

نموذج العمل التجاري

Business Model



سيتم تناول النقاط التالية في هذه الدورة التدريبية:

- مقدمة عن نموذج العمل.
- أهمية نموذج العمل التجاري.
- الفرق بين نموذج العمل ودراسة الجدوي.
- عناصر نموذج العمل.
- Business Model Introduction.
- Business Model Importance.
- The Difference Between Business Model & Feasibility Study.
- Business Model Elements.



- Key partners.
- Key Activities.
- Key Resources.
- Value Proposition.
- Customer Relationship.
- Channels.
- Customer Segmentation.
- Cost Structure.
- Revenue Streams.

- الشراكات الرئيسية.
- الأنشطة الرئيسية.
- الموارد الرئيسية.
- القيم المقترحة.
- العلاقات مع العملاء.
- القنوات.
- شرائح العملاء.
- هيكل التكاليف.
- مصادر الإيرادات.

أجندة الدورة التدريبية:

- مساعدتك على تحويل أفكارك إلى مشروع على أرض الواقع.
- التعرف على العناصر الأساسية للمشروع.
- تعلم كيفية تحليل نماذج العمال للشركات القائمة.
- معرفه كيفية إيصال أفكارك لفريق عملك بوضوح.
- تعلم كيفية استخدام جميع الموارد في مشروعك بكفاءه وفاعلية.





المحاضرة الأولى

مقدمة عن نموذج العمل Business Model Intoduction



سيتم تناول النقاط التالية في هذه المحاضرة:

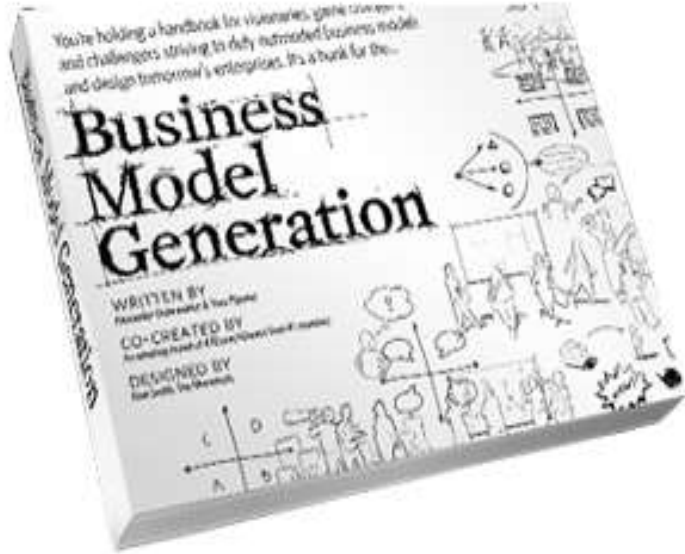
- تعريف نموذج العمل.
- أهمية نموذج العمل.
- أنواع نماذج العمل.
- الفرق بين نموذج العمل وخطة العمل ودراسة الجدوي.
- Business Model Definition.
- The Importance of Business Model.
- Business Model Types.
- Difference Between Business Model , Business Plan & Feasibility Study.

أجندة المحاضرة:

- معرفة ماذا يعنى نموذج العمل.
- التعرف على أنواع نماذج العمل المختلفة.
- معرفة أهمية نماذج العمل في الأعمال.
- التفرقة بين دراسة الجدوي ونموذج العمل.



نموذج العمل Business Model



Alexander Osterwalder

Yves Pigneur

جميع الحقوق محفوظة – إعمل بيزنس

تعريف نموذج العمل

Business Model Definition

هو خطة الشركة لجذب مستثمرين و تحقيق أرباح عن طريق تقديم قيمة مضافة للعميل المستهدف من خلال الشراكات و قنوات التوزيع المختلفة مع مراعاة التكاليف المنفقة و الإيرادات المستهدفة.



أهميه نموذج العمل

The Importance of Business Model



- خلق قيمة من الأفكار الجديدة.
- استغلال قدرات الشركة بكفاءة و فاعلية.
- توضيح القيمة المضافة التي سيحصل عليها العميل.
- تحديد الخطوات الرئيسية التي يجب أن يسير عليها العمل في الشركة.
- أداه هامة لجذب الاستثمارات للشركة.
- وسيله لمراجعة وتقييم أداء الشركة بعد التنفيذ.
- يساعد في تحسين و تطوير أداء الشركة.

أنواع نموذج العمل

Business Model Types



نموذج الفرنشايز

يتم بيع حق الاستخدام و الاسم
و الإدارة للآخرين مقابل الحصول
على نسبة من الأرباح

MacDonalds



نموذج الحل الجماعي

طرح عرض للتنفيذ على الجميع و
يفوز صاحب العرض الأفضل و
الأنسب و تحصل على نسبة من
حق التنفيذ

Khamsat



نموذج التسويق بالعمولة

تقوم الشركة بدور الوساطة بين البائع
والمشتري و تحصل على عمولة
مقابل كل عملية بيع

Airbnb



نموذج الإعلان

إنشاء محتوى يعرض إعلانات
للآخرين مقابل مبلغ ثابت أو
عمولة

Bezaat

أنواع نموذج العمل

Business Model Types



نموذج البيع التكميلي

يتم تقديم المنتج الأساسي بسعر منخفض والكماليات بسعر أعلى

Inks, Printers



النموذج المجاني

تقديم خصائص محددة من المنتج مجاناً لفترة محددة مقابل الحصول على كافة الخصائص في حالة الاشتراك

Norton Antivirus



نموذج الاشتراكات

تحصل الشركة على عائد مقابل الاشتراك في تقديم الخدمات

Netflix , Spotify



النموذج الإنتاجي

يقوم على تقديم منتج ملموس للعملاء مقابل الحصول على أرباح من بيعه

Zara

الفرق بين نموذج العمل و خطة العمل و دراسه الجدوي

The Difference Between of Business Model, Business Plan & Feasibility Study

دراسة الجدوي	نموذج العمل	خطة العمل
تخبرك جدوي تنفيذ المشروع	توصف لك المشروع بإختصار	تخبرك كيف تنفذ المشروع
تتكون من عدة دراسات داخلية	مكون من صفحة واحدة	مكون من عدة صفحات
يقوم بها متخصصون	يستطيع القيام به أى شخص	يقوم بإعداده متخصص
تستغرق وقت في التنفيذ وتحتاج بيانات متنوعة	يمكن إعداده في وقت قصير	يأخذ وقت طويل لإعدادها
تحتاج وقت للشرح والتوضيح	لا يحتاج إلى مجهود في الشرح و التوضيح	يحتاج مجهود في الشرح والتوضيح



المحاضرة الثانية

عناصر نموذج العمل Business Model Elements

سيتم تناول النقاط التالية في هذه المحاضرة:

- Key partners.
- Key Activities.
- Key Resources.
- Value Proposition.
- Customer Relationship.
- Channels.
- Customer Segmentation.
- Cost Structure.
- Revenue Streams.

- الشراكات الرئيسية.
- الأنشطة الرئيسية.
- الموارد الرئيسية.
- القيم المقترحة.
- العلاقات مع العملاء.
- قنوات التوزيع.
- شرائح العملاء.
- هيكل التكاليف.
- مصادر الإيرادات.

أجندة المحاضرة:

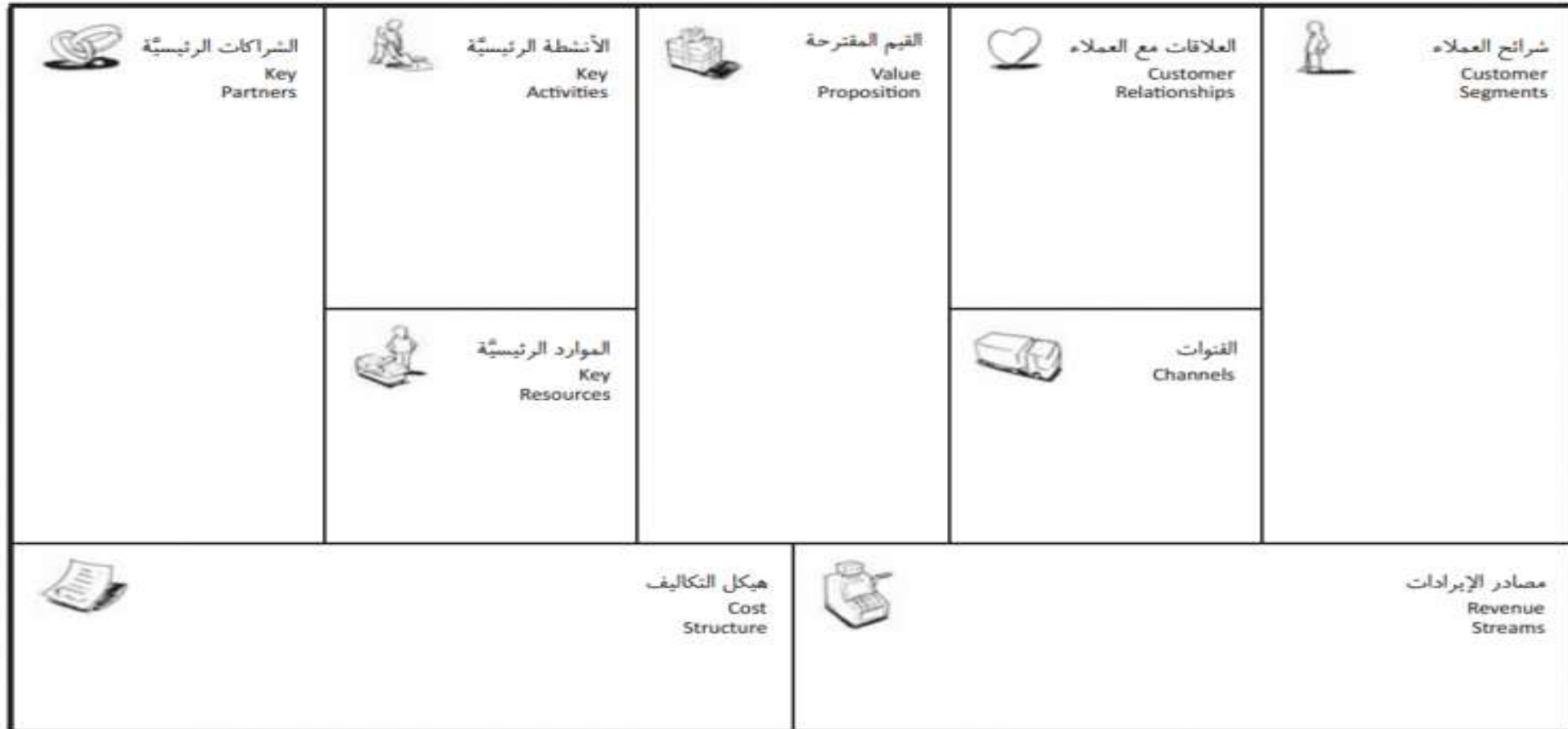
- التعرف على عناصر نموذج العمل.
- مساعدتك على وضع نموذج عمل قوى لمشروعك.
- تقييم نموذج عملك الحالي و مراجعته مره أخرى.



نموذج العمل

Business Model

مخطط نموذج العمل التجاري



نموذج العمل

Business Model

خريطة نموذج العمل

قطاع العملاء  من هم العملاء الذين مؤسستك تخدمهم والوصول اليهم؟ من هم أهم عملائك؟	علاقة العملاء  ماهي نوعه العلاقة التي يتوقعها كل من عملائنا ان نقوم بمستخدمها معه؟ أي علاقة قمنا بتأسيسها مع عملائنا؟ وما هي تكلفتها؟ كيف سنقوم بربطها مع نموذج العمل الكلي للشركة؟	القيمة المقدمة للعميل  ما هي الاشياء التي نفعلها ونفعلها والتي سيكون لديها قيمة لدى العميل؟ ما هي القيمة التي نقدمها لعملائنا؟ ما هي المشكلة التي نقوم بحلها؟ ما هي الحاجة التي نقوم بتغطيتها؟	الافعال الرئيسية  ما هي الافعال الرئيسية التي نحتاجها : 1- لتقديم القيمة التي وعدنا بها العملاء؟ 2- للقنوات؟ 3- لعلاقتنا مع العملاء؟ 4- لتدفقاتنا النقدية؟	الشركاء الرئيسيون  من هم شركائنا الرئيسيون؟ من هم موردينا الرئيسيون؟ ما هي الموارد التي نقوم بقتنائها من شركائنا؟ ما هي الافعال الرئيسية التي يقوم بدائها شركائنا؟
نموذج الدخل  لأي قيمة العملاء فعلاً مستعدون للقيام بالدفع؟ كيف يودون القيام بالدفع؟ كم سيشارك كل تدفق نقدي من اجسالي الدخل؟	هيكل التكلفة  ما هي أهم التكاليف التي يتكبدها نموذج عملنا؟ ما هي الموارد الأكثر تكلفة؟ ما هي الافعال الأكثر تكلفة؟			

Translated by Abdullhah Ashalabi – ashalabi7@gmail.com

الشركاء الرئيسيين Key Partners

هى مجموعة الشراكات الرئيسية التى لا تستطيع الشركة تقديم خدماتها بدونها و
تشارك فى تنفيذ الأنشطة الرئيسية المتعلقة بالشركة



التحالفات الاستراتيجية



الموزعين



الموردين



الهيئات الحكومية

الأنشطة الرئيسية Key Activates

هي العمليات الرئيسية التي تقوم بها الشركة لتحويل مواردها الرئيسية إلى منتج أو خدمة ذو قيمة مضافة للعميل



الوساطة

هي التوسط بين البائع والمشتري
لشراء منتج أو تقديم خدمة
والحصول على عمولة



حل المشاكل

هي عملية تقديم خدمات لحل
مشكلات العملاء مثل المحامين و
المحاسبين



الإنتاج

هي عملية تحويل مواد خام إلى منتج
نهائي قابل للإستخدام

القيم المقترحة و الإضافية Value Proposition

هي القيم والمنافع التي يحصل عليها العميل من استخدامه أو انتفاعه بالمنتج أو الخدمة

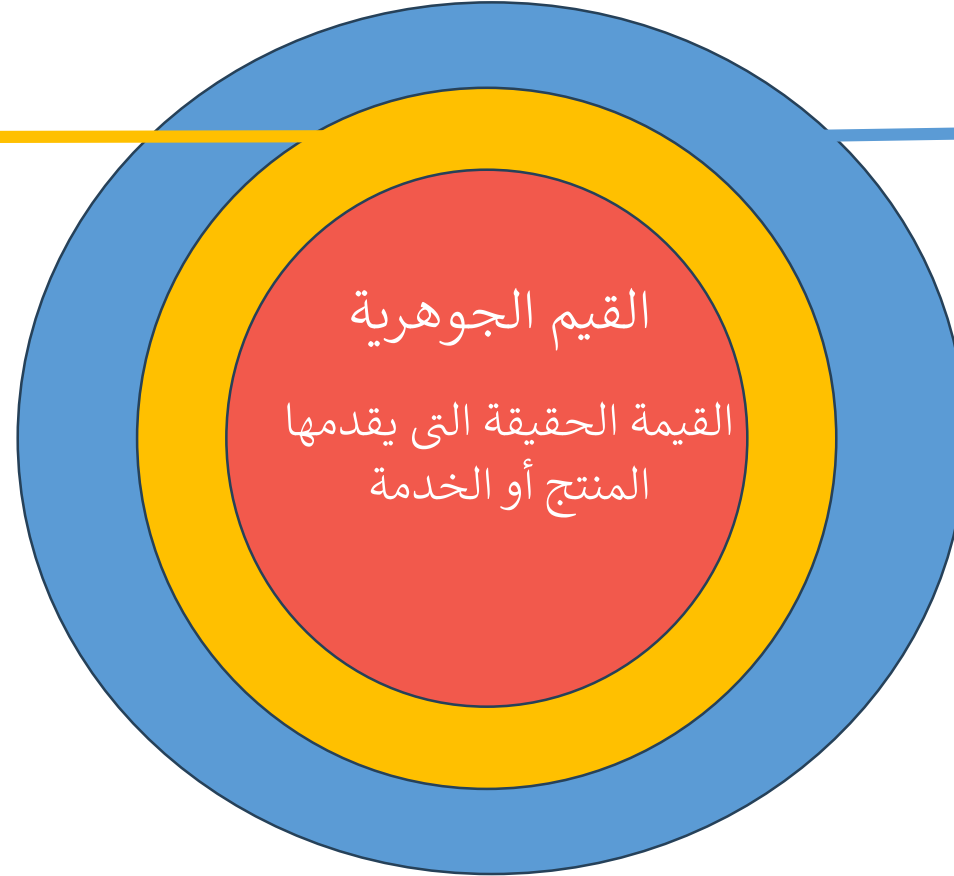
المنتج أو الخدمة

القيم المعنوية

- الشعور بالتميز
- الصيانة المجانية
- الاستخدام المجاني

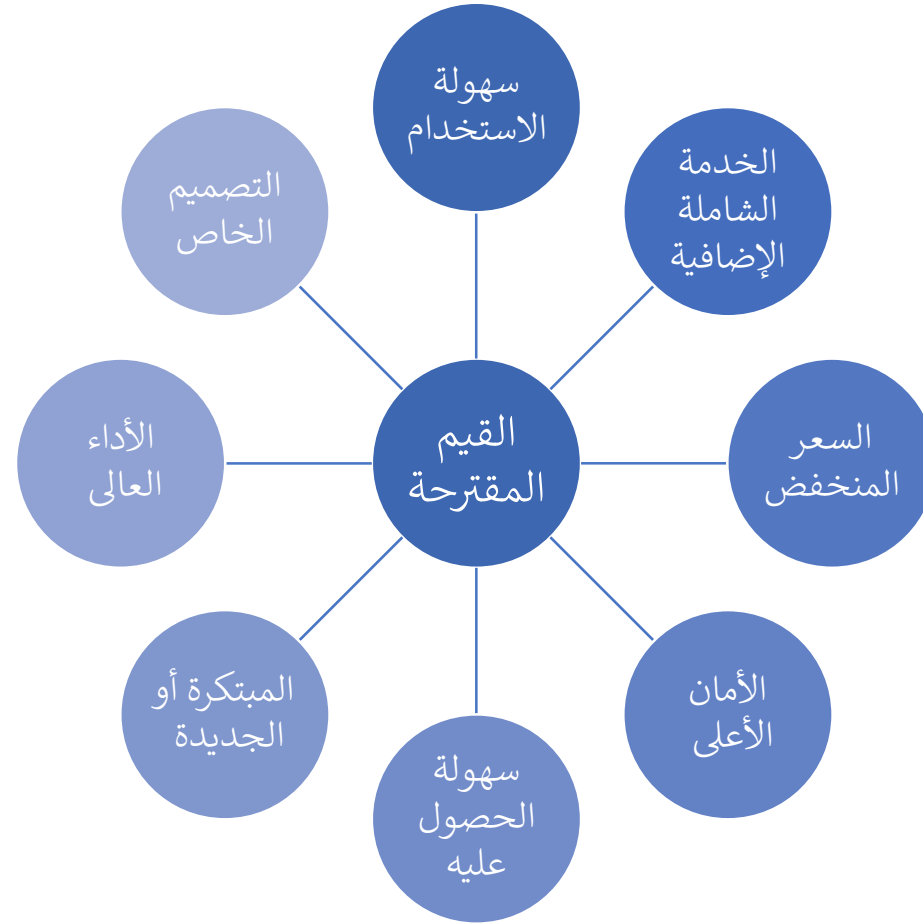
القيم الملموسة

- الشكل و اللون و الوزن
- خصائص المنتج أو الخدمة

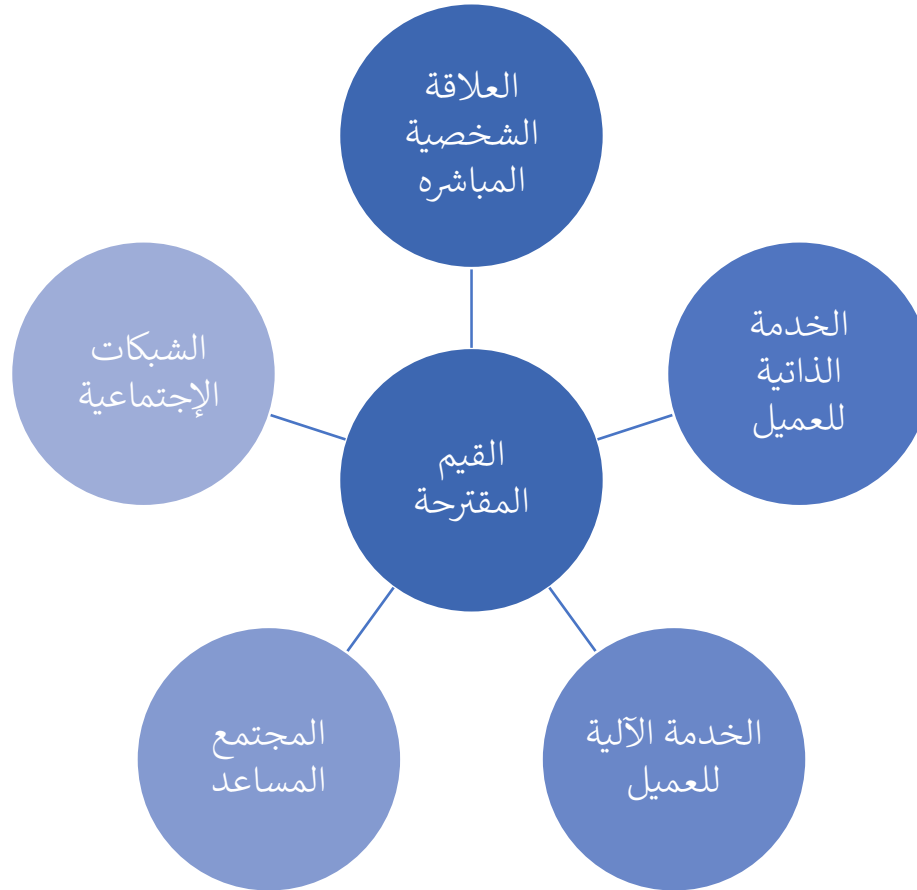


القيم المقترحة و الإضافية

Value Proposition



العلاقات مع العملاء Customer Relationship



هي الطرق التي تتواصل بها الشركة مع
عملائها

قنوات التوزيع Channels

هي القنوات التي تستخدمها الشركة لتوصيل خدماتها و منتجاتها إلى العملاء

خدمة ما بعد
البيع

الدعم الفني
حل المشاكل
والصيانة

التوصيل

توصيل المنتج أو
الخدمة لمكان العميل
لتسهيل استخدامها
بكفاءة وفاعلية

الشراء

مساعدته العميل
وتسهيل عملية الشراء
للمنتج أو الخدمة

التقييم

مساعدته العميل على
التعرف على منافع
المنتج أو الخدمة عليه
و تشجيعه على شرائها

زيادته الوعي

رفع وعي العميل
بتواجد المنتج أو
الخدمة و فوائدها عليه

قناة غير ملموسة

قناة ملموسة

شرائح العملاء

Customer Segmentation

هي مجموعات من عملاء الشركة ذات صفات مشتركة يتم تقديم منتجات أو خدمات خاصة لهم



التنوع

تقديم خدمات
متنوعة لعدد متنوع من
العملاء غير مخصصين
بدقة



التجزئة

تقسيم الجمهور المخصص إلى
مجموعات فرعية داخلية



التخصص

توجه المنتج أو الخدمة إلى فئة
محددة من العملاء أو المستهلكين



التوجه بالسوق

توجه المنتج أو الخدمة إلى السوق
بشكل كامل دون تفرقة أو تمييز

هيكل التكاليف Cost Structure

هى كافة التكاليف الثابتة والمتغيرة التى يتحملها المشروع لتقديم منتج أو خدمة ذات قيمة للعميل



أنواع التكاليف	
التكاليف المتغيرة Variable Cost	التكاليف الثابتة Fixed Cost
تكاليف تتغير بتغير حجم الإنتاج (المواد الخام)	تكاليف لا تتغير بتغير حجم الإنتاج (بناء الموقع)

توجه التكاليف	
التوجه بالقيمة Value Driven	التوجه بالتكلفة Cost Driven
التوجه للعمل على زيادة القيمة والجودة بغض النظر عن التكلفة	التوجه للعمل على تخفيض التكاليف في المشروع بأقصى حد ممكن

يمكن تخفيض تلك التكاليف بالبحث عن بدائل مناسبة بعد استطلاع رأى
الجمهور المستهدف في المنتج أو الخدمة

مصادر الإيرادات Revenue Stream

يتم في هذا الجزء كتابة كافة مصادر الإيرادات الخاصة بالمشروع



Freemium



رسوم الترخيص



رسوم الاستخدام



التأجير



رسوم الإشتراك



الإعلانات

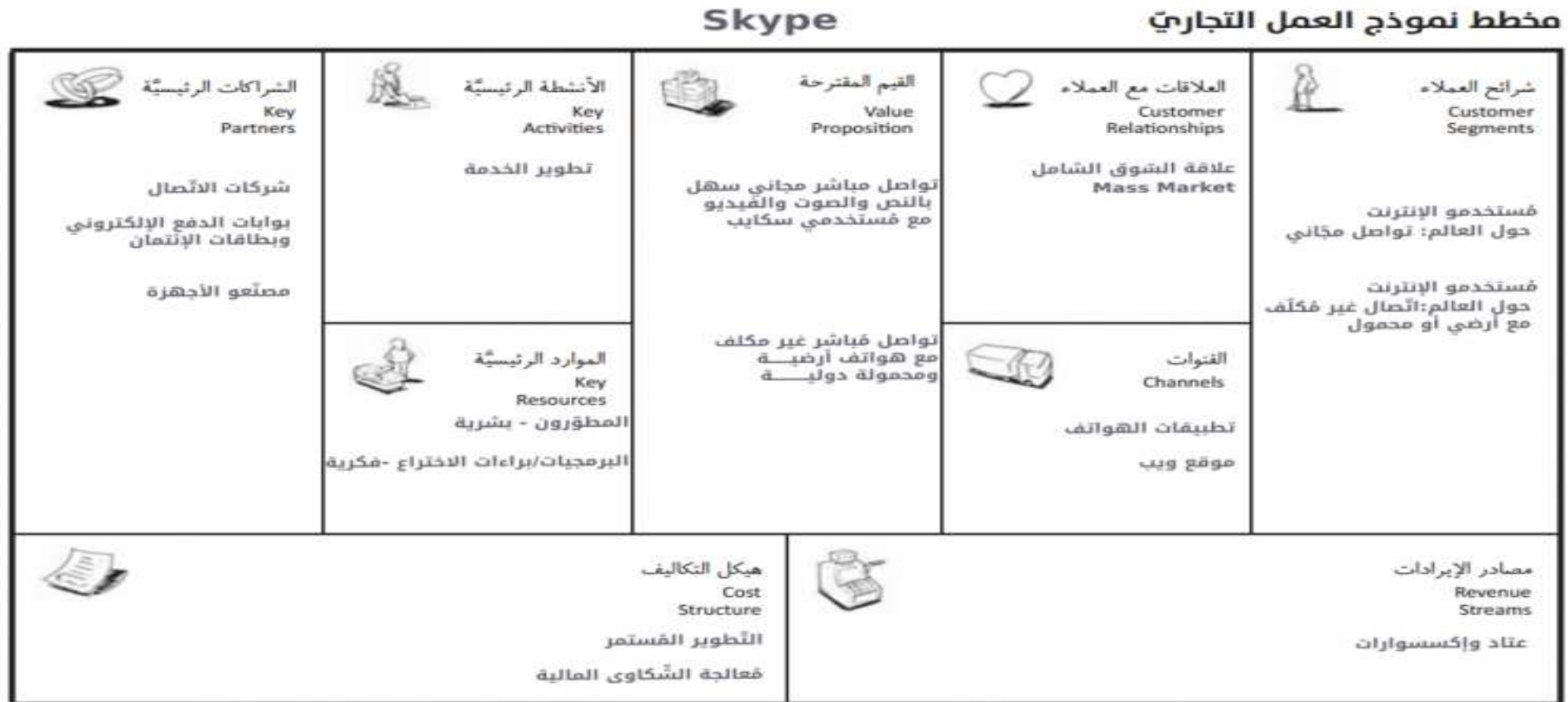


المحاضرة الثالثة

مثال عملي

Practical Example

نموذج اتصالات Skype Market Study



الشركاء الرئيسيين Key Partners



- شركات الاتصالات.

- خدمات وبوابات الدفع الإلكتروني.

- شركات البرمجة لأنظمة IOS & Android

- شركات تصنيع المحمول.

الأنشطة الرئيسية Key Activates



التّطوير والتّحسين المستمر للبرنامج والخدمة بشكل عام من حيث
إضافة المزايا الجديدة إليها أو حتى دعم منصات أكثر و التواجد
عليها من أجل زيادة قاعدة مستخدميها.

الموارد الأساسية

Key Resources



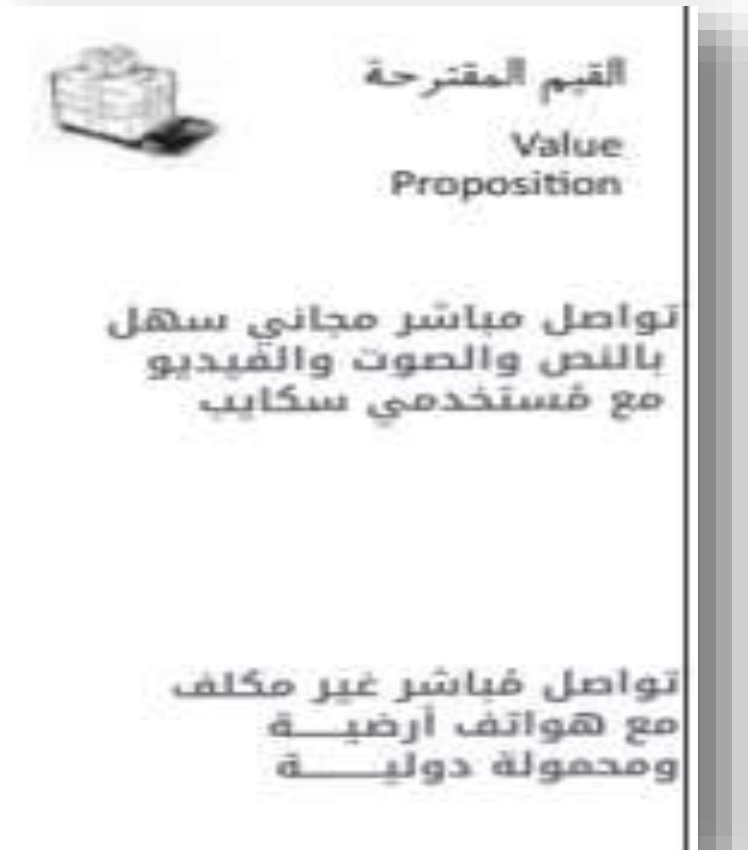
- الموارد البشرية:

فريق المهندسين والمطورين الذين يعملون على تطوير البرنامج
والخدمة والأنظمة بشكل مستمر.

- الموارد الفكرية:

براءات الاختراع التي تجعل خدمة سكايب مميزة.

القيمة المقترحة Value Proposition



- القيمة الأولى:

التواصل الفوري والمباشر بالرسائل النصية أو المكالمات الصوتية أو الفيديو مع المستخدمين الآخرين.

- القيمة الثانية:

التواصل مع أي محمول أو تليفون أرضي بسعر أرخص من المكالمات الدولية.

العلاقة مع العملاء Customer Relationship



- تتعامل مع كافة العملاء بلا تمييز (Mass Marketing).
- تتواصل مع العملاء عن بعد عن طريق الرسائل ومراكز الدعم الفني.

قنوات التوزيع Channels



- نشر التطبيق على مختلف المنصات.
- نشر التطبيق على نظام Android و iOS.
- نشر التطبيق على الموقع الرسمي للتطبيق www.skype.com

شرائح العملاء

Customer Segmentation

- الشريحة الأولى:

مستخدمي الإنترنت الراغبين في التواصل مع آخرين عن طريق المكالمات الصوتية والنصية.

- الشريحة الثانية:

مستخدمي الإنترنت الراغبين في إجراء مكالمات دولية بسعر رخيص.



هيكل التكاليف Cost Structure



- رواتب الموارد البشرية.
- تكاليف التراخيص و براءات الاختراع.
- تكاليف البرامج و الأجهزة والمعدات.
- تكاليف معالجة الشكاوى.
- التكاليف الدورية.

مصادر الإيرادات Revenue Stream



- تعتمد سكايب على أسلوب فريميوم freemium من أجل تحقيق الإيرادات.
- توجد خدمات مدفوعة لمن يريد إجراء مكالمات دولية.
- بيع بعض الإكسسوارات كسماعات الإذن و السماعات أو كاميرات الويب.



إختبار عملي Test

حلل نموذج العمل الخاص بشركة كريم

نموذج عمل شركة كريم Careem

كريم
Careem

مخطط نموذج العمل التجاري - كريم

 الشراكات الرئيسية - السلطات المحلية - خدمات الخرائط والدفع - الكابتن والمطاعم / المتاجر الشريكة.	 الأنشطة الرئيسية - تطوير التطبيق - التسويق - معالجة الطلبات	 القيمة المقترحة - مركبات حسب الطلب - دون حمل نقود - السهولة - ركاب حسب الطلب - دخل إضافي	 العلاقات مع العملاء - الأتمتة - دعم شخصي - علاقة طويلة المدى	 شرائح العملاء - الراكب - الأفراد بحاجة لتوصيل الطعام/ الأغراض للمنزل - الكابتن - المطاعم/المتاجر
	 الموارد الرئيسية - التطبيق - الكابتن والمركبات - الخوارزميات والتكنولوجيا - العلامة التجارية		 القنوات - التطبيق - التواصل الاجتماعي - العلاقات العامة	
 م	 هيكل التكاليف - تطوير التطبيق - أجور الموظفين - المبيعات والتسويق - دفعات الكابتن والشركاء		 مصادر الإيرادات - التعرفة حسب كل رحلة/طلب - أي تعرفه إضافية بسبب الأزمة مثلاً - الباقات الخاصة - الشراكات مع المطاعم/المتاجر	

م

الشركاء الرئيسيين Key Partners



- التراخيص الحكومية.
- شركات الاتصالات.
- خدمات وبوابات الدفع الإلكتروني.
- شركات البرمجة لأنظمة IOS & Android
- الشركات التسويقية.

الأنشطة الرئيسية

Key Activates



الأنشطة الرئيسية

- تطوير التطبيق
- التسويق
- معالجة الطلبات

- التطوير والتّحسين المستمر للتطبيق من حيث إضافة المزايا الجديدة إليه.
- معالجة مشاكل الكباتن و العملاء.
- التسويق الجيد له.
- التأكد من سهولة التواصل بين العميل و الكباتن.
- التأكد من تحويل عمولات الكباتن بالفعل في حساباتهم الشخصية.

الموارد الأساسية

Key Resources



• الموارد البشرية:

فريق المهندسين والمطورين الذين يعملون على تطوير البرنامج
كباتن السيارات.

• الموارد الفكرية:

براءات الاختراع التي تجعل الخدمة مميزة.

• العلامة التجارية.

القيمة المقترحة Value Proposition



القيمة المقترحة

- مركبات حسب الطلب
- دون حمل نقود
- السهولة
- ركاب حسب الطلب
- دخل إضافي

• مركبات مريحة حسب الطلب.

• يتم دفع الأجرة من خلال المحافظ الالكترونية.

• تحديد خط السير بدقة.

• الأمان لدى الراكب والكابتن.

• دخل إضافي للكبائن.

• تقييم الكبائن.

العلاقة مع العملاء

Customer Relationship



العلاقات مع العملاء

- الأتمتة
- دعم شخصي
- علاقة طويلة المدى

- العلاقة Automatic.
- الدعم الشخصي للعملاء و للكبائن.
- علاقة طويلة المدى.

قنوات التوزيع Channels



القنوات

- التطبيق
- التواصل الاجتماعي
- العلاقات العامة

• نشر التطبيق على مختلف المنصات.

• نشر التطبيق على نظام IOS و Android

• نشر التطبيق على الموقع الرسمي للتطبيق

www.Careem.com

• مواقع التواصل الاجتماعي.

• العلاقات العامة بين العملاء.

شرائح العملاء

Customer Segmentation



شرائح العملاء

- الراكب
- الأفراد بحاجة لتوصيل الطعام/ الأغراض للمنزل
- الكابتن
- المطاعم/المتاجر

- العملاء الطبيعيين.
- عمال Delivery.
- المطاعم و المتاجر.

هيكـل التكاليف

Cost Structure



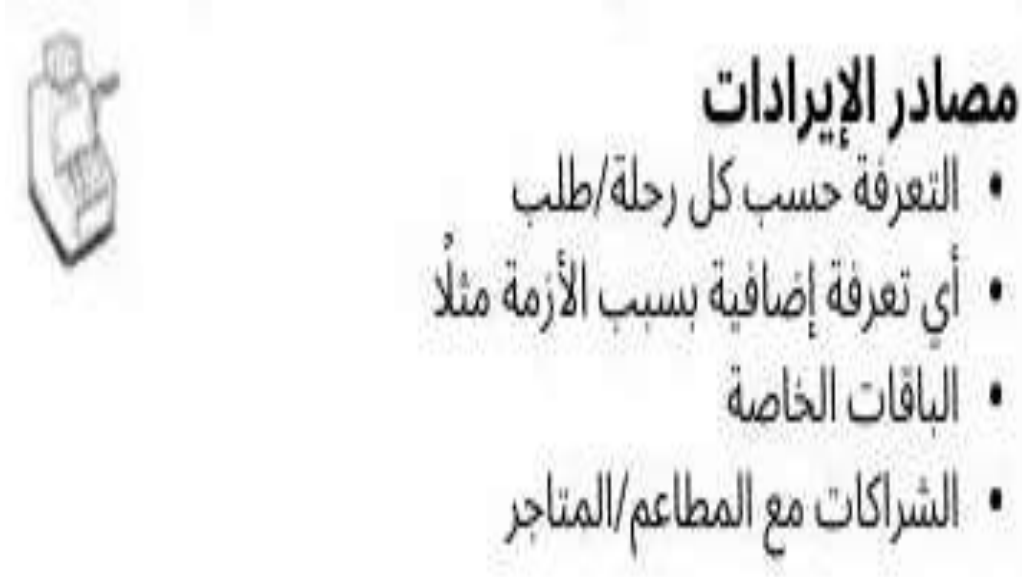
م

هيكـل التكاليف

- تطوير التطبيق
- أجور الموظفين
- المبيعات والتسويق
- دفعات الكاش والشركاء

- رواتب الموارد البشرية.
- تكاليف التراخيص و براءات الاختراع.
- تكاليف التطوير و التحسين للتطبيق.
- تكاليف معالجة الشكاوى.
- دفعات الكباتن و الشركاء.
- التكاليف الدورية.

مصادر الإيرادات Revenue Stream



- العمولة من جراء توصيل الكابتن مع العميل.
- الإشتراكات و الباقات الموسمية.
- العمولات الإضافية في الأوقات الخاصة.
- الشراكات مع المطاعم والمتاجر.

اختبار عملي

TEST

شرائح العملاء قم بعمل 3 إلى 4 بيرسون (شخصية المشتري) للأشخاص الذين ستقدم لهم المساعدة بالخدمة أو المنتج الذي ستقدمه. حاول تحليل صفات الأشخاص الذين سيلجؤون إليك بحثاً عن حلول.	الميزة التنافسية مثال: - فريق الأحلام - علاقات واسعة وقوية في القطاع - عملاء حاليون بولاء عال - ترتيب عال على صفحات نتائج البحث للكلمات المستهدفة	القيمة المقدمة الفريدة كيف ستقوم بتحويل الزائر الذي لا يعرف شيئاً عن شركتك أو منتجك إلى زائر مهتم بما تقدمه؟ قم بوضع رسالة واضحة ومثيرة (من سطر واحد) للاهتمام للشاركون مع جمهورك المستهدف.	الحل كيف ستقوم بحل المشكلة أو المشاكل السابق ذكرها؟ اكتب حلاً لكل مشكلة (أو مصدر إحباط)	المشكلة ما هي المشاكل التي يواجهها الجمهور المستهدف؟ اعرض أهم 3 مصادر للإحباط
المستخدمون الأوائل ما هي الصفات المحددة للمستهلكين الأوائل أو المتبنين أصحاب السبق، وما الذي يميزهم؟	القنوات كيف ستصل إلى جمهورك المستهدف؟ منصات تواصل اجتماعي، بريد إلكتروني، إعلانات شوارع... الخ. حدد الطرق والقنوات الفعالة للوصول إليهم	ملخص تنفيذي ملخص عام عن الخدمة أو المنتج والأهداف والغرض من تقديمها	مؤشرات الأداء كيف ستقوم بقياس نجاح المنتج أو الخدمة؟ قم بعمل قائمة بالمؤشرات الرئيسية	البدايل المتوفرة كيف يتم حل هذه المشاكل حالياً؟ كيف يمكن لذلك أن يكون مصدر منافسة مباشرة لعملي تقدمه أو للطرق الحالية التي يوظفها المستخدمون لحل مشاكلهم؟
مصادر الإيرادات ما هي المصادر المتوقعة للإيرادات والأرباح؟ كيف ستقوم بإنشاء مصدر للدخل؟ اعرض نموذج تسعير لمنتجك أو خدمتك وضمنه مصادر الدخل الأخرى مثل المبيعات ورسوم التسجيل.	التكاليف ما هي التكاليف الثابتة والمتغيرة اللازمة لإطلاق منتجك أو خدمتك؟ تكاليف كل مرحلة بدءاً من إطلاق الموقع الإلكتروني، تعيين الموظفين، الإنتاج، التسويق، وتوصيل المنتج أو الخدمة للمستهلك			

@maisabusalah www.maisabusalah.com mais.abusalah@gmail.com

ملخص الدورة التدريبية

Course Recap

خلال الدورة التدريبية تم تغطية الموضوعات الآتية:

- التعرف على ماهية نموذج العمل.
- تعلم كيفية كتابة نموذج عمل بسيط لمشروع.
- التعرف على العناصر الأساسية لأي مشروع.
- التعرف على كيفية تفعيل أى مشروع بشكل حقيقي ومبسط.
- تعلم كيفية وضع قيم حقيقة لمشروعك وطرق التواصل مع العملاء بشكل يحقق ربحية.



شكراً لكم