



- **نموذج الأعمال:** ويُمثّل وصفًا لكيفية توليد الشركة للإيرادات، 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 الرئيسية 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؛ من خلال استخدام كافة طرق التواصل مع العملاء، وذلك قبل تقديم الخدمة، وكذلك طرق توطيد العلاقة بعد تقديم الخدمة.
- **البنية التحتية أو الموارد الأساسية:** والتي يمكن أن تُطلق 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:** وتشمل 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 تمثيل مفصل ومتقن للمنتج النهائي.



● **النماذج منخفضة الدقة:** هي تمثيلٌ بسيط ومبسّطٌ للفكرة أو المفهوم العام للمشروع.

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

● **العرض:** الذي يُحدّد ما يتم تقديمه لشريحةٍ 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.
- **العملاء:** الأشخاص الذين يملؤون قطاعات السوق التي يخدمها العرض.
- **الموارد الأساسية:** تشمل الموارد الأساسية عمومًا جميع الموارد (الأشخاص, والتكنولوجيا, والمنتجات, والموردين, والشركاء, والمرافق, والنقد, وما إلى ذلك..).



- **الموارد المالية:** تُحدّد هيكل الإيرادات والتكلفة التي يحتاجها النشاط التجاري؛ لتلبية نفقات التشغيل والالتزامات المالية.  
الحد الأدنى للمنتج القابل لتطبيقه MVP: المنهجية إلى إطلاق منتج بسيط وأساسي يحتوي على المميزات الأساسية التي يحتاجها العملاء؛ وذلك لتجربة الفكرة واختبار رد فعل العملاء عليها.