

# Äriideest kasumini

Tallinna Ettevõtlusamet

Mart Brauer  
Armin Laidre

# Ajakava

---

0900 - 1100 Tutvumine ja ärimudeli metoodika

1100 - 1115 Kohvipaus

1115 - 1315 Ärimudeli töötuba

1315 - 1400 Lõuna

1400 - 1530 iPlanneri töötuba

1530 - 1540 Paus

1540 - 1700 Ärimudeli esitlemine ja tagasiside

# Koolituse tulemus

---

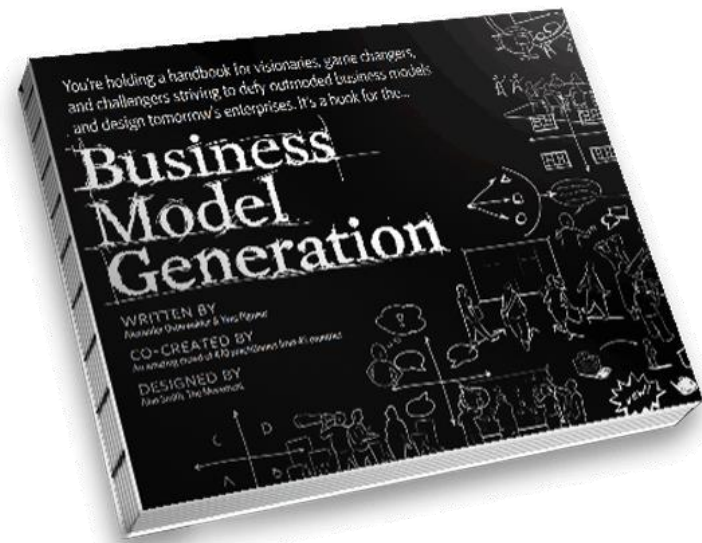
- Ärimudel v1.0
- Finantsplaan v1.0
- Tagasiside v1.0

# Metoodika

---



Alexander Osterwalder



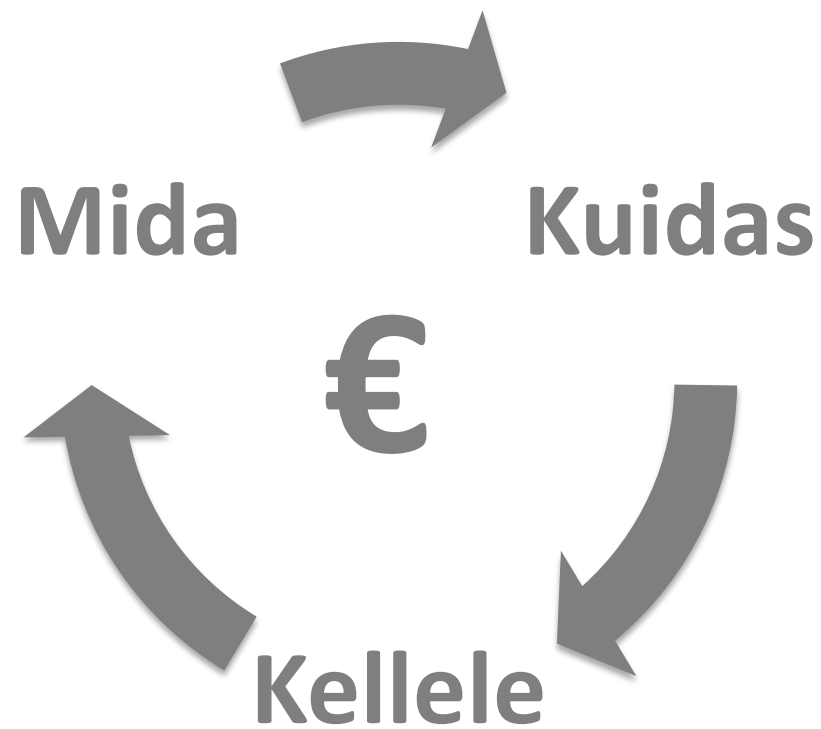
# Ärimudel

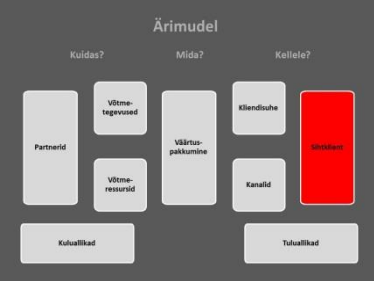
---

*„Ärimudel võimaldab kliendile väärtust luues teenida kasumit“*

# Ärimudel

---





# Moodul I: Sihtklient

---

*Sihtklient on isik või ettevõte, kelle konkreetse vajaduse rahuldamiseks luuakse uus ärimudel*

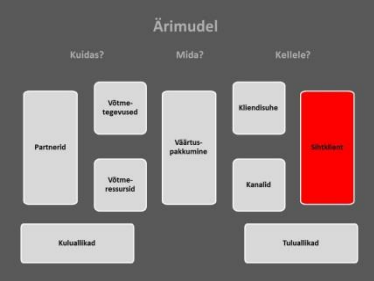
 (5) Kellel täpselt need vajadused on?

 (4) Kas neid vajadusi saab paremini rahuldada?

 (3) Kas need vajadused on rahuldamata?

 (2) Millised vajadused on turul?

 (1) Millisel turul me tegutseme?



# Moodul I: Sihtklient

---

## Profileerimine

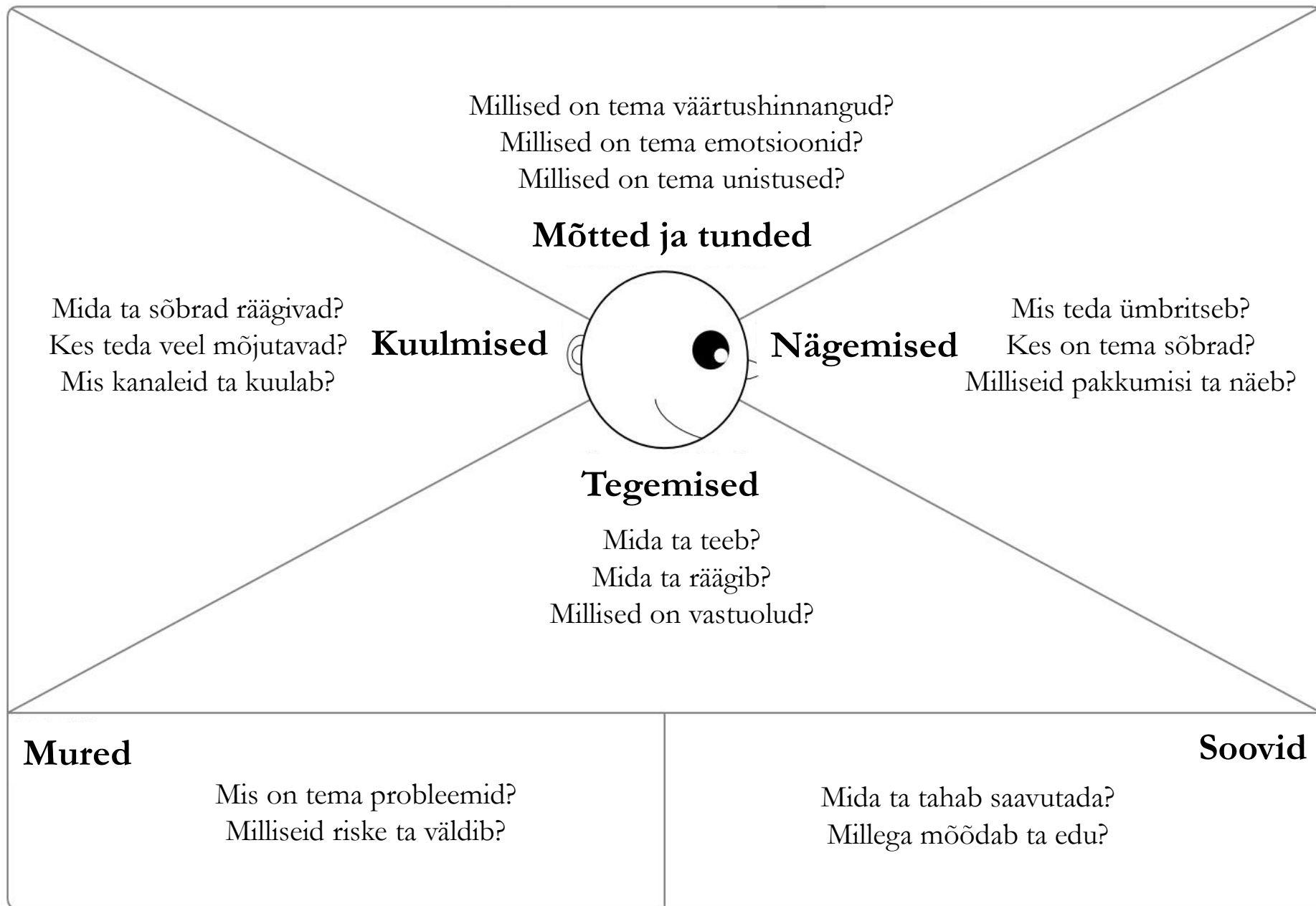
Sotsiaal-demograafiline:

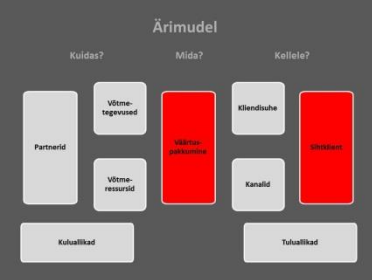
- Vanus
- Elukoht
- Haridus
- Ostujõud
- Amet
- .....

## Empaatiakaart



# EMPATHY MAP (xPlane)





# Moodul II:

## Väärtuspakkumine

*Väärtuspakkumine on toode või teenus, millega rahuldatakse sihtkliendi konkreetset vajadust ja mille tarbimisega kaasneb väärtuse loomine*

### Vajadus

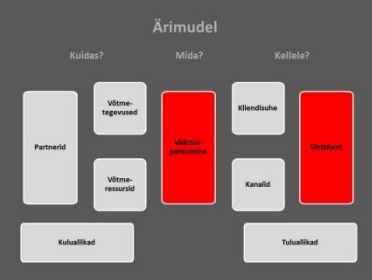
- Kommunikatsioon
- Failihaldus
- Süsteemiuuendused
- Hinna-kvaliteedi suhe

### Väärtus

- Google Apps platvorm
- Dropbox aplikatsioon
- Kiired uuendused
- Tipptelefon 300 €

### Toode





# Moodul II: Väärtuspakkumine

---

## Kvalitatiivne väärtus

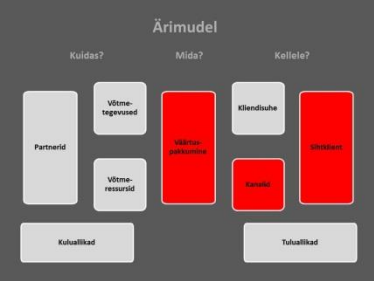
- Individuaalsus
- Disain
- Bränd
- Kasutusmugavus

## Kvantitatiivne väärtus

- Hind
- Efektiivsuse tõus
- Kulude kokkuhoid
- Ajavõit

*Väärtuspakkumine peab olema piisavalt vinge, et klient on valmis oma senisest teenusepakkujast Sinu kasuks loobuma.*

**VÄÄRTUSPAKKUMINE = KONKURENTSIEELIS**



# Moodul III: Kanalid

---

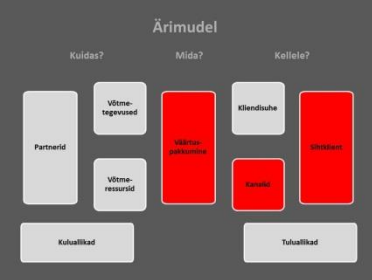
*Kanalid on kokkupuutepunktid, mille kaudu väärtuspakkumine jõuab sihtkliendini*



Turunduskanal

Müügikanal

Jaotuskanal



# Moodul III: Kanalid

---



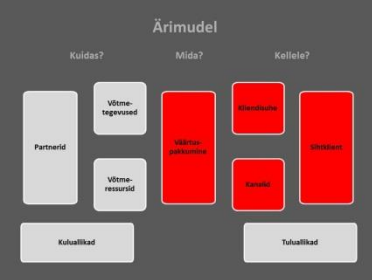
Milliste turunduskanalitega puutub klient kokku?



Kas müüa otse kliendile või teha seda partnerite kaudu?



Milline jaotuskanal on kuluefektiivne?



# Moodul IV: Kliendisuhe

---

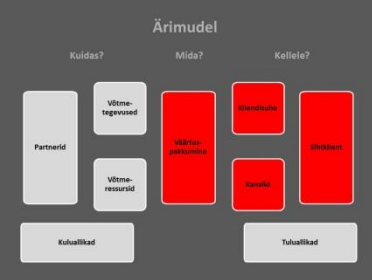
*Kliendisuhe kirjeldab ettevõtte ja kliendi vahelist igapäevast suhtlust*

**KLIENDITUGI**

**PERSONAALNE KLIENDITUGI**

**ISETEENINDUS**

**KOMMUUNID**



# Moodul IV: Kliendisuhe

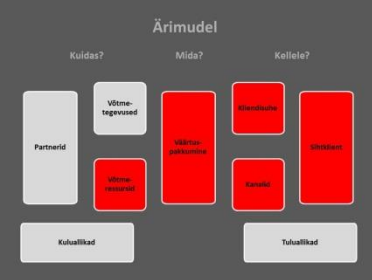
---



Millist suhtlust kliendid ettevõttelt eeldavad?



Kuidas muuta suhtlus kliendi jaoks võimalikult mugavaks?



# Moodul V: Võtmeressursid

---

*Võtmeressursid võimaldavad luua ärimudelis kirjeldatud väärtuspakkumist*

## Füüsilised

- Ehitised
- Seadmed

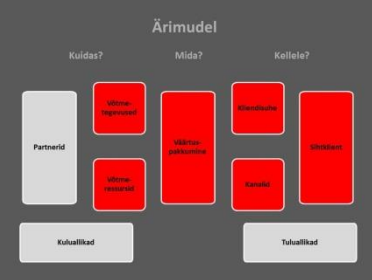
## Virtuaalsed

- Kaubamärgid
- Patendid

## Inimesed

- Konsultandid
- Juristid





# Moodul VI: Võtmetegevused

---

*Võtmetegevused on need tegevused, mis võimaldavad ettevõttel teenida kasumit*

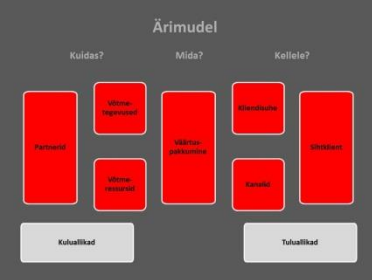
G4S - tehniline ja mehitatud valve

EMT - mobiilne side

Eesti Energia - energiatootmine ja -jaotus

Playtech - tarkvaraarendus

Selver - jaemüük



# Moodul VII: Partnerid

---

*Partnerid võimendavad ettevõtte tegevusi ja ressursse ning suurendavad ärimudeli eduka elluviimise tõenäosust*

Tarnija-hankija

Kompetentside sisseost

Edasimüüja

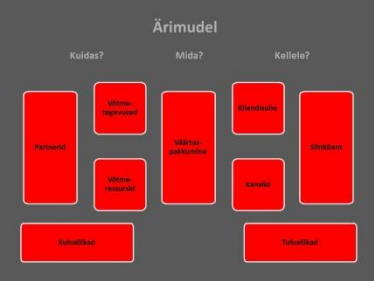


# Moodul VIII: Kuluallikad

---

*Kuluallikateks on ärimudelis kirjeldatud võtmetegevused ja -ressursid*

**PÜSIKULUD vs MUUTUVKULUD**



# Moodul IX: Tuluallikad

---

*Ettevõtte tuluallikaks on sihtkliendi poolt väärtuspakkumise eest makstav raha*

## Ühekordne makse

- Ost-müük

## Korduvmakse

- Liising, rent, järelmaks
- Kasutustasu (*recurring revenue*)

# Ärimudel

Kuidas?

Mida?

Kellele?

Partnerid

Võtme-  
tegevused

Väärtus-  
pakkumine

Kliendisuhe

Sihtklient

Võtme-  
ressursid

Kanalid

Kuluallikad

Tuluallikad

# Google

Kuidas?

Mida?

Kellele?



# Skype

Kuidas?

Mida?

Kellele?

Side-  
operaatorid

Partner-  
suhted  
Tarkvara-  
arendus

Partner-  
suhted  
Inimesed

Tasuta Skype  
kõned

Tasulised  
kõned  
muudesse  
võrkudesse

Iseteenindus  
Kommuunid

Skype  
suhtlus-  
platvorm

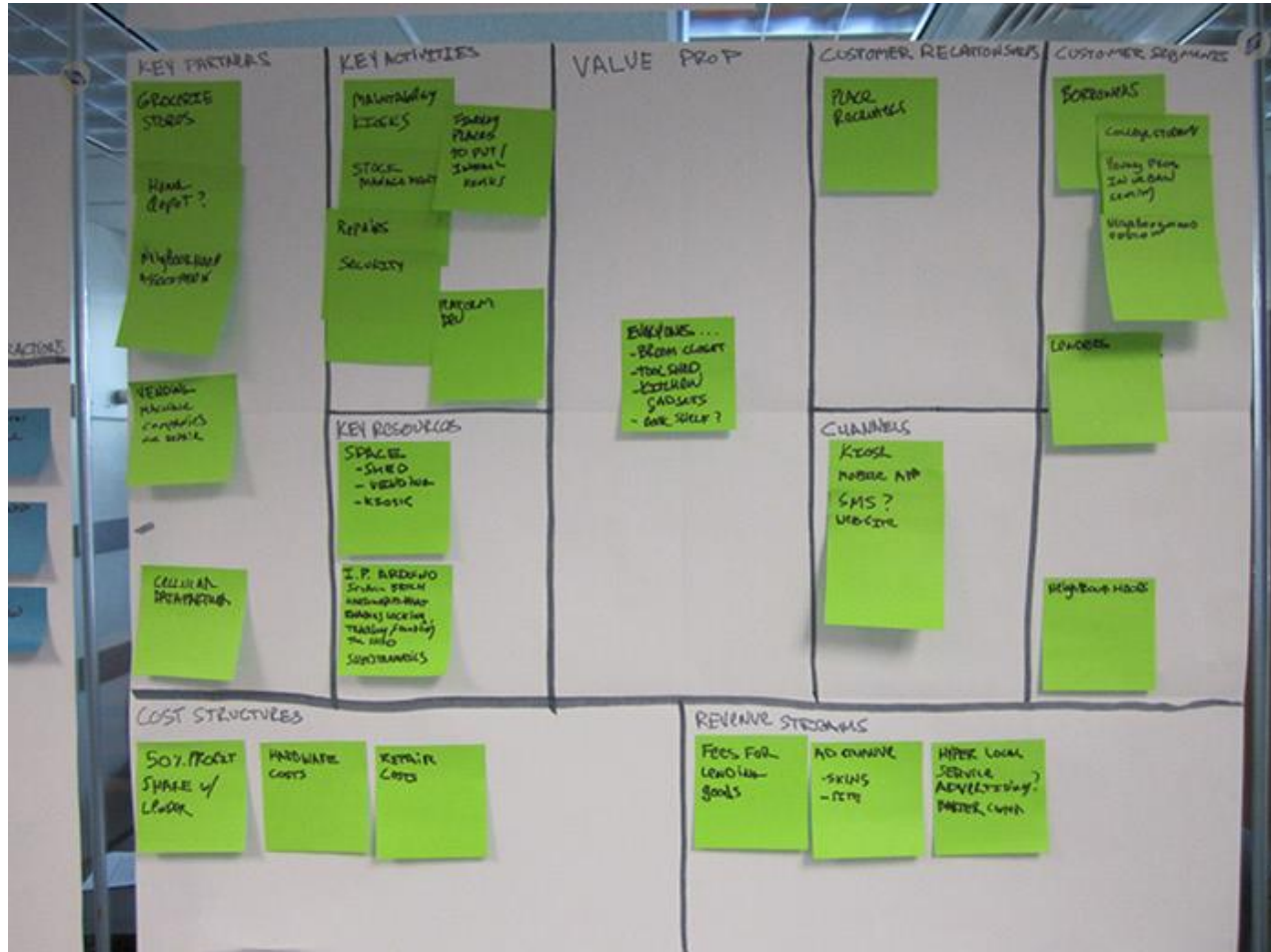
Tasuta  
suhtlus-  
platvormi  
kasutaja

Suhtlus-  
platvormi  
aktiivne  
kasutaja

Tööjõukulud

Tasuta kõned  
Tasulised kõned

# Ideation





# Ideatsioon

---

## Faas I: Meeskonna moodustamine



*Millega soodustada toimivate ärimudelite loomist?*

- Sooline jaotus
- Vanuseline jaotus
- Erinev professionaalne taust
- Erinev hariduslik taust

# Ideatsioon

---

## Faas II: Eeltöö



*Mida peame eelnevalt uurima, et uusi ärimudeleid luua?*

- Määratlema turu, millel tegutseme
- Kaardistama turul olevad vajadused
- Profileerima võimalikud sihtkliendid
- Uurima olemasolevad ärimudelid

# Ideatsioon

---

## Faas III: Ajurünnak



*Milliseid uudseid lahendusi suudame välja mõelda?*

- Keskendume ühele moodulile korraga
- Alustame turust ja sihtkliendi vajadustest
- Võimalikult palju ideid – kvantiteet, mitte kvaliteet!
- Ei kriitikale!

# Ideatsioon

---

## Faas IV: Lahenduste valik



*Millised lahendused valime välja?*

- Keskendume ühele moodulile korraga
- Igaühelt oma argumenteeritud eelistus
- Meeskonnalt konstruktiivne tagasiside
- Moodulisse lõplik valik märksõnana

# Reaalne elu

---

## Faas V: Ärimudeli elluviimine



*Kas ärimudel on konkurentsivõimeline ja jätkusuutlik?*

- Tõde selgub turul testimise käigus
- Ole valmis ebaõnnestumisteks, aga ...

***Opportunities multiply as they are seized.***

***-Sun Tzu***

# Ärimudeli töötuba

---

## **Meeskonnatöö:**

- 5-6 liikmelised grupid
- Ühe meeskonnaliikme reaalse äri või äriidee baasil ärimudeli loomine

# Ärimudeli esitlemine

## 2- Väärtuspakkumine

- Mis on pakutav toode?
- Mis väärtuseid kliendile pakute?
- Mis on konkurentsieelis?

## 3- Kanalid

- Mis on turunduskanal?
- Mis on müügikanal?

## 1- Sihtklient

- Millisel turul tegutsete?
- Millised on kliendivajadused?
- Milline on kliendiprofiil?

## 4- Tuluallikad

- Mille eest, kui palju ja kuidas klient maksab?
- Mis on sellise hinnakujunduse põhjendused?