



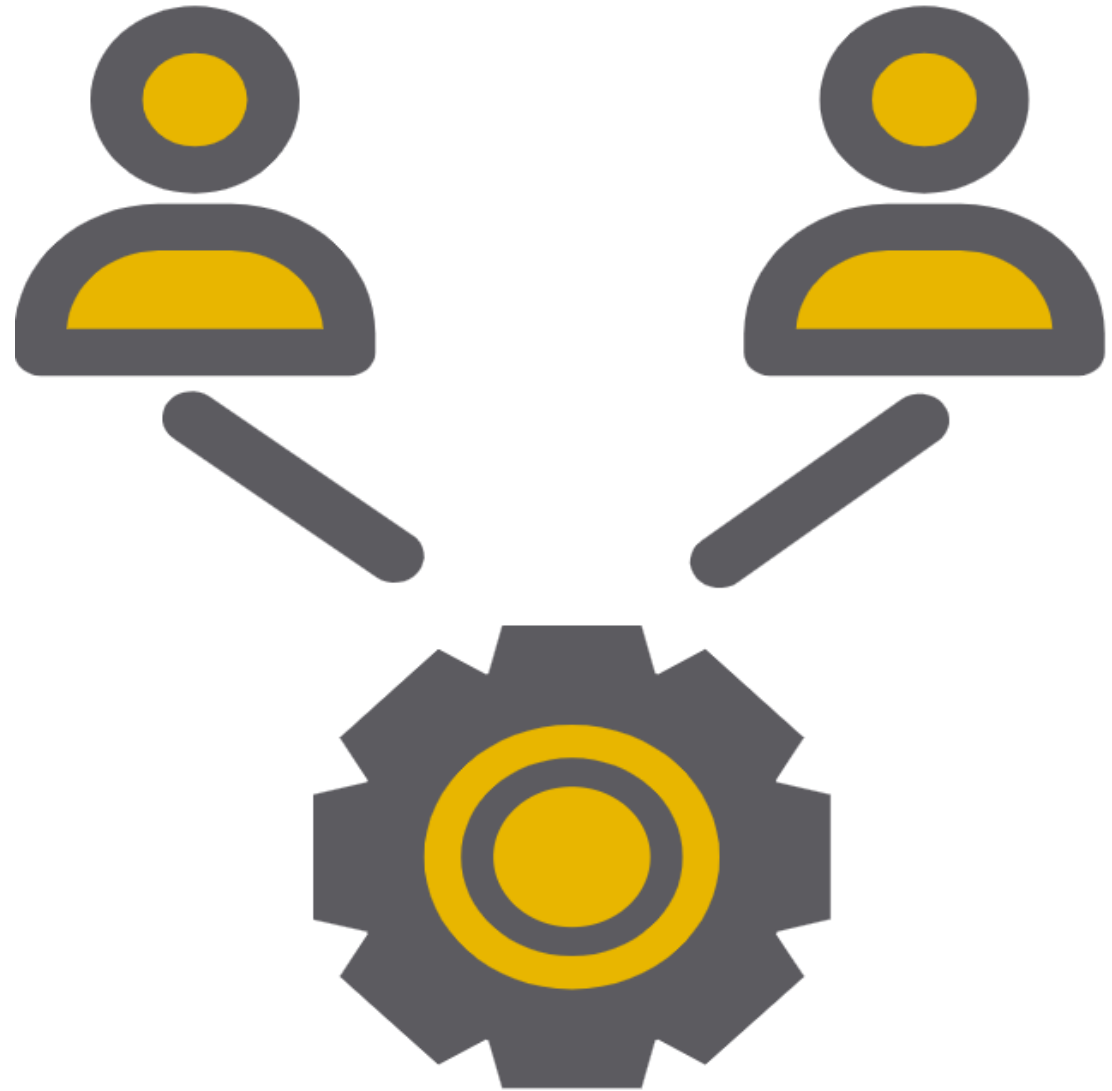
ProBM 2

Βασικές Δραστηριότητες

Κατανόηση και Ανάπτυξη Επιχειρηματικών Μοντέλων στην Εποχή της Παγκοσμιοποίησης

Περιεχόμενα

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



Κάθε διαχειριστής πρέπει να ασχοληθεί με τη δημιουργία ενός Καμβά Επιχειρηματικού Μοντέλου, ειδικά με τον καθορισμό των βασικών δραστηριοτήτων καθώς είναι θεμελιώδεις ώστε να επιτευχθούν οι αναμενόμενοι στόχοι. Οι επιχειρηματικές δραστηριότητες περιλαμβάνουν τη λήψη αποφάσεων σχετικά με τις λειτουργίες, τη διοίκηση, την παραγωγή, την επίλυση προβλημάτων, το μάρκετινγκ και την επικοινωνία μεταξύ των πελατών.

Οι βασικές δραστηριότητες δεν μπορούν να είναι ομοιόμορφες, καθώς αλληλίζουν ανάλογα με τον τύπο της δραστηριότητας και τις λειτουργίες που επιτελεί. Κατά συνέπεια, μόλις οριστούν καθορίζονται από τις ανάγκες και τους μελλοντικούς στόχους της επιχείρησης. Πριν τεθούν οι βασικές δραστηριότητες, οι διαχειριστές πρέπει να κάνουν έναν εσωτερικό έλεγχο: εκτίμηση των μέσων παραγωγής τους, δραστηριότητες επίλυσης προβλημάτων, πλατφόρμες, δίκτυα και δίνοντας σημασία στη σχέση που έχουν με τους πελάτες, στους οποίους επικοινωνούν την πρόταση αξίας των προϊόντων τους.

Σκοπός

Ο σκοπός αυτής της ενότητας είναι η καλύτερη κατανόηση του τμήματος των Βασικών Δραστηριοτήτων στο καμβά επιχειρηματικού μοντέλου ώστε να μπορείτε να δουλέψετε με αυτό μέσα σε ένα επιχειρηματικό πλάνο.



Μαθησιακά Αποτελέσματα

Στο τέλος αυτής της ενότητας, θα είστε σε θέση να:

- ορίζετε την έννοια των βασικών δραστηριοτήτων,
- απαριθμείτε τις βασικές δραστηριότητες μέσα στην επιχείρηση,
- απαριθμείτε τις σχετικές βασικές δραστηριότητες που απαιτούνται για την επίτευξη των στόχων και σκοπών μιας επιχείρησης,
- εξηγείτε τη σημασία των βασικών δραστηριοτήτων στον ορισμό της πρότασης αξίας,
- εξηγείτε τη σχέση μεταξύ των βασικών δραστηριοτήτων και της πρότασης αξίας μιας επιχείρησης,
- επικεντρώνεστε μόνο σε ορισμένες βασικές δραστηριότητες, σύμφωνα με την πρόταση αξίας.



Λέξεις-Κλειδιά

- Δραστηριότητες
- Διαφοροποίηση
- Πελάτες
- Πρόταση Αξίας
- Αναμενόμενοι Στόχοι
- Ανταγωνιστές



Η σχετικότητα των Βασικών Δραστηριοτήτων

- Οι βασικές δραστηριότητες εξηγούν τι κάνει μια εταιρεία, ποιες κύριες δραστηριότητες εκτελούνται μέσα στον οργανισμό ώστε να πραγματοποιηθούν και να δημιουργηθούν μακροπρόθεσμες ροές εσόδων.
- Η αξιολόγηση των βασικών δραστηριοτήτων περιλαμβάνει την έναρξη από μια εσωτερική ανάλυση. Οι διαχειριστές πρέπει να αναρωτηθούν: Ποιές δραστηριότητες είναι απαραίτητες για μια καλή πρόταση αξίας;
- Οι βασικές δραστηριότητες πρέπει να επικεντρωθούν στη δημιουργία μοναδικής αξίας.



Η σχετικότητα των Βασικών Δραστηριοτήτων

Οι Βασικές Δραστηριότητες αποτελούνται από τις κύριες λειτουργίες που εκτελούνται από μια επιχείρηση με κύριο σκοπό το κέρδος.

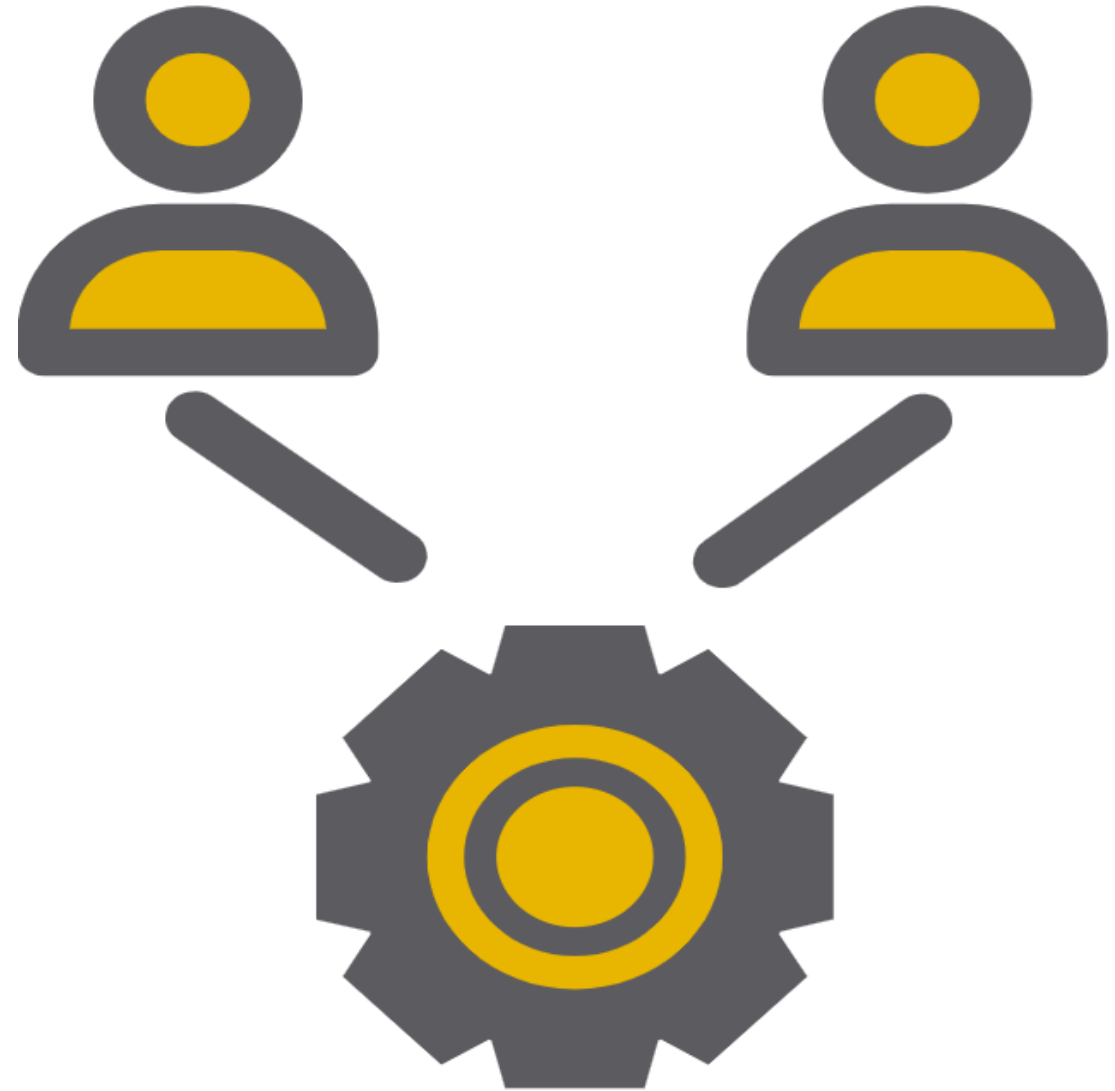
Όταν καθορίζετε τις κύριες δραστηριότητες μιας επιχείρησης, οι παρακάτω ερωτήσεις μπορεί να φανούν χρήσιμες :

- Ποιες είναι οι πιο βασικές ενέργειες που απαιτούνται για τη δημιουργία ενός προϊόντος/ υπηρεσίας;
- Ποιο είναι το βασικότερο στοιχείο για τη διανομή ενός προϊόντος/ υπηρεσίας;
- Ποιες δραστηριότητες θα μπορούσαν να στηρίξουν τη διατήρηση των πελατειακών σχέσεων (εξυπηρέτηση, εμπειρία, κ.λπ);
- Ποιες δραστηριότητες είναι θεμελιώδεις για τις ροές πελατών (εμπιστοσύνη, πιστωτικό όριο, γρήγορη πληρωμή);



Περιεχόμενα

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



Στον Καμβά Επιχειρηματικού Μοντέλου, οι Βασικές Δραστηριότητες που εκτελεί μια εταιρεία επικεντρώνονται στις περιοχές: λειτουργίες, μάρκετινγκ, παραγωγή, επίλυση προβλημάτων, δίκτυα, οικονομικά (ή διοίκηση). Στην επόμενη διαφάνεια αναλύεται κάθε περιοχή λεπτομερώς.

Καμβάς Επιχειρηματικού		Σχεδιάστηκε για:	Σχεδιάστηκε από:	Ημερομηνία:	Εκδοχή:
<p>Βασικοί Συνεργάτες</p> <p>Ποιος είναι ο βασικός μας Συνεργάτης; Ποιος είναι ο προμηθευτής μας; Ποιος Βασικός Πόρος εφοδιάζουμε από τους συνεργάτες μας; Ποιος βασικός δραστηριότητες ενισχύουν οι συνεργάτες μας;</p> <p>ΚΙΝΗΤΡΑ ΓΙΑ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ Optimization and economy / Βελτιστοποίηση και οικονομία Reduction of risk and uncertainty / Μείωση κινδύνου και αβεβαιότητας Acquisition of particular resources and activities / Εξαγωγή συγκεκριμένων πόρων και δραστηριοτήτων</p>	<p>Βασικές Δραστηριότητες</p> <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 Production / Παραγωγή Problem solving / Επίλυση προβλημάτων Platform/Network / Πλατφόρμα/Δίκτυο</p>	<p>Πρόταση Αξίας</p> <p>Τι αξία παραβλέπουμε στον πελάτη μας; Ποιο από τα προβλήματα του πελάτη μας βοηθάμε να λυθεί; Τι ουσιώδες προϊόντα και υπηρεσίες προσφέρουμε σε κάθε Πελατειακή Ομάδα; Ομάδες; Ποιες ανάγκες πελατών ικανοποιούμε;</p> <p>ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ Newness / Νεότητα Performance / Απόδοση Customization / Ατομικοποίηση "Getting the Job Done" / Ολοκλήρωση Design / Σχεδίο Brand/Status / Μάρκα/Όχιος Price / Τιμή Cost reduction / Μείωση κόστους Risk reduction / Μείωση κινδύνου Accessibility / Προσβασιμότητα Convenience/Usability / Άνεση/Χρησιμότητα</p>	<p>Πελατειακές Σχέσεις</p> <p>Τι είδους σχέση αναμένεται από την κάθε Πελατειακή μας Ομάδα να αναπτύξει και να διατηρήσει μαζί τους; Ποιες έχουμε καθιερώσει ήδη; Πώς αναφέρονται στο υπόλοιπο επιχειρηματικό μοντέλο; Πόσο ακριβή είναι;</p> <p>ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ Personal assistance / Προσωπική στήριξη Dedicated personal assistance / Εξειδικωμένη προσωπική στήριξη Self-service / Αυτο-εξυπηρέτηση Automated services / Αυτοματοποιημένες υπηρεσίες Communities / Κοινότητες Co-creation / Συν-δημιουργία</p>	<p>Πελατειακές Ομάδες</p> <p>Για ποιον δημιουργούμε αξία; Ποιος είναι ο πιο σημαντικός μας πελάτης;</p> <p><i>Mass Market / Μαζική αγορά</i> <i>Niche Market / Εξειδικωμένη αγορά (Niche)</i> <i>Segmented / Τμηματοποίηση</i> <i>Diversified / Διαφοροποίηση</i> <i>Multi-sided platform / Πολυμερούς πλατφόρμα</i></p>	
<p>Βασικοί Πόροι</p> <p>Ποιος Βασικός Πόρος απαιτούνται για την Πρόταση Αξίας μας; Για τα Κανάλια Διανομής; Τις Πελατειακές Σχέσεις; Τις Ροές Εσόδων;</p> <p>ΕΙΔΗ ΠΟΡΩΝ Physical / Φυσικοί Intellectual (brand patents, copyrights, data) / Διανοητικοί (patents, πνευματικά δικαιώματα, δεδομένα) Human / Ανθρώπινα Financial / Οικονομικά</p>			<p>Κανάλια</p> <p>Μέσω από ποια Κανάλια θέλουν οι Πελατειακές μας Ομάδες να τους απομυζήσουν; Πώς απομυζήματα σε αυτές τύρες; Ποιος είναι επηρεασμένος τα Κανάλια μας τύρες; Ποιος αποδίδουν τα περισσότερα; Ποιος είναι τα καλύτερα διαφημιστικά; Πώς τα ενσωματώνουμε στη ρευστή του πελάτη;</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; Evaluation – How do we help customers evaluate our organization's Value Proposition? Αξιολόγηση – Πώς βοηθάμε 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? Παράδοση – Πώς παραβλέπουμε την Πρόταση Αξίας στους πελάτες; After sales – How do we provide post-purchase customer support? Μετά την πώληση – Πώς παρέχουμε στήριξη στους πελάτες μετά την αγορά τους; 		
<p>Δομή Κόστους</p> <p>Ποια είναι τα πιο σημαντικά ηγούμενα κόστη στα επιχειρηματικά μας μοντέλα; Ποιος Βασικός Πόρος είναι πιο ακριβός; Ποιες Βασικές δραστηριότητες είναι πιο ακριβές;</p> <p>Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΣΑΣ ΕΙΝΑΙ ΠΙΟ... Cost Driven (lowest cost structure, low price proposition, maximum automation, extensive outsourcing) Επικεντρωμένη στο κόστος (αποδοτικότερη δομή κόστους, χαμηλή πρόταση τιμής, μέγιστος αυτοματισμός, εκτεταμένη εξωτερική ανάθεση) ή Value Driven (focused on value creation, premium value proposition) Επικεντρωμένη στην Αξία (σχεδίαση στα δρώμενα αξίας, ανώτερη πρόταση αξίας)</p> <p>ΔΕΙΓΜΑΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΩΝ Fixed costs (salaries, rents, utilities) / Σταθερά κόστη (μισθοί, ενοίκια, λογαριασμοί) Variable costs / Μεταβλητά κόστη Economies of scale / Οικονομίες κλίμακας Economies of scope / Οικονομίες σκάφους</p>		<p>Ροές εσόδων</p> <p>Για ποια αξία είναι πρόθυμοι οι πελάτες να πληρώσουν; Για ποιο πράγμα πληρώνουν προς το παρόν; Ποιος πληρώνουν προς το παρόν; Πώς θα προτιμούσαν να πληρώσουν; Πώς συμβάλλει η κάθε Ροή εσόδων στα συνολικά έσοδα;</p> <p>ΕΙΔΗ Asset sale Usage fee Subscription fees Licensing Brokerage fees Advertising Leasing/leasing/leasing</p> <p>Πώληση στοιχείων ενεργητικού Πάγιο μισθός Πάγιο συνδρομής Αδειοδοτήσεις Πάγιο μισθός Διαπραγμάτευση Διανομή</p>	<p>ΣΤΑΘΕΡΗ ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗ List price Product feature dependent Customer segment dependent Volume dependent</p> <p>Τιμή κατάλογου Με βάση τα χαρακτηριστικά προϊόντος Με βάση τις Πελατειακές Ομάδες Με βάση τον όγκο</p> <p>Διαπραγματευση Επιλεγμένη αποδοτικότητα Αγορά σε πραγματικό χρόνο</p>		



Βασικές Δραστηριότητες

Περιγραφή Βασικών Δραστηριοτήτων

- **ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ:** οι εσωτερικές διαδικασίες της εργασίας μιας εταιρείας.
- **ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ:** προώθηση, καμπάνιες, διαφημίσεις, κανάλια για την προώθηση της πρότασης αξίας.
- **ΠΑΡΑΓΩΓΗ:** συνδέεται με τις βασικές λειτουργίες για την παραγωγή της πρότασης αξίας, π.χ. σχεδιασμός, κατασκευή.
- **ΕΠΙΛΥΣΗ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΩΝ:** μελέτες μετρήσεων, εκπαίδευση για βελτιώσεις.
- **ΔΙΚΤΥΑ:** όπου η εταιρεία μπορεί να ενισχύσει μια στενότερη επαφή με τους πελάτες, π.χ. χρήση ΤΠΕ και μέσων κοινωνικής δικτύωσης.
- **ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ:** εμπορικοί λογαριασμοί, ηλεκτρονικά καταστήματα.



Βασικές Δραστηριότητες και υποκατηγορίες

Αυτές οι περιοχές είναι πολύ σημαντικές καθώς εξασφαλίζουν την ανάπτυξη μιας εταιρείας. Επομένως, είναι απαραίτητο να διασφαλιστεί ότι τρέχουν και διαχέονται σε όλο τον οργανισμό.

Ανάλογα με τη δραστηριότητα μιας εταιρείας, συγκεκριμένες δραστηριότητες επικρατούν σε σχέση με άλλες, π.χ. οι οικονομικές εταιρείες θα είναι πιο ενεργές στην επίλυση προβλημάτων από ότι στην παραγωγή.

Άρα, οι βασικές δραστηριότητες μπορούν να χωριστούν σε **4 υποκατηγορίες**:

Κύριες δραστηριότητες	Σχετίζονται κυρίως με τη δημιουργία των αποτελεσμάτων.
Υποστηρικτικές δραστηριότητες	Σχετίζονται με την παραγωγή αποτελεσμάτων (π.χ. καταγραφή αρχείων)
Συντονιστικές δραστηριότητες	Διασφάλιση της ευθυγράμμισης στο βαθμό ένταξης ανάμεσα από κύριες και υποστηρικτικές
Στρατηγικές δραστηριότητες	Εκτίμηση της ευθυγράμμισης και της ανάγκης για αλλαγές, σχετίζονται με το εξωτερικό περιβάλλον (π.χ. κανάλια διανομής, πελατειακές σχέσεις, κ.λπ.)



Βασικές Δραστηριότητες για τον Καμβά Επιχειρηματικού Μοντέλου

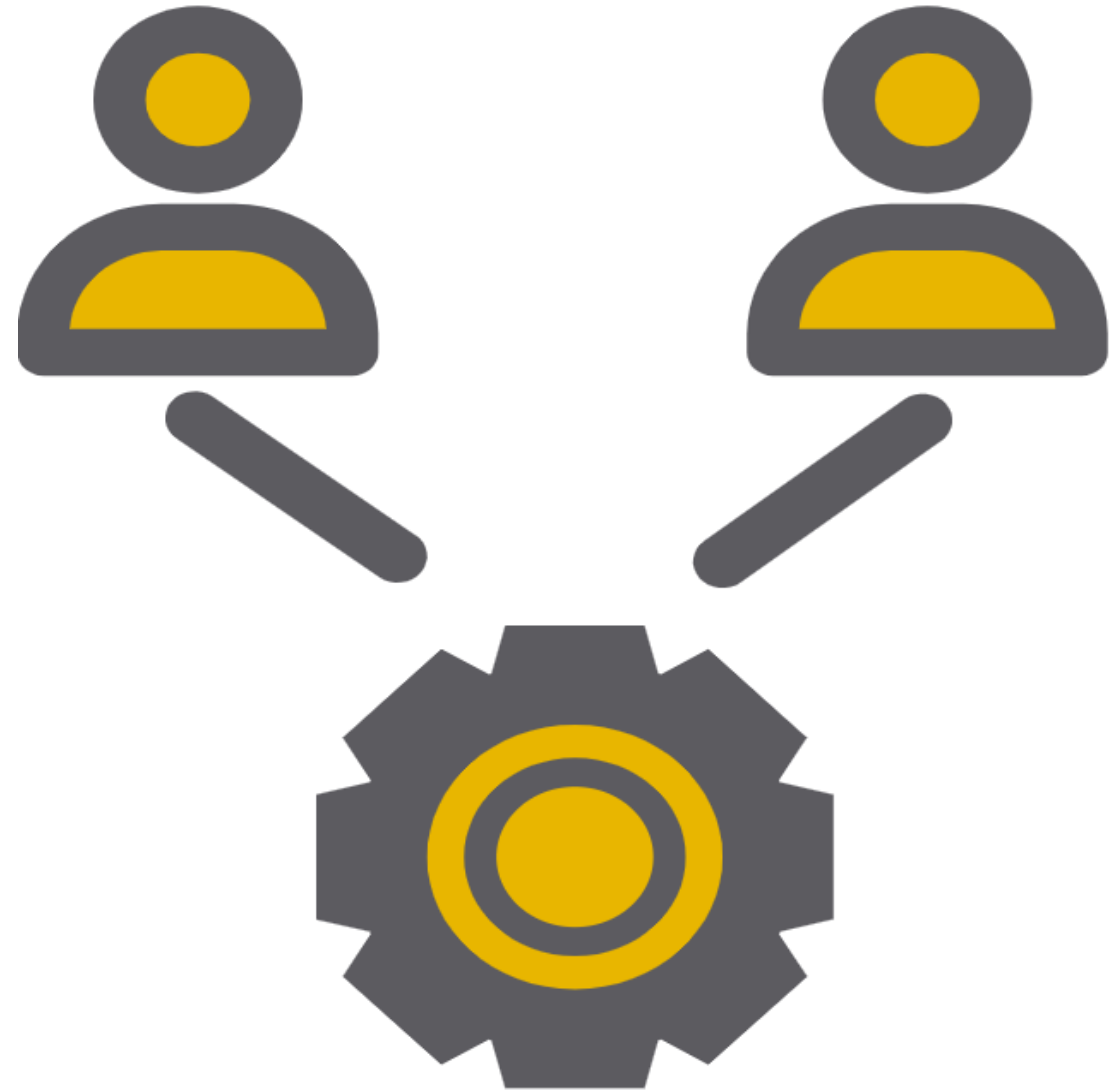
Λαμβάνοντας υπόψη τις προηγούμενες κατηγορίες, πρέπει να δοθεί σημασία σε δυο σημαντικές βασικές δραστηριότητες όταν εργάζεστε με Καμβά Επιχειρηματικού Μοντέλου:

- **Διαχείριση Αλυσίδας Ανεφοδιασμού** - αυτή η πτυχή μπαίνει στο παιχνίδι με την αναγνώριση των βασικών συνεργατών και των βασικών πόρων. Η διαχείριση αλυσίδας ανεφοδιασμού θα πρέπει να είναι σημαντική σε έναν οργανισμό, προκειμένου να διασφαλιστεί η συνεργασία με τους σωστούς βασικούς συνεργάτες για να παραχθεί η καλύτερη πρόταση αξίας.
- **Ανάπτυξη Λογισμικού** - οι διαδικασίες λογισμικού έχουν ψηφιοποιήσει τα συστήματα πολλών εταιρειών. Το λογισμικό υπολογιστών βοηθά στη διαχείριση όλων των κομματιών μιας επιχείρησης που πρέπει να λειτουργήσουν και να τρέξουν. Πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη προσοχή στο αν οι διαδικασίες θα πρέπει να είναι εσωτερικές ή εξωτερικές και τι είδους συνεργασίες θα πρέπει να αναπτυχθούν.



Περιεχόμενα

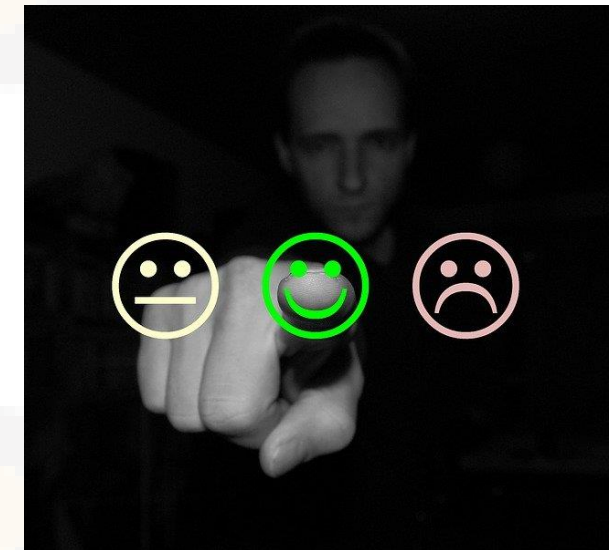
- Εισαγωγή
 - Σκοπός
 - Μαθησιακά Αποτελέσματα
 - Λέξεις-Κλειδιά
- Θεωρητικό Πλαίσιο
- Παραδείγματα και Καλές Πρακτικές
- Αναφορές



Παράδειγμα - Καφετέρια

Αν σχεδιάζετε να ανοίξετε μια ολοκαίνουρια καφετέρια, πρέπει να βεβαιωθείτε ότι προχωράτε στις απαραίτητες βασικές δραστηριότητες. Αυτές περιλαμβάνουν:

- Δημιουργία μενού,
- Προώθηση της νέας καφετέριας, σχεδιασμός διαφημίσεων και προϊόντα προώθησης,
- Παρακολούθηση της ικανοποίησης των πελατών,
- Διατήρηση των τακτικών πελατών (σε περίπτωση που διαθέτετε ήδη έμπιστους πελάτες),
- Μέτρηση της ικανοποίησης των χρηστών.



Μερικές σημαντικές παρατηρήσεις

Αναλύοντας τα μέσα παραγωγής, την επίλυση προβλημάτων, οι πλατφόρμες και τα δίκτυα είναι σημαντικό να ληφθούν υπόψη για τον καθορισμό των βασικών δραστηριοτήτων.

Όταν καθορίζονται οι βασικές δραστηριότητες, ο απώτερος στόχος είναι να σας βοηθήσει να ανακαλύψετε ποιες δραστηριότητες χρειάζεστε προκειμένου να διαφοροποιήσετε την πρόταση αξίας σας ή τις υπηρεσίες σας από αυτές του ανταγωνισμού. Αυτό είναι σημαντικό για να παραδώσετε επαρκώς την πρόταση αξίας. Όταν δίνετε προσοχή στο τμήμα των βασικών δραστηριοτήτων, στα πλαίσια των βασικών διαδικασιών και λειτουργιών, λάβετε υπόψη τους βασικούς πόρους και συνεργάτες σας ώστε να προχωρήσετε προς τα επόμενα βήματα που περιέχονται στον καμβά επιχειρηματικού μοντέλου, μιας και όλα είναι αλληλένδετα.

Για παράδειγμα, στον Καμβά Επιχειρηματικού Μοντέλου, οι βασικές δραστηριότητες αποτελούν τη γέφυρα ανάμεσα στην πρόταση αξίας και τις πελατειακές ομάδες, άρα θα πρέπει να είστε προσανατολισμένοι προς τους πελάτες όταν κινείστε προς το τμήμα των πελατειακών σχέσεων.

Οι βασικές δραστηριότητες καλό θα ήταν να αναθεωρούνται συχνά. Παίρνοντας ως παράδειγμα το Netflix, η εταιρεία ξεκίνησε τις δραστηριότητες της με τη διανομή DVDs. Η εταιρεία από τότε έχει απομακρυνθεί από αυτό το καθεστώς, στρέφοντας τις βασικές της δραστηριότητες προς τη δημιουργία νέου περιεχομένου.

NETFLIX



Ερωτήσεις για τροφοδότηση

- Πώς μπορείτε να αναγνωρίσετε τις βασικές σας δραστηριότητες; Εστιάστε στην προτεινόμενη λίστα.
- Προσδιορίστε τις στρατηγικές σας δραστηριότητες. Η εταιρεία σας θα δεσμευτεί σε μια σειρά διαδικασιών και δραστηριοτήτων προκειμένου να δουλέψει σωστά, ωστόσο, δεν είναι όλες αυτές στρατηγικές.
- Σκεφθείτε τον Καμβά Επιχειρηματικού Μοντέλου και επικεντρωθείτε στους βασικούς σας πόρους και συνεργάτες. Εντοπίστε τα στοιχεία που τους συνδέουν με την επιχειρηματική σας ιδέα, καθώς αυτοί είναι που θα ξεκαθαρίσουν ποιες είναι οι βασικές σας δραστηριότητες.
- Διατηρήστε το απλό και μην το σκέφτεστε υπερβολικά. Ξεκινήστε από την πρόταση αξίας σας αναλογιστείτε το πεδίο ικανοτήτων σας. Ποια είναι η κυρίαρχη περιοχή από τις παρακάτω: λειτουργίες, μάρκετινγκ, παραγωγή, επίλυση προβλημάτων, δίκτυα, οικονομικά;



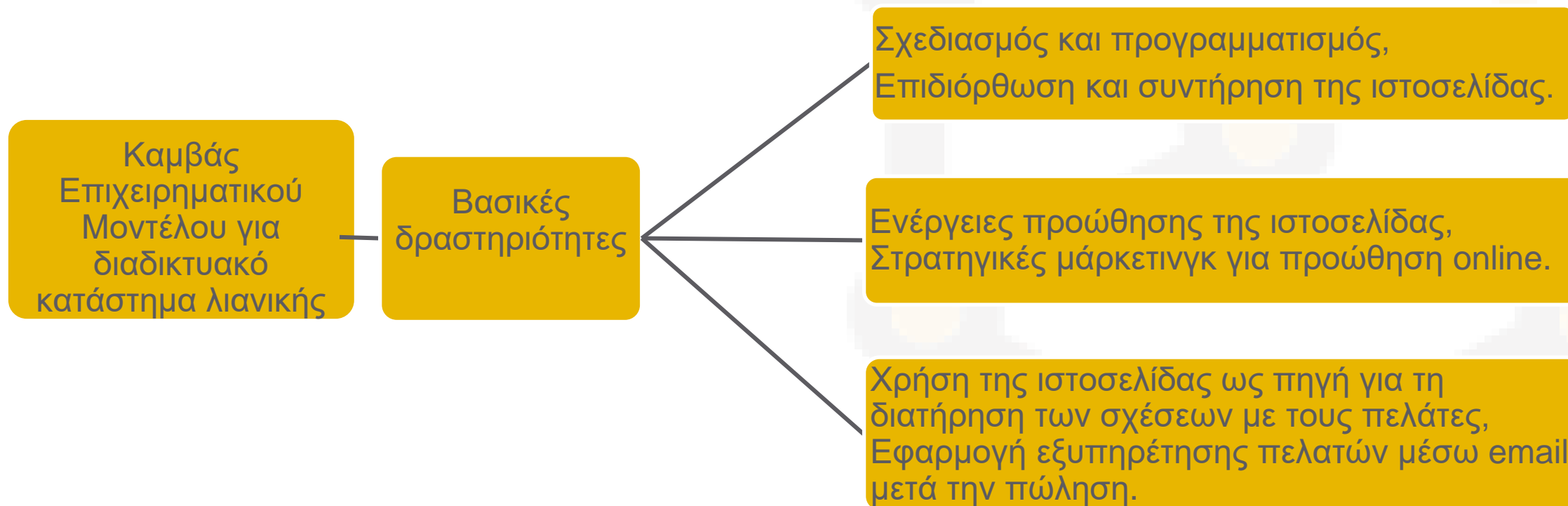
Παράδειγμα – Βασικές Δραστηριότητες της Amazon

- Αυτό είναι ένα παράδειγμα των πέντε βασικών δραστηριοτήτων που εφαρμόζονται από την Amazon, και η συνεργία ανάμεσα σε αυτούς τους παράγοντες συμβάλλει στην ισχυρή παρουσία του κολοσσού στις παγκόσμιες αγορές.
- Υπάρχουν έξι βασικές δραστηριότητες στον Καμβά Επιχειρηματικού Μοντέλου. Ωστόσο, η παραγωγή δεν είναι σημαντική βασική δραστηριότητα στην περίπτωση της Amazon.



Παράδειγμα – Βασικές Δραστηριότητες για το ηλεκτρονικό εμπόριο

Σε ένα ηλεκτρονικό εμπορικό κατάστημα, οι βασικές δραστηριότητες της εταιρείας θα εστιάζονται κυρίως στη συντήρηση της ιστοσελίδας:



Βασικές Δραστηριότητες στην Έρευνα & Ανάπτυξη (E&A)

Οι βασικές δραστηριότητες βασίζονται στην κύρια δραστηριότητα της εταιρείας.

Ο τομέας Έρευνα και Ανάπτυξη είναι μια βασική δραστηριότητα η οποία συχνά παραγκωνίζεται, αλλά είναι υψίστης σημασίας για εταιρείες καλλυντικών ή εταιρείες ΤΠΕ, καθώς συνδέονται με δραστηριότητες σχετικά με το σχεδιασμό, την παραγωγή, και τις πωλήσεις.

Για το λόγο αυτό, αυτές οι εταιρείες θα πρέπει να εστιάζουν στις ακόλουθες βασικές δραστηριότητες:

- **Παραγωγή:** συμπεριλαμβάνονται το σχέδιο, η ανάπτυξη και η εκκίνηση νέων προϊόντων ή πλατφορμών/ υπηρεσιών. Αυτή είναι η κυρίαρχη βασική δραστηριότητα αυτών των επιχειρήσεων.
- **Μάρκετινγκ:** ενίσχυση και προώθηση της ανανέωσης των προϊόντων/ υπηρεσιών.
- **Οικονομικά:** συνδέονται με το ηλεκτρονικό εμπόριο και τα λογιστικά ζητήματα.



Παραγωγή και κύριες δραστηριότητες στην Έρευνα & Ανάπτυξη (E&A)

Συνδέοντας την παραγωγή με την έρευνα και την ανάπτυξη, η ανάλυση των βασικών δραστηριοτήτων μιας επιχείρησης μπορεί να αναπτυχθεί περαιτέρω στις παρακάτω κύριες δραστηριότητες:

- **Έρευνα προϊόντος:** Πριν την παραγωγή ενός νέου προϊόντος, πρέπει πρώτα να περάσει από το τμήμα έρευνας και ανάπτυξης το οποίο θα αξιολογήσει τι προσδοκούν οι πελάτες από αυτό, τα κόστη του προϊόντος, κ.λπ.
- **Νέο προϊόν:** Στηρίζει την παραγωγή ενός ολοκληρωτικά νέου προϊόντος.
- **Αναβαθμίσεις προϊόντων:** Το τμήμα E&A πρέπει να λάβει υπόψη την αναβάθμιση των προϊόντων, με βάση τις αυξανόμενες ανάγκες των καταναλωτών ή τις νέες προτάσεις αξίας των νέων εισαγωγών στην αγορά. Οι αναβαθμίσεις έχουν ως στόχο την επίλυση προβλημάτων που έχουν σχέση με τα προϊόντα.
- **Έλεγχοι ποιότητας:** Οι εταιρείες διεξάγουν ποιοτικούς ελέγχους ή ζητάνε από την ομάδα τους διασφάλισης ποιότητας να αξιολογήσουν αν όλα τα προϊόντα τηρούν τα πρότυπα ποιότητας της εταιρείας.
- **Καινοτομία:** Το τμήμα E&A είναι υπεύθυνο για την παρακολούθηση των νέων τάσεων και για την καινοτομία των προϊόντων σε μια προσπάθεια να διασφαλίσουν ότι τα προϊόντα τους συμβαδίζουν με τις τρέχουσες τάσεις.



Παράδειγμα – Βασικές δραστηριότητες του LinkedIn

Το LinkedIn είναι το πιο γνωστό επαγγελματικό δίκτυο για αναζήτηση εργασίας και σχετικές δραστηριότητες. Με την πάροδο του χρόνου έχει δημιουργήσει μια πρόταση αξίας που στοχεύει στους πελάτες, εστιάζοντας κυρίως στο διαμοιρασμό/ παροχή επαγγελματικών δυνατοτήτων και ευκαιριών τόσο για τους εργοδότες όσο και για τους υπαλλήλους.

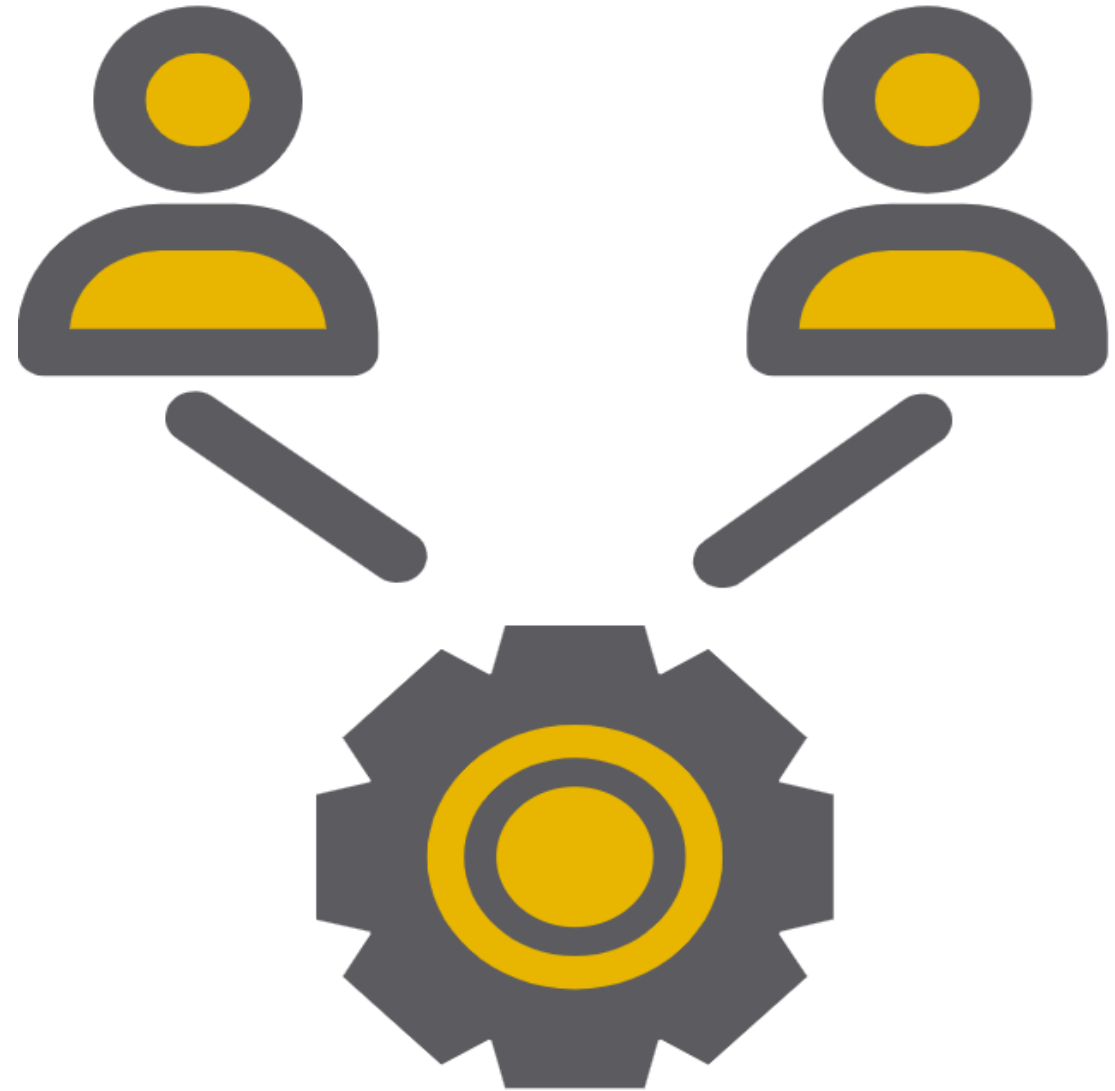
Σύμφωνα με τις έξι βασικές δραστηριότητες, το LinkedIn θέτει ως προτεραιότητα τα δίκτυα, μιας και είναι ένα μέσο κοινωνικής δικτύωσης, και η ανάπτυξη πλατφόρμας αναπαριστά τον κύριο στόχο, που είναι η ανάπτυξη μιας επαγγελματικής κοινότητας.

- Διαχείριση επαγγελματικών προφίλ και βιογραφικών και η ανάπτυξη ενός καινοτόμου επαγγελματικού δικτύου,
- Σύνδεση πηγών και κοινού-στόχο μέσω της λειτουργίας προσφοράς εργασίας,
- Επικοινωνία με το σωστό κοινό,
- API και Widgets (συστήματα που παρέχουν λειτουργίες όπως η αποστολή μηνυμάτων, συζητήσεις),
- Συνεχής καινοτομία για την ανάπτυξη πλατφόρμας.



Περιεχόμενα

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



Wealth Builders, Developing Key Activities: Business Model Canvas

<https://wealthbuilders.org/blog/2015/03/30/developing-key-activities-business-model-canvas/>

[consulted 13/07/2020]

Cleverism, Key Activities Block in Business Model Canvas

<https://www.cleverism.com/key-activities-block-business-model-canvas/>

[consulted 13/07/2020]

Business 2 Community, Key Activities and Your Business Model

<https://www.business2community.com/strategy/key-activities-and-your-business-model-02232678>

[consulted 14/07/2020]

Denis Oakley, What is the Amazon Business Model?

<https://www.denis-oakley.com/amazon-business-model-canvas/>

[consulted 14/07/2020]

Heflo, Understand the Key Activities in the Canvas Model

<https://www.heflo.com/blog/business-management/key-activities-business-model/>

[consulted 16/07/2020]



Osterwalder, A., Pigneur, Y., In Clark, T., & Smith, A. (2010). Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers.

Strategyzer Support, How do I use the Customer Segments building block of the Business Model Canvas?

<https://strategyzer.uservoice.com/knowledgebase/articles/1194379-how-do-i-use-the-customer-segments-building-block>

Shopify, Business Encyclopedia <https://www.shopify.com/encyclopedia/customer-segmentation>

CrashCourse, Value Proposition and Customer Segments: Crash Course Business - Entrepreneurship #3

<https://www.youtube.com/watch?v=m2IPvT920XM>



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

