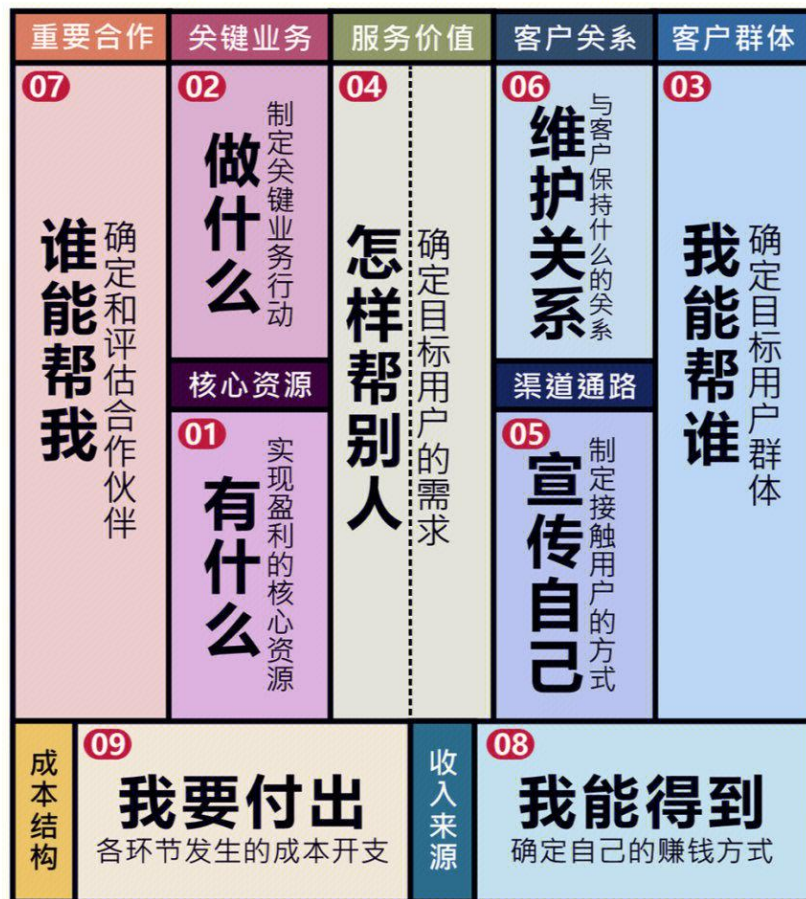


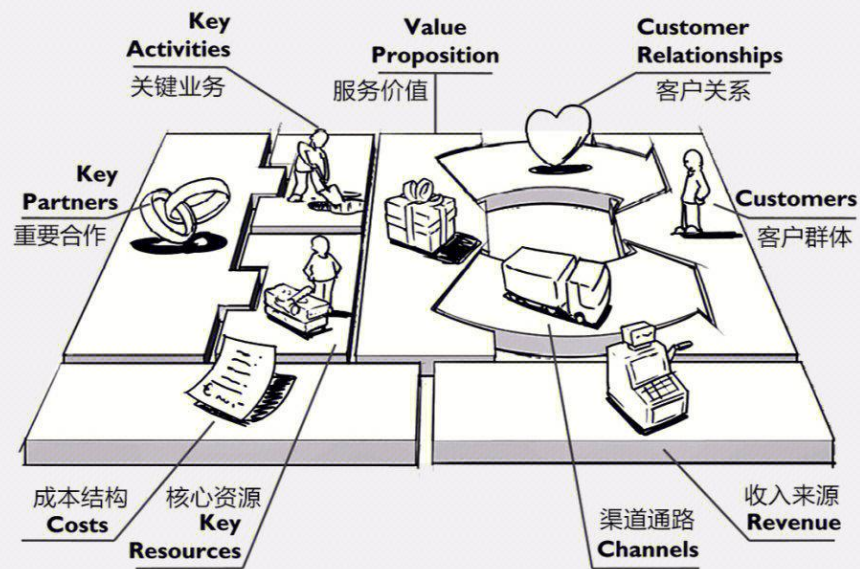
# 商业模式画布

## 商业/个人模式画布



左侧--效率--理性

右侧--价值--情感



- 1、核心资源。(我是谁, 我有什么)
- 2、关键业务。(我要做什么)
- 3、客户群体。(我能帮助谁)
- 4、服务价值。(我怎样帮助他人)
- 5、渠道通路。(怎样宣传自己和交付服务)
- 6、客户关系。(怎样和对方打交道)
- 7、重要合作。(谁可以帮我)
- 8、收入来源。(我能得到什么)
- 9、成本结构。(我要付出什么)

## 1、核心资源：我是谁，我有什么

我是谁（兴趣、知识、技能、个性）

我拥有什么（知识 经验 人际关系 有形资产 无形资产）

有形资产（车辆、工具、以及可投资的存款或实物）

无形资产（身份背景 人脉 行业经验 职业信誉 成功经历等）

## 2、关键业务：我要做什么

我要做什么（3年内的目标，不要太细，两三个重要的）

我能做什么（圈小范围，更现实计划）

这两点取决于第一点：我所拥有的核心资源。

关键业务就是你日常工作中经常做的事情。

列出任务行为清单，找出你的关键业务。

## 3、客户群体：我能帮助谁

客户群体（直接或间接给你钱的人）

内部群体（老板、支持的部门）

外部群体（你的客户）

你的工作给哪些群体带来价值和好处？

#### 4、价值服务：我怎样帮助他人？

“

客户请我完成什么工作？  
我完成这些工作能给客户带来哪些好处？

结合第2项关键业务，  
考虑如何为客户服务并带来价值，  
这是个人商业模式的基础。

关键业务不等于价值服务，  
你可能忙碌一天又一天，  
却没能为任何客户带去价值。

时刻问问自己：  
关键业务给哪些人带来了哪些价值和服务？

价值服务更多的是结果和影响，而不是具体的任务。

”





## 5、渠道通路：怎样宣传自己、交付服务

潜在客户怎样才能知道你能帮助他们？

潜在客户怎样才能决定是否购买你的产品或服务？

潜在客户怎样实现购买？

你如何交付客户购买了的产品或服务？

你如何保证满意的售后？

渠道通路，即如何向客户传递价值，

它包括如何宣传价值、卖出服务以及递交服务。

## 6、客户关系：怎样和对方打交道？

是面对面直接沟通还是邮件书信来往？

是一锤子买卖还是持续性服务？

是扩大客户数量还是维持满足现有客户需求？

打交道的方式，

描述了我们与客户之间的关系类型。

## 7、重要合作：谁可以帮我？

重要合作，是指那些支持你工作，帮助你顺利完成任务的人或组织。

这些帮助不限于智谋建议、行为机会、成长机会等。

重要合作可能是你的同事、导师、朋友、家人或专业顾问。

你通常不会是靠单打独斗的。

公司内部比如经常合作的部门，还有帮你提供资源的朋友，甚至一些公司会为员工配职业导师等，这些都属于重要合作对象。

## 8、收入来源：我能得到什么？

你在这份职业中获得的收获。

硬收入（薪酬、福利、股票期权、版税以及其它现金收入等）

软收入（环境氛围、发展机会、满足感、成就感和社会贡献等）

良好的正确的经营模式，可以省出更多时间，增加个人收入。

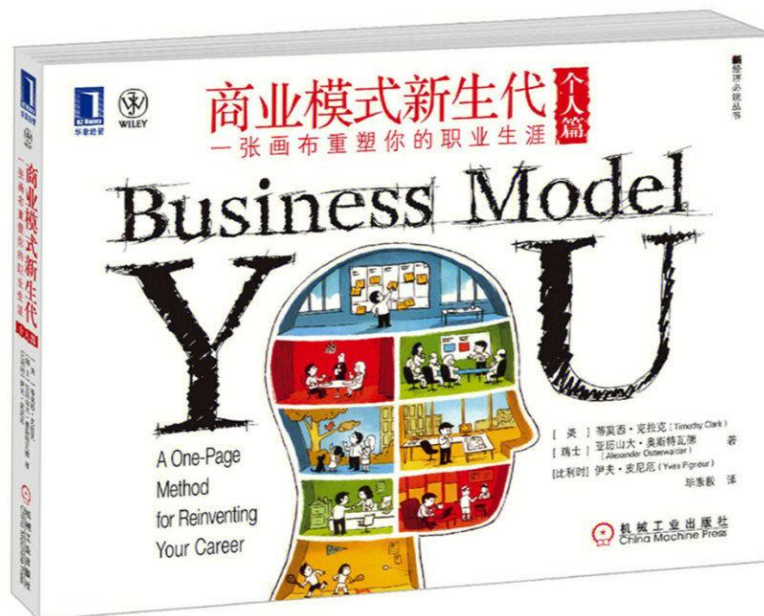
## 9、成本结构：我要付出什么？

你为这份职业需要付出什么。

成本即你工作中的付出，包括（时间、精力、金钱，压力感、失落感等）

# 《商业模式新生代》

美国-蒂姆·克拉克 / 瑞士-亚历山大·奥斯特瓦德 / 比利时-伊夫·皮尼厄



商业模式画布是一个可视化的业务模型分析工具。  
现在普遍应用的是来自《商业模式新生代》这本书。  
作者通过9个模块对自己的系统一目了然。  
可以清楚地看到正在做什么，为什么要这样做。  
对于个人来说，你的工作就是你的商业模式。  
可以用来做职业诊断，职业选择和职业规划。  
把自己当成一家公司来经营。

# 我的个人画布

重要合作	关键业务	服务价值	客户关系	客户群体
07 谁能帮我	02 做什么	04 怎么利它	06 维护关系	03 我能帮谁
	核心资源		渠道通路	
	01 有什么		05 宣传自己	
成本结构	09 我付出的		08 我得到的	
	收入来源			