



- **نموذج الأعمال:** ويُمثّل وصفًا لكيفية توليد الشركة للإيرادات، وكيفية تحقيق الأرباح، وكيفية تحديد التكاليف وإدارة الموارد والشراكات الحيوية.
- **القيمة المقترحة أو العرض المُقدّم:** 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 تُوجّه لهم الخدمة من حيث كونهم: (طبيعيين واعتباريين، ذكورًا وإناثًا، والتوزيع الجغرافي لهم).



- **قنوات التوزيع:** كافة الطرق المعتمدة لإيصال الأنشطة الرئيسة للمشروع الرياديّ إلى جميع الشرائح المستهدفة في السوق, وذلك عبر قنوات التوزيع الماديّة وإدارة العلاقة مع وسطاء التوزيع.
- **العلاقة مع العملاء:** وهي طريقة الارتباط بعلاقة قويّة مع العملاء, من خلال استخدام كافة طرق التواصل مع العملاء, وذلك قبل تقديم الخدمة, وكذلك طرق توطيد العلاقة بعد تقديم الخدمة.
- **البنية التحتيّة أو الموارد الأساسيّة:** التي يُمكن أن تُطلق عليها الأصول: (الماديّة, والعينيّة, والبشريّة, والماليّة) اللازمة لتجهيز وإنشاء وتقديم الأنشطة الرئيسة للعملاء.



● **النموذج التجاري أو الأنشطة الرئيسية:** وهي جميع الأعمال (المهام) التي تتم؛ حتى ينجح نموذج العمل.

● **الشركاء الأساسيون والعلاقات:** وهم الشركاء الحيويون للشركة من موردين وموزعين الذين تربطهم علاقة بالشركة.

● **هيكل التكاليف:** وتشمل كل أنواع التكاليف الثابتة والمتغيرة والمرتبطة بتقديم القيمة للعملاء، وكيفية إدارة هذه التكاليف بطريقة فاعلة لتحقيق الأرباح المرجوة.



● **خُطَّة العمل:** وثيقة تُوضِّح أهداف المشروع والاستراتيجيات والخطوات والموارد المطلوبة لتحقيقها.

● **النموذج الأولي:** هو نموذجٌ أو نسخةٌ تجريبيةٌ أوليةٌ من منتجٍ أو تصميمٍ يُنشأ قبل البدء في الإنتاج النهائي، ويُستخدَم النموذج الأولي لتحليل وتقييم المفهوم والتصميم والوظائف المختلفة.

● **النماذج عالية الدقة:** هي تمثيلٌ مُفضَّل ومنتقنٌ للمنتج النهائي.



● **النماذج منخفضة الدقة:** هي تمثيلٌ بسيطٌ ومبسّطٌ لفكرة أو المفهوم العام للمشروع.

● **النماذج السريعة:** هي نماذج مُبتكرةٌ وسريعة الإنتاج تُستخدم تقنياتٍ حديثة، مثل: الطباعة ثلاثية الأبعاد لإنشاء نماذج تجريبية بشكلٍ سريع.

● **العرض:** الذي يُحدد ما يُقدّم لشريحة معينة من العملاء، والقيمة المتولدة لهؤلاء العملاء، وكيف نصل إليهم ونتواصل معهم؟



- **عرض قيمة العميل (Customer Value Proposition CVP):** يَصِفُ بالضبط المنتجات أو الخدمات التي يُقدِّمها المشروع الرياديّ وبيعتها للعملاء, ويشرح كيف يُمكن مساعدة العملاء على القيام بشيء ما بتكلفةٍ أقل, وبسهولةٍ وفاعليةٍ أو بسرعةٍ أكبر من ذي قبل.
- **العملاء:** الأشخاص الذين يملؤون قطاعات السوق التي يخدمها العرض.
- **الموارد الأساسية:** تشمل الموارد الأساسيةً 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 ردّ فعل العملاء عليها.