından [www.adiloran.com](http://www.adiloran.com)  Word implementation by: Neos Chronos Limited (<https://neoschronos.com>). License: [CC BY-SA 3.0](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/) Adapted to Turkish by [www.adiloran.com](http://www.adiloran.com) | | | | | | | | | | | |