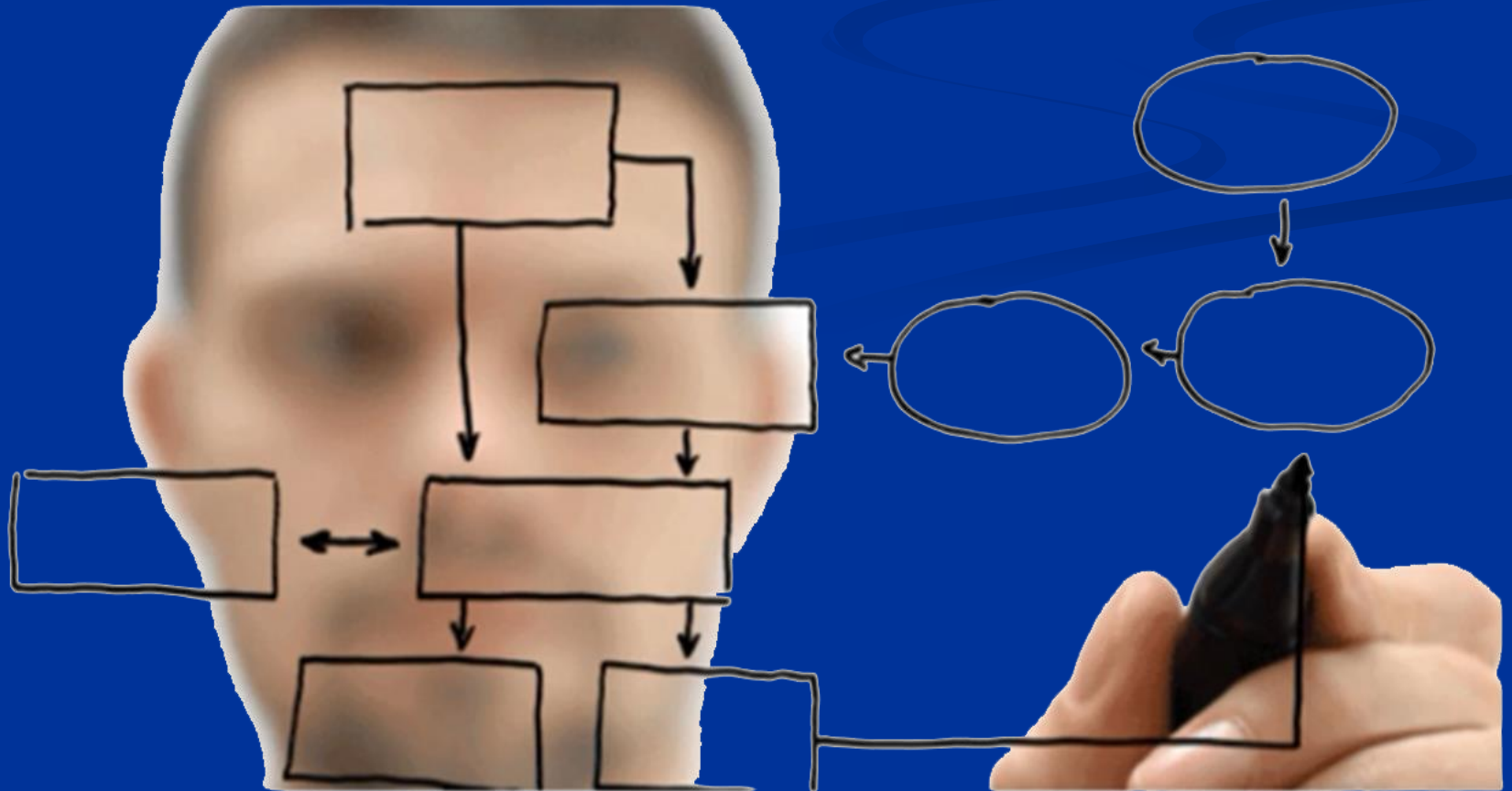


PHẦN A: *TẠO LẬP* MÔ HÌNH KINH DOANH



Tạo lập mô hình kinh doanh



phải là thứ đi bắt chước

I. MÔ HÌNH KINH DOANH

Business Model Canvas được ông Alex Osterwalder tạo ra năm 2008 và dần dần trở nên phổ biến hơn với các doanh nghiệp. Cho dù là công ty mới khởi nghiệp hay đang hoạt động đều có thể dùng.

Cuốn sách dành cho những người có tầm nhìn xa, những người muốn thay đổi cuộc chơi, và những kẻ thách thức – muốn phá vỡ những mô hình kinh doanh lỗi thời để kiến tạo các doanh nghiệp của tương lai.

Business Model Generation

Tạo lập Mô hình Kinh doanh

Tác giả

ALEXANDER OSTERWALDER & YVES PIGNEUR

Đồng sáng tạo mô hình

470 CÔ VÂN, DOANH NHÂN TỬ 45 QUỐC GIA

Thiết kế

ALAN SMITH

Lưu Thị Thanh Huyền dịch

alphabooks
Knowledge is power

NHÀ XUẤT BẢN
LÀO BÔNG

WILEY

Strategyzer



Kolit.vn

Knowledge is a world

The Business Model Canvas

Designed for:

Designed by:

On: Date: Year:
Iteration:

**NHỮNG
ĐỐI TÁC
CHÍNH**



**NHỮNG
HOẠT
ĐỘNG
CHÍNH**



**ĐỀ
XUẤT
GIÁ TRỊ**



Value?
\$ each Customer Segment?

**QUAN HỆ
KHÁCH
HÀNG**



**PHÂN
KHÚC
KHÁCH
HÀNG**



**CÁC
NGUỒN
LỰC
CHÍNH**



Collaborate in real time

**KÊNH
KINH
DOANH**



CƠ CẤU CHI PHÍ



Which key resources are most expensive?
Which key activities are most expensive?
Which key channels are most expensive?
Which key customer relationships are most expensive?
Which key distribution channels are most expensive?
Which key customer segments are most expensive?
Which key cost structure are most expensive?

NGUỒN DOANH THU

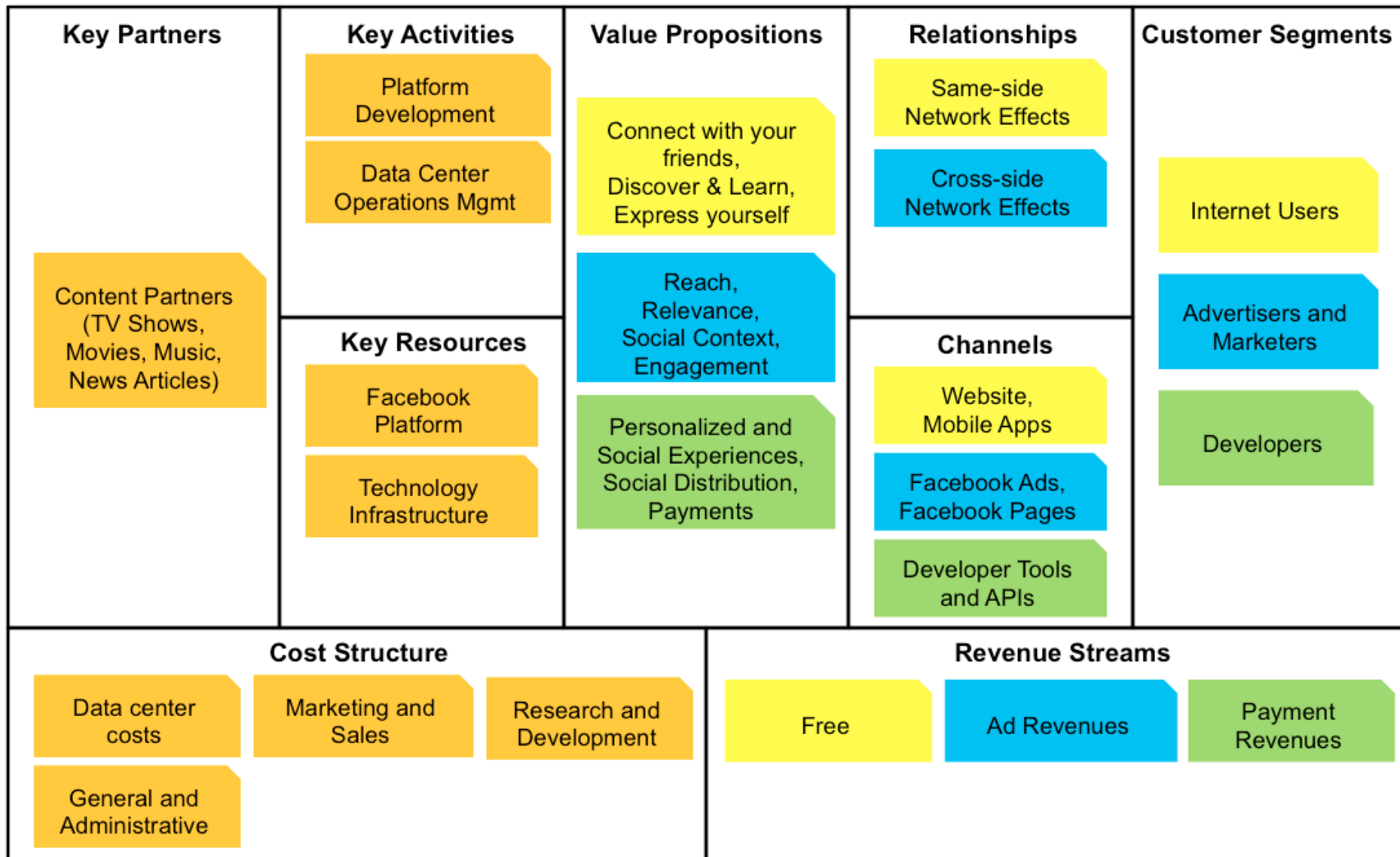


How are they currently paying?
How would they prefer to pay?
How much does each Revenue Stream contribute to overall revenue?
Which key resources are most expensive?
Which key activities are most expensive?
Which key channels are most expensive?
Which key customer relationships are most expensive?
Which key distribution channels are most expensive?
Which key customer segments are most expensive?
Which key cost structure are most expensive?

Ý NGHĨA CỦA VIỆC LẬP MÔ HÌNH KINH DOANH

1. Giúp nhóm khởi nghiệp có bức tranh tổng thể cho việc triển khai ý tưởng kinh doanh.
2. Giúp cho việc điều chỉnh các yếu tố khác dễ dàng khi có một yếu tố thay đổi.
3. Giúp dễ dàng so sánh với mô hình của những đối thủ khác có ý tưởng kinh doanh tương tự.
4. Giúp cho các thành viên trong nhóm có chung góc nhìn để dễ dàng đồng thuận khi đi đến các quyết định.
5. Giúp cho các chuyên gia thẩm định hoặc nhà đầu tư có hứng thú để tiếp tục xem bản kế hoạch kinh doanh.

Facebook – World's leading Social Networking Site (SNS)



FACEBOOK BUSINESS MODEL CANVAS

KEY PARTNERS

Những đối tác cung cấp nội dung (Chương trình TV, Phim, Nhạc, Tin tức)

KEY ACTIVITIES

Phát triển Nền tảng

Trung tâm Dữ liệu
Quản lý Vận hành

KEY RESOURCES

Nền tảng Facebook

VALUE PROPOSITIONS

Kết nối bạn bè
Khám phá & Học tập,
Thể hiện Bản thân

Tiếp cận người dùng mục tiêu và tổ chức cuộc thi

Nền tảng ứng dụng mới

CUSTOMER RELATIONSHIP

Mạng đồng cấp

Mạng chéo

DISTRIBUTION CHANNELS

Web, ứng dụng di động

Quảng cáo Facebook, Fanpage

Công cụ Phát triển và APIs

CUSTOMER SEGMENT

Người sử dụng Internet

Nhà quảng cáo và người làm Marketing

Các nhà Phát triển Ứng dụng

COST STRUCTURE

Chi phí Trung tâm Dữ liệu

Nghiên cứu & Phát triển

Tiếp thị và bán hàng

Quản lý và Điều hành

REVENUE STREAM

Miễn phí

Từ Face Ads

Từ Ứng dụng



BUSINESS MODEL CANVAS - DỊCH VIỆT

Đối tác chính



Hoạt động chính



Giải pháp giá trị



Kênh quan hệ



Phản khúc Khách hàng



Cơ cấu chi phí chính



Cơ cấu dòng tiền chính



II-MÔ HÌNH KINH DOANH TÍNH GỌN (Lean Canvas)

Lean Canvas là một phiên bản biến thể dựa vào Business Model Canvas, được phát triển với Ash Maurya, với nhiều biến đổi để thực sự phù hợp với các startup.

MÔ HÌNH KINH DOANH TÍNH GỌN

(Lean Canvas)

Vấn đề 3 vấn đề mấu chốt	Giải pháp 3 đặc trưng khả dụng nhất	Tuyên bố giá trị khác biệt -Điều gì làm nên sự khác biệt ? -Lí do để khách hàng mua SPDV. -Thông điệp đơn giản, rõ ràng	Lợi thế cạnh tranh độc quyền Khó sao chép hoặc bắt chước	Phân khúc khách hàng Khách hàng mục tiêu là ai?
Sản phẩm thay thế	Chỉ số chính Số liệu quan trọng đem đến nguồn thu nhập	Công nghệ cao	Kênh bán hàng kênh giao tiếp và phân phối	Người chấp nhận sớm
Cấu trúc chi phí Những khoảng tiêu tốn lớn để duy trì hoạt động		Nguồn thu nhập Những khoảng thu thường xuyên tạo ra thu nhập		
PRODUCT		MARKET		



DICHOBIEET - MÔ HÌNH KINH DOANH (LEAN CANVAS)

Phiên bản 09/2018

Vấn đề giải quyết - Nhu cầu du lịch trải nghiệm phát triển mạnh mẽ - Du lịch trực tuyến, và tự tạo hành trình là xu hướng tất yếu. - Du lịch cộng đồng thiếu giải pháp phát triển đồng bộ. Sản phẩm thay thế: - Nước ngoài: AirBnB.com, TripAdvisor.com, booking.com - Trong nước: Tripnow.vn, Triip.me.	Giải pháp giá trị: - Xây dựng hệ sinh thái du lịch cộng đồng 7C. - Tạo lập mô hình kinh tế chia sẻ C2C - Chương trình đào tạo, huấn luyện nghiệp vụ du lịch cộng đồng. Chỉ số quan trọng 2017: 13M ngoại 73M nội, doanh thu 500 tỷ 80% tìm trên internet và 30% mua trực tuyến. - Việt nam có 54 dân tộc, hơn 700 quận huyện. - Hơn 2000 làng nghề và vô số đặc sản. 1,1M làm không ổn định, trong đó 200K cử nhân	Giá trị khác biệt “Đi cho biết về cho khôn” trong mỗi sản phẩm. - Mua tất cả dịch vụ trong một ứng dụng. - Tạo thu nhập thụ động cho thành viên T2K Clup - Thúc đẩy phát triển cộng đồng du lịch tử tế, văn minh và trách nhiệm. Công nghệ cao - Nền tảng internet - Nhận dạng QR - Định vị GPS - Kỹ thuật số - Dữ liệu lớn - Tích hợp ERP	Lợi thế cạnh tranh Mối liên kết mật thiết triển nở trong quá trình hình thành hệ sinh thái du lịch cộng đồng. Kênh tiếp thị bán hàng - DICHOBIEET.VN - Tiếp thị liên kết - Đại lí phan phối - Sự kiện du lịch - Câu lạc bộ T2k - Mạng xã hội	Khách hàng mục tiêu Du khách: - Người thích du lịch trải nghiệm. - Người thích tự tạo tour Cộng đồng: - Những người cung cấp dịch vụ du lịch. - Nhà chế biến đặc sản như ẩm thực, mỹ nghệ. Người chấp nhận sớm - Du khách nước ngoài - Sinh viên, học sinh - Người cận hưu/ đã hưu - Cơ sở DLCĐ sẵn có - Nghệ nhân địa phương - Người cần làm thêm.
Cấu trúc chi phí - Thiết lập, duy trì và phát triển web – app. - Nhân sự quản trị và quản lý toàn hệ thống.			Nguồn doanh thu - Hoa hồng từ giao dịch C2C thành công - Dịch vụ quảng cáo trên web - app	
Chi phí cho xã hội và môi trường - Huấn luyện nghiệp vụ du lịch cho cộng đồng - Tìm kiếm và khôi phục các giá trị địa phương			Lợi ích cho xã hội và môi trường - Bảo tồn, phát triển và giá trị địa phương. - Tăng thêm việc làm cho cộng đồng, nhất là ở nông thôn.	