商務模式分析表(BMA)

KP	關鍵	合作	夥伴®	
KP	夠姓	戸1F	移注	

最適化與規模經濟 降低風險與不確定性 取得特定資源與活動

•••

KA 關鍵活動⑦

生產 解決問題

平台/網路

•••

KR 關鍵資源®

實體資源 智慧資源 人力資源

財務資源

...

VP 價值主張②

新穎

效能

客製化

「把事情搞定」

設計

品牌/地位

價格

成本降低

風險降低

可及性

便利性/易用性

•••

CR 顧客關係④

個人協助

專屬個人協助

自助式

自動化服務

社群

共同創造

...

CS 目標客層①

大眾市場

利基市場

區隔化市場

多元化市場

多邊平台(多邊市場)

...

CH 通路③

通路型態			通路階段	
自	直	人力銷售	1.	認知
白 有	接	網路銷售	2.	評估
75	88	自有商店	3.	購買
合	間接	合夥商店	4.	傳遞
夥		批發商	5.	售後

C\$成本結構®

兩大類:

成本驅動、價值驅動、...

特徵:

固定成本、變動成本、規模經濟、範疇經濟、...

*R\$收益流*⑤

產牛方式:

資產銷售、使用費、會員費、和賃費、授權費、仲介費、廣告、...

每個收益流都有不同訂價機制:

固定訂價(根據靜態變數,決定價格)	動態定價(根據市場狀況,改變價格)	
統一訂價;由產品特色決定;由目標客層決定;由數量決定	協商(議價);收益管理;即時市場;拍賣	