

## Բիզնես կտավ

<p><b>Առանցքային գործընկերներ</b></p> <p>Ո՞րն է լինելու գործընկերոջ մոտիվը օգնելու/աջակցելու տեսանկյունից, ինչպե՞ս էք Ձեր գործընկերներին ներգրավելու արտադրական և վաճառքի փուլերում, ո՞րն է լինելու նրանց դերակատարությունը բիզնես պրոցեսների արդյունավետ կազմակերպման ընթացքում:</p>	<p><b>Առանցքային գործողություններ</b></p> <p>Ո՞րն է լինելու արտադրության/ծառայության գործընթացի կազմակերպման հաջորդականությունը, այլ կերպ ասած՝ տեխնոլոգիական բիզնես պրոցեսները (թվարկել մանրամասնեցնելով ամբողջ արժեչողության ըստ հերթականության)</p> <p><b>Առանցքային ռեսուրսներ</b></p> <p>Որո՞նք են լինելու ֆիզիկական, մտավոր, մարդկային, ֆինանսական ռեսուրսները (թվարկել մանրամասնեցնելով ամբողջը):</p>	<p><b>Առաջարկվող արժեքը</b></p> <p>Ի՞նչ արժեք դուք պետք է հասցնեք ձեր հաճախորդներին: Հաճախորդների պրոբլեմներից («ցավ»/կարիք) ո՞ր մեկն էք օգնում լուծել: Արտադրանքների և ծառայությունների ի՞նչ փաթեթի/ների միջոցով էք Դուք առաջարկում լուծել/բավարարել հաճախորդի այդ «ցավը»/կարիքը (ըստ սեզմենտների): Օրինակներ՝ առանձնահատկություններ կամ բնորոշիչներ՝ նորարարություն, արտադրողականություն, հաճախորդակենտրոնություն, դիզայն, բրենդ, կարգավիճակ, գին/արժեք, ծախսերի կրճատում, ռիսկերի նվազեցում, հասանելիություն, հարմարավետություն: Ո՞րն է «ԻՆՉՈՒՐ» հարցի պատասխանը:</p>	<p><b>Սպառողների, հաճախորդների հետ հարաբերություններ</b></p> <p>Ինչպե՞ս էք իրականացնելու վաճառքը, ի՞նչ մեթոդներ և գործիքներ էք օգտագործելու վաճառքը կազմակերպելու համար, ո՞րն է լինելու հետադարձ կապի ապահովման ռազմավարությունը</p> <p><b>Ուղիներ</b></p> <p>Ինչպե՞ս էք ձեր բիզնես գաղափարի բովանդակային արժեքը հասցնելու ձեր պոտենցիալ հաճախորդին, ի՞նչ աղբյուրներով էք դա փորձելու իրականացնել, ինչպե՞ս էք արժեքի կարևորության մասին տեղեկատվական նյութը ամրապնդելու ձեր պոտենցիալ հաճախորդների մոտ, այլ կերպ ասած, ո՞րն է լինելու ձեր մարքեթինգային ռազմավարությունը:</p>	<p><b>Սպառողների հատվածներ</b></p> <p>Շուկայի ուսումնասիրության նախնական պատկեր և սեզմենտավորում՝ ըստ սոցիալական (օր.՝ կրթություն, տարիք, սեռ, ամուսնական կարգավիճակ, ցանցեր և այլն), աշխարհագրական (բնակության վայր, տեղանքի առանձնահատկություն և այլն), վարքագծային (հակվածությունը գնումների, հաճախությունը և այլն), հոգեբանական (ազդեցության, ընկալումների չափը, և այլն) դրսևորումների: Նկարագրեք ձեր հաճախորդին և այն շուկան, որը ցանկանում էք մտնել: Ովքե՞ր են լինելու ձեր պոտենցիալ հաճախորդները և որ շուկայում էք գործելու (համայնքային, քաղաքային, մարզային, հանրապետական, արտահանման դեպքում երկիրն ու շուկայի նկարագրությունը):</p>
<p><b>Ծախքերի կառուցվածքը</b></p> <p>Որո՞նք են այն ծախսերը, որոնք դուք կատարելու էք աշխատանքները արդյունավետ կազմակերպելու և իրականացնելու համար (օգտվեք հիմնական գործողություններում և ռեսուրսներում առկա բաժիններից):</p>		<p><b>Եկամտի հոսքեր</b></p> <p>Եկամուտների կամ մուտքերի բազմազանեցված սխեման և հնարավոր աղբյուրները, բացի բուն ապրանքի/ծառայության վաճառքից, որո՞նք են լինելու հավելյալ եկամուտների աղբյուրները:</p>		