

ÄRIMUDELITE ARENDAMINE

Harri Moora

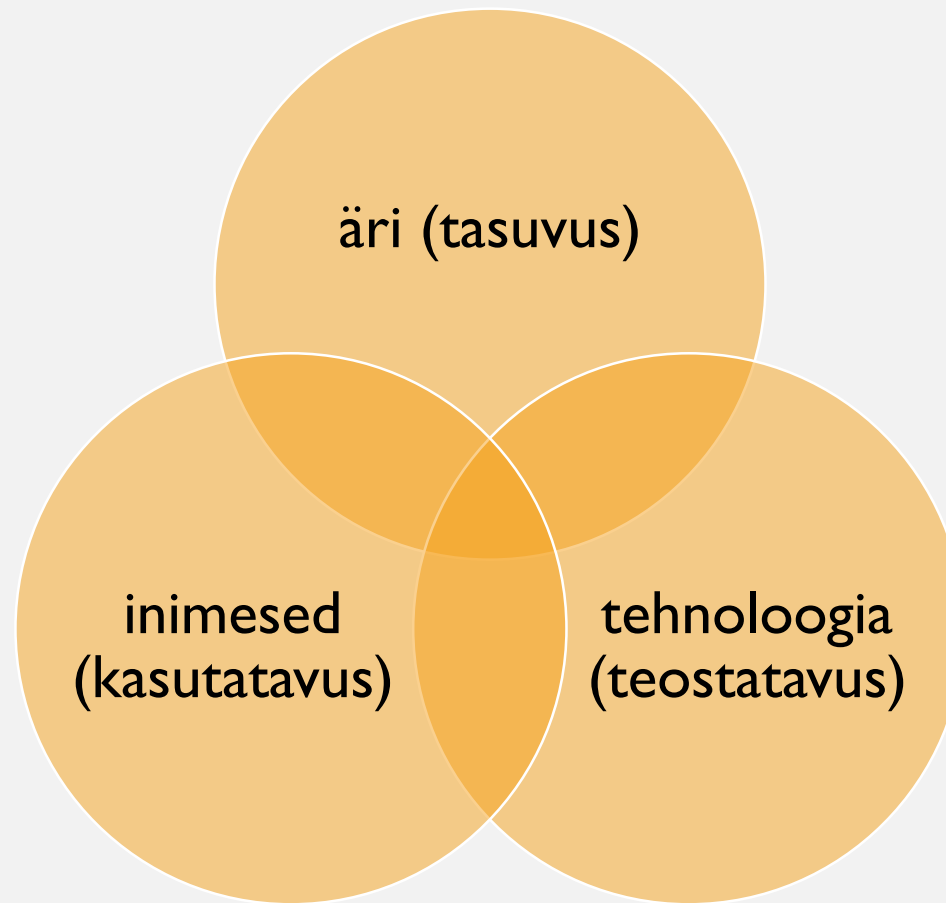
Kristiina Martin

Stockholmi Keskkonnainstituudi Tallinna Keskus



DISAIN JA INNOVATSIOON

Toode peab olema ärilises mõttes tasuv, disainitult inimesekeskselt ning tootmine peab olema tehnoloogiliselt teostatav. Nende kolme ristumiskohaks on innovatsioon.



ÄRIMUDELI INNOVATSIOON

„Innovaatiline äri on selline, mis elab ja hingab „väljaspool karbimõtlemist“. See ei seisne pelgalt heades ideedes, see on kombinatsioon headest ideedest, motiveeritud töötajatest ja vaistlikust mõistmisest, mida teie **klient** vajab“ - Richard Branson (1998)

MIS ON “ÄRIMUDEL”?

MIS ON “ÄRIMUDEL”?

Ärimudel kirjeldab seoseid, kuidas organisatsioon loob, tarnib ja saavutab väärtust

ÄRIMUDELI INNOVATSIOON – ALEX OSTERWALDER

- Osterwalder lõi ärimudeli lihtsa esitamise jaoks lõuendi (“*Business model Canvas*”)
- Lõuendi ehk loodud raamistiku abil saab kirjeldada ärimudelit ning luua ülevaade terviklikust pildist
- Olulisel kohal on kliendikeskne mõtteviis
- Ärimudeli loomine algab kliendist ja toimub väärtuspakkumise ümber



Võtme-
partnerid



Võtme-
tegevused



Väärtus
pakkumine



Kliendi
suhted



Kliendi
segmentid



Võtme-
ressurssid



Kanaliid

Kulu struktuur

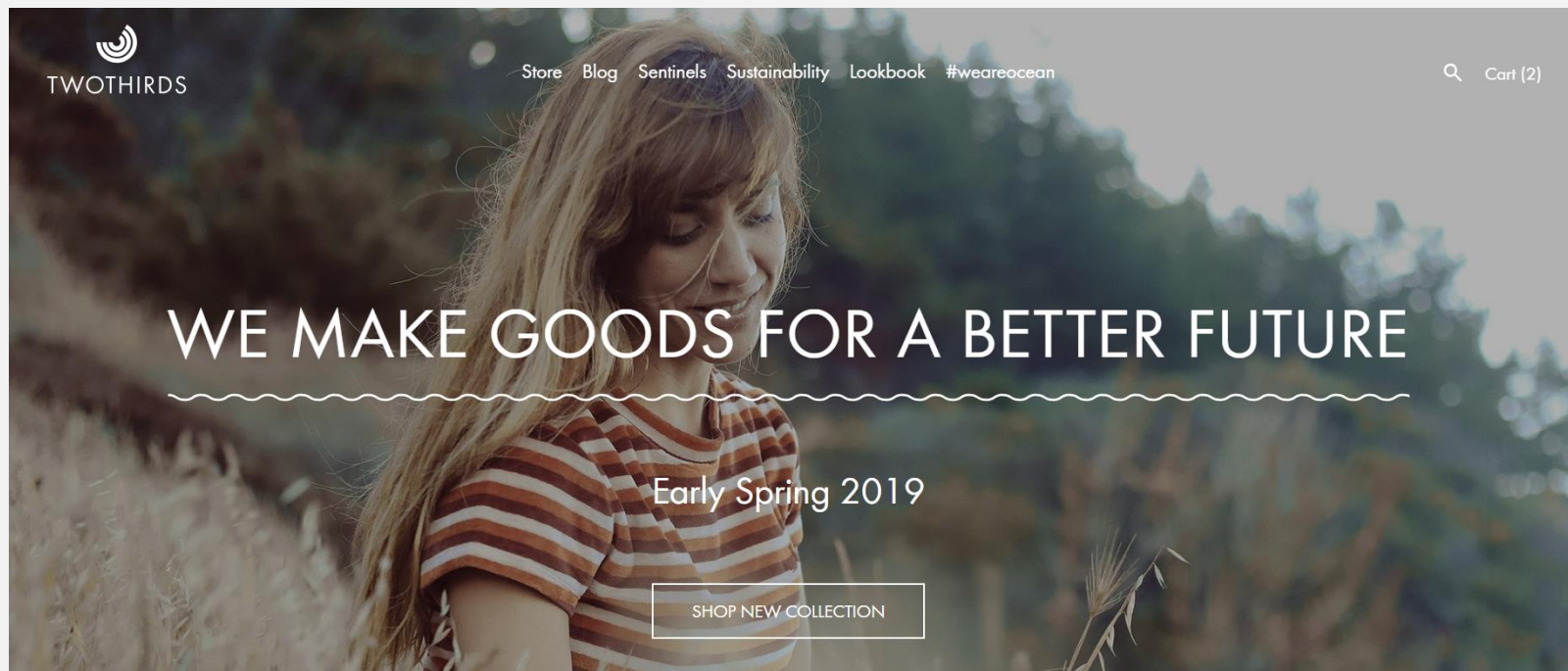


Tuluwood



NÄIDE - TWOTHIRDS

- Koduleht: twothirds.com/
- [Video](#)
- Toodavad vabaajarõivaid meestele ja naistele
- Kasutavad ökopuuvilla ja ümbertöödeldud materjale
- Tootmine Euroopas
- Müüvad tooteid e-poes





Võtme-
partnerid



Võtme-
tegevused



Väärtus
pakkumine



Kliendi
suhted



Kliendi
segmentid



Võtme-
ressurssid



Kanaliid

Kulu struktuur



Tuluwood





Võtme-
partnerid

Riiete tootjad

Materjalide
tarnijad

Toodete
tarnimine
lõpptarbijale



Võtme-
tegevused

Riiete
disainimine

Turundamine



Võtme-
ressurssid

Töötajad

€ -teenuste
ostmiseks



Väärtus
pakkumine

Toodavad
vabaaja
riideid
keskkonna-
sõbralikest
materjalidest



Kliendi
suhted

Veebisuhtlus

Personaalsed
e-mailid



Kanaliid

Sotsiaalmeeida:
Instagram,
Facebook

Suunatud
reklaamid



Kliendi
segmentid

Mehed, kes
ostavad
keskkonnasõb-
ralikest
materjalidest
tooteid

Naised, kes
ostavad
keskkonnasõb-
ralikest
materjalidest
tooteid

Materjalide ost

tootmisteenus

palgad

Kulu struktuur



reklaamikulu

postikulu

€ riide
müügist

Tuluvoos



MILLEKS KASUTADA ÄRIMUDELILÕUENDIT?

- Aitab luua tervikliku arusaama ettevõtte tegevustest
- Holistiline ülevaade kõigile meeskonnaliikmetele
- Sisendiks äriplaanile
- Võrdlus konkurentidega – mis on minu unikaalne väärtuspakkumine?

KLIENDISEGMENDID

- Kliendikesksus – kelle jaoks loome väärtust?
- Peamiste kliendisegmentide välja toomine

Edasipidi lähme sellega rohkem süvitsi:

- Kus minu kliendid veedavad aega?
- Mis on neil ühist?
- Kuidas and meid leiavad?

VÄÄRTUSPAKKUMINE

- Millist kliendi probleemi soovime lahendada?
- Väärtuspakkumine lahendab kliendi probleemi või rahuldab tema vajadust.
- Väärtuspakkumine on ärimudeli keskne osa
- Lähtub kliendi vajadustest

Märksõnad:

- Uudsust - **Funktsionaalsust** - Kohandamine - **Disain – Bränd / Staatus** - Kulude vähendamist - Riski maandamist - Mugavus / Kasutatavus

KANAL

- Kuidas ettevõtte kommunikeerib enda väärtuspakkumist ja jõuab enda kliendisegmentideni
- Milliseid kanaleid saame kasutada?
- Milliseid kanaleid tarbib meie klient?
- Milline kanal toimib tõhusamalt?

KLIENDISUHTED

- Millised suhted loob ettevõtte spetsiifilise kliendisegmendiga?
- Personaalne
- Määratud, spetsiifiline isiklik abi
- Iseteenindus
- Automaatne teenindus
- Kogukond
- Koostöö

TULUVOOD

- Mis tulu tekib iga kliendisegmendist?
- Toote müük
- Teenuse müük
- Perioodiline tellimus
- Rentimine
- Teenustasud
- Reklaamitulu

VÕTMERESSURSID

- Kõige olulisemad ressursid / varad, et ärimudel toimiks ?
- Füüsilised
- Inimesed
- Finants
- Intellektuaalomand

VÕTMETEGEVUSED

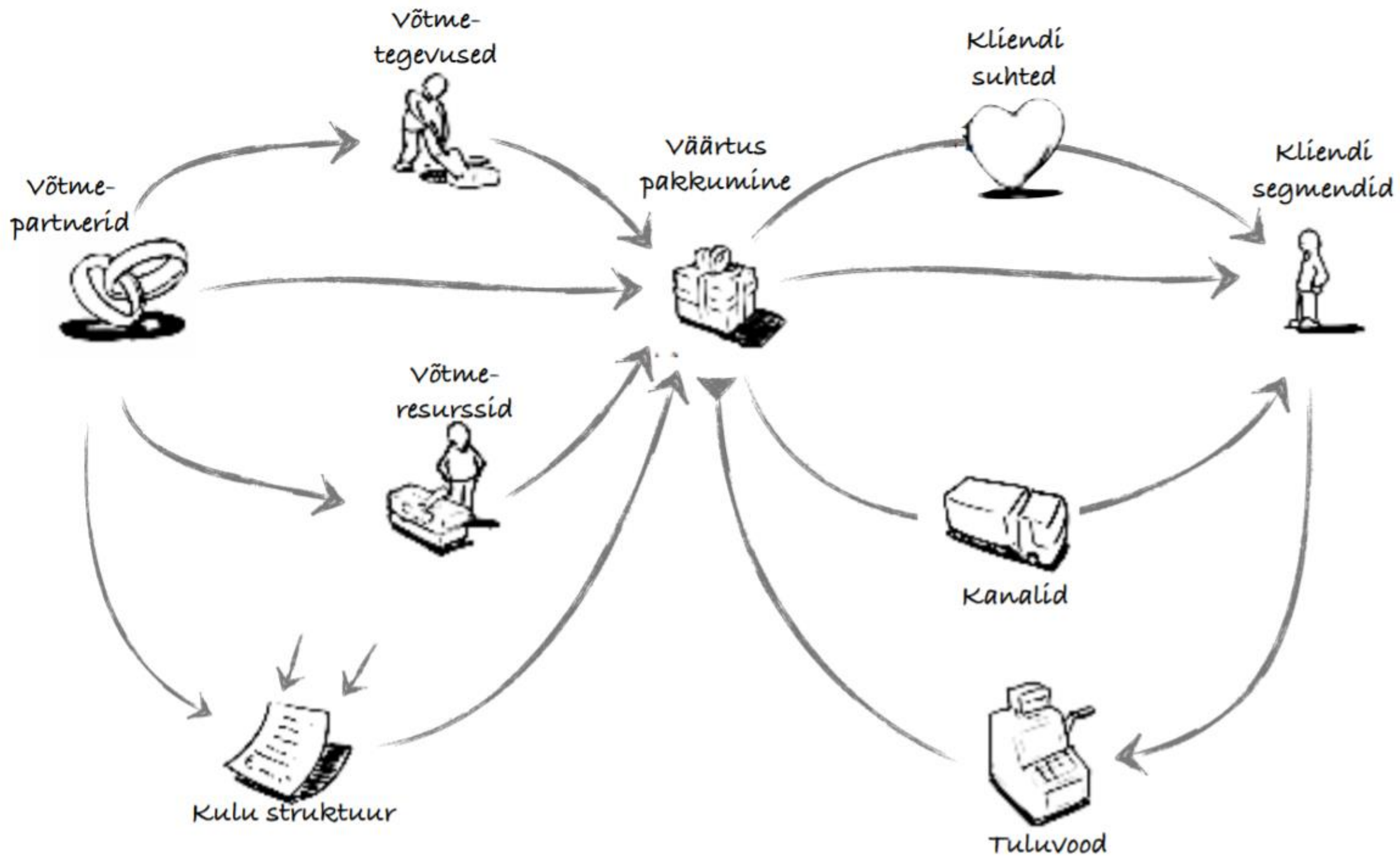
- Ettevõtte tähtsamad tegevused
- Tootmine
- Probleemilahendus
- Platvorm / võrgustik
- Disain
- Vahendamine

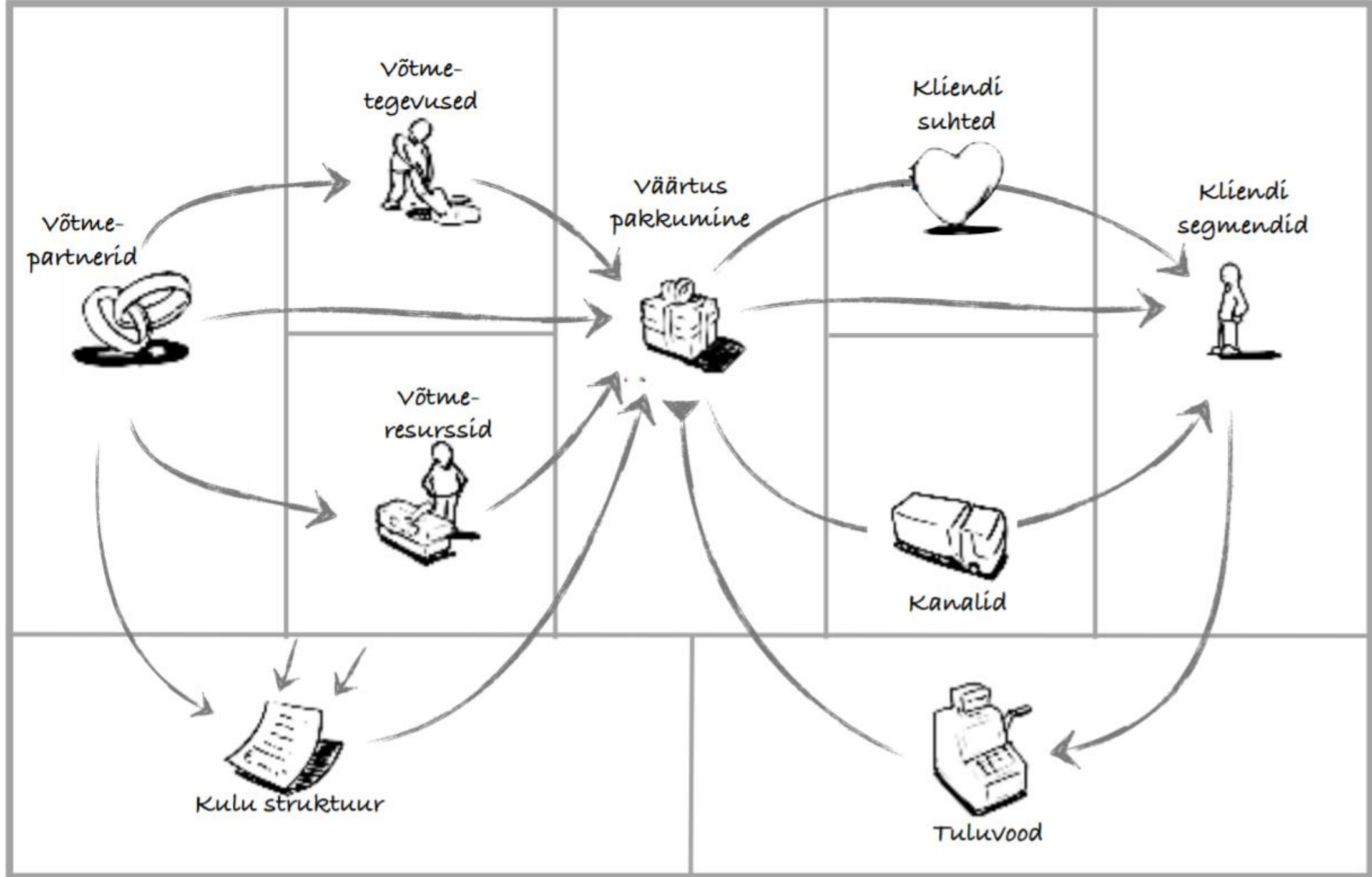
VÕTMEPARTNERID

- Alltootjad
- Koostööpartnerid
- Tarnijad sh teisese toorme tootjad ja tarnijad
- Reklaampartnerid
- Sisseostetud teenused

KULUSTRUKTUUR

- Kirjeldab kõike kulusid mis on seotud ärimudeli teostamisega
- Püsikulud
- Muutuvad kulud







Võtme-
partnerid



Võtme-
tegevused



Väärtus
pakkumine



Kliendi
suhted



Kliendi
segmentid



Võtme-
ressurssid



Kanaliid

Kulu struktuur



Tuluwood



The Business Model Canvas

Designed for:

Designed by:

On:

Iteration:

Key Partners



Who are our Key Partners?
Who are our key suppliers?
Which Key Resources are we acquiring from partners?
Which Key Activities do partners perform?

Key Partnerships:
Distribution
Fulfillment
Production
Procurement
Research and Development

Key Activities



What Key Activities do our Value Propositions require?
Our Distribution Channels?
Customer Relationships?
Revenue Streams?

Key Activities:
Production
Distribution
Marketing
Customer Support

Value Propositions



What value do we deliver to the customer?
Which one of our customer's problems are we helping to solve?
What bundles of products and services are we offering to each Customer Segment?
Which customer needs are we satisfying?

Value Propositions:
New Products
New Services
New Channels
New Relationships
New Revenue Streams
New Key Resources
New Key Activities
New Key Partners

Customer Relationships



What types of relationships does each of our Customer Segments expect us to establish and maintain with them?
Which ones have we established?
How are they integrated with the rest of our business model?
How costly are they?

Customer Relationships:
New Products
New Services
New Channels
New Relationships
New Revenue Streams
New Key Resources
New Key Activities
New Key Partners

Customer Segments



For whom are we creating value?
Who are our most important customers?

Customer Segments:
New Products
New Services
New Channels
New Relationships
New Revenue Streams
New Key Resources
New Key Activities
New Key Partners

Key Resources



What Key Resources do our Value Propositions require?
Our Distribution Channels?
Customer Relationships?
Revenue Streams?

Key Resources:
Production
Distribution
Marketing
Customer Support

Channels



Through which Channels do our Customer Segments want to be reached?
How are we reaching them now?
How are our Channels integrated?
Which ones work best?
Which ones are most cost-efficient?
How are we integrating them with customer routines?

Channels:
New Products
New Services
New Channels
New Relationships
New Revenue Streams
New Key Resources
New Key Activities
New Key Partners

Cost Structure

What are the most important costs inherent in our business model?
Which Key Resources are most expensive?
Which Key Activities are most expensive?

Cost Structure:
Production
Distribution
Marketing
Customer Support
New Products
New Services
New Channels
New Relationships
New Revenue Streams
New Key Resources
New Key Activities
New Key Partners



Revenue Streams

For what value are our customers really willing to pay?
For what do they currently pay?
How are they currently paying?
How would they prefer to pay?
How much does each Revenue Stream contribute to overall revenues?

Revenue Streams:
New Products
New Services
New Channels
New Relationships
New Revenue Streams
New Key Resources
New Key Activities
New Key Partners



STELLA  SOOMLAIS



HARJUTUS: STELLA SOOMLAIS

- Taust: toodab nahast käekotte
- Ostab ökomaterjale (nahk) Itaaliast
- Ostab tooted nende kasutusea lõpus tagasi
- Toodab Tallinnas oma ateljees
- [Koduleht](#)



Võtme-
partnerid



Võtme-
tegevused



Väärtus
pakkumine



Kliendi
suhted



Kliendi
segmentid



Võtme-
ressurssid



Kanaliid

Kulu struktuur



Tuluwood





Võtme-
partnerid

Materjali
tarnijad

Naised/mehed,
kes on Stella
tooteid ostnud



Võtme-
tegevused

Disain Müük
Tootmine

Vanade toodete
ümbertöötlemine



Võtme-
ressursid

Masinad
Rätsepad
Vanad käekotid



Väärtus
pakkimine

Toodab
keskkonna-
sõbralikest
materjalidest
kotte, mis
kestavad

Toodab uusi
tooteid (upcycle)
vanadest
materjalidest.
Annab materjalile
uue elu



Kliendi
suhted

Personaalne
lähenemine



Kanaliid

Sotsiaalmeeida
Soovitused



Kliendi
segmentid

Naised/mehed
kellele
meeldivad
kauakestvad
keskkonna-
sõbralikud
bränditooted

Masinad

Materjali ost

Palgakulud

Töökoja rendipind

Kulu struktuur



Vanade
kækottide
tagasiostmine

Materjalide
töötlemine

Tulu

kækottide
müügist

Tuluvoos

