



مدل‌های درآمدی و کسب‌وکار با رویکرد بازار ایران

داستان شکل‌گیری کتاب
معرفی ابزارهای بصری و تحلیلی

مؤلفین:

صدف اصفا – داوود دهقان

مهدی علیپور – محمد رضا آذین

فهرست

۱۱	مقدمه
۱۳	برخی از آمارهای جالب توجه از این مجموعه ۴ جلدی
۱۴	مقدمه مولفین
۱۷	فصل اول: داستان پیدایش کتاب
۱۸	خواننده در انتهای این فصل
۱۹	مقدمه
۱۹	قصه از کجا شروع شد؟
۲۱	تحلیل کار تیمی ما
۲۲	نقاط قوت تیم
۲۳	نقاط ضعف
۲۴	فرضیات و ابهامات و راه حل‌هایی برای اعتبارسنجی
۲۵	فرضیه پرریسک
۲۵	محتوای کتاب باید چگونه باشد؟
۲۵	هم خود محتوا و هم شیوه ارائه آن؟
۲۵	ایده پردازی
۲۵	شیوه پیاده‌سازی
۲۵	خروجی
۲۵	شیوه نظرسنجی
۲۶	یادگیری و نتیجه
۲۶	چقدر موضوع کتاب مورد استقبال قرار می‌گیرد؟
۲۶	ایده پردازی
۲۶	شیوه پیاده‌سازی

۲۶	پیاده سازی بخش فنی:
۲۷	پیاده سازی محتوایی:
۲۹	۱۰ استارتاپ اول به عنوان مطالعه موردی
۳۱	بررسی فرم اطلاعات استارتاپ ها در ۴ مرحله انجام می شد
۳۳	شیوه پیاده سازی
۳۴	چالش های نگارش مطالعه موردی استارتاپ ها
۳۸	یک تصمیم بزرگ، انتشار سریع کتاب یا غنی سازی محتوا
۴۰	تجربه نگارش کتاب به شیوه گروهی
۴۰	چند نکته قابل توجه
۴۱	ترتیب انجام دادن کارها
۴۲	ابزارهایی که استفاده کردیم
۴۲	تایم لاین بازاریابی
۴۶	آمار و نمودارهای جالب توجه از جلد اول کتاب
۴۶	تنوع مدل درآمدی استارتاپ ها
۴۶	سال تاسیس استارتاپ ها
۴۷	حضور استارتاپ ها در شتابدهنده
۴۷	ماه تاسیس استارتاپ ها
۴۷	جذب سرمایه استارتاپ ها
۴۸	زمینه فعالیت استارتاپ ها (جلد ۱ و ۲)
۴۹	تکنولوژی های مورد استفاده برای راه اندازی استارتاپ های مورد مطالعه

فصل دوم: مروری بر مدل های درآمدی و کسب و کار ۵۹

۶۱	تعریف مدل کسب و کار از دیدگاه خالق کتاب خلق مدل های کسب و کار
۶۱	تعریف مدل کسب و کار از دیدگاه خالق بوم ناب
۶۳	انواع الگوهای مدل کسب و کار

۶۳ انواع مدل کسب و کار از دیدگاه اش موری یا
۶۴ Direct selling فروش مستقیم
۶۵ Multisided Business مدل چندوجهی یا چندطرفه
۶۷ مدل بازارچه یا پلتفرم
۶۹ Un-Bundling Business Models مدل کسب و کار تفکیکی
۷۰ Long tail مدل کسب و کار دنباله دار
۷۱ Multi Sided Platforms مدل کسب و کار پلتفرم های چندوجهی
۷۲ FREE as a Business Model رایگان به عنوان مدل کسب و کار
۷۳ Revenue Models مدل های درآمدی
۷۴ مدل کسب و کار
۷۴ جریان درآمدی
۷۴ مدل درآمدی
۷۵ درآمد یا سود
۷۶ Free الگوی رایگان
۷۷ Direct Selling الگوی فروش مستقیم
۷۸ (Pay what you want) هر چقدر دلت می خواهد بده
۷۸ یکی بخر، یکی هدیه بده
۷۸ (Selling Data) فروش داده
۷۹ (Subscription Model) حق عضویت
۷۹ Pay as you Go یا Pay Per Use پرداخت به ازای هر بار استفاده
۸۰ (Lending , Renting , Leasing) کرایه
۸۰ Dynamic Pricing قیمت گذاری پویا
۸۰ Flat Rat نرخ ثابت
۸۰ Licensing صدور مجوز
۸۱ Franchise حق امتیاز

۸۲.....	تبلیغات (Advertising)
۸۲.....	شخص ثالث Third party
۸۳.....	اینفلوئنسر مارکتینگ (Influencer Marketing)
۸۳.....	همکاری/ارجاع (Affiliate/Referral fee)
۸۴.....	پلتفرم ایجاد ارتباط
۸۴.....	مدل واسطه‌گری Broker Matchmaking
۸۵.....	مدل طعمه و شکار (Razor and Blade Mode)
۸۵.....	مدل ترکیبی Mixed
۸۶.....	۵ دسته‌بندی اصلی مدل‌های درآمدی با زیرشاخه‌های آن‌ها:

۸۹..... فصل سوم: ابزارهای بصری تحلیل و طراحی مدل کسب‌وکار

۹۱.....	مقدمه‌ای بر ابزارهای بصری
۹۱.....	معرفی ابزار بوم مدل کسب‌وکار یا Business Model Canvas
۹۴.....	تشریح اجزای بوم مدل کسب‌وکار در قالب یک مثال
۹۵.....	تشریح ۹ جز بوم مدل کسب‌وکار که در قالب مثال کافه بازار تحلیل و بررسی می‌شود:
۱۰۳.....	معرفی ابزار بوم ناب
۱۰۳.....	معرفی اجزای بوم ناب در قالب یک مثال
۱۰۵.....	مساله یا مشکل (Problem)
۱۰۶.....	بخش مشتریان (Customer Segment)
۱۰۷.....	راه حل یا Solution
۱۰۸.....	ارزش پیشنهادی یکتا Unique Value Proposition
۱۰۹.....	برتری مطلق یا Unfair Advantage
۱۱۰.....	سنجه‌های کلیدی Key Metrics
۱۱۱.....	کانال‌ها Channels
۱۱۱.....	ساختار هزینه‌ها Cost Structure

۱۱۲ Revenue Stream یا جریان درآمدی

۱۱۴ منابع

۱۱۷ فصل چهارم: تشریح و مطالعه موردی کسب‌وکارهای بزرگ ایرانی

۱۱۹ کسب‌وکارهای بررسی شده در این فصل

۱۲۱ علی بابا

۱۲۹ الوپیک

۱۳۴ ای‌نتورک

۱۴۰ آپارات

۱۴۵ دیجیاتو

۱۵۱ دیجی کالا

۱۵۸ دیوار

۱۶۳ فرانش

۱۶۹ فیدیبو

۱۷۵ فیلمو

۱۸۰ نت برگ

۱۸۰ netbarg

۱۸۶ شیپور

۱۹۵ اسنپ فود

۲۰۱ ترب

۲۰۷ زرین پال

۲۱۳ چارگون

۲۱۹ خبرفارس

اعداد و ارقام جالب توجه از این مجموعه کتاب ۴ جلدی

نویسنده اصلی	۴
نویسنده همکار	۲۰
ساعت جلسه آنلاین	۱۴۰
پیام رد و بدل شده در تلگرام	۱۸,۰۰۰
بازدید از ویدیو معرفی کتاب	۲۱,۹۰۰
کانال اطلاع رسانی	۵۴
حامی رسانه‌ای	۲۸
کیلومتر فاصله اعضای تیم	۱۲,۰۰۰
استان همکار در تولید محتوا	۷
درخواست همکاری	۱۲
درخواست ثبت استارتاپ	۱۳۰
صفحه محتوای این مجموعه کتاب	+۹۵۰
مطالعه موردی (کسب‌وکار و استارتاپ)	۶۷
بوم ناب و بوم مدل کسب‌وکار	۱۱۹
مشاور استارتاپی	۱۲
مثال بومی (به جز مطالعه موردی استارتاپ‌ها)	۷۳
نفر خواننده کتاب تاکنون	۱۵,۵۰۰

فصل اول:

داستان پیدایش کتاب

خواننده در انتهای این فصل

- ✓ با نحوه چگونگی تالیف کتاب آشنا می‌شود
- ✓ با روش استفاده از متد استارتاپ ناب در تالیف یک کتاب آشنا می‌شود
- ✓ با چالش‌های دریافت اطلاعات از موسسین استارتاپ‌ها برای نگارش مطالعه موردی آشنا می‌شود
- ✓ با نحوه اعتبارسنجی ایده کتاب آشنا می‌شود
- ✓ با چالش‌ها و مزیت‌های نگارش کتاب به شیوه گروهی آشنا می‌شود

Write Your Story

•
••
•••



ما از روز اول چون می دانستیم که برای تالیف این کتاب یک برنامه ریزی پویا خواهیم داشت و مهم تر از آن **قسمتی از محتوای کتاب به ما ۴ نفر وابسته نبود و در گرو ارسال اطلاعات و خوش قولی موسسین استارتاپ ها بود، تاریخ دقیقی برای عرضه کتاب اعلام نکردیم.** این کار هم نکات مثبت و هم نکات منفی به همراه داشت. نکته مثبت این بود که به دلیل عدم بیان تاریخ، برنامه به راحتی قابل تغییر بود ولی نکته منفی که به همراه داشت، این مورد بود که احتمال داشت باعث رخوت و بی انگیزگی تیم و از طرف دیگر سردرگمی خوانندگان شود.

تجربه نگارش کتاب به شیوه گروهی

ما تا به حال دست به چنین کاری نزنده بودیم و هیچ نمونه نزدیک و در دسترسی هم نداشتیم که الگوی ما باشد یا بتوانیم از آن ها سوال کنیم. ولی همانطور که بررسی کرده بودیم کتاب هایی در سطح بین المللی وجود دارند که به این شیوه گروهی نگاشته شده اند، بنابراین ما هم تصمیم گرفتیم این کار را انجام دهیم.

چند نکته قابل توجه

هنوز محتوای نهایی دقیقی در ذهنمان نبود (حتی تصویر روشنی هم نداشتیم، و یا اینکه نمی دانستیم این کتاب دقیقا شامل چه فصل هایی است و اول کار هم هدف مان ۲۰ استارتاپ برای مطالعه موردی بود که تا اواخر کار این عدد به بیش از ۵۰ رسید) اعضای تیم ۱۲ ساعت اختلاف زمانی با هم داشتند.

در کنار تالیف کتاب مشغله های دیگری هم داشتیم (مثلا مشکلات روزمره زندگی و فعالیت بر روی استارتاپ ها و کسب و کارهای خودمان). چون کارهای زیادی داشتیم که انجام بدهیم و پروژه کتاب یک کار جانبی بود باعث می شد که از تمام زمان هایی که برای کارهای دیگر خود مانند سفر، اوقات فراغت، توسعه فردی و غیره بزنیم و از هر زمان خالی که پیدا می کردیم استفاده کنیم که بتوانیم روی کتابمان کار کنیم و آن را به سرانجام برسانیم.

یکی از اتفاقاتی که ممکن بود در طی این مسیر پیش بیاید این بود که ممکن بود

هرکدام از ما ۳ نفر چند روزی به خاطر مشکلات کاری یا شخصی نتواند آن طور که باید بر روی کتاب وقت بگذارد و در چنین زمان‌هایی بقیه افراد تیم نهایت تلاششان را می‌کردند که کار روی زمین نماند و همدیگر را تا جای ممکن حمایت می‌کردیم.

ترتیب انجام دادن کارها

- اول ایده پردازی کردیم، انبوهی از منابع را جمع‌آوری کردیم.
- سپس TOC یا فهرست مطالب اولیه کتاب را تهیه و ایده پردازی کردیم.
- بعد از آن نگارش فصل‌های اصلی را آغاز کردیم.
- مرتب از اطرافیان فیدبک می‌گرفتیم.
- فرمت صفحه بندی کتاب را طراحی و تهیه کردیم.
- یک ماکت اولیه از کتاب را آماده کردیم (حدود ۶۰ صفحه).
- مثال‌های بومی ایده‌پردازی و جمع‌آوری شد.
- ایده فصل کیس‌ها به ذهنمان رسید.
- استارت‌آپ‌ها از حضور در کتاب استقبال کردند.
- نسخه ۱ از فرم آنلاین ساخته و بررسی شد.
- فرم برای چند استارت‌آپ که از نزدیکان بودند به صورت آزمایشی ارسال شد.
- بازار را یک تست چابک زدیم (به این صورت که ویدیوی معرفی کتاب ساخته شد)
- وب‌سایت را راه‌اندازی کردیم. (وردپرس، چابک و سریع، عالی دشمنِ خوب!)
- تبلیغات اولیه شروع شد.
- کیس محور بودن جذاب بود بنابراین تصمیم گرفتیم تعداد استارت‌آپ‌ها را به واسطه فیدبک‌های مثبت افزایش دهیم.
- فرم نسخه ۱ بخش‌های زیادی داشت.
- بخش‌های اضافی حذف شد، فرم بهینه شده و نسخه ۲ فرم آماده سازی و ارسال شد.

- فرم نسخه ۲ را خلاصه‌تر کردیم و تصمیم گرفتیم برخی موارد را که می‌تواند توسط خودمان تکمیل شود از فرم حذف شود.
- اما پس از دریافت اطلاعات نسخه ۲ متوجه شدیم که ایده خلاصه شدن فرم خیلی کاربردی نبود، پس فرم نسخه ۳ که نه به تفصیل فرم ۱ و نه به کوتاهی فرم ۲ بود را پیاده‌سازی و ارسال کردیم که این نسخه به ایده‌آل ما خیلی نزدیک بود و همین نسخه نهایی فرم ما شد.
- نکته جالب اینجا بود که برخی از فصل‌ها در طی تصمیم‌گیری‌هایمان، چندین بار حذف یا اضافه شدند.
- بعد از ایجاد وب‌سایت و گذاشتن دکمه "حمایت" و "مثال زدنی شو" (این دکمه جهت اعلام تمایل برای حضور در کتاب بعنوان کیس، ویژه استارت‌آپ‌ها قرار داده شد) یک سری درخواست‌ها از افراد برای مثال شدن و حمایت داشتیم.
- از صاحب نظران و متخصصینی که از دوستان ما بودند درخواست شد که کتاب را بخوانند و نظر خودشان را درباره آن اعلام کنند و حتی تغییراتی مطابق با نظر آن‌ها بر روی کتاب اعمال شد.

ابزارهایی که استفاده کردیم

۱. Google Doc (تالیف کتاب و ویراستاری)	۲. Camtasia Studio (ساخت ویدیو)
۳. Google Sheets	۴. instagram (بازاریابی)
۵. Google Slide	۶. Adobe Indesign (صفحه‌آرایی کتاب)
۷. Telegram (مسنج‌ارتباطی و بازاریابی)	۸. Adobe Illustrator
۹. Taskulu (مدیریت آنلاین پروژه)	۱۰. Adobe Photoshop
۱۱. Appear in (تماس تصویری اعضای تیم)	۱۲. draw.io

تایم لاین بازاریابی

- ۱۷ بهمن ۱۳۹۶ کانال کتاب ساخته شد.
- ۲۵ بهمن ۱۳۹۶ ویدیوی ۳ نفره ما در باب معرفی کتاب در کانال منتشر شد و تا ۳۱

فروردین ۱۹۴۴k بازدید خورد.

• ۲۶ بهمن ۱۳۹۶ مطلب توضیحات کتاب (ثبت نام کد تخفیف ۱۰۰ درصدی، تعداد محدود، یک محتوای چند رسانه‌ای برای فضای اکوسیستم کارآفرینی ایران) در کانال قرار گرفت.

• ۳۰ بهمن ۱۳۹۶ پست دستیابی به ۵۰۰ نفر پیش ثبت نام در کانال تلگرام قرار گرفت. **(تصویر شماره ۱)**

• ۱ اسفند ۱۳۹۶ پست ۸۰۰ نفر پیش ثبت نام در کانال قرار گرفت.

• ۴ اسفند ۱۳۹۶ تعداد پیش ثبت نام‌های کتاب به ۱۰۰۰ نفر رسید و پستش منتشر شد. **(تصویر شماره ۲)**

• ۷ اسفند ۱۳۹۶ پست (کتاب «مدل‌های درآمدی و کسب و کار با رویکرد بازار ایران - بیش از ۲۰ استارت‌آپ تشریح شده به صورت مفصل همراه با تشریح مدل درآمدی آن‌ها) به همراه فایل pdf مطالعه موردی ویرگول و دو فصل کتاب گذاشته شد.

• ۱۳ اسفند ۱۳۹۶ فقط ۲۵٪ از ظرفیت پیش ثبت نام‌ها باقی مانده بود.

• ۱۴ اسفند ۱۳۹۶ پونیشا به کیس‌های کتاب پیوست. **(تصویر شماره ۳)**

• ۲۱ اسفند ۱۳۹۶ پست ۲۰٪ ظرفیت پیش ثبت نام باقی است در کانال گذاشته شد.

• ۲۲ اسفند ۱۳۹۶ استارت‌آپ آچاره به ما پیوست اطلاع رسانی شد.

• ۱۹ فروردین ۱۳۹۷ استوری‌های مهدی، داوود و صدف از کار کردن روی کتاب در اینستاگرام گذاشته شد.

• ۲۸ فروردین ۱۳۹۷ پست "تعداد استارت‌آپ‌های تشریح شده در کتاب مدل‌های درآمدی و کسب و کار به ۲ برابر افزایش یافت" در کانال گذاشته شد. **(تصویر شماره ۴)**

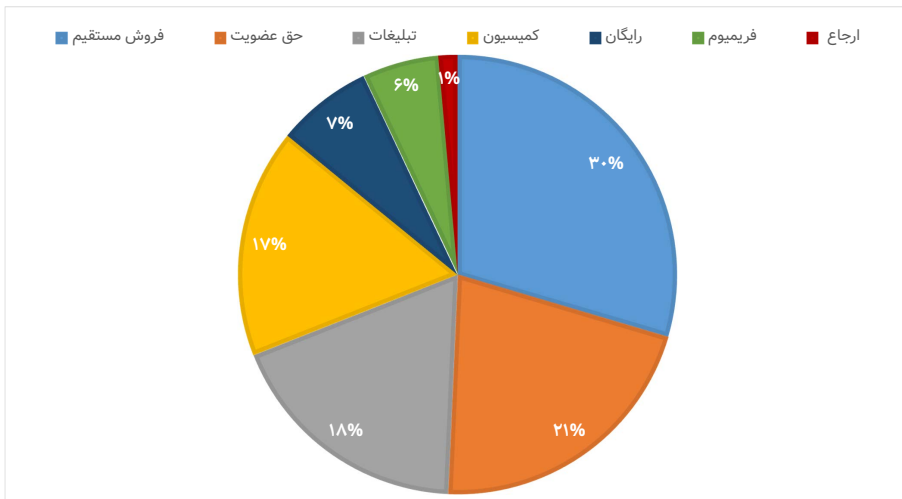
• **(۴)** خبرنامه ایمیلی اصفهان پلاس و دکتر استارت‌آپ در روز ۲۹ فروردین ۱۳۹۷ حاوی معرفی کتاب فرستاده شد.

• در روز ۳۰ فروردین ۱۳۹۷ قالبی که برای تبلیغات استارت‌آپ‌ها تهیه شده بود همراه

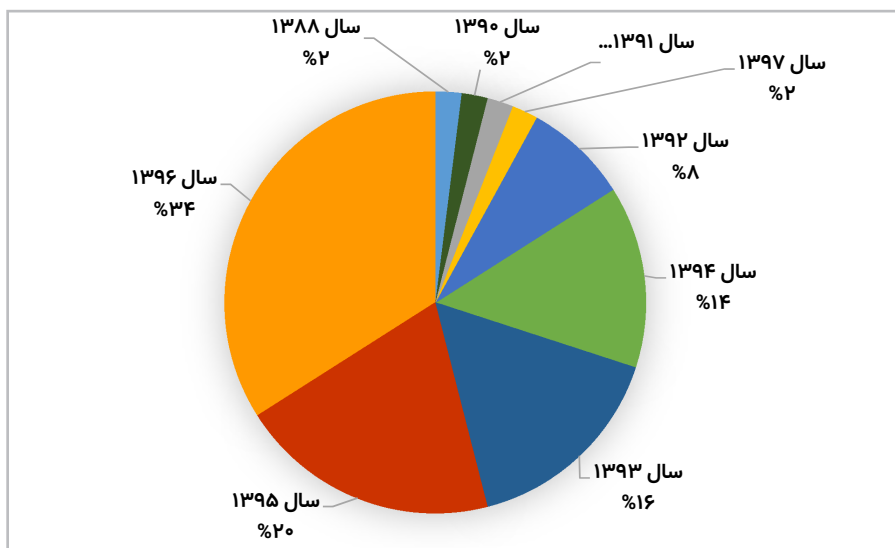
- با متن برای آن‌ها فرستاده شد تا در صورت تمایل در تلگرامشون قرار بدن.
 - در روز ۳۰ فروردین ۱۳۹۷ استارتاپ‌ها کتاب را در کانال‌های خودشان اطلاع‌رسانی کردند.
 - ۳۱ فروردین ۱۳۹۷ پست معرفی کتاب در کانال تلگرام آچاره قرار گرفت. (تصویر شماره ۵)
 - ۳۱ فروردین ۱۳۹۷ ساعت ۸ تا ۱۲ شب پست معرفی کتاب در کانال تلگرام توییتر فارسی قرار گرفت که بیشتر از ۱۰۰K بازدید خورد. **(تصویر شماره ۶)**
 - ۵ اردیبهشت ۱۳۹۷ مجوز و فیپای کتاب صادر شد.
 - ۲۵ اردیبهشت ۱۳۹۷ برای عرضه سریعتر کتاب تصمیم به چند جلدی کردن کتاب گرفته شد.
- در انتها شاید برای شما جالب باشد که خود همین کتاب را در قالب یک محصول نوآورانه (که خود مقدمه‌ای برای شروع یک پروژه مشترک دیگر با نام استارتاپ آکادمی بود) در قالب یک مطالعه موردی ارائه دهیم (همانند دیگر استارتاپ‌های بررسی شده همراه با بوم ناب و بوم کسب‌وکار آن).
- شاید دیگران نیز برای تالیف کتاب خودشان از متد استارتاپ ناب و تجربه‌نگاری نویسندگان این کتاب استفاده کنند ممکن است جالب توجه و کاربردی باشد.

آمار و نمودارهای جالب توجه از جلد اول و دوم کتاب

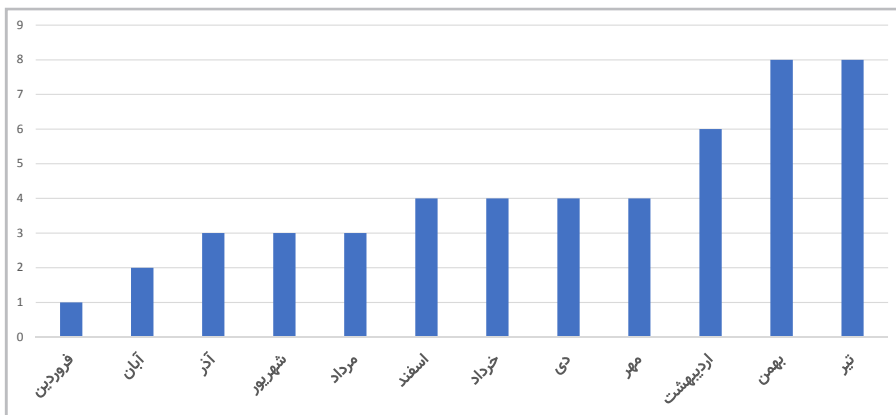
تنوع مدل درآمدی استارت‌آپ‌ها



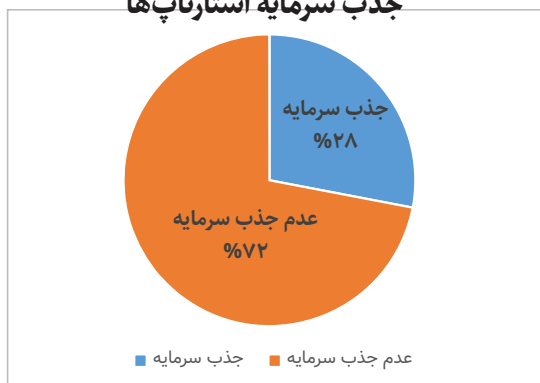
سال تاسیس استارت‌آپ‌ها



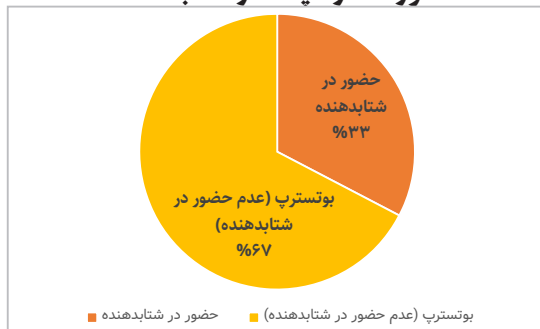
ماه تاسیس استارت‌آپ‌ها



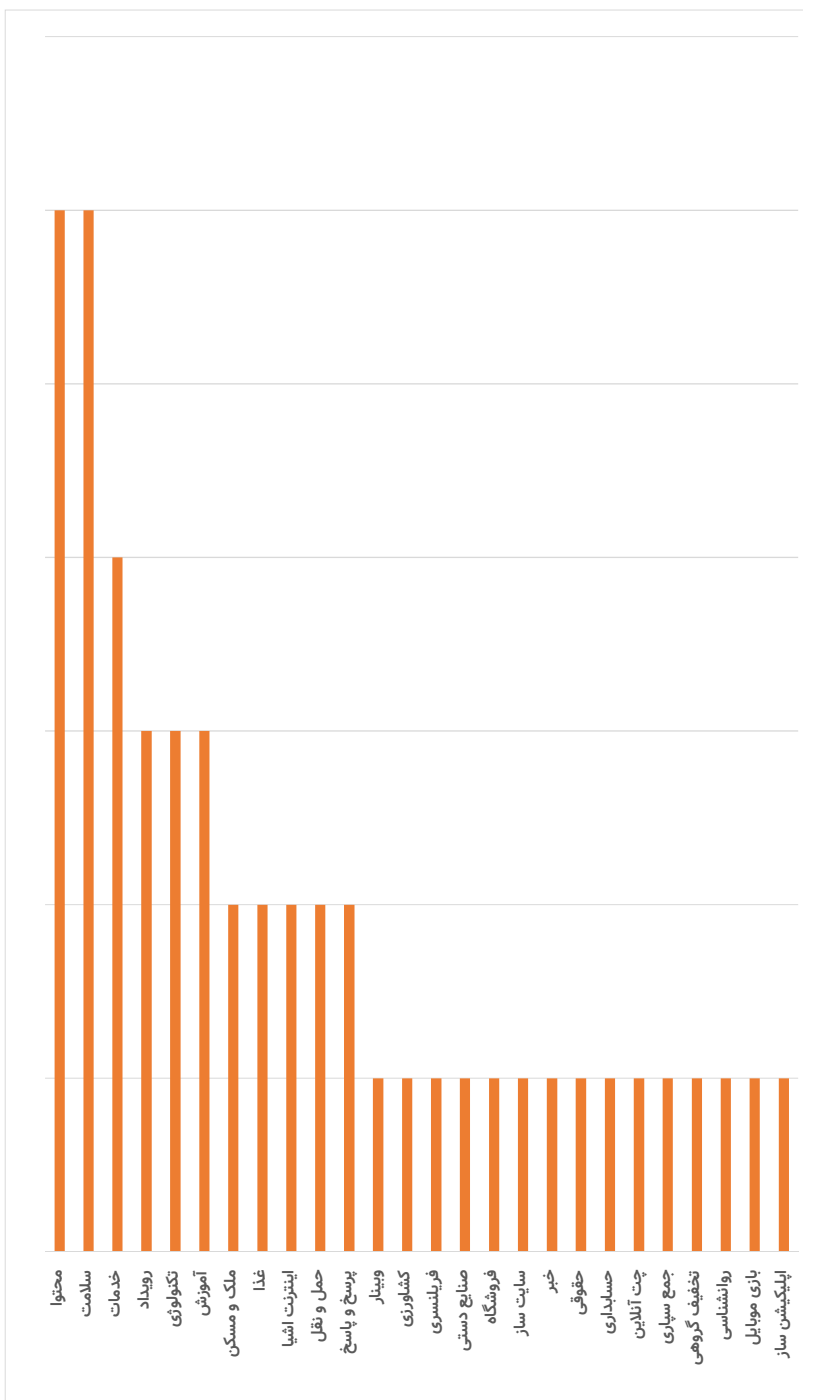
جذب سرمایه استارت‌آپ‌ها



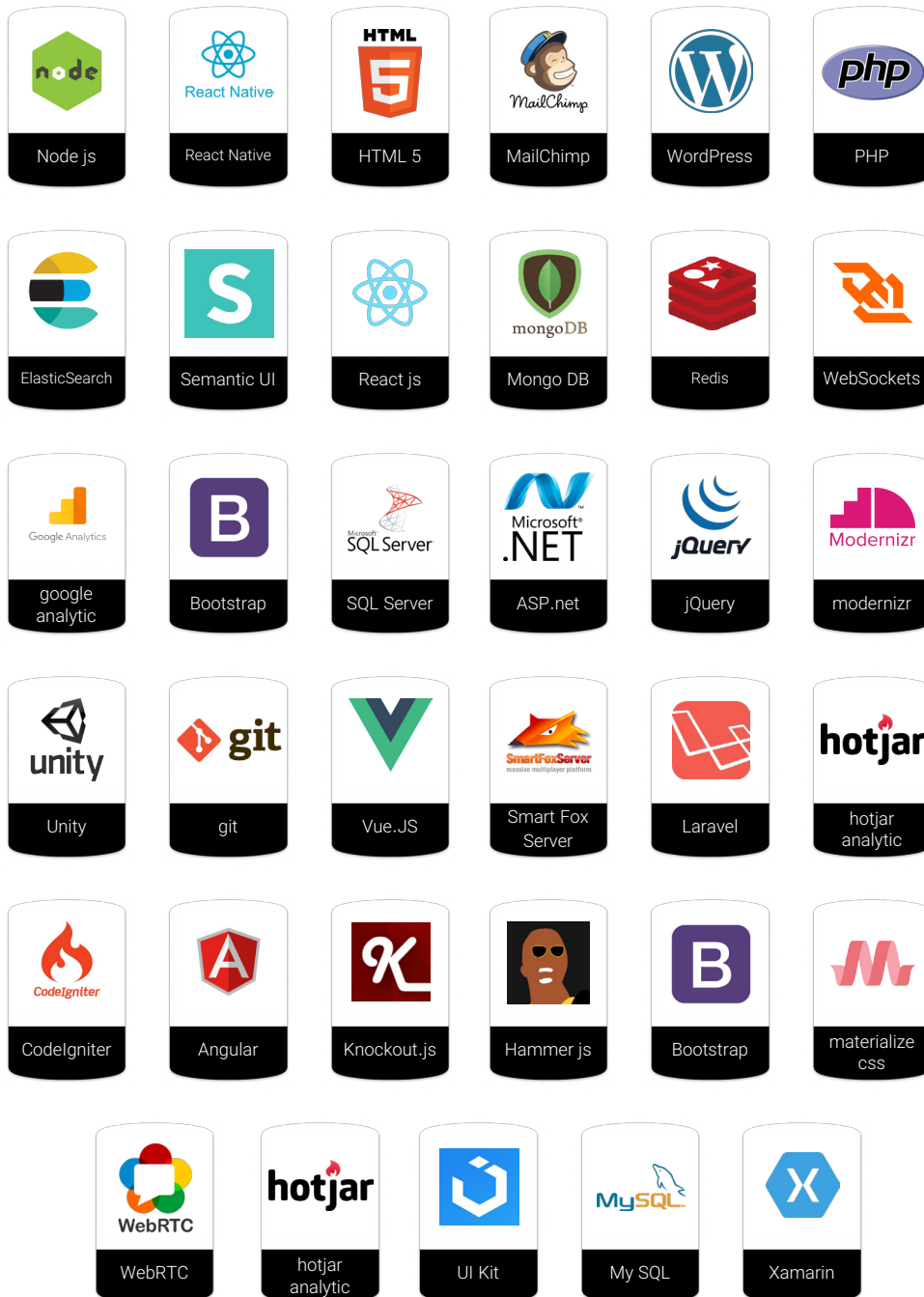
حضور استارت‌آپ‌ها در شتاب‌دهنده



زمینه فعالیت استارت‌آپ‌ها (جلد ۱ و ۲)



تکنولوژی‌های مورد استفاده برای راه‌اندازی استارت‌آپ‌های مورد مطالعه





مطالعه موردی مجموعه کتاب مدل‌های درآمدی و کسب و کار با رویکرد بازار ایران (جلد ۱ تا ۴)

راهنمای کاربردی موسسین استارت‌آپ‌ها مبتنی بر مثال‌های بومی

معرفی کوتاه 

محتوای آموزشی ارائه شده در این کتاب‌ها حول دو مفهوم کلیدی و پایه‌ای در کسب‌وکار شکل گرفته است. مفهوم مدل‌های کسب‌وکار و مدل‌های درآمدی. به غیر از این دو مبحث استارت‌آپ‌های ایرانی در قالب مطالعه موردی به همراه بوم ناب و بوم کسب‌وکار آن‌ها موردی بررسی قرار گرفته‌اند.

اطلاعات عمومی کسب‌وکار 

کتاب مدل‌های درآمدی و کسب‌وکار با رویکرد بازار ایران	نام 
Startupbook.ir	آدرس وبسایت 
راهنمای کاربردی موسسین استارت‌آپ‌ها مبتنی بر مثال‌های بومی	شعار 
اصفهان، کالیفرنیا	شهر و استان 
خرداد ۱۳۹۷	تاریخ اولین ارائه عمومی 
۴ نفر	تعداد اعضای اصلی تیم 
کتاب خلق مدل‌های کسب و کار	نمونه مشابه خارجی 
کتاب مدل‌های استارت‌آپی - نوشته آرمان صفایی	نمونه مشابه ایرانی 
فروش مستقیم	مدل کسب‌وکار از دیدگاه اش موری 
ابتدا رایگان و بعد فروش مستقیم	مدل درآمد 

داستان شکل‌گیری

سه نویسنده در رویداد کارگاه کارآفرینی ناب که توسط یکی از اعضای تیم برگزار شده بود، برای اولین بار دور هم جمع شدند و به واسطه چشم انداز مشترک در حوزه تولید محتوای کارآفرینی و استارت‌آپی و انتقال تجربه‌های خود در این حوزه، تصمیم به همکاری مشترک در تولید یک کتابچه کاربردی شامل محتوای غنی با توجه به نیازهای موجود اکوسیستم کارآفرینی ایران گرفتند. بعدها به واسطه رضایت از کارگروهی پروژه از کتابچه کمتر از ۱۰۰ صفحه‌ای به یک کتاب ۴ جلدی با بیش از ۹۵۰ صفحه تغییر کرد!

مشکل | Problem

همان‌طور که می‌دانیم اکوسیستم استارت‌آپی ایران بسیار جوان و نوپا است. بنابراین یکی از مواردی که می‌تواند در ارتقای سطح این اکوسیستم تاثیر زیادی داشته باشد ارائه‌ی محتوای غنی، آموزه‌های کاربردی و انتقال تجربه در حوزه‌ی استارت‌آپ‌ها است.

محتوایی که تا به حال تولید شده اعم از مقالات، کتاب‌ها و محتوای چند رسانه‌ای معمولاً در قالب ترجمه بوده که کار بسیار ارزشمندی است و نقش بسیار مهمی در انتقال دانش استارت‌آپی داشته است اما به نظر می‌رسد که بعد از گذشت حدود ۴ سال از ورود ادبیات استارت‌آپی به کشور خلاءای در زمینه کاربردی کردن این دانش وجود دارد و آن هم عدم ارتباط بین این آموزه‌ها با فضای کسب‌وکار، فرهنگ و قوانین ایران است. سوال این است که چقدر از این آموزه‌ها در کشورمان قابلیت به کارگیری و بومی شدن را دارند؟ آیا نیازی به تغییر و بومی سازی وجود دارد؟ استارت‌آپ‌هایی که هم‌اکنون در حال تقلا کردن برای رشد هستند، چطور توانسته‌اند از این آموزه‌ها استفاده کنند؟

یکی از بهترین روش‌های آموزش کارآفرینی در کنار آموزش به صورت عملی، استفاده از روش مطالعه‌ی موردی است. به عبارتی ارائه مثال‌های بومی و ملموس و تطبیق آموزه‌های جهانی با آن‌ها می‌تواند در درک مفاهیم و به‌کارگیری آن‌ها بسیار موثر واقع شود. کمبود چنین محتوایی که اولاً شامل مثال‌هایی کاربردی و بومی از فضای کسب‌وکار ایران باشد، دوماً در کنار ارائه‌ی این مثال‌ها تجربیات واقعی موسسین را شامل شود و سوماً منطبق بر جدیدترین آموزه‌های استارت‌آپی دنیا باشد، به شدت در فضای استارت‌آپی کشور احساس می‌شود.

محتوایی که هم شامل داستان شکل‌گیری استارت‌آپ‌هایی که رشد کرده و تبدیل به کسب‌وکارهایی پایدار شده‌اند باشد و هم داستان استارت‌آپی‌هایی که هرروز در حال تقلا کردن در مسیر رشد بوده و با مشکلات کارآفرینی در حال دست و پنجه نرم کردن هستند و هنوز به یک مدل تکرارپذیر قابل قبول نرسیده‌اند را در برگیرد. در واقع این نوع محتوا همان چیزیست که مدنظر ما بوده است.

بخش مشتریان | Customer Segment

افراد فعال در اکوسیستم استارت‌آپی ایران که با مفاهیم استارت‌آپی آشنا بوده و حداقل در یک رویداد کارآفرینی شرکت کرده باشند.

مربیان و مشاورانی که در پی مطالعه مثال‌های بومی، در ساختاری نظام‌مند جهت انتقال مفاهیم آموزشی به دانشجویان خود بودند.

سرمایه‌گذاران تازه وارد به فضای استارت‌آپی کشور، جهت آشنایی با مفاهیم مدل‌های درآمدی استارت‌آپ‌ها.

مراکز رشد، شتاب‌دهنده‌ها و پارک‌های علم و فناوری

افراد ای که در فضای شبکه‌های اجتماعی فعالیت می‌کنند و قصد دارند که انواع مدل‌های درآمدی را بیاموزند.

Customer Validation | نحوه اعتبارسنجی

- ساخت یک MVP با راه اندازی یک صفحه Landing Page و بازاریابی مقدماتی و سنجش میزان ثبت نام‌ها
- دریافت بازخورد برخی از متخصصان و صاحب نظران اکوسیستم کارآفرینی
- تهیه فرم ثبت نام استارت‌آپی و سنجش میزان استقبال آن‌ها و دغدغه‌های آن‌ها

Unfair Advantage | مزیت رقابتی

- ۴۰ مطالعه موردی بومی (برای اولین بار در ایران)
- ورود زود هنگام به بازار
- تیم قوی، عملگرا و باتجربه
- تیم مولفین با تجربه تولید محتوای حوزه کارآفرینی و همچنین تجربه چند ساله راه‌اندازی چندین استارت‌آپ

Customer development | توسعه مشتریان

- ارائه کد تخفیف
- کمپین و پلن‌های تبلیغاتی و بازاریابی
- سایت و شبکه اجتماعی اصفهان پلاس و دکتر استارت‌آپ و مولفین



تصویر Landing Page کتاب




کتاب مدل‌های درآمدی و کسب‌وکار با رویکرد بازار ایران

یکی از بهترین بخش‌های آموزش کارآفرینی در کتاب شده آموزش عملی استفاده از روش مطالعه موردی یا همان Case Study است. بهترین ارائه مثال‌های موفق و ناموفق و تحلیل آن‌ها می‌تواند در ترک مخاطبین و نگه‌داری آنها بسیار موثر واقع شود.

یکی از ویژگی‌های اصلی این کتاب آموزش مفاهیم موردتوجه مؤلفین در قالب مثال‌های موفق و ناکام می‌باشد که این اطلاعات از مؤلفین استراتژی‌ها یادگاری شده است.

[خرید و دانلود این کتاب](#)



ویژگی‌ها

- تجربه نگاری
- معرفی منابع معتبر
- 18 مدل درآمدی
- مثال‌های واقعی


محسن ملایری

وفاکدا مدیر گروه به نظر نگاری که همه‌چیز با مجموعه تجربه نگاری استارت‌آپ‌ها، پیش از بهترین افکارشناسان خود که برای به اشتراک گذاری تجربیات کارآفرینانه می‌روند.

شاید یک بخش مهمی از فعالیت تجاری یا حرفه‌ای شما، تجربه نگاری است. در کنار تجربه‌ها و آموزش‌ها، افکارشناسان می‌توانند بهترین افکارشناسان و وفاکدا مدیر گروه در تمام فرآیندهای تجاری و کسب‌وکار و کمک به نگاری و تجربه نگاری در تمام زمینه‌ها، تجربه نگاری می‌کنند.

مجموعه نگاری و تجربه نگاری، مجموعه‌ای از تجربیات، دانش و مهارت‌هاست که می‌تواند به شما در تصمیم‌گیری‌ها، مدیریت بحران، و مدیریت منابع انسانی کمک کند.

مدیر استراتژی شده استارت‌آپ




نمونه برخی از صفحات کتاب

این کتاب شامل صفحاتی است که به شما کمک می‌کند تا با چالش‌های تجاری مواجه شوید، از جمله:

- چگونگی مدیریت بحران‌ها
- روش‌های مختلف بازاریابی
- مدیریت منابع انسانی
- مدیریت مالی و بودجه‌ریزی

[خرید و دانلود این کتاب](#)











اولین کتاب تألیف شده استارت‌آپی ایران با مدل استارت‌آپ ناب

هم اکنون این کتاب با ارزشی را خریداری و دریافت کنید!











- 99 تومان برای نسخه چاپی استارت‌آپ‌ها
- 99 تومان برای نسخه الکترونیکی استارت‌آپ‌ها

[خرید و دانلود این کتاب](#)

Startup Book عنوان پروژه: **بوم مدل کسب و کار**

 <p>شرکای کلیدی</p> <ul style="list-style-type: none"> ◀ استارتاپ‌ها ◀ دکتر استارتاپ ◀ اصفهان پلاس ◀ نشریار (برای گرفتن مجوز نشر) 	 <p>فعالیت‌های اصلی</p> <ul style="list-style-type: none"> ◀ تألیف محتوا ◀ ویرایش محتوا ◀ تصویرسازی ◀ طراحی کتاب ◀ طراحی وب‌سایت ◀ بازاریابی ◀ دریافت مجوزهای نشر ◀ دریافت اطلاعات استارتاپ‌ها ◀ ارتباط با استارتاپ‌ها 	 <p>ارزش پیشنهادی</p> <ul style="list-style-type: none"> ◀ ارائه آموزه‌های استارتابی در قالب مثال‌های بومی ◀ ارائه بیش از ۴۰ مقاله موردی از استارتاپ‌های داخلی ◀ متناسب بودن آن با فرهنگ و شرایط اکوسیستم ایران ◀ دست‌یابی سریعتر و راحت‌تر به یک محتوای جامع و کارآمد ◀ محتوای بومی و تألیف شده ◀ متخصص اکوسیستم ایران (نه ترجمه شده) 	 <p>ارتباط با مشتریان</p> <ul style="list-style-type: none"> ◀ ارائه کد تخفیف ◀ کمپین‌های تبلیغاتی وب‌بازاریابی ◀ اینستاگرام مولفین کتاب و دوستان ◀ زدیک‌آن‌ها ◀ سایت و شبکه‌های اجتماعی اصفهان پلاس و دکتر استارتاپ 	 <p>بخش مشتریان</p> <ul style="list-style-type: none"> ◀ افراد فعال در اکوسیستم استارتابی ایران که با مفاهیم استارتابی آشنا بوده و حداقل در یک رویداد کارآفرینی شرکت کرده باشند. ◀ مربیان و مشاورانی که در پی مطالعه مثال‌های بومی، در ساختاری نظام‌مند جهت انتقال مفاهیم آموزشی به دانشجویان خود بودند. ◀ سرمایه‌گذاران تازه وارد به فضای استارتابی کشور، جهت آشنایی با مفاهیم مدل‌های درآمدی استارتاپ‌ها. ◀ افرادی که تازه می‌خواهند استارتاپ خود را راه‌اندازی کنند. ◀ موسسین استارتاپ‌ها که حتی در اواسط راه خود هستند (شاید دیدن مدل‌های درآمدی دیگر استارتاپ‌های ایرانی برای اصلاح مسیرشان کمک کننده باشد) 	
 <p>منابع اصلی</p> <ul style="list-style-type: none"> ◀ منابع اصلی ◀ محتوای تولید شده ◀ کیس‌ها و اطلاعات استارتاپ‌ها ◀ تیم چند منظوره فنی، محتوایی، بازاریابی ◀ تجهیزات (لپ‌تاب، پرینتر و ...) 		 <p>کانال توزیع</p> <ul style="list-style-type: none"> ◀ وب‌سایت ◀ کانال تلگرامی ◀ ارسال ایمیل ◀ اپلیکیشن کتابراه و مالمچه 		<p>جریان درآمدی</p> <ul style="list-style-type: none"> ◀ رایگان ◀ فروش مستقیم 	
 <p>ساختار هزینه‌ها</p> <ul style="list-style-type: none"> ◀ هزینه فرصت فعالیت بر روی کتاب توسط مولفین ◀ هزینه‌های بازاریابی ◀ هزینه‌های هاستینگ ◀ هزینه مجوز 					

Startup Book عنوان پروژه: **بوم ناب**

 <p>مساله</p> <ul style="list-style-type: none"> ◀ عدم وجود مثال‌های بومی جهت الگوبری متناسب با بوم ایران ◀ عدم وجود یک محتوای جامع در حوزه مدل‌های درآمدی با رویکرد بازار ایران ◀ عدم وجود راهنمایی مبتنی بر واقعیت‌ها و مثال‌های متناسب با فرهنگ ایران 	 <p>راه حل</p> <ul style="list-style-type: none"> ◀ یک محتوای چند رسانه‌ای جذاب ◀ مبتنی بر مثال‌های بومی ◀ ارائه مطالعه‌های موردی 	 <p>ارزش پیشنهادی یکتا</p> <ul style="list-style-type: none"> ◀ راهنمای کاربردی موسسین استارتاپ‌ها در زمینه مدل‌های درآمدی و کسب و کار با رویکرد بازار ایران 	 <p>برتری مطلق</p> <ul style="list-style-type: none"> ◀ ۴۰ مقاله موردی ◀ ورود زود هنگام به بازار ◀ تیم فنی، عملگرا و بان تجربه ◀ تیم مولفین با تجربه تولید محتوای حوزه کارآفرینی و همچنین تجربه چند ساله راه‌اندازی چندین استارتاپ 	 <p>بخش مشتریان</p> <ul style="list-style-type: none"> ◀ افراد فعال در اکوسیستم استارتابی ایران که با مفاهیم استارتابی آشنا بوده و حداقل در یک رویداد کارآفرینی شرکت کرده باشند. ◀ مربیان و مشاورانی که در پی مطالعه مثال‌های بومی، در ساختاری نظام‌مند جهت انتقال مفاهیم آموزشی به دانشجویان خود بودند. ◀ سرمایه‌گذاران تازه وارد به فضای استارتابی کشور، جهت آشنایی با مفاهیم مدل‌های درآمدی استارتاپ‌ها. ◀ افرادی که تازه می‌خواهند استارتاپ خود را راه‌اندازی کنند. ◀ موسسین استارتاپ‌ها که حتی در اواسط راه خود هستند (شاید دیدن مدل‌های درآمدی دیگر استارتاپ‌های ایرانی برای اصلاح مسیرشان کمک کننده باشد) 	
 <p>سنجه‌های کلیدی</p> <ul style="list-style-type: none"> ◀ تعداد استارتاپ‌های جذب شده ◀ تعداد ثبت نامی‌ها ◀ میزان فروش ◀ تعداد پیش ثبت نام‌ها 		 <p>کانال جذب مشتری</p> <ul style="list-style-type: none"> ◀ تلگرام ◀ تماس تلفنی ◀ وبسایت دکتر استارتاپ و اصفهان پلاس ◀ صفحات شخصی اینستاگرام ◀ خبرنامه 		 <p>پهنه‌نگار آغازین</p> <ul style="list-style-type: none"> ◀ کاربران دکتر استارتاپ و اصفهان پلاس ◀ کاربران پیش‌های شخصی مولفین ◀ دوستان نزدیک مولفین کتاب 	
 <p>ساختار هزینه‌ها</p> <ul style="list-style-type: none"> ◀ هزینه فرصت فعالیت بر روی کتاب توسط مولفین ◀ هزینه‌های بازاریابی ◀ هزینه‌های هاستینگ ◀ هزینه مجوز 		 <p>جریان درآمدی</p> <ul style="list-style-type: none"> ◀ رایگان ◀ فروش مستقیم 			

”

از اولین روز به عنوان یک کارآفرین، احساس می‌کردم که تنها ماموریتی که باید در یک کسب‌وکار دنبال شود، بهبود زندگی مردم است.



Richard Branson

کارآفرین و موسس گروه ویرجین

فصل دوم:

مروری بر مدل‌های درآمدی و کسب‌وکار

خواننده در انتهای این فصل

- ✔ با تعاریفی مانند مدل درآمدی، جریان درآمدی، مدل کسب‌وکار، سود و ارزش پیشنهادی آشنا می‌شود.
- ✔ با انواع مدل‌های کسب‌وکار از دیدگاه اش موری آشنا می‌شود.
- ✔ با انواع مدل‌های کسب‌وکار از دیدگاه الکساندر استروالدر آشنا می‌شود.
- ✔ با ۱۸ مدل کسب‌وکار در ۵ گروه مختلف آشنا می‌شود.



تعریف مدل کسب وکار از دیدگاه خالق کتاب خلق مدل‌های کسب‌وکار^۱

طبق تعریف ارائه شده در کتاب ارزشمند خلق مدل کسب‌وکار: مدل کسب‌وکار مفهومی است که شیوه ارتباط عناصر یک کسب‌وکار و منطق درآمد زایی یک شرکت را نشان می‌دهد. در واقع این مدل نحوه تعامل و ارتباط اجزای مختلف در یک کسب‌وکار را به تصویر می‌کشد.

تعریف مدل کسب‌وکار از دیدگاه خالق بوم ناب

از دیدگاه اش موریاء، هر مدل کسب‌وکار سه بخش اصلی دارد:

۱. بخش ایجاد ارزش یا Value Creation
۲. بخش ارایه ارزش یا Value Delivery
۳. بخش کسب ارزش یا Value Capture



1) Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and

ارزش پیشنهادی^۱

ارزش عبارت است از دلیل ترجیح یک محصول نسبت به سایر محصولات که در ذهن مشتریان و براساس نظام تصمیم‌گیری آن‌ها شکل می‌گیرد.

عوامل و ویژگی‌هایی که در ذهن مشتریان می‌تواند به عنوان ارزش تلقی شوند:

- تازگی^۲
- عملکرد^۳
- سفارشی‌سازی^۴
- انجام کامل کار (۰ تا ۱۰۰)
- طراحی^۵
- برند^۶، مقام و منزلت
- قیمت
- کاهش هزینه
- کاهش ریسک
- قابلیت دسترسی و به اشتراک گذاری منابع
- سهولت استفاده و راحتی

دو ابزار مهم برای به تصویر کشیدن اجزای یک کسب‌وکار وجود دارد:

۱. بوم مدل کسب‌وکار
۲. بوم ناب

۱) Value proposition
۲) Freshness
۳) Operation
۴) Customization
۵) Design
۶) Brand

انواع الگوهای مدل کسب‌وکار

۳ الگوی مدل کسب‌وکار توسط اش موریئا و ۵ الگوی مدل کسب‌وکار توسط اکساندر استروالدر ارائه شده است.



در مدل‌های کسب‌وکار درک تفاوت مفهوم مشتری^۱ و کاربر^۲ بسیار مهم است. کاربر: معمولاً فردی است که از کالا و خدمات استفاده می‌کند مشتری: فردی است که اقدام به پرداخت پول می‌نماید.

انواع مدل کسب‌وکار از دیدگاه اش موریئا

یکی از بهترین و منطقی‌ترین روش‌های طبقه‌بندی مدل‌های کسب‌وکار بر اساس بخش مشتریان و شیوه ارائه خدمات به آنهاست.

براساس دیدگاه اش موریئا مدل‌های کسب‌وکار به سه دسته کلی زیر متعلق هستند:

۱. فروش مستقیم یا Direct selling

۲. چندوجهی یا Multisided

۳. بازارچه (پلتفرم) یا Marketplace



۱) Customer

۲) User



انواع مدل کسب‌وکار
از دیدگاه اش موریا

فروش مستقیم Direct selling

یکی از بهترین و ساده‌ترین مدل‌های کسب‌وکار مدل فروش مستقیم می‌باشد،
قرار نیست همیشه یک روش درآمدی عجیب و غریب داشته باشید، این روش
بسیار کارساز و موثر است.

در این مدل مشتریان شما و کاربران شما یکی هستند.

مهم‌ترین هدف در این مدل نرخ تبدیل کاربران (visitor) به مشتری است.
زیرمدل‌های (Sub Model) فروش مستقیم عبارتند از:

- نرم‌افزار به عنوان سرویس (Software as a service یا SAAS)

- فروش کالای فیزیکی (physical Goods)

- برنامه‌های موبایل

- Mobile Apps

- مدل کسب‌وکار B2B2C



مدل چندوجهی یا چندطرفه Multisided Business



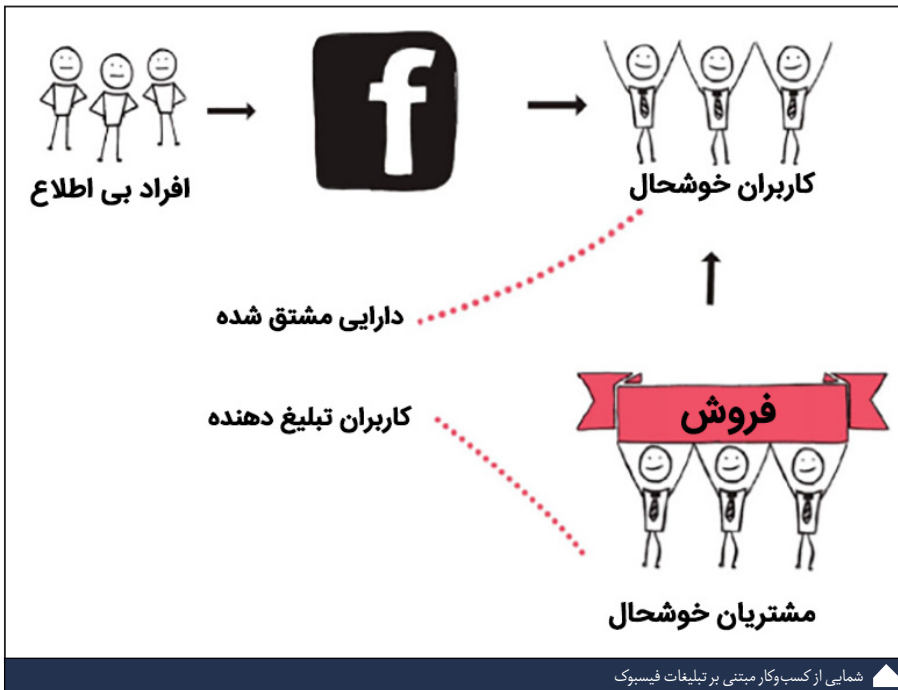
انواع مدل کسب‌وکار
از دیدگاه اش مورییا

مدل کسب‌وکار بعدی از دیدگاه اش مورییا که مورد بررسی قرار می‌گیرد مدل چندوجهی یا چندطرفه می‌باشد. در این مدل بر خلاف مدل فروش مستقیم که فقط یک بازیگر اصلی داشت، شامل بیش از یک بازیگر اصلی است، در مدل قبلی (مثال کافی شاپ) مشتری و کاربر هر دو یک شخص بودند، ولی در این مدل مشتری و کاربر متفاوت هستند (به عبارتی کسانی که پول می‌دهند و کسانی که از سیستم استفاده می‌کنند یکسان نیستند). در این مدل نیز، فرآیند **ایجاد ارزش**، **ارائه و کسب آن** وجود دارد. با این تفاوت که معمولاً ایجاد و ارائه ارزش در بخش کاربران رخ می‌دهد و کسب ارزش (دریافت پول) در بخش مشتریان. در این مدل معمولاً کاربران هزینه‌ای را بابت استفاده از سرویس پرداخت نمی‌کنند (یعنی مستقیماً از آن‌ها پول دریافت نمی‌شود) ولی در ازای آن به واسطه حضورشان در سیستم و استفاده از آن برای ما ارزش و درآمد ایجاد می‌کنند (درآمدی غیر مستقیم). این حضور در سیستم و استفاده از آن خودش بخشی از ارزش محسوب می‌شود، ارزشی که مشتریان علاقمند هستند بابت آن پول پرداخت کنند.

این مدل کسب و کار انواع مختلفی دارد که به شرح زیر می‌باشند:

- کسب‌وکارهای مبتنی بر تبلیغات
- مدل داده‌های بزرگ

یکی از پرریسک‌ترین بخش‌های مدل کسب‌وکار چندوجهی، بخش کاربران و میزان درگیر کردن آن‌ها با سیستم است.



مدل بازارچه یا پلتفرم Marketplace



انواع مدل کسب‌وکار
از دیدگاه اش موری

بر اساس تعریف اش موری دسته سوم (دسته آخر)، مدل بازارچه یا پلتفرم می‌باشد که این مدل هم مثل مدل قبل یعنی مدل چندوجهی، دارای بیش از یک بازیگر است. در اینجا ما با دو بخش مشخص فروشندگان (ارائه‌دهندگان سرویس) و خریداران (مصرف کنندگان سرویس) مواجه هستیم.

کسب‌وکارهایی مثل کافه بازار، اسنپ، اسنپ فود، پونیشا، ایونت سنتر از جمله مثال‌هایی از این مدل هستند. برخلاف مدل چندوجهی که در آن کاربران، مهم‌ترین و پرریسک‌ترین بخش آن بودند و باید تاکید زیادی بر آن‌ها می‌شد، در این مدل پرریسک‌ترین بخش، هم بخش خریداران و هم فروشندگان است که باید به آن‌ها توجه ویژه‌ای شود.

نکته: این مدل کسب‌وکار در پیاده سازی کمی پیچیده است. در اینجا داستان مرغ و تخم مرغ است، تا خریداری نباشد، هیچ فروشنده‌ای ترغیب به ارائه سرویس نمی‌شود،

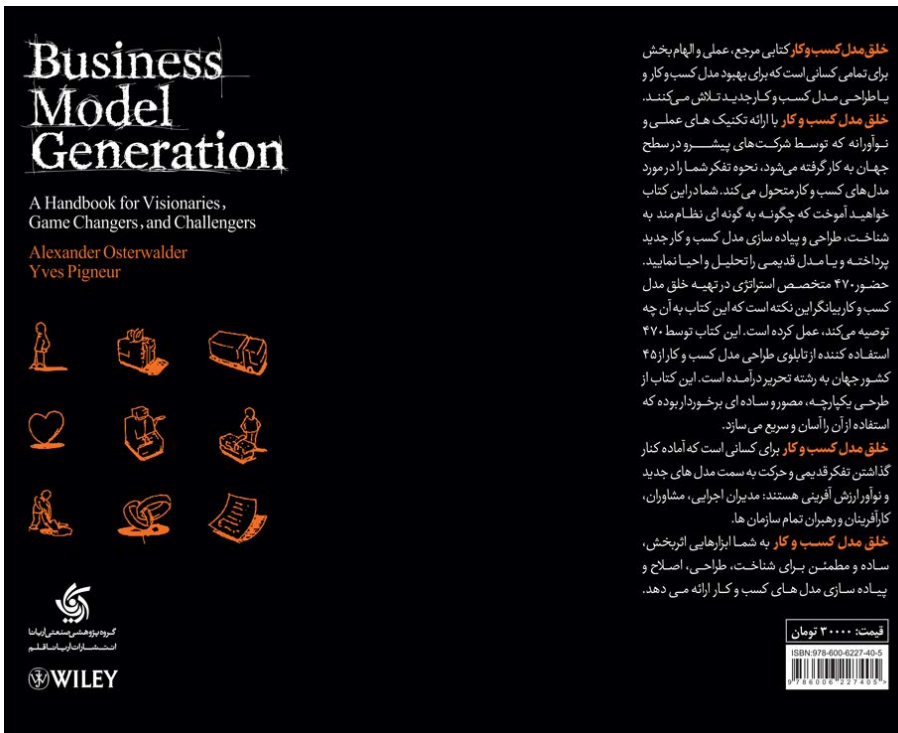


تصویر یک بازارچه‌ی سنتی

از طرفی تا هیچ فروشنده و ارائه‌کننده‌ای در سیستم حضور نداشته باشد، خریداران علاقه‌ای به استفاده از این سرویس ندارند.

در کتاب خلق مدل کسب‌وکار هم دسته‌بندی دیگری از انواع مدل‌های کسب‌وکار ارائه شده که بیشتر برای شرکت‌های بزرگ کاربرد دارد
این ۵ مدل عبارتند از:

۱. کسب‌وکار تفکیکی (Un-Bundling Business Models)
۲. دنباله دار (Longtail)
۳. پلتفرم‌های چندوجهی (Multi Sided Platforms)
۴. رایگان به عنوان مدل کسب‌وکار (FREE as a Business Model)
۵. مدل‌های کسب‌وکار باز (Open Business Models)



(۱) کتاب **خلق مدل‌های کسب‌وکار** از انتشارات آریانا قلم

[Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers](#)

فصل سوم:

ابزارهای بصری تحلیل و طراحی مدل کسب و کار

خواننده در انتهای این فصل:

- ✓ با ابزارهای بصری و کاربرد آنها آشنا می شود.
- ✓ با ابزار بوم مدل کسب و کار و اجزای آن آشنا می شود.
- ✓ با ابزار بوم ناب و اجزای آن آشنا می شود.
- ✓ در قالب مثال ها و تمرین ها با شیوه به کارگیری این ابزارها آشنا می شود.



مقدمه‌ای بر ابزارهای بصری

یکی از روش‌های مفید در به‌کارگیری دانش و استفاده کاربردی از آن استفاده از ابزارهای بصری است که امروزه در بین متخصصین، فعالان و علاقمندان حوزه کسب‌وکار آن رواج یافته است. این ابزارهای بصری در حوزه‌های مختلفی ارائه می‌شوند و مانند یک زبان مشترک در بین اعضای تیم‌ها قابل استفاده هستند. معمولاً این ابزارها به بوم یا Canvas معروف هستند و می‌توانند یک نظم فکری و زبان مشترک را در بین اعضای تیم‌ها ایجاد نمایند. امروزه بوم‌های مختلفی در حوزه‌های مختلف ارائه شده‌اند (مثلاً بوم کارتی، بوم طراحی محصول و غیره).

برای طراحی مدل‌های کسب‌وکار هم دو ابزار بصری ویژه وجود دارند که استفاده از آن‌ها می‌تواند در نظم‌دهی و تصویرسازی ایده‌های شما بسیار کاربردی باشد. در ادامه به معرفی این دو ابزار می‌پردازیم.



معرفی ابزار بوم مدل کسب‌وکار یا Business Model Canvas

اولین ابزار، بوم مدل کسب‌وکار است که در ایران استفاده از آن رواج دارد و در بسیاری از

رویدادهای کارآفرینی^۱ و آموزشی این ابزار به شرکت کنندگان آموزش داده می شود. این ابزار یک ابزار مدیریتی و بصری است که عناصر مهم یک کسب و کار را به تصویر می کشد و محلی برای ایده پردازی در مورد کسب و کار مربوطه است. بوم مدل کسب و کار یک زبان مشترک است که عناصر یک مدل کسب و کار را به تصویر می کشد و افراد مختلف از تیم های مختلف می توانند در مورد آن نظر بدهند. شما می توانید فرضیات خود را بر روی قسمت های مختلف این بوم بنویسید و آن ها را اعتبارسنجی نمایید. این بوم ۹ قسمت دارد که شامل موارد زیر است:

۱. مشتریان
۲. ارزش پیشنهادی
۳. کانال ها
۴. ارتباط با مشتریان
۵. جریان درآمدی
۶. فعالیت های کلیدی
۷. منابع کلیدی
۸. هزینه ها
۹. شرکای کلیدی

(۱) معمولاً در رویداد آموزشی استارتاپ ویکند (Startup weekend) و سایر رویدادهای الگو گرفته از آن، از این ابزار بسیار استفاده می شود. برای آشنایی بیشتر با این رویداد می توانید کتاب ترجمه شده این رویداد توسط دکتر استارتاپ را به رایگان مطالعه کنید. (لینک دانلود کتاب: startupacademy.ir/pub)



Startup Weekend Neyshabur 24 NOV 2016		ویگند نیشابور ی نیشابور	PoC Proof of Concept	سومین رویداد دانشگاه نیشابور	بوم مدل کسب‌وکار
<p>نوکای کلیدی</p> <p>بازگشتی داخلی فشار مشترک مزیت اصلی دانشگاه تولیدی تولیدی تولیدی</p>	<p>فعالیت‌های اصلی</p> <p>Automatic Application Automatic website</p>	<p>ارزش پیشنهادی</p> <p>تولیدی تولیدی تولیدی تولیدی</p>	<p>ارزش پیشنهادی</p> <p>GPS finder Affiliate programs different programs</p>	<p>بیش مشتریان</p> <p>تولیدی تولیدی تولیدی تولیدی</p>	<p>کاتالیزور</p> <p>تولیدی تولیدی تولیدی تولیدی</p>
<p>منابع اصلی</p> <p>تولیدی تولیدی</p>					<p>کاتالیزور</p> <p>تولیدی تولیدی تولیدی تولیدی</p>



تصاویری از رویداد استارت‌آپ ویگند در ایران که غالباً بوم مدل کسب‌وکار در این رویداد آموزش داده می‌شود.

فصل چهارم:

تشریح و مطالعه موردی کسب و کارهای بزرگ ایرانی

خواننده در انتهای این فصل

- ✓ بوم مدل کسب‌وکار کسب‌وکارهای بزرگ را با جزئیات آن مشاهده می‌کند.
- ✓ داستان شکل‌گیری کسب‌وکارهای بزرگ را مطالعه می‌کند.
- ✓ آمارهایی خواندنی و جالب از کسب‌وکارهای مذکور را مشاهده می‌کند.
- ✓ با بخش مشتریان این کسب‌وکارها آشنا می‌شود.



کسب‌وکارهای بررسی شده در این فصل



khabarfarsi.com

khabarfarsi.com



alibaba.ir



zarinpal.com



snappfood

snappfood.ir



sheypoor

sheypoor.com



netbarg.com



fidibo.com



فیلمو

filimo.com



digikala

بررسی، انتخاب و خرید آنلاین

digikala.com



الویک

ALOPEYK.COM

alopeyk.com



DIGIATO.COM

digiato.com



chargoon.com



faranesh.com



torob.ir



anetwork.ir



divar.ir



aparat.com



علی بابا

alibaba

خرید اینترنتی بلیط هواپیما و قطار

معرفی کوتاه 

علی بابا یک وب‌سایت برای خرید اینترنتی بلیط هواپیما و قطار است.

اطلاعات عمومی کسب‌وکار 

علی بابا alibaba	نام کسب‌وکار 
alibaba.ir	آدرس وب‌سایت 
تهران - تهران	شهر و استان 
خرید اینترنتی بلیط هواپیما و قطار	شعار 
Kayak.com expedia.com Goeuro.com Flightsmojo.com Airtkt.com Trip.com	نمونه مشابه خارجی 
flightio.com Eligasht.com Mrbilit.com Tikban.com Ghasedak24.com samtik.com	نمونه‌های مشابه ایرانی 
فروش مستقیم (Direct selling) - پلتفرم b2b2c	مدل کسب‌وکار از دیدگاه اش موريا 
کمیسیون از تراکنش‌های انجام شده	مدل درآمد 

داستان شکل‌گیری

یکی از سرمایه‌گذاری‌های حسین نژاد خرید یک آژانس هواپیمایی بود که آن هم حال و روز خوبی نداشت. علت این امر مسائل حقوقی‌ای بود که آن زمان برای او پیش آمد و وی را درگیر دادگاه و پرونده‌های مختلف برای احقاق حقوق خود کرد، در نتیجه آژانس هواپیمایی هم آن‌طور که خود حسینی نژاد می‌گوید در حال احتضار بود.

یک اتفاق باعث شد فصل تازه‌ای در زندگی بنیانگذار علی‌بابا رقم بخورد. خود او در سفرهای متعدد به خارج و داخل کشور از سیستم خرید بلیت در خارج از کشور آگاه بود، اما یک بار در یک آژانس هواپیمایی یکی از مشتریان به دلیل اینکه خدمات مناسب دریافت نکرده بود به کارکنان آژانس اعتراض کرد و خواست حتی اگر لازم است پول بیشتری بگیرند اما خدمات مناسب به او ارائه دهند. همین اعتراض او را به این فکر انداخت که چقدر در ایران جای یک زیرساخت آنلاین که اطلاعات مناسب و به‌روز به کاربر بدهد و نیاز نداشته باشد با کارمندان آژانس‌ها سرو و کله بزند، خالی است.

او این مساله را با نیما قاضی که هم‌دانشگاهی‌اش بوده در میان می‌گذارد و همراه یکدیگر با بررسی چند سایت دیگر متوجه می‌شوند این سایت‌ها به صورت آفلاین کار می‌کنند و صدور بلیت آنها زمان‌بر است. تصمیم می‌گیرند که این کار را با هم شروع کنند. حسینی نژاد آغاز این کار را با خاطره جالبی به یاد می‌آورد که نشان‌دهنده دید او به کار است: «روز اولی که شروع کردیم، یک ایمیل به دوستانم فرستادم که ما کاری را کلید زده‌ایم که بسیار بزرگ است و شما در آینده نزدیک در اخبار از آن زیاد خواهید شنید. جواب دوستانم هم مختلف و جالب بود! اما من می‌دانستم چه کاری را با چه فناوری و چه افرادی شروع کرده‌ایم. کار ما اصلاً آسان نبود، در ابتدا از هر سه درخواست یک بلیت صادر می‌شد. این یعنی ۷۰ درصد خطا. اما بزرگ‌ترین ویژگی ما این بوده و هست که از ابتدا تا پایان به مشتری متعهد هستیم، شاید

یک مشتری نتواند بلیت بگیرد یا همه چیز آن کامل باشد اما روش ما این است که اولاً از پیش خبر می‌دهیم، سپس هر طور که می‌توانیم جبران می‌کنیم. مثلاً بلیت دیگری تهیه می‌کنیم، هزینه هتل یا هر خسارت مستقیم دیگر را نیز می‌دهیم. در ابتدای کار این مورد زیاد پیش می‌آمد ولی الان آمار خطا یک در ۱۰۰ هزار است. «فکر می‌کنم تا وقتی خسارت ندهی و مجبور به جبران نباشی سیستم و کسب و کار بهینه نمی‌شود.

در مرحله اول برای شروع، کار با آژانس‌های بند ب که فروشنده بلیت و خدمات جهانگردی و مسافرتی بودند، سرگرفته شد. این آژانس‌ها باید بلیت را تلفنی از آژانس‌های هواپیمایی می‌خریدند و با به راه افتادن سیستم آنلاین کار آنها بسیار سریع‌تر و بهتر شد. با شروع تبلیغات و جذب افراد ظرفیت‌های مجموعه افزایش زیادی پیدا کرد. ساختارها نیز شکل گرفتند و ظرف یک سال نیروی انسانی بیش از شش برابر افزایش پیدا کرد اما همین تدوین طرح ساختار سازمانی حدود یک سال به طول انجامید تا به تدریج افراد لازم در جایگاه‌های مناسب و نظر به ظرفیت‌هایی که از پیش برای طرح‌های بزرگ به وجود آمده بودند، به تیم اضافه شدند.

شرکت سفرهای علی‌بابا محصولات دیگری هم دارد، جاباما و هلوپرشیا از پروژه‌های دیگری هستند که این شرکت در پیش گرفته است. بهنام یوسفی که به تازگی وارد مجموعه شده مدیر پروژه هلوپرشیاست که یک تیم پنج‌نفره فنی دارد و کار محتوای سایت را با یک تیم سه‌نفره انجام می‌دهد و محصول اصلی را که اکنون در حال تولید محتواست تا چند ماه دیگر رونمایی می‌کند. هرچند او می‌گوید هنوز زمان مشخصی معین نشده اما به غیر از زبان انگلیسی حداقل دو زبان دیگر هم باید در دسترس باشند.

یوسفی اضافه می‌کند: «واقعیت این است که سرویس هلوپرشیا به جاهای دیگر وابستگی زیادی دارد، از جمله آن بخش‌هایی که قبلاً در علی‌بابا روی آنها کار شده. محتوا نیز اهمیت زیادی دارد. به عنوان مدیر فنی به غیر از مسائل فنی و زیرساخت

باید از هم‌اکنون فکر اشکالاتی را که ممکن است در آینده پیش بیایند کرده باشیم. در مورد مارکتینگ هم باید ذائقه و سلیقه گردشگر خارجی را که متفاوت با مشتری هرروزه ایرانی ماست، بشناسیم. تحقیقات و توسعه مساله آسانی نیست اما این راهی است که ما در پیش گرفته‌ایم.»

مشکل | Problem

در ایران یک زیرساخت آنلاین که اطلاعات مناسب و به روز به کاربر بدهد و نیاز نباشد که فرد با کارمندهای آژانس‌ها سروکله بزند، وجود ندارد همچنین با وجود تغییر شرایط خرید سنتی بلیت در بیشتر نقاط دنیا، خریدن بلیت برای هواپیما در ایران هنوز داستان زیادی به دنبال خود دارد.

به دلیل سرعت مورد نیاز و تفاوت قیمت‌ها بسته به زمان و نوع بلیت، انتخاب و خرید آن پیچیدگی‌هایی دارد که به همین خاطر کسب و کارهای زیادی در حاشیه آن به وجود آمده است. با توسعه اینترنت و تجارت الکترونیکی خرید، سفر بیشتر به سمت آنلاین بودن متمایل شده است. انبوه سایت‌ها، کانال‌های تلگرامی و صفحات دیگر در شبکه‌های اجتماعی که قیمت ارزان‌تر و سرعت بیشتر را وعده می‌دهند، نشان از تجارت بزرگی دارند که در این زمینه در حال شکل‌گیری و توسعه است. همه اینها به کنار با آزادسازی نرخ بلیت هواپیما مسافران نیز تلاش می‌کنند مطمئن شوند بلیتی که می‌خرند نسبت به نوع خدمات درخواستی‌شان ارزان‌ترین و در مناسب‌ترین زمان باشد. علی‌بابا نزدیک با همین رویکرد به وجود آمده، با این انگیزه که می‌خواهد کاری انجام دهد که تاکنون به این کاملی انجام نشده است.

بخش مشتریان | Customer Segment

- کسانی که قصد سفر تفریحی یا کاری دارند
- توریست‌ها

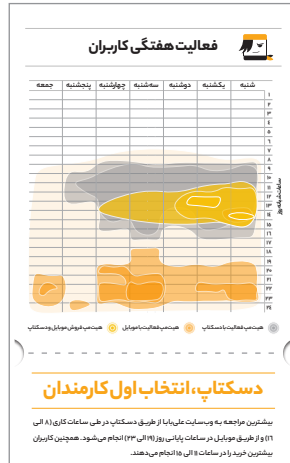
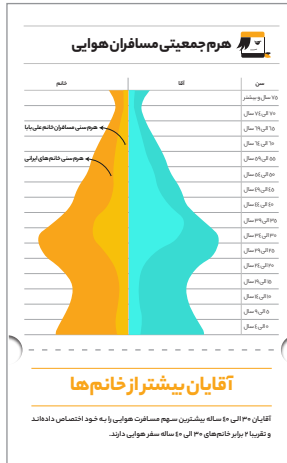
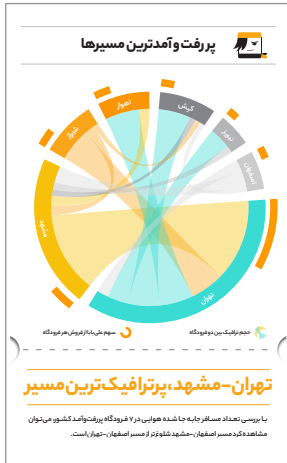
- گردشگران
- کسانی که قصد خرید بلیت‌های چارتری و ارزان قیمت را دارند.
- افرادی که قصد رزرو هتل و اقامتگاه‌های داخلی را دارند.
- کسانی که می‌خواهند بلیت و هتل را با هم رزرو کنند (یک امکان دارد که بلیت و هتل را باهم جستجو می‌کند و پیشنهاد می‌دهد و گاهی هم تخفیف می‌خورد)
- کسانی که با سایت‌های خارجی برای رزرو اقامتگاه‌های خارجی آشنایی ندارند و همچنین امکان پرداخت ارزی با مستر کارت برای آن‌ها وجود ندارد که می‌توانند در سایت علی بابا از طریق کارت‌های شتاب هزینه رزرو هتل‌های خارجی را پردازند.
- کسانی که به خاطر مشغله فرصت رجوع به آژانس‌های هواپیمایی را ندارند.
- دانشجویانی که در شهرهای دیگر درس می‌خوانند



The screenshot displays the homepage of alibaba.ir. At the top, there is a navigation bar with a search icon, user profile, and contact information. The main header features a large image of an airplane and several service icons: 'جدید هتل خارجی', 'جدید تور', 'اتوبوس', 'قطار', 'پرواز خارجی', and 'پرواز داخلی'. Below this is a search bar with fields for destination, departure, and return, and a 'جستجو' (Search) button. The middle section contains five promotional banners for tours: 'تور دبی', 'تور تفلیس', 'تور استانبول', 'تور کوالالامپور', and 'تور آنتالیا'. The bottom section promotes the 'دریافت اپلیکیشن علی بابا' (Download Alibaba App) with 'از بازار' (Available on Google Play) and 'Download on the App Store' buttons. A footer menu lists various services like 'تورهای داخلی', 'تورهای خارجی', 'تورهای اروپا', etc.

• علی بابا بزرگترین و معتبرترین وسایت خرید اینترنتی بلیط هواپیما، قطار و اتوبوس در کشور است که در سال ۱۳۹۳ و با شعار تجربه شایسته سفر کار خود را آغاز کرد. فروش بلیط هواپیما برای پروازهای داخلی اولین خدمتی بود که علی بابا به مشتریان عرضه کرد و پس از مدت کوتاهی، بلیط هواپیماهای خارجی، بلیط قطار و بلیط اتوبوس هم به سید محصولات آن اضافه شد. خرید اینترنتی بلیط هواپیما، قطار و اتوبوس به کاربران کمک می کند تا در وقت و هزینه های خود صرفه جویی کنند. سایت علی بابا این اختیار را دارد که در راستای راه حال همراهم خود، ۱۰۰ درصد پروازهای نامی خطوط هواپیمایی داخلی، شامل پروازهای سیستمی و پروازهای چارتر را به مشتری ارائه می دهد. همچنین با عقد قرارداد همکاری با ۱۵ ایرلاین خارجی توانسته فهرست کاملی از پروازهای بین المللی را به مشتریان خود

قسمتی از گزارش سالانه علی بابا | سال ۱۳۹۷



تاریخ: _____
تعداد: _____

علی بابا | alibaba

عنوان پروژه: _____

شرکای کلیدی

- ◀ شبکه همکاریان علی بابا
- ◀ ایرلاین‌ها (ایران ایر، هواپیمایی ماهان کیش ایر، هواپیمایی قطر، امارات، لوفتهانزا و...)
- ◀ قطار رجا ، فدک و... هتلا
- ◀ درگاه‌های بانکی
- ◀ آژانس‌ها

فعالیت‌های اصلی

- ◀ توسعه فنی
- ◀ توسعه بازار
- ◀ تامین نیروی انسانی (فنی ، بازاریابی ، پشتیبانی و...)
- ◀ دریافت مجوز ها و رفع چالش‌های حقوقی
- ◀ تحقیق و توسعه
- ◀ مارکتینگ
- ◀ خدمات تبلیغات
- ◀ جذب ترافیک برای سایت
- ◀ همکاری با شرکت‌ها و آژانس‌های دیگر و تنظیم توافق نامه همکاری با آن‌ها

ارزش پیشنهادی

- ◀ رزرو سریع و آسان
- ◀ صرفه جویی در وقت و زمان برای خرید بلیت
- ◀ امکان خرید بلیت های ترکیبی (قطار، هتل و ...)
- ◀ ارائه خدمات چابکی (اخذ ویزای شگن، بلیک آب ویزا و تعیین وقت سفارت)

ارتباط با مشتریان

- ◀ پشتیبانی تکنی و ایمیلی
- ◀ پشتیبانی ۲۴ ساعته
- ◀ ارائه کد تخفیف به شرکتهای سازمان‌ها و مسافران
- ◀ پرمسفر علی بابا
- ◀ خرید بلیط به صورت اعتباری و تسویه حساب دوره‌ای برای سازمان‌ها و شرکتهای

بخش مشتریان

- ◀ کسانی که قصد سفر تفریحی یا کاری دارند
- ◀ بورسیست‌ها
- ◀ گردشگران
- ◀ آژانس‌های هواپیمایی
- ◀ کسانی که قصد خرید بلیت‌های چارتری و ارزان قیمت را دارند.
- ◀ افرادی که قصد رزرو هتل و اقامتگاه‌های داخلی را دارند
- ◀ کسانی که می‌خواهند بلیت هتل را با هم رزرو کنند
- ◀ کسانی که با سایت‌های خارجی برای رزرو اقامتگاه‌های خارجی آشنايي ندارند
- ◀ کسانی که به خاطر مشغله فرصت رزوع به آژانس‌های هواپیمایی را ندارند.
- ◀ دانشجوئیانی که در شهرهای دیگر درس می‌خوانند

منابع اصلی

- ◀ دفتر
- ◀ دانش فنی
- ◀ سامانه پرداخت
- ◀ اینترنت‌ها
- ◀ هتل‌ها
- ◀ شبکه‌ای از همکاریان و شرکتهای وابسته
- ◀ پرمساخت IT
- ◀ قراردادها
- ◀ نیروی انسانی (فنی ، پشتیبانی، بازاریابی و...)

ساختار هزینه‌ها

- ◀ سرور و تجهیزات سخت افزاری
- ◀ توسعه فنی
- ◀ نیروی انسانی
- ◀ بازاریابی
- ◀ اخذ مجوزها

کاتال توزیع

- ◀ وبسایت علی بابا
- ◀ اپلیکیشن علی بابا
- ◀ گوگل پلی
- ◀ فرودگاه‌ها
- ◀ نماینده‌های تلفنی و ایمیلی
- ◀ ایمیل مارکتینگ

جریان درآمدی

- ◀ کمیسوین از تراکنش‌های انجام شده
- ◀ فروش مستقیم سایر خدمات گردشگری



آپارات

aparat

سرویس اشتراک ویدیو

معرفی کوتاه 

آپارات یک سرویس اشتراک ویدیو در فضای آنلاین است.

اطلاعات عمومی کسب‌وکار 

آپارات aparat	نام کسب‌وکار 
aparat.com	آدرس وبسایت 
تهران - تهران	شهر و استان 
سرویس اشتراک ویدیو	شعار 
youtube.com vimeo.com	نمونه مشابه خارجی 
mp4.ir namasha.com	نمونه های مشابه ایرانی 
چند وجهی (Multisided)	مدل کسب‌وکار از دیدگاه اش موريا 
فروش مستقیم، تبلیغات	مدل درآمد 

مشکل | Problem 

آپلود ویدیو نیاز به داشتن تخصص نسبتاً بالایی دارد و از یک سو با توجه به فیلتر بودن یوتیوب در ایران، نیاز به یک بستر به اشتراک گذاری ویدیو وجود داشته، لذا جای خالی یک سرویس که ویدیوها توسط کاربران در آن بارگذاری شود و بدون دردسرهای فنی و قطعی سرویس، کاربران دیگر بتوانند ویدیوهای بارگذاری شده را

بینند به شدت احساس می‌شده، بنابراین سرویس آپارات در ابتدا به این منظور راه‌اندازی شد، پس از آن سرویس پخش زنده، سرویس ویژه خوره‌های بازی و سرویس آپارات برای کودکان نیز اضافه شد.

بخش مشتریان | Customer Segment

- کاربران اینترنت که به مشاهده ویدیو علاقه‌مند هستند
- آژانس‌های تبلیغاتی
- صاحبان کسب و کار
- وب‌مسترها
- خوره‌های بازی (gamerها)

بارگذاری ویدیو ورود با ثبت‌نام۵۳ دسته‌ها

ویژه‌های آیارات

کوروش
Kourosh Cineplex

بیفاتیت
بزرگترین مرجع فروش نایت سینما

قسمت ۴۶ "زمد" چرا لباس فرم مدارس نباید رنگی باشد؟
زمد
۵.۲ هزار بازدید - ۲۱ ساعت پیش

قسمت یازدهم فصل چهارم، ویژه برنامه نوروز ۹۸
اسب بخار
۱۶.۴ هزار بازدید - ۱ روز پیش

تاب واینر ۱ - علی صوری، علیرضا کامیار، مبین ام دی و ...
تاب واینر
۱۲.۹ هزار بازدید - ۱۸ ساعت پیش

تویشتتر ۲۲ - شاهرخ استخری، بهوش بخشناری و دیگر هیچ
تویشتتر
۳۳ هزار بازدید - ۳ روز پیش

اولین فیلم از شبکه
فخریس مدیا
۸.۴ هزار بازدید - ۴ روز پیش

چی میشه اگه تخم هندوانه رو بخوری؟
پ نماهنز
۵۴.۶ هزار بازدید - ۱ هفته پیش

اهام امیری ظالمانی | در برنامه دکتر فیت
اسپورت شو
۹.۸ هزار بازدید - ۲ هفته پیش

مادرم زورت مبارک...
فیلمو
۲۱.۴ هزار بازدید - ۱ هفته پیش

[ویدیو بیشتر >](#)

کودک منتخب در بخش بانوان

آموزش زبان انگلیسی کودکان با شعر |
Microsofco.ir
پ با ما به روز باشید
۱۵ هزار بازدید - ۱ روز پیش

آموزش نقاشی به کودکان همیشه شاد
تین اول
۱.۱ هزار بازدید - ۳ روز پیش

میکس شاد و باحال از بچه های بامزه
تین اول
۲۲۰ هزار بازدید - ۲ روز پیش

کارتون باب اسفنجی
تقسیم کارتون
۳۹۰ هزار بازدید - ۱۵ ساعت پیش

بچه رایس - بچه خان
DIGIOT
۲۸۵ هزار بازدید - ۱ ساعت پیش

داغترین‌ها

خلاصه بازی النصر عربستان ۳-۲ ذوب آهن ایران
یا اسرت
۳۵.۱ هزار بازدید - ۱۹ ساعت پیش

قسمت ۴۶ سریال لحظه گرگ و میش - قسمت ۴۴
سید کاوشی
۱۷.۹ هزار بازدید - ۱۸ ساعت پیش

درگیری شدید در جلسه امروز مجلس شورای اسلامی!
تکاتک
۴.۵ هزار بازدید - ۱۸ ساعت پیش

کارشناسی دوری بازی نساجی ۱-۱ پرسپولیس (تود ۲۰ اسفند)
برنامه تود
۱۲.۹ هزار بازدید - ۱۵ ساعت پیش

کارتون دیدن موش و گربه
پ فیلمنا
۲.۸ هزار بازدید - ۶ ساعت پیش

+
۱.۴ هزار دنبال کننده

خرد جنسی کتاب در حال رشد

دوازده سال رابطه جنسی بدون داشتن واژن؟
۳۹.۱ هزار بازدید - ۳ هفته پیش

خرد جنسی: دکتر اکبر جباری/رئیس جنسی در زمین فلسفه
۱۰.۹ هزار بازدید - ۱ هفته پیش

چی باعث شده نتوانیم از مسائل جنسی صحبت کنیم؟
۵.۴ هزار بازدید - ۱ هفته پیش

خرد جنسی ۱۶/ دکتر فاطمه موسوی/ سیاستگذاری جنسی در ایران
۱۵.۱ هزار بازدید - ۵ روز پیش

در هیچ جای قرآن مجازتی برای بی حجاب بودن در نظر گرفته نشده!
۱۷.۹ هزار بازدید - ۳ روز پیش

آمار خواندنی از آپارات*	
رتبه در بین سایت‌های ایرانی	رتبه ۱
رتبه در بین سایت‌های جهانی	بین ۲۰۰ سایت اول جهان
تعداد نمایش ویدیو	۱۰٫۵ میلیون نمایش در روز
بازدید روزانه صفحات	۲۱ میلیون
کاربر فعال ماهانه	۲۹ میلیون نفر
پربازدیدترین دسته‌بندی آپارات	طنز
رده سنی بیشتر کاربران آپارات	۲۵ تا ۳۴ سال (۴۴٪)
تعداد کانال فعال	بیش از ۳۰۰ هزار
تعداد نصب نرم‌افزار موبایل	۵٫۵ میلیون

* توجه: این آمار مربوط به تابستان سال ۱۳۹۶ می‌باشد.

عنوان پروژه:

آپارات | aparat

تاریخ:

مرد:

بوم مدل کسب‌وکار

<p>شرکای کلیدی</p> <ul style="list-style-type: none"> ◀ صبا اید (صاحب آپارات) ◀ شرکت‌های ارائه دهنده خدمات اینترنت (ISP) و زیر ساخت ◀ برندهای معروف ◀ آژانس‌های تبلیغاتی و خبری 	<p>فعالیت‌های اصلی</p> <ul style="list-style-type: none"> ◀ مارکتینگ ◀ ساختن و نگهداری پلتفرم ◀ ایجاد ترافیک برای وب سایت و اپ ◀ مدیریت ترافیک ◀ ممیزی کردن ویدیوهای نامناسب و خلاف قوانین آپارات ◀ توسعه محصول ◀ تحقیق و توسعه 	<p>ارزش پیشنهادی</p> <ul style="list-style-type: none"> ◀ آپلود و به اشتراک گذاری رایگان ویدیو ◀ تبلیغات و برندینگ موثر ◀ به شیوه نوین ویژه صاحبان کسب و کار 	<p>ارتباط با مشتریان</p> <ul style="list-style-type: none"> ◀ شبکه‌های اجتماعی ◀ سئو ◀ بقیه سایت‌های مجموعه ◀ صبا اید مثل: گلوب، بلاگ، مهن بلاگ، فیلیمو، سینماتیک، صباوزن ◀ تولید محتوا ◀ امکان live آپارات (user generated content) ◀ تولید برنامه‌های ویدیویی
	<p>منابع اصلی</p> <ul style="list-style-type: none"> ◀ تولید کنندگان محتوا ◀ پلتفرم آپارات ◀ واحد تبلیغات ◀ الگوریتم و پیشنهاد ویدیوهای مشابه ◀ نیروی فنی و برنامه نویس ◀ دفتر کار ◀ بخش حقوقی و کپی رایت 	<p>کانال توزیع</p> <ul style="list-style-type: none"> ◀ سایت آپارات ◀ اپلیکیشن اندروید آپارات ◀ اپلیکیشن iOS آپارات ◀ اینستاگرام ◀ کانال تلگرام ◀ فیسبوک ◀ توئیتر 	
<p>ساختار هزینه‌ها</p> <ul style="list-style-type: none"> ◀ هزینه‌های حقوقی و قضایی ◀ کارمندان ◀ هزینه دفتر و تجهیزات ◀ مالیات 	<p>ساختار هزینه‌ها</p> <ul style="list-style-type: none"> ◀ هزینه توسعه و نگهداری پلتفرم ◀ هزینه دیتاستر ◀ هزینه کپی رایت ◀ هزینه بازاریابی 	<p>جریان درآمدی</p> <ul style="list-style-type: none"> ◀ اخذ هزینه در ازای افزایش بازدید ◀ اخذ هزینه برای نمایش لینک دناخواه ◀ هنگام نمایش ویدیو ◀ اخذ هزینه در ازای نمایش باکس آخوردن 	<p>ساختار هزینه‌ها</p> <ul style="list-style-type: none"> ◀ تبلیغات بنری ◀ بر اساس میزان ترافیکی که هر ماه در حال مصرف توسط این سرویس است، هزینه‌های قابل توجهی را از زیر ساخت و یا شرکت‌های اسپانسر دریافت می‌کند.

StartupAcademy.ir

در سومین جلد از کتاب "مدل‌های درآمدی و کسب‌وکار با رویکرد بازار ایران" به تشریح و مطالعه موردی مدل کسب‌وکار و مدل درآمدی ۱۷ کسب‌وکار آنلاین موفق می‌پردازیم که بوم کسب‌وکار آنها نیز ترسیم شده است، کسب‌وکارهای آنلاین بررسی شده: علی بابا، الوپیک، ای‌نتورک، آپارات، دیجیاتو، دیجی کالا، دیوار، فرانش، فیدیبو، فیلیمو، نت برگ، شیپور، اسنپ فود، تَرَب، زرین پال، چارگون، خبرفارسی. در فصل دوم کتاب داستان شکل‌گیری و تجربه نگارش گروهی و از راه‌دور این مجموعه کتاب که به نوعی اولین کتاب تالیف شده ایرانی با متد استارت‌آپ ناب است، به همراه جزئیاتی از قبیل بوم ناب کتاب، نحوه مارکتینگ، ابزارهای استفاده شده، آمار و نمودارها، به رشته تحریر در آمده است. همچنین در فصل سوم این کتاب نیز به معرفی و تحلیل ابزارهای بصری تحلیل و طراحی مدل کسب‌وکار در قالب یک مثال ایرانی (کافه بازار) پرداخته‌ایم، و همه اجزای بوم ناب و بوم مدل کسب‌وکار را در قالب این مثال بومی تشریح کرده‌ایم.

بوم مدل
کسب‌وکار ۱۷

مثال عملی
از کارآفرینی ناب ۱

مطالعه موردی
کسب‌وکارهای بزرگ ۱۷



startupacademy.ir