

-المحور السابع:
نموذج العمل التجاري BMC
تصميم النموذج الأولي
منتج الحد الأدنى القابل للتطبيق MVP

نموذج العمل التجاري BMC

مخطط نموذج العمل تم ابتكاره في عام 2010 من قبل ألكسندر اوستروالد Alexander Osterwalder، وهو عبارة عن ملخص في صفحة واحدة يصف التفاصيل الاساسية الخاصة بشركتك أو منتجك الجديد وتحديد الأسلوب المناسب لتحقيق القيمة وإيصالها بنجاح الى السوق، من خلال دراسة شرائح العملاء، هيكل التكلفة، الموارد ومصادر الإيرادات وغيرها.

مكونات نموذج العمل التجاري



عناصر نموذج العمل التجاري BMC تطبيق استشارات قانونية عبر الانترنت

القيمة المقترحة (Value Propositions):

- * استشارات عالية الجودة والكفاءة: تقديم الاستشارات من مجموعة خبراء بقرار جماعي وليس فردي، وبالتالي دقة وموثوقية الاستشارة
- * سهولة الوصول إلى الاستشارات القانونية:
- * توفير استشارات قانونية عبر الإنترنت في أي وقت 24 ساعة ومن أي مكان.
- * توفير وقت وجهد العملاء من خلال تجنب الذهاب إلى مكاتب المحاماة.
- * توفير استشارات قانونية بأسعار معقولة:
- * تقديم باقات استشارات قانونية متنوعة وبأسعار تنافسية.
- * توفير خيارات دفع متنوعة و مرنة.
- * توفير محامين خبراء و متخصصين في مجالات معينة:
- * توفير قاعدة بيانات واسعة من المحامين المتخصصين في مختلف المجالات القانونية.
- * توفير تقييمات ومراجعات للمحامين لمساعدة العملاء على اختيار المحامي المناسب.
- * الحفاظ على الخصوصية والسرية: اي ضمان سرية معلومات العملاء.



القيمة المقدمة

وصف القيمة التي تقدمها للزبائن



ما هو الاحتياج الملبي
أي مشكل تحل
بأي منتج أو بأي خدمة

عناصر نموذج العمل التجاري BMC

شرائح العملاء (Customer Segments):

- * السوق المستهدف: الأفراد ومنهم:
 - * الأشخاص الذين يحتاجون إلى استشارات قانونية سريعة وميسرة.
 - * الأفراد الذين يواجهون مشاكل قانونية بسيطة أو معقدة.
 - * الأشخاص الذين يبحثون عن محامين متخصصين في مجالات معينة.

* السوق المحتمل: الشركات الصغيرة والمتوسطة ومنها:

- * الشركات التي تحتاج إلى استشارات قانونية دورية ومنتظمة
- * الشركات التي تواجه مشاكل قانونية تتعلق بالعقود أو العمل.
- * الشركات التي تبحث عن محامين متخصصين في القانون التجاري.

شرائح الزبائن

لمن موجه المنتج أو الخدمة
من هم الزبائن الرئيسيين

تصنيف الزبائن حسب الخصائص المشتركة بينهم

حاجات الزبائن

كيفية الوصول

.....

عناصر نموذج العمل التجاري BMC

العلاقات مع العملاء (Customer Relationships):

خلق العلاقة من خلال الاعلانات التي تبرز القيم المقدمة مع تقديم تجربة مجانية محدودة- بغية تقييم الخدمة

* الدعم الفني: توفير دعم فني للعملاء لحل أي مشاكل فنية أو تقنية.

* خدمة العملاء: توفير خدمة عملاء للرد على استفسارات العملاء.

* التحسين المستمر للتطبيق وتحسين صورة العلامة

* تقييمات ومراجعات اي السماح للعملاء بتقييم المعامين وترك المراجعات.

* توفير محتوى قانوني: توفير مقالات ومقاطع فيديو توضيحية للمواضيع القانونية.

CUSTOMER RELATIONSHIPS



العلاقات مع الزبائن

وصف طريقة تنظيم

العلاقات مع الزبائن

عناصر نموذج العمل التجاري BMC

3. القنوات (Channels):

- * قناة الاتصال المباشر الرئيسية عن طريق تطبيق حقوقي للهاتف المحمول وهو تطبيق سهل الاستخدام للهواتف الذكية والأجهزة اللوحية.
- * الموقع الإلكتروني: موقع إلكتروني يوفر معلومات عن التطبيق والخدمات المقدمة.
- * وسائل التواصل الاجتماعي: استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للتسويق والتواصل مع العملاء.
- * التسويق عبر البريد الإلكتروني: إرسال رسائل بريد إلكتروني للعملاء لإعلامهم بالتحديثات والعروض.



عناصر نموذج العمل التجاري BMC

الأنشطة الرئيسية (Key Activities):

* تسجيل العلامة التجارية

* انشاء وتطوير وصيانة التطبيق:

* تحديث التطبيق باستمرار لتحسين تجربة المستخدم.

* تسجيل التطبيق لحمايته

* تسويق التطبيق والظهور الاعلامي للعلامة التجارية مع اطلاق حملة اعلانية لجذب

العملاء ودعوتهم إلى تحميله واستخدامه

* توفير الدعم الفني وخدمة العملاء ومساعدتهم في حل مشاكلهم.

* إدارة قاعدة بيانات المعاملين والتأكد من أن قاعدة البيانات محدثة ودقيقة.



الأنشطة الأساسية

الأنشطة الضرورية لتجسيد القيمة المقدمة

عناصر نموذج العمل التجاري BMC

الموارد الرئيسية (Key Resources):

* تطبيق الهاتف المحمول

* منصة تقنية سهلة الاستخدام.

* قاعدة بيانات المعاملين: قاعدة بيانات واسعة من المعاملين المتخصصين.

* فريق العمل: فريق عمل متخصص في تطوير التطبيقات والتسويق وخدمة العملاء.

KEY RESOURCES



كفاءات

معدات

....الخ

الموارد الأساسية

الأصول الأساسية لسير المشروع

عناصر نموذج العمل التجاري BMC

الشركاء الرئيسيون (Key Partnerships):

- * المحامون ذوي الخبرة خاصة منهم المتقاعدين
- * الشركات القانونية وغيرها لعرض خدماتهم وتسويقها على التطبيق.
- * مقدمو خدمات الدفع الإلكتروني لتسهيل عمليات الاشتراك والدفع
- * الصندوق الوطني للمؤسسات الناشئة لتمويل المشروع
- * شركات التأمين
- * البنوك لتسهيل عمليات تحويل الاموال والاجور
- * الزبائن من خلال ارائهم ودعمهم للعلامة
- * مطورو التطبيقات الالكترونية



الشركاء الرئيسيين

الشراكات الاستراتيجية

موردون

موزعين

مقدمي خدمات

عناصر نموذج العمل التجاري BMC

COST STRUCTURE

هيكل التكاليف



تحديد التكاليف المهمة
المرتبطة بالموارد والنشاطات الرئيسية

هيكل التكاليف (Cost Structure):

- * تكاليف انشاء وصيانة التطبيق:
- * تكاليف تطوير التطبيق وتحديثه.
- * تكاليف التسويق:
- * تكاليف الإعلان والتسويق عبر الإنترنت.
- * رواتب الموظفين: رواتب فريق العمل.
- * تكاليف التشغيل:
- * تكاليف استضافة التطبيق والموقع الإلكتروني.

عناصر نموذج العمل التجاري BMC

REVENUE STREAMS

تدفق الإيرادات

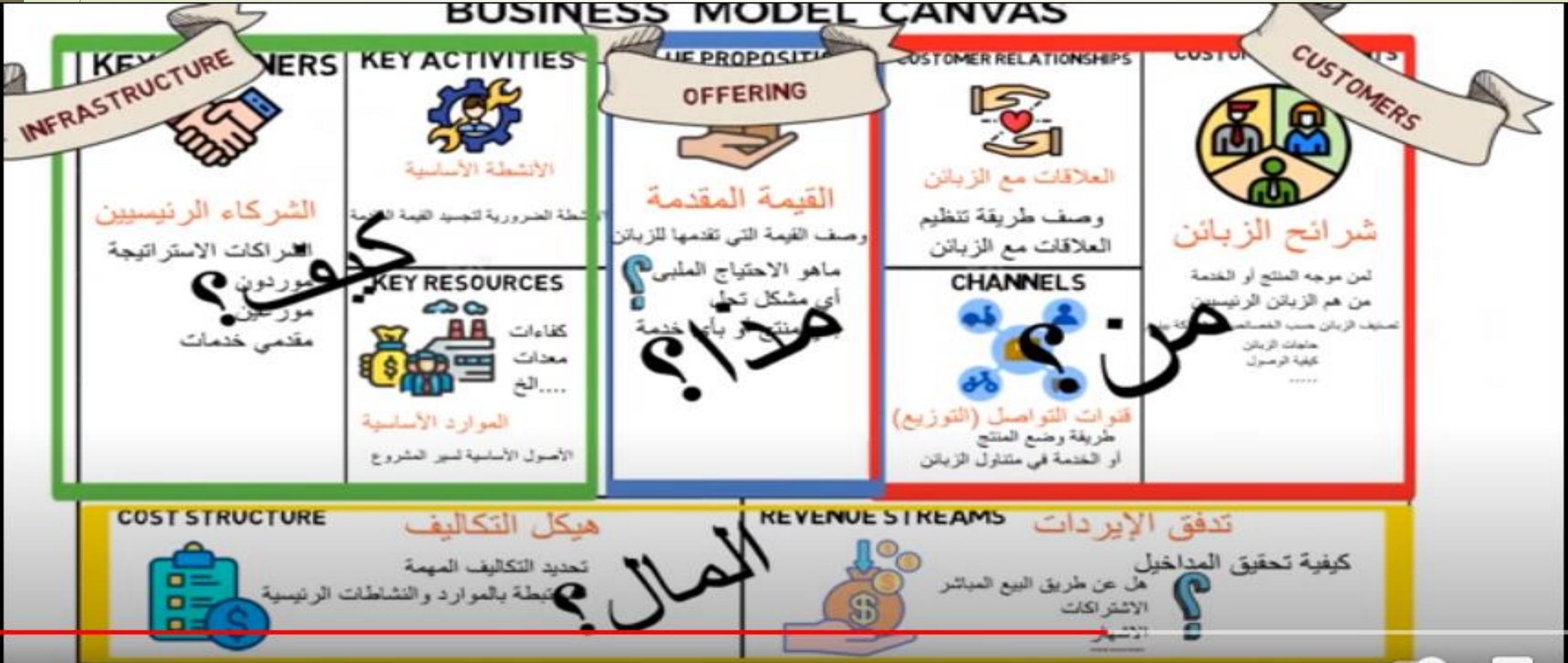


كيفية تحقيق المداخيل
هل عن طريق البيع المباشر
الاشتراكات
الاشهار
.....

. مصادر الإيرادات (Revenue Streams):

- * رسوم الاستشارات القانونية:
- * رسوم مقابل الاستشارات القانونية الفردية.
- * باقات الاشتراك:
- * باقات اشتراك شهرية أو سنوية للوصول إلى عدد معين نوع معين من الاستشارات القانونية
- * الإعلانات:
- * عرض إعلانات للمحامين والشركات القانونية. وباقي الاطراف ذات المصلحة

عناصر نموذج العمل التجاري BMC



مقدمة في تصميم النماذج الأولية

النموذج الأولي هو نسخة تجريبية من المنتج تُستخدم لاختبار الأفكار وتحسينها، وفهم التفاعلات بين المستخدم والمنتج قبل الشروع في الإنتاج النهائي

يُستخدم النموذج الأولي داخل الفريق المطور أو في اختبارات محدودة لجمع البيانات حول أداء المنتج وتقبله من قبل المستخدمين المحتملين.

تكمن أهمية النماذج الأولية في تقييم وتحسين تصميم المنتج قبل الإنتاج، مما يوفر الوقت والمال ويقلل من المخاطر المرتبطة بإطلاق منتج جديد. كما تسمح بجمع ردود فعل المستخدمين واختبار الوظائف، مما يعزز فرص نجاح المنتج في السوق.

• أنواع النماذج الأولية: التمييز بين النماذج الأولية الملموسة والرقمية.

1- النماذج الأولية الملموسة: هي نماذج فعلية تُبنى من مواد واقعية لتوفير تصور حسي للمنتج النهائي. تُستخدم هذه النماذج لتقييم الخصائص الفيزيائية مثل الحجم، الشكل، والملمس، وهي مهمة خاصة في الصناعات التي يتطلب فيها التفاعل المباشر مع المنتج، مثل الأدوات والأجهزة.

2- النماذج الأولية الرقمية: هي نماذج يتم إنشاؤها باستخدام برامج الكمبيوتر لمحاكاة وظائف وتفاعلات المنتج. يمكن أن تكون على شكل تطبيقات أو برمجيات يتم اختبارها على الأجهزة الإلكترونية. هذه النماذج مفيدة لتقييم واجهات المستخدم وتجربة المستخدم، ويسهل تعديلها وتحديثها بسرعة.

مراحل تطوير النموذج الأولي

تطوير النموذج الأولي يمر بعدة مراحل أساسية تضمن تحقيق الأهداف المطلوبة من النموذج بكفاءة عالية. إليك المراحل الرئيسية لتطوير النموذج الأولي:

1- تحديد المتطلبات: في هذه المرحلة، يتم جمع المعلومات وتحديد الاحتياجات الأساسية للمنتج. يشمل ذلك فهم الغرض من النموذج، والمشاكل التي يجب أن يحلها، ومتطلبات المستخدمين.

2- تصميم المفهوم: تبدأ هذه المرحلة بتوليد الأفكار ورسم التصورات الأولية للمنتج. يمكن استخدام الرسوم التخطيطية، الموديلات ثلاثية الأبعاد، أو حتى نماذج ورقية لتوضيح ومناقشة الأفكار بين أعضاء الفريق.

3-التصميم التفصيلي: بعد الموافقة على المفهوم، يتم تطوير تصميم تفصيلي يشمل جميع الجوانب التقنية والمعمارية للمنتج. في هذه المرحلة، يتم إنشاء الرسومات الهندسية، وتحديد المواد، وتقنيات التصنيع.

4-بناء النموذج الأولي: يتم في هذه المرحلة بناء النموذج الأولي بناءً على التصميمات التفصيلية. يمكن استخدام مجموعة من الأساليب مثل الطباعة ثلاثية الأبعاد، النجارة، أو التجميع اليدوي لإنشاء نموذج يمكن اختباره وتقييمه.

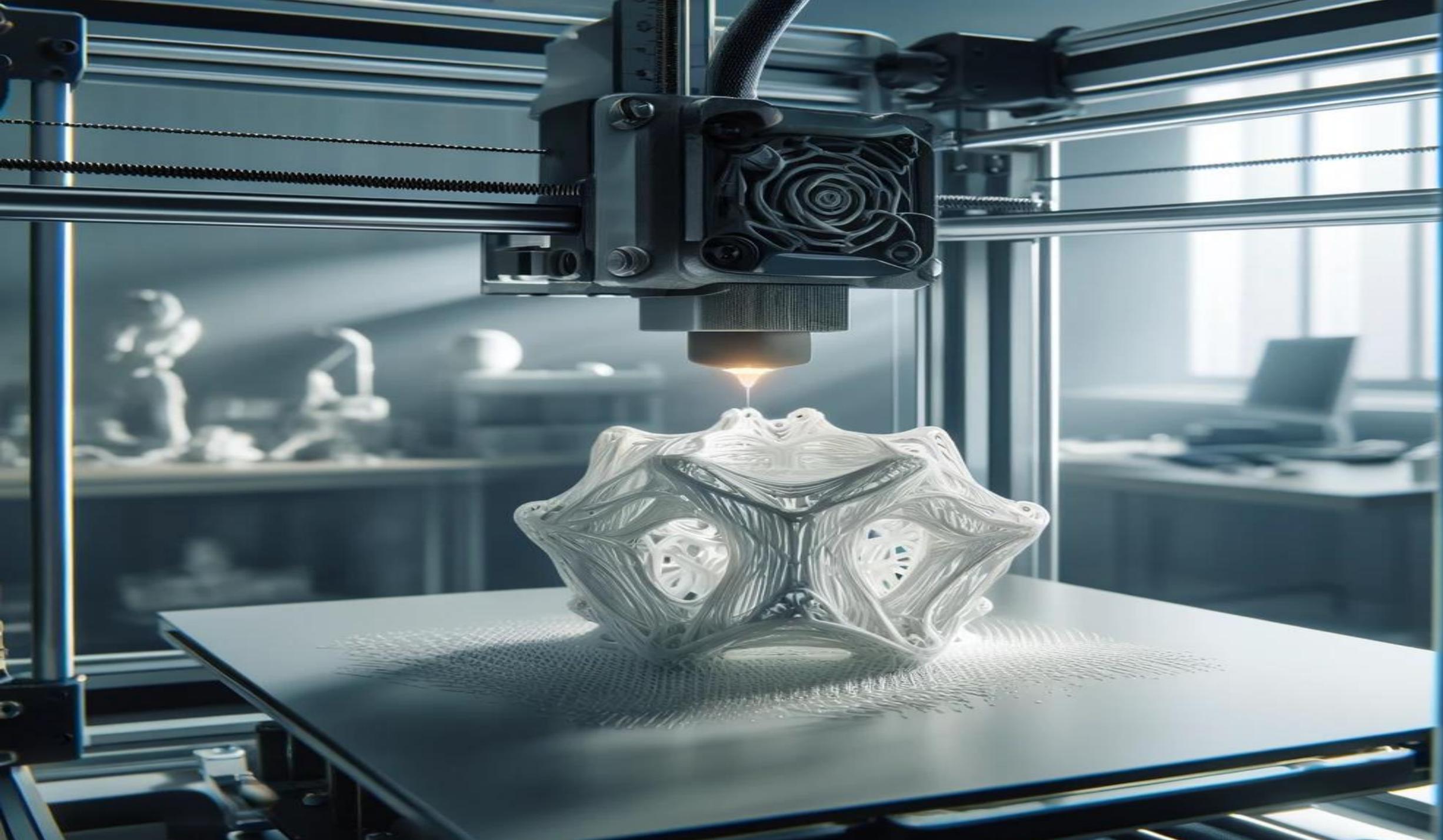
5-اختبار وتقييم النموذج: يتم في هذه المرحلة اختبار النموذج للتأكد من أنه يلبي المتطلبات المحددة ويعمل بالشكل المطلوب. يشمل الاختبار الجوانب الوظيفية، الفيزيائية، وتجربة المستخدم.

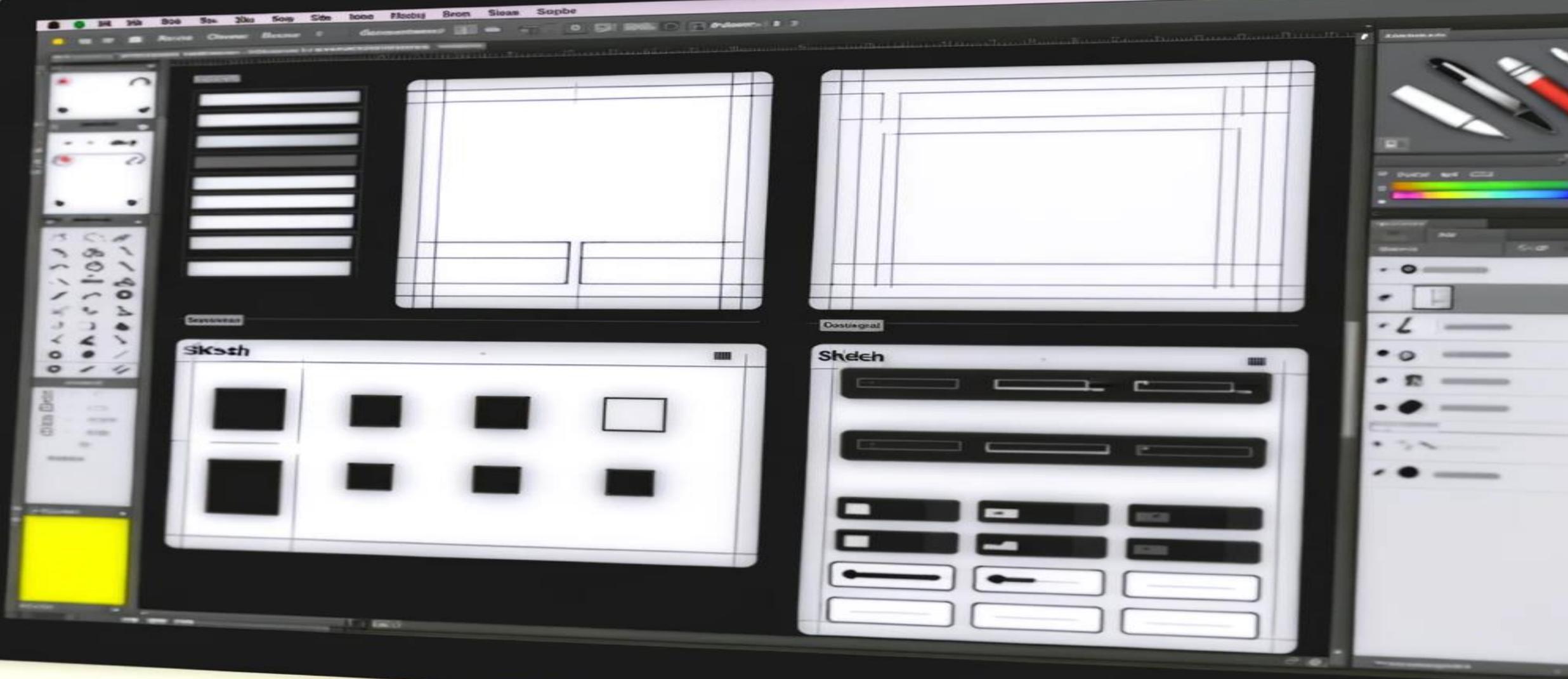
6-التعديل والتكرار: استنادًا إلى نتائج الاختبار، قد يتطلب الأمر إجراء تعديلات على النموذج. تتم عملية التكرار هذه عدة مرات لتحسين النموذج وضمان تحقيق أفضل النتائج الممكنة قبل البدء بالإنتاج النهائي أو الانتقال إلى المراحل التالية من التطوير.

أدوات وتقنيات لتطوير النموذج الأولي

أدوات تصميم النماذج الأولية: يستخدم المصممون برمجيات مثل Sketch، Figma، و Adobe XD لإنشاء واجهات المستخدم وتجربة المستخدم الرقمية. هذه الأدوات تتيح التعديل السريع والتكرار والتعاون بين أعضاء الفريق لتحسين التصميمات بكفاءة.

تكنولوجيا الطباعة ثلاثية الأبعاد: تلعب الطباعة ثلاثية الأبعاد دوراً محورياً في تسريع عملية تطوير النماذج الفيزيائية، حيث تمكن المصممين من تحويل الأفكار إلى نماذج مادية ملموسة بسرعة. هذه التقنية مفيدة لتقييم الجوانب الهيكلية والتصميمية للمنتج قبل الإنتاج النهائي.





منتج الحد الأدنى القابل للتطبيق MVP

- ➔ <https://www.youtube.com/watch?v=RSWZkusH4-k&t=5s>