

# TÜSİAD BU GENÇLİKTE İŞ VAR! İŞ MODELİ KANVASI

Bu çalışma fikrinizi kurgularken göz önünde bulundurmanız tavsiye edilen temel alanları bir arada görmenizi sağlayan bir araçtır. Bu nedenle, her soruyu cevaplayamazsanız endişelenmeyin. Bu doküman, projeniz ilerledikçe değişecek ve detaylandıracaktır. Soruları, fikrinizi en iyi şekilde nasıl hayata geçirebileceğinize dair düşünmek için kullanın!

## Temel Ortaklar ve İşbirlikleri

İşinizin hayata geçmesi (ve devam etmesi) için elzem temel ortaklarınız kimler? Bu ortakların sizinle işbirliği yapmak için temel sebepleri neler?

### Sorumluluk sahibi bir ekip :

Analitik becerisi yüksek, algoritmik düşünebilecek teknik bir bölüm ve bu işi sorumlu firmalara içerik sağlayıcısı olarak satabilecek bir bölüm.

### Devlet ve Yatırımcılar:

Gelişime açık bir uygulama, genç girişimcileriz ve faydalı , para

### Üreticiler (Cafeler, firmalar vb.)

Müşteri ile online iletişim ve reklam platformu, Yerdan tasarruf ve kampanya sunumu ile daha çok müşteri kazanma olanağı, Müşteri kitlesini tanıma imkanı ve hedef odaklı reklam verebilmek

### Ödeme Sistemleri:

### Yatırımcılar:

### Harita API ve diğer API Sağlayıcılar

## Temel Faaliyetler

İşiniz ile değer yaratabilmeniz için gerçekleştirmeniz gereken temel faaliyetler neler? Dağıtım kanallarınız, müşteri ilişkileriniz ve gelir kaynakları için en önemli faaliyetler neler?

### Ürün Oluşturma ve Güncelleme

### Pazarlama ve Üretici Edinimi

### Kullanıcılara Erişim:

Başta sosyal platformlar olmak üzere olabildiğince çok kişiye erişim

## Temel Kaynaklar

İşinizle sunduğunuz değeri yaratabilmeniz için ihtiyaç duyduğunuz temel kaynaklar neler? Dağıtım kanallarınız, müşteri ilişkileriniz ve gelir modeliniz için en önemli kaynaklar neler?

### Teknik Ekip:

### Teknolojik Altyapı:

Güçlü sunucular ve Güvenli kullanıcı deneyimi

## Değer Önerileri

Müşteriye sunduğunuz temel değer ne?  
Müşterinizin hangi sorunlarını çözmeye yardımcı oluyorsunuz?

### Kullanıcı için:

Kullanıcı için daha çok sosyalleşebilme imkanı, kampanyalardan faydalanabilme, gittiği yerde daha az beklemek, gidilen mekanda yeni insanlarla tanışabilme olanağı, personel puanlayabilme desteği ile dilek ve şikayetlerinin tek tık uzakta olması,

### Üretici Mekanlar için:

Daha çok müşteriye ulaşabilme, kampanyaları kolaylıkla ulaştırabilme, personel takibi, mekanın online platform üzerindeki etkinliği takibi, mekandan yer tasarrufu,

### Reklam Verenler için:

Hedef kitle odaklı reklam verebilme imkanı

## Müşteri İlişkileri

Hedef müşteri kitleniz, onlara nasıl bir ilişki kurmanızı bekliyor? Bu ilişkiyi, işinize hangi formatta ve ne kadar maliyetle entegre edebilirsiniz?

### Sosyal Medya:

### Güvenli ve Garantili Alışveriş

### Değerlendirme, oylama ve geribildirim sistemi

## Dağıtım Kanalları

Müşterileriniz onlara hangi kanallardan ulaşmanızı tercih ediyor? Müşterileriniz şu anda size ne kadar ödüyorlar ve ne şekilde ödeme yapıyorlar? Başka nasıl bir şekilde ödeme yapmayı tercih ederler? Gelir modelinizin her birinin toplam gelire katkısı ne?

### Mobil Platformlar :

Öncelikle Android ve IOS sürümler

### WEB Platformu:

WebSitesi Üzerinden

### Sosyal Medya: (İlk Aşamada Erişim için)

Aktif sosyal medya kanalları kullanımı

## Müşteri Kesitleri

Kimler için değer yaratıyorsunuz?  
En önemli müşterileriniz kimler?

### Kullanıcı için :

Zamanı optimum kullanmak isteyen ve hem sosyalleşip hem de yemek, kahve vb. ihtiyaçlarını gidermek isteyen kişiler  
Kampanyalardan haberdar olmak isteyenler  
Dışarıda yemek içmek isteyenler

### Üretici Mekanlar için,

Personelin ve mekanın online platformda rating, yorum vb. Takibi, müşteri ile ilişkinin iyileşmesi, daha çok müşteri çekebilme, mevcut masaları optimum kullanabilme

### Reklam verenler için:

Hedef kitleye nokta atış reklam verebilir. Bu da daha az maliyetle daha çok kişiye erişim demek

## Maliyet Yapısı

İş modelinizdeki en büyük gideriniz nedir?  
Temel kaynaklar ve faaliyetlerinizden en pahalı olanları neler?

### Teknik Altyapı

Sunucu Giderleri vs.

### Çalışan Maaşları

### Pazarlama bazlı harcamalar

Harici ve beklenemeyen giderler

## Gelir Kaynakları

Potansiyel müşteriniz yarattığınız hangi değerler için para ödemeyi kabul ediyor?  
Neler için ve nasıl ödeme yapıyorlar? Nasıl ödeme yapmayı tercih ederler?  
Her gelir kaynağının toplam gelire katkısı ne kadardır?

Kullanıcıdan alınan premium sürüm ücretler  
Ücretsiz kullananlardan alınan komisyon bedeli

Üretici mekanlardan alınan komisyon,

Reklam veren gelirleri..