

30 typer av affärsmodeller

Det finns olika typer av affärsmodeller avsedda för olika företag. Några av de grundläggande typerna av affärsmodeller är:

Tillverkare

En tillverkare tillverkar färdiga produkter av råvaror. Det kan sälja direkt till kunderna eller sälja det till en mellanhand, dvs ett annat företag som slutligen säljer det till kunden. Exempel - Ford, 3M, General Electric.

Distributör

En distributör köper produkter från tillverkare och säljer dem vidare till återförsäljare eller allmänheten. Exempel - Bilhandlare.

Återförsäljare

En återförsäljare säljer direkt till allmänheten efter att ha köpt produkterna från en distributör eller grossist. Exempel - Amazon, Tesco.

Franchise

En franchise kan vara en tillverkare, distributör eller återförsäljare. I stället för att skapa en ny produkt använder franchisetagaren moderföretagets modell och varumärke samtidigt som han betalar royalty till den. Exempel - McDonald's, Pizza Hut.

Brick-and-Mortar

Brick-and-mortar är en traditionell affärsmodell där återförsäljare, grossister och tillverkare hanterar kunderna ansikte mot ansikte på ett kontor, en butik eller en butik som företaget äger eller hyr.

E-handel

E-handel affärsmodell är en uppgradering av den traditionella brick-and-mortar-affärsmodellen. Det fokuserar på att sälja produkter genom att skapa en webbutik på internet.

Bricks-and-Clicks

Ett företag som har både en online- och offline-närvaro tillåter kunder att hämta produkter från de fysiska butikerna medan de kan göra beställningen online. Denna modell ger verksamheten flexibilitet eftersom den finns online även för kunder som bor i områden där det inte finns någon butik. Exempel - Nästan alla klädföretag idag.

Nickel-and-Dime

I den här modellen är basprodukten som tillhandahålls kunderna mycket kostnadskänslig och därmed prissatt så lågt som möjligt. För varje annan tjänst som medföljer debiteras ett visst belopp. Exempel - Alla lågprisflygbolag.

Freemium

Detta är en av de vanligaste affärsmodellerna på Internet. Företag erbjuder **grundläggande tjänster till kunderna gratis medan de tar ut en viss premie för extra tillägg**. Så det kommer att finnas flera erbjudanden med olika fördelar för olika kunder. Generellt kommer bastjänsten med vissa begränsningar, såsom annonser i appar, lagringsbegränsningar etc., som premiumplanerna inte ska ha. Till

exempel kommer den grundläggande versionen av Dropbox med 2 GB lagring. Om du vill höja den gränsen kan du gå till Pro-planen och betala en premie på 9,99 dollar per månad för den. Vissa bildredigerare online tillåter dig att redigera endast ett visst antal bilder i den gratis grundplanen medan ett obegränsat antal bilder i den betalda planen. **Youtube: s** kostnadsfria plan levereras med annonser medan premiumerbjudandet (röd) inte har några annonsavbrott plus att den också har andra fördelar. Denna modell är en av de mest använda modellerna för onlineföretag eftersom den inte bara är ett bra marknadsföringsverktyg utan också ett kostnadseffektivt sätt att skala upp och locka nya användare. Ex. Spotify.

Prenumeration

Om kundernas förvärvskostnader är höga kan den här affärsmodellen vara det lämpligaste alternativet. Med **abonnemang** kan du behålla kunderna i ett långsiktigt avtal och få återkommande intäkter från dem genom upprepade köp. Exempel - **Netflix**

Aggregator - förmedling

Aggregator är en nyligen utvecklad affärsmodell där företaget tar olika tjänsteleverantörer inom en nisch och säljer deras tjänster under sitt eget varumärke. Pengarna tjänas som provision. Exempel - **Uber, Airbnb, Oyo.**

Onlinemarknad

Online-marknadsplatser samlar olika säljare till en plattform där de konkurrerar med varandra om att tillhandahålla samma produkt/tjänst till konkurrenskraftiga priser. Marknadsplatsen bygger sitt varumärke på faktorer som tillit, gratis och/eller hemleverans i tid, kvalitetssäljare

etc. och tjänar provision på varje försäljning som utförs på dess plattform. Exempel - [Amazon](#), [Alibaba](#). Ex. Blocket, Hemnet

Annons

Annonsaffärsmodeller utvecklas ännu mer med ökad efterfrågan på gratis produkter och tjänster på internet. Precis som tidigare tider är dessa affärsmodeller populära hos medieförläggare som [Youtube](#), Facebook, etc. där informationen tillhandahålls gratis men åtföljs av [annonser som betalas av identifierade sponsorer](#).

Datalicensiering / Dataförsäljning

Med tillkomsten av internet har mängden data som genereras av användarnas ökat via internet. Detta har lett till uppkomsten av en ny affärsmodell - [datalicensieringsmodellen](#). Många företag som [Twitter](#) och Onesignal säljer eller licensierar data från sina användare till tredje part som sedan använder detsamma för analys, reklam och andra ändamål.

Byråbaserad

En byrå kan betraktas som ett partnerföretag som specialiserat sig på att hantera icke-kärnverksamheter som reklam, digital marknadsföring, PR, ORM, etc. Detta företag samarbetar med flera andra företag som lägger ut sina icke-kärnuppgifter till dem och ansvarar för att upprätthålla integritet och effektivitet i sitt arbete. Exempel på sådana byråer är Ogilvy & Mathers, Dentsu Aegis Network etc.

Affiliate Marketing

Affiliate marketing affärsmodell är en kommissionsbaserad modell där affiliate bygger sin verksamhet kring att marknadsföra en partners produkt och riktar alla sina ansträngningar för att övertyga sina följare och användare till köp samma. Till gengäld får medlemsföretaget en provision för varje försäljning som hänvisas. Ett exempel på ett företag som arbetar med affiliate-marknadsföringsmodell är lifewire.com.

Dropshipping

Dropshipping är en typ av affärsmodell för e-handel där företaget inte äger någon produkt eller lager utan bara en butik. Den faktiska produkten säljs av partnersäljare som tar emot beställningen så snart butiken får en beställning från den slutliga kunden. Dessa partnersäljare levererar sedan produkterna direkt till kunden.

Nätverksmarknadsföring

Nätverksmarknadsföring på eller flera nivåer innefattar ett pyramidstrukturerat nätverk av människor som säljer företagets produkter. Modellen körs på provision där deltagarna får ersättning när -

- De gör en försäljning av företagets produkt.
- Deras rekryter gör en försäljning av produkten.

Affärsmodell för nätverksmarknadsföring arbetar med **direktmarknadsföring** och direktförsäljningsfilosofi där det inte finns några butiker men erbjudandena marknadsförs till målmarknaden direkt av deltagarna. Marknaden utnyttjas genom att göra fler och fler till en del av pyramidstrukturen där de tjänar pengar genom att sälja fler varor och få fler människor ombord.

Crowdsourcing

Crowdsourcing affärsmodell involverar användarna att bidra till det värde som tillhandahålls. Denna affärsmodell kombineras ofta med andra affärs- och intäktsmodeller för att skapa en ultimt lösning för användaren och för att tjäna pengar. Exempel på företag som använder Crowdsourcing-affärsmodellen är **Wikipedia, reCAPTCHA, Duolingo**, etc.

Peer 2 Peer Catalyst / Plattform

En P2P-ekonomi är en decentraliserad internetbaserad ekonomi där två parter interagerar direkt med varandra för att köpa eller sälja varor eller för att genomföra en transaktion utan någon tredje parts ingripande. En P2P-katalysator är en plattform där dessa användare möts. Exempel på P2P-plattformar är **Craigslist, OLX, Airbnb** etc.

Blockchain

Blockchain är en oföränderlig, decentraliserad, digital storbok. Det är en digital databas som ingen äger men vem som helst kan bidra till. Många företag tar denna decentraliserade väg för att utveckla sina affärsmodeller. Modeller baserade på blockchain ägs eller övervakas inte av en enda enhet. Snarare **arbetar de med peer-to-peer-interaktioner** och spelar in allt på en digital decentraliserad storbok.

SAAS, IAAS, PAAS

Många företag har börjat erbjuda sin **programvara, plattform och infrastruktur som en tjänst**. Affärsmodellen 'som en tjänst' fungerar på principen om lön när du går där kunden betalar för sin användning av

sådan programvara, plattform och infrastruktur; han betalar för vad och hur många funktioner han har använt och inte för vad han inte har.

High Touch

High Touch-modellen är en som kräver mycket mänsklig interaktion. Förhållandet mellan säljaren och kunden har en enorm inverkan på företagets totala intäkter. Företagen med den här affärsmodellen arbetar på förtroende och trovärdighet. Exempel - Frisörsalonger, konsultföretag.

Low Touch

Motsatsen till High Touch-modellen, low touch-modellen kräver minimal mänsklig hjälp eller ingripande för att sälja en produkt eller tjänst. Eftersom du som företag inte behöver behålla en enorm säljkår minskar dina kostnader, även om sådana företag också fokuserar på att förbättra tekniken för att ytterligare minska mänskligt ingripande samtidigt som kundupplevelsen blir bättre samtidigt. Exempel - Ikea, SurveyMonkey.

Auktionsbaserad

Används främst för unika föremål som inte handlas ofta och som inte har ett väletablerat marknadsvärde, som samlarföremål, antikviteter, fastigheter och till och med företag.

Denna affärsmodell innefattar att ett erbjudande listas av säljaren och köpare som gör upprepade bud för att köpa det erbjudandet medan de är fullt medvetna om andra bud från andra köpare. Erbjudandet säljs till den högsta köparen där auktionsmäklaren tar ut en noteringsavgift och / eller provision baserat på transaktionsvärdet.

eBay är en sådan auktionsplattform. Ex. tradera.

Omvänd auktionsbaserad

En omvänd auktion är en auktion där köparens och säljarens roller utbyts, dvs säljares budpriser istället för köpare.

Den omvända auktionsbaserade affärsmodellen används ofta när det finns flera säljare som säljer ett liknande erbjudande till en enda köpare. Dessa säljare sänker sitt pris för varje bud och i allmänhet vinner budgivaren med det lägsta budet auktionen. Det finns dock fall där budgivaren med ett pris som är högre än det lägsta budet vinner auktionen eftersom köparen gillar sitt erbjudande (erbjudande med tillägg)

En plattform som låter säljare bjuda på statliga kontrakt är ett exempel på en omvänd auktionsbaserad verksamhet modell.

Razor And Blades

Razor and blade model används av företag som handlar med kompletterande eller kompletterande produkter som rakhyvlar och blad.

Det handlar om att sälja rotprodukten med hög marginal till ett lågt pris för att öka volymförsäljningen för den kompletterande eller relaterade lågmarginalprodukten.

Genom att använda denna modell skapar företag en ström av återkommande inkomster under rotproduktens livstid.

Företag som handlar med rakhyvlar, myggförångare och andra påfyllningsbara produkter använder denna affärsmodell. Spelindustrin

använder sig också av denna modell genom att tillhandahålla spelkonsolen till ett mycket ekonomiskt pris och göra goda vinster med försäljning av spel. Ex. Bläckstråleskrivare.

Reverse Razor And Blades

Ett företag som använder en omvänd rakhyvel- och bladmodell erbjuder lågmarginalartikeln till ett mycket lägre pris eller under kostnaden för att uppmuntra försäljningen av produkten med hög marginal.

Amazon använder den här affärsmodellen för att sälja sin Kindle-läsare. Det ger Kindle-e-böcker till ett pris som är lägre än deras faktiska kostnad, så att folk ska betrakta Kindle som en engångsinvestering för att njuta av billiga böcker under hela sitt liv.

On-Demand

En on-demand-modell är en modell där en kunds efterfrågan uppfylls genom att leverera varor och tjänster på begäran (vanligtvis omedelbart).

Denna affärsmodell drivs av användningen av internet och mobiltelefoner. Det fungerar så här -

- Kundorder för produkter på tjänster via en webbapp.
- Begäran tas emot av företagets anställd eller en efterfrågande partner.
- Den anställde eller en partner uppfyller kravet genom att leverera den beställda produkten eller tjänsten omedelbart eller inom den utlovade tiden.

Uber, Instacart och Postmates är några exempel på en on-demand affärsmodell. Ex. Foodora

Användargemenskap

Driven av **nätverkseffekten innebär den här** affärsmodellen att ge tillgång till en gemenskap eller ett nätverk mot en medlemsavgift.

LinkedIn Premium kan vara ett bra exempel på en sådan användargrupp. Discord Nitro.