



ProBM 2

Βασικοί Πόροι

Κατανόηση και Ανάπτυξη Επιχειρηματικών μοντέλων στην Εποχή της Παγκοσμιοποίησης

Περιεχόμενα

- Εισαγωγή
 - Σκοπός
 - Μαθησιακά Αποτελέσματα
 - Λέξεις-Κλειδιά
- Θεωρητικό Πλαίσιο
- Παραδείγματα και Καλές πρακτικές
- Αναφορές





Κάθε επιχειρηματικό μοντέλο απαιτεί Βασικούς Πόρους. Οι πόροι σας δίνουν τη δυνατότητα στην επιχείρησή σας να δημιουργήσει και να προσφέρει Πρόταση Αξίας, προσέγγιση σε αγορές, διατήρηση σχέσεων με ομάδες πελατών και έσοδα. Απαιτούνται διαφορετικοί Βασικοί Πόροι ανάλογα με το επιχειρηματικό μοντέλο. Οι Βασικοί Πόροι μπορεί να είναι φυσικοί, οικονομικοί, πνευματικοί ή ανθρωπίνους. Οι Βασικοί Πόροι μπορεί να ανήκουν ή να εκμισθώνονται από την εταιρεία ή να διατίθενται από τους Βασικούς Συνεργάτες.

Σκοπός

Ο σκοπός αυτής της ενότητας είναι να σας βοηθήσει να κατανοήσετε τι είναι οι Βασικοί Πόροι ενός Καμβά Επιχειρηματικού Μοντέλου, και πώς μπορείτε να τους χρησιμοποιήσετε στο επιχειρηματικό σας πλάνο (επιλογή, κατηγοριοποίηση, ανάπτυξη κ.λ.π)





Μαθησιακά Αποτελέσματα:

Στο τέλος αυτής της ενότητας θα είστε σε θέση να:

- κατανοείτε τι είναι οι Βασικοί Πόροι,
- αντιληφθείτε τη σημασία των Βασικών Πόρων στο επιχειρηματικό μοντέλο,
- διακρίνετε τους διαφορετικούς τύπους των Βασικών Πόρων,
- αξιολογείτε ποιος από τους Βασικούς Πόρους δημιουργεί την Πρόταση Αξίας.





Λέξεις-Κλειδιά










- Βασικοί Πόροι
- Φυσικοί πόροι
- Πνευματικοί πόροι
- Ανθρώπινοι πόροι
- Οικονομικοί πόροι
- Πελατειακές ομάδες
- Έσοδα
- Πρόταση αξίας



Περιεχόμενα

- Εισαγωγή
 - Σκοπός
 - Μαθησιακά Αποτελέσματα
 - Λέξεις-Κλειδιά
- **Θεωρητικό Πλαίσιο**
- Παραδείγματα και Καλές πρακτικές
- Αναφορές



Καμβάς Επιχειρηματικού		Σχεδιάστηκε για:	Σχεδιάστηκε από:	Ημερομηνία:	Εκδοχή:																																										
Βασικοί Συνεργάτες  <p>Ποιος είναι ο βασικός μας συνεργάτης; Ποιος είναι ο προμηθευτής μας; Ποιος Βασικός Πόρος εξασφαλίζουμε από τους συνεργάτες μας; Ποιος Βασικός Δραστηριότητες εκτελούν οι συνεργάτες μας;</p> <p>ΚΩΔΙΚΑΤΑ ΓΙΑ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ <i>Optimization and economy / Βελτιστοποίηση και οικονομία</i> <i>Reduction of risk and uncertainty / Μείωση ρίσκου και αβεβαιότητας</i> <i>Acquisition of particular resources and activities / Εξασφάλιση συγκεκριμένων πόρων και δραστηριοτήτων</i></p>	Βασικές Δραστηριότητες  <p>Ποιες Βασικές Δραστηριότητες απαιτούνται για την Πρόταση Αξίας μας; Για τα Κανάλια Διανομής; Για τις Πελατειακές Σχέσεις; Για τις Ροές Εσόδων;</p> <p>ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ <i>Production / Παραγωγή</i> <i>Problem solving / Επίλυση προβλημάτων</i> <i>Network/Network / Πλατφόρμα/Δίκτυο</i></p>	Πρόταση Αξίας  <p>Τι αξία παροδίδουμε στον πελάτη μας; Ποια από τα προβλήματα του πελάτη μας βοηθάμε να λυθεί; Τι ουσιαστές προδόντων και υπηρεσιών προσφέρουμε σε κάθε Πελατειακή Ομάδα; Ποιες ανάγκες πελατών ικανοποιούμε;</p> <p>ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ <i>Newness / Νεότητα</i> <i>Performance / Απόδοση</i> <i>Customization / Μεγιστοποίηση</i> <i>"Getting the Job Done"/ Ολοκλήρωση</i> <i>Design / Σχεδία</i> <i>Brand/Status / Μάρκα/Κίριος</i> <i>Price / Τιμή</i> <i>Cost reduction / Μείωση κόστους</i> <i>Risk reduction / Μείωση ρίσκου</i> <i>Accessibility / Προσβασιμότητα</i> <i>Convenience/Usability / Άνεση/Χρησιμότητα</i></p>	Πελατειακές Σχέσεις  <p>Τι είδους σχέση αναμένεται από την κάθε Πελατειακή μας Ομάδα να αναπτύσσεται και να διατηρούμε μαζί τους; Ποιες έχουμε καλύτερες ιδέες; Πώς εννομαίνονται στο υπόλοιπο επιχειρηματικό μοντέλο; Πόσο ισχυρές είναι;</p> <p>ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ <i>Personal assistance / Προσωπική στήριξη</i> <i>Dedicated personal assistance / Εξατομικευμένη προσωπική στήριξη</i> <i>Self-service / Αυτό-εξυπηρέτηση</i> <i>Automated services / Αυτοματοποιημένες υπηρεσίες</i> <i>Communities / Κοινότητες</i> <i>Co-creation / Συν-δημιουργία</i></p>	Πελατειακές Ομάδες  <p>Για ποιον δημιουργούμε αξία; Ποιος είναι ο πιο σημαντικός μας πελάτης;</p> <p><i>Mass Market / Μαζική αγορά</i> <i>Niche Market / Εξειδικευμένη αγορά (Niche)</i> <i>Segmented / Τμηματοποίηση</i> <i>Diversified / Διαφοροποίηση</i> <i>Multi-sided platform / Πολυπλευρική πλατφόρμα</i></p>																																											
	Βασικοί Πόροι  <p>Ποιοι Βασικοί Πόροι απαιτούνται για την Πρόταση Αξίας μας; Για τα Κανάλια Διανομής; Τις Πελατειακές Σχέσεις; Τις Ροές Εσόδων;</p> <p>ΕΙΔΗ ΠΟΡΩΝ <i>Physical / Υλικοί</i> <i>Intellectual/ Brand patents, copyrights, data) / Διοανομητικοί (πυλίντες, πνευματικά δικαιώματα, δεδομένα)</i> <i>Human / Ανθρώπινοι</i> <i>Financial / Οικονομικοί</i></p>	Κανάλια  <p>Μετά από ποια Κανάλια θέλουν οι Πελατειακές μας Ομάδες να τους απευθύνεστε; Πώς απευθύνεστε σε αυτές τώρα; Πώς είναι εννομασμένα τα Κανάλια μας τώρα; Ποια αποδόζουν περισσότερο; Ποιος είναι το καλύτερο δαπανηρά; Πώς τα εννομασούμε; στη ρουτίνα των πελατών;</p> <p>ΦΑΣΕΙΣ ΚΑΝΑΛΙΩΝ</p> <ol style="list-style-type: none"> Awareness – How do we raise awareness about our company's products and services? Ενημέρωση – Πώς ενημερώνουμε σχετικά με τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της εταιρείας μας; Evolution – How do we help customers evaluate our organization's Value Proposition? Αξιολόγηση – Πώς βοηθούμε τους πελάτες να αξιολογήσουν την Πρόταση Αξίας του οργανισμού μας; Purchase – How do we allow customers to purchase specific products and services? Αγορά – Πώς δίνουμε τη δυνατότητα στους πελάτες να αγοράζουν συγκεκριμένα προϊόντα και υπηρεσίες; Delivery – How do we deliver Value Proposition to customers? Παροδωση – Πώς παροδίδουμε την Πρόταση Αξίας στους πελάτες; After sales – How do we provide post-purchase customer support? Μετά την πώληση – Πώς παροδίδουμε στήριξη στους πελάτες μετά την αγορά τους; 																																													
Δομή Κόστους  <p>Ποια είναι τα πιο σημαντικά πράγματα κόστη στο επιχειρηματικό μας μοντέλο; Ποιοι Βασικοί Πόροι είναι πιο ακριβά; Ποιες Βασικές Δραστηριότητες είναι πιο ακριβές;</p> <p>Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΣΑΣ ΕΙΝΑΙ ΠΙΟ... <i>Cost Driven (lowest cost structure, low price proposition, maximum automation, extensive outsourcing)</i> Επικεντρωμένη στο Κόστος (απλούστερη δομή κόστους, χαμηλή πρόταση τιμής, μέγιστος αυτοματισμός, εκτεταμένη εξωτερική ανάθεση) ή <i>Value Driven (focused on value creation, premium value proposition)</i> Επικεντρωμένη στην Αξία (συστήριση στη δημιουργία αξίας, ανώτερη πρόταση αξίας)</p> <p>ΔΕΙΓΜΑΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΩΝ <i>Fixed costs (salaries, rents, utilities) / Σταθερά κόστη (μισθοί, ενοίκια, λογαριασμοί)</i> <i>Variable costs / Μεταβλητά κόστη</i> <i>Economies of scale / Οικονομίες κλίμακας</i> <i>Economies of scope / Οικονομίες οπασού</i></p>		Ροές εσόδων  <p>Για ποια αξία είναι πρόδοντες οι πελάτες να πληρώνουν; Για ποιο κέρμα πληρώνουν προς το παρόν; Πώς πληρώνουν προς το παρόν; Πώς θα προποσούν να πληρώνουν; Πώς αναβλέπει η κάθε Ροή Εσόδων στα αναλλήλα έσοδα;</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>ΕΙΔΗ</th> <th>ΣΤΑΘΕΡΗ ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗ</th> <th>ΔΥΝΑΜΙΚΗ ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗ</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Asset sale</td> <td>List price</td> <td>Negotiation (bargaining)</td> </tr> <tr> <td>Usage fee</td> <td>Product feature dependent</td> <td>Yield management</td> </tr> <tr> <td>Subscription fees</td> <td>Customer segment dependent</td> <td>Real-time market</td> </tr> <tr> <td>Licensing</td> <td>Volume dependent</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Brokerage fees</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Advertising</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Lending/Leasing</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Πώληση στοιχείων ενεργητικού</td> <td>Τιμή καταλόγου</td> <td>Διαπραγματευση</td> </tr> <tr> <td>Τέλη χρήσης</td> <td>Με βάση τα χαρακτηριστικά προϊόντος</td> <td>Διαμετρηση αποδοσιότητας</td> </tr> <tr> <td>Τέλη συνδρομής</td> <td>Με βάση τις Πελατειακές Ομάδες</td> <td>Αγορά σε πραγματικό χρόνο</td> </tr> <tr> <td>Αδειοδοτηση</td> <td>Με βάση τον όγκο</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Τέλη μεσετίας</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Διαφήμιση</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Δανεισμός/Ενοικίαση/Μίσθωση</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	ΕΙΔΗ	ΣΤΑΘΕΡΗ ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗ	ΔΥΝΑΜΙΚΗ ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗ	Asset sale	List price	Negotiation (bargaining)	Usage fee	Product feature dependent	Yield management	Subscription fees	Customer segment dependent	Real-time market	Licensing	Volume dependent		Brokerage fees			Advertising			Lending/Leasing			Πώληση στοιχείων ενεργητικού	Τιμή καταλόγου	Διαπραγματευση	Τέλη χρήσης	Με βάση τα χαρακτηριστικά προϊόντος	Διαμετρηση αποδοσιότητας	Τέλη συνδρομής	Με βάση τις Πελατειακές Ομάδες	Αγορά σε πραγματικό χρόνο	Αδειοδοτηση	Με βάση τον όγκο		Τέλη μεσετίας			Διαφήμιση			Δανεισμός/Ενοικίαση/Μίσθωση		
ΕΙΔΗ	ΣΤΑΘΕΡΗ ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗ	ΔΥΝΑΜΙΚΗ ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗ																																													
Asset sale	List price	Negotiation (bargaining)																																													
Usage fee	Product feature dependent	Yield management																																													
Subscription fees	Customer segment dependent	Real-time market																																													
Licensing	Volume dependent																																														
Brokerage fees																																															
Advertising																																															
Lending/Leasing																																															
Πώληση στοιχείων ενεργητικού	Τιμή καταλόγου	Διαπραγματευση																																													
Τέλη χρήσης	Με βάση τα χαρακτηριστικά προϊόντος	Διαμετρηση αποδοσιότητας																																													
Τέλη συνδρομής	Με βάση τις Πελατειακές Ομάδες	Αγορά σε πραγματικό χρόνο																																													
Αδειοδοτηση	Με βάση τον όγκο																																														
Τέλη μεσετίας																																															
Διαφήμιση																																															
Δανεισμός/Ενοικίαση/Μίσθωση																																															



Βασικοί Πόροι

Ένας σύντομος ορισμός:

Πόρος είναι ένας οικονομικός ή παραγωγικός παράγοντας που απαιτείται για την επίτευξη μιας δραστηριότητας.

Οι τρεις πιο βασικοί πόροι είναι η γη, η εργασία και το κεφάλαιο. Άλλοι πόροι περιλαμβάνουν την ενέργεια, την επιχειρηματικότητα, τις πληροφορίες, την εξειδίκευση, τη διαχείριση και το χρόνο.



Οι **Βασικοί Πόροι** είναι τα βασικά στοιχεία που χρησιμοποιεί η εταιρεία σας για να δημιουργήσει την πρόταση αξίας της, να εξυπηρετήσει το τμήμα πελατών και να παραδώσει το προϊόν στον πελάτη. Αυτά είναι τα πιο σημαντικά πράγματα που πρέπει να διαθέτετε για να λειτουργήσει το επιχειρηματικό σας μοντέλο. Αυτά είναι τα κύρια συστατικά που χρειάζεται η εταιρεία σας για να δημιουργήσει το **τελικό προϊόν**, και συνήθως **διαφέρουν** από τους βασικούς πόρους που χρησιμοποιούν οι ανταγωνιστές. Οι βασικοί πόροι έχουν να κάνουν με τα **λειτουργικά τέλη του διοικητικού φάσματος** και καθορίζουν **τι υλικά χρειάζονται**, τι είδους **εξοπλισμός** χρειάζεται και τι **είδους προσωπικό χρειάζεται να προσληφθεί**. Αυτή η πτυχή παίζει σημαντικό ρόλο στη δημιουργία της πρότασης αξίας για την πελατειακή ομάδα σας και καθορίζει το ελάχιστο που χρειάζεται να παραδώσετε στον πελάτη.

Στον Καμβά Επιχειρηματικού Μοντέλου, συμπεριλαμβάνονται μόνο οι πόροι που σας καθιστούν μοναδικούς συγκριτικά με τους ανταγωνιστές σας στην αγορά.



Είδη Βασικών Πόρων:

Οι Βασικοί Πόροι μπορούν να κατηγοριοποιηθούν σε τέσσερις τύπους:

- Φυσικοί
- Πνευματικοί
- Ανθρώπινοι
- Οικονομικοί



Φυσικοί Πόροι

Τα φυσικά περιουσιακά στοιχεία είναι υλικοί πόροι που χρησιμοποιεί η επιχείρηση για να δημιουργήσει την αξία της.

- Αυτοί θα μπορούσαν να περιλαμβάνουν εξοπλισμό, απογραφές, κτήρια, εργοστάσια παραγωγής και δίκτυα διανομής που επιτρέπουν την επιχείρηση να λειτουργεί.

Οι έμποροι λιανικής βασίζονται σε μεγάλο βαθμό στους φυσικούς πόρους.

Αυτή η πτυχή επιχειρηματικού σχεδιασμού μπορεί να είναι είναι μία από τις πιο ακριβές. Είναι, επομένως, σημαντικό για έναν επιχειρηματία να εκτιμήσει ρεαλιστικά όλες τις απαιτούμενες ανάγκες πριν κάνει οποιαδήποτε αγορά.



Πνευματικοί Πόροι

Αυτοί είναι μη φυσικοί, άυλοι πόροι.

- Αυτοί θα μπορούσαν να είναι η επωνυμία, τα διπλώματα ευρεσιτεχνίας, οι διευθύνσεις IP, τα πνευματικά δικαιώματα ακόμα και οι συνεργασίες. Οι λίστες πελατών, οι γνώσεις των πελατών ακόμα και οι δικοί σας άνθρωποι αντιπροσωπεύουν μια μορφή πνευματικών πόρων.

Οι Πνευματικοί Πόροι χρειάζονται πολύ χρόνο και δαπάνες για να αναπτυχθούν. Μόλις αναπτυχθούν προσφέρουν μοναδικά πλεονεκτήματα στην επιχείρηση. Είναι ολοένα και πιο σημαντικά εξαρτήματα ενός ισχυρού επιχειρηματικού μοντέλου.



Ανθρώπινοι Πόροι

Οι υπάλληλοι είναι συχνά το πιο σημαντικό στοιχείο αλλά και αυτό το οποίο παραβλέπεται πιο εύκολα σε έναν οργανισμό. Αυτό συμβαίνει ιδιαίτερα σε εταιρείες στον κλάδο των υπηρεσιών ή σε επιχειρήσεις με δραστηριότητες που απαιτούν μεγάλο ποσοστό δημιουργικότητας και εκτενή γνώση, όπου οι ανθρώπινοι πόροι, όπως για παράδειγμα οι εκπρόσωποι εξυπηρέτησης πελατών, οι μηχανικοί λογισμικού ή διάφοροι επιστήμονες είναι υψίστης σημασίας. Κάθε επιχείρηση απαιτεί ανθρώπινους πόρους, αλλά οι άνθρωποι κατέχουν εξέχουσα θέση σε ορισμένα επιχειρηματικά μοντέλα.

- Για παράδειγμα, οι ανθρώπινοι πόροι είναι κρίσιμοι σε επιχειρήσεις που δίνουν μεγάλη βαρύτητα στις γνώσεις και στις δημιουργικές βιομηχανίες.

Η επιτυχία ενός οργανισμού βασίζεται πολύ στο ταλέντο και στη δύναμη των υπαλλήλων του. Δυνατά μέλη της ομάδας μπορεί να προσληφθούν χρησιμοποιώντας ποικίλες μεθόδους. Οι υπηρεσίες προσωπικού και οι εκτελεστικές εταιρείες αναζήτησης ειδικεύονται στην τοποθέτηση ταλέντων σε κάθε επίπεδο μέσα σε κάθε βιομηχανία. Μία εναλλακτική είναι να βρεθούν υπάλληλοι με συστάσεις από άτομα που η γνώμη τους είναι αξιόπιστη.



Οικονομικοί Πόροι

Το πιο σημαντικό στοιχείο για τη δημιουργία μιας επιχείρησης είναι η χρηματοδότηση. Ακόμα και οι πιο βασικές επιχειρήσεις καλούνται να καλύψουν από ένα πλήθος από κόστη εκκίνησης, συμπεριλαμβανομένου του κόστους κατοχύρωσης επιχειρηματικής ονομασίας, απόκτησης επιχειρηματικής τηλεφωνικής γραμμής, κ.λπ.

- Οι οικονομικοί πόροι μπορεί να αποκτώνται από μια πληθώρα πηγών, με πιο εύκολο από τους προσωπικούς λογαριασμούς του ιδρυτή της επιχείρησης. Εναλλακτικά, δάνεια και πιστώσεις μπορεί να δοθούν από οικονομικά κέντρα, φίλους και συγγενείς, ιδιωτικούς επενδυτές ακόμα και την κυβέρνηση. Επιπλέον, πολλές επιχορηγήσεις προέρχονται από ιδιωτικούς και δημόσιους φορείς στους επιχειρηματίες με ποικίλα δημογραφικά στοιχεία. Οι οικονομικοί πόροι περιλαμβάνουν τα μετρητά, πιστώσεις και τη δυνατότητα πλάνων μετοχών για τους υπαλλήλους.

Όλες οι επιχειρήσεις έχουν βασικούς οικονομικούς πόρους, αλλά κάποιες θα έχουν πιο ισχυρούς οικονομικούς πόρους από άλλες, όπως για παράδειγμα οι τράπεζες που βασίζονται εξ ολοκλήρου σε αυτό το βασικό πόρο.



Άλλα Είδη Πόρων

Η μεταβαλλόμενη κατάσταση στον επιχειρηματικό κόσμο προκάλεσε την εμφάνιση πρόσθετων πόρων:

- **Εκπαιδευτικοί Πόροι**

Πιθανόν το πιο σπουδαίο πράγμα που θα μπορούσε να κάνει ένας επιχειρηματίας όταν δημιουργεί μια καινούρια επιχείρηση είναι να αποκτήσει όσο περισσότερες γνώσεις γίνεται. Με την κατανόηση του ανταγωνισμού και αποκτώντας εις βάθος γνώσεις για την βιομηχανία του, ο επιχειρηματίας θα είναι καλύτερα προετοιμασμένος να πάρει εξυπνότερες αποφάσεις σχετικά με την κατεύθυνση που θα πρέπει να πάρει η εταιρεία του.

- **Συναισθηματικοί Πόροι**

Το να ξεκινάς μια επιχείρηση μπορεί να είναι εξαιρετικά αγχωτική διαδικασία για έναν επιχειρηματία. Για να διατηρήσουν την ψυχραιμία τους χωρίς να χάσουν το κίνητρό τους είναι σημαντικό για τους επιχειρηματίες να έχουν μια ομάδα στήριξης που μπορεί να τους δώσει έμπνευση, υποστήριξη και καθοδήγηση όπου χρειάζεται. Αυτή η ομάδα μπορεί να αποτελείται από οικογένεια και φίλους, μαζί με ένα μέντορα ή μια επαγγελματική οργάνωση (ή οργανισμό).



Περιεχόμενα

- Εισαγωγή
 - Σκοπός
 - Μαθησιακά Αποτελέσματα
 - Λέξεις-Κλειδιά
- Θεωρητικό Πλαίσιο
- Παραδείγματα και Καλές πρακτικές
- Αναφορές





Οι Βασικοί Πόροι εξαρτώνται από τον τύπο της επιχείρησης

Οι Βασικοί Πόροι είναι τα στρατηγικά κεφάλαια που πρέπει να διαθέτει μια επιχείρηση, σε μεγαλύτερο ή πιο στοχευμένο βαθμό από τους ανταγωνιστές.

Ο Καμβάς Επιχειρηματικού Σχεδίου προτείνει τρεις βασικούς τύπους επιχειρήσεων, με βάση:

- το Προϊόν,
- το Πεδίο εφαρμογής,
- τις Υποδομές.

Αυτοί οι τρεις κύριοι τύποι επιχειρήσεων τείνουν να χρησιμοποιούν παρόμοιους Βασικούς Πόρους.

Οι επιχειρήσεις με βάση το Προϊόν έχουν κάποιου είδους διαφοροποιημένο προϊόν.

Οι επιχειρήσεις με βάση το Πεδίο Εφαρμογής δημιουργούν μια συνεργία γύρω από μια συγκεκριμένη Πελάτειακή Ομάδα.

Οι επιχειρήσεις με βάση τις Υποδομές επιτυγχάνουν οικονομίες κλίμακας σε μια συγκεκριμένη, εξαιρετικά επαναλαμβανόμενη περιοχή.





Καλές Πρακτικές- Κάρτες VISA

Η VISA είναι μια τεχνολογική επιχείρηση η οποία προσφέρει λύσεις για πληρωμές σε όλο τον κόσμο. Η VISA δεν προσφέρει οικονομομική βοήθεια ή πιστωτικά όρια στους πελάτες αυτοπροσώπως. Αντιθέτως, παρέχει σε τράπεζες και άλλα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα ένα "Δίκτυο Πληρωμών Ανοικτού Βρόγχου" που παρέχει ένα μέσο επικοινωνίας και ανταλλαγής πληροφοριών μεταξύ διαφορετικών επιχειρήσεων σε όλες τις βιομηχανίες.

Η VISA παρέχει αξία σε κατόχους καρτών δίνοντάς τους έναν ασφαλή και βολικό τρόπο για την πραγματοποίηση συναλλαγών. Οι έμποροι είναι σε θέση να παρέχουν στους πελάτες τους μεγαλύτερη ευκολία όταν δέχονται κάρτες VISA και οι τράπεζες χρεώνουν τέλη για την χρήση της κάρτας, καθώς και τέλη συναλλαγών και τέλη για καθυστερημένες πληρωμές.

Η VISA το κάνει αυτό χρησιμοποιώντας τους βασικούς πόρους της, όπως οι παγκόσμιες υποδομές επεξεργασίας που έχει αναπτύξει η εταιρεία εδώ και πολλά χρόνια. Αυτές οι υποδομές αποτελούνται από γεωγραφικά διάσπαρτα κέντρα επεξεργασίας που συνδέονται μεταξύ τους και τα οποία είναι προγραμματισμένα για ελαχιστοποίηση του πλεονάσματος. Οι λειτουργίες της VISA επικεντρώνονται σε μεγάλο βαθμό στη διαχείριση και στη συντήρηση αυτών των υποδομών γιατί είναι βασικό να παρέχονται στους πελάτες της VISA ασφάλεια, άνεση, ταχύτητα και αποτελεσματικότητα.





Επιχειρήσεις με Βάση το Προϊόν

Αυτές οι επιχειρήσεις επικεντρώνουν όλες τις λειτουργίες τους στη δημιουργία και πώληση ενός προϊόντος. Αυτά τα προϊόντα έχουν μοναδικά χαρακτηριστικά και ένα τμήμα πελατών είναι πρόθυμοι και ανυπόμονοι να τα αγοράσουν. Οι Βασικοί Πόροι για αυτές τις επιχειρήσεις είναι πνευματικοί και ανθρώπινοι, δεδομένου ότι αυτοί οι οργανισμοί συνήθως έχουν πνευματική ιδιοκτησία και εξειδίκευση στη συγκεκριμένη βιομηχανία και εξειδικευμένη αγορά.

Η **Rovio**, ο δημιουργός του διάσημου παιχνιδιού για κινητά Angry Birds, είναι ένα παράδειγμα επιχείρησης με γνώμονα τα προϊόντα.





Επιχειρήσεις με Βάση το Πεδίο Εφαρμογής

Αυτές οι επιχειρήσεις επικεντρώνονται στο να παρέχουν προτάσεις αξίας σε μια συγκεκριμένη πελατειακή ομάδα. Αυτές οι επιχειρήσεις διαθέτουν Βασικούς Πόρους στην ανεπτυγμένη νοημοσύνη τους σχετικά με το στοχευμένο τμήμα πελατών τους, ένα καθιερωμένο σύνολο διαδικασιών και, σε μερικές περιπτώσεις, υποδομές όπως εξειδικευμένα κέντρα εξυπηρέτησης.

Για παράδειγμα, ένας οργανισμός που στοχεύει να ειδικευτεί στο να είναι ο **πάροχος Τεχνολογικών Πληροφοριών σε όλες τις νομικές εταιρείες** σε μια περιοχή είναι μια επιχείρηση με γνώμονα το πεδίο εφαρμογής.





Επιχειρήσεις με Βάση τις Υποδομές

Αυτές οι επιχειρήσεις, όπως υποδηλώνει το όνομα, επιτυγχάνουν κέρδος αξιοποιώντας τις ανεπτυγμένες και υλοποιημένες υποδομές τους. Η **βιομηχανία τηλεπικοινωνιών** επενδύει σε μεγάλο βαθμό στο να αναπτύξει τις τηλεπικοινωνιακές υποδομές σε μια χώρα και στη συνέχεια αποκομίζει τα οφέλη για χρόνια με μικρές επενδύσεις για να ενημερώνει τα συστήματά της.

Οι έμποροι λιανικής έχουν επίσης επιχειρήσεις με γνώμονα τις υποδομές επειδή εξαρτώνται κυρίως από τις υλοποιημένες υποδομές τους έτσι ώστε να διατηρούν τα κέρδη τους μακροπρόθεσμα.



Περιεχόμενα

- Εισαγωγή
 - Σκοπός
 - Μαθησιακά Αποτελέσματα
 - Λέξεις-Κλειδιά
- Θεωρητικό Πλαίσιο
- Παραδείγματα και Καλές Πρακτικές
- Αναφορές





Denis Oakley's, Key Resources in the Business Model Canvas, www.Denis-Oakley.com

https://www.youtube.com/watch?v=hOAhEEkddKO&feature=emb_logo

What Are The Key Resources Needed To Deliver The Value Proposition?

<https://www.denis-oakley.com/business-model-canvas-course/key-resources/>

How do I use the Key Resources building block of the Business Model Canvas?

<https://strategyzer.uservoice.com/knowledgebase/articles/1194367-how-do-i-use-the-key-resources-building-block-of-t>

The 20 Minutes Business Plan: Business Model Canvas Made Easy

https://www.alexandercowan.com/business-model-canvas-templates/#Step_7_of_10_Key_Resources

https://www.youtube.com/watch?v=hOAhEEkddKO&feature=emb_logo





Key Resources Building Block in Business Model Canvas

<https://www.cleverism.com/key-resources-building-block-in-business-model-canvas/>

5 Resources You Need to Succeed to Start a Business

<https://smallbusiness.chron.com/5-resources-need-succeed-start-business-23.html>

A List of Requirements Prioritization Techniques You Should Know About

<https://www.businessanalystlearnings.com/blog/2016/8/18/a-list-of-requirements-prioritization-techniques-you-should-know-about>

<https://quizlet.com/latest>

<http://www.businessdictionary.com/definition/resource.html>



Το πρόγραμμα χρηματοδοτήθηκε με την βοήθεια της Ευρωπαϊκής Επιτροπής στα πλαίσια του Προγράμματος Erasmus+ “Understanding and Developing Business Models in the Globalisation Era” (No.2019-1-PL01-KA204-064951. . Τα περιεχόμενα αυτής της δημοσίευσης απηχούν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών της και σε καμία περίπτωση δεν πρέπει να θεωρηθεί ότι απηχούν τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Η Επιτροπή δεν φέρει καμία ευθύνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχει αυτή η δημοσίευση

