



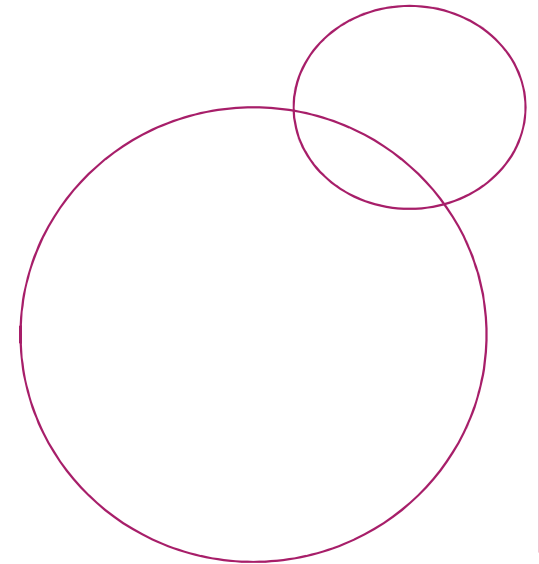
گرایش استراتژی

دوره MBA

سازمان استراتژی محور

محمد رضا صدقیانی فر

www.sadaghianifar.com





جلسه چهارم

ارزش و نقشه استراتژی در سازمان استراتژی محور



* ارزش تأمین کننده:

مبلغ پرداخت شده به کارکنان و تأمین کنندگان منهای هزینه فرصت آنها برای تأمین محصولات و خدمات مورد نیاز شرکت.

* ارزش شرکت:

قیمتی که مشتری پرداخت می کند منهای هزینه های پرداخت شده به کارکنان و تأمین کنندگان محصولات و خدمات فروخته شده.

* ارزش مشتریان:

تفاوت بین حداکثر قیمتی که مشتری مایل به پرداخت آن می باشد و قیمتی که برای خرید می پردازد.

توزیع ارزش میان این سه، به قدرت چانه زنی آنها بستگی دارد.



نقشه استراتژی هزینه نهایی پایین



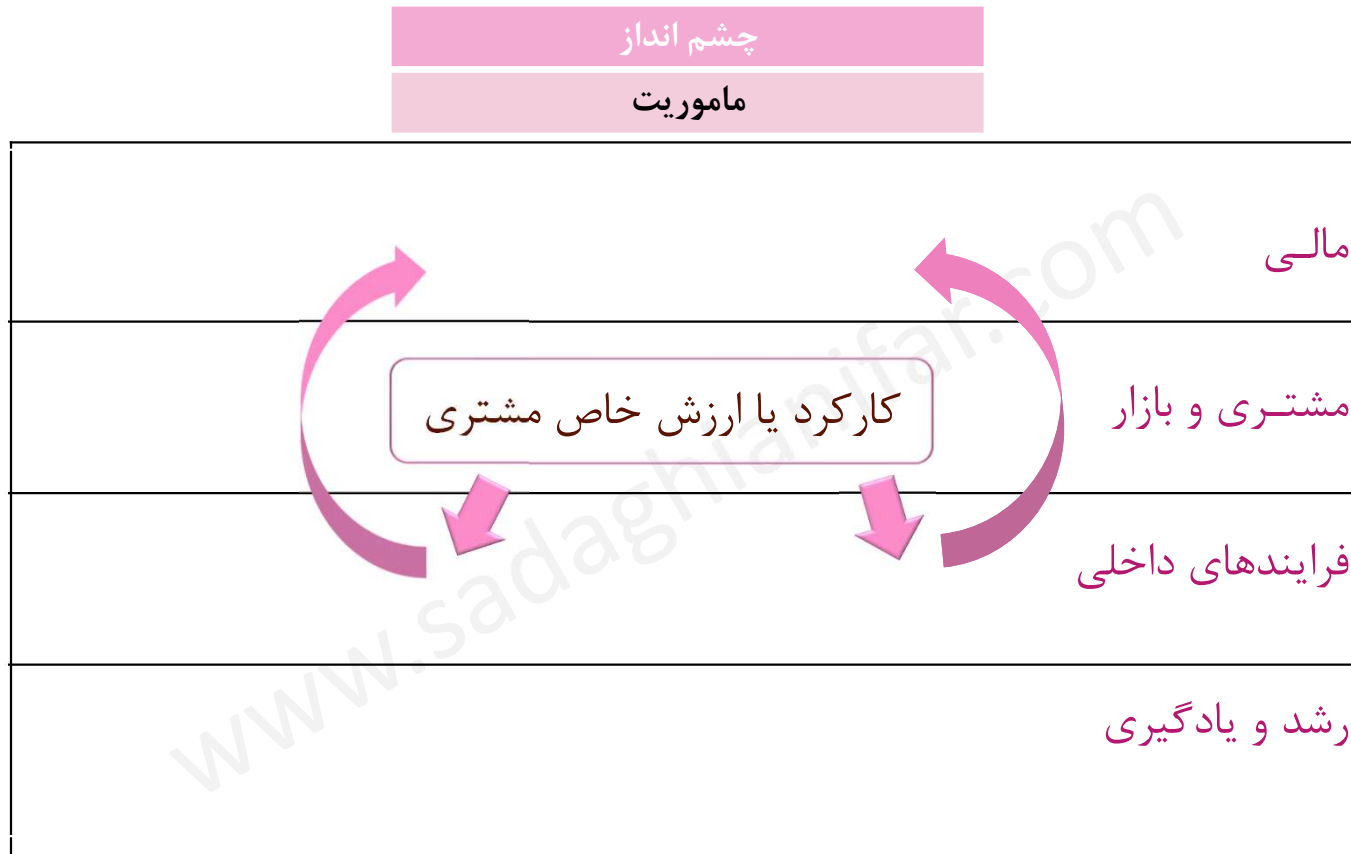


نقشه استراتژی رهبری محصول

چشم انداز	
ماموریت	
	مالی
کارکرد یا ارزش خاص مشتری	مشتری و بازار
نوآوری	توسعه محصول
	فرایندهای داخلی
	رشد و یادگیری



نقشه استراتژی راه حل های جامع مشتری





www.sadaghianifar.com



sadaghianifar

www.sadaghianifar@hotmail.com

0912-4969-112