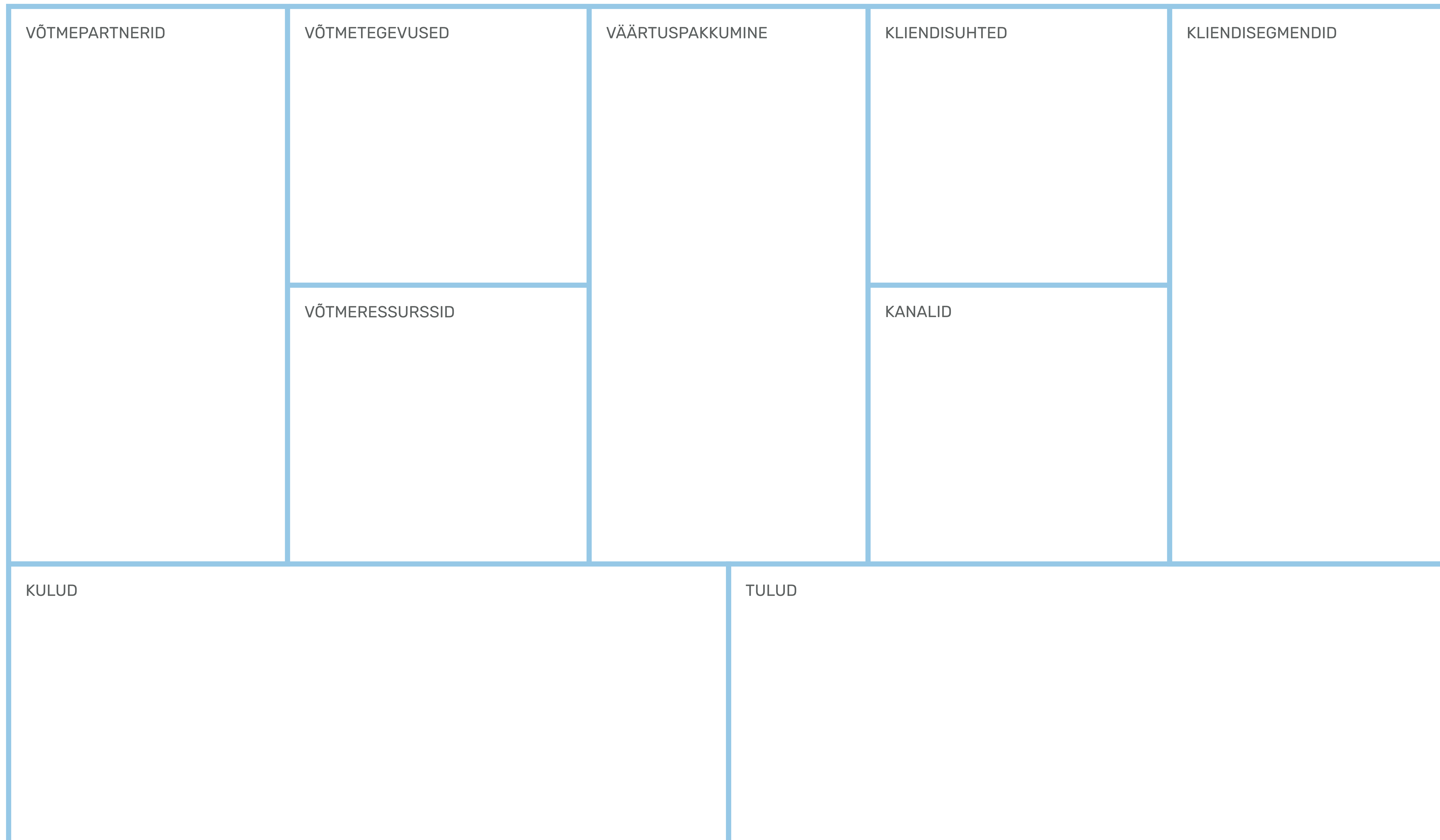


ÄRIMUDEL (OSTERWALDER)



ÄRIMUDELI (OSTERWALDER) JUHEND

Ärimudel on visualiseeritud plaan, mis kirjeldab seoseid, kuidas organisatsioon loob, vahendab ja hoiab väärtust. Ärimudel aitab mõista kellele, mida ja kuidas ettevõtte pakub. See aitab luua tervikliku arusaama ettevõtte tegevustest. Osterwalderi ärimudeli lõuendi loogika järgi esindab ärimudeli parem pool vastust küsimustele „kellele ja mida?“ ning ärimudeli vasak pool vastab küsimusele „kuidas?“.

TEOSTAMISE ETAPID

1. Kliendisegmendid – inimeste või organisatsioonide rühmad, kelleni ettevõtte tahab jõuda ja keda soovib teenindada.
 - Kellele oleme kasuliku?
 - Kellele pakume väärtust?
 - Kes on meie kõige olulisemad kliendid?
2. Väärtuspakkumine – toodete ja teenuste kogum, mis loovad teatava kliendirühma jaoks väärtust. Kliendi probleemi või vajaduse rahuldamine, millest tulenevalt on väärtuspakkumine ettevõtte poolt klientidele pakutavate hüvede kogum. Väärtuspakkumisega selgub teadmine, miks kliendid pöörduvad rohkem ühe kui teise ettevõtte poole ja põhjus, miks nad üldse kellegi poole pöörduma peaksid.
 - Millist väärtust pakume oma kliendile?
 - Millist kliendi probleemi lahendame?
 - Milliseid inimeste vajadusi me rahuldame?
 - Milliseid tooteid või teenuseid pakume me erinevatele kliendisegmentidele?
3. Kliendisuhted – kirjeldab kliendisuuhete liike, milliseid ettevõtte konkreetsete kliendirühmadega sisse seab.
 - Millist tüüpi suhtlust eeldavad meie kliendisegmendid?
 - Milliseid suhteid oleme juba loonud?
 - Milliseid tuleks arendada?
 - Kuidas sobivad need meie ülejäänud kommunikatsioonitegevusega?
4. Kanalid – kirjeldab, kus ettevõtte oma kliendirühmadega suhtleb ja kuidas ta nendeni jõuab, et edastada väärtuspakkumisi. Suhtlus-, turustus- ja müügikanalid moodustavad ettevõtte liidese oma klientidega.
 - Milliste kanalite kaudu jõuame oma kliendini?
 - Kui integreeritud on meie kanalid?
 - Millised töötavad paremini?
 - Millised on kõige kuluefektiivsemad?
 - Kuidas sobituvad need kliendi kasutusrutiiniga?
5. Tulud – käsitleb raha, mida ettevõtte iga kliendirühma pealt teenib (kasumi arvutamiseks tuleb tuludest lahutada kulud). Ärimudel võib sisaldada kaht eri liiki tuluvoogusid, milleks on tehingutulud (tulenevad klientide ühekordsetest maksetest) ja korduvtulud (tulenevad

pidevatest maksetest selle eest, et ettevõtte teeb kliendile järtluvalt väärtuspakkumisi või pakub ostujärgset kliendituge).

- Millised on meie tulud?
 - Millist hinda on meie tarbijad tegelikult nõus maksma?
 - Mille eest maksavad nad täna?
 - Kuidas nad eelistaksid maksta?
 - Milline on konkreetse tuluvoo osakaal kogu tulubaasist?
6. Võtmeressursid – kirjeldab kõige tähtsamaid varasid, mida on tarvis, et panna ärimudel toimima. Ettevõtte võib põhiressursse omada või rentida või hankida neid oma peamistelt partneritelt. Olenevalt ärimudelist on vaja erinevaid ressursse. Põhiressursid võivad olla füüsilised, finantsilised, intellektuaalsed või inimressursid. Ressursse saab omada ise või hankida enda partneritelt ehk nii-öelda sisse osta.
 - Milliseid inimressursse eeldab meie väärtuspakkumine?
 - Milliseid jaotuskanaleid?
 - Kliendisuhted?
 - Tulukanalid?
 7. Võtmetegevused – peamised tegevused ja tähtsamad asjad, mida ettevõtte peab tegema, et panna oma ärimudel toimima. Nagu võtmeressurssidegi puhul, peavad ka võtmetegevused looma ja esitama väärtuspakkumise, jõudma turgudele, hoidma kliendisuhteid ning teenima tulu.
 - Milliseid võtmetegevusi eeldab meie väärtuspakkumine?
 - Milliseid jaotuskanaleid?
 - Kliendisuhted?
 - Tulukanalid?
 8. Võtmepartnerid – peamised partnerite ja tarnijate võrgustik. On võimalik eristada nelja liiki partnerlussuhteid:
 - strateegilised liidud omavahel mittekonkureerivate ettevõtetega vahel;
 - konkurents: strateegilised partnerlussuhted konkurentide vahel;
 - ühisettevõtted uue äri arendamiseks;
 - ostja ja tarnija vahelised suhted, et tagada kindlad tarned.
 - Kes on meie võtmepartnerid?
 - Millised on meie olulisemad partnerlussuhted?
 - Milliseid võtmeressursse hangime oma partneritelt?
 - Millised on võtmetegevused, mida partnerid teostavad?
 9. Kulustruktuur – kirjeldab kõiki ärimudeli ellu rakendamisega kaasnevaid kulusid (kuhu ja milleks raha läheb?). Neid kulusid on suhteliselt lihtne kokku võtta kui võtmeressursid, võtmetegevused ja võtmepartnerid on kindlaks määratud.
 - Millised on kõige olulisemad kulud meie tegevuses?
 - Millised võtmeressursid on kõige kulukamad?
 - Millised võtmetegevused on kõige kulukamad?

