



- **الجهات غير الربحية:** منظمة هدفها خدمة الصالح العام, كما أنّها تكون معفاة من الضرائب؛ والغرض منها شيء آخر غير تحقيق الربح.
- **المؤسسات الخاصة:** تعمل هذه المؤسسات على جمع الأموال والتبرعات من عددٍ محدودٍ من الأعضاء الذين يساهمون بجزءٍ كبيرٍ من التبرعات للمنظمة, ولا تشارك هذه المؤسسات عمومًا بنشاطٍ مباشرٍ في الأعمال الخيرية الفعلية, ولكنها تقوم بتمويل بعض المنظمات الأخرى التي تعمل على تلبية نفس أهدافها.
- **المؤسسة الخيرية العامة:** يقبل هذا النوع من المنظمات التبرعات والأموال من قسمٍ كبيرٍ من الناس؛ من خلال الاشتراك في العضوية, أو عبر مجموعةٍ متنوعةٍ من وكالات التمويل.



- **منظمات العضوية:** يتم إنشاؤها عادةً لصالح أعضاء المنظمة بدلاً من العمل لصالح المجتمع ككل، ومن الأمثلة على هذا النوع من المنظمات: مجموعات المحاربين القدامى، والجمعيات المهنية.. وما إلى ذلك.
- **المتطلبات القانونية:** هي تلك المتطلبات المتعلقة بالمستندات القانونية، والتراخيص، واستخراج السجل التجاري للمشروع.
- **نموذج الأعمال:** ويمثّل وصفًا لكيفية توليد الشركة الإيرادات، وكيفية تحقيق الأرباح، وكيفية تحديد التكاليف وإدارة الموارد والشراكات الحيوية.



- **القيمة المقترحة أو العرض المقدم:** وهي القيمة التي تقدمها الشركة لعملائها, وكيفية تفوقها على منافسيها, كما تعني الوعد بتسليم القيمة من المشروع الريادي إلى العميل, وتشمل التواصل حولها وإقرار العميل بفائدتها.
- **العملاء:** جميع الأفراد الذين توجّه لهم الخدمة من حيث كونهم (طبيعيين واعتباريين, ذكور وإناث, والتوزيع الجغرافي لهم).
- **قنوات التوزيع:** كافة الطرق المعتمدة لإيصال الأنشطة الرئيسة للمشروع الريادي إلى جميع الشرائح المستهدفة في السوق, وذلك عبر قنوات التوزيع المادية, وإدارة العلاقة مع وسطاء التوزيع.



- **العلاقة مع العملاء:** وهي طريقة الارتباط بعلاقة قوية مع العملاء؛ وذلك من خلال استخدام كافة طرق التواصل قبل تقديم الخدمة، وكذلك طرق توطيد العلاقة بعد تقديم الخدمة.
- **البنية التحتية أو الموارد الأساسية:** والتي يمكن أن نطلق عليها الأصول (المادية، والعينية، والبشرية، والمالية) اللازمة لتجهيز، وإنشاء، وتقديم الأنشطة الرئيسية للعملاء.
- **النموذج التجاري أو الأنشطة الرئيسية:** وهي جميع الأعمال (المهام) التي يتم القيام بها حتى ينجح نموذج العمل.



- **الشركاء الأساسيون والعلاقات:** وهم الشركاء الحيويون للشركة؛ من موردين، وموزعين والذين تربطهم علاقة بالشركة.
- **هيكل التكاليف:** ويشمل كل أنواع التكاليف الثابتة والمتغيرة، والمرتبطة بتقديم القيمة للعملاء، وكيفية إدارة هذه التكاليف بطريقة فاعلة؛ لتحقيق الأرباح المرجوة.
- **خطة العمل:** وثيقة توضح أهداف المشروع، والاستراتيجيات، والخطوات، والموارد المطلوبة لتحقيقها.
- **النموذج الأولي:** هو نموذج أو نسخة تجريبية أولية من منتج أو تصميم يتم إنشاؤه قبل البدء في الإنتاج النهائي. ويتم استخدام النموذج الأولي لتحليل وتقييم المفهوم والتصميم والوظائف المختلفة.



● **النماذج عالية الدقة:** هي تمثيلٌ مفصّلٍ ومتقن للمنتج النهائي.

● **النماذج منخفضة الدقة:** هي تمثيلٌ بسيطٌ ومبسّط للفكرة أو المفهوم العام للمشروع.

● **النماذج السريعة:** هي نماذجٌ مبتكرةٌ وسريعة الإنتاج، تستخدم تقنياتٍ حديثة، مثل: الطباعة ثلاثية الأبعاد؛ لإنشاء نماذجٍ تجريبيةٍ بشكلٍ سريع.

● **العرض:** الذي يحدد ما يتم تقديمه لشريحة معينة من العملاء، والقيمة المتولدة لهؤلاء العملاء، وكيف نصل إليهم ونتواصل معهم.



- **عرض قيمة العميل (CVP) Customer Value Proposition**: يصف بالضبط المنتجات أو الخدمات التي يقدمها المشروع الريادي وبيعها للعملاء، ويشرح كيف يمكن مساعدة العملاء على القيام بشيء ما بتكلفة أقل، وبسهولة وفعالية، أو بسرعة أكبر من ذي قبل.
- **الموارد الأساسية**: تشمل الموارد الأساسية عمومًا جميع الموارد (الأشخاص، والتكنولوجيا، والمنتجات، والموردين، والشركاء، والمرافق، والنقد، وما إلى ذلك..).
- **أهمية الموارد المالية**: تُحدد هيكل الإيرادات والتكلفة التي يحتاجها النشاط التجاري؛ لتلبية نفقات التشغيل والالتزامات المالية.
- **الحد الأدنى للمنتج القابل لتطبيق MVP** : المنهجية إلى إطلاق منتج بسيط وأساسي، يحتوي على المميزات الأساسية التي يحتاجها العملاء؛ وذلك لتجربة الفكرة واختبار رد فعل العملاء عليها.