

Kanvas İş Modeli

Kim için hazırlandı:

Şirket

Tasarlayan:










İsim1, İsim2, ...

Tarih:

GG/AA/YYYY

Versiyon:

X.Y

Kilit Ortaklar  <p>Kilit Ortaklarımız kimler? Kilit Tedarikçilerimiz kimler? Hangi Kilit Kaynakları ortaklarımızdan alıyoruz? Hangi Kilit Etkinlikleri ortaklarımız gerçekleştiriyor?</p> <p>ORTAKLIK İÇİN SEBEPLER: Optimizasyon ve tasarruf Risk ve belirsizliğin azaltılması Belirli kaynak ve etkinliklerin elde edilmesi</p>	Kilit Etkinlikler  <p>Değer Önerilerimiz hangi Kilit Etkinliklere ihtiyaç duyuyor? Dağıtım kanalları? Müşteri ilişkileri? Gelir akışları</p> <p>SINIFLANDIRMA: Üretim Sorun çözme Ağ taban</p>	Değer Önerileri  <p>Müşteriye sağladığımız değerler nelerdir? Müşterimizin hangi sorunlarını çözmeye yardımcı oluyoruz? Her müşteri kesitine hangi ürün ve hizmet demetlerini sunuyoruz? Hangi müşteri ihtiyaçlarını karşılıyoruz</p> <p>ÖZELLİKLER: Yenilik Performans Özelleştirme İş görme Tasarım Marka/Konum Fiyat Maliyet düşürme Risk azaltma Ulaşılabilirlik Kullanım kolaylığı</p>	Müşteri İlişkileri  <p>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 maliyetlidir?</p>	Müşteri Kesitleri  <p>Kimler için değer yaratıyoruz? En önemli müşterilerimiz kimlerdir?</p> <p>Kitle pazarlar Niş/Gedik pazarlar Kesitlere ayrılmış pazarlar Çeşitlendirilmiş Pazarlar Çok yönlü platform</p>
Kilit Kaynaklar  <p>Değer Önerimiz hangi Kilit Kaynaklara ihtiyaç duyuyor? Dağıtım Kanallarımız? Müşteri ilişkilerimiz? Gelir Akışlarımız?</p> <p>KAYNAK ÇEŞİTLERİ: Fiziksel, Düşünsel (Entelektüel- marka, patent, vs.), İnsan, Finansal</p>	Kanallar  <p>Onlara şimdi nasıl ulaşıyoruz? Kanallarımız ne kadar uyumlu? Hangileri en iyi işliyor? Hangileri en maliyet-etkin (ekonomik)? Kanallarımızı müşteri alışkanlıkları ile nasıl bütünleştiriyoruz?</p> <p>KANAL AŞAMALARI: Farkındalık, Değerlendirme, Satınalma, Dağıtım, Satış Sonrası</p>			
Maliyet Yapısı  <p>İş modelimizin en önemli maliyet noktaları nelerdir? Temel kaynaklarımızdan en pahalı olanı hangisidir? Temel etkinliklerimizden en pahalı olanı hangisidir?</p> <p>İŞİNİZ DAHA ÇOK: Maliyet ağırlıklı mı? (yalın maliyet yapısı, düşük fiyat değer önerisi, maksimum otomasyon, yoğun dışarıya yaptırma) Değer ağırlıklı mı? (değer yaratmaya odaklı, üst düzey değer önerisi)</p> <p>ÖRNEK ÖZELLİKLER: Sabit maliyet (maaş, kira, isitma, su, vs.), Değişken maliyetler, Ölçek ekonomileri, Kapsam ekonomileri</p>	Gelir Kaynakları  <p>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?</p> <p>ÇEŞİTLER: Ürün Satışı, Kullanım Ücreti, Üyelik Aidatı, Ödünç verme / Kiralama / Leasing, Lisanslama, Komisyon, Reklam</p> <p>SABİT FİYATLANDIRMA: Liste Fiyatı, Ürün Özelliklerine göre fiyatlandırma, Müşteri Kesitine göre fiyatlandırma, Hacme dayalı</p> <p>DİNAMİK FİYATLANDIRMA: Pazarlık Usulü, Getiri Yönetimi, Gerçek Zamanlı Pazar</p>			









Kanvas İş Modeli

Kim için hazırlandı:

Tasarlayan:

Tarih:

Versiyon:

Kilit Ortaklar 	Kilit Etkinlikler 	Değer Önerileri 	Müşteri İlişkileri 	Müşteri Kesitleri 
	Kilit Kaynaklar 		Kanallar 	
Maliyet Yapısı 		Gelir Kaynakları 