



بیزینس مدل (Business Model) چیست؟ [تعریف + انواع]

تیم تحریریه اقیانوس آبی

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اقيانوس آبی](#) سر بزنيد.



مدل كسب و كار نمايش جامعي از استراتژي هايي است كه يك شركت براي ايجاد، توسعه و تحقق مزيت رقابتي خود در بازار استفاده مي كند. اين مدل شامل شرح نحوه توليد، فروش و توزيع محصول يا خدمات شركت، مدل درآمدزايي، هزينه‌ها و ساير جزئيات مربوط به عملکرد شركت مي باشد.

مدل كسب و كار جزء اساسي و مهم هر شركت و سازماني است و براي تعيين و تعريف استراتژي عملياتي شركت در بازار استفاده مي شود. در واقع مدل كسب و كار نشان مي دهد كه شركت چه ارزشي براي مشتريان خود ايجاد مي كند، چگونه اين ارزش را ارائه مي دهد و چگونه هزينه هاي توليد و فروش را کاهش مي دهد.

يك مدل كسب و كار موفق بايد به سوالات زير پاسخ دهد:

- محصول يا خدمات شركت چيست؟
- چه كسي به اين محصول يا خدمات نياز دارد؟
- چگونه اين محصول يا خدمات را به مشتريان خود ارائه مي دهد؟
- براي اين محصول يا خدمات چگونه پرداخت مي شود؟
- چگونه هزينه توليد و فروش را کاهش دهيم؟

[گروه اقيانوس آبي](#) سعي دارد در اين مقاله توضيح بدهد كه مدل كسب و كار چيست و چه اجزايي دارد. با ما همراه باشيد.

تعريف مدل كسب و كار

براي مشاهده ساير مقاله هاي ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.

مدل كسب و كار روشي است كه شركت ها براي توليد، توزيع و فروش محصولات و خدمات خود استفاده مي كنند. مدل كسب و كار بايد شامل شرح مفصلي از ساختار شركت، محصولات يا خدمات، بازار هدف، مشتريان، رقبا، كانال هاي توزيع، منابع مورد نياز، فعاليت هاي اصلي و جريان هاي درآمد باشد.

تعريف مناسب از مدل كسب و كار به شركت ها كمك مي كند تا برنامه ريزي و استراتژي درستي براي رشد و توسعه كسب و كار خود داشته باشند. اين تعريف همچنين به شركت ها اجازه مي دهد تا با ساير كسب و كارها، مشتريان و سرمايه گذاران ارتباط برقرار کرده و با آنها همكاري كنند. براي ايجاد يك مدل كسب و كار موثر، يك شركت بايد بازار هدف خود را به خوبي تعريف كند، محصولات و خدمات خود را به شيوه اي مناسب بازيابي كند، نيازهاي مشتريان را درك كند و از مناسبترين و بهترين منابع براي توليد محصولات استفاده كند. در نهايت، بايد از كانال هاي توزيع مناسب براي دستيابي به مشتريان و اطمينان از جريان درآمد كارآمد و پايدار استفاده شود.

نوع مدل كسب و كار بسته به نوع شركت و صنعت متفاوت است. به عنوان مثال، يك شركت توليدي كه محصولات خود را مستقيماً به مشتريان مي فروشد، مدل كسب و كار متفاوتي با يك شركت تجاري دارد كه محصولات را از توليدكننده خريداري مي كند و سپس به مشتري مي فروشد. به طور خلاصه، مدل كسب و كار نمايشي از نحوه عملکرد و سودآوري يك شركت است و براي هر شركتي بايد بر اساس نيازها و ويژگي هاي شركت طراحي و تعريف شود.

عناصر تشكيل دهنده يك مدل كسب و كار

۱- ارزش هاي پيشنهادي: (Value Propositions)

براي مشاهده ساير مقاله هاي ما، حتماً به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.

ارزش پيشنهادهی یک شرکت بخشی از مدل کسب و کار آن است که به مشتریان نشان می دهد که چگونه شرکت ارزش های منحصر به فرد خود را ایجاد می کند. این مقادیر می تواند مزیت های خاص محصول، ویژگی های خاص، خدمات پس از فروش، متوسط قیمت و ... باشد. در واقع، ارزش پيشنهادهی یک شرکت، مزایایی است که یک شرکت برای مشتریان خود فراهم می کند تا آنها را تشویق به خرید و استفاده از محصولات و خدمات خود کند.

۲- بخش بندی بازار هدف: (Target Customer Segments)

مدل کسب و کار گروهی از مشتریان است که شرکت برای آنها ارزش ایجاد می کند. در واقع شرکت با شناخت گروه هدف می تواند بر مشتریانی متمرکز شود که نیازهای خاص آنها را برآورده می کنند. این امر به شرکت کمک می کند تا از منابع خود به بهترین شکل استفاده کند و هزینه های ناشی از روش های بازاریابی گسترده را کاهش دهد.

۳- کانال توزیع: (Distribution Channels)

مجموعه ای از روش ها و فرآیندهایی است که یک شرکت برای فروش محصولات خود و ارائه خدمات به مشتریان خود استفاده می کند. کانال توزیع شامل کلیه فعالیت هایی است که در طول زنجیره تامین از دستیابی به مواد اولیه، تولید، توزیع، فروش و تحویل محصولات به مشتریان رخ می دهد. کانال توزیع شامل فروشگاه های فیزیکی، فروشگاه های آنلاین، عرضه مستقیم از سمت شرکت، شبکه توزیع کنندگان و فروشندگان، شرکت های پستی، خدمات پخش و مونتاژ و ... می باشد.

استفاده از کانال توزیع گسترده برای یک شرکت می تواند منجر به افزایش فروش و در نتیجه افزایش سود شود. به عنوان مثال، شرکت هایی که محصولات خود را از طریق فروشگاه اینترنتی

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.



به فروش می‌رسانند، می‌توانند به مشتریان خود در سراسر جهان دسترسی پیدا کنند و فروش و آگاهی از محصولات خود را افزایش دهند.

از سوی دیگر، شرکت‌هایی که از شبکه‌ای از توزیع‌کنندگان و فروشندگان برای فروش محصولات خود استفاده می‌کنند، می‌توانند با ورود به بازارهای جدید و تحقق اهداف خود میزان رشد و درآمدشان را افزایش دهند.

در نهایت، اهمیت کانال توزیع به دلیل این است که با استفاده از روش‌های مناسب و هوشمندانه در توزیع محصولات، شرکت‌ها می‌توانند به سودآوری بیشتری برسند.

۴- روش درآمدزایی: (Revenue Streams)

کسب درآمد مدل کسب و کار روشی است که یک شرکت برای کسب درآمد از محصولات و خدمات خود استفاده می‌کند. این رویکرد ممکن است شامل فروش محصولات و خدمات، تقسیم درآمد، تبلیغات، خدمات پولی، صدور مجوز و غیره باشد. یک شرکت برای تامین هزینه‌های خود و افزایش سود باید راه درستی را برای درآمدزایی از محصولات خود انتخاب کند.

۵- منابع کلیدی: (Key Resources)

در واقع، منابع کلیدی برای یک شرکت حیاتی هستند و بدون آنها نمی‌تواند برای مشتریان خود ارزش ایجاد کند. این منابع می‌تواند شامل فناوری، تجهیزات، مواد اولیه، افراد، داده‌ها، مالکیت معنوی و غیره باشد.

Key Resources منابع استراتژیکی هستند که یک شرکت برای ایجاد و ارائه ارزش پیشنهادی خود، رسیدن به بازار هدف و حفظ روابط با مشتریان خود دارد.

برای مشاهده سایر مقاله‌های ما، حتماً به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.

نمونه ای از بوم مدل کسب و کار

به عنوان مثال، یک شرکت نرم‌افزاری ممکن است منابع کلیدی خود را به صورت فناوری مالکیتی، افراد توسعه دهنده نرم‌افزار با مهارت بالا و منابع مالی برای پشتیبانی از تحقیقات و توسعه مداوم داشته باشد.

۶ - فعالیت‌های کلیدی: (Key Activities)

فعالیت‌های کلیدی یا Key Activities مجموعه فعالیت‌هایی است که توسط یک شرکت برای تولید و ارائه محصولات یا خدمات خود به مشتریان انجام می‌شود. فعالیت‌های کلیدی بیشترین تأثیر را در موفقیت یا شکست یک شرکت دارد.

فعالیت‌های کلیدی شامل تحقیق و توسعه، طراحی و تولید محصول، تولید و ارائه خدمات، بازاریابی و فروش، پشتیبانی مشتری و خدمات پس از فروش، مدیریت زنجیره تأمین و تحویل محصولات به مشتریان است.

مهمترین مزیت داشتن فعالیت‌های کلیدی مناسب برای یک شرکت، کاهش هزینه‌ها و افزایش کیفیت محصولات یا خدمات است. به عنوان مثال، شرکت‌هایی که از فعالیت‌های تحقیق و توسعه برای بهبود محصولات خود استفاده می‌کنند، می‌توانند محصولات خود را با کیفیت بالاتر و هزینه کمتر تولید کنند و در نتیجه رقابت قوی‌تری در بازار به دست آورند.

همچنین شرکت‌هایی که در فعالیت‌های کلیدی مرتبط با پشتیبانی مشتری و خدمات پس از فروش عملکرد خوبی دارند، می‌توانند از رضایت مشتری بیشتری برخوردار شوند و در نتیجه سهم بیشتری از بازار را از آن خود کنند.

برای مشاهده سایر مقاله‌های ما، حتماً به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.



۷ - پارتنرها: (Key Partnerships)

شرکا در مدل کسب و کار شرکت‌هایی هستند که می‌توانید از آنها برای ایجاد ارزش برای مشتریان خود استفاده کنید. شرکا ممکن است شامل تامین کنندگان، شرکت‌های تحقیق و توسعه، تجهیزات تخصصی و غیره باشد.

به عنوان مثال، یک شرکت تولیدی ممکن است با یک شرکت حمل و نقل همکاری کند تا محصولات خود را به مشتریان خود تحویل دهد. به همین ترتیب، از تامین کنندگانی استفاده می‌کند که مواد با کیفیتی را ارائه می‌دهند تا بتواند محصولات با کیفیت تولید کند. بنابراین انتخاب شرکای مناسب می‌تواند شرکت را در رسیدن به اهداف خود و ایجاد ارزش برای مشتریان خود یاری دهد.

مدل کسب و کار در مقابل طرح کسب و کار

هم مدل کسب و کار و هم **طرح کسب و کار** عناصری از **استراتژی کلی کسب و کار** شما هستند. با این حال، تفاوت‌های اساسی بین مدل کسب و کار و طرح کسب و کار وجود دارد.

مدل کسب و کار: یک مدل کسب و کار، فرضیه شما را در مورد اینکه چگونه کسب و کار شما درآمد ایجاد می‌کند و به سودآوری می‌رسد را توصیف می‌کند. مدل کسب و کار شامل یک نمای کلی از آنچه ارائه می‌دهید و به چه کسی است.

طرح کسب و کار: یک طرح کسب و کار یک سطح پایین می‌آید تا نشان دهد که چگونه مدل کسب و کار را اجرا می‌کنید. مدل کسب و کار به عنوان پایه کسب و کار در نظر گرفته می‌شود و معمولاً در پاسخ به تغییرات کوتاه مدت در ساختارش تجدید نظر نمی‌شود اما طرح کسب و کار بر اساس تغییرات در روند اقتصاد یا بازار می‌تواند به روز شود.

برای مشاهده سایر مقاله‌های ما، حتماً به [اقيانوس آبي](#) سر بزنید.

مدل كسب و كار پايه و اساس يك شركت است، در حالي كه طرح كسب و كار ساختار است. بنا بر اين، يك مدل كسب و كار ايده اصلي كسب و كار همراه با شرح نحوه عملکرد آن است. طرح كسب و كار به جزئيات مي پردازد تا نشان دهد چگونه اين ايده مي تواند كار كند.

اهميت مدل كسب و كار

مدل كسب و كار يكي از مهمترين عوامل است كه هر شركتي بايد در نظر بگيرد. اين مدل به شركت كمك مي كند تا در توليد، توسعه و توزيع محصولات و خدمات بهينه عمل كند و در نهايت به سودآوري و رشد كسب و كار دست يابد. در ادامه برخي از اهميت هاي مدل كسب و كار مورد بحث آمده است:

- بهينه سازي ساختار شركت:

مدل كسب و كار سازمان را آماده مي كند تا ساختار داخلي خود را با رشد و گسترش بهبود بخشد.

- شناسايي بازارهاي هدف:

مدل كسب و كار به شركت كمك مي كند تا با شناسايي بازارهاي هدف و رقابت با رقباء در بازار، بازاریابی و توزيع محصولات خود را برنامه ریزی کند.

شناسايي بازار هدف نيز در تدوين و اجراي يك **استراتژي بازاریابی** موفق براي هر محصول جديد مهم است.

- شناسايي مشتريان و بهبود ارتباط با آنها:

براي مشاهده ساير مقاله هاي ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.

مدل كسب و كار به شركت كمك مي كند تا مشتريان خود را به بهترين شكل شناسايي كند و به نيازهاي آنها پاسخ دهد. با ارائه يك مدل كسب و كار موثر، شركت ها بهترين راه ها را براي برقراري ارتباط با مشتريان به دست مي آورند و مي توانند روابط با آنها را بهبود بخشند.

-مدیریت منابع:

يك مدل كسب و كار كه به شركت ها كمك مي كند تا از منابع خود حداكثر استفاده را ببرند و با صرفه جويي در مصرف منابع هزينه هاي خود را کاهش دهند. به علاوه بايد به اين نکته توجه كرد كه مدل كسب و كار مدیریت منابع انسانی را با بهينه كردن ارتباطات نیز بهبود می بخشد.

-جذب سرمایه گذار:

يكي از مهمترين مواردی كه سرمایه گذاران به دنبال آن هستند، يك مدل كسب و كار قوي است. يك مدل كسب و كار با كيفيت به سرمایه گذاران نشان مي دهد كه عملکرد سازمان به شيوه‌اي پايدار است و در نتيجه شانس آن را براي جذب سرمایه گذار افزايش مي دهد.

-تصميم گيري بهتر:

از آنجايي كه مدل كسب و كار مجموعه اي از تصميمات و تركيبات مختلف است، استفاده از آن به كارآفرينان كمك مي كند تا تصميمات بهتري در مورد كسب و كار خود بگيرند و نقاط قوت و ضعف كسب و كار خود را بهتر درك كنند.

-سازماندهی بهتر:

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.



استفاده از مدل کسب و کار به کارآفرینان کمک می کند تا کسب و کار خود را بهتر سازماندهی کنند. این به کارآفرینان اجازه می دهد تا بهتر روی نقاط قوت کسب و کارشان تمرکز کنند و بر آنها تمرکز کنند.

عوامل موثر در بیزینس مدل

هنگام طراحی و پیاده سازی یک مدل کسب و کار، عوامل موثر متعددی وارد عمل می شوند. این عوامل عبارتند از:

صنعت: هر صنعت خاص نیازهای متفاوتی دارد که بر اساس آن باید مدل کسب و کارش تعیین شود. عواملی مانند الگوهای عرضه و تقاضا، محصولات و خدمات مورد نظر و روش های تولید و توزیع بر طراحی مدل های کسب و کار تأثیر می گذارند.

مشتریان: شناخت مشتریان و نیازهای آنها یکی از عوامل مهم در توسعه مدل کسب و کار است. با شناخت مشتریان و نیازهای آنها می توان محصولات و خدمات مورد نیاز آنها را عرضه کرد و در نتیجه به سوددهی بالاتری دست یافت.

رقبا: رقبا و روند رقابت در صنعت بر طراحی مدل کسب و کار تأثیر می گذارد. اگر رقبای بیشتری در این صنعت وجود دارد، باید استراتژی های منحصر به فردی را در مدل کسب و کار خود برای جذب مشتری و داشتن جایگاه قوی تری در بازار پیاده کنیم.

فناوری: فناوری عامل مهمی در طراحی مدل کسب و کار است. با استفاده از فناوری های جدید می توان پیشرفت های چشمگیری در فرآیند تولید، توزیع، بازاریابی و خدمات پس از فروش ایجاد کرد.

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.

مالي: عوامل مالي شامل سرمايه گذاري، مديريت سرمايه، هزينه هاي توليد و توزيع و سودآوري است که یکی از عوامل تاثيرگذار بر مدل کسب و کار.

انواع مدل هاي کسب و کار

مدل هاي کسب و کار می توانند بسيار متنوع باشند و بسته به نوع کسب و کار، صنعت و نیاز مشتری متفاوت باشند. در زیر برخی از انواع شناخته شده مدل هاي کسب و کار آورده شده است:

- مدل فروش مستقيم: (Direct Sales Model)

در اين مدل کالا يا خدمات مستقيماً به مشتریان فروخته می شود. اين مدل اغلب در مشاغل کوچک و متوسط استفاده می شود.

- مدل تبليغات و درآمد از تبليغات: (Advertising Model)

در اين مدل شرکت با نمايش تبليغات در وب سايت، اپليکيشن يا رسانه هاي ديگر کسب درآمد می کند. از نمونه هاي اين مدل می توان به گوگل، فيسبوک و يوتيوب اشاره کرد.

- مدل اقتصاد اشتراکی: (Sharing Economy Model)

اقتصاد اشتراکی که بعضی‌ها آن را اقتصاد تسهيمي هم می خوانند یک مدل کسب و کار است که سابقه هزار ساله در بين عموم مردم دارد اما امروزه به کمک تکنولوژی معنای متفاوتی پيدا کرده است. در آن افراد بر یک بستر آنلاين عضو می شوند و خدمات و کالاهای خود را در ازای دريافت مبلغ مشخص با ديگران به اشتراک می گذارند.

برای مشاهده ساير مقاله هاي ما، حتماً به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.

به اشتراك گذاشتن دارايي‌ها در حوزه‌هاي متفاوتي به كار رفته است و استارت‌آپ‌ها توانسته‌اند با تكيه بر اين مدل اقتصادي به موفقيت دست پيدا كنند.

- مدل فروشگاهی: (Retail Model)

در اين مدل، شركت محصولات خود را از طريق فروشگاه‌هاي زنجيره‌اي يا غير زنجيره‌اي به مصرف‌كنندگان عرضه مي‌كند. از نمونه‌هاي اين مدل مي‌توان به Walmart، **خانومي** اشاره كرد.

- مدل فروش مجدد: (Resale Model)

در اين مدل محصولات دست دوم با قيمت كمترى نسبت به بازار به فروش مي‌رسد. برخي از نمونه‌هاي اين مدل eBay و Craigslist هستند.

- مدل مبتني بر اشتراك: (Subscription-Based Model)

در اين مدل، مشتريان هر ماه يا هر سال مبلغ ثابتي را براي دسترسي به محصول يا خدمات پرداخت مي‌كنند. نمونه‌هايي از اين مدل Netflix و Spotify و **متمم** هستند.

- مدل فریمیوم: (Freemium Model)

در اين مدل محصول يا خدمات اصلي به صورت رایگان به مشتري ارائه مي‌شود. اما کاربران براي دسترسي به ويژگي‌هاي پيشرفته بايد هزينه پرداخت کنند. نمونه‌هايي از اين مدل Dropbox و LinkedIn Premium و **نشونت** هستند.

- مدل مبتني بر پلتفرم: (Platform-Based Model)

براي مشاهده ساير مقاله‌هاي ما، حتماً به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.

در اين مدل، شركت بستري را براي ارتباط بين کاربران يا شركت ها فراهم مي كند و از محل كارمزد خدمات يا فروش محصولات ديگران بر روي پلتفرم خود درآمد كسب مي كند. نمونه هايي از اين مدل Uber و Airbnb و **ديجي کالا** هستند.

- مدل صدور مجوز: (Licensing Model)

در اين مدل، شركت مجوز فناوري، برند يا محصول خود را به شركت ديگري مي دهد. اين شركت مالك حق چاپ فناوري، نام تجاري يا محصول است. و با گرفتن هزينه اي از شركت هاي ديگر براي استفاده از آن مجوزها درآمد كسب كنيد. نمونه هايي از اين مدل مايكروسافت و ادوبي هستند.

- مدل فرانشايز: (Franchise Model)

در اين مدل، يك شركت به ديگران اجازه مي دهد از نام و برند آن استفاده كنند و محصولات يا خدمات آن را بفروشند.

ارزيابي مدل هاي كسب و كار

ارزيابي مدل هاي كسب و كار (Business Model Evaluation) فرآيندي است كه در آن مدل هاي كسب و كار مختلف با توجه به عواملی مانند درآمدزایی، هزينه ها، ارزش افزوده و ريسك ها، ارزيابي و تحليل مي شوند. اين فرآيند به كارآفرينان و مديران اجازه مي دهد تا با تحليل دقيقی از مدل كسب و كار خود، نقاط قوت و ضعف آن را بشناسند و در نتيجه، بهبودهاي لازم را در آن اعمال كنند.



پس از ایجاد مدل کسب و کار، نیاز است آن را ارزیابی کرد تا بتوانید بهترین تصمیم‌هایی را برای رشد کسب و کار خود بگیرید. برای ارزیابی مدل کسب و کار، می‌توانید از روش‌های مختلفی استفاده کنید. در زیر به برخی از روش‌های ارزیابی مدل کسب و کار اشاره می‌کنیم:

۱. **درآمد:** چگونه در طول زمان درآمد پایدار کسب کنیم.
۲. **هزینه‌یابی:** شناسایی و کاهش هزینه‌های مختلف.
۳. **ارزش‌آفرینی:** توانایی ایجاد ارزش برای مشتریان و جذب آن‌ها
۴. **پایداری محصول:** پایداری و قابلیت توسعه محصول یا خدمات ارائه شده توسط بیزینس مدل
۵. **رقابت‌پذیری:** توانایی رقابت با سایر رقبا در بازار و مزیت‌های رقابتی
۶. **تعامل با مشتریان:** روابط و تعاملات موثر با مشتریان و توانایی جذب و حفظ آن‌ها
۷. **مدیریت منابع:** توانایی مدیریت منابع شرکت شامل منابع مالی، انسانی و فنی

با استفاده از این معیارها می‌توان مدل‌های کسب و کار را ارزیابی و بهبود بخشید و با استفاده از این ارزیابی‌ها می‌توان آن‌ها را بهتر با نیازها و ترجیحات مشتری منطبق کرد و بهبود بخشید.

چگونه یک مدل کسب و کار موثر ایجاد کنیم؟

ایجاد یک مدل کسب و کار پایدار و موفق می‌تواند به کسب و کار شما کمک کند تا در یک محیط رقابتی برجسته شود و درآمد قابل توجهی ایجاد کند. در زیر نحوه ایجاد یک مدل کسب و کار موثر را توضیح خواهیم داد:

تجزیه و تحلیل بازار: برای ایجاد یک مدل کسب و کار موثر، باید بازار را به دقت تجزیه و تحلیل کنید و نیازها و مشکلات را شناسایی کنید. شما همچنین باید رقبا را بشناسید و استراتژی‌های آنها را بررسی کنید.

برای مشاهده سایر مقاله‌های ما، حتماً به [اکیانوس آبی](#) سر بزنید.

شناسایی مشتریان: شناسایی و تعیین نوع مشتریان هدف و نیازهای آنها، برای ایجاد یک بیزینس مدل موفق بسیار حائز اهمیت است.

تعیین نمونه اولیه: با توجه به نیاز مشتری و تحلیل بازار، نمونه اولیه خود را مشخص کنید و سعی کنید آن را به طور کامل ارائه دهید.

مدل درآمد: برای ایجاد یک مدل کسب و کار موفق، باید مدل درآمدی مناسب برای کسب و کار خود تعیین کنید. این مدل باید قابل اجرا و پایدار باشد.

تعیین سرمایه مورد نیاز: بحران مالی بزرگترین مشکل در تجارت است. برای کسب درآمد زیاد و پایدار باید میزان و سرمایه مورد نیاز برای راه اندازی یک کسب و کار را مشخص کنید.

تعریف فرآیندهای عملیاتی: برای ایجاد یک مدل کسب و کار موفق، باید فرآیندهای مناسبی برای کسب و کارتان ایجاد کنید.

تجزیه و تحلیل بیزینس مدل های رقبا و صنعت: بررسی بیزینس مدل های رقبا و تحلیل صنعت مورد نظر به شما این امکان را می دهد که بیزینس مدل خود را با توجه به وضعیت رقابتی صنعت و مزایای رقبا بهتر شکل دهید.

تست مدل کسب و کار: پس از مدل سازی مدل کسب و کار، باید آن را تست کنید. بهترین راه برای آزمایش مدل کسب و کار، آزمایش بازار است. به عنوان مثال، می توانید با یک محصول یا خدمتی ساده شروع کنید، بازخورد مشتریان را جمع آوری کنید و مدل کسب و کار خود را بر اساس نتایج به روز کنید.

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.

بهبود مدل کسب و کار: هیچ مدل کسب و کاری نمی تواند از ابتدا کامل و بی نقص باشد. بنابراین، بهبود بیزینس مدل به مرور زمان لازم است. همیشه به یاد داشته باشید که تغییرات در بازار، فناوری و مشتریان ممکن است بیزینس مدل شما را مورد تغییر قرار دهد.

نظارت و ارزیابی مستمر: برای موفقیت در کسب و کار، باید مدل کسب و کار خود را دائماً رصد و ارزیابی کنید. شما باید شاخص های کلیدی عملکرد خود را شناسایی کرده و سعی کنید آنها را بهبود بخشید. به این ترتیب باید از ابزارهای مختلفی مانند آنالیز SWOT، Boston Matrix و غیره برای توسعه مدل کسب و کار خود استفاده کنید.

نمونه‌هایی از مدل های کسب و کار موفق

در دنیای تجارت، بسیاری از شرکت ها و استارت آپ ها با مدل های خلاقانه و کارآمد کسب و کار خود به موفقیت های چشمگیری دست یافته اند. در زیر چند نمونه موفق از مدل های کسب و کار در دنیا آورده شده است:

۱. **مدل کسب و کار تبلیغاتی گوگل** Google: با مدل کسب و کار تبلیغاتی خود، توانسته است با ارائه خدمات تبلیغاتی مانند Google AdWords و Google AdSense خدمات تبلیغاتی مختلفی را به مشتریان خود ارائه دهد.

۲. **بیزینس مدل تولیدی شرکت تویوتا**: شرکت‌هایی مانند Toyota با بیزینس مدل تولیدی خود، توانسته اند با بهره‌گیری از فرایندهای تولیدی پیشرفته و بهینه، محصولات باکیفیت و قیمت مناسب را به بازار عرضه کنند.

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتماً به [اقيانوس آبي](#) سر بزنید.

۳. **مدل كسب و كار فروشگاهی و المارت:** شركت هايي مانند المارت با ارائه محصولات متنوع و قيمت مناسب توانسته اند با مدل كسب و كار فروشگاهی خود خدمات خريد راحت و مطمئني را به مشتريان خود ارائه دهند.

۴. **مدل كسب و كار اشتراكي نتفليكس:** نتفليكس يكي از موفق ترين شركت هاي توليد محتوای ويدئویی است. مدل تجاری آن مبتنی بر ارائه خدمات اشتراك است، بنابراین کاربران می توانند با پرداخت هزينه ماهانه به پایگاه داده فيلم ها و سريال هاي ويدئویی نتفليكس دسترسی داشته باشند. **آمازون پرایم و اسپاتیفای** نیز با مدل كسب و كار اشتراكي خود توانسته اند با ارائه محتوای متنوع و جذاب، پیشنهادی منحصر به فرد را به مشتريان خود ارائه دهند..

۵. **مدل كسب و كار تسلا:** تسلا شركتی است كه خودروهای الكتریکی تولید می كند. مدل كسب و كار آن بر پایه تامین خودروهای الكتریکی با ارزش افزوده بالا و ارائه خدمات به مشتريان از جمله شارژ رایگان خودروهای تسلا است.

۶. **مدل كسب و كار پلتفرمی Airbnb:** ایر بی بی ان بی يكي از موفق ترين شركت هاي اجاره مسكن کوتاه مدت است. مدل كسب و كار مبتنی بر ایجاد يك بازار متقابل بين كسانی است كه اجاره می دهند و كسانی كه می خواهند اجاره كنند، به طوری كه **Airbnb** به عنوان پل ارتباطی بين این دو گروه عمل می كند.

۷. **مدل كسب و كار پلتفرمی Uber:** اوبر نیز با ارائه بستری برای ارتباط بين مشتريان و ارائه دهندگان خدمات، توانسته اند با بیزینس مدل پلتفرمی خود، به ارائه خدمات متنوعی به مشتريان خود بپردازند.

اين نمونه از مدل‌هاي كسب و كار موفق شامل ارائه خدمات و محصولات با ارزش افزوده بالا، استفاده از فناوري‌هاي جديد، استفاده از روش‌هاي نوين تبليغاتي و بازاریابی، استفاده از ارتباط موثر با مشتريان، بهينه‌سازي هزينه‌ها و ساختار درآمد، و... می‌باشد.

نتیجه‌گیری

در نتیجه، مدل كسب و كار يكي از عناصر مهم و كليدي در موفقيت يك كسب و كار است. تعيين بيزينس مدل مناسب براي يك كسب و كار مستلزم مطالعه كامل و جامع عوامل داخلي و خارجي مرتبط با كسب و كار از جمله منابع كليدي، ارزش پيشنهادي، مشتريان، كانال‌هاي توزيع، رقبا، هزينه‌ها و درآمد‌ها و فعاليت‌هاي اصلي است.

بیزینس مدل‌های مختلفی وجود دارد که با توجه به نوع کسب و کار، مناسب‌ترین بیزینس مدل برای آن مشخص می‌شود. در نهایت، ارزیابی و بهبود مدل کسب و کار یکی از مهم‌ترین راه‌های افزایش سودآوری کسب و کار است.

همین حالا دوره آموزشی **دوره سیستم سازی SYSTEM+** را شروع کرده و با طراحی مدل کسب و کار خود بهینه‌سازی عملکرد کسب و کارتان را تجربه کنید!

سوالات متداول

۱. مدل كسب و كار چیست؟

يك مدل كسب و كار چگونگي ايجاد، ارائه و به دست آوردن ارزش را در زمينه‌هاي اقتصادي، اجتماعي، فرهنگي و... زمينه‌ها تعيين مي‌كند. مدل كسب و كار طرحي است كه نحوه

برای مشاهده سایر مقاله‌های ما، حتماً به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.

برنامه‌ريزي شرکت‌ها براي درآمدزايي از طريق محصول و مشتري را در بازاري خاص مشخص مي‌کند.

۲. انواع مدل کسب و کار چيست؟

- مدل فروش مستقيم (Direct Sales Model)

- مدل تبليغات و درآمد از تبليغات (Advertising Model)

- مدل اقتصاد اشتراکي (Sharing Economy Model)

- مدل فروشگاهي (Retail Model)

- مدل فروش مجدد (Resale Model)

- مدل مبتني بر اشتراک (Subscription-Based Model)

- مدل فريميوم (Freemium Model)

- مدل مبتني بر پلتفرم (Platform-Based Model)

- مدل صدور مجوز (Licensing Model)

- مدل فرانشييز (Franchise Model)