



國際認證中心
International Certification Center

創意獲利模式與行銷地圖



國際認證中心
International Certification Center

新世代就會出現新需求

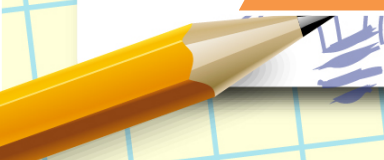
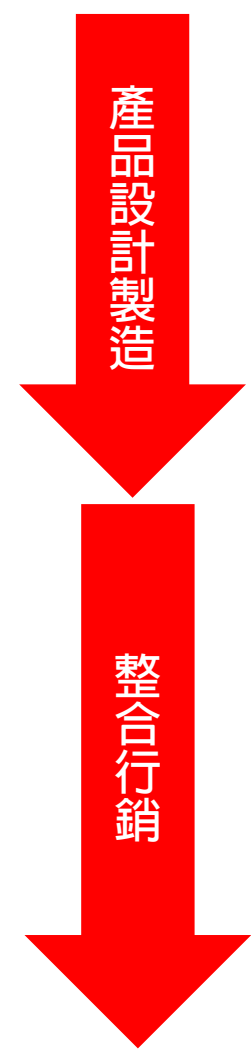
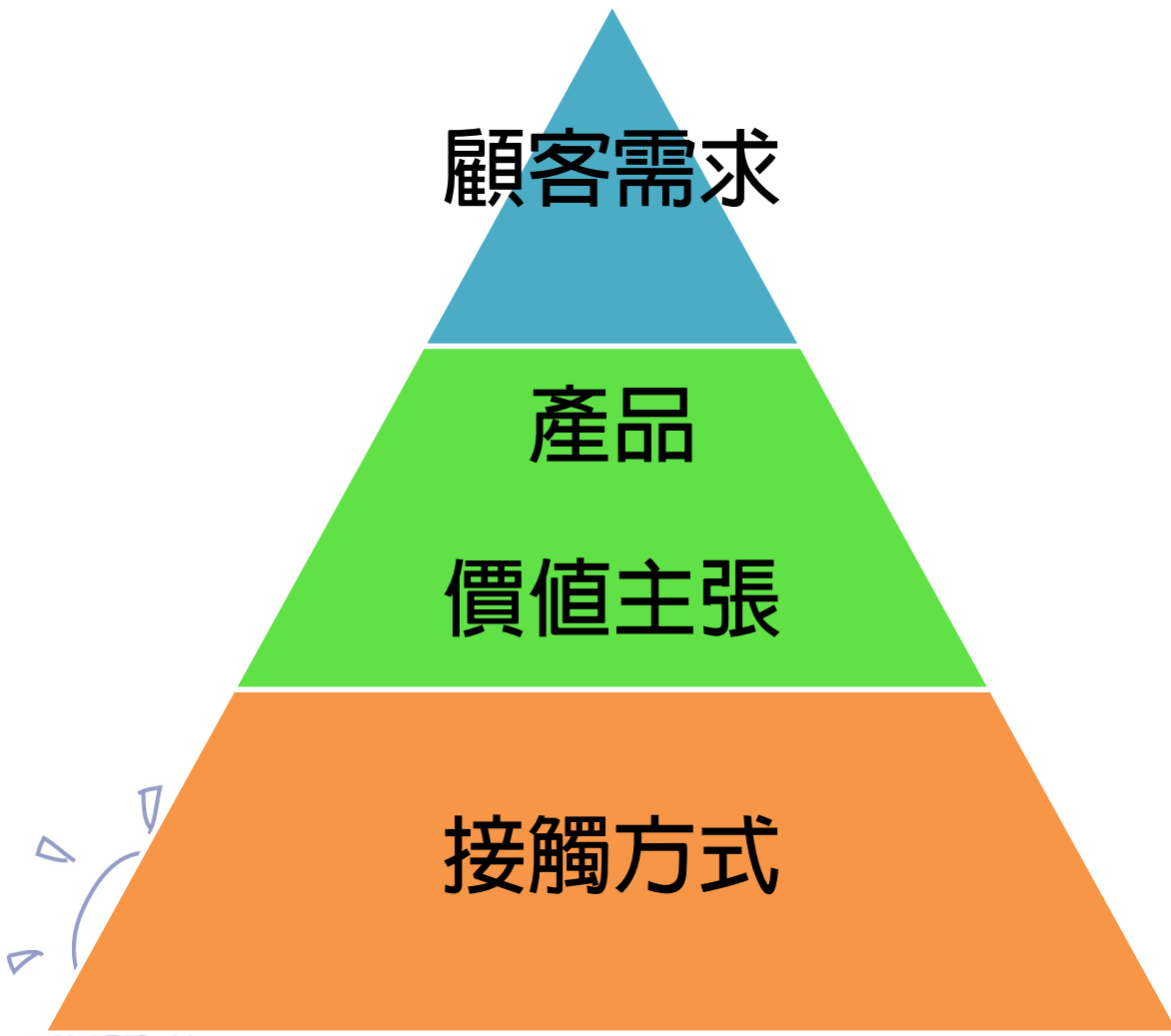
創意獲利模式三大關鍵

顧客需求

產品價值主張

接觸方式



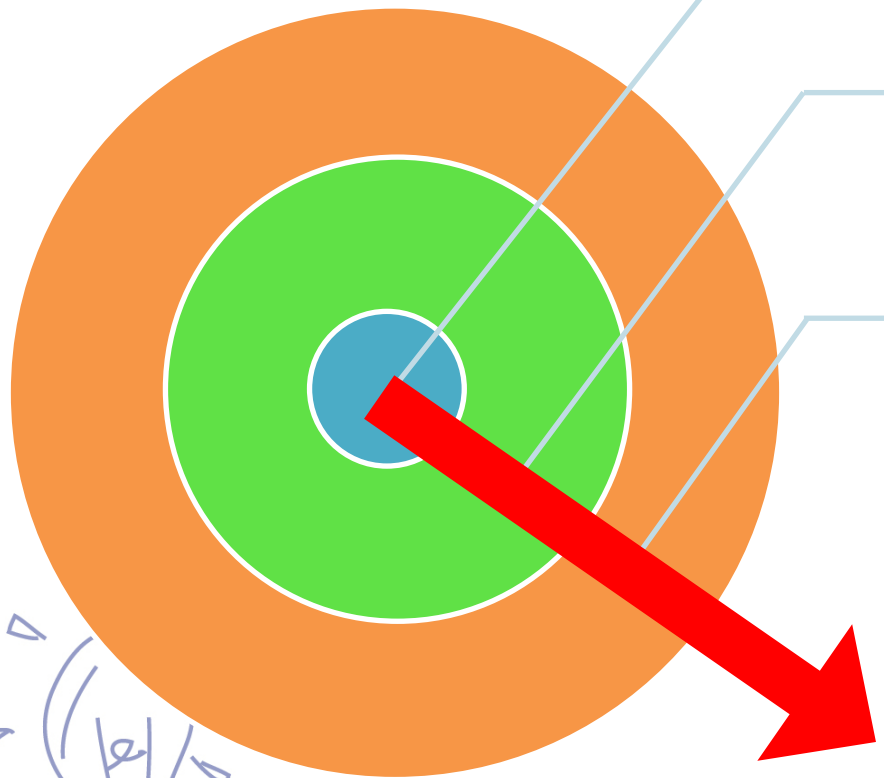




顧客需求

產品價值主張

接觸方式







國際認證中心

International Certification Center



忠泰建設機構

JUT LAND DEVELOPMENT GROUP

Featured

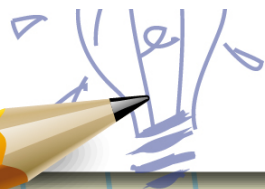
JUT Today

Strategy

忠泰作品

人本健康
環境共生、地球永續

2007 - 迄今





設計
家具

餐廳

媒體

MOT

當代
藝廊

線上
媒體

藝術
商店

花店

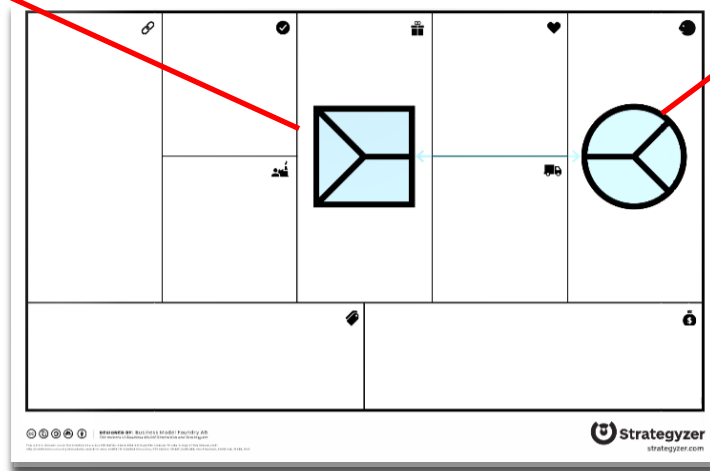




獲利模式圖

價值地圖勾勒

目標客層素描



顧客
素描



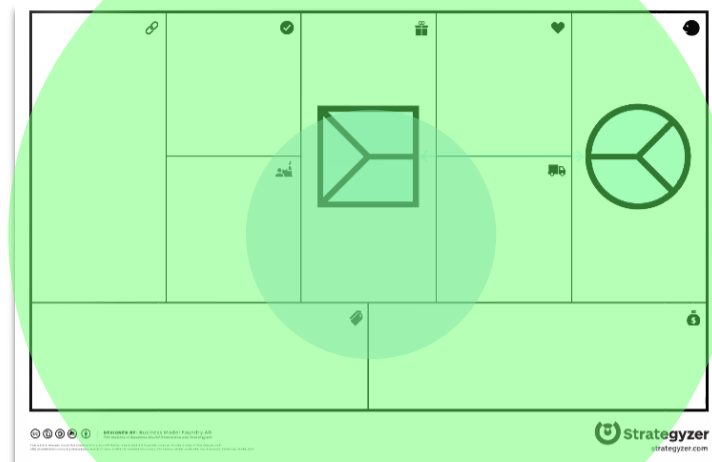
價值
地圖



價值主張
地圖



獲利模式圖

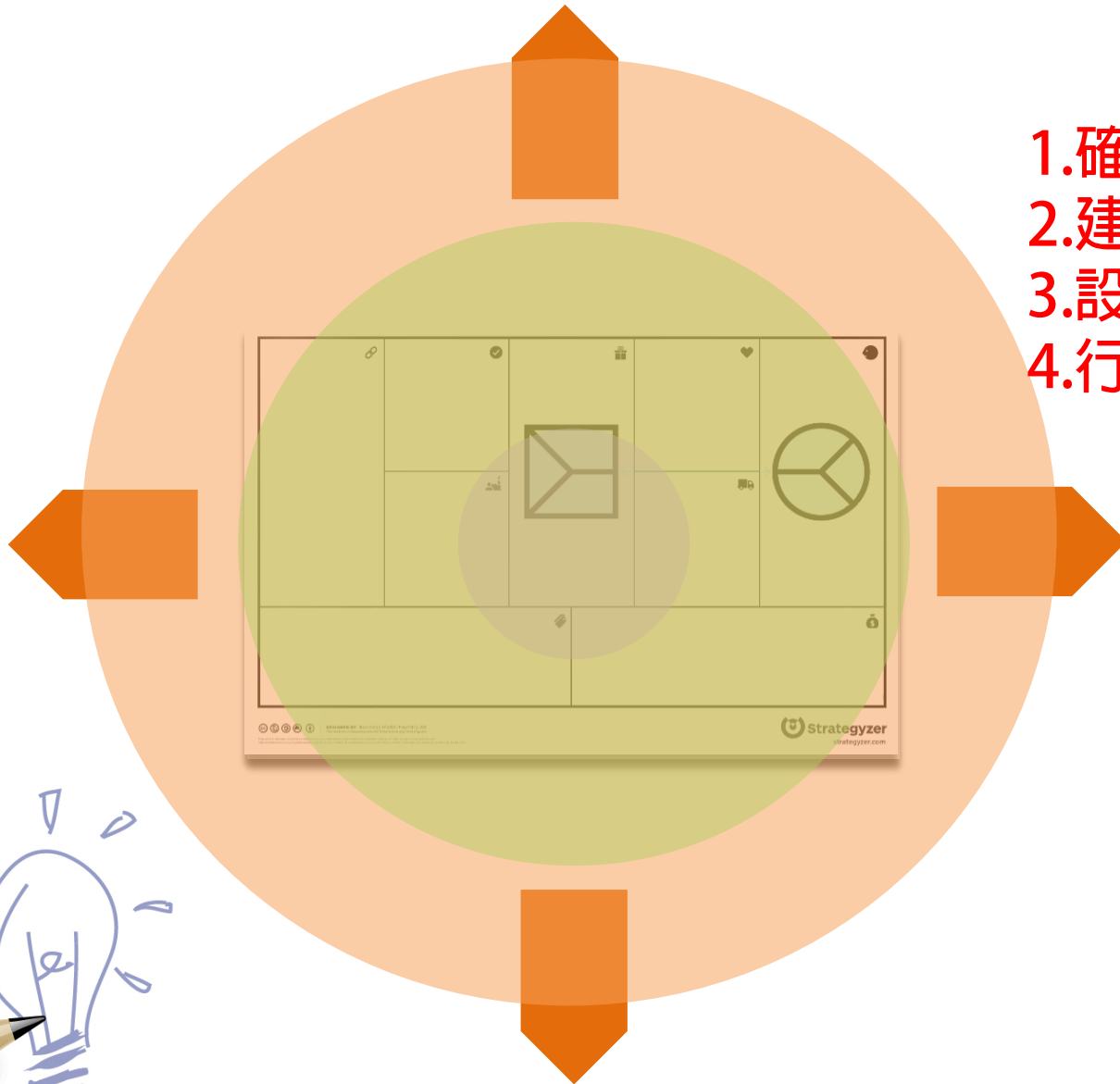


1. 確認需求
2. 建立主張
3. 設計商品





1. 確認需求
2. 建立主張
3. 設計商品
4. 行銷拓展





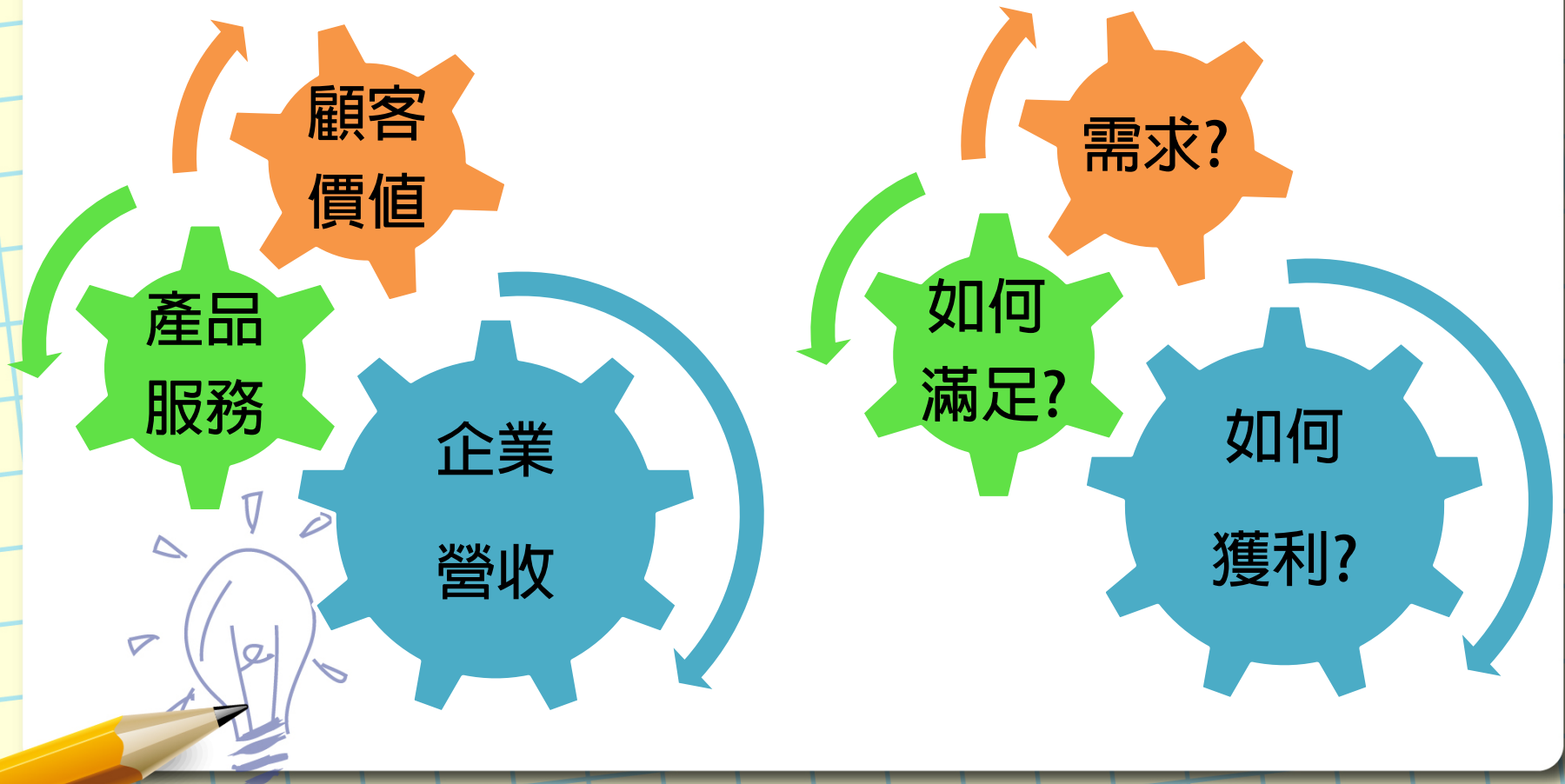
獲利模式 定義及構成要素

價值網、價值鏈、價值活動

資源分類、價值體系

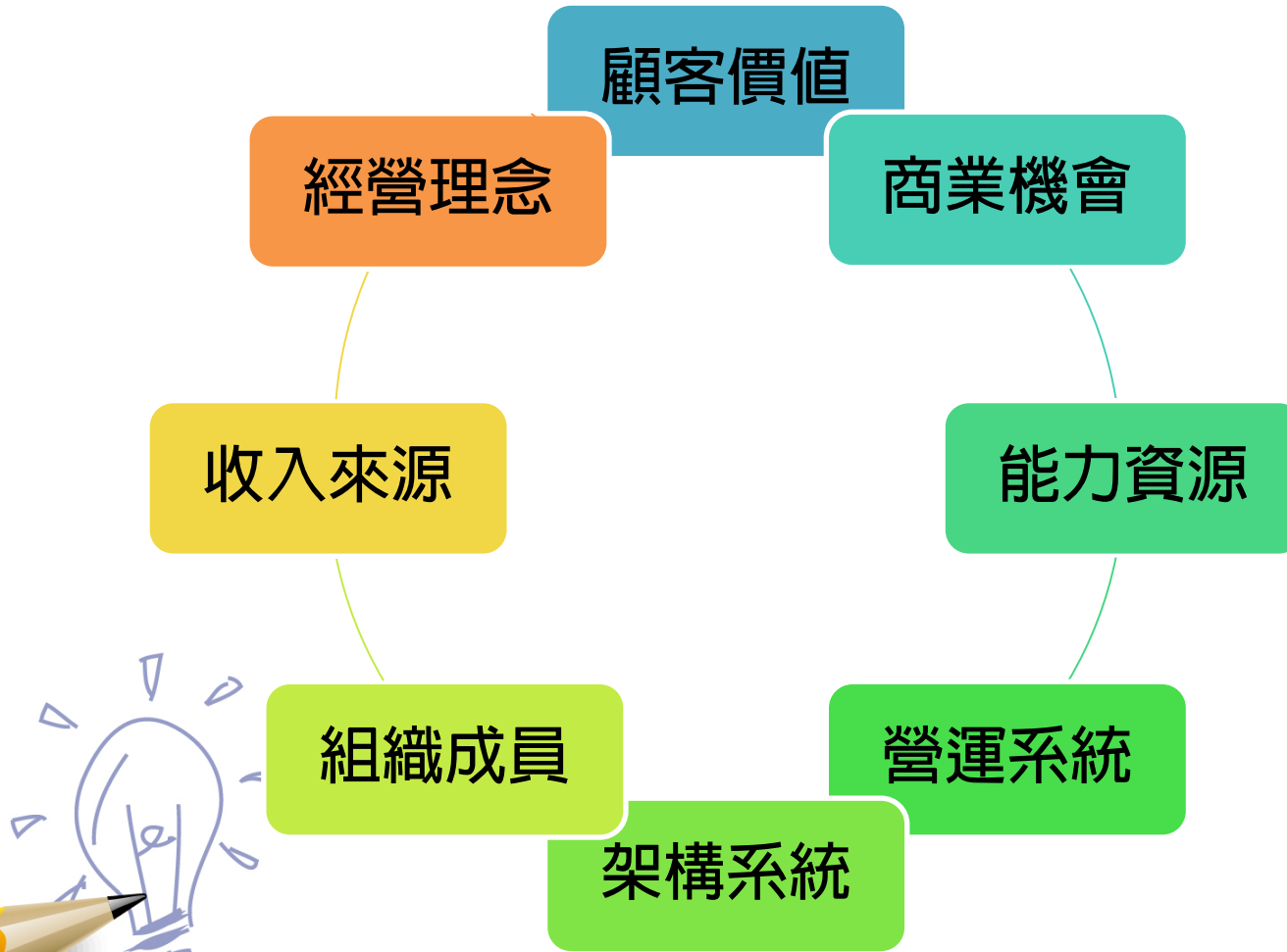


11.1.1 商業模式

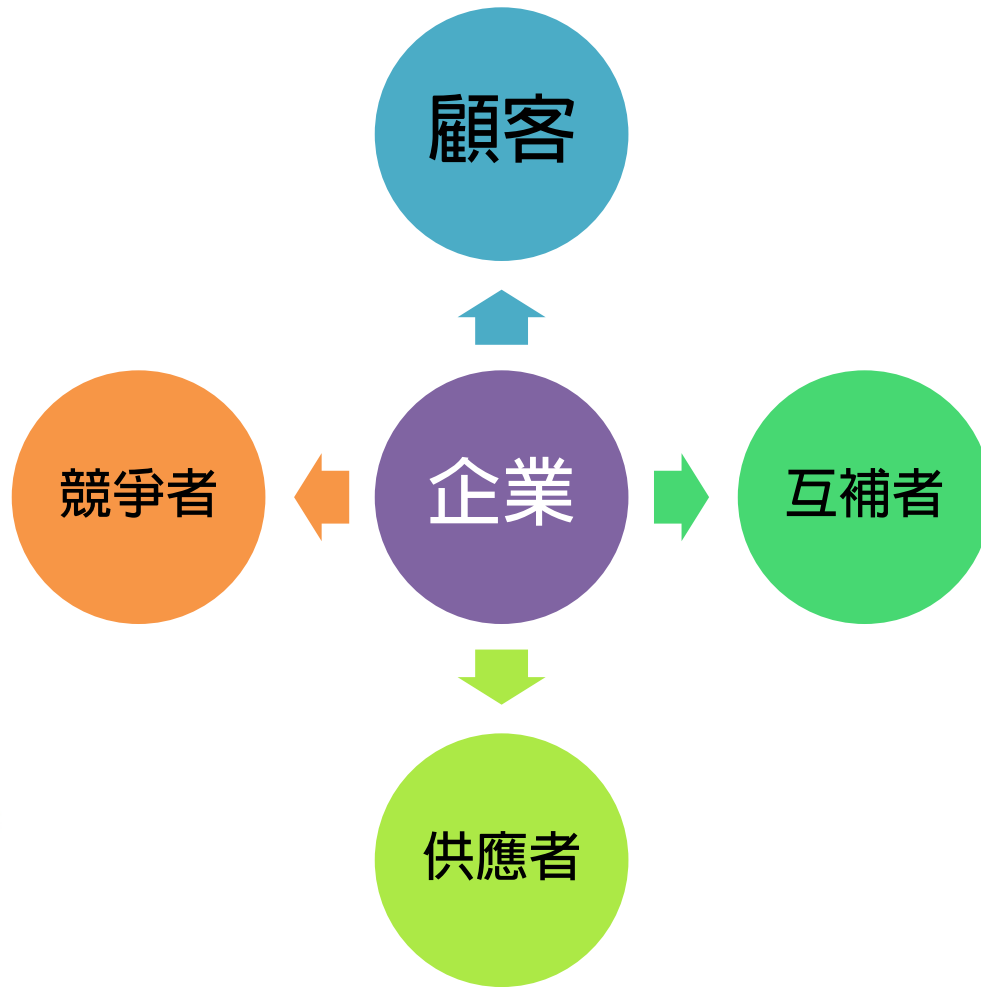




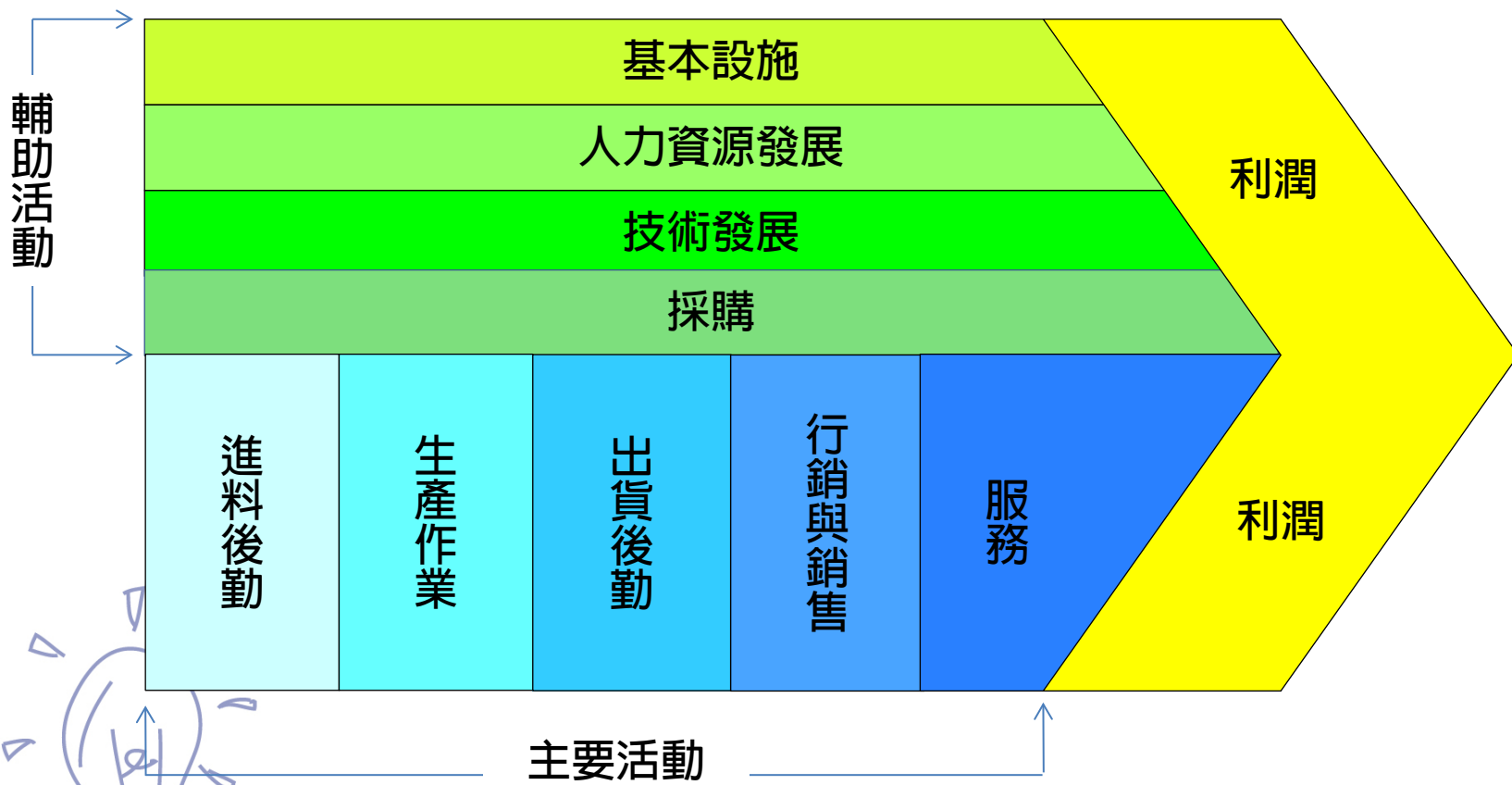
11.1.2 商業模式構成要素



11.1.3 價值網



11.1.4 價值鍊及價值活動





11.1.5 資源分類

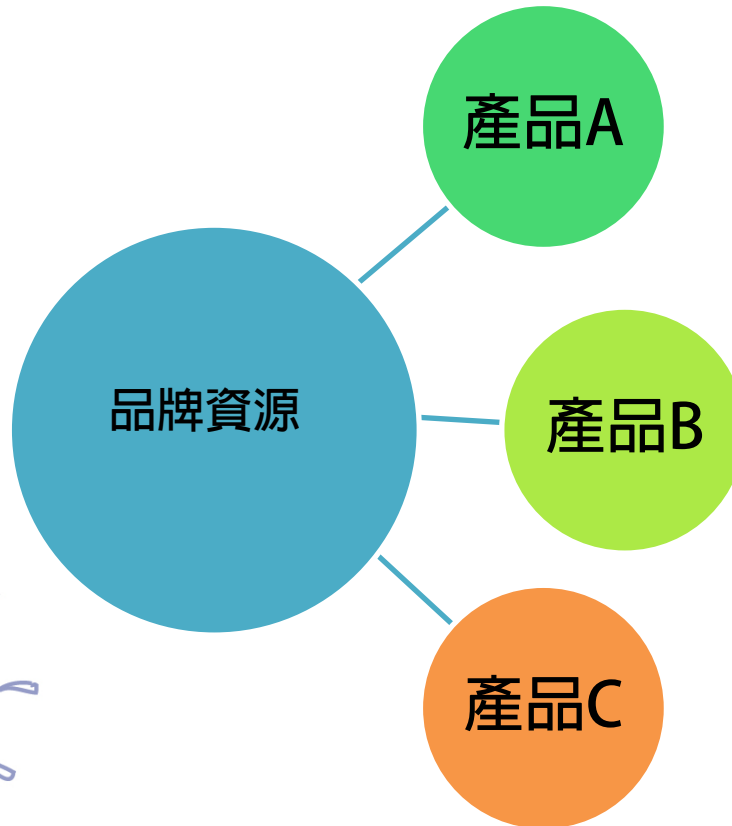
資源的分類			
資產	有形資產	實體資產	土地、廠房
		債務資產	
	無形資產	品牌、商譽、智慧財產、執照、契約、資料庫	
能耐	組織能耐	業務運作程序 技術創新與商品化 組織文化 組織記憶與學習	
	個人能耐	專業技術能耐 管理能耐 人際網路	

資料來源：吳思華 2000

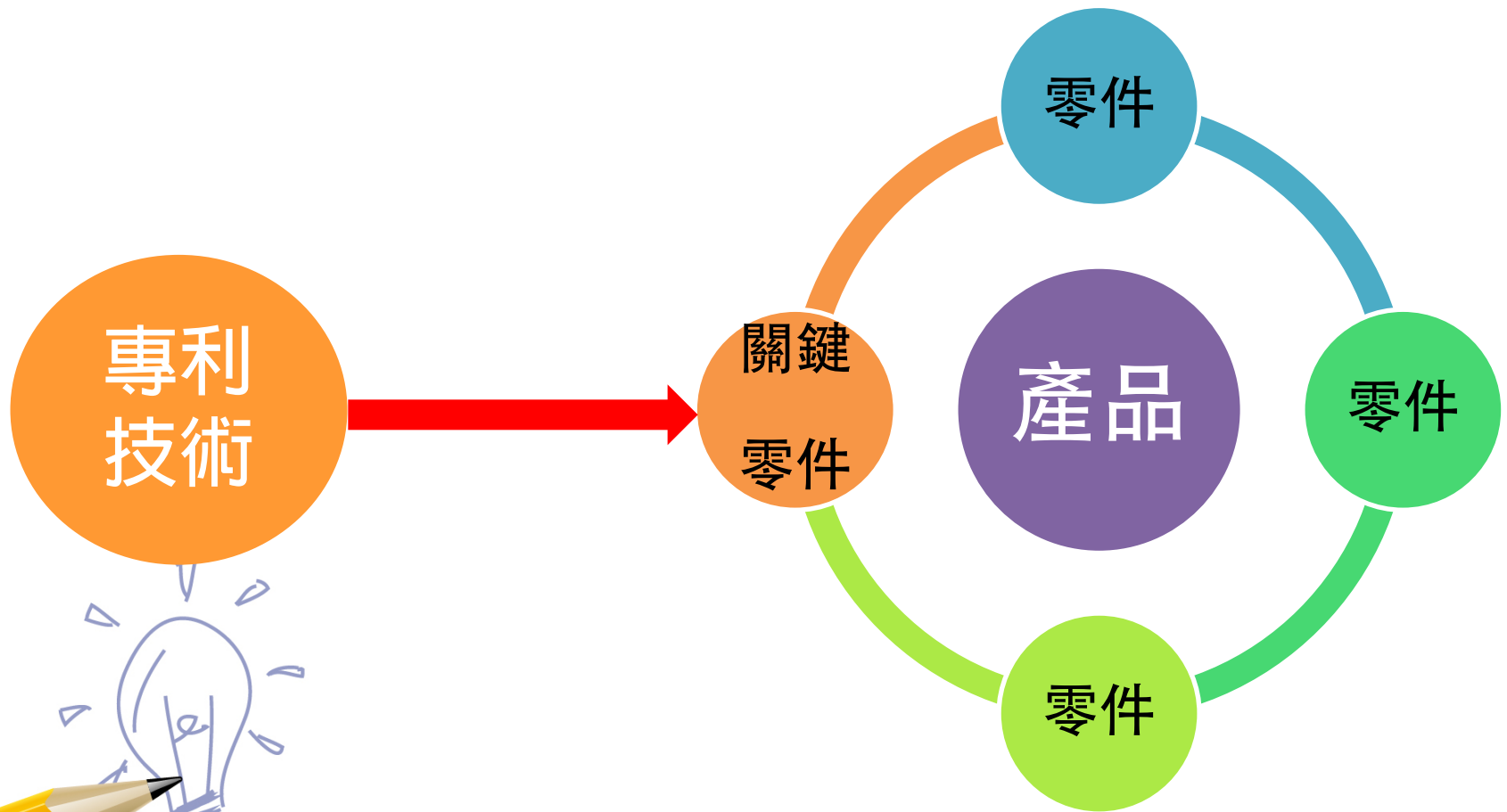




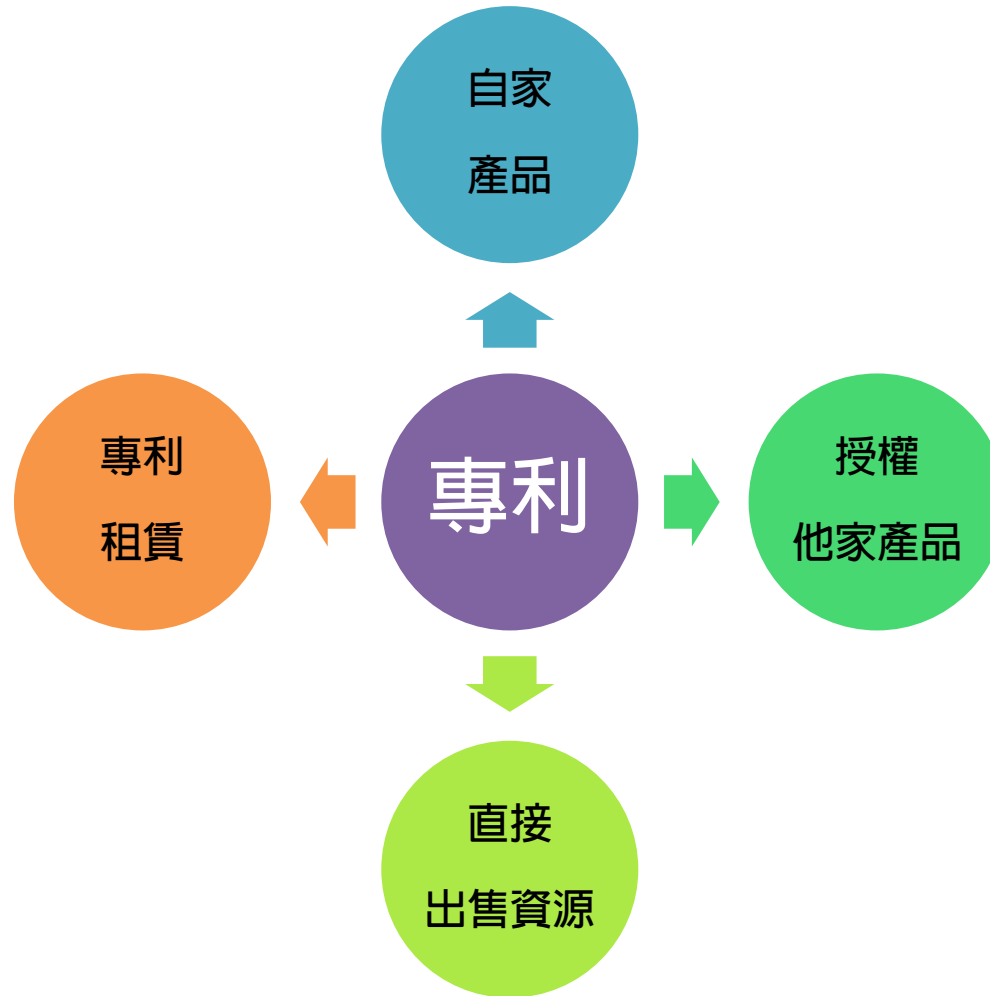
11.1.5 資源→無形資產→品牌



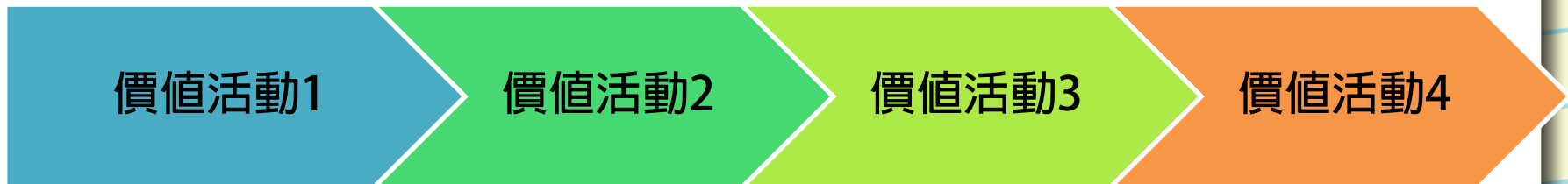
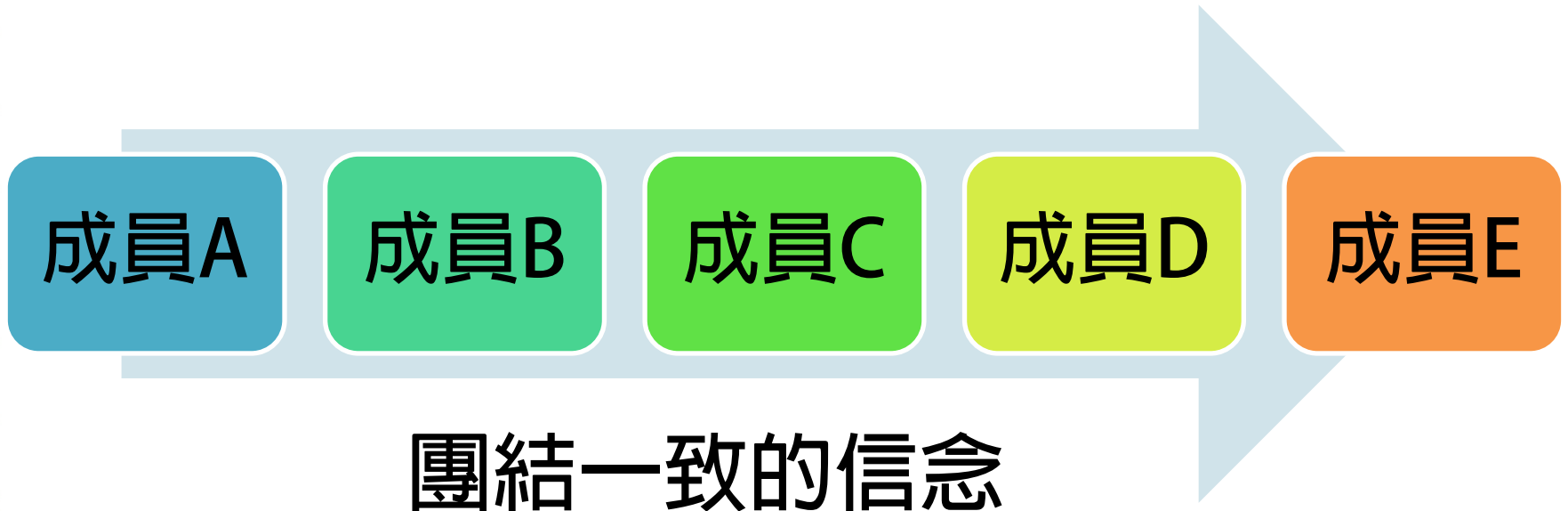
11.1.5 資源→無形資產→智慧財產權



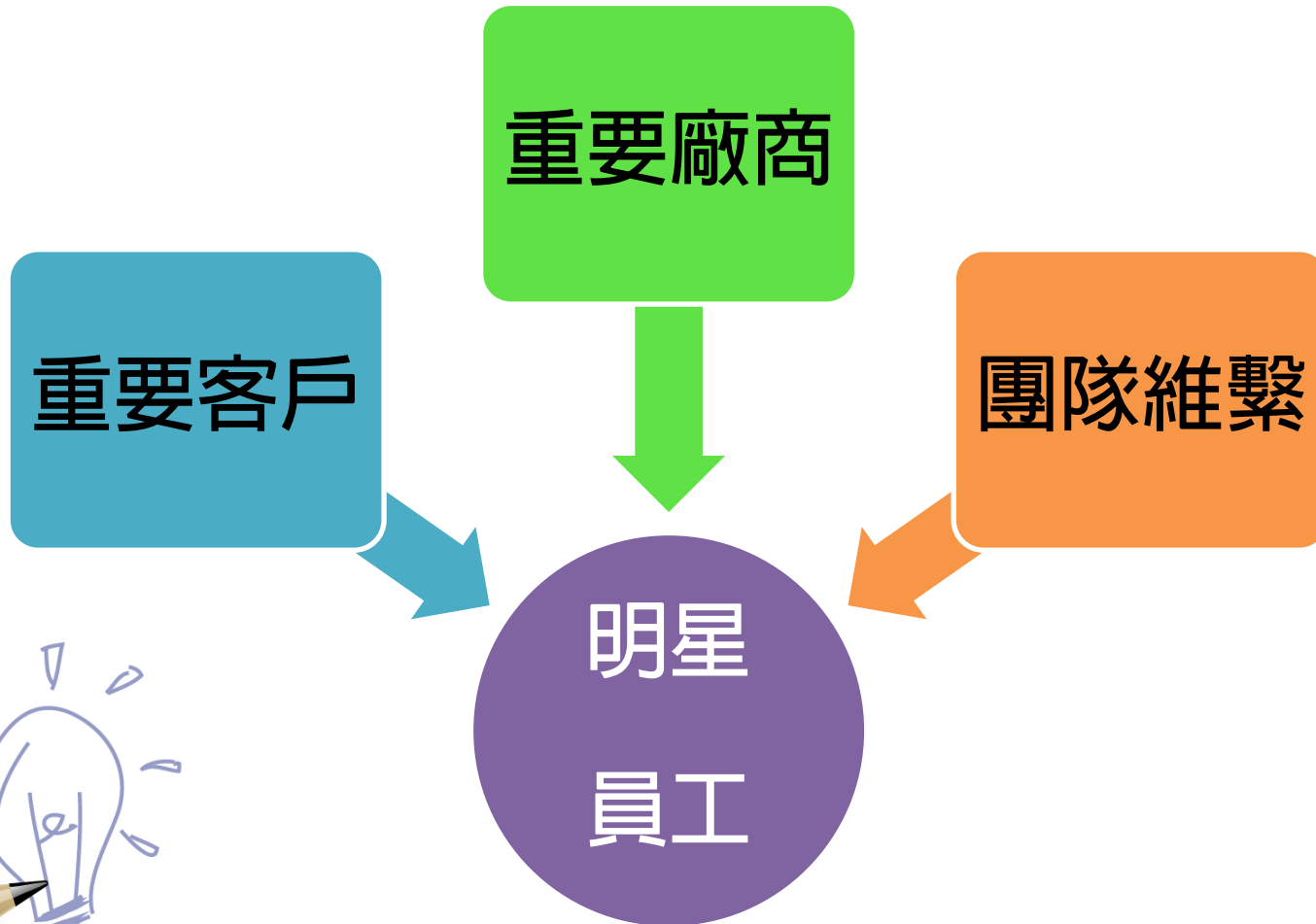
11.1.5 資源→無形資產→智慧財產權



11.1.5 資源→能耐→組織能耐



11.1.5 資源→能耐→個人能耐





11.1.6 價值體系

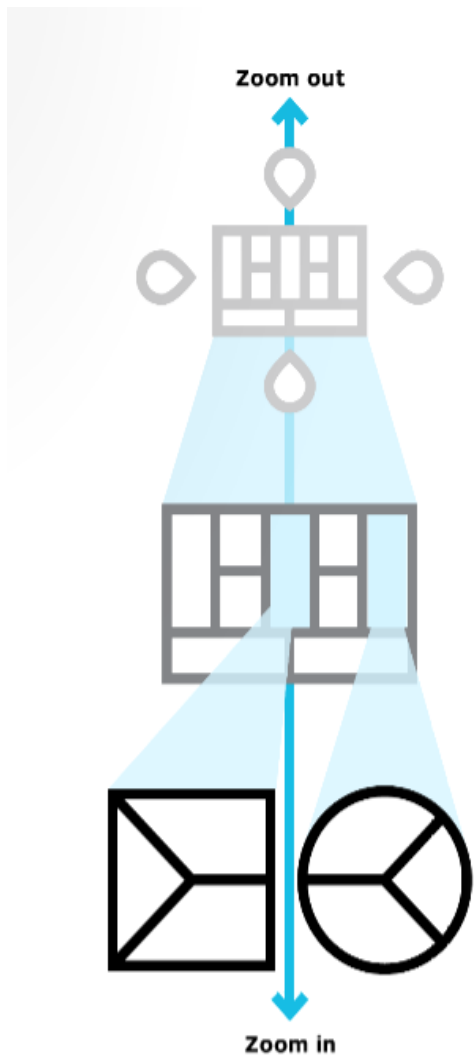




1. 獲利模式圖
2. 同理心地圖
3. 顧客描述+價值地圖
(價值主張圖)
4. 换位思考+同理心地圖







整合型消延展

D

獲利模式圖

C

價值地圖

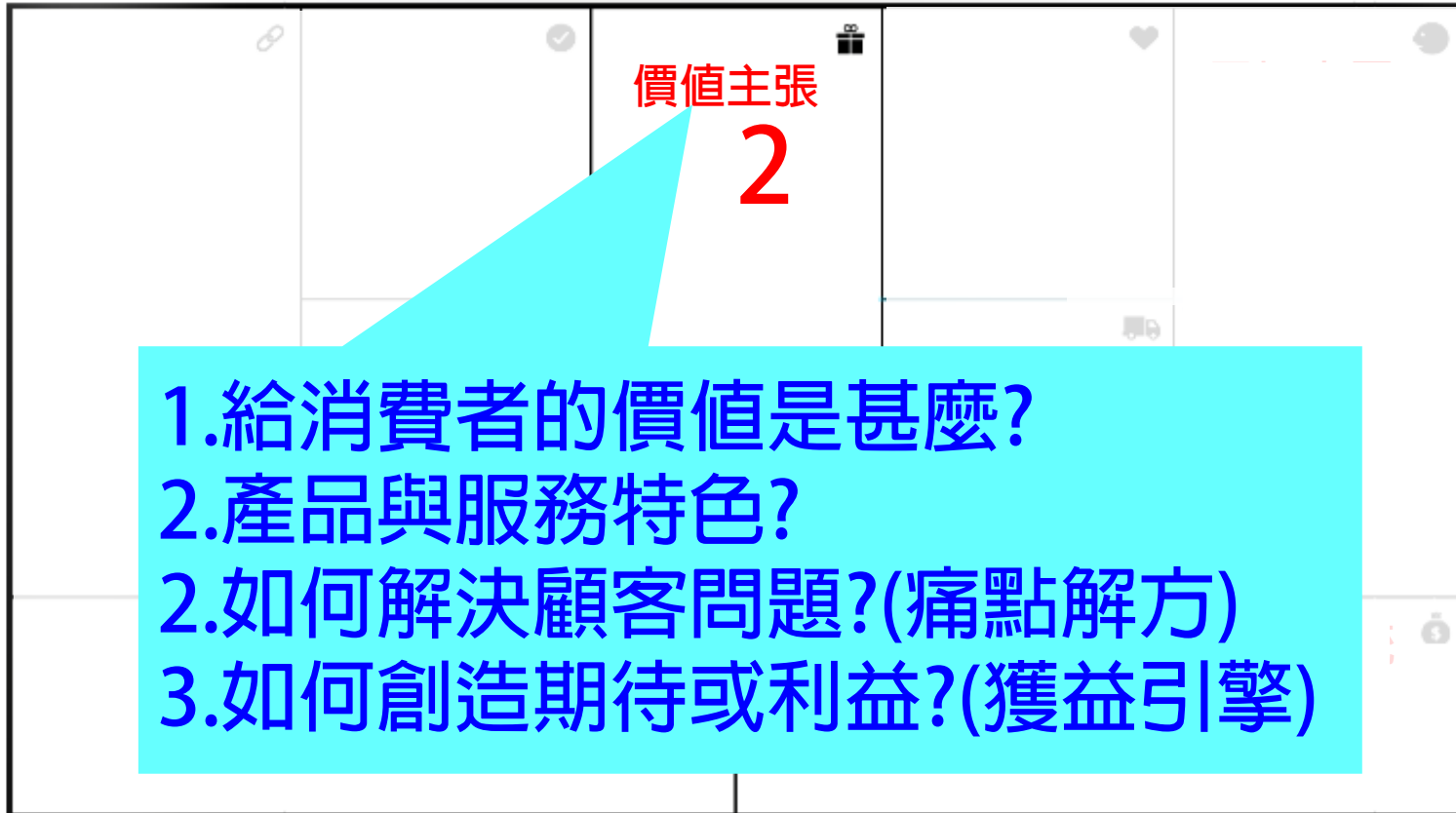
B

顧客描述

A

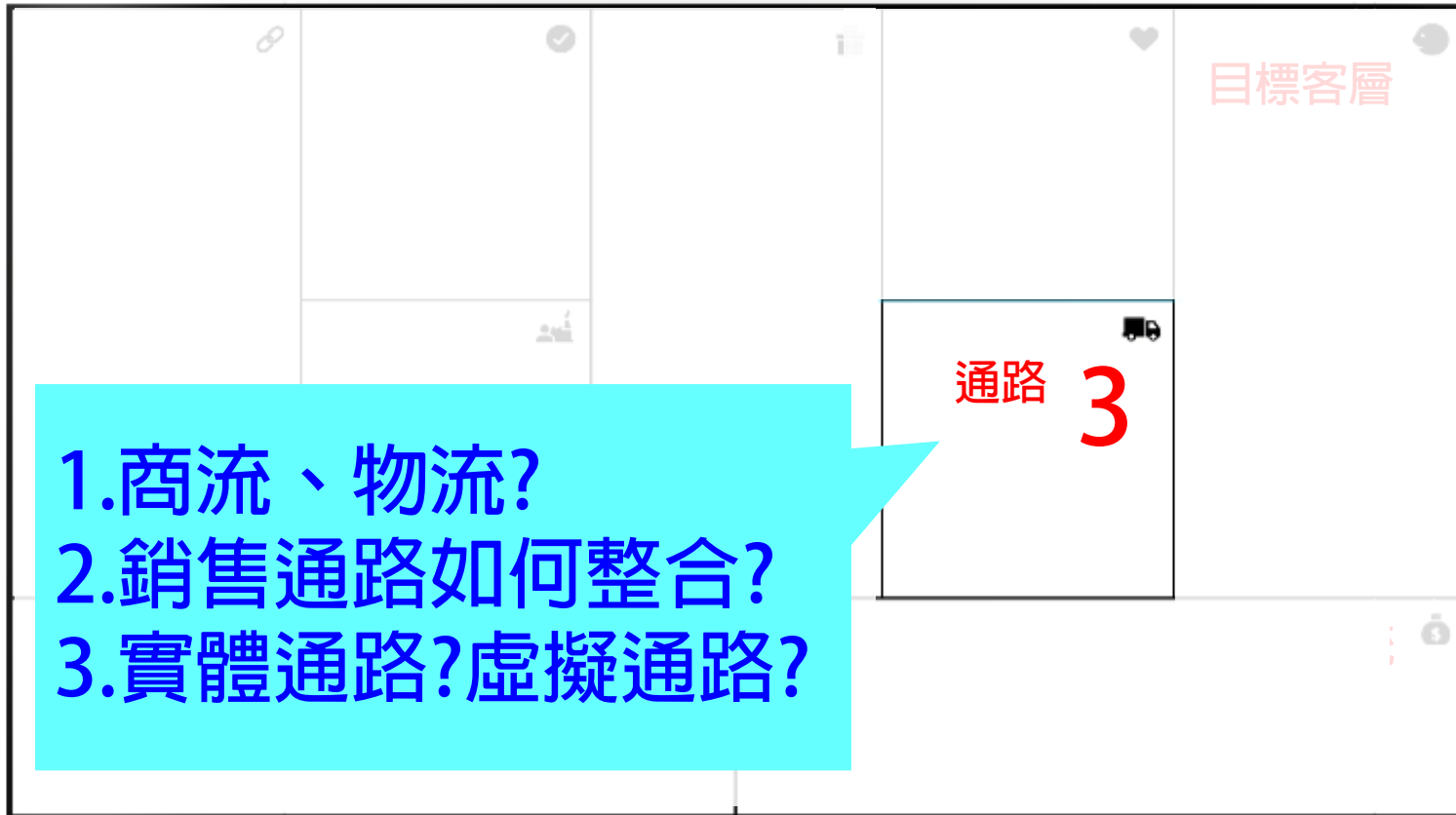


11.1.6.1 獲利模式圖



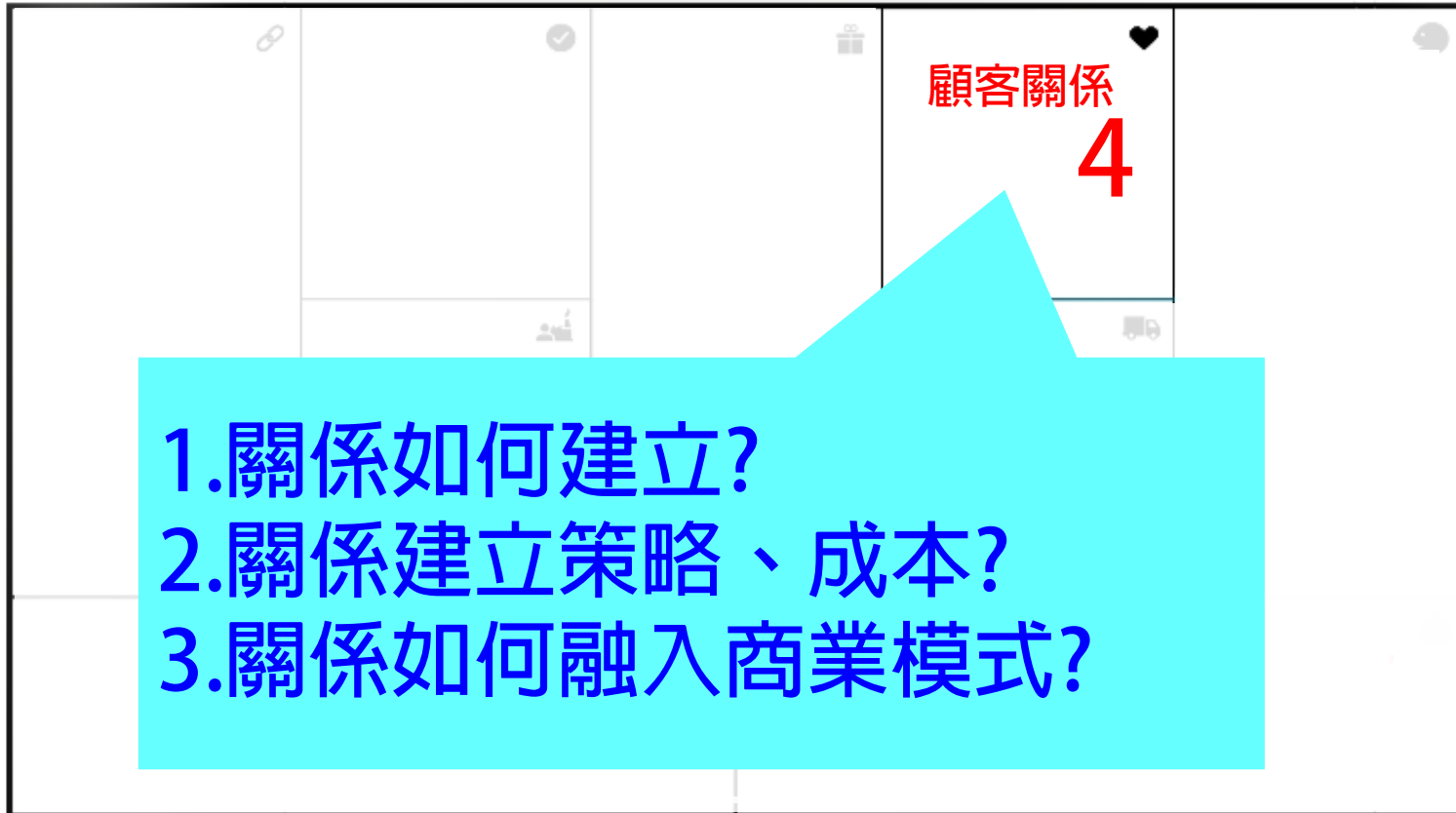


11.1.6.1 獲利模式圖





11.1.6.1 獲利模式圖





11.1.6.1 獲利模式圖

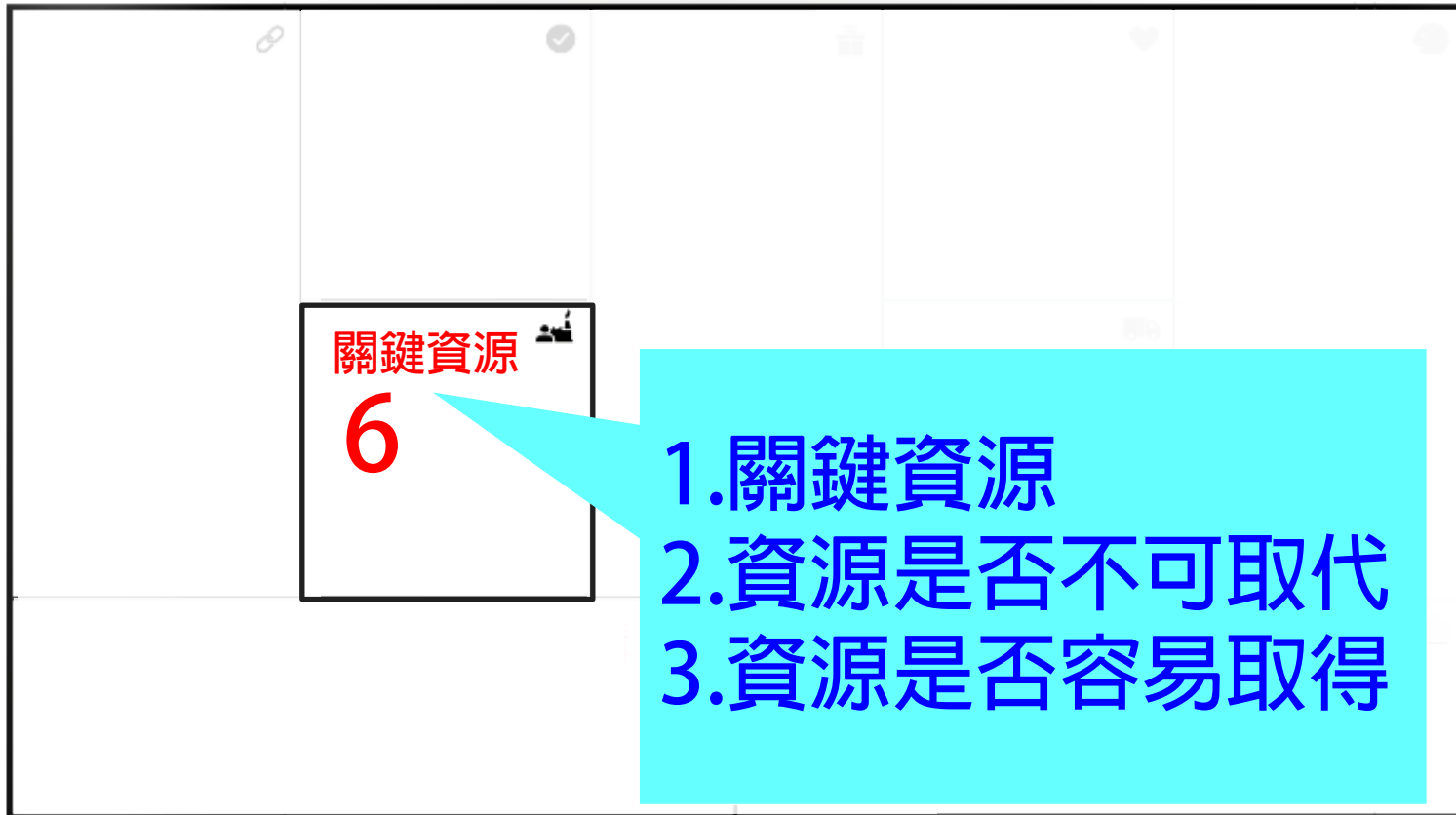
1. 收入 - 成本 = 利潤
2. 顧客 → 商業模式心臟
3. 收益流 → 動脈

收益流 
5



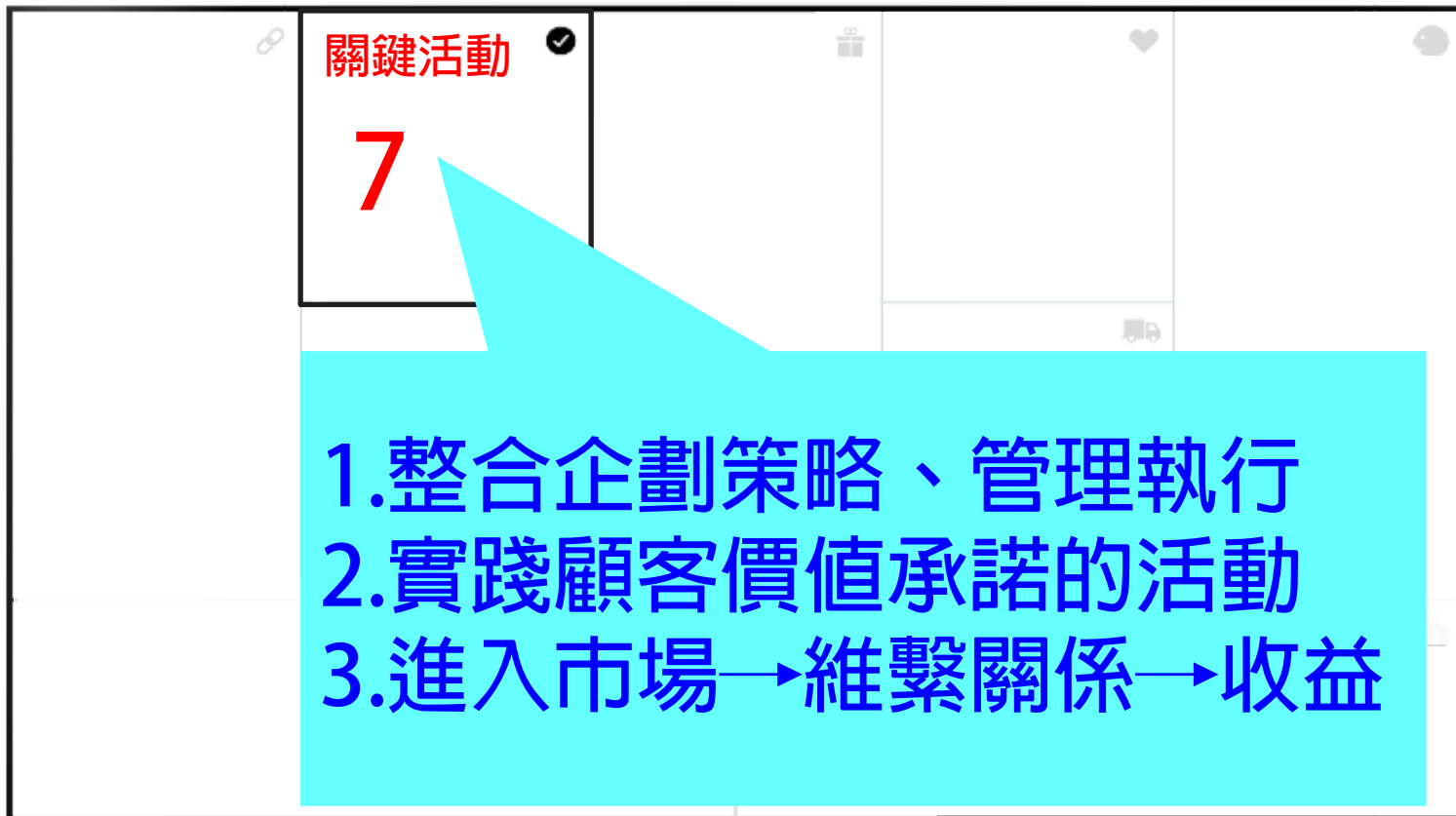


11.1.6.1 獲利模式圖





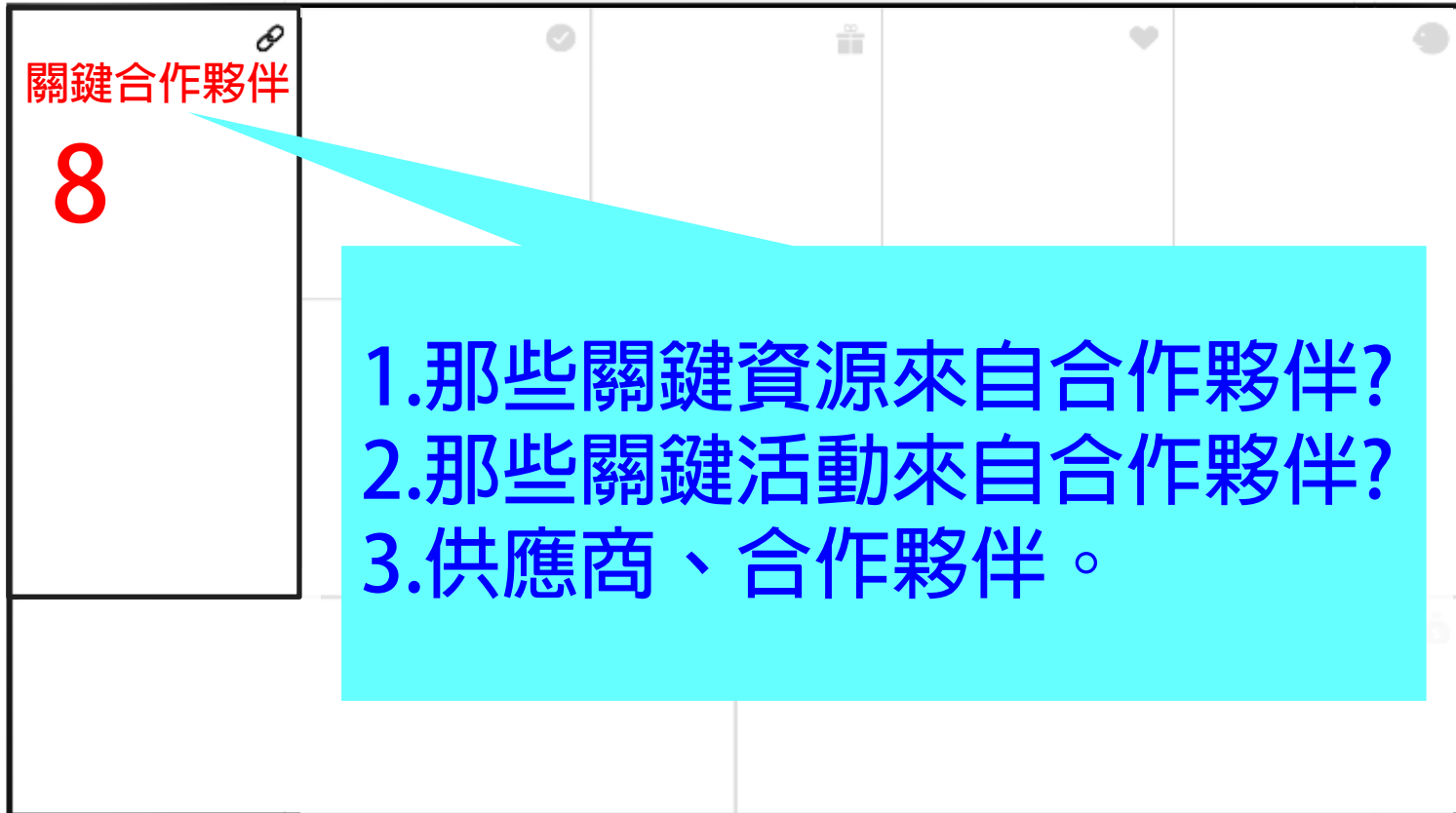
11.1.6.1 獲利模式圖



1. 整合企劃策略、管理執行
2. 實踐顧客價值承諾的活動
3. 進入市場→維繫關係→收益



11.1.6.1 獲利模式圖





11.1.6.1 獲利模式圖

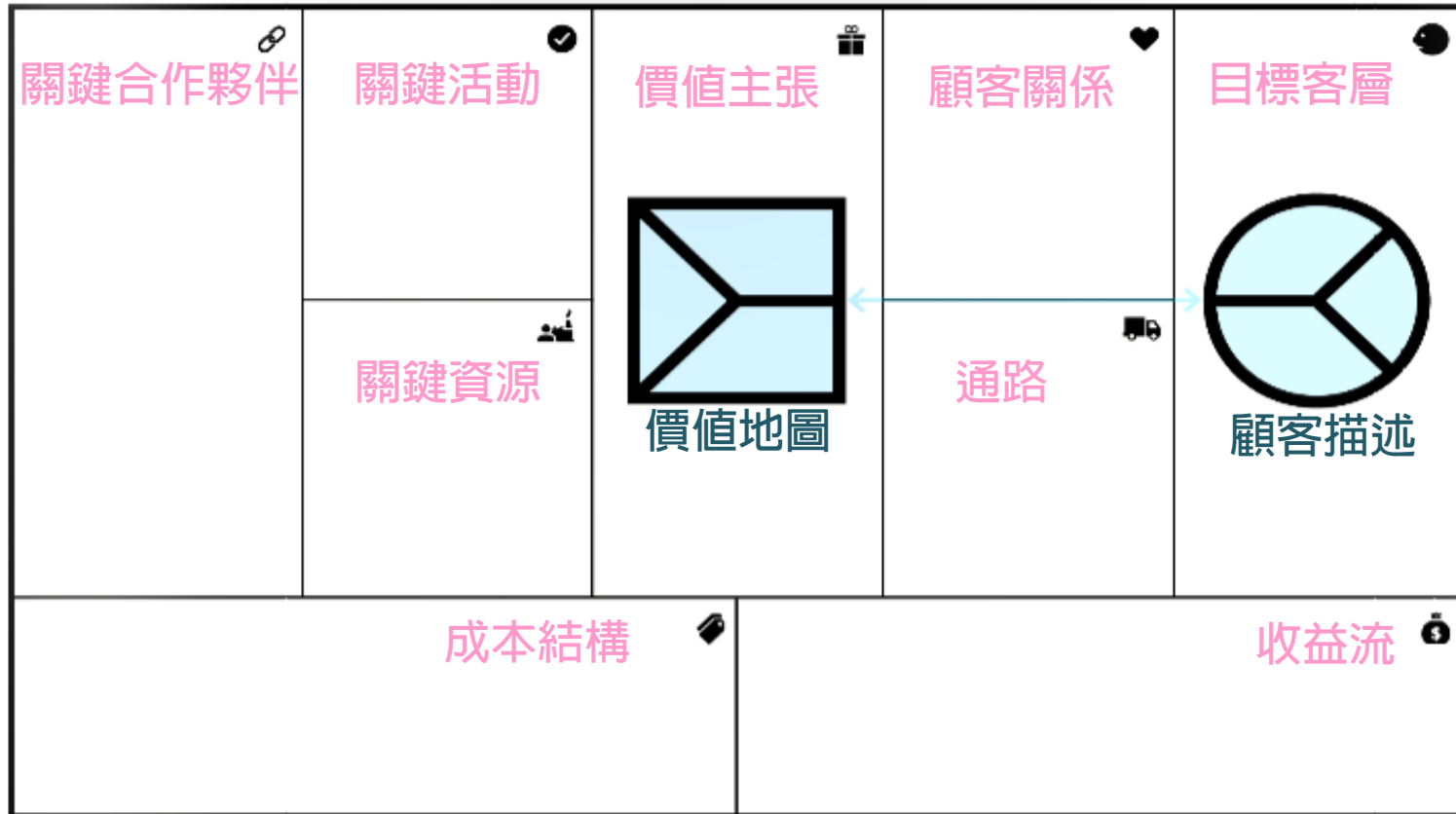
- 1.最重要的既定成本為何?
- 2.那個資源最昂貴?
- 3.那個關鍵活動最花錢?

成本結構

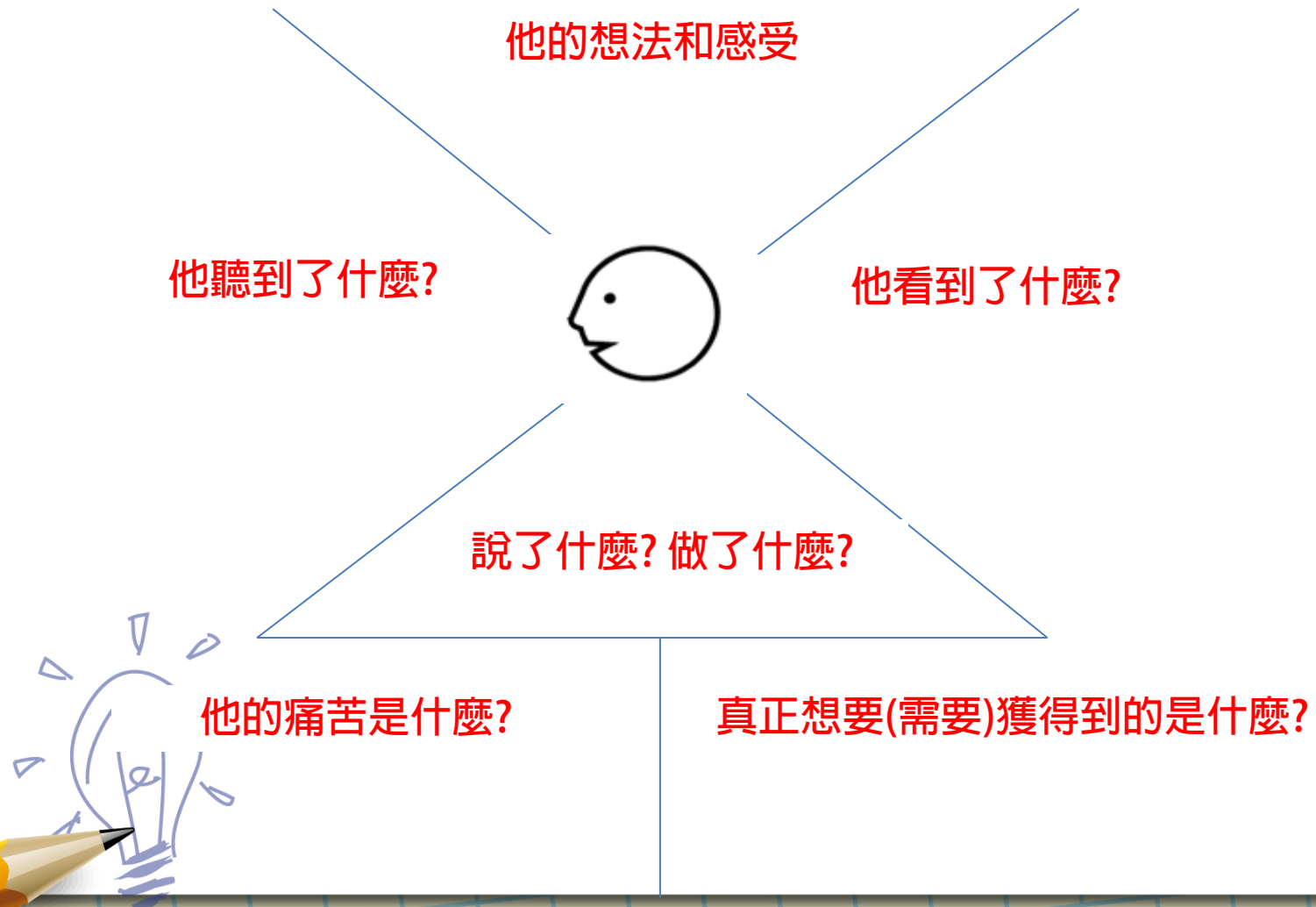
9



11.1.6.1 獲利模式圖



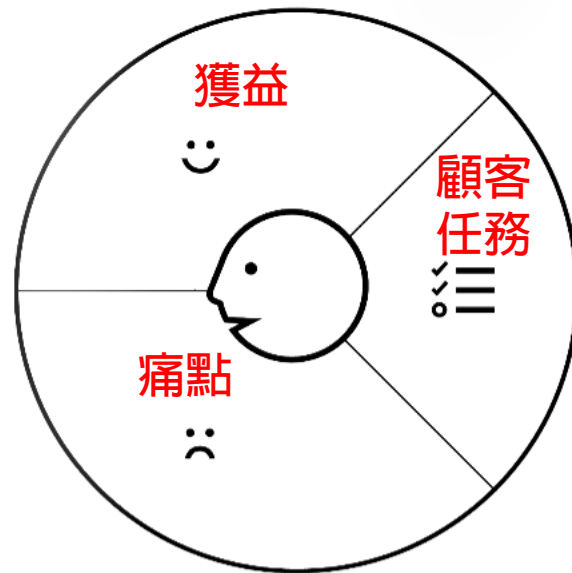
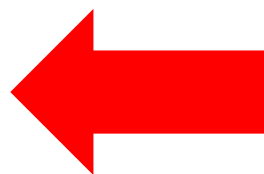
11.1.6.2 同理心地圖



11.1.6.3 顧客描述+價值地圖=價值主張圖



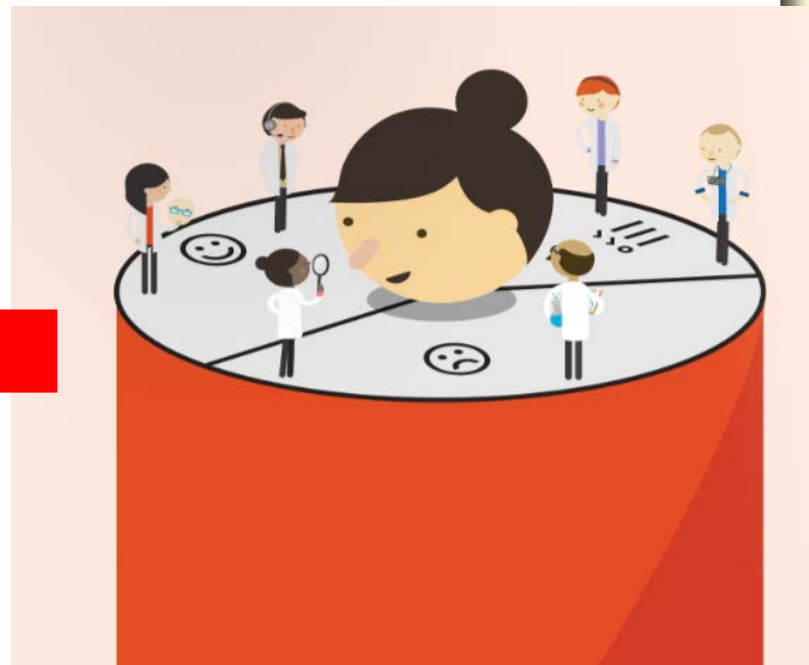
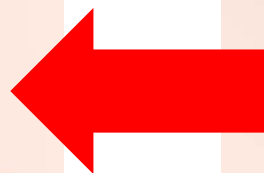
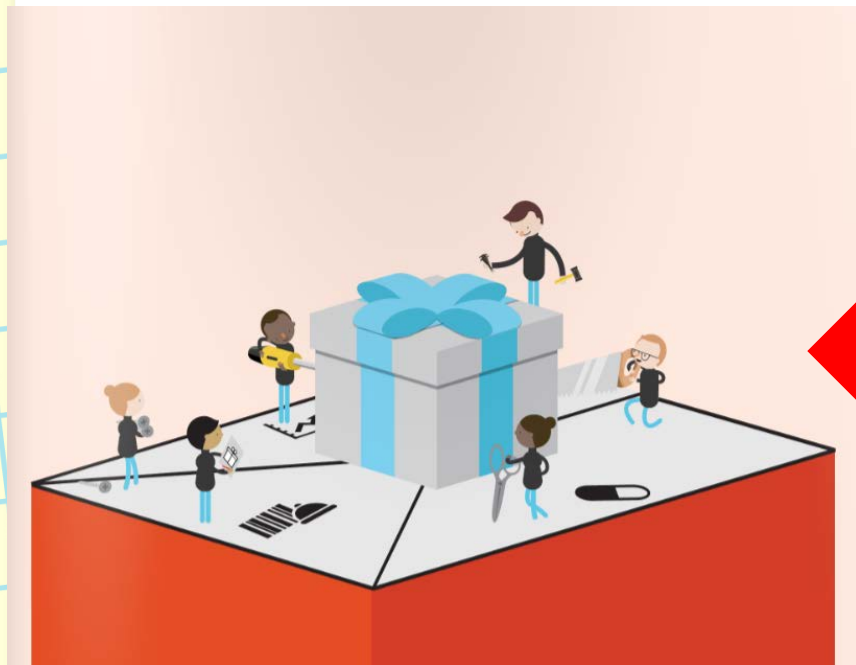
價值地圖

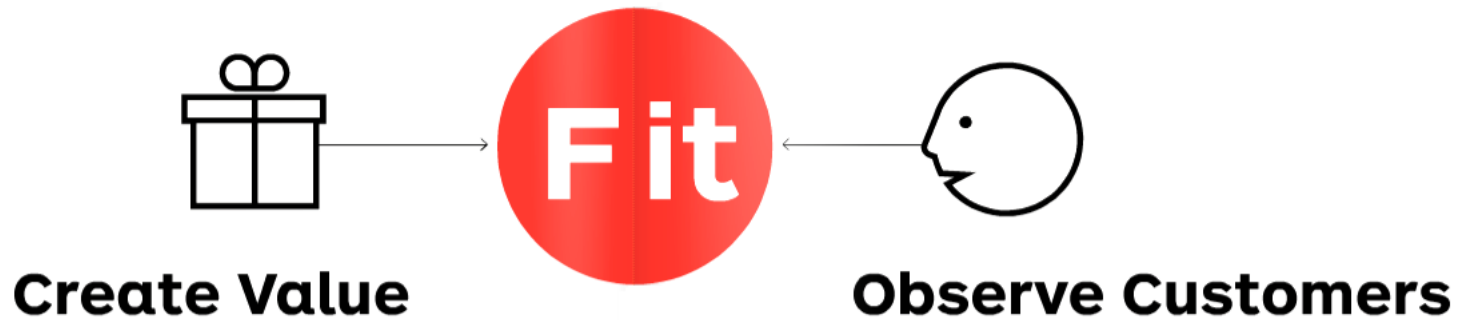


顧客描述



確認需求與價值主張







策略行銷

Do the thing right. → 績效
Do the right thing. → 策略

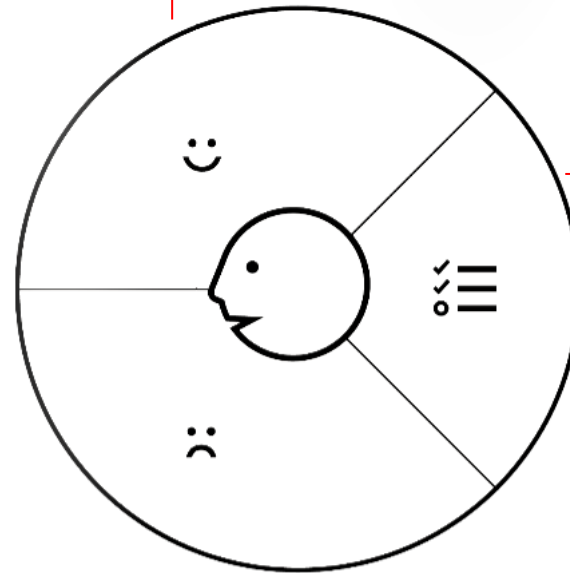


顧客描述



獲益 ←

- 1.顧客的堅持
- 2.預期或苛求的
- 3.意料之外的收穫



→ 顧客任務

- 1.幫顧客解決的問題
- 2.幫顧客完成的任務
- 3.幫顧客滿足的需求

痛點 ←

- 1.顧客的困擾
 - 2.風險或擾人的問題
 - 3.出現的壞結果
- (任務完成前、執行過程、完成後)



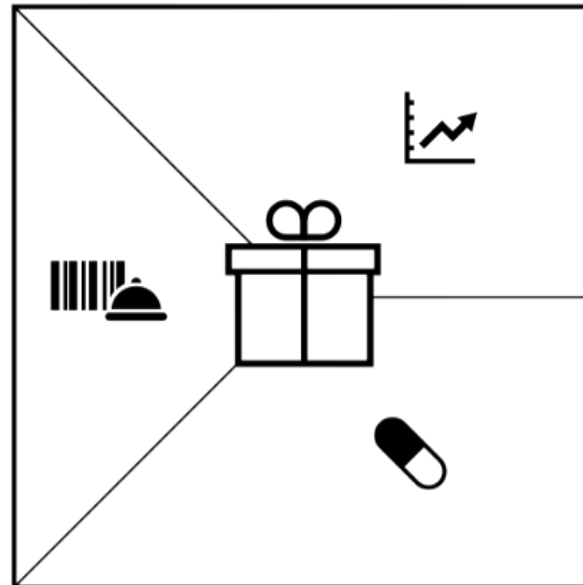
價值地圖

→ 獲益引擎

1. 描述產品或服務如何為顧客創造期待。
2. 如何帶給顧客意想不到的結果與利益
3. 顧客不可或缺，而自己正好可以滿足。

→ 痛點解方

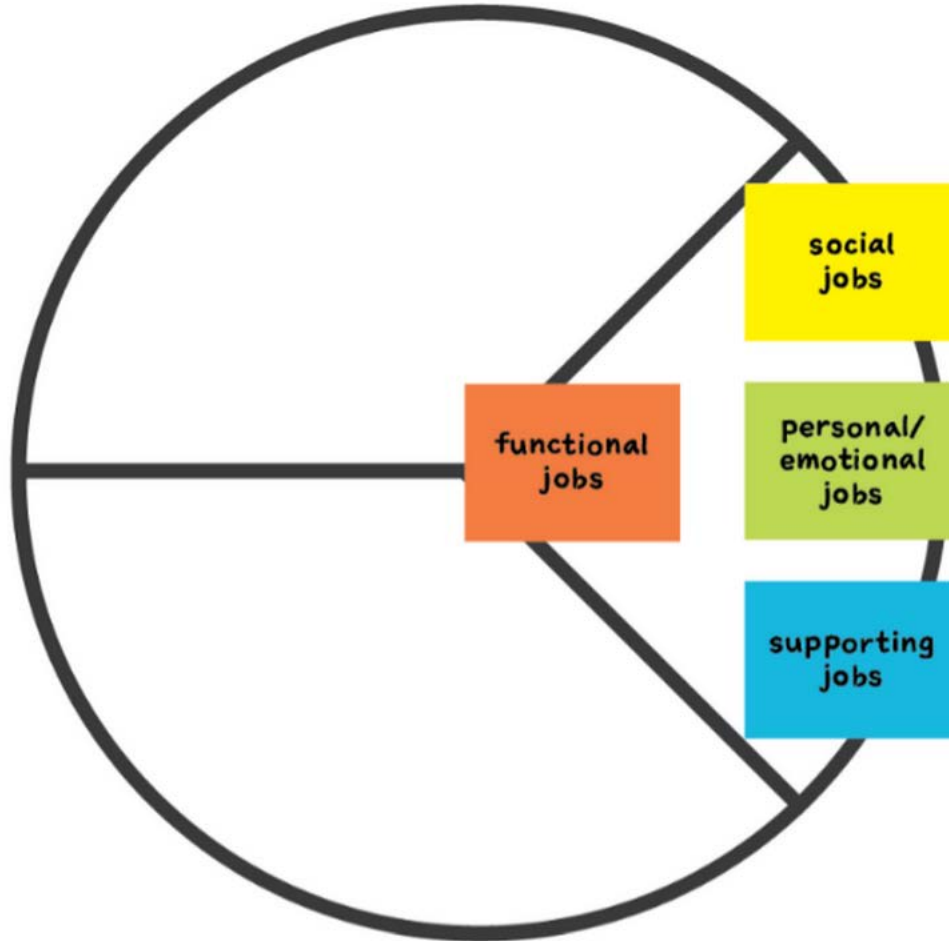
1. 幫故個解決的問題
2. 幫客戶完成的任務
3. 幫客戶滿足的需求



產品與服務

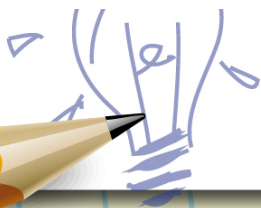
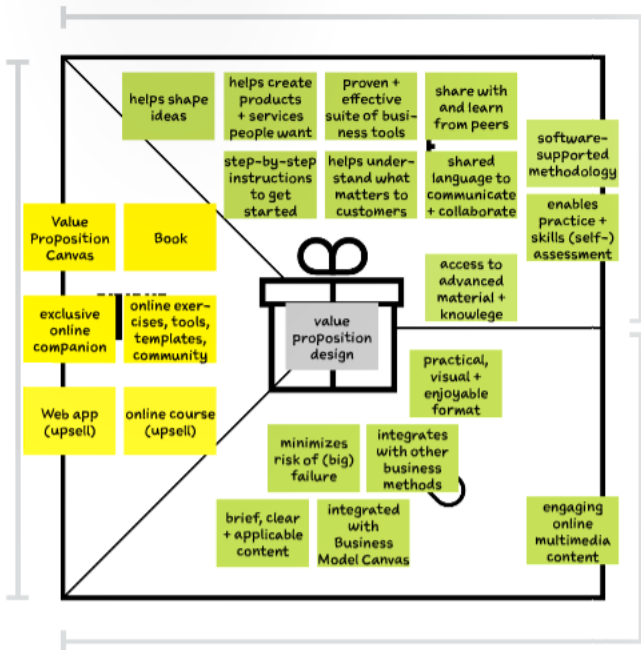
1. 列出所有產品與服務
2. 需同時符合「顧客任務」、「痛點」、「獲益」。

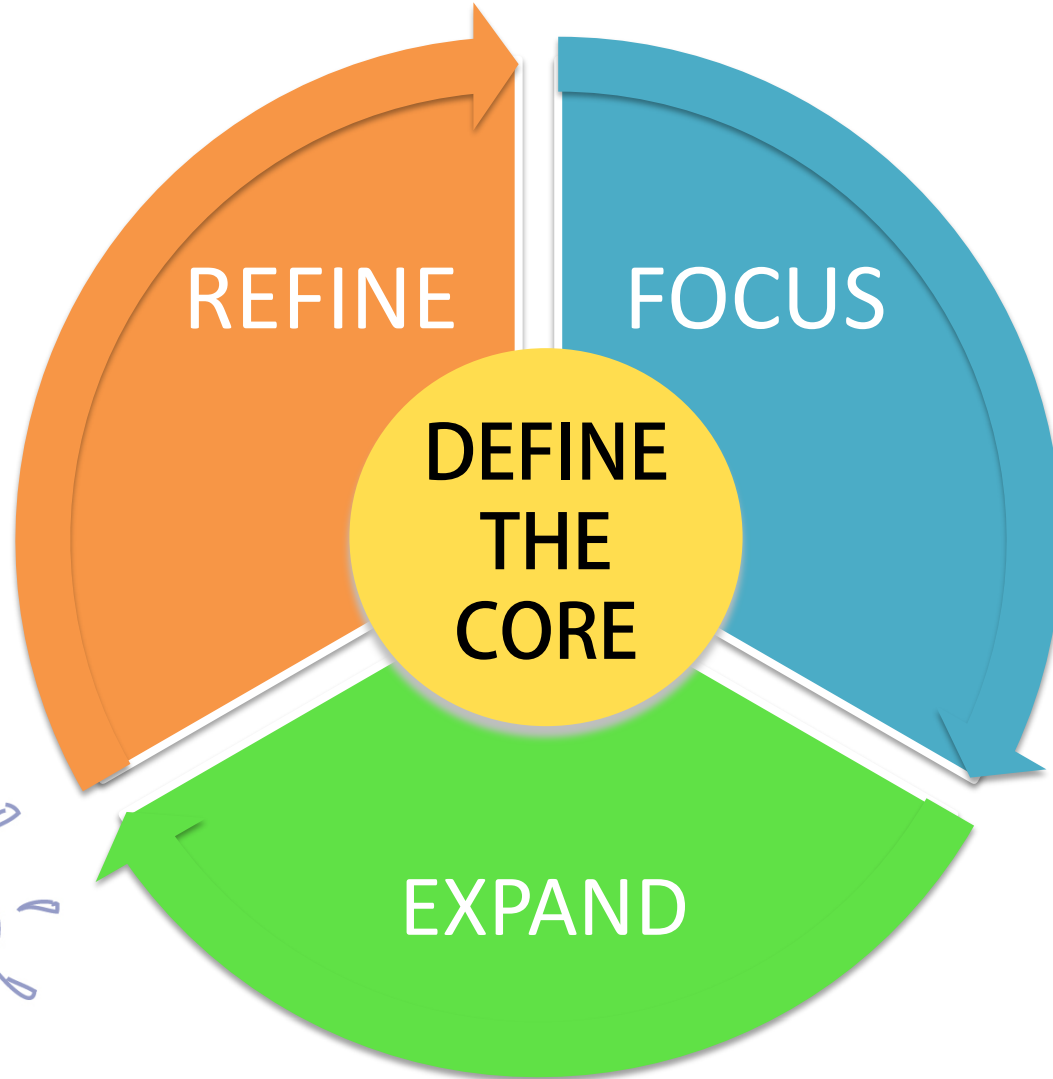














Comparing Facebook and Google Business Models using Gurley's Test

Key Partners Lower Partner Dependencies 1 1	Key Activities Key Resources Platforms to create Network Effects 1 1	Value Propositions Sustainable Competitive Advantage 1 1	Relationships High Switching Costs 1 1 Channels Lower Marketing Spend 1 1	Customer Segments Lower Customer Concentration 1 1
Cost Structure High Gross Margins 1 1 High Marginal Profitability 0.5 0.5		Revenue Streams High Revenue Growth 1 1 High Visibility, Predictability of Revenues 1 1		

www.businessmodelgeneration.com

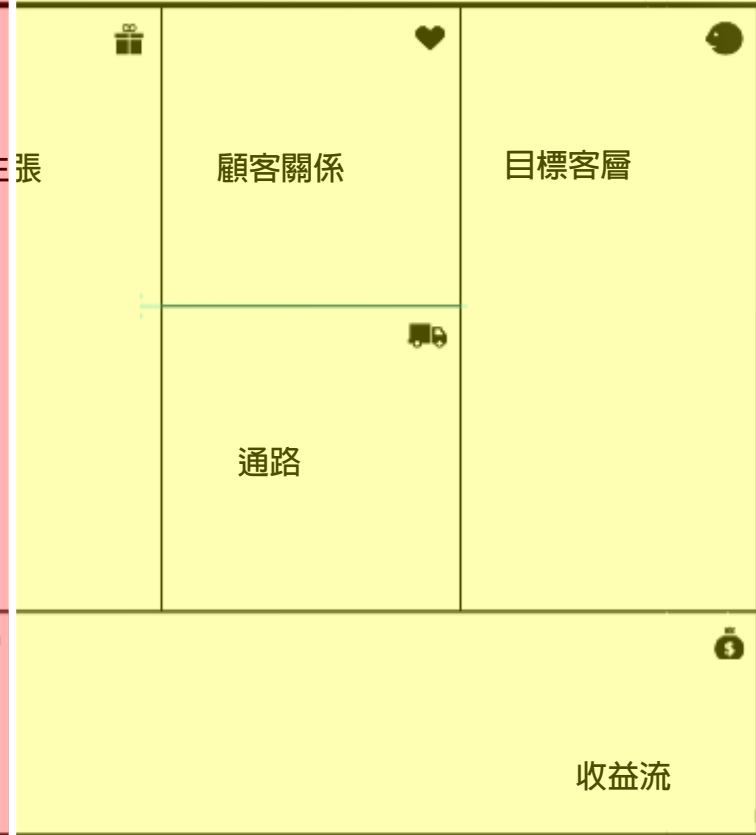
TOTAL SCORES ● Facebook: 9.5 ● Google: 9.5



產品

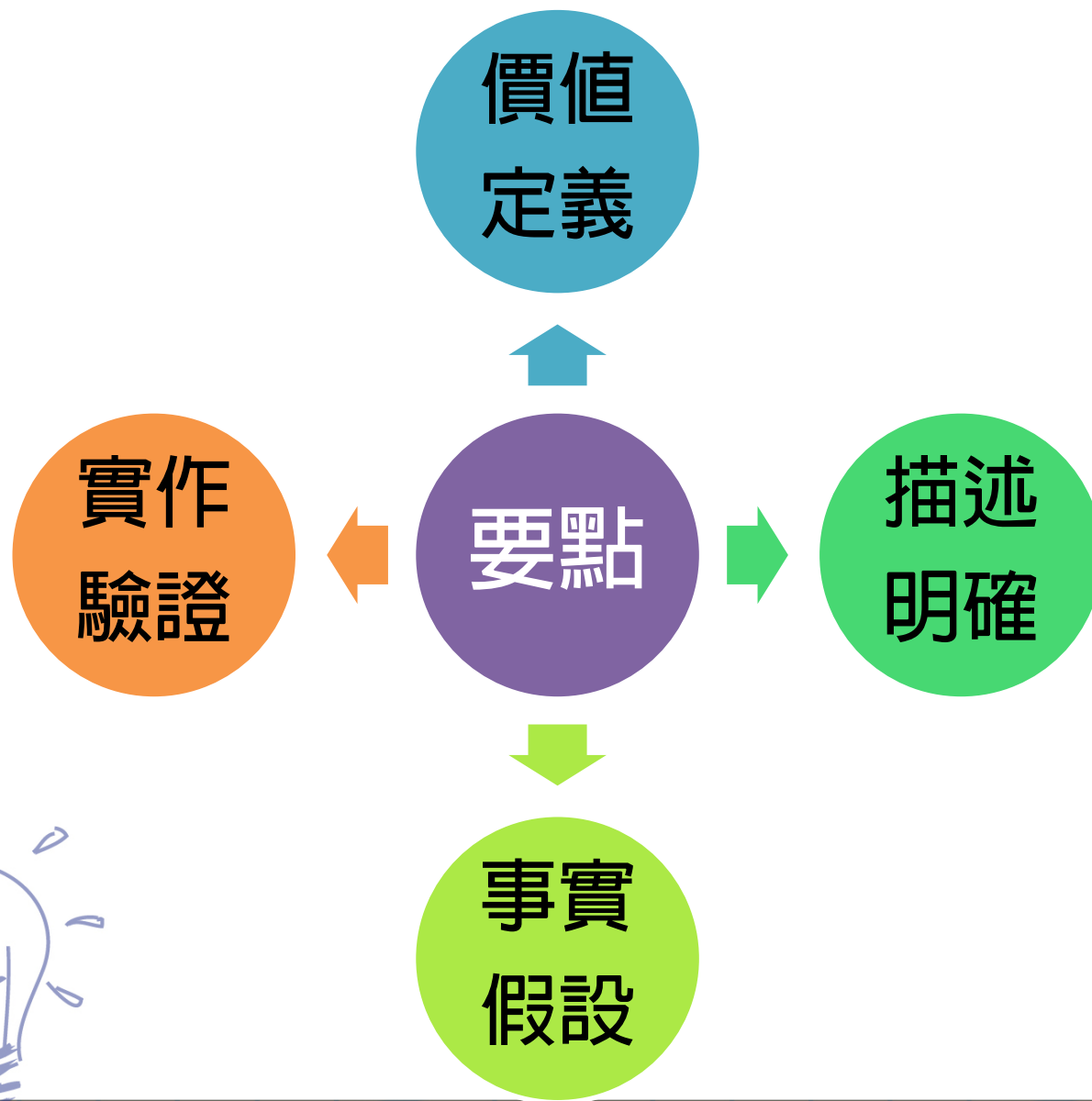


市場



© 2015 Strategyzer Business Model Factory AB
 This is a trademark of Strategyzer. All rights reserved. For more information, visit www.strategyzer.com







3. 競爭環境描述

2. 精確區隔價值主張與產品

1. 明確定義問題





看見西門 美味FUN一夏




1525 綠·茶館



三哥米線



OVEN COFFEE



千葉火鍋



OVEN PASTRY



西門町芒果冰



美味壽司



便所餐廳



小牛匠廚房料理



三吉外賣



巴菲厚切牛排



松岩炭火燒烤



somebody cafe



開機咖啡



黑蕃茄牛排

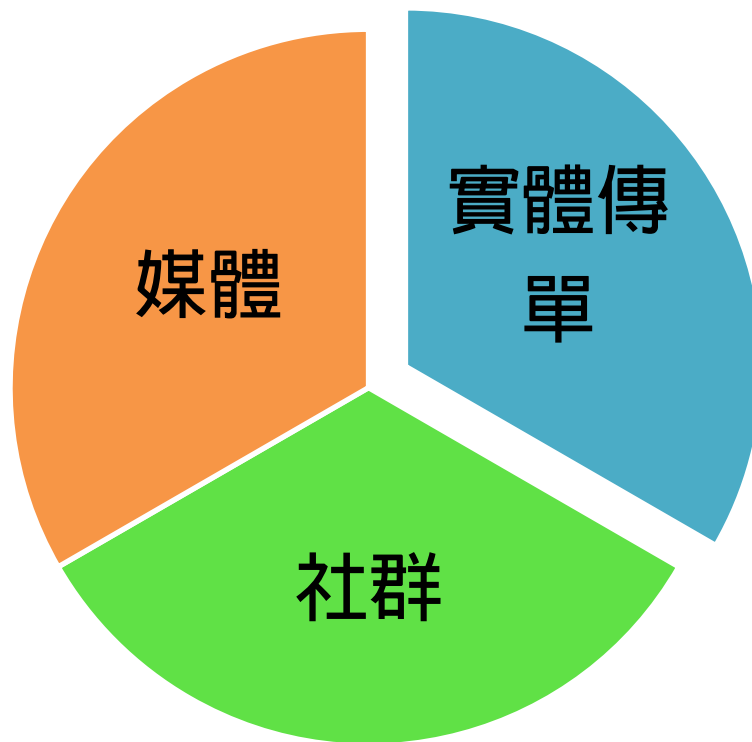


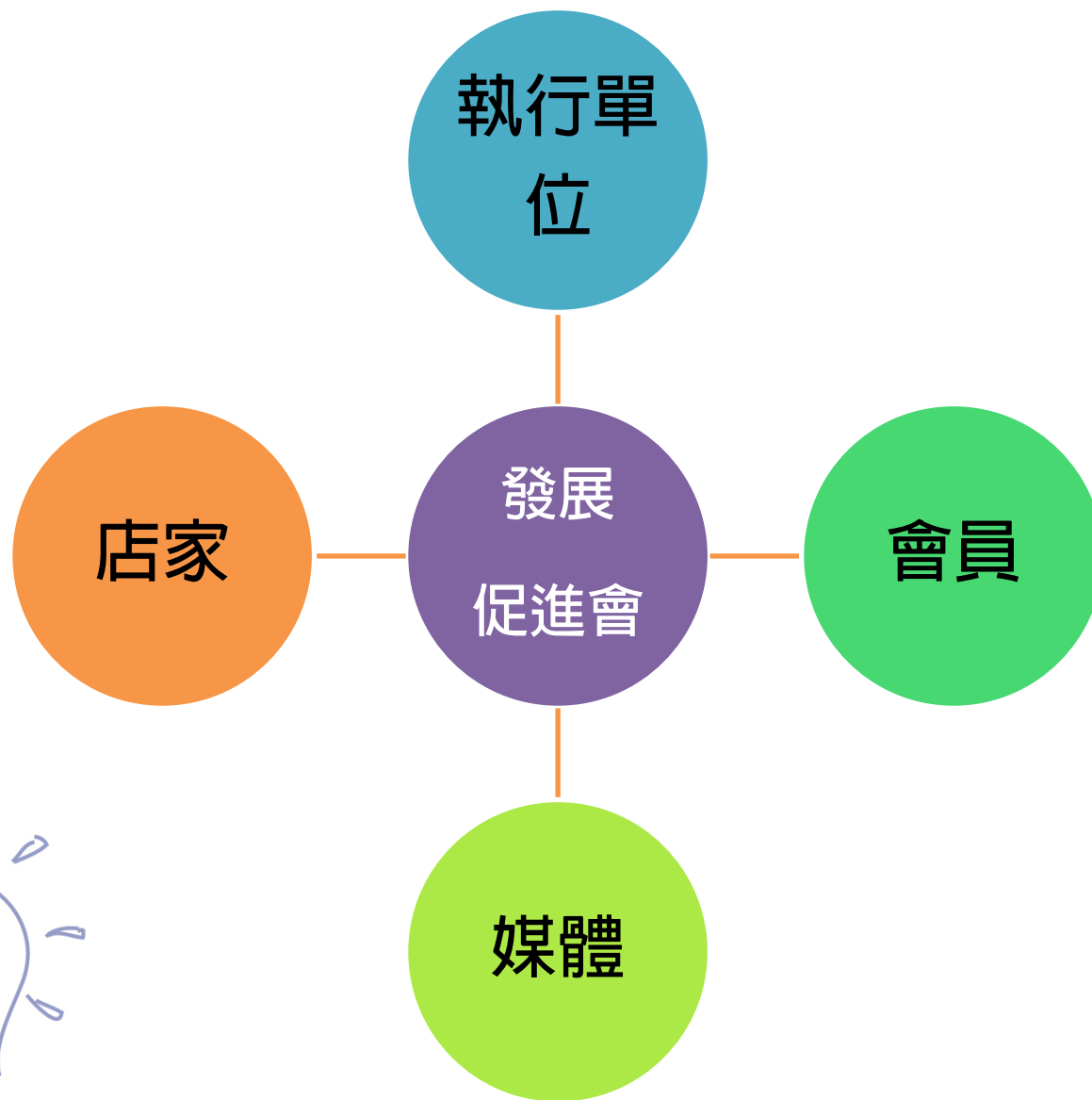
維多利亞茶餐廳

看見味道的少女

GTV八大綜合台 28頻道 每週一~五 晚間九點









國際認證中心
International Certification Center

