

# 55 modeli biznesowych

## idealnych dla uczniów

**Notatka dla nauczyciela**



Modele biznesowe, a więc sposoby generowania przez przedsiębiorstwo przychodu, powinny być nauczane od wczesnych lat. Młodzi ludzie od samego początku przygody z przedsiębiorczością powinni myśleć kategoriami generowania przychodu w różny sposób, a więc nie tylko poszerzania oferty produktów czy usług, ale również poszerzania modeli zarabiania na konkretnym produkcie, czy usłudze. Przecież fryzjerowi można zapłacić jednorazowo za usługę strzyżenia włosów, ale nic nie stoi na przeszkodzie, aby fryzjerowi płacić abonament miesięczny za usługę strzyżenia włosów. Szczególnie w erze transformacji cyfrowej, gdy co raz więcej czasu przeciętny młody, ale i starszy człowiek spędza w sieci internetowej (ponad 52% czasu jaki człowiek jest w ogóle na nogach), warto myśleć kategoriami dywersyfikacji źródeł zarabiania, a więc m.in. wdrażania niestandardowych dla danej branży modeli biznesowych.

Modele biznesowe, a więc sposoby zarabiania/generowania przychodu przez przedsiębiorstwa nabierają na popularności w ciągu ostatniej dekady głównie dzięki sieci internetowej. Kluczem jest zrozumienie, iż przedsiębiorstwo powinno dywersyfikować źródła swoich przychodów nie tylko z punktu widzenia dywersyfikacji oferty, ale i dywersyfikacji modeli biznesowych związanych z konkretnym produktem i/lub usługą. Dla przykładu salon fryzjerski może generować przychody zarówno w standardowy sposób, tj. poprzez świadczenie usług fryzjerskich w płatności bezpośredniej, a więc po wykonaniu usługi, ale przecież może je świadczyć np. w modelu biznesowym typu abonament, a więc zaproponować swoim klientom stałą opłatę miesięczną za nieograniczony dostęp do usług fryzjerskich w tym salonie. Co więcej, może przecież działać dodatkowo w modelu biznesowym cross-selling, a więc sprzedaż krzyżowej, oferując swoim klientom szampony firm, z którymi ma podpisaną umowę i uzyskuje procent od sprzedaży. Tym samym ćwiczenia związane z modelami biznesowymi mają uzmysłwić uczniom/studentom, jak ważne jest myślenie w kategoriach dywersyfikacji źródeł przychodu firmy, w tym dywersyfikacji modeli biznesowych.

**1**      **Add-on**  
Produkt podstawowy  
w konkurencyjnej cenie + dodatki.  
Przykład: Ryanair

**2**      **Aikido**  
Wykorzystaj mocne strony swoich  
konkurentów na swoją korzyść.  
Przykład: The Body Shop (rezygnacja  
z kampanii, eko-opakowania)



- 3** **Aukcja**  
Niech najwięcej da ten, kto chce dać najwięcej. Przykład: eBay
- 4** **Bankomat**  
Najpierw zapłać, a później damy Ci produkt. Przykład: Amazon, Groupon
- 5** **Barter**  
Wymiana towarów/usług bez zaangażowania pieniądza. Przykład: PepsiCo, Procter&Gamble (zaangażowanie w produkcję programów radiowych i telewizyjnych = darmowy marketing)
- 6** **Biała etykieta**  
Sprzedawaj ten sam produkt na różnych rynkach w różnej nazwie, opakowaniu, marketingu. Przykład: Opel (Vauxhall), Biedronkowe produkty
- 7** **Biznes otwarty**  
Pracujemy razem w celu dostarczenia komplementarnych produktów. Przykład: Dolina Lotnicza
- 8** **Brzytwa i ostrze**  
Podstawowy produkt jest tani, zaś materiały eksploatacyjne horrendalnie drogie. Przykład: drukarki, ekspresy do kawy na kapsułki
- 9** **Crowdfunding**  
Produkt oferowany jest na platformach crowdfundingu. To też źródło promocji. Przykład: Pebble, Oculus
- 10** **Crowdsourcing**  
Produkt tworzy społeczność. Przykład: Threadless, InnoCentive, MyStarbucksIdea
- 11** **Cyfryzacja**  
To, co kiedyś było materialne, Ty oferuj cyfrowo. Przykład: Wikipedia
- 12** **Długi ogon**  
Sprzedawaj nie tylko „hity sprzedażowe”, ale i niszowe produkty (długi ogon). Przykład: Amazon, Netflix, iTunes



- 13** **Dostawca rozwiązań**  
Dostarczasz pełną ofertę produktów i usług w danej dziedzinie (np. hardware i software). Przykład: Apple, Microsoft, Google
- 14** **Dzielenie przychodów**  
Dziel się z pozostałymi interesariuszami, którzy wpływają na rozwój biznesu.  
Przykład: Apple i AppStore, YouTube
- 15** **E-commerce**  
Sprzedajesz jedynie online.  
Przykład: Amazon, Zalando, Zappos, wszelkie sklepy internetowe
- 16** **Franczyza**  
Korzystaj z czyjejs marki.  
Przykład: McDonalds, Delikatesy Centrum, Makarun
- 17** **Freemium**  
Podstawowy produkt za darmo, wersja pełna płatna.  
Przykład: LinkedIn, Hotjar, aplikacje
- 18** **Gwarantowana dostępność**  
Oferujesz produkt dostępny „zawsze i o każdej porze”. Przykład: Hilti
- 19** **Integrator**  
Posiadasz cały łańcuch wartości.  
Przykład: Exxon Mobil
- 20** **Inżynieria wsteczna**  
Sprawdź jak robi to konkurencja i zrób to lepiej. Przykład: Xiaomi (Apple)
- 21** **Jednolita stawka**  
Pobierana jest jednolita stawka za korzystanie z produktu/usługi bez znaczenia ile klient faktycznie korzysta. Przykład: Netflix
- 22** **Każdy z każdym (Peer-to-Peer)**  
Daj ludziom współpracować w ramach homogenicznej grupy.  
Przykład: Airbnb, Twitter, Facebook, SlideShare



- 23 Licencja**  
Daj ludziom dostęp do Twojej wiedzy za określoną opłatę licencyjną.  
Przykład: IBM
- 24 Marka komponentu**  
Kupujesz komponenty u innych dostawców, a Ty jedynie składasz je w swoją całość. Przykład: Intel, Bosh
- 25 Marketing afiliacyjny**  
Wspieraj innych w sprzedaży ich produktów i usług, a Ty zarabiasz na procencie od tego. Przykład: Amazon, Pinterest, Instagram
- 26 Masowa indywidualizacja**  
Rób rzeczy unikalne, albo wręcz unikatowe. Przykład: mymuesli
- 27 Monetyzacja danych**  
Sprzedawaj dane osobowe.  
Przykład: Amazon, Facebook, Google, Visa, MASTERCARD
- 28 Nieograniczony luksus**  
Sprzedajesz jedynie zamożnym. Jak pytają o cenę, to nie klienci dla Ciebie.  
Przykład: Bugatti
- 29 Od podaży do popytu**  
Decentralizacja procesów produkcji.  
Przykład: Toyota
- 30 Odwrócona innowacja**  
Tanie produkty na rynki rozwijające się. Przykład: Nokia (na rynki afrykańskie)
- 31 Orkiestrator**  
Rób najważniejsze elementy łańcucha wartości, reszta na zewnątrz (outsourcing). Przykład: Nike (i większość dużych firm)
- 32 Otwarte źródła**  
Oddaj produkt za darmo, a zarabiasz np. na serwisie. Przykład: Mozilla



**33** **Płać i korzystaj**  
Niech płacą tylko za tyle, za ile korzystają. Przykład: Car2Go

**34** **Płać ile chcesz**  
Niech płacą ile chcą. Przykład: Radiohead

**35** **Podstawa jako cel**  
Mikrorynek, produkt dla mniej zamożnych, mała marża jednostkowa, ale efekt skali. Przykład: Eats, szkolenia online

**36** **Program lojalnościowy**  
„Płać” za lojalność. Przykład: Payback, Delikarta, Moja Biedronka (+Monetyzacja danych)

**37** **Projekt użytkownika**  
Klient projektuje w pełni produkt oraz go kupuje. Przykład: Landingi.pl, Weebly

**38** **Recykling**  
Odzyskuj produkty i sprzedawaj (podzespoły) dalej. Przykład: Greenwire

**39** **Robin Hood**  
Ten sam produkt zamożnym sprzedaj drożej, biedniejszym taniej. Przykład: nawet Pampers

**40** **Rynek dwustronny**  
Twórz platformę interakcji. Przykład: Groupon, Amazon, Facebook

**41** **Samoobsługa**  
Część pracy niech zrobi klient. Przykład: McDonalds (zamawianie, sprzątanie)

**42** **Sklep w sklepie**  
Korzystaj z przestrzeni sklepowych innych sklepów. Przykład: Podkarpackie Smaki



**43** **Sprzedaż bezpośrednia**  
Sprzedajesz klasycznie, twarzą w twarz. Przykład: wiele firm

**44** **Sprzedaż doznań**  
Wartość produktu bądź usługi jest zwiększana o doznania. Przykład: IKEA, Starbucks

**45** **Sprzedaż krzyżowa**  
Podstawowa oferta uzupełniona o produkty firm trzecich. Przykład: Shell, Orlen, IKEA

**46** **Subskrypcja**  
Niech płaci regularną opłatę (abonament). Przykład: Netflix, Dollar Shave Club

**47** **Supermarket**  
Wiele produktów pod jednym dachem. Przykład: ToysRus, i inne

**48** **Ukryte źródło**  
Nie tylko klienci „przynoszą” zyski, ale np. przychody z reklam na stronie www. Przykład: Google, Facebook

**49** **Wąska specjalizacja**  
Sprzedajesz jedną rzecz, w której jesteś mistrzem. Przykład: PayPal

**50** **Własność ułamkowa**  
Podziel się własnością produktu. Przykład: crowdfunding udziałowy

**51** **Wycena przez wynik**  
Cena produkty nie odzwierciedla wartości materialnej, ale potencjalnych wyników/rezultatów. Przykład: Rolls-Royce

**52** **Wyciśnij więcej**  
Know-how udostępniaj innym podmiotom i na tym zarabiaj (prócz oczywiście zarabianiu na swoich produktach/usługach). Przykład: Porsche



**53** **Wynajem zamiast kupna**  
W tą stronę zmierza świat. Przykład:  
mieszkania, samochody, wszystko

**54** **Zamknięcie klienta**  
Uzależnij klienta od swoich  
produktów/usług poprzez swego  
rodzaju ekosystem.  
Przykład: Microsoft (Windows, Office  
a teraz i hardware)

**55** **Zero fajerwerków**  
Prosty produkt bądź usługa. Przykład:  
McDonalds