

# نموذج العمل التجاري

م. محمد بن عبدالله أمبوسعيدي

إتقان للتصميم والاستثمار – @mambusaidi

# بوصلة نموذج أعمال

اسم المشروع \_\_\_\_\_ بواسطة \_\_\_\_\_ اليوم \_\_\_\_\_ الشهر \_\_\_\_\_ السنة \_\_\_\_\_

المنسخة رقم: \_\_\_\_\_



## الشركاء الأساسيون

- من هم شركاء الأساسيون؟
  - من هم موردي المشروع الأساسيون؟
  - ما هي المصادر الأساسية التي ستجلبها بالتعاون مع الشركاء؟
  - ما هي التكاليف الأساسية التي يقوم بها شركائنا؟
- الدور الرئيسي للشركاء:
- التكليف وزيادة القوة الاقتصادية - خفض نسبة المخاطرة والتعقيد في المشروع - الاستمرار في مصادر جديدة بشكل أسرع وفاعلية عالية.



## المهام الأساسية

- ما هي العمليات الأساسية التي ستلعبها معك لتقديم قيمة مضافة؟
  - ما هي قنوات التوزيع الأساسية التي تبيعها؟
  - علاقاتك بالعملاء؟
  - مصادر الدخل؟
- الأصناف الأساسية: الإنتاج - حل مشكلة معقدة - منتجات/تكنولوجيا.



## المصادر الأساسية

- ما هي طبيعة المصادر المطلوبة لتقديم قيمة مضافة في عملنا؟
  - قنوات التوزيع: العلاقات مع العملاء؟ مصادر الإيرادات؟
- نوع المصادر:
- مستوردة - طريقة: علامة تجارية - براءة الاختراع - إنتاج - موارد بشرية - مادية.



## العلاقة مع العملاء

- ما هي طبيعة العلاقة التي ستتلقونها مع عملائنا في كل شريحة؟
  - ما هي الخدمات التي نحتاج أن نلبيها لعملائنا عبر قيمتنا الأساسية؟
  - ما هي الخدمات المتكاملة التي نقدمها لكل فئة من عملائنا؟
  - ما هي العائدات التي نحاول إشباعها لعملائنا؟
- الشخصيات - العدالة - الفاعلية - التعديل/التخصيص - إخراج المخرج بشكل مريح - التخصيص - العلامة التجارية وعلامة - السعر - نقل التكاليف - تقليل المخاطرة - قابلية الوصول - التصميم/التكنولوجيا المستخدمة.



## القنوات

- من خلال أي قناة يفضل عملائنا أن نتعامل معهم؟
  - عبر أي قناة نتواصل مع عملائنا المميزين؟
  - كيف نتكامل قنواتنا المختلفة؟
  - ما هي أفضل قنواتنا؟
  - ما هي أهمي القنوات التكميلية؟
- مراحل استخدام القنوات:
1. التعرف: كيف يمكننا استخدام القنوات للتعريف بمنتجاتنا وخدماتنا الأساسية؟
  2. الترويج: كيف يمكننا تحقيق عملائنا من تقديم قيمة المضافة عبر تلك القنوات؟
  3. البيع: كيف يقوم عملائنا بالشراء جانباً؟ وماذا يضافون؟
  4. التوصيل: كيف يقوم بإرسال قيمتنا المضافة لعملائنا؟
  5. بعد البيع: كيف يقوم بالقرار بعد مرحلة ما بعد البيع؟



## تجزئة الشرائح المستهدفة

- ما هي الشرائح التي ستجلبها ونحاول تقديم قيمة مضافة لها؟
  - من هم عملائنا الأكثر أهمية؟
- السوق العام - السوق النرجية - تجزئة السوق - تنوع السوق.



## مصادر الدخل

- ما هي القيمة التي ستقدمها والتي سيدفع عملائنا مقابلها؟
  - على ماذا يدفعون جانباً؟
  - كيف يدفعون جانباً؟
  - كيف يقدرون قيمة الدفع أن تكون؟
  - ما هي حصة كل مصدر عائد من مصادر عائداتنا بشكل من إجمالي العوائد المتوقعة؟
- الأنواع:
1. شعيرة بيضاء: القوافي - عروض آخر لحظة - منتجاتة الوضوح الزمان السوق.
  2. شعيرة لائقة: قائمة أسعار - الخصم المخصص على طبيعة الترويج.
  3. بيع الأصل: تكلفة استخدام - تكلفة اشراك - تأجير/إقراض - ترخيص - واسطة - معاية.



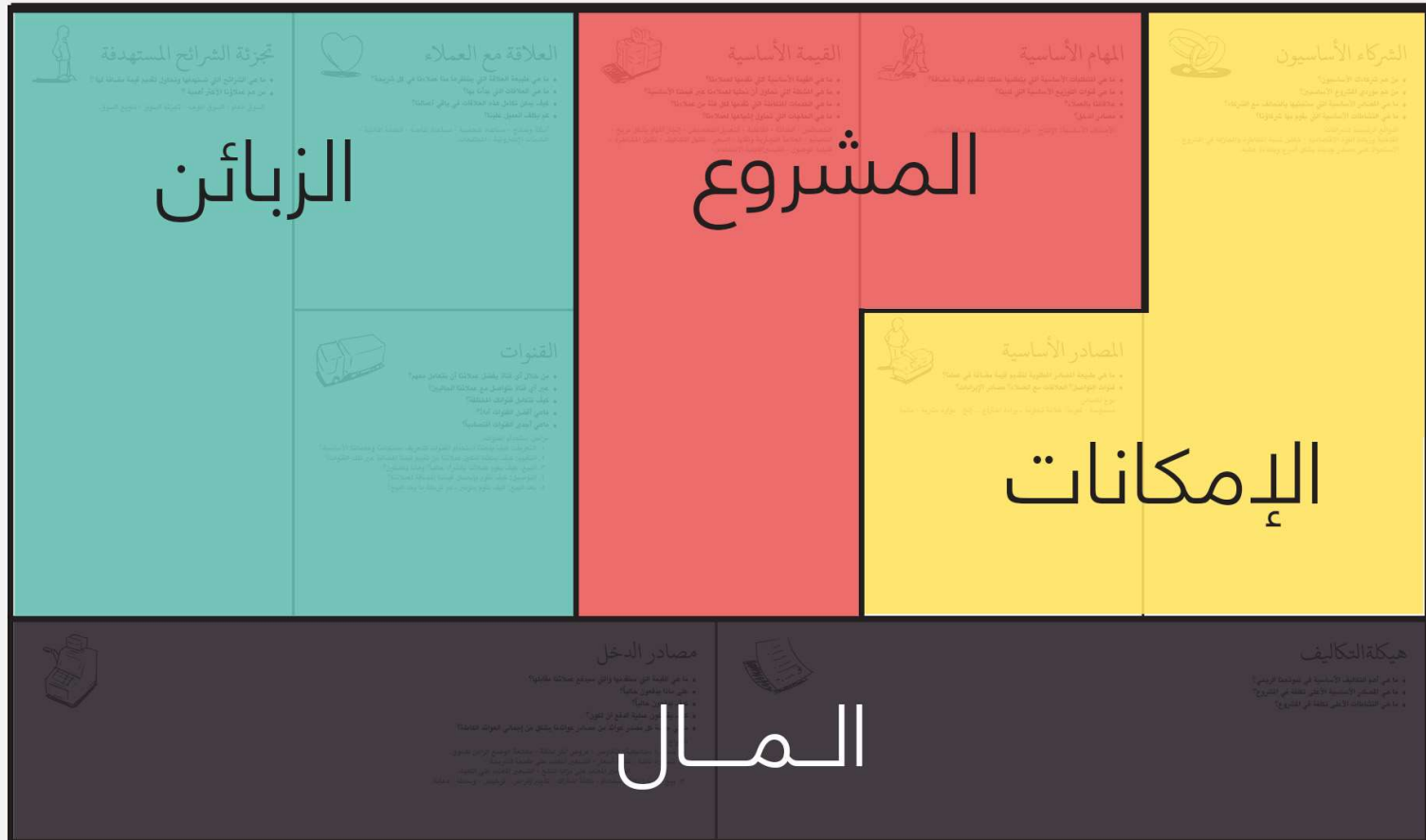
## هيكلية التكاليف

- ما هي أهم التكاليف الأساسية في شؤنا التجارية؟
- ما هي المصادر الأساسية الأعلى تكلفة في المشروع؟
- ما هي التكاليف الأعلى تكلفة في المشروع؟

# بوصلة نموذج أعمال

اسم المشروع \_\_\_\_\_ بواسطة \_\_\_\_\_ النوع \_\_\_\_\_ الشهر \_\_\_\_\_ السنة \_\_\_\_\_

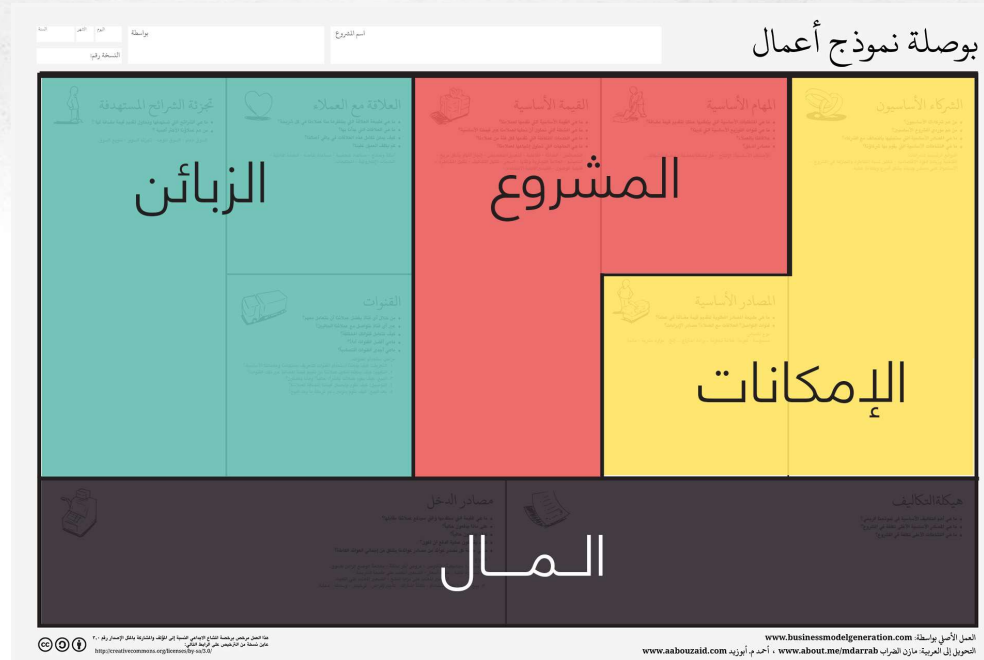
النسخة رقم: \_\_\_\_\_



هذا العمل مرخص بموجب الرخصة المشاع الإبداعي (CC BY) إلى المؤلف والمشاركة بالمثل الإصدار رقم 4.0  
 عاين نسخة من الرخصة على الرابط التالي: <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

@mambusaidi - محمد أمبوسعيد

العمل الأصلي بواسطة: [www.businessmodelgeneration.com](http://www.businessmodelgeneration.com)  
 التحويل إلى العربية: مازن الشراب [www.about.me/mdarrab](http://www.about.me/mdarrab) ، أحمد م. أبوزيد [www.aabouzaid.com](http://www.aabouzaid.com)



ورقة وقلم وإستعد

تحميل الشرائح + نموذج العمل في نهاية الورشة

@mambusaidi - محمد أمبوسعيد



# المشروع

## القيمة الأساسية – Value Proposition

○ الميزة التنافسية

○ الخدمة والمنتج

○ المشكلة التي تحلها

○ الرغبة التي تحققها لعملائك المستهدفين



### القيمة الأساسية

- ما هي القيمة الأساسية التي نقدمها لعملائنا؟
- ما هي المشكلة التي نحاول أن نحلها لعملائنا عبر قيمتنا الأساسية؟
- ما هي الخدمات المتكاملة التي نقدمها لكل فئة من عملائنا؟
- ما هي الحاجات التي نحاول إشباعها لعملائنا؟
- الخصائص - الميزة - الفاعلية - التعديل/التخصيص - إنجاز المهام بشكل مريح - التصميم - العلامة التجارية وعلماها - السعر - تقليل التكاليف - تقليل المخاطرة - قابلية الوصول - التيسير/قابلية الاستخدام.



### المهام الأساسية

- ما هي المتطلبات الأساسية التي يتطلبها عملك لتقديم قيمة مضافة؟
- ما هي قنوات التوزيع الأساسية التي لديها؟
- علاقتنا بالعملاء؟
- مصادر الدخل؟
- الأصناف الأساسية: الإنتاج - حل مشكلة/معضلة - منتجات/خدمات.



## المشروع

### المهام الأساسية – Key Activities

○ المهام التي ستقوم بها كل يوم لنجاح

المشروع



مثال:

- تصنيع
- برمجة
- صيانة
- إنتاج فيديو





مثال

المشروع



### القيمة الأساسية

- ما هي القيمة الأساسية التي نقدمها لعملائنا؟
  - ما هي المشتقة التي نحاول أن نخلقها لعملائنا غير قيمتنا الأساسية؟
  - ما هي الخدمات المتكاملة التي نقدمها لكل فئة من عملائنا؟
  - ما هي الحاجات التي نحاول إشباعها لعملائنا؟
- الخصائص - المداولة - التفاعلية - التعديل/التخصيص - إنجاز المهام بشكل مريح - التصميم - العلامة التجارية ولقائها - السعر - تقليل التكاليف - تقليل المخاطرة - قابلية الوصول - التيسر/القابلية للاستخدام.

- مشاهدة مقاطع فيديو مجانية وحسب الطلب
- عرض مقاطع صناع المحتوى وكسب المال
- إستهداف المشاهدين



### المهام الأساسية

- ما هي المتطلبات الأساسية التي يتطلبها عملك لتقديم قيمة مضافة؟
  - ما هي قنوات التوزيع الأساسية التي لدينا؟
  - علاقتنا بالعملاء؟
  - مصادر الدخل؟
- الأصناف الأساسية: الإنتاج - حل مشكلة/معضلة - مميزات/شبهكات.

- تطوير المنصة
- تطوير طريقة عرض الإعلانات
- مراجعة المحتوى



## تطبيق عملي

## المشروع

### القيمة الأساسية – Value Proposition

---

---

### المهام الأساسية – Key Activities

---

---



#### القيمة الأساسية

- ما هي القيمة الأساسية التي نقدمها لعملائنا؟
  - ما هي المشكلة التي نحاول أن نحلها لعملائنا عبر قيمتنا الأساسية؟
  - ما هي الخدمات المتكاملة التي نقدمها لكل فئة من عملائنا؟
  - ما هي الحاجات التي نحاول إشباعها لعملائنا؟
- الخصائص - المزايا - الفاعلية - التعديل/التخصيص - إيجاز المهام بشكل مريح -  
التصميم - العلامة التجارية ولونها - السعر - تقليل التكاليف - تقليل المخاطر -  
قابلية الوصول - التيسر/قابلية الاستخدام.



#### المهام الأساسية

- ما هي المتطلبات الأساسية التي يتطلبها عملك لتقديم قيمة مضافة؟
  - ما هي قنوات التوزيع الأساسية التي لديها؟
  - علاقتنا بالعملاء؟
  - مصادر الدخل؟
- الأصناف الأساسية: الإنتاج - حل مشكلة/معضلة - منتجات/خدمات.





## الزبائن

### Customer Segments – تجزئة الشرائح المستهدفة

○ من هم زبائنك؟

○ نساء – رجال – أطفال

○ سلطنة عُمان – دول الخليج – عالمي

○ العمر – القوة الشرائية – الوظيفة

○ الحاجات - الرغبات



#### تجزئة الشرائح المستهدفة

- ما هي الشرائح التي تستهدفها وتحاول تقديم قيمة مضافة لها؟
- من هم عملائنا الأكثر أهمية؟
- السوق العام - السوق الموجه - تجزئة السوق - تنويع السوق.



#### العلاقة مع العملاء

- ما هي طبيعة العلاقة التي ينتظرها منا عملائنا في كل شريحة؟
- ما هي العلاقات التي ينادي بها؟
- كيف يمكن تكميل هذه العلاقات في باقي أعمالتنا؟
- كم يكلف العمل علينا؟
- أمانة وتمازج - مساعدة شخصية - مساعدة خاصة - الخدمة اللائنية - الخدمات الإلكترونية - المجتمعات.



#### القنوات

- من خلال أي قناة يفضل عملائنا أن نتعامل معهم؟
- عبر أي قناة نتواصل مع عملائنا الحاليين؟
- كيف تكميل قنواتك للحلقة؟
- ماهي أفضل القنوات لك؟
- ماهي أجيال القنوات الاقتصادية؟
- مراحل استخدام القنوات:
- 1. التعرف: كيف يمكننا استخدام القنوات للتعريف بمشروعاتنا وخدماتنا الأساسية؟
- 2. التقييم: كيف يمكننا تعيين عملائنا من تقديم قيمة المضافة عبر تلك القنوات؟
- 3. البيع: كيف نقوم بعملائنا بالشراء حالياً؟ وماذا يفعلون؟
- 4. التوصيل: كيف نقوم بإرسال قيمتنا المضافة لعملائنا؟
- 5. بعد البيع: كيف نقوم بتوفير دعم مرحلة ما بعد البيع؟



## Tesla Model X مثال

## الزبائن



سيارة كهربائية – سعرها 70000 ر.ع.

@mambusaidi - محمد أمبوسعيد



### تجزئة الشرائح المستهدفة

- ما هي الشرائح التي تستهدفها ونحاول تقديم قيمة مضافة لها؟
- من هم عملائنا الأكثر أهمية؟

السوق العام - السوق الموجه - تجزئة السوق - تنويع السوق.

• محبي السيارات  
الفارهة والفخمة

• الأثرياء  
أصدقاء البيئة  
محبي التقنية



### العلاقة مع العملاء

- ما هي طبيعة العلاقة التي ينتظرها منا عملائنا في كل شريحة؟
- ما هي العلاقات التي بدأنا بها؟
- كيف يمكن تشاغل هذه العلاقات في باقي أعمارنا؟
- كم يكلف العمل علينا؟

أمانة ونماذج - مساعدة شخصية - مساعدة خاصة - الخدمة اللائنية - الخدمات الإلكترونية - المجتمعات.



### القنوات

- من خلال أي قناة يفضل عملائنا أن نتعامل معهم؟
- عبر أي قناة نتواصل مع عملائنا الحاليين؟
- كيف تتكامل قنواتك المختلفة؟
- ما هي أفضل القنوات لك؟
- ما هي أجدي القنوات التنافسية؟

مراحل استخدام القنوات:

1. التعرف: كيف يمكننا استخدام القنوات للتعريف بمنتجاتنا وخدماتنا الأساسية؟
2. التقييم: كيف يمكننا تعيين عملائنا من تقديم قيمة المضافة عبر تلك القنوات؟
3. البيع: كيف نقوم بعملائنا بالشراء حالياً؟ وماذا يمكننا فعله؟
4. التوسيع: كيف نقوم بربطنا لمنتجاتنا المضافة لعملائنا؟
5. بعد البيع: كيف نقوم بتوفير دعم فني لعملائنا ما بعد البيع؟



## الزبائن

### العلاقة مع العملاء - Customer Relation

- كيف تخدم عملائك؟
- كيف تنمي العلاقة؟
- كيف يتواصلوا معك؟
- علاقة مباشرة - تلقائية - مجتمعات
- علاقة قصيرة المدة - طويلة المدة - مرة واحدة
- علاقة تكاملية



#### العلاقة مع العملاء

- ما هي طبيعة العلاقة التي ينتظرها منا عملائنا في كل شريحة؟
- ما هي العلاقات التي بدأت بها؟
- كيف يمكن تكميل هذه العلاقات في باقي أعمارنا؟
- كم يتكلف العمل علينا؟

أمانة وتمازج - مساعدة شخصية - مساعدة خاصة - الخدمة اللائنية - الخدمات الإلكترونية - المجتمعات.



#### القنوات

- من خلال أي قناة يفضل عملائنا أن نتعامل معهم؟
- عبر أي قناة نتواصل مع عملائنا الحاليين؟
- كيف تكميل قنواتك للحققة؟
- ماهي أفضل القنوات لك؟
- ماهي أجيال القنوات المستقبلية؟

مراحل استخدام القنوات:

1. التعرف: كيف يمكننا استخدام القنوات للتعريف بمشروعاتنا وخدماتنا الأساسية؟
2. التقييم: كيف يمكننا تكميل عملائنا من تقديم خدماتنا المساهمة عبر تلك القنوات؟
3. البيع: كيف نقوم بعلائقنا بالشراء حالياً؟ وماذا يحصلون؟
4. التوسيع: كيف نقوم بزيادة قيمتنا المساهمة لعملائنا؟
5. بعد البيع: كيف نقوم بتوفير دعم فني لعملائنا ما بعد البيع؟



Tesla Model X

مثال

الزبائن



سيارة كهربائية – سعرها 70000 ر.ع.

@mambusaidi - محمد أمبوسعيد

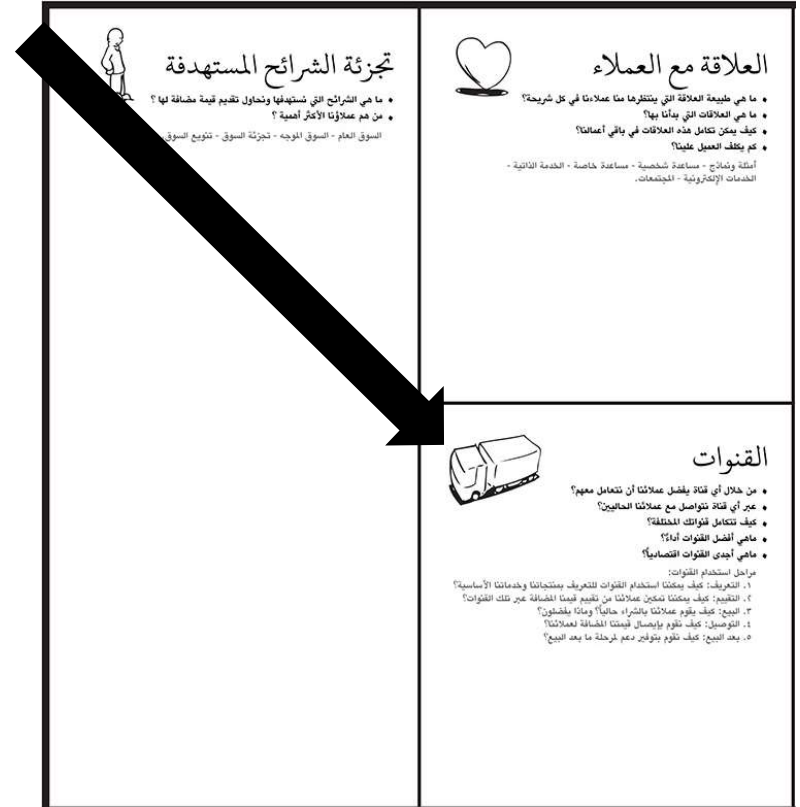
العلاقة مع العملاء	
<p>ما هي طبيعة العلاقة التي ينتظرها منا عملائنا في كل شريحة؟</p> <p>ما هي العلاقات التي بدأت بها؟</p> <p>كيف يمكن تشاغل هذه العلاقات في باقي أعمارنا؟</p> <p>كم يكلف العمل علينا؟</p> <p>أمناء ونماذج - مساعدة شخصية - مساعدة خاصة - الخدمة اللائنية - الخدمات الإلكترونية - المجتمعات.</p>	<p>التصميم حسب الرغبة</p> <p>خدمة العملاء</p> <p>شبكة شحن مجانية</p>
<p>ما هي الشرائح التي تستهدفها ونحاول تقديم قيمة مضافة لها؟</p> <p>من هم عملائنا الأكثر أهمية؟</p> <p>السوق العام - السوق الموجه - تجزئة السوق - توزيع السوق.</p>	<p>القنوات</p> <p>من خلال أي قناة يفضل عملائنا أن نتعامل معهم؟</p> <p>عبر أي قناة نتواصل مع عملائنا الحاليين؟</p> <p>كيف تتعامل قنواتك للحلقة؟</p> <p>ماهي أفضل القنوات لك؟</p> <p>ماهي أجيال القنوات المستقبلية؟</p> <p>مراحل استخدام القنوات:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. التعرف: كيف يمكننا استخدام القنوات للتعريف بمنتجاتنا وخدماتنا الأساسية؟</li><li>2. التقييم: كيف يمكننا تشاغل عملائنا من تقديم قيمة المضافة عبر تلك القنوات؟</li><li>3. البيع: كيف نقوم بعملائنا بالشراء حالياً؟ وماذا يحصلون؟</li><li>4. التوصيل: كيف نقوم بإرسال قيمتنا المضافة لعملائنا؟</li><li>5. بعد البيع: كيف نقوم بتوفير دعم فني لعملائنا ما بعد البيع؟</li></ol>



## الزبائن

### القنوات – Channels

- كيف وأين ستقدم الخدمة أو المنتج
- كيف تصل للزبائن المستهدفين
  - متجر
  - متجر الكتروني
  - وسائل التواصل الاجتماعي
  - الشركاء والمسوقين










Tesla Model X

مثال

الزبائن



سيارة كهربائية - سعرها 70000 ر.ع.

<p> تجزئة الشرائح المستهدفة</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• ما هي الشرائح التي تستهدفها وتحاول تقديم قيمة مضافة لها؟</li><li>• من هم عملائنا الأكثر أهمية؟</li><li>السوق العام - السوق الموجه - تجزئة السوق - تنويع السوق</li></ul> <p>محبي السيارات الفاخرة</p> <p>أصحاب البيوت الحديثة</p> <p>محبي التقنية</p>	<p> العلاقة مع العملاء</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• ما هي طبيعة العلاقة التي ينتظرها منا عملائنا في كل شريحة؟</li><li>• ما هي العلاقات التي بدأت بها؟</li><li>• كيف يمكن تشاغل هذه العلاقات في باقي أعمارنا؟</li><li>• كم يكلف العمل علينا؟</li><li>أمانة ونماذج - مساعدة شخصية - مساعدة خاصة - الخدمة اللائنية - الخدمات الإلكترونية - المجتمعات.</li></ul> <p>التصميم حسب الرغبة</p> <p>خدمة العملاء</p> <p>شبكة شحن مجانية</p>
	<p> القنوات</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• من خلال أي قناة يفضل عملائنا أن نتعامل معهم؟</li><li>• عبر أي قناة نتواصل مع عملائنا الحاليين؟</li><li>• كيف تتعامل قنواتك للحققة؟</li><li>• ما هي أفضل القنوات لك؟</li><li>• ما هي أجيال القنوات المستقبلية؟</li></ul> <p>مراحل استخدام القنوات:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. التعريف: كيف يمكنك استخدام القنوات للتعريف بمشروعنا وخدماتنا الأساسية؟</li><li>2. الترويج: كيف يمكنك تشاغل عملائنا من تقديم قيمة المضافة عبر تلك القنوات؟</li><li>3. البيع: كيف تقوم عملائنا بالشراء حالياً؟ وماذا يفضلون؟</li><li>4. التوسيع: كيف تقوم بزيادة قيمتنا المضافة لعملائنا؟</li><li>5. بعد البيع: كيف تقوم بتوفير دعم فني لعملائنا ما بعد البيع؟</li></ol> <p>معارض تسلا</p> <p>موقع تسلا</p> <p>الألكتروني</p>



## تطبيق عملي

## الزبائن

### Customer Segments – تجزئة الشرائح المستهدفة

---

---

### Customer Relations – العلاقة مع العملاء

---

---

### Channels – القنوات

---

---

 <h4>تجزئة الشرائح المستهدفة</h4> <ul style="list-style-type: none"><li>• ما هي الشرائح التي تستهدفها وتداول تقديم قيمة مضافة لها؟</li><li>• من هم عملائنا الأكثر أهمية؟</li><li>السوق العام - السوق الموجه - تجزئة السوق - تنويع السوق.</li></ul>	 <h4>العلاقة مع العملاء</h4> <ul style="list-style-type: none"><li>• ما هي طبيعة العلاقة التي ينتظرها منا عملائنا في كل شريحة؟</li><li>• ما هي العلاقات التي يدأنا بها؟</li><li>• كيف يمكن تتكامل هذه العلاقات في باقي أعمالتنا؟</li><li>• كم يكلف العمل علينا؟</li><li>أمانة وتمازج - مساعدة شخصية - مساعدة خاصة - الخدمة اللائنية - الخدمات الإلكترونية - المجتمعات.</li></ul>
	 <h4>القنوات</h4> <ul style="list-style-type: none"><li>• من خلال أي قناة يفضل عملائنا أن نتعامل معهم؟</li><li>• عبر أي قناة نتواصل مع عملائنا الحاليين؟</li><li>• كيف تتكامل قنواتك المختلفة؟</li><li>• ماهي أفضل قنوات لبدأ؟</li><li>• ماهي أجيال القنوات المستقبلية؟</li></ul> <p>مراحل استخدام القنوات:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. التعرف: كيف يمكننا استخدام القنوات للتعريف بمنتجاتنا وخدماتنا الأساسية؟</li><li>2. التقييم: كيف يمكننا تعيين عملائنا من تقديم قيمة المضافة عبر تلك القنوات؟</li><li>3. البيع: كيف نقوم بعملية بائعاً حالياً؟ وماذا يفعلون؟</li><li>4. التوصيل: كيف نقوم بإرسال قيمتنا المضافة لعملائنا؟</li><li>5. بعد البيع: كيف نقوم بتوفير دعم لمرحلة ما بعد البيع؟</li></ol>



## الإمكانات

### الشركاء الأساسيون - Key Partners

- من هم الشركاء الذين لا تستطيع القيام بعملك من دونهم؟
- 3 أنواع من الشركاء
  - يساعدك على النمو
  - يقلل المخاطرة
  - شريك تقني - ترخيص - معرفة



#### الشركاء الأساسيون

- من هم شركاءك الأساسيون؟
  - من هم موردي المشروع الأساسيون؟
  - ما هي المصادر الأساسية التي ستجلبها بالتحالف مع الشركاء؟
  - ما هي الأنشطة الأساسية التي يقوم بها شركائنا؟
- الدوافع الرئيسية لتشاركات:  
الاعتمادية وزيادة القوة الاقتصادية - خفض نسبة المخاطرة والمجازلة في المشروع - الاستحواذ على مصادر جديدة بشكل أسرع وبكفاءة عالية.



#### المصادر الأساسية

- ما هي طبيعة المصادر المطلوبة لتقديم قيمة مضافة في عملنا؟
  - قنوات التواصل؟ العلاقات مع العملاء؟ مصادر الإيرادات؟
- نوع المصادر:  
مخصصة - فريدة - علامة تجارية - براءة الاختراع ... إلخ - موارد بشرية - مادية.





مثال عمانتل

الإمكانات

الشركاء الأساسيون - Key Partners

عمانتل  
Omantel

مخاطرة

التقنية

تراخيص

Deloitte  
& Touche



@mambusaidi - محمد أمبوسعيد



الشركاء الأساسيون

- من هم شركاءك الأساسيون؟
  - من هم موردي المشروع الأساسيون؟
  - ما هي المصادر الأساسية التي ستجلبها بالتحالف مع الشركاء؟
  - ما هي الأنشطة الأساسية التي يقوم بها شركائنا؟
- الدوافع الرئيسية للشراكات:  
الفاعلية وزيادة القوة الاقتصادية - خفض نسبة المخاطرة والمجازلة في المشروع - الاستحواذ على مصادر جديدة بشكل أسرع وبكفاءة عالية.



المصادر الأساسية

- ما هي طبيعة المصادر المطلوبة لتقديم قيمة مضافة في عملنا؟
  - قنوات التواصل؟ العلاقات مع العملاء؟ مصادر الإيرادات؟
- نوع المصادر:  
مخصصة - فريدة - علامة تجارية - براءة الاختراع ... إلخ - موارد بشرية - مادية.



## الإمكانات

### المصادر الأساسية - Key Resources

- فريق العمل
- المعرفة
- الأدوات - التراخيص
- المال
- ما هي الأشياء التي تحتاجها ليعمل مشروعك؟
- ما هي الأشياء التي تملكها وتميزك عن الآخرين؟



### الشركاء الأساسيون

- من هم شركاءك الأساسيون؟
  - من هم موردي المشروع الأساسيون؟
  - ما هي المصادر الأساسية التي ستحتاجها بالتحالف مع الشركاء؟
  - ما هي النشاطات الأساسية التي يقوم بها شركاؤنا؟
- الدوافع الرئيسية للشراكات:  
الاعتمادية وزيادة القوة الاقتصادية - خفض نسبة المخاطرة والمجازلة في المشروع -  
الاستفادة على مصادر جديدة بشكل أسرع وبكفاءة عالية.



### المصادر الأساسية

- ما هي طبيعة المصادر المطلوبة لتقديم قيمة مضافة في عملنا؟
  - قنوات التواصل؟ العلاقات مع العملاء؟ مصادر الإيرادات؟
- نوع المصادر:  
مخصصة - فكرية: علامة تجارية ، براءة الاختراع ، .. إلخ - موارد بشرية - مادية.



Bima.om مثال

## الإمكانات

### المصادر الأساسية - Key Resources

  
**bima.om**  
أمن سيارتك الآن  
www.bima.om

  
أمن سيارتك  
وأنت في بيتك

  
أمن سيارتك  
في أي وقت

  
أمن سيارتك  
في دقائق

• المنصة = التقنية

• الترخيص = رأس المال

• فريق العمل



### الشركاء الأساسيون

- من هم شركاء الأساسيون؟
  - من هم موردي المشروع الأساسيون؟
  - ما هي المصادر الأساسية التي ستجلبها بالتحالف مع الشركاء؟
  - ما هي الأنشطة الأساسية التي يقوم بها شركائنا؟
- الدوافع الرئيسية للشراكات:  
الفاعلية وزيادة القوة الاقتصادية - خفض نسبة المخاطرة والمجازلة في المشروع - الاستحواذ على مصادر جديدة بشكل أسرع وبكفاءة عالية.



### المصادر الأساسية

- ما هي طبيعة المصادر المطلوبة لتقديم قيمة مضافة في عملنا؟
  - قنوات التواصل؟ العلاقات مع العملاء؟ مصادر الإيرادات؟
- نوع المصادر:  
مخصصة - فريدة - علامة تجارية - براءة الاختراع ... إلخ - موارد بشرية - مادية.



## تطبيق عملي

## الإمكانات

### الشركاء الأساسيون – Key Partners

---

---

### المصادر الأساسية – Key Resources

---

---



#### الشركاء الأساسيون

- من هم شركاءك الأساسيون؟
  - من هم موردي المشروع الأساسيون؟
  - ما هي المصادر الأساسية التي ستجلبها بالتحالف مع الشركاء؟
  - ما هي الأنشطة الأساسية التي يقوم بها شركاؤنا؟
- الدوافع الرئيسية للشراكات:  
الاعتمادية وزيادة القوة الاقتصادية - خفض نسبة المخاطرة والمجازلة في المشروع -  
الاستحواذ على مصادر جديدة بشكل أسرع وبكفاءة عالية.



#### المصادر الأساسية

- ما هي طبيعة المصادر المطلوبة لتقديم قيمة مضافة في عملنا؟
  - قنوات التواصل؟ العلاقات مع العملاء؟ مصادر الإيرادات؟
- نوع المصادر:  
مخصصة - فكرية: علامة تجارية ، براءة الاختراع ، .. إلخ - موارد بشرية - مادية.

# المال

## هيكل التكاليف

- ما هي التكاليف الأساسية في نموذجنا الربحي؟
- ما هي المصادر الأساسية الأعلى تكلفة في المشروع؟
- ما هي التكاليف الأعلى تكلفة في المشروع؟



## مصادر الدخل

- ما هي القيمة التي ستقدمها والتي سيدفع عملائنا مقابلها؟
  - على ماذا يدفعون حالياً؟
  - كيف يدفعون حالياً؟
  - كيف يحصلون على الدفع أن تكون؟
  - ما هي حصة كل مصدر عوائد من مصادر عوائدا يشغل من إجمالي العوائد الكلية؟
- الأنواع:
1. شجرة ديناميكية: التفاوض - عروض آخر لحظة - مطالعة الوضع الراهن السوق.
  2. شجرة ثابتة: قائمة أسعار - التسعير المعتمد على طبيعة الترخيص - التسعير المعتمد على مزايا المنتج - التسعير المعتمد على القيمة.
  3. بيع الأصول: تكلفة استخدام - تكلفة التشارك - تأجير/إقراض - ترخيص - وساطة - رعاية.



## Revenue Streams – مصادر الدخل

- أكتب أهم مصادر دخلك
- أكتب الأشياء التي تقوم بها بشكل مجاني

بيع أصول – إشتراك – تاجير – ترخيص –  
عمولة – إعلانات – بيع خدمة – بيع منتج

# المال

## هيكل التكاليف

- ما هي التكاليف الأساسية في نموذجنا الربحي؟
- ما هي المصادر الأساسية الأعلى تكلفة في المشروع؟
- ما هي التكاليف الأعلى تكلفة في المشروع؟



## مصادر الدخل

- ما هي القيمة التي ستقدمها والتي سيدفع عملائنا مقابلها؟
  - على ماذا يدفعون حالياً؟
  - كيف يدفعون حالياً؟
  - كيف يدفعون عملية الدفع أن تكون؟
  - ما هي حصة كل مصدر عوائد من مصادر عوائدا بشكل من إجمالي العوائد المتوقعة؟
- الأنواع:
1. شجرة ديناميكية: التفاوض - عروض آخر لحظة - مطالعة الوضع الراهن للسوق.
  2. شجرة ثابتة: قائمة أسعار - التسعير المعتمد على طبيعة الترقية - التسعير المعتمد على مزايا المنتج - التسعير المعتمد على القيمة.
  3. بيع الأصول: تكلفة استخدام - تكلفة الشراكات - تأجير/إقراض - ترخيص - وساطة - رعاية.



## هيكل التكاليف - Cost Structure

- أكتب أعلى التكاليف الرئيسية المتوقعة

تكاليف ثابتة - تكاليف متغيرة  
منتج او خدمة يعتمد على: تخفيض التكاليف -  
زيادة الفائدة



مثال

## المال



### مصادر الدخل

- ما هي القيمة التي ستقدمها والتي سيدفع عملائك مقابلها؟
  - على ماذا يدفعون حالياً؟
  - كيف يدفعون حالياً؟
  - كيف يدفعون عملياً الدفع أن تكون؟
  - ما هي حصة كل مصدر عوائد من مصادر عوائدا بشكل من إجمالي العوائد الكلية؟
- الأنواع:
1. شجرة ديناميكية: التفاوض - عروض آخر لحظة - مطالعة الوضع الراهن للسوق.
  2. شجرة ثابتة: قائمة أسعار - التسعير المعتمد على طبيعة الشريحة - التسعير المعتمد على مزاج المنتج - التسعير المعتمد على القيمة.
  3. بيع الأصول: تكلفة استخدام - تكلفة الشراكات - تأجير/إقراض - ترخيص - وساطة - رعاية.



### هيكل التكاليف

- ما هي أهم التكاليف الأساسية في نموذجنا الربحي؟
- ما هي المصادر الأساسية الأعلى تكلفة في المشروع؟
- ما هي التكاليف الأعلى تكلفة في المشروع؟

## Revenue Streams – مصادر الدخل

- مجاني
- اشتراك شهري

## Cost Structure – هيكل التكاليف

- الموظفين
- تطوير المنصة وصيانتها
- الخوادم والشبكات



## تطبيق عملي

## المال



### مصادر الدخل

- ما هي القيمة التي ستقدمها والتي سيدفع عملائك مقابلها؟
  - على ماذا يدفعون حالياً؟
  - كيف يدفعون حالياً؟
  - كيف يشعرون عملية الدفع أن تكون؟
  - ما هي حصة كل مصدر عوائد من مصادر عوائدا يشغل من إجمالي العوائد الكلية؟
- الأنواع:
1. شجرة ديناميكية: التفاوض - عروض آخر لحظة - معالجة الوضع الراهن للسوق.
  2. شجرة ثابتة: قائمة أسعار - التسعير المعتمد على طبيعة الشريحة - التسعير المعتمد على مزاج المنتج - التسعير المعتمد على القيمة.
  3. بيع الأصول: تكلفة استخدام - تكلفة الشراكات - تأجير/إقراض - ترخيص - وساطة - رعاية.



### هيكل التكاليف

- ما هي أهم التكاليف الأساسية في نموذجنا الربحي؟
- ما هي المصادر الأساسية الأعلى تكلفة في المشروع؟
- ما هي التكاليف الأعلى تكلفة في المشروع؟

## Revenue Streams – مصادر الدخل

- ----
- ----
- ---

## Cost Structure – هيكل التكاليف

- ----
- ----
- ----





بوصلة نموذج أعمال

الاسم: \_\_\_\_\_ التاريخ: \_\_\_\_\_

<p><b>تجربة الدافع المستهدفة</b></p> <p>• ما هي المراحل التي ستحتاجها لتحقيق هدفك المستهدف؟ • ما هي المراحل التي ستحتاجها لتحقيق هدفك المستهدف؟ • ما هي المراحل التي ستحتاجها لتحقيق هدفك المستهدف؟</p>	<p><b>العلاقة مع العملاء</b></p> <p>• ما هي العلاقة التي ستحتاجها لتحقيق هدفك المستهدف؟ • ما هي العلاقة التي ستحتاجها لتحقيق هدفك المستهدف؟ • ما هي العلاقة التي ستحتاجها لتحقيق هدفك المستهدف؟</p>	<p><b>القيمة الأساسية</b></p> <p>• ما هي القيمة الأساسية التي ستحتاجها لتحقيق هدفك المستهدف؟ • ما هي القيمة الأساسية التي ستحتاجها لتحقيق هدفك المستهدف؟ • ما هي القيمة الأساسية التي ستحتاجها لتحقيق هدفك المستهدف؟</p>	<p><b>المهام الأساسية</b></p> <p>• ما هي المهام الأساسية التي ستحتاجها لتحقيق هدفك المستهدف؟ • ما هي المهام الأساسية التي ستحتاجها لتحقيق هدفك المستهدف؟ • ما هي المهام الأساسية التي ستحتاجها لتحقيق هدفك المستهدف؟</p>	<p><b>الشركاء الأساسيون</b></p> <p>• من هم الشركاء الأساسيون؟ • ما هي العلاقة التي ستحتاجها لتحقيق هدفك المستهدف؟ • ما هي العلاقة التي ستحتاجها لتحقيق هدفك المستهدف؟</p>
<p><b>القنوات</b></p> <p>• ما هي القنوات التي ستحتاجها لتحقيق هدفك المستهدف؟ • ما هي القنوات التي ستحتاجها لتحقيق هدفك المستهدف؟ • ما هي القنوات التي ستحتاجها لتحقيق هدفك المستهدف؟</p>	<p><b>المصادر الأساسية</b></p> <p>• ما هي المصادر الأساسية التي ستحتاجها لتحقيق هدفك المستهدف؟ • ما هي المصادر الأساسية التي ستحتاجها لتحقيق هدفك المستهدف؟ • ما هي المصادر الأساسية التي ستحتاجها لتحقيق هدفك المستهدف؟</p>	<p><b>مصادر الدخل</b></p> <p>• ما هي مصادر الدخل التي ستحتاجها لتحقيق هدفك المستهدف؟ • ما هي مصادر الدخل التي ستحتاجها لتحقيق هدفك المستهدف؟ • ما هي مصادر الدخل التي ستحتاجها لتحقيق هدفك المستهدف؟</p>		

www.businessmodelgenerator.com



WWW.ETQAN.COM/BIZMODEL

Instagram & Youtube: @mambusaidi

لتحميل

@mambusaidi - محمد أمبوسعيد