

## مدل کسب و کار چیست و چگونه کار می کند



### مدل کسب و کار چیست؟

در دهه گذشته، اصطلاح مدل کسب و کار به عنوان یکی از مهم ترین روش ها و رویکردها و استراتژی های نوآورانه کسب و کار، محبوبیت باورنکردنی به دست آورده است.

اکثر افراد (احتمالاً ۸۰ تا ۹۰ درصد افراد)، مدل کسب و کار را به عنوان برنامه یک شرکت برای کسب درآمد تعریف می کنند. این مقاله به شما نشان می دهد که مدل کسب و کار خیلی فراتر از اینهاست.

این اصطلاح هنوز هم نسبتاً جدید است و هنوز شک و تردیدهای زیادی در مورد تعریف و نحوه عملکرد آن وجود دارد. در واقع، یک مدل کسب و کار کارآمد بسیار جامع تر و عمیق تر از نحوه محاسبه هزینه های یک شرکت از مشتریان است. این شامل شناسایی بخش های بازار مشتری، کانال های توزیع، شرکای اصلی و موارد دیگر است. این موضوع فراتر از این است که یک شرکت چگونه پول در می آورد و چگونه ایجاد و ارائه ارزش به مصرف کنندگان را توضیح می دهد.

یک مدل کسب و کار شامل دو بخش است: بخشی از یک مدل کسب و کار شامل فعالیت‌های مرتبط با تولید (طراحی، تدارکات، مواد اولیه، تولید)، است. اما بخش دوم این مدل، شامل سایر فعالیت‌های ضروری هنگام فروش محصول (یافتن مخاطب، فروش به منظور تسویه حساب، توزیع محصول، ارائه خدمات) می‌شود.



### یک مدل کسب و کار چگونه کار می‌کند؟

برای درک بهتر نحوه عملکرد یک مدل کسب و کار، اجازه دهید به یک مثال نگاه کنیم. با نگاهی به صنعت خبر در قرن بیستم توضیح خواهیم داد که سه جزء اصلی یک مدل کسب و کار چگونه کار می‌کردند؟ صنعت خبر یا یک شرکت خبری چگونه ارزش ایجاد می‌کند؟ آنها از روزنامه نگاران می‌خواهند که مقاله بنویسند و روزنامه تولید کنند. آنها چگونه این ارزش را ارائه می‌دهند؟ آن‌ها افرادی داشتند که روزنامه‌ها را در محله‌ها توزیع می‌کردند. و چگونه ارزش را به دست می‌آوردند؟ آن‌ها در روزنامه‌ها آگهی‌های تبلیغاتی چاپ می‌کردند.

در حال حاضر در قرن ۲۱ ام، صنعت خبر چگونه به نظر می‌رسد؟ این دقیقاً همان سه جز مطرح است، ایجاد، ارائه و گرفتن ارزش. اما به روش دیگری انجام می‌شود. بنابراین، افراد امروزه از پلتفرم‌هایی مانند گوگل و فیس بوک استفاده می‌کنند، بلاگرها به جای روزنامه‌نگاران امروز ارزش ایجاد کنند، بلاگرها تولید کننده محتوا هستند. در این سیستم عوامل اجتماعی مانند گوگل، فیس بوک، توییتر، اینستاگرام یا یوتیوب ارائه می‌شود. اینها همه پلتفرم‌هایی هستند که محتوایی را که بلاگرها ایجاد می‌کنند، ارائه می‌دهند. و آیا ارزش آن محتوای تحویل داده شده است؟ از طریق تبلیغات، تبلیغات گوگل، تبلیغات فیس بوک، تبلیغات یوتیوب ثبت می‌شود. بنابراین، روند همچنان یکسان است، اما بدیهی است که به روشی متفاوت به روز و نوآورانه شده است تا با فناوری قرن بیست و یکم تطابق داشته باشد.



## اهداف مدل کسب و کار

اهداف مدل کسب و کار، شناسایی محصول و یا خدماتی است که قرار است فروخته شود. همچنین مشتریانی که این محصولات و خدمات به آن‌ها عرضه می‌شود. در حالی که هزینه‌های مربوط به کل فرآیند تولید و فروش را برای دستیابی به اهداف تعیین شده پیش‌بینی می‌کند. پیتر دراگر، معتقد است: «یک مدل کسب و کار قرار است پاسخ دهد که مشتری شما کیست، چه ارزشی می‌توانید برای مشتری ایجاد یا اضافه کنید و چگونه می‌توانید آن را با هزینه‌های معقول انجام دهید.»

مدل کسب و کار یک طرح سطح بالا از نحوه فروش و عملکرد شرکت شما است. در عمل، جنبه‌های اساسی هر کسب و کار، مانند ارزش پیشنهادی، فرآیندها، مخاطبان هدف، پیشنهادات، استراتژی‌ها، ساختار سازمانی، فرآیندهای عملیاتی و سیاسی را شامل می‌شود.

به طور کلی، مدل کسب و کار علاوه بر ارائه یک جهت کلی برای شرکت، به جذب سرمایه‌گذاران، جذب استعدادها و ایجاد انگیزه در تیم نیز کمک می‌کند. مدل کسب و کار یک ابزار مهم در دنیای تجارت‌های امروزی است.

## چگونه یک مدل کسب و کار را توسعه دهیم؟

بهترین راه برای عملی کردن فرآیند توسعه مدل کسب و کار، استخدام افراد با تخصص‌های گوناگون در یک کارگاه بصری است. توسعه یک مدل کسب و کار شامل استفاده از ابزارهای بصری مانند بوم مدل کسب و کار است که به عنوان زبان مشترک بین شرکت کنندگان عمل می‌کند.

## تجزیه و تحلیل مدل کسب و کار چیست؟

روش‌های مختلفی برای تجزیه و تحلیل مدل کسب و کار وجود دارد. یک رویکرد بسیار رایج استفاده از تجزیه و تحلیل SWOT برای درک نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها است.