



KHỞI NGHIỆP: THIẾT KẾ MÔ HÌNH KINH DOANH

I. Khái niệm:

Mô hình kinh doanh là cách thức một tổ chức tạo lập, phân phối và nắm bắt giá trị. Mỗi ngành nghề sẽ có một cách thức tạo ra và phân phối giá sản phẩm/dịch vụ riêng.





I. Khái niệm:

Tuy nhiên, dù hoạt động trong lĩnh vực nào thì mô hình kinh doanh của bạn vẫn phải được xây dựng dựa trên và bao gồm một số thành tố cơ bản.

Alexander Osterwalder và Yves Pigneur gọi đó là "khung mô hình kinh doanh".

I. Khái niệm:

Alexander Osterwalder là nhà lý thuyết và cố vấn kinh doanh người Thụy Sĩ. Yves Pigneur là Giáo sư về Hệ thống thông tin quản trị tại Đại học Lausanne, Thụy Sĩ.



I. Khái niệm:

- Hai người, cùng sự đóng góp của 470 cố vấn và doanh nhân từ 45 quốc gia, đã viết cuốn Business Model Generation (Tạo lập mô hình kinh doanh) - cung cấp những hiểu biết sâu sắc về bản chất của mô hình kinh doanh cùng những phương pháp thiết kế các mô hình kinh doanh sáng tạo, đổi mới, hoặc tái tạo mô hình kinh doanh kiểu cũ.

I. Khái niệm:

Trong Business Model Generation, trước khi giới thiệu các hình mẫu mô hình kinh doanh và đưa ra các giải pháp để thiết kế một mô hình kinh doanh, các tác giả phân tích cái gọi là "khung mô hình kinh doanh".



II. Các thành tố cơ bản của mô hình kinh doanh

- Một mô hình kinh doanh bất kỳ đều phải được xây dựng dựa trên 9 thành tố cơ bản, gồm:



II. Các thành tố cơ bản của mô hình kinh doanh

- 1/ Customer Segment (CS) - Phân khúc khách hàng: Xác định những tập hợp cá nhân hay tổ chức khác nhau mà doanh nghiệp tiếp cận và phục vụ.



II. Các thành tố cơ bản của mô hình kinh doanh

- 2/ Value Propositions (VP) - Giải pháp giá trị: Mô tả gói sản phẩm và dịch vụ mang lại giá trị cho một phân khúc khách hàng cụ thể.





II. Các thành tố cơ bản của mô hình kinh doanh

- 3/ Channels (CH) - Các kênh kinh doanh: Diễn tả cách thức một công ty giao thiệp và tiếp cận các phân khúc khách hàng của mình nhằm chuyển đến họ một giải pháp giá trị.

II. Các thành tố cơ bản của mô hình kinh doanh

- 4/ Customer Relationships (CR) - Quan hệ khách hàng: Diễn tả các hình thức quan hệ mà một công ty thiết lập với các phân khúc khách hàng cụ thể.

II. Các thành tố cơ bản của mô hình kinh doanh

- 5/ Revenue Streams (R\$) - Dòng doanh thu: Phản ánh lượng tiền mặt mà một công ty thu được từ mỗi phân khúc khách hàng (các chi phí phải được khấu trừ khỏi doanh thu để tạo ra thu nhập).

II. Các thành tố cơ bản của mô hình kinh doanh

- 6/ Key Resources (KR) - Nguồn lực chủ chốt: Mô tả những tài sản quan trọng nhất cần có để vận hành một mô hình kinh doanh.





II. Các thành tố cơ bản của mô hình kinh doanh

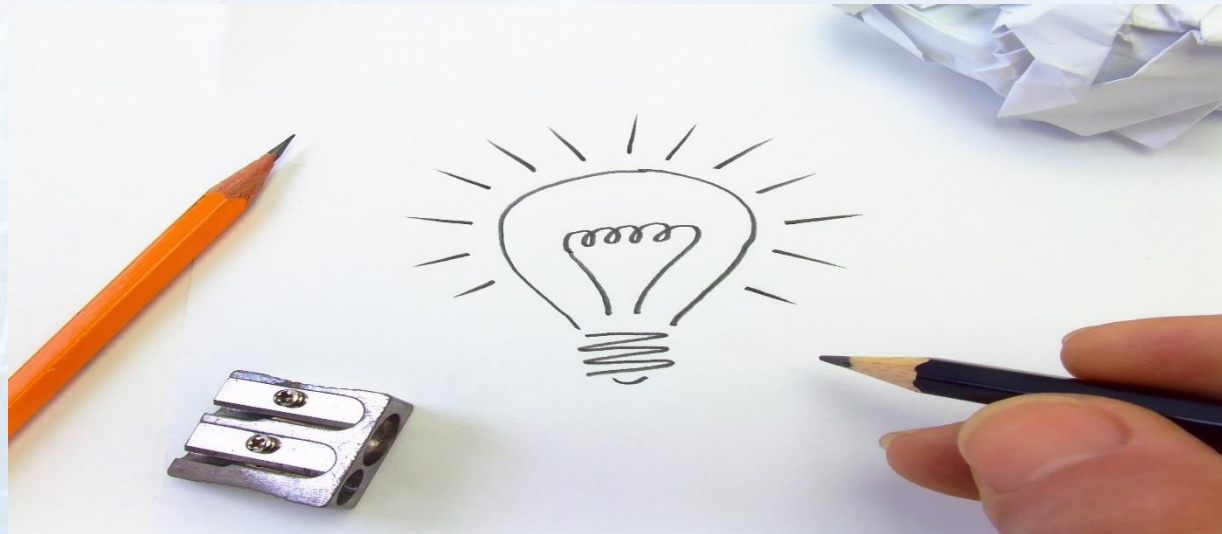
- 7/ Key Activities (KA) - Hoạt động trọng yếu: Mô tả những việc quan trọng nhất mà một công ty phải làm để vận hành mô hình kinh doanh của mình.

II. Các thành tố cơ bản của mô hình kinh doanh

- 8/ Key Partnerships (KP) - Các đối tác chính: Mô tả mạng lưới bao gồm các nhà cung cấp và đối tác mà nhờ đó mô hình kinh doanh có thể vận hành.

II. Các thành tố cơ bản của mô hình kinh doanh

- 9/ Cost Structure (C\$) - Cơ cấu chi phí: Mô tả mọi chi phí phát sinh để vận hành một mô hình kinh doanh.



II. Các mẫu mô hình kinh doanh

- 5 hình mẫu mô hình kinh doanh thông thường. Đó là:
- 1/ Mô hình chuyên biệt hóa kênh phân phối, với 3 dạng nghiệp vụ cốt lõi là cải tiến sản phẩm (như ngành truyền thông di động), quan hệ khách hàng (như ngành ngân hàng) và quản trị cơ sở hạ tầng.

II. Các mẫu mô hình kinh doanh

- 2/ Mô hình "Cái đuôi dài" nhằm bán nhiều loại sản phẩm với số lượng ít hơn (như ngành xuất bản sách).
- 3/ Nền tảng đa phương - tạo ra giá trị bằng cách tạo điều kiện thuận lợi cho sự tương tác giữa các nhóm khác nhau (như Google, Apple).

II. Các mẫu mô hình kinh doanh

- 4/ Miễn phí với tư cách một mô hình kinh doanh, trong đó ít nhất một phân khúc khách hàng đồng đảo có thể hưởng lợi từ một mặt hàng miễn phí một cách liên tục, được tài trợ bởi một thành phần khác trong mô hình kinh doanh hoặc một phân khúc khách hàng khác (chẳng hạn miễn phí với các sản phẩm cơ bản, thu phí với các tính năng nâng cao).

II. Các mẫu mô hình kinh doanh

- 5/ Mô hình kinh doanh mở - nhằm tạo ra và nắm giữ giá trị nhờ hợp tác một cách có hệ thống với các đối tác bên ngoài (như mô hình kinh doanh của P&G).
- Từ đây các doanh nghiệp có thể tham khảo lựa chọn mô hình kinh doanh phù hợp cho riêng mình.



THANK

YOU!!

