

كار آفرینی

سید حسن قدیری

تیرماه ۱۴۰۱

✓سید حسن قدیری
✓مدرس دانشگاه
✓دکتری مدیریت فناوری و نوآوری
✓مدیر اجرایی کانون کارآفرینان برتر استان تهران

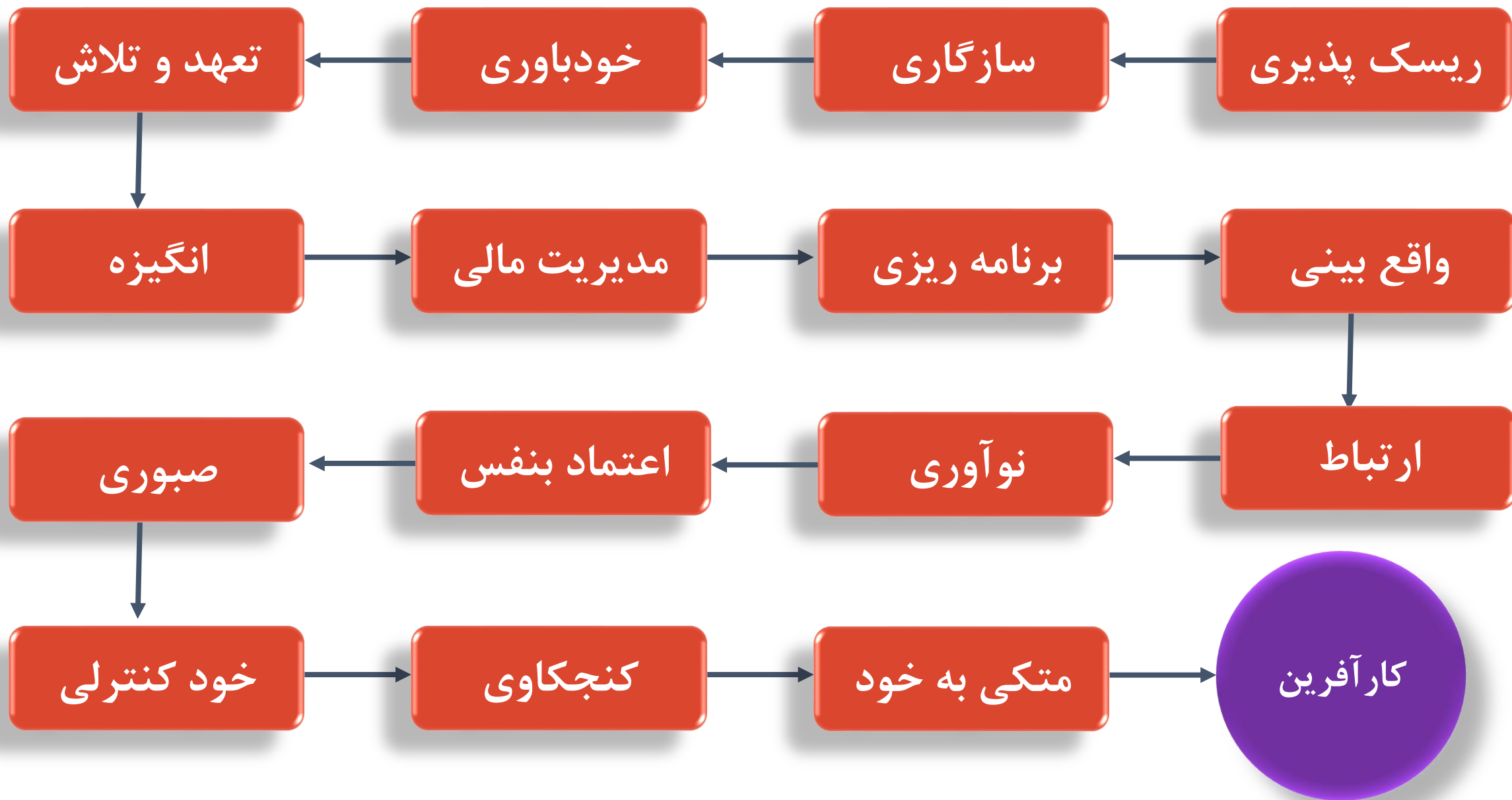




ENTREPRENEURSHIP

کار آفرین کیست؟





حقوق آخر ماه
پرداخت قسط
گرفتن وام
افزایش حقوق
اتمام ساعت کاری
و





کارآفرینی

اشتغال زایی





تنها
۴ درصد
شاغلین
ایرانی
کارآفرین
هستند

تاریخچه

سیر تاریخی مفهوم کارآفرینی

- دوره ی اول: قرون ۱۵ و ۱۶ میلادی
- دوره ی دوم: قرن ۱۷ میلادی
- دوره ی سوم: قرون ۱۸ و ۱۹ میلادی
- دوره ی چهارم: دهه های میانی قرن بیستم میلادی
- دوره ی پنجم: دوران معاصر (از اواخر دهه ۱۹۷۰ تاکنون)

تاریخچه

سه موج بزرگ فرهنگ کارآفرینی

- تحقیق و مطالعه در مورد زندگی کارآفرینان بزرگ و تاریخچه آنها
- ارائه آموزشهای کارآفرینی
- علاقه مندی و ورود دولت به مقوله کارآفرینی

سوال

آيا كار آفريني نياز به تحصيلات
آكادميك دارد؟

مهارت‌های مورد نیاز برای کار آفرینی

تشخیص و تحلیل فرصت‌ها

راه اندازی و مدیریت کسب و کار نوپا

طراحی و تنظیم طرح کسب و کار

تامین و مدیریت منابع

**Business
Model**

VS

**Business
Plan**

بوم مدل کسب و کار



بخش های مشتری

برگه جدید

مهم ترین مشتریان تان چه کسانی هستند؟

برای چه کسانی ارزش خلق می کنید؟

ارتباط با مشتری

برگه جدید

هر یک از بخش های مشتریان انتظار برقراری و حفظ چه نوع ارتباطی را دارند؟

کدام یک از راه های ارتباطی را ایجاد کرده اید؟

ارزش پیشنهادی

برگه جدید

به حل کدام مشکل مشتریان کمک می کنید؟

چه نیازهایی را از مشتریان برآورده می کنید؟

فعالیت های کلیدی

برگه جدید

مهم ترین فعالیت ها برای عملکرد صحیح کسب و کارتان کدامند؟

شرکای کلیدی

برگه جدید

شرکا و تامین کنندگان کلیدی تان چه کسانی هستند؟

کدام یک از منابع کلیدی را از طریق شرکا به دست می آورید؟

کانال ها

برگه جدید

مشتریان چه کانال هایی را برای دسترسی به شما ترجیح می دهند؟

منابع کلیدی

برگه جدید

مهم ترین دارایی ها برای عملکرد صحیح کسب و کارتان کدامند؟

جریان های درآمدی

مشتریان برای دریافت چه ارزشی تمایل به پرداخت پول دارند؟

مشتریان ترجیح می دهند چگونه پول بپردازند؟

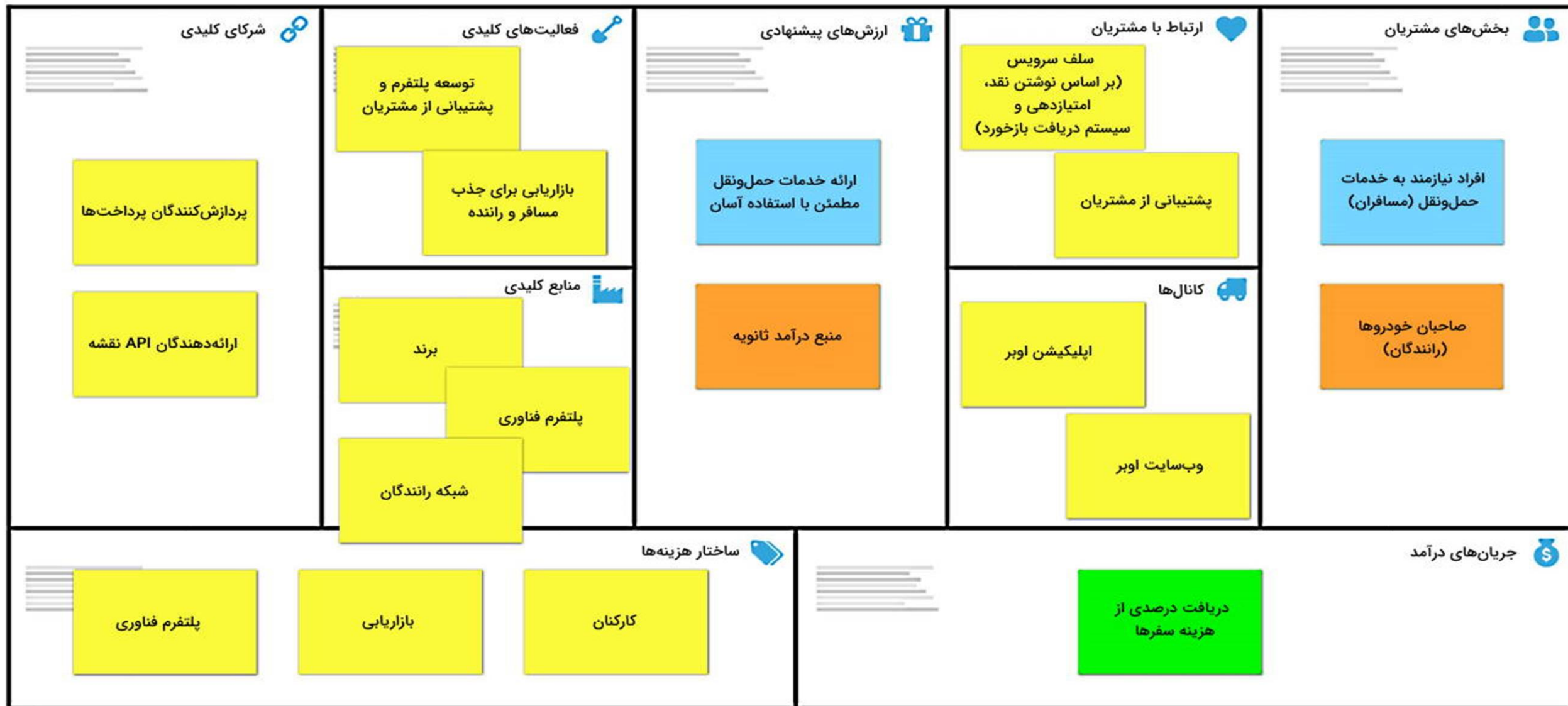
برگه جدید

ساختار هزینه

مهم ترین هزینه های کسب و کارتان کدامند؟

گران ترین فعالیت های کلیدی کدام ها هستند؟

Uber - بوم مدل کسب و کار اوپر



شرکای کلیدی

شرکت های پستی برای ارسال محصول مثل تیپاکس یا پست ایران
تامین کنندگان، تولید کنندگان و فروشندگان محصولات

تولید کنندگان محتوا

فعالیت های کلیدی

تامین محتوا
ارسال محصول
تامین محصولات
تبلیغات و بازاریابی برای فروش

منابع کلیدی

نام برند
محتوای مناسب
زیرساخت های فنی

ارزش پیشنهادی

امکان مقایسه محصولات
برندها
بررسی تصاویر ارسالی
کاربران
مطالعه نظرات و تجربه از خرید

ارائه بهترین قیمت محصول
ارائه نمودار قیمت

روش ارتباط با مشتریان

باشگاه مشتریان
پشتیبانی تلفنی
کمپین های تخفیف

کانال های ارتباط با مشتری

وب سایت
اپلیکیشن

مشتریان دیجی کالا

کاربران اینترنت
فروشنده ها

ساختار هزینه

هزینه تبلیغات / تولید محتوا / توسعه وب سایت و اپلیکیشن
خرید محصول / بسته بندی و انبارداری / پرداخت حقوق
کارمندان و منابع انسانی / پشتیبانی محصولات

جریان درآمد

فروش مستقیم کالا
دریافت پورسانت از فروشگاه ها