

დანართ 1.5

საკვანძო პარტნიორები	ძირითადი აქტივობები	მომხმარებლისთვის შექმნილი ღირებულება	მომხმარებელთან ურთიერთობა	მომხმარებელთან სეგმენტი
	ძირითადი რესურსები		მიწოდების არხები	
ხარჯების სტრუქტურა			შემოსავლის ნაკადი	

დანართ 1.5

1. მომხმარებელთა სეგმენტი

ვინ არიან მომხმარებლები? საჭიროების შემთხვევაში, დაყავით მომხმარებელთა სეგმენტები (მაგალითად, პროდუქტის / მომსახურების ან იმ პროდუქციის / მომსახურების პაკეტის მიხედვით, რომლის შეთავაზებასაც აპირებთ). თითოეული სეგმენტისთვის შექმნით ტიპური მომხმარებლის პორტრეტი (მაგ., მუნიციპალიტეტში მდებარე საშუალო ასაკის ქალები, რომლებიც...). შეაფასეთ ბაზრის ზომა (თითოეული სეგმენტისთვის), ანუ, რამდენი ადამიანია წარმოდგენილი ამ „ტიპური მომხმარებლისგან“ და რამდენი შეიძლება გახდეს თქვენი მომხმარებელი.

2. მომხმარებლისთვის შექმნილი ღირებულება

თითოეული იდენტიფიცირებული მომხმარებლის სეგმენტისთვის მკაფიოდ დაადგინეთ რა არის მათი რეალური პრობლემა, რა ღირებულების მატარებელია მათთვის ამ პრობლემის გადაჭრა? როგორ გადაჭრის თქვენი გამოსავალი (პროდუქტი ან მომსახურება) ამ პრობლემას, რა არის თქვენი პროდუქტის/მომსახურების უნიკალური ღირებულება მომხმარებლისთვის? რა განსხვავებაა და რა უპირატესობა გააჩნია თქვენ მიერ შეთავაზებულ პრობლემის გადაჭრის გზას კონკურენტებთან შედარებით?

3. მიწოდების არხები

როგორ ხდება მომხმარებლისთვის შექმნილი ღირებულების (პროდუქტის / მომსახურების) მიწოდება შერჩეული სეგმენტისთვის? რა არხებით გასურთ მიაწოდოთ პროდუქტი/მომსახურება თქვენს მომხმარებელს? იქნებით პირდაპირი მიმწოდებელი? თუ გამოიყენებთ სხვებს პროდუქტის/მომსახურების მისაწოდებლად? იგეგმება თუ არა გაყიდვების შემდგომი მხარდაჭერა დამატებითი სერვისების შეთავაზების სერვისებით (გარანტია; წუნდებული პროდუქციის დაბრუნება და ა.შ.).

4. მომხმარებელთან ურთიერთობა

როგორ აპირებთ მომხმარებელთა ბაზის შექმნას, მის ეტაპობრივ ზრდას და შენარჩუნებას? დაგეგმილია თუ არა შეთავაზებული პროდუქტის/სერვისის შესახებ დამატებით ინფორმაციის/საჭირო ცოდნის მიწოდება (სერვისიდან/პროდუქტიდან მაქსიმალური სარგებლის მიღებად). იქნება თუ არა გაყიდვების შემდგომი უკუკავშირი, რომელიც არის საშუალება მომხმარებელმა შეაფასოს თქვენი პროდუქტი / მომსახურება. პროდუქტის/სერვისის შექმნისას რამდენად გათვალისწინებული იქნება მომხმარებლისგან მიღებული ინფორმაცია მათი საჭიროებების გათვალისწინებით?

5. შემოსავლის ნაკადი

შერჩეული მომხმარებელთა სეგმენტისთვის რა პერიოდულობით და რა ფასად იგეგმება თითოეული პროდუქტის/სერვისის მიწოდება? აღწერეთ რამდენს იხდის შერჩეული მომხმარებელთა სეგმენტი კონკურენტი პროდუქტების/სერვისებისთვის და რა თანხის გადასახდელად არიან მზად თქვენ მიერ შეთავაზებული პრობლემის გადაჭრის გზისთვის (შექმნილი მომხმარებელთა ღირებულება/სერვისი/პროდუქტი).

6. ძირითადი რესურსები

დანართ 1.5

რა რესურსების ფლობა/გამოყენებაა მნიშვნელოვანი იმისთვის, რომ თქვენ მიერ შექმნილი პროდუქტი/სერვისი იყოს მომხმარებლისთვის ღირებული და პასუხობდეს მათ საჭიროებებს (გამოყავით ძირითადი, მაგალითად: პერსონალი, ტექნიკა, ხელსაწყოები, მიწის ნაკვეთი, საცხოვრებელი ფართი, მარაგი, ლიცენზია და ა.შ.)?

7. ძირითადი აქტივობები

რა აქტივობები/ქმედებები უნდა განხორციელდეს მომხმარებელთა პრობლემის გადასაჭრელად (პროდუქტი/სერვისის შესაქმნელად)? აღწერეთ პროდუქტის/სერვისის შესაქმნელად პროცესში ჩართული სუბიექტებზე დამოკიდებულების ხარისხი და მათი როლი?

8. საკვანძო პარტნიორები

პარტნიორები: ისინი, ვინც საჭიროა, რომ წარმართოთ თქვენი ბიზნესი (მომწოდებლები, თანამშრომლები, პარტნიორები, ინვესტორები და ა.შ.).

9. ხარჯების სტრუქტურა

აღწერეთ პროდუქციის/სერვისის შექმნისთვის საჭირო გასაწევი ხარჯების სტრუქტურა? რომელი ხარჯები ახდენს მნიშვნელოვან ზეგავლენას პროდუქციის თვითღირებულებაზე? ჩამოთვალეთ ხარჯები, რომელიც იცვლება შექმნილი პროდუქციის/სერვისის მოცულობის ცვლილებისას და რომელი არა (აღწერეთ მიზეზები)?