



Javad Elahi
Management Intelligence



مدیریت استارت‌آپی شرکتهای دانش بنیان

جواد الهی

به دنیای
هوش مدیریت
خوش آمدید





علمی

دانشگاهها
دوره های حرفه
ای

داور

ارزیاب

عضو



تدریس

۱۸ سال تدریس در
تمامی صنایع



اجرایی

کارآفرین
مدیرعامل
مدیر
مشاور

همایش مدیران وزارت جهاد کشاورزی

عنوان سخنرانی : ضرورت تقصیر و مسئولیت های مدیریت

جواد الهی : تقصیرات عمیق حده جانده و با ملاحظه درست تنها راه برون رفت از وضعیت فعلی سازمانها است

توسعه شایستگیهای شخصیتی و حوش هیجانی



گزارش



مدیریت انفرس در
سازمان غذا و دارو



چالشهای تصمیم گیری
مدیران



عنوان خدماتی

آینده پژوهی و استراتژی



دوره دوم آینده پژوهی در
پژوهشگاه نیرو



سخنرانی در هم آندیش
مدیران با عنوان آینده



سمنار آینده نگاری
تکنولوژی



دوره دوم شد مدت آینده
پژوهی در سازمان انرژی نو

مدیریت پروژه



دوره مدیریت پروژه
11MBDO در سانبیا



دوره مدیریت پروژه
11MBDO شرکت ملی گاز



مدیریت مالی برای مدیران
پروژه در ایرنا



دوره ارزیابی پیمانکاران در
سینا

مالی و سرمایه گذاری



روشنایی تامین مالی و
گرایش عربده



سمنار ملوره مالی



روشنایی تامین مالی



تربیت انفرس در گیت
و تارها

مدایع انسانی



دوره E222



دوره مسئولان دفاتر



سمنار سوم تربیت عربی



برنامه ریزی مدایع انسانی

مدیریت تولید



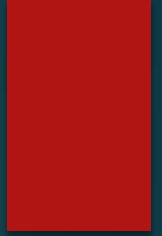
www.JavadElahi.com

@Javad_Elahi

مفاهيم

- ❖ مدیریت؟
- ❖ استارت آپ؟
- ❖ دانش بنیان؟
- ❖ کارآفرینی؟

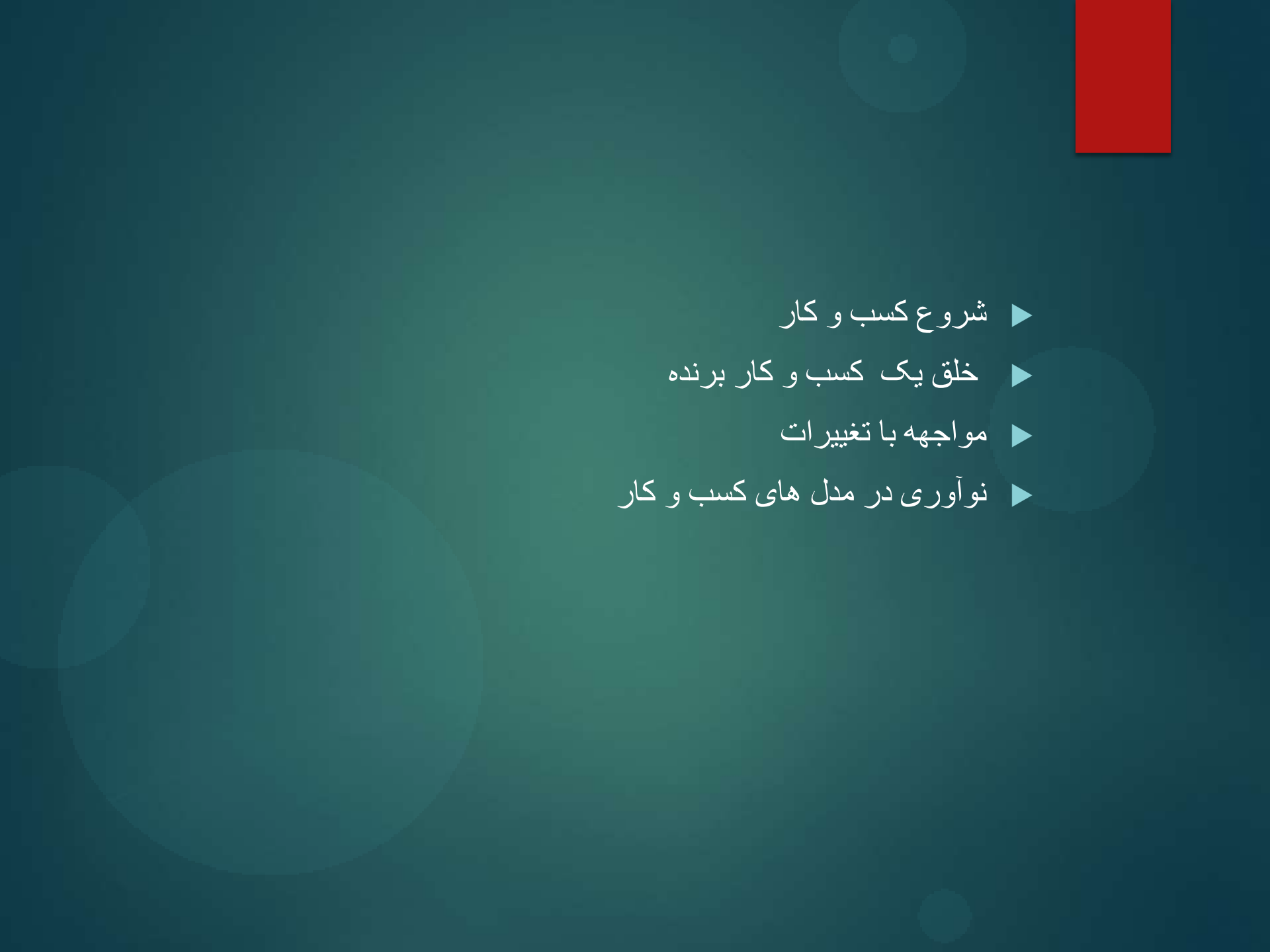
مدل کسب و کار



مدل کسب و کار

بوم مدل کسب و کار

 شرکای کلیدی	 فعالیت‌های اصلی	 ارزش پیشنهادی	 ارتباط با مشتریان	 بخش مشتریان
شرکای کلیدی ما که هستند؟ تامین‌کنندگان کلیدی ما که هستند؟ چه منابع اصلی را از شرکایمان بدست می‌آوریم؟ شرکایمان چه فعالیت‌های اصلی را انجام می‌دهند؟	 منابع اصلی ارزش پیشنهادی ما به چه منابع اصلی نیاز دارد؟ کانال توزیع ما چگونه ارتباط با مشتریان؟ جریان درآمد؟	به مشتریانمان چه ارزشی ارائه می‌دهیم؟ به حل کدام یکی از مسائل مشتریانمان کمک می‌کنیم؟ بسته‌ی پیشنهادی ما (آمیخته‌ی محصولات و خدمات) به هر بخش از مشتریان چیست؟ کدام یک از نیازهای مشتریان را ارضا می‌کنیم؟	هر بخش از مشتریان انتظار برقراری و حفظ چه نوع رابطه‌ای را از ما دارند؟ کدام یک از این رابطه‌ها برقرار شده؟ این روابط چگونه با بقیه مدل کسب و کار ما عجین می‌شوند؟ چقدر هزینه‌بر هستند؟  کانال توزیع می‌خواهیم از طریق چه کانال‌هایی به بخش مشتریان دسترسی پیدا کنیم؟ هم‌اکنون چگونه به آنها دسترسی داریم؟ کانال‌های ما چگونه یکپارچه شده‌اند؟ کدام یک بهتر عمل می‌کند؟ کدام‌ها بیشترین هزینه را می‌برند؟ ما چگونه آنها را با نیازهای مشتریان هماهنگ می‌کنیم؟	برای چه کسانی ارزش آفرینی می‌کنیم؟ مهمترین مشتریان ما چه کسانی هستند؟
 ساختار هزینه‌ها مهم‌ترین هزینه‌های اصلی در مدل کسب و کار ما کدام هستند؟ گرانترین منابع اصلی کدامند؟ گرانترین فعالیت‌های اصلی کدامند؟		 جریان درآمد به چه بهایی مشتریان ما واقعا پول می‌دهند؟ آنها هم‌اکنون چه بهایی می‌پردازند؟ آنها هم‌اکنون چگونه بها را می‌پردازند؟ ترجیح می‌دهند که چگونه بپردازند؟ هر جریان درآمد چگونه به درآمد کل کمک می‌رساند؟		

- 
- ▶ شروع کسب و کار
 - ▶ خلق یک کسب و کار برنده
 - ▶ مواجهه با تغییرات
 - ▶ نوآوری در مدل های کسب و کار

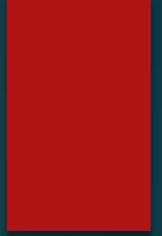
فیزیک کسب و کار

- ▶ ایجاد تیمهای قدرتمند
- ▶ انتخاب استراتژی درست
- ▶ اجرای سریع

مفاهيم کارآفرینی

مفاهيم کارآفرینی
نوع شناسی کارآفرینی

کارآفرینی سازمانی



مدلهای کارآفرینی



جهت‌گیری کارآفرینی در شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آپی



چابکی

چابکی

مفاهیم چابکی

اهمیت چابکی

ویژگی‌ها و مفاهیم اصلی در چابکی سازمان‌های دانش
بنیان

مدل جامع چابکی

رابطه فرایند و چابکی سازمانی

قابلیت‌های استراتژیک چابکی

قابلیت‌های چابکی سازمان‌های دانش بنیان
ابعاد چابکی دانش بنیان از دیدگاه سیستمی
محرك‌های چابکی دانش بنیان
صفات کلیدی چابکی دانش بنیان
فصل هشتم: تحقق استراتژی‌های چابکی سازمان‌های
دانش بنیان
دیدگاه‌های صاحب‌نظران به استراتژی چابکی
سازمان‌های دانش بنیان
توانمندسازهای چابکی

چابکی استارت‌آپی

بنیانگذار استارت‌آپ Founder
استارت‌آپ ناب (نوپای ناب) Lean Startup
هک رشد Growth Hacking
نمونه اولیه Prototype
مزیت رقابتی Competitive Advantage
مرکز رشد Incubator
فرشتگان کسب و کار Angel investors
نرخ سوخت Burn Rate
ارائه آسانسوری Elevator Pitch
سرمایه بذری Seed Funding
سرمایه گذار خطرپذیر Venture Capital