



سرفصل دوره آموزشی خلق و طراحی مدل کسب و کار
اولین دوره کارآمد همزمان دو عنوان مهم شروع و بهینه سازی کسب و کار

مدرس و طراح دوره: دکتر محمدحسین مهریزدان
مدرس و محقق و نویسنده اصول بازاریابی و فروش
روشهای مذاکره موفق و خلاق
مدرس دانشگاه و مشاور ارشد بازاریابی
مدرس دوره های **DBA**

Business Model & Plan

شروع یک کسب و کار جدید همچون سفری جدید است که می تواند اهداف متفاوتی از جمله کسب درآمد یا احساس رضایت شخصی داشته باشد همان طور که برای سفر نیازمند یک راهنما مثل نقشه هستیم برای شروع هر کسب و کاری هم نیازمند یک راهنما و نقشه هستیم. لذا در این دوره دو مبحث کلی و نقشه راه را با تمام جزئیات برای شما بیان می کنیم:

۱- مدل کسب و کار:

منطق یک شرکت را در چگونگی خلق و ارائه و کسب ارزش توصیف می کند و چهارچوبی برای پرورش ایند متولید سود و ثروت آفرینی ست که نشان می دهد یک بنگاه اقتصادی چه مجموعه فعالیت هایی را چگونه و در چه زمانی باید انجام دهد تا انتظار مشتریان از شرکت فراهم گردد مدل کسب و کار بیان می کند که چگونه سازمان برای تولید محصول و یا ارائه خدمت ایجاد ارزش می کند و این روشی است که شرکت برای تولید سود و سرها نگاه داشتن خود انتخاب می کند.

این روش را بزرگترین سازمان های دنیا از جمله گوگل، آمازون، اپل، توپو، تله کام و مایکروسافت و بسیاری دیگر انجام داده اند

۲- طرح کسب و کار:

طرح کسب و کار علاوه بر آنکه به منظور جذب سرمایه و شرکای جدید و جلب اعتماد بانکها و مؤسسات اعتبار دهنده به کار می رود به عنوان ابزاری برای مدیریت بهتر کسب و کارهای موجود یا جدید از طریق توجه به اولویت ها، نیازت و ارزشهای پیشرفت کار و کمک به دستیابی اهداف از پیش تعیین شده نیز به کار می رود چنین طرحی، کارآفرینان را قادر می سازد تا در مراحل مختلف توسعه کسب و کار را هدایت کنند و آمادگی لازم را برای عبور از این مراحل کسب نماید.

من همیشه با ویژه کار آفرینی مشکل داشتم. هنگامی که از ویژه کار آفرین صحبتی به میان می آید انگار این دسته از انسان هایی که این کار را انجام می دهند جزء یک دسته خاص از اشراف زاده گان هستند که به علت داشتن منابع مالی بیش از حد می توانند دست به کاری بزنند که دیگران توان انجامش را ندارند و برای رسیدن به اهداف خود دیگران را به استخدام خود در آورند. برای همین من همیشه به جای ویژه کار آفرینی حتی در کلاس های دانشگاه از ویژه های به نام **آغازگری** صحبت می کنم. یعنی اشخاصی که آغازگر مسیری هستند که خود می دانند پر از فراز و نشیب است. می دانند برای گذر از آنچه میزان بسته به شرایطشان باید سختی بکشند و می دانند که باید طبیعت دیوانه و لاشان را درک کنند و برای رفتن در این مسیر به ابزاری نیاز دارند که بتوانند نقشه های کلی و قواعدی بیاموزند که بتوانند با درصد خطای کمتر آن راه را طی نمایند.

بنده با جان و پوست و استخوانم این موضوع را تجربه کرده ام و خود نیز به عنوان یک کار آفرین در این مسیر به تمامی عزیزانم آنچه را آموختم و با به کار بستنشان موفقیت های بیشتری را به دست آوردم می آموزم.

چرا بیش از ۹۰٪ کسب و کارها عمری کمتر از یکسال دارند؟؟

هدف اصلی راه‌اندازی کسب‌وکار اول شدن نیست، بهترین شدن است. یعنی کسانی که از همان ابتدا برای پیروزی برنامه‌ریزی و تلاش می‌کنند. آن‌ها از موفقیت‌هایشان درس می‌گیرند و نه شکست‌هایشان و تمام تلاششان را می‌کنند از موانعی که موجب عدم پیروزی‌شان می‌شود پرهیز نمایند.

آنها پیروز نشدن را شکست می‌دانند.

آن‌ها به تمامی اجزای هدف‌گذاری برنامه‌ریزی، تلاش و استقامتشان وسواس دارند، آن‌ها خود را متقاعد می‌کنند به حد اعلی. آن‌ها اصول را می‌دانند و در مواردی هم نمی‌دانند ترسی از آموختن و فراگیری ندارند.

آن‌ها برای اینکه کسب‌وکاری راه‌اندازی کنند وارد گود نشده‌اند. آن‌ها با تمام عشق و علاقه و آمده‌اند دنیا را تغییر دهند.

برای بهترین شدن و پیروزی برنامه‌ریزی کنید و نه شکست!!!!



خلق مدل کسب و کار

سرفصل دوره



ارتباط با مشتری

چگونه روابط را با سایر انگه‌های کسب و کار تلفیق کنیم؟
 چگونه مشتریان جدید، حفظ و پرورش دهیم؟
 چه نوع روابطی با آنها برقرار کنیم؟ و کرده ایم؟
 تا چه حدی هزینه بر هستند؟



منابع کلیدی

برای ایجاد ارزش چه منابعی نیاز داریم؟
 چه منابعی برای ایجاد موارد زیر نیاز داریم؟
 1. کانال‌های توزیع
 2. روابط مشتریان
 3. تجربیات‌های درآمد خالص



شرکای کلیدی

شرکای کلیدی چه کسانی هستند؟
 تأمین کنندگان کلیدی ما چه کسانی هستند؟
 چه نوع منابع کلیدی از شرکایمان بدست ما می‌رسد؟
 شرکاء، چه نوع فعالیت‌های کلیدی را انجام می‌دهند؟



جریان‌های درآمد

برای چه ارزشی مشتریان ما حاضرند پول پرداخت کنند؟
 استراتژی قیمت گذاری ما چه باید باشد؟
 مدل جریان درآمدی، خالص، ما چیست؟
 از چه جاهایی درآمد ایجاد و تسهیل پرداخت صورت می‌گیرد؟



مشتریان

برای چه کسی ارزش آفرین کنیم؟
 مهمترین مشتریان
 نمونه‌های بازار مشتریان چه کسانی هستند؟



کانال‌های ارتباطی و ارائه خدمت یا کالا

از طریق چه کانال‌هایی می‌توانیم به مشتری‌ها دسترسی پیدا می‌کنیم؟
 شرکت‌های دیگر چگونه این کار را انجام می‌دهند؟
 کدام کانال‌ها مؤثرتر عمل می‌کنند؟
 کدام یک مقرون به صرفه‌تر است؟
 چگونه آن‌ها را با روال‌های مشتریان تلفیق می‌کنیم؟



ارزش پیشنهادی

چه ارزشی را به مشتریان ارائه دهیم؟
 به حل کدامیک از مشکلات مشتریان خود کمک می‌کنید؟
 به هر بخش چگونه و به چه صورت جداً محصولات و خدمات ارائه می‌کنیم؟
 کدامیک از نیازهای مشتری را راضی نگه می‌داریم؟
 کمترین محصول موفق چیست؟



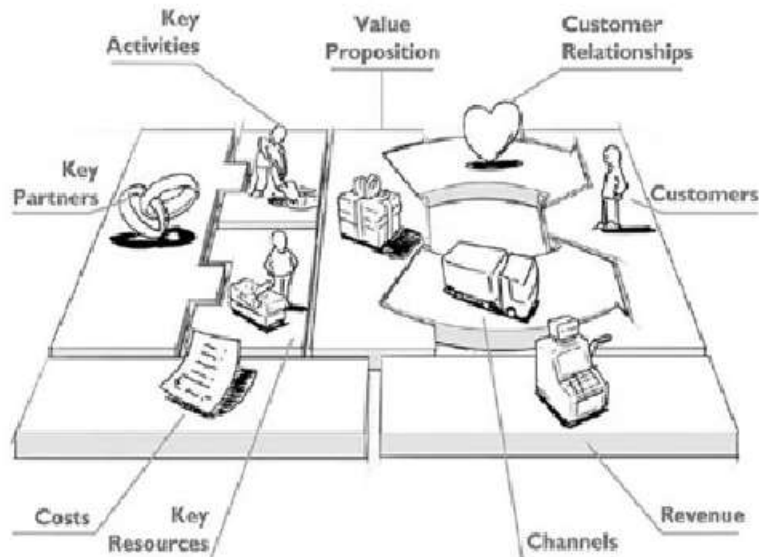
فعالیت‌های کلیدی

برای ایجاد ارزش‌های پیشنهادی چه فعالیت‌هایی لازم است؟
 کانال‌های توزیع کننده چگونه روابط مشتریان؟ جریان‌های درآمد خالص؟
 برای موارد بالا چه فعالیت‌هایی باید بکنیم؟



هزینه

مهمترین هزینه‌های موجود در مدل کسب و کار چیست؟
 کدامیک از منابع، گران‌تر هستند؟
 کدامیک از فعالیت‌های کلیدی گران‌تر هستند؟
 هزینه‌های پیش‌بینی شده، هزینه‌های پیش‌بینی نشده؟
 چه جاهایی وقت تلف می‌شود؟
 چه جاهایی انرژی تلف می‌شود؟
 چه جاهایی حفره هزینه وجود دارد؟



سرفصل های آموزشی دوره طراحی کسب و کار



معرفی طرح کسب و کار + خلاصه اجرایی/مدیریتی

مفهوم و ماهیت طرح کسب و کار، مطالعات فرصت و امکان سنجی

آناطومی و محتوای طرح کسب و کار

طرح ریزی برای کسب و کار جدید و توسعه کسب و کار

ایده محوری و مدل کسب و کار

چشم انداز و مأموریت و هدف کسب و کار و تدوین و نگارش بیانیه مأموریت

بازار هدف، فرصت بازار و استراتژی بهره برداری از فرصت

محصول و خدمات

معرفی محصول و خدمات طبقه بندی استاندارد بین المللی

محصول ISIC

سید محصول و ماتریس گروه مشاوران بوستون و ماتریس

محصول-بازار

محیط ها و فرصت های کسب و کار

محیط و تشخیص فرصت

تحلیل عمومی (مدل PEST) و مدل پنج نیروی رقابتی پورتر

تعریف مشتریان و ارزیابی رقبا

برنامه ریزی استراتژیک + مطالعات بازار و بازاریابی

ارزیابی توان پنگاه در مقابله با فرصت و تهدیدها تحلیل SWOT

قرارگیری در نقطه سیاه و طراحی مدل کسب و کار

شناخت بازار ارزیابی رقبا و انتخاب بازار هدف

تدوین استراتژی بازاریاب و روشهای تامین مالی طرح کسب و کار



بر همین اساس بنده محمدحسین مهریزدان خود را متعهد کرده ام با توجه به تجربه و دانشی که دارم و با مشاهده نتایج حاصله در شرکت کنندگان قبلی این دوره بهترین خوراک و محتوای آموزشی را برای شما و کسب و کار و زندگی تان تهیه و ارائه نمایم.



از شما بابت مطالعه محتوای این دوره سپاس گزارم
و برایتان بهترین آرزوها را دارم.

حرفه ای باشید

برای کسب اطلاعات بیشتر می توانید از طریق وب
سایت بنده و این آدرس با من و خدمات من بیشتر
آشنا شوید

<https://www.drmehyazdan.com/about-us>



www.drmehyazdan.com
www.mhmconsultant.com



[telegram.me/MHMIRAN](https://t.me/MHMIRAN)



m.facebook.com/M.H.MEHRYAZDAN



[instagram.com/mohammad.h.mehryazdan](https://www.instagram.com/mohammad.h.mehryazdan)



[linkedin.com/in/mohammad-mehryazdan](https://www.linkedin.com/in/mohammad-mehryazdan)



+989121909255



+982188608518

+982144381637



PERSONAL BRANDiNG