



✓ مفهوم ایده شو چیست؟

✓ مفهوم کسب و کار استارت آپی چیست؟

✓ فرق بین ارائه در یک استارت آپ و ایده شو با یک ارائه علمی چیست؟

✓ ارائه ها در رویدادهای استارت آپی چند دقیقه و به چه صورت است؟

✓ اجزای و مطالبی که باید در یک ارائه استارت آپی و یا ایده شو ارائه گردد چیست؟

✓ آیا می توان به صورت انفرادی یک استارت آپ ایجاد کرد.

کار آفرینی به جای کار یابی!

وضعیت اشتغال و بیکاری:

➤ تعداد جمعیت فعال در ایران: ۲۵ میلیون نفر

➤ تعداد بیکاران در ایران: ۳ میلیون نفر

➤ نرخ بیکاری ۱۱ درصد

نرخ بیکاری در مناطق شهری کشور ۱۲,۲ و در نقاط روستایی ۸,۱ درصد گزارش شده است. بر اساس گزارش مرکز آمار ایران، بیکاری جوانان ۱۵ تا ۲۴ ساله معادل ۲۶,۱ درصد است که برای مردان این گروه ۲۲,۳ و زنان ۴۲,۸ درصد اعلام شده است.

همچنین ۱۸ درصد از شاغلان کشور در بخش کشاورزی، ۳۲,۵ درصد در بخش صنعت و ۴۹,۴ درصد در بخش خدمات فعال هستند. سهم جمعیت دارای اشتغال ناقص زمانی در کشور ۹,۸ درصد است که این نسبت برای مردان ۱۰,۸ و زنان ۴,۵ درصد است.

آمار جمعیتی ایران

کارآفرینی چیست؟

☑ کارآفرینی فرآیند یا مفهومی است که در طی آن فرد کارآفرین با ایده های نو و خلاقانه و شناسایی فرصت های جدید با بسیج منابع، به ایجاد کسب و کار و شرکت های نو، سازمان های جدید و نوآور رشد یابنده مبادرت می ورزد.

کارآفرین کیست؟

☑ کارآفرین کسی است که متعهد می شود خطرات یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی ، اداره و اجرا کند.

ویژگی های کارآفرین

خلاقیت

نیاز به برنده شدن

تمایل به خطر پذیری

نیاز به استقلال

دارای مرکز کنترل درونی

خلاقیت چیست؟

✓ فرآیندی ذهنی که در نتیجه آن، یک اثر جدید شامل ایده یا چیزی نو و متفاوت تولید می شود.

✓ پس اولین گام برای کارآفرینی ایده پردازی خلاقانه است.

ایده چیست؟

✓ **ایده** یا مثال یا صورت یا انگاره یا طرح، در حقیقت یک تصور ذهنی است. شاید بتوان ایده دادن را اولین گام برای حل یک مشکل یا برآورده کردن یک نیاز دانست.

✓ **ایده** ساده‌ترین راه حلی است که انسان در برابر یک مسئله یا نیاز به آن فکر می‌کند. هر چند می‌توان یک ایده را بسط داد و پیچیده کرد.

ویژگی های یک ایده خوب

سادگی simple

زیرکانه smart

به خوبی ترسیم شده باشد well

آشنا و مانوس familiar

رسا و قوی resonant

چند منظوره shareable

تازه و اصیل original

انعطاف پذیر flexible



ایده شو یا
ایده پارک

آشنایی با چند مفهوم اولیه

- خلاقیت
- نوآوری
- اختراع

- نوآوری در محصول / خدمت
- نوآوری در فرایند تولید محصول / خدمت
- نوآوری در سازمان
- نوآوری در بازاریابی

تفاوت اختراع و نوآوری

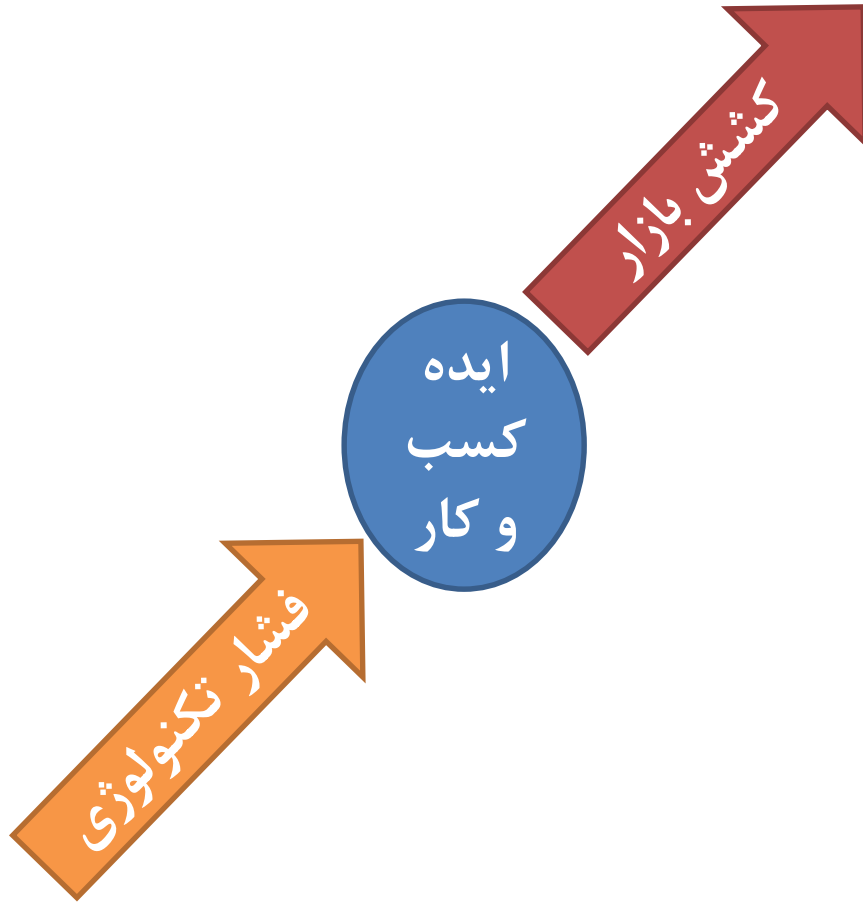
■ اختراع Invention

■ اختراع نمود فیزیکی از یک ایده است. در حقیقت ایجاد یک محصول جدیدی که پیش از آن وجود نداشته است.

■ نوآوری Innovation

■ پس از اینکه ایده های جدید به عمل رسیدند می توان آن را نوآوری خطاب کرد. هر اختراع را زمانی می توان یک نوآوری تلقی کرد که بنابر تعریف اقتصادی منجر به ایجاد کالایی جدید با بهبود باشد.

ایده کسب و کار از کجا سرچشمه می گیرد؟



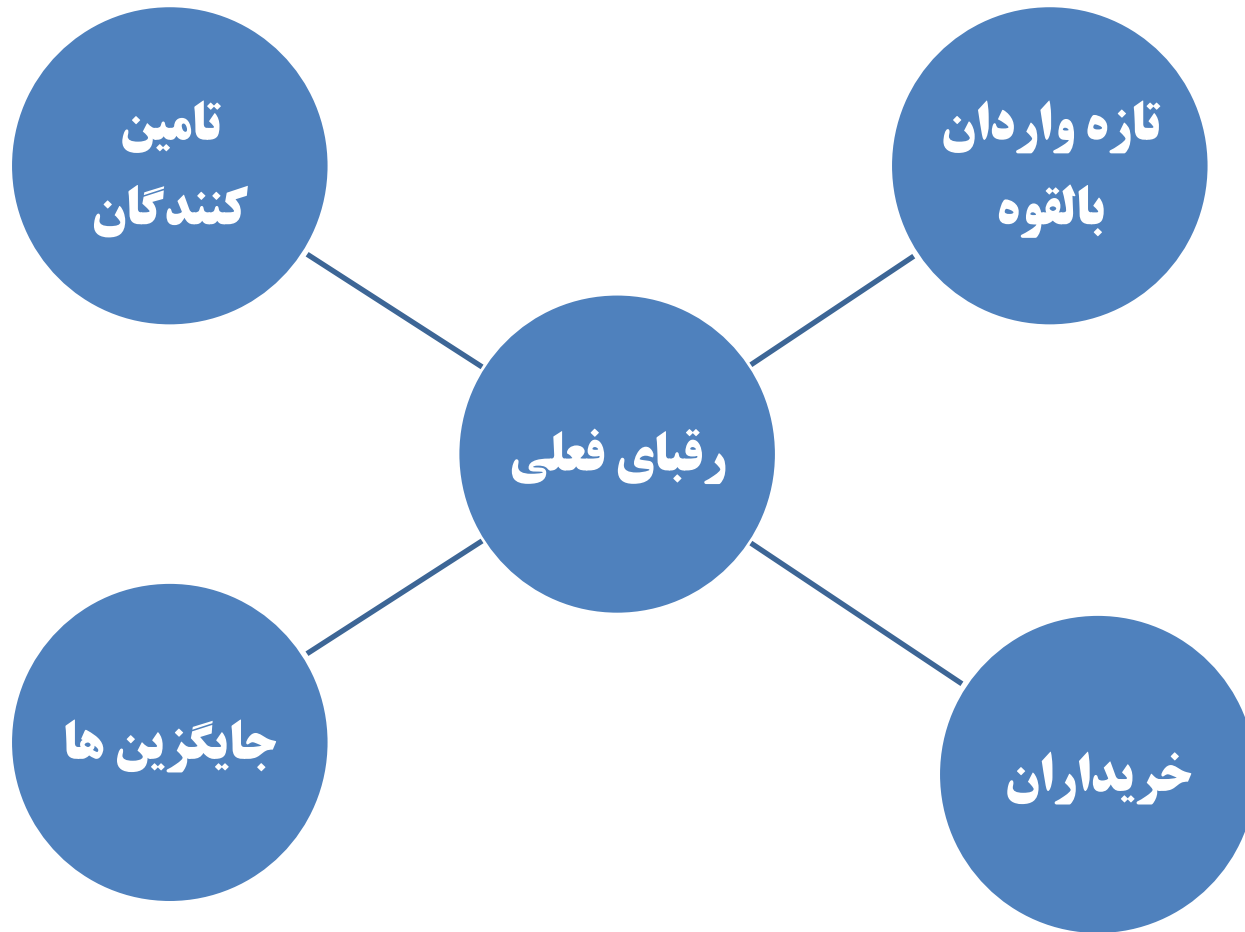
- نیاز یا تقاضای بازار

- دانش و تکنولوژی روز

مدل کسب و کار

- مشتری
- ارزش پیشنهادی به مشتری
- زنجیره خلق ارزش
- توجیه اقتصادی

تحلیل محیط کسب و کار



مدل کسب و کار (Business Model)



• مدل کسب و کار، منطق یک شرکت در چگونگی خلق و

ارایه یک ارزش (کالا / خدمت) و نحوه کسب درآمد از آن را

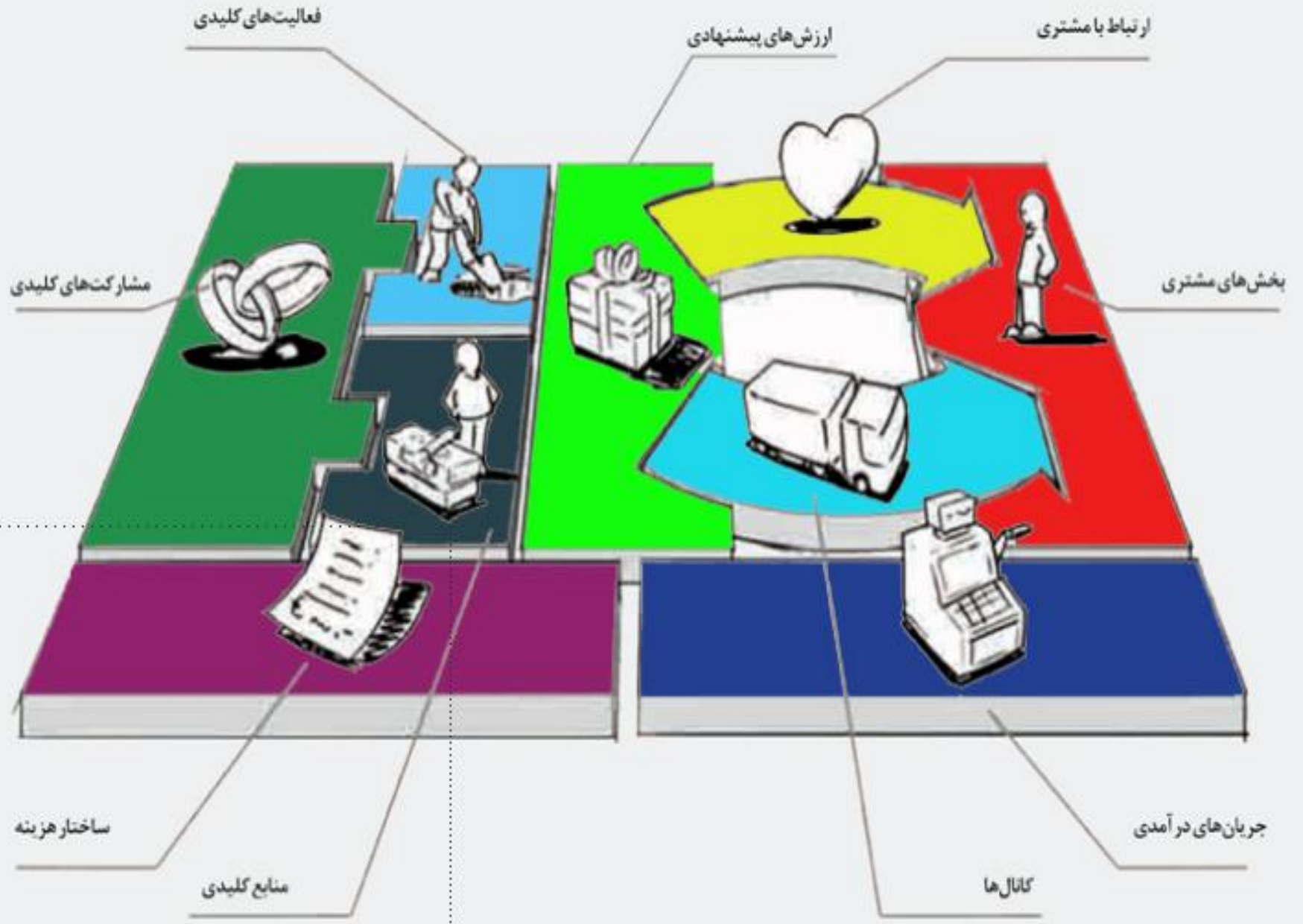
توصیف می کند.

تابلوی کسب و کار (Business Model Canvas)



• تابلوی کسب و کار، زبان مشترکی است برای توصیف،

مصور سازی، ارزیابی، تغییر و بهبود مدل های کسب و کار



<h2>شرکای کلیدی</h2>  <p>همکاران و شرکای کلیدی شما چه کسانی هستند؟ نامین کنندگان اصلی شما چه کسانی هستند؟ چه منابع کلیدی ای را از شرکا و همکاران تجاری تان دریافت می کنید؟ فعالیت های مهم همکاران شما چیست؟</p>	<h2>فعالیت های کلیدی</h2>  <p>ارائه ارزش اصلی مورد نظر در کسب و کارتان نیازمند انجام چه فعالیت های است؟ فعالیت های کلیدی بخش محصولات کدام ها هستند؟ از چه روش ها و مسیرهایی کسب در آمد می کنید؟</p>	<h2>ارزش اصلی کسب و کار</h2>  <p>ارزش اصلی کسب و کار شما برای مشتری در چیست؟ ایده یا کسب و کار شما به حل چه مشکلی از مردم کمک می کند؟ برای هر بخش از مشتریان چه محصول یا سرویسی ارائه می شود؟ چه نیازی از مشتریان را برطرف می کنید؟ رقبای اصلی شما که هستند؟ نقطه تمایز و برتری شما نسبت به رقبایان چیست؟ قیمت محصولات یا خدمات شما چگونه است؟ هدف و تمرکز اصلی کسب و کارتان چیست؟ اگر بتوان برای محصولات یا خدمات شما یک "شخصیت" فانتل شد. آن شخصیت چه ویژگی هایی دارد؟</p>	<h2>ارتباط با مشتریان</h2>  <p>نوع روابط مورد انتظار هر دسته از مشتریان در طول ارتباط با کسب و کار شما چیست؟ روابط حال حاضر شما با مشتریان چگونه است؟ جایگاه آنان در مدل کسب و کارتان کجاست؟ هزینه جذب یک مشتری جدید و حفظ ارتباط با او چقدر است؟</p>	<h2>دسته بندی مشتریان</h2>  <p>برای چه کسانی ارزش آفرینی می کنید؟ مشتریان فعلی / احتمالی شما چه تعداد هستند؟ مهمترین مشتریان فعلی شما که هستند؟ چه سهمی از بازار در چه بازه زمانی این بدست آورده اید؟ / می توانید بدست آورید؟ به مشتریانان چه وعده هایی می دهید / خواهید داد؟</p>
	<h2>منابع کلیدی</h2>  <p>منابع کلیدی مورد نیاز کسب و کار شما برای ارائه آنچه ارزش اصلی کسب و کارتان است چیست؟ منابع کلیدی مورد نیاز کانال های بخش محصولات شما چه هستند؟ منابع کلیدی مورد نیاز شما برای ارتباط با مشتریان چه هستند؟ منابع کلیدی مورد نیاز شما برای ایجاد راه های کسب درآمد چه هستند؟ مزایا و امکاناتی که در اختیار دارید چه هستند؟ نیروی انسانی در اختیار شما چه تعداد و دارای چه</p>		<h2>کانال های ارتباطی</h2>  <p>دسترسی به گروه های مختلف مشتریان از طریق چه کانال های ارتباطی خواهد بود؟ در حال حاضر روش های دسترسی به مشتریان چه هستند؟ رابطه بین این روش ها و کانال های ارتباطی چگونه است؟ کدام روش بهتر نتیجه داده است؟ کدام روش از همه مقرون به صرفه تر است؟ این روش ها تا چه اندازه با نیاز و روال های مشتریان انطباق دارد؟</p>	
<h2>ساختار هزینه ها</h2>  <p>مهمترین هزینه های کسب و کارتان کدام ها هستند؟ گرانترین منابع کلیدی مورد نیاز کسب و کار شما کدامند؟ گرانترین فعالیت های کلیدی مورد نیاز کسب و کار شما کدامند؟ درصد سود ناخالص شما چقدر است؟ درصد سود خالص شما چقدر است؟ آیا از این میزان راضی هستید؟</p>		<h2>روال های کسب درآمد</h2>  <p>برای کدامیک از ارزش های ارائه شده توسط کسب و کار شما، مشتری واقعا حاضر خواهد شد پول بپردازد؟ فکر می کنید چقدر؟ برای چه محصولات یا خدماتی از کسب و کار شما مشتریان در حال حاضر پول می پردازند؟ چه مقدار؟ بیشتر ترجیح می دهند چگونه پرداخت کنند؟ هر کدام از مسیرهای درآمدسازی چند درصد از کل درآمد بدست آمده را تشکیل می دهند؟</p>		

بخش های مشتری (Customer Segments)



- مشتریان علت وجودی یک کسب و کار هستند. هیچ کسب و کاری بدون مشتریانی که پرداخت انجام دهند، مدت زمان طولانی دوام نخواهد آورد.
- هر کسب و کار به یک یا چند گروه مشخص از مشتریان خدمت ارائه می کند.

بخش های مشتری (Customer Segments)



● مشتریان را براساس چه معیارهایی می توان تقسیم بندی نمود؟

○ نیاز های متفاوت

○ میزان سودآوری

○ نحوه دسترسی

○ شیوه های مختلف برقراری رابطه

بخش های مشتری (Customer Segments)



چند نمونه از انواع مختلف مشتری

- بازار انبوه
- بازار گوشه ای
- بخش بندی شده
- متنوع
- بازار های چند وجهی

ارزش های پیشنهادی (Value Propositions)



- ارزش ایجاد شده، منافع ایجاد شده از محصول (کالا / خدمات) برای مشتری است.
- توانایی ایجاد ارزش استثنایی، دلیل اصلی مشتریان برای انتخاب یک شرکت به جای شرکت دیگر است.
- بعضی از ارزش های پیشنهادی نوآورانه بوده و پیشنهادی جدید، متمایز و جهشی محسوب می شوند. برخی هم ممکن است شبیه به پیشنهاد های کنونی بازار بوده اما دارای ویژگی ها و تمایزاتی اضافه بر آن ها باشند.

ارزش های پیشنهادی (Value Propositions)



• ارزش پیشنهادی چه می تواند باشد؟

- کاهش هزینه
- کاهش ریسک
- قابلیت دسترسی
- راحتی / قابلیت استفاده
- طراحی
- برند
- تازگی
- عملکرد
- سفارشی سازی
- انجام کامل کار
- قیمت پایین تر

کانال ها (Channels)



• کانال ها چه کارکردی دارند؟

- در مورد خدمات و کالاها آگاهی ایجاد می کنند.
- به مشتریان بالقوه در ارزیابی کالاها و خدمات یاری می رسانند.
- مشتریان را قادر به خرید می سازند.
- ارزش را به مشتریان انتقال می دهند.
- رضایت پس از فروش را از طریق پشتیبانی تضمین می کند.

کانال ها (Channels)



- شرکت ها برای دسترسی به مشتریان از کانال های اختصاصی خود، کانال های شرکا یا ترکیبی از این دو استفاده می کنند.
- استفاده از کانال های شرکا منجر به حاشیه سود پایین تری می شوند، اما این کانال ها امکان بهره گیری از نقاط قوت شریک را برای افزایش دسترسی و توسعه منافع شرکت فراهم می کنند.
- کانال های تحت مالکیت سازمان و به طور خاص کانال های مستقیم، حاشیه سود بالاتری دارند اما ممکن است راهبری و اداره آن ها پرهزینه باشد.

کانال ها (Channels)



- یک دسته بندی از کانال ها

- کانال ها اختصاصی شرکت

- مستقیم (مسئول فروش داخلی / وب سایت)

- غیر مستقیم (فروشگاه ها خرده فروش تحت تملک سازمان)

- کانال های شریک

- توزیع عمده فروشی / خرده فروشی / وب سایت تحت مالکیت شریک

ارتباط با مشتری (Customer Relationships)



• هدف از برقراری ارتباط با مشتری چیست؟

○ جذب مشتری

○ حفظ مشتری

○ افزایش میزان فروش

جریان های درآمدی (Revenue Streams)



• کسب و کارها باید:

- به دقت مشخص کنند که مشتریان برای چه ارزشی حاضرند پول پردازند.
- و پرداخت ها را به شیوه ای که مشتریان ترجیح می دهند بپذیرند.

• دو گروه درآمد وجود دارند:

- پرداخت های مشتریانی که تنها یک بار خرید انجام می دهند.
- پرداخت های مکرر برای محصولات، خدمات و یا پشتیبانی یا نگهداری پس از خرید

جریان های درآمدی (Revenue Streams)



• انواع خاص درآمد

○ فروش قطعی

○ اجاره دادن یا لیزینگ

○ حق خدمت یا استفاده

○ حق عضویت

○ حق امتیاز (اعطای مجوز)

○ هزینه های کارگزاری



جریان های درآمدی (Revenue Streams)



• ساز و کارهای قیمت گذاری

○ قیمت گذاری مقطوع

✦ فهرست قیمت

✦ براساس ویژگی محصول

✦ براساس بخش مشتری

✦ براساس مقدار

○ قیمت گذاری پویا

✦ مذاکره

✦ مدیریت بازده

✦ بازار آنی

✦ مزایده ها

فعالیت های کلیدی (Key Activities)



• مهمترین فعالیت هایی هستند که باید انجام شود تا مدل کسب و کار کارکردی مناسب داشته باشد.

○ ایجاد / تولید / طراحی

○ فروش / بازاریابی / تبلیغات

○ پشتیبانی

منابع کلیدی (Key Resources)



● کلی ترین نحوه دسته بندی منابع کدام است؟

○ فیزیکی

○ معنوی

○ انسانی

○ مالی

شرکای کلیدی (Key Partners)



• شرکای کلیدی چه کسانی/سازمان های هستند؟

○ تامین کنندگان

○ توزیع کنندگان

○ رقبا

○ شرکت های مکمل

○ سرمایه گذاران

○ حامیان

شرکای کلیدی (Key Partners)



• انواع مدل های مشارکت

- مشارکت مالی
- مشارکت بازرگانی
- مشارکت پژوهشی و فناوری
- مشارکت تجهیزاتی
- مشارکت پروژه ای
- مشارکت داوطلبانه

ساختار هزینه (Cost Structure)



• دستیابی به منابع کلیدی، انجام فعالیت های کلیدی، همکاری با شرکای کلیدی همگی منجر به ایجاد هزینه می شود. نقدینگی برای خلق و ارایه ارزش، حفظ روابط با مشتری و ایجاد درآمد ضروری است.

• صرفه اقتصادی ناشی از مقیاس

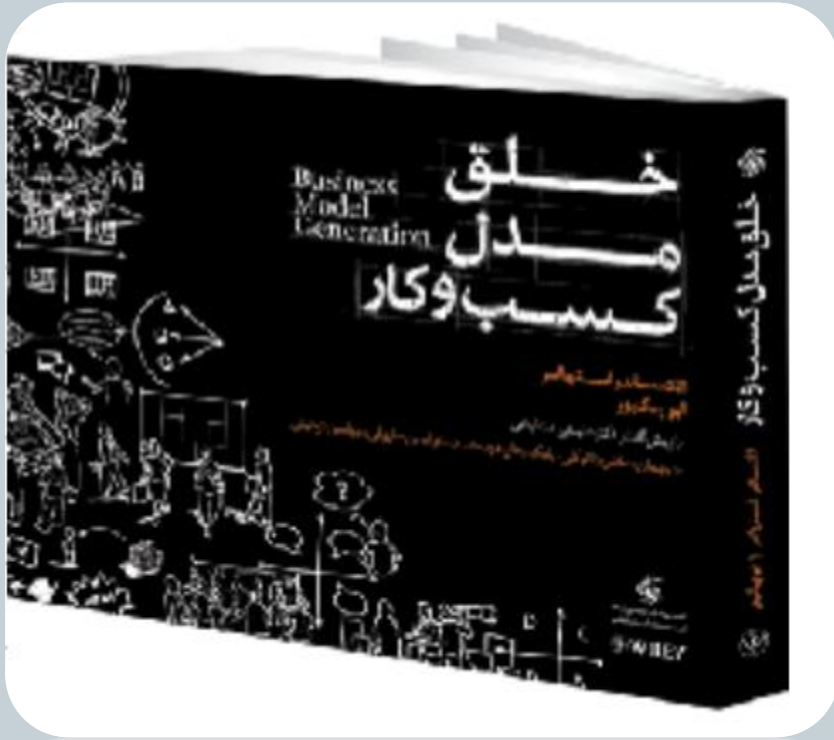
• صرفه اقتصادی ناشی از محدوده

• هزینه جاری

○ هزینه ثابت

○ هزینه متغیر

منابع



• عنوان کتاب:

○ خلق مدل کسب و کار

• پدید آورندگان:

○ الکساندر اوستروالدر

○ ایو پیگنیور

• مترجمان:

○ غلامرضا توکلی و همکاران

• ناشر:

○ آریانا قلم

نهادهای و مراکز رشد و ...

حمایت ها و خدمات

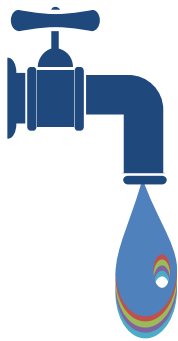
نوآوری های
فناورانه
مبتنی بر دانش

بازار

دره
مرگ



خدمات و حمایت های پارک علم و فناوری



راهبری



آموزشی
و مشاوره
ای



پشتیبانی
و
آزمایشگاهی



بازاریابی



تسهيلات
اعتباری



معافیت
مالیاتی



دفتر و
فضای
کاری

مراحل مختلف پذیرش



ایده/ طرح با
زمینه اقتصادی مناسب



کانون شکوفایی
هدف

پرورش ایده



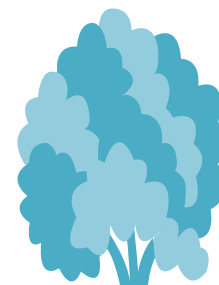
پیش رشد
هدف

طرح توجیهی
شناخت بازار
تکمیل تیم کاری



رشد
هدف

تولید نیمه انبوه
توسعه و بهبود



موسسات پارک
هدف

واحد تحقیق و
توسعه
(R&D)

با تشکر از توجه حضار

