



گروه پژوهشی صنعتی آریانا
انتشارات آریانا قلم

Value
Proposition Design

طراحی ارزش پیشنهادی

نویسندگان: الکساندر استروالدر، ایو پیگنیور،
ترگ برناردا، آلن اسمیت

مترجمان: بابک وطن دوست، حسام الدین ساروقی،
مینا نجفیان، اصغر عطایی

طراحی ارزش پیشنهادی

نویسندگان: الکساندر استروالدر، ایو پیگنیور، گرگ برناردا، آلن اسمیت
مترجمان: بابک وطن دوست، حسام الدین ساروقی، مینا نجفیان، اصغر عطایی
طراحی جلد و صفحه آرایی: داریوش گل سرخی، مریم احسانی
لیتوگرافی، چاپ و صحافی: واژه پرنده
چاپ اول: پاییز ۱۳۹۴
شمارگان: ۵۰۰۰ نسخه

ناشر: آریانا قلم، همه حقوق برای گروه پژوهشی صنعت آریانا محفوظ است و هرگونه تقلید و استفاده از این اثر به هر شکل، بدون اجازه کتبی ممنوع است.

نشانی: خیابان سهروردی جنوبی، خیابان ملایری پور غربی، پلاک ۱۷، واحد همکف. تلفن: ۸۸۳۴۲۹۱۰، ۸۸۳۴۲۹۰۰
فروشگاه اینترنتی آریانا قلم: www.AryanaGhalam.com

عنوان	طراحی ارزش پیشنهادی
مشخصات نشر:	تهران: آریانا قلم، ۱۳۹۴.
مشخصات ظاهری:	۳۲۰ ص. مصور، جدول، نمودار.
شابک:	۹۷۸-۶۰۰-۷۶۷۷-۰۷-۰
یادداشت: (عنوان اصلی)	Value Proposition Design: how to create products and services customers want, 2014.
یادداشت: (نویسندگان)	الکساندر استروالدر، ایو پیگنیور، گرگ برناردا، آلن اسمیت.
یادداشت: (مترجمان)	بابک وطن دوست، حسام الدین ساروقی، مینا نجفیان، اصغر عطایی.
شناسه افزوده:	Osterwalder, Alexander
شماره کتاب شناسی ملی:	۳۷۹۸۵۲۳

سخن ناشر

کسب و کارهای نوپا نقشی اساسی در توسعه استعدادها، اشتغال و افزایش توان رقابتی کشور دارند، اما چیزی که شاهد آن هستیم متأسفانه نرخ بالای شکست در این کسب و کارهاست. کسب و کارهای نوپا با ایده‌ای که تصور می‌کنند مشتریان آن را می‌خواهند کار خود را آغاز می‌کنند و ماه‌ها یا حتی سال‌ها وقت صرف می‌کنند تا محصولشان را تکمیل کنند بدون اینکه حتی یک بار نظر مشتریان را پرسیده باشند و زمانی که در نهایت مشتریان توجهی به محصولشان نمی‌کنند متوجه می‌شوند که شکست خورده‌اند. این کسب و کارها معمولاً دارای محصول، فناوری، چشم‌انداز، تیم قوی، سرمایه‌گذار و ارزش‌های خوبی هستند، اما تا زمانی که مشتریانی نداشته باشند که بخواهند برای ارزش ارائه شده از سوی آنها هزینه‌ای پرداخت کنند دوامی نخواهند داشت.

این شکست‌ها متأسفانه هزینه‌های اقتصادی، اجتماعی و روانی زیادی به کارآفرینان و به تبع آن به جامعه تحمیل می‌کنند. بنابراین یکی از مسائل کلیدی در آموزش کارآفرینی در کشور آموزش نحوه شناسایی دقیق مسائل، نیازها و دغدغه‌ها، گرفتاری‌ها و سبک زندگی مشتریان است. به بیان دیگر، مشاهده جهان از دید مشتریان و بعد از آن آزمودن مرحله به مرحله محصول در بازار و در میان گروه مشتریان هدف که در نهایت به ارائه موفق محصول به بازار منجر می‌شود.

در سال‌های اخیر تأکید بر این موضوع در کتاب‌های استراتژی و به خصوص کتاب‌های مرتبط با حوزه تفکر طراحی کاملاً مشهود است و نقطه مشترک عمده این کتاب‌هاست. الکساندر استروالدر و همکارانش نیز در مدل ارائه شده در کتاب اول خود، خلق مدل کسب و کار، جزء اول را به مشتری اختصاص داده‌اند. آنها مشتری را قلب هر کسب و کاری می‌دانند و ارزش پیشنهادی را دلیل این می‌دانند که مشتریان، شرکتی را به دیگر شرکت‌ها ترجیح می‌دهند. بنابراین با توجه به اهمیت این مسئله کتاب طراحی ارزش پیشنهادی، اما تأکید بر دو جزء مشتری و ارزش پیشنهادی تألیف و طراحی کرده‌اند و انتشارات آریانا قلم نیز این کتاب را با رعایت مالکیت معنوی ناشر اصلی و با حفظ تمامی ویژگی‌های نسخه اصلی منتشر کرده است.

انتشارات آریانا قلم امیدوار است مجموعه کتاب‌های حوزه کسب و کارش از جمله کتاب‌های خلق مدل کسب و کار، مدل کسب و کار شما و راه‌اندازی کسب و کار به همراه این کتاب، منابع ارزشمندی برای طراحی هرچه بهتر مدل کسب و کار در شرکت‌های نوپا و نیز طراحی مجدد مدل کسب و کار، شناخت مشتریان و ارائه ارزشی متناسب‌تر در شرکت‌های در حال فعالیت باشد تا شاهد موفقیت هرچه بیشتر شرکت‌های ایرانی در فضای رقابتی کنونی باشیم.

در پایان از همراهی و همکاری تیم مترجمان و سایر همکارانم در بخش‌های مختلف آریانا قلم سپاسگزارم.

نگاه ناشر

ایده‌هایتان را در آریانا شکوفا کنید.

در مشاوره آریانا
می‌توانید،
حرفه‌ای تمام وقت یا
پاره‌وقت داشته باشید.

در انتشارات آریانا می‌توانید
محتوای خود را به محصول تبدیل
نمایید. (تالیف کتاب، ترجمه،
برنامه کاربردی (APP)، ...)

در آموزش آریانا می‌توانید مدرس
یا دانشجو باشید و یا ایده‌هایتان
را در کسب‌وکار آموزش با آریانا
سهیم شوید.

مقدمه مترجمان

فناوری‌ها در دنیای امروز به سرعت در حال تغییرند. و هر ساله تعداد بسیار زیادی اختراع و ایده جدید ظهور می‌یابد. شرکت‌های زیادی در رقابت تنگاتنگ با یکدیگر بر روی فناوری‌ها و ایده‌های نو و تجاری‌سازی آنها سرمایه‌گذاری می‌کنند و تعداد زیادی محصول و خدمت جدید به بازار ارائه می‌دهند. حاصل بسیاری از این اقدامات تنها اتلاف وقت و انرژی و ضررهای سنگین مالی است زیرا این شرکت‌ها در ارائه ارزش مناسب به مشتریان شکست می‌خورند و تنها تعداد معدودی از آنها موفق می‌شوند مشتریان را به سمت خود جذب کنند و ارزشی را ارائه دهند که آنها تمایل به خرید آنها دارند.

این وضعیت را عیناً در ایران نیز می‌توان مشاهده کرد. در سال‌های اخیر شاهد رشد تولید علم در میهن عزیزمان بوده‌ایم، اما اقتصاد کشورمان همچنان از جهت‌های بسیاری وابسته به نفت و حرکت‌های بزرگ باقی مانده است و سهم ناچیزی از آن متعلق به شرکت‌های کارآفرین و نوپاست. شواهد بسیار حاکی از این است که عدم موفقیت‌های افرا و سایر شرکت‌های ایرانی در ارائه ارزش جدید و کارآفرینی، علاوه بر عوامل مرتبط با فضای کسب‌وکار و خلأهای قانونی به خاطر نداشتن شناخت کافی از فرآیند تجاری‌سازی علم یا طی نکردن درست و اصولی آن است. ارائه محصولات و خدمات جدید یا ارائه همان محصولات و خدمات قبلی در قالبی جدید مسئله‌ای حائز اهمیت، هم برای سازمان‌های نوپا و هم برای سازمان‌های در حال فعالیت است. استفاده از دانش روزآمد جهانی و تجربه‌های موفق برای نوآرماندسازی نوآوران در کشورمان امری حیاتی است. از این روی درنگ پس از انتشار کتاب طراحی ارزش پیشنهادی که مکمل کتاب پرورش خلق مدل کسب‌وکار است، گروه مترجمان ترجمه کتاب را با همکاری انتشارات آریانا آغاز کرد تا خواننده ایرانی به فاصله کوتاهی امکان بهره‌گیری از آن را داشته باشد. کتاب با اتخاذ دیدگاه مبتنی بر تفکر طراحی و بهره‌مندی از ابزارها و مدل‌های موفق موجود برای توسعه کسب‌وکار جدید همچون «نوپای ناب» و «توسعه مشتری»، در قالبی جذاب و مصور فرآیندی گام‌به‌گام و شهودی را به خواننده معرفی می‌کند که او با بهره‌گیری از آن می‌تواند به گونه‌ای نظام‌مند ریسک طراحی خدمات و محصولات جدید و ارائه آن به بازار را کاهش و شانس موفقیت خود را افزایش دهد.

مترجمان در حین ترجمه این اثر از آن به عنوان منبع درسی در کلاس‌های توسعه کسب‌وکار جدید و همچنین پندین کارگاه آموزشی و پروژه مرتبط استفاده کرده‌اند که مورد استقبال وسیع دانشجویان، شرکت‌کنندگان و صاحبان مشاغل قرار گرفته است. امیدواریم شما نیز بتوانید با موفقیت از آن استفاده کنید و درس‌آموخته‌هایتان را با ما به اشتراک بگذارید.

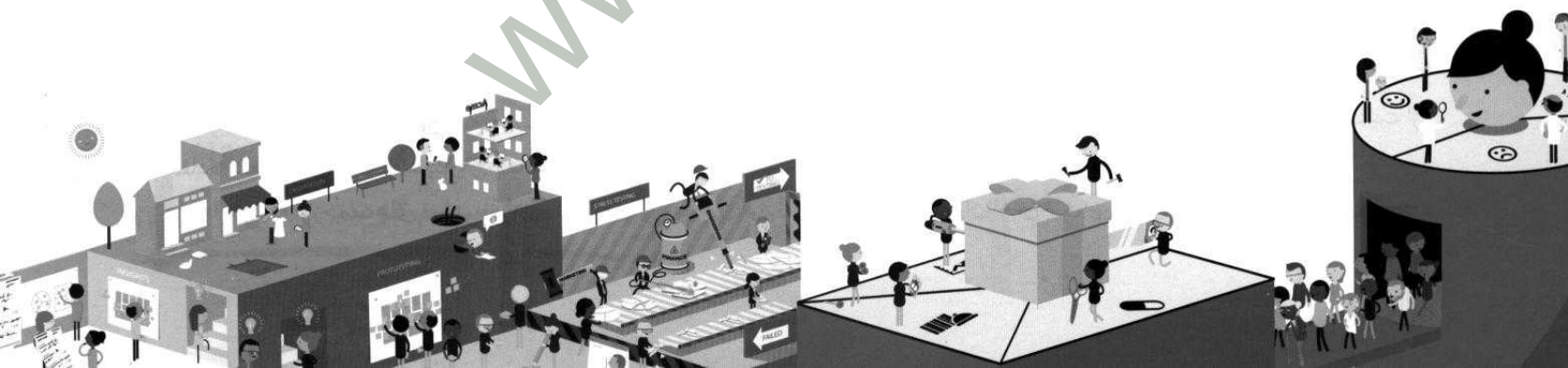
در پایان جا دارد که از زحمات‌های تمامی افرادی که در تهیه و رساندن این اثر به دست شما عزیزان نقش‌های بی‌بدیلی ایفا کرده‌اند، قدردانی کنیم.

۱. قاب‌لوی طراحی

پروفایل مشتری ۱۰
نقشه ارزش ۲۶
تناسب ۴۰

۲. طراحی

گزینه‌های نمونه‌سازی ۷۴
نقاط شروع ۸۶
درک مشتریان ۱۰۴
انتخاب ۱۲۰
یافتن مدل کسب‌وکار مناسب ۱۴۲
طراحی در سازمان‌های در حال فعالیت ۱۵۸



۳. آزمون

چه چیز را بیازماییم؟ ۱۸۸
گام به گام با آزمون ۱۹۶
مخزن آزمایش ۲۱۴
جمع بندی ۲۳۸

۴. تکامل

همسوسازی ۲۶۰
اندازه گیری و نظارت ۲۶۲
بهبود مداوم ۲۶۴
بازآفرینی مداوم ۲۶۶
سایت تائویا^۱: بازآفرینی تجارت الکترونیک ۲۶۸

واژگان کلیدی ۲۷۶
تیم اصلی ۲۷۸
خویشاوندان اولیه ۲۷۹
مشارکت اعضا ۲۸۰
پیوندها ۲۸۱
نمایه ۲۸۴

