



*		مدل کسب و کار اشتراکی	نام کاربری:
		خلق مشتری خودکار در همه صنایع	افزوده نام کاربری:
*		جان واریلو	نام و نام خانوادگی:
		علی نجار / مترجم	سایر اطلاعات:
*		*****	رمز ورود:
*		*****	تکرار رمز ورود:
*		یک سال	مدت اشتراک:
		انتخاب کنید	استان:
		انتخاب کنید	شهر:
			تلفن همراه:
*		کلیه حروف بزرگ می باشند.	کد امنیتی:

ارسال فرم اشتراک



*

نویسنده: جان واریلو

مترجم: علی نجار

نسخه پرداز: کیوان دهقان پور

طراح جلد: مجید زارع

صفحه آرا: داریوش گل سرخی

شمارگان: ۲۰۰۰ نسخه

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۷۶۷۷-۴۰-۷

ناشر: یانا قلم

پ اول: زمستان ۱۳۹۷

نشانی: خیابان سرویس جنوبی، ملایری پور غربی، پلاک ۳۷، واحد همکف

تلفن: ۸۳۴۲۱۰

فروشگاه اینترنتی: www.AryanaGhar.com

*

رسم الخط این کتاب براساس دست خط فارسی فرهنگستان زبان و ادب فارسی است.

*

همه حقوق برای گروه پژوهشی آریانا محفوظ است.

هرگونه تقلید و استفاده از این اثر به هر نحوی بدون اجازه کتبی ممنوع است.

*

سرشناسه: واریلو، جان / Warrillow, John

عنوان و نام پدیدآور: مدل کسب و کار اشتراکی: خلق مشتری، رد و آمد

نویسنده: جان واریلو / مترجم: علی نجار

مشخصات نشر: تهران: آریانا قلم، ۱۳۹۷

نویت چاپ: چاپ اول، زمستان ۱۳۹۷

مشخصات ظاهری: ۲۴۰ صفحه، مصور

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۷۶۷۷-۴۰-۷

وضعیت فهرست نویسی: فیبا

عنوان اصلی: Automatic Customer: Creating a Subscription Business In Any Industry, 2015

موضوع: کارآفرینی، برنامه ریزی سازمانی، برنامه ریزی راهبردی

شناسه افزوده: نجار، علی، ۱۳۷۰، مترجم

رده بندی کنگره: ۱۳۹۷/۲م۵/۶۱۵ HB

رده بندی دیویی: ۶۵۸/۸۷

شماره کتاب شناسی ملی: ۵۱۳۹۵۵۴



الکساندر آسرتوالدر و همکارانش، در کتاب خلق مدل کسب و کار، مشتری را قلب هر کسب و کار و ارزش پیشنهادی را دلیلی بر برتری شرکتی بر شرکت های دیگر از دیدگاه مشتری، می دانند؛ اما سؤال این است: در بازار پررقابت و با تغییرات روز فزون، آیا همه مشتریان به یک اندازه ارزش ایجاد می کنند؟

خلق مدل کسب و کاری که در آن مشتریان پیوسته به آن کسب و کار برگردند و جریان درآمدی تکرارشونده ای ایجاد کنند یکی از راه های مؤثر تحقق و تداوم پیشرفت است. رشد مهم تر از آن روش ایجاد کسب و کاری است که بیشتر دارایی به شمارش رود تا کار.

جذب مشتریانی که، با پرداخت هزینه اشتراک ماهیانه یا پیش پرداخت، برای گرفتن منظم محصول یا خدمتی اقدام می کنند - که از این به بعد آنها را «مشتریان خودکار» می نامیم - راهی مطمئن برای به بندی از درآمدی تکرارشونده و پیش بینی پذیر برای کسب و کار است.

جان واریلو، نویسنده کتاب مدل کسب و کار اشتراکی، اصطلاح اشتراکی نوظهور را به مثابه فرصتی بزرگ برای کسب و کارهایی می داند که به تدریج واقف اند که «مشترکان» بهتر از «مشتریان» اند و می توانند، با تبدیل مشتریان به مشترکان، جریان درآمدی تکرارشونده ای ایجاد کنند که در نهایت منتج به رشد و ارزشمندی آن کسب و کار شود.

نوشتار حاضر کتابی است درباره - و اساساً برهانی است برای مزایای - کسب و کارهای مبتنی بر اشتراک. جان واریلو به واسطه نگارش اولین کتاب

خود، تحت عنوان ساخته شده برای فروش، فرصت داشته است تا عمیقاً با دنیای کسب و کارهای اشتراکی آشنا شود و به اهمیت درآمد تکرارشونده در ساخت شرکتی با ارزش و قابل فروش پی ببرد. آنچه خواننده کتاب مدل کسب و کار اشتراکی را از همان صفحات ابتدایی به خواندن بقیه کتاب ترغیب می‌کند آوردن مثال‌هایی از شرکت‌های صاحب‌نامی همچون واتس‌آپ در صنایع مختلف است. این مثال‌ها به خوبی ذهنیت اشتباه را درباره کاربرد بیشتر اشتراک در نرم‌افزارهای ابری محور، بازی‌ها و شرکت‌های رسانه‌ای از بین می‌برد و به درستی نشان می‌دهد که چگونه هر کسب و کاری نیازمند این نوع صنعتش، این ظرفیت را دارد که با اتخاذ مدل اشتراکی مناسب، حلقه جریان درآمدی تکرارشونده، مدل کسب و کار فعلی خود را بهبود دهد. بر این مبنی شرکت کاملاً جدیدی راه‌اندازی کند.

مدل کسب و کار اشتراکی، متنی گیرا همراه با راهبردهای خاص و فنی را توأمان عرضه می‌کند و با توجه به یکی از کتاب‌های ضروری و خودآموز برای همه کسانی که به مدل کسب و کار اشتراکی می‌اندیشند تبدیل شده است. جان واریلو، ضمن شرح دادن داستان (و در بسیاری از موارد، پشت پرده) شرکت‌های محبوب، با توصیه‌های عملی و راهکارهای اجرای این توصیه‌ها، کار بزرگی انجام داده است، که می‌تواند منتج به افزایش موج کسب و کارهای اشتراک محور شود.

خواندن ۴۰ صفحه آغازین مدل کسب و کار اشتراکی باعث می‌شود که در کسب و کار خود اساساً بازبینی کنید. این کتاب را حتماً برای توضیح داده است که چرا درآمد اشتراکی باید بخشی از کسب و کار شما باشد، برای دستیابی به جریان درآمدی تکرارشونده از چه مدل‌هایی می‌توان بهره گرفت، در مسیر خلق مدل کسب و کار اشتراکی از چه شاخص‌های کلیدی عملکردی برای پایش و رصد موفقیت آن می‌توان استفاده کرد و با چه

شگردهایی می‌توان در جنبه‌های روان‌شناختی مشتریان در جهت افزایش فروش اشتراک و کاهش روی‌گردانی از اشتراک تأثیر گذاشت.

هدف از ترجمه این اثر معرفی منبعی بدیع و کارآمد از دانش روزآمد جهانی و تجربه‌های موفق برای توانمندسازی نوآوران و کارآفرینان پارسی‌زبان و معرفی عرصه اقتصاد اشتراکی به زیست‌بوم کارآفرینی کشور و کسب‌وکارهای نوپا بوده است تا ایشان با نگاهی نوبه باز تعریف چرخه طراحی تا عرضه محصولات و خدمات خود بپردازند. لذا مخاطبان این کتاب کلیه افرادی‌اند که به‌نوعی در حوزه کارآفرینی کشور فعال‌اند یا قصد دارند با راه‌اندازی کسب‌وکار و سرمایه‌گذاری روی فناوری‌ها و ایده‌های نو و تجاری، از آن سطح اشتغال و توان رقابتی کشور را افزایش دهند.

از نسخه‌های ترجمه این اثر می‌توان به بازآفرینی روایت داستان‌گونه نویسنده و نوبل‌نویسان در زیست‌بوم کارآفرینی کشور اشاره کرد؛ از این رو، به دست دادن تعاریف و تکرار تخصصی و یافتن معادل‌هایی رسا و مانوس از جمله دشواری‌ها کار بود. برای آنکه ترجمه‌ای دقیق و متنی روان و دل‌نشین به نگارش درآید، این دست‌یار، پس از ترجمه، عزیزانی از نظر گذراندند و پیشنهادهایی اصلاحی و ویرایشی دادند. بر خود لازم می‌دانم از آقای محمدعلی معین‌فرو خانم فاطمه صفری، که تجدیدنظر در ترجمه و بهبود آن جز با بهره‌مندی از توانایی‌های ویرایشی آنها نیست، و نیز آقایان محسن زند، علی دانش خوراسگانی و سید حسن حاج‌سیدجوادی، که زحمت مطالعه نسخه‌های اولیه ترجمه این کتاب را کشیدند، مدیونم. همچنین از مدیرعامل محترم انتشارات آریانا قلم، خانم سمیه محسنی، برای فراهم آوردن امکان انتشار این کتاب صمیمانه تشکر می‌کنم.

امیدوارم با خواندن این کتاب و فراخوانی درس‌آموخته‌های ارزشمند خود شاهد طراحی مدل‌های کسب‌وکار پایدارتری در بلندمدت و اثرگذاری چشمگیر در ساختن آینده‌ای روشن‌تر و بهتر باشیم.

در پایان یادآور می‌شوم که پانوشتهای شماره‌دار کتاب از مترجم است و یک پانوشته ستاره‌دار از نویسنده.

اگرچه در ترجمه این کتاب دقت فراوانی شده است، بدیهی است هیچ ترجمه‌ای عاری از خطا نیست. ضمن سپاسگزاری از انتخاب، مطالعه و دقت نظر شما عزیزان در خواندن این کتاب، خواهشمندم نظرها را به نشانی automatic.customer@gmail.com ارسال فرمایید تا در چاپ‌های آتی اعمال شود.

علی نجار

دانش‌آموخته مدیریت اجرایی

دانشگاه علم و صنعت ایران



۱۳	مقدمه
۲۱	بخش یک. مشترکان بهتر از مشتریان اند
۲۳	فصل یک. چه کسی در اقتصاد اشتراکی برنده می شود؟
۴۳	فصل دو. چرا به مشتریان خودکار نیاز دارید؟
۶۳	بخش دو. مدل کسب و کار اشتراکی
۶۵	فصل سه. مدل وب. بیت و نوپذیر
۷۷	فصل چهار. مدل بوفه آزاد. محتوا
۸۵	فصل پنج. مدل باشگاه. دسترسی
۹۵	فصل شش. مدل اول صف
۱۰۳	فصل هفت. مدل کالای مصرفی
۱۱۵	فصل هشت. مدل جعبه شگفت انگیز
۱۲۵	فصل نه. مدل ساده کننده
۱۳۳	فصل ده. مدل شبکه ای
۱۴۱	فصل یازده. مدل ذهن آسوده
۱۴۹	بخش سه. کسب و کار اشتراکی خود را بسازید
۱۵۱	فصل دوازده. حساب و کتاب به شیوه جدید
۱۶۹	فصل سیزده. چاه ویل نقدینگی یا چشمه جوشان نقدینگی؟
۱۸۵	فصل چهارده. روان شناسی فروش اشتراک
۲۰۵	فصل پانزده. رشد و توسعه کسب و کار
۲۳۳	فصل شانزده. بیشتریندیشید
۲۳۷	منابع توصیه شده



زمانی که ساشا اعلام کرد عازم سفری کاری به چین است، پنج ماه بود که باهم می‌دویدیم. پیش از این مدت از این نمی‌شد؛ دوی ماراتن شش هفته دیگر شروع می‌شد و ما برای یک رستخیزترین قسمت برنامه مان با انگیزه بمانیم به یکدیگر تکیه کرده بودیم.

دقیقاً در زمان اوج کارمان از هفته به سفر کاری می‌رفت.

از آنجایی که ساشا و من نمی‌توانستیم با یکدیگر بدویم، تصمیم گرفتیم تا با استفاده از فناوری به یکدیگر انگیزه بدهیم. توافق کردیم تا هر روز نتایج تمریناتمان را برای با انگیزه ماندن به صورت پیام کوتاه برای یکدیگر بفرستیم. ساشا خواست تا به جای استفاده از سرویس پیام کوتاه، از سرویس پیام‌رسانی واتس‌آپ استفاده کنیم.

من برای ارسال پیامک به سرویس استاندارد در آی فون نمی‌توانم دست داشتم، بنابراین اشتیاقی به سردرآوردن از برنامه جدید نداشتم و همین دلیل از او پرسیدم چرا از همان شیوه معمول برای ارسال متن استفاده نکنیم. ساشا پاسخ داد که شرکت مخابرات برای ارسال متن از چین هزینه نسبتاً بالایی می‌گیرد و واتس‌آپ، به جای استفاده از شبکه موبایل، از اینترنت استفاده می‌کند و نیازی به پرداخت صورت حساب‌های سنگین

تلفن همراه نمی‌شود. درواقع، تنها هزینه استفاده از واتساپ ۱ دلار در سال بابت اشتراک است که آن هم پس از سال اول پرداخت می‌شود.

بنابراین هنگامی که ساشا در چین بود، ما از واتساپ برای برقراری ارتباط با یکدیگر استفاده کردیم و درنهایت، تقریباً به لطف برنامه تمرینی پشتیبانی شده با واتساپ، این ماراتن را با هم به پایان رساندیم. مسلماً ما تنها کسانی نبودیم که از واتساپ استفاده می‌کردیم. درواقع تا اوایل سال ۲۰۱۲، واتساپ ۴۵۰ میلیون کاربر به دست آورد و زمانی که فیسبوک اعلام کرد در ازای پرداخت ۱۹ میلیارد دلار مالک واتساپ شده است - بزرگ‌ترین ملک برای شرکت استارت‌آپ اینترنتی در طول تاریخ - روزانه یک میلیون کاربر به آن تعاضد اضافه می‌شد.

در آن زمان، اکثر سرویس‌های پیام‌رسانی مبتنی بر اینترنت برای کسب درآمد از کاربران از سرویس‌های تبلیغاتی استفاده می‌کردند. آنها با عرضه برنامه‌ای رایگان کاربران را در معرض تبلیغات آزاددهنده قرار می‌دادند. جان کوم و بریان آکتون، بنیان‌گذاران واتساپ، قصد داشتند پیام‌رسانی ساده‌تر و خصوصی‌تر عرضه کنند. آنها، جای کسب درآمد از فروش تبلیغات، مدل کسب و کار اشتراکی را انتخاب کردند.

احتمالاً مبلغ ۱ دلار در سال هزینه اشتراک زیاد به نظر نمی‌رسد، اما هنگامی که ۴۵۰ میلیون کاربر دارید و روزانه یک میلیون کاربر به آن افزوده می‌شود، ۱ دلار در سال معنا پیدا می‌کند. علاوه بر این، از آنجاکه واتساپ تلاش نمی‌کند چیزی جز زیرساخت پیام‌رسانی مبتنی بر اشتراک باشد، نیازی به استخدام کارکنان زیاد ندارد. درحقیقت، در زمانی که فیسبوک واتساپ را خرید، فقط ۵۵ نفر عهده‌دار این ۴۵۰ میلیون مشترک بودند.

گویا واتساپ برنده بخت‌آزمایی ۱۹ میلیارد دلاری شده بود، نه به دلیل استفاده از تکنولوژی به‌تیریا تعهد کاری زیاد کارمندان یا جذابیت

تبلیغاتی، بلکه صرفاً به دلیل بهره‌مندی از مشتریان خودکار به این موفقیت بزرگ دست یافت. واتس‌آپ با درخواست از کاربران مبنی بر گرفتن اشتراک جهت بهره‌مندی از خدماتش مدل کسب‌وکار صحیحی برای موفقیت انتخاب کرد.

این کتاب به شما نشان می‌دهد که چگونه از مدل کسب‌وکار اشتراکی در کسب‌وکار خود بهره ببرید. وقتی می‌گویند مشتریان، افراد اغلب نرم‌افزارهای ابری، موبایل، ازی‌ها یا شرکت‌های رسانه‌ای به ذهنشان خطور می‌کند. با اینکه خزانگان این صنایع هم از این کتاب بهره‌مند خواهند شد، می‌توانید صرف‌نظر از اندازه یا نوع صنعت - از مدل کسب‌وکار اشتراکی برای شرکت خود استفاده کنید. واتس‌آپ فقط نمونه‌ای است که نشان می‌دهد چگونه مشتریان خودکار اشتراک با شما رشد کسب‌وکار شما می‌شوند.

* خراب‌کاری کردم

آخرین بار که کتابی نوشتم، خراب‌کاری کرده‌ام. عنوان کتاب ساخته‌شده برای فروش: ایجاد کسب‌وکاری که می‌تواند بدون شما به رشد و شکوفایی برسد بود. این کتاب برای نشان دادن نحوه تبدیل کسب‌وکار موفق به مدلی قابل فروش طراحی شده بود. در این کتاب، به‌طور خلاصه به اهمیت مشتریانی که به‌صورت منظم می‌توانند از شما خرید می‌کنند پرداخته بودم، ولی در آخر متوجه شدم که می‌بایست حداقل نیمی از کتاب را به درآمد تکرارشونده اختصاص می‌دادم.

سال‌ها بعد از انتشار کتاب ساخته‌شده برای فروش، به این نتیجه رسیدم که درآمد تکرارشونده در ساخت شرکتی با ارزش و قابل فروش پی‌بردم. این روزها من مدیریت کسب‌وکاری اشتراکی به نام سلایلیتی اسکور

(سلابیلیتی اسکوردات کام) را بر عهده دارم که به صاحبان کسب و کارها با استفاده از بررسی هشت پیش‌ران کلیدی قابلیت فروش کمک می‌کند تا شرکت‌هایی ارزشمند بسازند. صاحبان کسب و کاری که به امتیاز قابلیت فروش ۸۰ (یا بیشتر) از ۱۰۰ دست یابند پیشنهادهایی می‌گیرند که ۷۱٪ بالاتر از میانگین است.

بزرگ‌ترین عامل در افزایش امتیاز قابلیت فروش میزانی است که شرکت می‌تواند بدون شما، مالک، اداره شود. این برای بسیاری از صاحبان کسب و کاری که بهترین فروشندگان در کسب و کار خود به شمار می‌روند، چالش مهم و مسوب می‌شود. راز آن در این است که درآمد تکرارشونده‌ای بسازیم که هر ماه بدون فروش مجدد به همان مشتری میزان فروش را زیاد کند. برای درک تأثیر درآمد تکرارشونده در ارزش شرکت، باید بدانید خریداران هنگام خرید شرکت با کسب و کارها به چه چیزی توجه می‌کنند و در اصل چه چیزی را می‌خرند. اکثر مکان‌ها از خریداران انتظار دارند تا دستاوردهای گذشته شرکتشان را، مانند سود سال گذشته یا جایزه صنعت که باعث افتخار آنان است، ارزش‌گذاری کنند. ولی درحقیقت، به تجربه من، خریداران در زمان خرید شرکت واقعاً فقط به چیزهایی که می‌خرند و آن چیزی نیست جز: جریان سودهای آتی.

برای مثال، در کسب و کار سیستم‌های امنیتی، شرکت‌ها دو نوع درآمد دارند. آنها هنگام نصب تجهیزات مربوط به حاکم یا محل کارتان مبلغی به عنوان درآمد نصب و سپس به منظور مراقبت از تجهیزات به صورت ماهانه مبلغی نیز به عنوان درآمد نگهداری دریافت می‌کنند.

در سلابیلیتی اسکوردات کام، با استفاده از تجزیه و تحلیل‌مان می‌دانیم وقتی خریداری کسب و کاری امنیتی می‌خرد، ۷۵ سنت برای درآمد نصب «تک‌موردی» و ۲ دلار به ازای هر دلار درآمد نگهداری می‌پردازد. به عبارت دیگر، شرکتی امنیتی با ۱۰۰٪ درآمد حاصل از نگهداری (جنبه

اشتراک از این نوع کسب و کار) تقریباً سه برابر ارزشمندتر از کسب و کاری امنیتی با همان اندازه و ۱۰۰٪ درآمد حاصل از نصب است.

روند مشابهی در بیشتر صنایع وجود دارد. شرکت‌های حسابداری براساس مبالغ تکرارشونده خود ارزش‌گذاری می‌شوند. عملکرد برنامه‌ریزی مالی بر مبنای میزان احتمالی که مشتریان پس از بازنشستگی مالک شرکت با آن ادامه همکاری دهند مشخص می‌شود. سهام‌آی بی‌ام براساس درآمد تکراره‌نده آن از قراردادهای خدماتی نوسان می‌کند. بنابراین درآمد تکرارشونده باعث می‌شود تا کسب و کار شما بسیار ارزشمند و اداره شرکت کمتر اضطراب‌زا باشد.

* مصیبت کسب و کار خود، اتی بفروش و انجام بده

من در سال ۱۹۹۷، یکی از حقیقاتی به نام واریل‌آند کو' تأسیس کردم. ما کار خود را به منزله کسب و کار خدمات معمولی «بفروش و انجام بده» شروع کردیم؛ کار ما ایجاد روابط با مردم، نوشتن دادخواست به مشکلاتشان و تلاش برای دادن راه‌حل بود. هر پروژه متفاوت بود. ما اکثر زمان خود را صرف ایجاد پیشنهادهای سفارشی می‌کردیم، که بسیاری از آنها هرگز پذیرفته نمی‌شدند. این شرکت بر روی کاغذ سودآور اما در واقع آن به طرز فلج‌کننده‌ای اضطراب‌زا بود. از اولین روز هر ماه متنفر بودم. به دلیل آنکه در آن روز جمع تمام حساب‌کتاب‌ها صفر می‌شد و مجبور بودیم برای تأمین هزینه‌های بالاسری به دنبال گرفتن کار جدید باشیم.

نخستین باری را که مخارج ثابتمان به اوج خود، یعنی ۱۰۰,۰۰۰ دلار در ماه، رسید کاملاً به خاطر می‌آورم. با خودم فکر کردم، «اگر این ماه چیزی نفروشیم، هنوز ۱۰۰,۰۰۰ دلار هزینه داریم که باید آن را تأمین کنیم!»

استرس چرخاندن شرکت هر ماه از نقطه صفر مرا وادار به جست و جوی مدلی بهتر می‌کرد. در همین جهت شروع به مطالعه سایر شرکت‌های تحقیقاتی‌ای، مانند گارتنر^۱ و فورستر ریسرچ^۲، کردم که موفق به «تولید» سرویسی شده بودند و در نتیجه، به بررسی امکان خودکارسازی بخش‌های کسب و کارمان پرداختیم. به جای انجام دادن تحقیق «تک‌موردی»، تصمیم به ارائه بسته‌های اطلاعاتی یکسان به پایگاه مشتریان گرفتیم. به جای ارائه پیشنهاد های سفارشی، بروشور و پروپوزال استاندارد برای خدمات خود تهیه کردیم. پس از تکمیل پروژه، به جای دریافت پول ۶۰ روز بعد از خاتمه، کل هزینه اشتراک سالیانه برای تحقیق را به عنوان پیش‌پرداخت دریافت کردیم.

این کسب و کار اضطراب کمتری به همراه داشت. در هر ماه جدید دارای درآمدی اشی از قراردادهای از پیش ثبت شده بودیم و نیاز به هیچ مشتری‌ای نداشتیم. در وقت، توانستیم بزرگ‌ترین شرکت‌های جهان را، از جمله امریکن اکسپرس، اپل، ای‌تی‌اندی، بانک آو امریکا، دل، فیدکس، گوگل، اچ‌پی، آی‌بی‌ام، مایکروسافت، اسپرینت، ویزا و ولز فارگو، به خدمات خود جذب کنیم. کسب درآمد از حق اشتراک به صورت پیش‌پرداخت به حدی بود که پس از ۱۰ سال نمی‌دانستیم با این پول چه کاری انجام دهیم. حتی سالانه ۲۵٪ رشد داشتیم و این میزان به سرعت جایگزین درآمد حاصل از پروژه‌های تک‌موردی می‌شد که آنها را رها کرده بودیم. شرکتی دولتی در سال ۲۰۰۸ واریلواند کورا خریداری کرد.

ممکن است با خود فکر کنید، این ایده خوبی است اما درگذر صنعت یا شرکت من مؤثر واقع نخواهد شد. شاید حق با شما باشد. به خصوص اگر به روال‌های استاندارد صنعتان چسبیده باشید. اما همان طور که می‌بینید، تقریباً هر کسب و کاری - از استارت‌آپ گرفته تا شرکتی از شرکت‌های

1. Gartner

2. Forrester Research

فورچون ۵۰۰، از پیمانکار خانگی گرفته تا تولیدکننده - در صورت تمایل به رها کردن روش قدیمی انجام دادن کار، می تواند حداقل بخشی درآمد تکرارشونده ایجاد کند و پیش گام مدل کسب و کار جدیدی باشد.

شرکت هایی که این کار را انجام ندهند احتمالاً با رقبایی که این کار را کرده اند مواجه می شوند. به طور فزاینده، برخی از کوچک ترین کسب و کارهای جهانی با رقابت فلج کننده شرکت های بزرگ روبه رو می شوند. اقتصاد اشتراکی شرکت های کوچک را در برابر شرکت های بزرگ و تأمین کنندگان را در برابر خریداران قرار داده و حتی شرکا را به دشمن تبدیل کرده است. با درک بهتر خطوط حبه، به عنوان مثال، ما می توانیم مدل کسب و کار اشتراکی سلاح مخفی شما برای برد در جنگ اقتصاد اشتراکی باشد. اگر فردی صاحب کسب و کارید و تمایل دارید ذاتاً به اشتراک بگذارید و ارزشمندی آن را بالا ببرید و استرس کاری را کاهش دهید این کتاب مناسب شما خواهد بود. چه بخواهید مدل کل کسب و کارتان را تغییر دهید و چه بخواهید باعث افزایش فقط ۵٪ درآمد خودکار خود شوید، امیدوارم مطالعه این صفحات به شما کمک کند تا ادامه دهید.

* آنچه در این کتاب خواهید یافت

این کتاب به سه بخش تقسیم شده است. بخش اول، مربوط به این حقیقت شگفت آور است که چه کسی در اقتصاد اشتراکی موفق می شود. همچنین مشخص می کند که چرا شرکت هایی مانند اپل و آمازون خود را به شرکت های اشتراکی تبدیل می کنند و چرا تقریباً هر شرکت نوپایی با پتانسیل سرمایه خطرپذیر دارای مدل درآمد تکرارشونده ای است.

ما همچنین هشت روشی را که باعث افزایش ارزش کسب و کار و کاهش استرس پس از اتخاذ مدل اشتراکی می شود بررسی خواهیم کرد. شما فرامی گیرید که چگونه مدل کسب و کار اشتراکی به طرز چشمگیری متوسط ارزش هریک از مشتریان را افزایش خواهد داد. همچنین درمی یابید که این

مدل چگونه تقاضا در شرکتتان را متناسب با توانایی هایش در پاسخ‌گویی به آن تقاضا تعدیل می‌کند. ما بحث خواهیم کرد که چرا مشتریان خودکار بیش از مشتری‌های تک‌موردی خرید می‌کنند و چرا درآمد اشتراکی پایدارتر از خرید تک‌موردی است.

بخش دوم به نه فصل کوچک تقسیم می‌شود، که هریک دربرگیرنده یک مدل کسب و کار اشتراکی است. همان‌طور که خواهید دید، گزینه‌های مختلفی برای ایجاد جریان درآمد تکرارشونده برای کسب و کار در اختیار دارید. چه بخواهید کل کسب و کارتان را تبدیل کنید یا اینکه فقط چند هزار دلار درآمد جانبی ایجاد کنید، ایده‌های بی‌شمار و جدیدی برای پیاده‌سازی مدل اشتراکی در شرکتتان خواهید یافت.

بخش سوم و نه فصل مدل کسب و کار اشتراکی طرح کلی‌ای برای خلق کسب و کار اشتراکی می‌دهد. ما دربارهٔ تعدادی از شاخص‌های آماری کلیدی بحث خواهیم کرد که مانده‌های مدل اشتراکی شرکت شما را تعریف می‌کند و نسبتی را که به رشد و توسعه کسب و کارتان باید به آن برسید مشخص و برجسته می‌سازد. ما روان‌شناسی فروش اشتراکی شما را چگونگی غلبه بر چیزی را که من آن را «نگرانی از اشتراک» می‌نامم بررسی خواهیم کرد. سپس به تأمین مالی رشد کسب و کار اشتراکی شما خواهیم پرداخت و بررسی می‌کنیم که آیا می‌خواهید با استفاده از تساپ و دالرشو کلاب^۱، با جذب سرمایه‌گذاری خطرپذیر، یا مانند پرشر بوکس^۲ و مسکیتو اسکواد^۳، با سرمایه‌گذاری شخصی، رشدتان را افزایش دهید. در نهایت، بخش سوم با بحث دربارهٔ ارزیابی کسب و کار اشتراکی‌تان پایان می‌یابد. بیایید شروع کنیم.

1. Dollar Shave Club
2. FreshBooks
3. Mosquito Squad