

КРАТКОЕ  
СОДЕРЖАНИЕ

АЛЕКСАНДР ОСТЕРВАЛЬДЕР,  
ИВ ПИНЬЕ

# ПОСТРОЕНИЕ БИЗНЕС- МОДЕЛЕЙ



MYBOOK

**Владислава Бондина**  
**Краткое содержание**  
**«Построение бизнес-моделей»**  
**Серия «Краткое содержание»**

*[http://www.litres.ru/pages/biblio\\_book/?art=40204083](http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=40204083)*

*Построение бизнес-моделей:*

### **Аннотация**

**Этот текст – сокращенная версия книги «Построение бизнес-моделей». Только самое главное: идеи, техники, ключевые цитаты.**

В современном мире, чтобы преуспеть в бизнесе, недостаточно создать хороший товар или разработать новую технологию. Успех определяется тем, насколько конкурентоспособной будет вся система ведения бизнеса. Швейцарский теоретик предпринимательства Александр Остервальдер и американский специалист в области информационных систем Ив Пинье создали пособие «Построение бизнес-моделей», которое, по их словам, должно стать настольной книгой новатора и стратега. В нем описываются азы функционирования любого бизнеса и рассматриваются наиболее эффективные бизнес-модели. Описанные нестандартные методы и практики, несвойственные менеджменту, позволят не только разработать индивидуальную

эффективную бизнес-концепцию, но и презентовать ее партнерам, руководителям или инвесторам. Александр Остервальдер и Ив Пинье разрушают стереотип о том, что бизнес – это сложно, скучно и непонятно. Книга «Построение бизнес-моделей» поможет взглянуть на предпринимательство как на процесс, сочетающий рациональное и творческое начало.

**Напоминаем, что этот текст – краткое изложение книги «Построение бизнес-моделей»**

# Содержание

Вступление	5
Шаблон	6
Конец ознакомительного фрагмента.	8

# Построение бизнес-моделей

## Вступление

Мир становится сложнее. Бизнес меняется вместе с ним. Сегодня конкурируют не продукты или технологии, а бизнес-модели – система взаимообусловленных решений, повышающих эффективность предприятия.

Если вы пытаетесь начать свое дело или усовершенствовать уже работающий бизнес, оптимизируете те или иные процессы, как бы то ни было, вам необходимо задуматься над бизнес-моделированием.

В книге «Построение бизнес-моделей» представлены способы и методы анализа и создания бизнес-моделей, подтвердившие свою эффективность на практике. Если вы поймете, как работают эти инструменты, то научитесь принимать оптимальные решения, генерировать новые идеи, которые найдут поддержку среди коллег, собственников и даже потребителей.

# Шаблон

Бизнес-модель – это схема функционирования бизнеса. Для ее создания и описания Александр Остервальдер и Ив Пинье используют шаблоны – универсальный язык для работы с бизнес-моделями. С помощью этого инструмента легко совместно обсуждать, корректировать, анализировать особенности функционирования любых компаний, а затем на основе полученных данных внедрять новые технологии и трансформировать бизнес.

Шаблон складывается из девяти блоков, отражающих ключевые элементы бизнеса. Блоки можно разбить на четыре сферы:

- взаимодействие с клиентом,
- предложение,
- инфраструктура,
- финансы.

Блок «**Потребительские сегменты**» содержит информацию о клиентах, которая разделена на несколько секторов в соответствии с какой-либо значимой характеристикой. В каждом конкретном случае необходимо разрабатывать индивидуальную сегментацию потребителей.

Сегментировать клиентов стоит, если:

- у них разные потребности, и в связи с этим

необходимы разные предложения;

- задействованы разные каналы сбыта;
- некоторая группа клиентов значительно выгоднее других, отношения с группами приходится выстраивать по-разному;
- клиенты заинтересованы в разных качествах одного и того же товара.

Некоторые бизнес-модели выделяют сегменты рынка, незначительно отличающиеся по потребностям и запросам. Так, отделы розничного обслуживания в банках, например в Credit Suisse, могут выделить группу клиентов, вклады которых превышают \$100 000, а из них – группу наиболее состоятельных клиентов с вкладами более \$500 000. Потребности и проблемы клиентов в этих сегментах имеют некоторые отличия, что важно для других структурных блоков бизнес-модели Credit Suisse, в частности, для ценностных предложений, каналов сбыта, взаимоотношений с клиентами, потоков поступления доходов.

# Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.