

فهرست مطالب

فهرست مطالب	ج
مقدمه	
بخش اول. چگونه نوآوری مدل کسب و کار هدایت کنیم؟	۱
فصل یک. مدل کسب و کار چیست و چرا باید نوآور باشد؟	۳
عصر نوآوری های مدل کسب و کار	۴
مؤلفه های یک مدل کسب و کار	۷
چالش نوآوری مدل کسب و کار	۱۲
چالش شماره ۱: تفکر در مورد حیطه خارج از منطق غالب صنعت	۱۴
چالش شماره ۲: تفکر به مدل های کسب و کار به جای فناوری ها و محصولات	۱۸
چالش شماره ۳: تفکر بدون ابزارهای نظام مند	۲۱
فصل دوم. راهنمای مدل کسب و کار	۲۵
تقلید خلاق و اهمیت ترکیب مجدد	۲۵
راهبردهایی برای ایده های کسب و کار جدید	۲۸
الف. آغاز: تحلیل زیست بوم	۳۱
ب. ایده پردازی: خلق ایده های جدید	۴۸
ج. یکپارچه سازی: سازگاری مدل کسب و کار	۵۹
د. پیاده سازی: آزمایش و بهینه سازی	۶۶
فصل سوم. مدیریت تغییر	۸۵
الف. هدایت تغییر	۸۲
ب. تعریف یک برنامه عملیاتی	۸۹
ج. تعریف ساختارها و اهداف	۹۴
د. قابلیت سازی	۹۵
بخش دوم. بیش از ۵۵ مدل کسب و کار برنده و این مدل ها چه کاری برای شما	
انجام می دهند	۱۰۵
۱. افروخته: هزینه بیشتر برای اضافه ها	۱۰۷
۲. وابستگی: موفقیت شما، موفقیت من است	۱۱۵
۳. آیکیدو: تبدیل نقاط قوت رقبا به نقاط ضعف	۱۲۱

۴. حراج: اعلام اول، اعلام دوم ... فروخته شد..... ۱۲۷
۵. تهاجر: عمل به مثل..... ۱۳۳
۶. دستگاه خودپرداز: پول سازی با سرمایه کاری منفی..... ۱۳۹
۷. فروش متقاطع: با یک تیر دو نشان زدن..... ۱۴۵
۸. تأمین مالی جمعی: تأمین مالی از طریق چندروش..... ۱۵۱
۹. جمع سپاری: برون سپاری به جمعیت..... ۱۵۷
۱۰. وفاداری مشتری: مشوق هایی برای وفاداری طولانی مدت..... ۱۶۳
۱۱. دیجیتال سازی: دیجیتالی کردن محصولات فیزیکی..... ۱۶۹
۱۲. فروش مستقیم: پرش از روی واسطه ها..... ۱۷۵
۱۳. تجارت الکترونیک: کسبوکار آنلاین برای فرانمایی و صرفه جویی..... ۱۸۱
۱۴. فروش همراه با تجربه: محصولات جاذب احساس..... ۱۸۷
۱۵. نرخ ثابت: همه آنچه می توانید بخورید، مصرف یکنواخت باقیمت های ثابت..... ۱۹۳
۱۶. مالکیت جزئی: اشتراک وقت برای استفاده مؤثر..... ۱۹۹
۱۷. نمایندگی: یکی برای همه و همه برای یکی..... ۲۰۵
۱۸. فرمیوم: انتخاب بین نمونه های حق عضویت پرداختی و رایگان اولیه..... ۲۱۱
۱۹. از فشاری به کشی: مشتریان یک طبقه ارزش ایجاد می کنند..... ۲۱۷
۲۰. دسترسی تضمین شده: تضمین دسترسی به کالا..... ۲۲۳
۲۱. درآمد پنهان: جست و جو برای منابع جایگزین..... ۲۲۹
۲۲. برندسازی بر مبنای اجزا: برندی درون یک برند..... ۲۳۵
۲۳. یکپارچه ساز (ادغام گر): مشارکت تمام راه های پایین خط..... ۲۴۱
۲۴. مدل یک لایه: سود بردن از دانش چگونگی (مهارت) تخصصی..... ۲۴۷
۲۵. استفاده ابزاری (اهرم بندی) از داده های مشتری: استفاده از آنچه می دانید..... ۲۵۳
۲۶. دستور مجوز: تجاری سازی مالکیت معنوی..... ۲۵۹
۲۷. لاکین: وفاداری اجباری با هزینه های بالای انتقال..... ۲۶۵
۲۸. دنباله بلند: اندک اندک جمع گردد، وانگهی دریا شود..... ۲۷۱
۲۹. آن را بیشتر کن: ظرفیت های چندگانه خارج از هسته اصلی کسبوکار تان..... ۲۷۷
۳۰. سفارشی سازی انبوه: خارج از چارچوب فردگرایی..... ۲۸۳
۳۱. بی حاشیه: هر چیز، تا زمانی که ارزان باشد..... ۲۸۹
۳۲. کسبوکار باز: اهرم خلق ارزش مشترک..... ۲۹۵

۳۳. منبع باز: همکاری با یکدیگر برای ایجاد یک راه حل رایگان..... ۳۰۱
۳۴. اورکستریتر (هماهنگ کننده): هدایت زنجیره ارزش..... ۳۰۷
۳۵. پرداخت به ازای هر استفاده: همچنان که (همزمان) استفاده می کنید، پرداخت کنید..... ۳۱۳
۳۶. پرداخت به ازای هر آنچه شما می خواهید: هر آنچه برایتان باارزش است..... ۳۱۹
۳۷. نظیر به نظیر: مواجه شدن فردی با فرد دیگر..... ۳۲۵
۳۸. قرارداد مبتنی بر عملکرد: بر اساس هزینه های مربوط به نتایج..... ۳۳۱
۳۹. دسته و تیغ: طعمه و قلاب..... ۳۳۷
۴۰. اجاره به جای خرید: پرداخت برای حق موقت جهت استفاده..... ۳۴۳
۴۱. به اشتراک گذاری درآمد: برد- برد با همزیستی..... ۳۴۹
۴۲. مهندسی معکوس: درس گرفتن از رقبا..... ۳۵۵
۴۳. نوآوری معکوس: یادگیری از راه حل های به اندازه کافی خوب..... ۳۶۱
۴۴. رابین هود: از ثروتمند بگیرید و به فقیر بدهید..... ۳۶۷
۴۵. سلف سرویس: قراردادن مشتری روی کار..... ۳۷۳
۴۶. فروشگاه در فروشگاه: فربه شدن..... ۳۷۹
۴۷. ارائه دهنده راه حل: یافتن هر آنچه شما نیاز دارید در فروشگاه یک مرحله ای..... ۳۸۵
۴۸. حق عضویت: گرفتن بلیط فصلی برای خدمات..... ۳۹۱
۴۹. سوپرمارکت: انتخاب بزرگ و قیمت کم زیر یک سقف..... ۳۹۵
۵۰. مدل کسب و کار هدف قراردادن فقرا: مشتریان در پایه هرم درآمد..... ۳۹۹
۵۱. از زباله به نقدی: تبدیل زباله های قدیمی به پول نقدی جدید..... ۴۰۵
۵۲. بازار دوطرفه: جذب اثرات شبکه غیرمستقیم..... ۴۱۱
۵۳. مدل کسب و کار لوکس نهایی: بیشتر برای بیشتر..... ۴۱۷
۵۴. طراحی با کاربر: مشتری به عنوان کارآفرین مبتکر..... ۴۲۳
۵۵. برچسب سفید: استراتژی نام تجاری خود..... ۴۲۹
۵۶. حسگر به عنوان خدمت: استفاده از حسگر برای خدمات جدید..... ۴۳۵
۵۷. مجازی سازی: پرواز به سمت ابر و شرکت..... ۴۴۱
۵۸. سلف سرویس اشیا: خودکارسازی سفارش مواد مصرفی..... ۴۴۷
۵۹. شی به عنوان نقطه فروش: سفارش درجایی که مصرف انجام می شود..... ۴۵۳
۶۰. پروسامر: تولید و مصرف همزمان..... ۴۷۵

❑ راهنمای مدل کسب و کار

- بخش سوم: اتمام خواندن؟ بیایید پیاده سازی کنیم ۴۶۵
- ۱۰ توصیه برای نوآوری مدل کسب و کار شما ۴۶۷
- بیش از ۵۵ مدل در یک نگاه ۴۷۱
- تعاریف واژه ها ۴۸۷
- منابع بیشتر ۴۹۱
- واژه نامه ۵۱۵