

## Juhend: JÄTKUSUUTLIKU ÄRIMUDELI KOOSTAMINE

Rühmatöö eesmärk on koostada **rühma liikmete poolt välja mõeldud äriidee alusel toimiv JÄTKUSUUTLIK JA RINGMAJANDUSE PÕHIMÕTETELE VASTAV ÄRIMUDEL**. Töö peab sisaldama ärimudeli üheksa ehituskivi kirjeldust ja lisadena ärimudeli koostamisel kasutatud abitabeleid (persooni kirjeldus, väärtuspakkumise lõuend, ärimudeli lõuend) vastavalt allpool toodud juhiste. Ärimudeli valmimise **lõpptähtaeg on 25.märts 2024**. Ärimudelite esitlemine toimub meilile ylle.aasjoe@tktk.ee.

Töö tuleb vormistada Wordis vastavalt kirjalike tööde juhendile, esitada salvestatuna pdf-formaati.

### Töö peab koosnema järgmistest osadest:

1. Sissejuhatuseks äriidee lühitutvustus, missioon, visioon ja eesmärgid (kuni kolm aastat).
2. Lühiülevaade valdkonna mikrokeskkonnast, turuolukorrast ja konkurentsituatsioonist.
3. Ärimudeli üheksa ehituskivi (A. Osterwalderi ja Y. Pigneur "Ärimudeli generatsioon" alusel) kirjeldus.
4. Kokkuvõte
5. Lisad
  - a. Ärimudeli lõuend
  - b. Persooni kirjeldus (võib olla pildistatud või sisse skännitud)
  - c. Väärtuspakkumise lõuend või lõuendi kaks poolt (kliendiprofiil ja väärtuspakkumise kaardistus) eraldi lehtedel (võib olla pildistatud või sisse skännitud)

### Ärimudeli üheksa ehituskivi kirjeldamisel palun lähtuge järgmistest abiküsimustest:

- **Kliendisegmendid** – milliseid kliendisegmente (üks või mitu) soovitakse selle ärimudeliga teenindada? Milline on sihtturg? Milline on tüüpklient ehk persona? Kasutage persona loomise töölehte ja väärtuspakkumise lõuendi kliendisegmendi poolt (kirjeldage sihtkliendi tegevusi, probleeme ja kasusid).
- **Väärtuspakkumised** – milliseid tooteid/teenuseid selle ärimudeliga pakutakse? Kasutage väärtuspakkumise lõuendi väärtuspakkumise poolt (kirjeldage enda tooteid/teenuseid ja tooge välja, milliseid kliendi probleeme need aitavad leevendada või kuidas aitavad kliendil kasu saada). Tooge välja väärtust loovad komponendid ja toote/teenuse keskkonnamõju, ja kuidas eristute konkureerivatest pakkumistest.
- **Kanalid** – kuidas väärtuspakkumised jõuavad klientideni? Kirjeldage, millist liiki jätkusuutlikke suhtlus-, jaotus- ja müügikanaleid ärimudelil kasutatakse (otse või kaudsed, oma või partnerite ja täpselt millised – nt e-pood, jaekauplus, otsepakkumised jmt).
- **Kliendisuhted ja turundus** – millist liiki suhted iga kliendirühmaga planeeritakse sisse seada (kas isiklikud, automaatsed, iseteenindusena, massisuhted jne)? Kuidas planeeritakse neid

suhteid hoida ja arendada? Kuidas ennast positsioneeritakse? Milliseid turundusmeetmeid planeeritakse kasutada? Kui kulukad need meetmed on? Kuidas suhete loomine ja turundustegevus on seotud ülejäänud osadega ärimudelist?

- **Tuluvood** – kirjeldage, kuidas teenitakse iga kliendisegmendi pealt raha, millistel viisidel (nt kas esemete/teenuste müük, kasutustasu, väljaüürimine, vahendustasu jne), milliseid hinnamehhanisme planeeritakse kasutada. Millise väärtuse eest on kliendid nõus maksma? Mille eest nad praegu maksavad (olemasolevad, konkureerivad väärtuspakkumised)? Kuidas nad praegu maksavad (nt ühekordsed maksed, liisingumaksed, kuutasu jne)? Kuidas nad eelistaksid maksta? Kui suur on iga tuluvoo osa tulude kogusummas (mitme väärtuspakkumise ja kliendisegmendi puhul)? Kuidas mõjutab tulu voogusid jätkusuutlikkuse põhimõtete järgimine?
- **Põhiressursid** – millised on need füüsilised, finantsilised, intellektuaalsed või inimressursid, mida vajate ärimudeli toimima panekuks (nt spetsialiseeritud tööjõud, hooned, masinad, patendid, kasutusload, tarkvara, laen, investori kaasamine jmt)? Milliseid ressursse nõuavad väärtuspakkumised, turustuskanalid, kliendisuhed, turundustegevused, jätkusuutlikkuse põhimõtete järgimine? Kas planeerite ressursse ise omada või rentida või hankida peamistelt partneritelt?
- **Peamised tegevused** – kirjeldage peamisi tegevusi, mida on vaja teha, et ärimudel toimiks jätkusuutlikkuse ja ringmajanduse põhimõtetest lähtuvalt ja väärtuspakkumised jõuaks klientideni (nt tootmistegevus, probleemide lahendamine, tarneahela haldus, tarkvara arendamine, digitaliseerimine vms). Palun mõelge läbi kõik olulised tegevused, mida nõuavad väärtuspakkumised, turustuskanalid, kliendisuhed, tuluvood.
- **Peamised partnerid** – kes on ärimudeli toimimiseks vajalikud peamised partnerid? Kes on peamised tarnijad? Milliseid põhiressursse te oma partneritelt saate? Milliseid põhitegevusi partnerid teostavad? Kuidas partnereid kasutatakse optimeerimiseks, riskide vähendamiseks ja jätkusuutlikkuse tagamiseks?
- **Kulustruktuur** – kirjeldage ärimudeli ellu rakendamisega seotud kulusid. Millised on kõige olulisemad väärtuspakkumise loomise ja edastamisega, kliendisuhete arendamisega ja tulude teenimisega seotud kulud? Millised põhiressursid on kõige kulukamad? Millised peamised tegevused on kõige kulukamad? Millised on ärimudeli püsikulud ja millised muutuvkulud? Kas ärimudel on suunatud pigem kulude vähendamisele või väärtuse loomisele? Kas on planeeritud kasutada mastaabisäästu (hulgiostud) või mitmekülgsussäästu (nt ühed turundustegevused toetavad mitut väärtuspakkumist)? Milliseid piiranguid ja väljakutseid esitab kulude struktuurile jätkusuutlikkuse põhimõtete järgimine?

## Kokkuvõte

- Andke hinnang enda ärimudeli elujõulisusele ning jätkusuutlikkuse ja ringmajanduse põhimõtetele vastavusele, analüüsige lühidalt seda võrreldes konkureerivate pakkumistega.
- Tooge välja ärimudeli probleemid ja kitsaskohad.
- Analüüsige enda teadmiste ja oskuste arengut, mida andis teile ärimudeli koostamine.

Lisades (persooni tööleht, väärtuspakkumise lõuend, ärimudeli lõuend) palun kasutage pigem lühidalt, märksõnalist lähenemist, mis on lahti kirjutatud pikemalt üheksa ehituskivi kirjelduses.

## **ÄRIMUDELI KAITSMINE**

Eesmärk – anda selge ülevaade äriideest ning loodud ärimudelist ja väärtuspakkumisest, olulisematest järeldustest – kas ja mis tingimustel on äriideed mõtet ellu viia. Tooge ka selgelt välja, mis teeb teie loodud ärimudelist jätkusuutliku ja ringmajanduse põhimõtetele vastava ärimudeli.