



## مدل کسب و کار چیست و چرا مهم است؟

مدل کسب و کار، استراتژی کسب و کار برای کسب سود است و محصولات و خدماتی که شرکت می‌خواهد بفروشد، بازار هدف و هزینه‌های احتمالی را تعریف می‌کند. همه کسب‌وکارهای جدید و قدیمی به یک مدل کسب‌وکار نیاز دارند.

مدل کسب و کار به شرکت‌های نوپا کمک می‌کند تا نوع محصولات، نیروی کار در دسترس، استراتژی‌های بازاریابی، توزیع، تحویل، قیمت‌گذاری، فرآیند فروش و روش‌های پرداخت مناسب خود را تعیین کنند. در شرکت‌های بزرگ هم مدل کسب‌وکار با بررسی اثر اقدامات مختلف، برنامه‌های کسب‌وکار را به‌روزرسانی می‌کند.

تعیین مدل کسب‌وکار برای رشد آینده شرکت بسیار مهم است، زیرا آمادگی کم باعث می‌شود شرکت نتواند روندها و چالش‌های آینده را پیش‌بینی کند.

## مدل کسب و کار چیست؟

مدل کسب و کار یک اصطلاح ساده برای برنامه سودآوری شرکت است. این مدل تضمین می‌دهد که کسب‌وکار بدون داشتن مسیر مشخص هیچ اقدامی نکند. در واقع، با طراحی این مدل شما نوع کسب‌وکارتان را مشخص می‌کنید و می‌فهمید با چه نوع محصولات و بازارهایی سروکار دارید. برعکس برنامه کسب‌وکار، مدل کسب‌وکار بیشتر به کسب درآمد یا سود توجه دارد. داشتن مدل کسب‌وکار شرکتتان را از رقبا متمایز می‌کند و در نتیجه مشتریان به‌طور طبیعی به محصولات و خدمات شما علاقه‌مند می‌شوند. با انتخاب مدل مناسب، هدف کسب‌وکارتان مشخص می‌شود و همچنین می‌توانید بازار هدف و عملکرد مناسب شرکت را تعیین کنید.

## مزایای مدل کسب و کار

مدل کسب‌و کار (Business Model) در طراحی برنامه کسب‌وکار (Business Plan) و تعیین و ارزیابی موارد مهم از جمله فعالیت‌ها، منابع، روابط با مشتریان، درآمد و هزینه‌ها به شرکت کمک می‌کند. مزایای مختلف طراحی این مدل عبارتند از:

### ۱. بازار هدف مشخص‌تر می‌شود

مدل کسب و کار کمک می‌کند تا ارزش‌هایی برای سازمان تعیین کنید و اثر محصولاتتان در حل مشکلات مشتریان را مشخص کنید. سپس می‌توانید مشتریان هدف را راحت‌تر دسته‌بندی کنید. هرچه مدل کسب‌وکار واضح‌تر باشد، راحت‌تر متوجه می‌شوید کدام بازار هدف برایتان مهم‌تر است.

### ۲. محصول تولید شده مناسب‌تر می‌شود

با پیروی از یک مدل دقیق، محصولات نامناسب برای بازار تولید نمی‌کنید و از این دام اجتناب می‌کنید. به‌علاوه، هر چه بازار هدف و ارزش پیشنهادی محصول شفاف‌تر باشد، محصول دقیق‌تر و مناسب‌تری تولید می‌کنید.

### ۳. تهیه استراتژی آسان تر می شود

مدل کسب و کار خود به خود استراتژی کسب و کارتان را هم تعیین می کند. مثلا، اگر در کار توزیع باشید، نمی توانید مشتریان نهایی را جذب کنید. پس بهتر است رابطه خود با تولیدکنندگان را گسترش دهید و خود را به آنها معرفی کنید. همچنین، باید بتوانید با خرده فروشان مختلف همکاری کنید و یک کانال توزیع سریع و کارآمد بسازید.

### ۴. رقابت قابل پیش بینی تر می شود

بدون مدل کسب و کار، تعیین موقعیت کسب و کار در بازار دشوار است. در نتیجه، شرکت ممکن است با رقبایی روبه رو شود که قبلا به آنها توجه نداشته است. با انتخاب استراتژی مناسب، می توانید استراتژی رقبا برای کسب منابع و فروش بهتر را هم درک کنید. حتما باید استراتژی مناسب خود را بر اساس مدل کسب و کارتان مشخص کنید.

## مدل های مختلف کسب و کار

در مجموع، اکثر کسب و کارها از مدل های موجود استفاده می کنند و مدل مستقلی برای خود طراحی نمی کنند. در ادامه به چند مدل اشاره می کنیم که می توانند راهنمای شما در توسعه کسب و کارتان باشند:

### اشتراک (Subscription)

اولین مدل کسب و کار، مدل اشتراک است. این مدل مصرف کنندگانی را هدف قرار می دهد که تمایل دارند پول بیشتری برای یک کالا خرج کنند. مدل های اشتراک و آبونمان معمولا زمان محور و مثلا روزانه، هفتگی، ماهانه یا سالانه هستند و در ادامه هر کدام به گروه های مختلفی مثل ساده، پیشرفته و حرفه ای تقسیم می شوند تا همه مردم توان مالی استفاده از آنها را داشته باشند. کسب و کارهایی مثل نتفلیکس و اسپاتیفای که از مدل اشتراک و آبونمان استفاده می کنند، در صنعت سرگرمی دیجیتال بسیار رایج هستند.

## فریمیوم (Freemium)

فریمیوم قبلاً یک تیغ ریش‌تراشی بود که دسته و تیغ آن جداگانه فروخته می‌شد. در مدل فریمیوم محصول اصلی رایگان ارائه می‌شود، اما قابلیت کمی دارد. سپس با خرید محصولات جانبی می‌توانید از همه قابلیت‌های محصول اصلی استفاده کنید. معمولاً کسب‌وکارهایی که از این مدل استفاده می‌کنند، محصولات دیجیتال مثل بازی یا خدمات ذخیره‌سازی داده ابری ارائه می‌دهند که از آن جمله می‌توان به گوگل درایو و دراپ‌باکس اشاره کرد.

## جمع‌سپاری (Crowdsourcing)

مدل جمع‌سپاری مصرف‌کنندگان را به مشارکت در طراحی و توسعه محصول دعوت می‌کند. این اصطلاح به همکاری چند کاربر اشاره دارد که راه‌حلی جامع و یکسان را در قالب یک محصول ارائه می‌دهند. شاتراستاک، ویکی‌پدیا و شرکت برگزارکننده دوره‌های آنلاین Udemy نمونه‌هایی از شرکت‌هایی هستند که از مدل جمع‌سپاری استفاده می‌کنند.

## درآمد پنهان (Hidden Revenue)

یوتیوب و گوگل نمونه کسب‌وکارهایی هستند که از مدل درآمد پنهان استفاده می‌کنند. مصرف‌کنندگان می‌توانند در هر زمان به این پلتفرم‌های دیجیتال دسترسی رایگان داشته باشند. راه سودآوری یوتیوب و گوگل از تبلیغات است. وقتی از یوتیوب بازدید می‌کنید، تبلیغ محصولات مختلف را در آن می‌بینید. هر بار کسب‌وکاری در گوگل یا یوتیوب تبلیغ می‌کند، آن‌ها سود کسب می‌کنند. از آنجاکه این شرکت‌ها پایگاه عظیمی از کاربران و نرخ استفاده بسیار بالایی دارند، تبلیغ کردن در آن‌ها اثر فوق‌العاده‌ای بر معروف شدن و فروش بالای کسب‌وکارها دارد.

["message\_box text\_color="light]

افرادی که می‌خواهند کسب‌وکاری راه‌اندازی کنند، باید مدل کسب‌وکار را بر اساس محصولاتی که قرار است بفروشند انتخاب کنند. این محصولات می‌توانند دیجیتال،



خدمات فناوری و اطلاعات، خدمات خدماتی یا کالاهای مصرفی باشند. استفاده از مدل‌های مناسب روشی عالی برای جذب مشتریان متناسب با محصول است. یک کسب‌وکار می‌تواند از بیش از یک مدل استفاده کند، زیرا تغییرات بازار و استراتژی‌ها در هر دوره متفاوت است. از آنجایی‌که هر کسب‌وکار با دیگری متفاوت است، مدل مناسب خود را بر اساس شرایطتان انتخاب کنید.

[message\_box/]