

(به نام خدا)

تهیه کننده : یوسف واعظی

استاد مربوطه : استاد رسولیان

درس : کارگاه نوآوری و کارآفرینی

خلاصه پودمان ۳ : طراحی کسب و کار

تیم ، متشکل از افرادی با مهارت ها ، دانش و تجربیات گوناگون است که متکی به یکدیگرند و دارای تعهدی دسته جمعی در رسیدن به اهداف تیم هستند.

درجه اعتماد ، اطمینان ، تعهد ، انسجام و هماهنگی یک تیم بیشتر از یک گروه است .رشتهای که تمام اعضای یک تیم را به هم متصل می کند، آرمان مشترکی است که همه اعضای تیم به آن اعتقاد و ایمان قلبی دارند . در یک تیم به دلیل اینکه هدف نهایی شفاف است و افراد مصمم به دستیابی به آن هستند، اعضا با خودانگیزی کارها را به پیش میبرند.

تحمل ابهام : عبارت است از تمایل به آغاز فعالیتی مستقل، بی آنکه شخص دقیقاً بداند موفق خواهد شد یا خیر .
تفکر انتقادی یکی از روشهای ساده محاصره کردن هر موضوعی، پرسیدن شش سؤال کلیدی درباره آن است. این سؤال های معروف همه با (چه) شروع می شوند :

۱ - چه چیزی ؟ (چیستی)

۲ - چه را ؟

۳ - چه زمانی ؟ (کی؟)

۴ - چه جایی ؟ (کجا؟)

۵ - چه کسی ؟ (کی؟)

۶ - چه طور ؟ (چگونه؟)

نکته : فردی که انتقادی می اندیشد قادر است پرسش های مناسب بپرسد و اطلاعات مربوط را جمع آوری کند سپس با خالقیت ، آنها را دسته بندی کرده و با منطق استدلال کند و در پایان به یک نتیجه قابل اطمینان درباره مسئله برسد.

عموما کسب و کار های نوپا از آغاز ، بیش از همه بر امور فنی و بازاریابی کار خود تمرکز می کنند و تنها به پیشبینی سود مالی خود می پردازند.

هزینه : بهای کالاها و خدماتی است که در عملیات یک کسب و کار برای کسب درآمد به مصرف میرسد.

درآمد : درآمد پولی است که از عرضه محصولاتمان به مشتریان به دست می آوریم .

حاصل تفریق این دو، سود ما را نشان میدهد: **سود = هزینه - درآمد**

● انواع روش های درآمدزایی :

حق استفاده : درآمدی که در ازای استفاده از یک خدمت خاص ایجاد می شود. مشتری هرچه بیشتر از این خدمت استفاده کند باید پول بیشتری دهد .

فروش دارایی ها : درآمدی که از طریق فروش محصولات فیزیکی کسب و کار ایجاد می شود.

حق عضویت : درآمدی که با فروش دسترسی مداوم به خدمات ایجاد می شود.

انجام تبلیغات : درآمدی که از پرداخت کارمزد در ازای انجام دادن تبلیغ برای یک محصول یا خدمتی خاص ایجاد می شود.

دستمزد کارگزاری : درآمدی که از طریق خدمات واسطه گری میان دو یا چند نفر ایجاد می شود.

منابع مالی یکی از حیاتی ترین منابع مورد نیاز برای شروع هر کسب و کاری است . فرقی ندارد کوچک یا بزرگ ، نوآورانه یا سنتی ، شما به سرمایه اولیه برای راه اندازی کسب و کارتان نیاز دارید .

محیط سازمان :

عوامل محیطی داخلی کسب و کار شامل عوامل درونی سازمان است که بر رویکرد و موفقیت عملیات پروژه های درون سازمانی تأثیر دارد. عوامل محیطی خارجی نیز شامل تمامی عواملی است که در خارج از شرکت وجود دارند.

ماهیت **قوت و ضعف** به درون سازمان و **فرصت و تهدید** به برون سازمان مربوط می شود.

قوت ها : قوت های سازمان همان منابع و توانایی هایی است که در اختیار دارد و می تواند از آنها به منظور ایجاد یک مزیت رقابتی استفاده کند.

ضعف ها : نبودن بعضی از توانایی های کلیدی در سازمان می تواند به عنوان نقاط ضعف در سازمان تلقی شود.

فرصت : شناسایی و بررسی دقیق محیط خارجی می تواند فرصت های جدیدی را برای مدیران شرکت نمایان سازد و این فرصت ها ، آغازگر مسیر جدیدی برای توسعه و رشد باشند.

تهدید : تغییر در متغیرهای خارجی و محیطی می تواند تهدید هایی را برای شرکت در پی داشته باشد . تحلیل SWOT ابزاری کارآمد برای شناسایی شرایط محیطی و توانایی های درونی سازمان است.

گام اول در مراحل برنامه ریزی استراتژیک تعیین رسالت ، اهداف و مأموریت های سازمان است و پس از آن می توان از طریق تحلیل SWOT که یکی از ابزارهای تدوین استراتژی است ، برای سازمان استراتژی طراحی کرد که متناسب با محیط آن باشد.

ارزش های پیشنهادی :

ارزش های پیشنهادی مواردی هستند که باعث خواهد شد مشتریان خدمات شما را ترجیح داده و به شما وفادار بمانند. مزیت هایی که کسب و کار شما را از سایر رقبا متمایز می کند در این بخش قرار خواهند گرفت.

بخش مشتریان :

مشتری هدف اصلی در راه اندازی هر کسب و کار است و در حقیقت موتور محرک کسب و کار است. مشتریان قلب هر کسب و کار را تشکیل می دهند و برای انتخاب نوع فعالیت کسب و کار خود باید مشتریان بخشبندی شوند.

انواع منابع کلیدی برای راه اندازی کسب و کار

منابع کلیدی : منابع فیزیکی _ منابع اجتماعی _ منابع مالی _ منابع انسانی _ منابع معنوی

انواع بر آورد هزینه ها :

هزینه محور : مدل های کسب و کاری که هزینه محورند بر کاهش دادن هزینه ها تمرکز دارند. در واقع می خواهند یک ارزش پیشنهادی را با قیمت کمتر به مشتری ارائه دهند.

ارزش محور : برخی مدل های کسب و کار کمتر به هزینه توجه می کنند، در عوض بر خلق ارزش متمرکز هستند . به دنبال ارزش پیشنهادی مرغوب و خدمات اختصاصی سطح بالا برای مشتریان هستند.

کانال های توزیع :

مجراهای ارتباطی هستند که قرار است محصول یا خدمات ارائه شده در کسب و کار شما را به دست مشتریان برسانند.