


# Nākotnes iespējas ilgtspējīgai biznesa izaugsmei

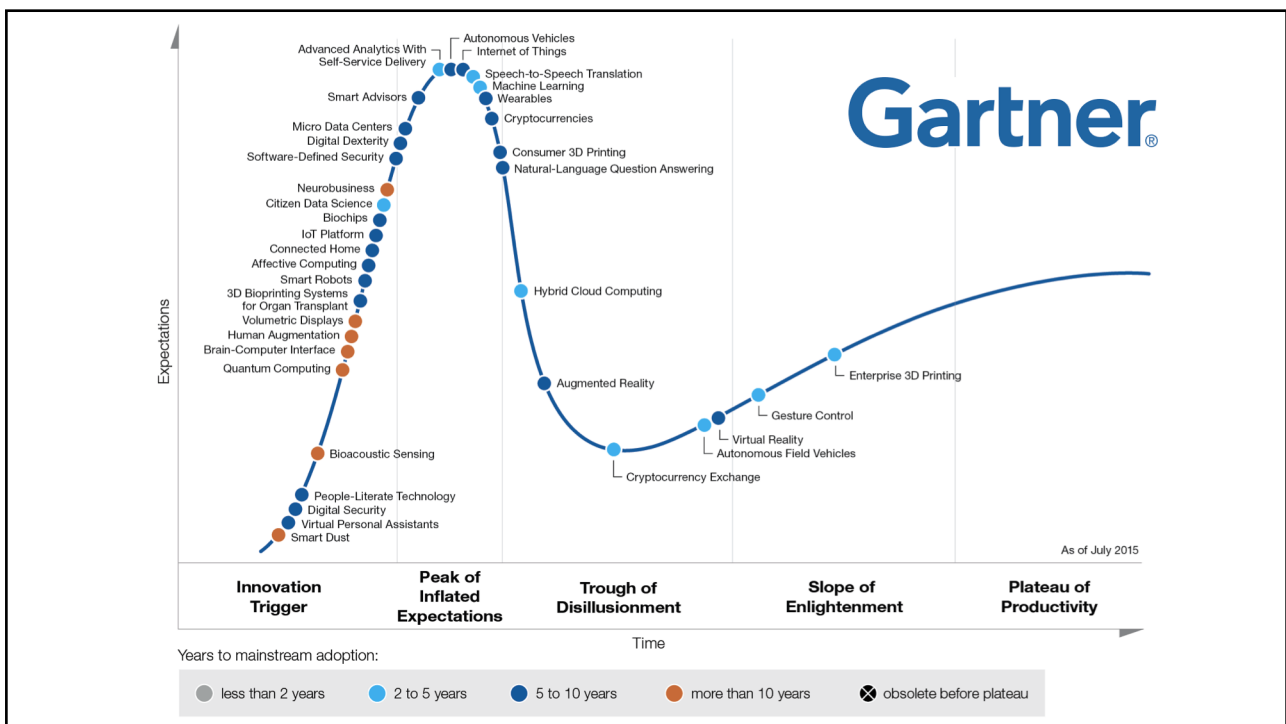
Dāvids Štēbelis  
Uzņēmējs un biznesa treneris

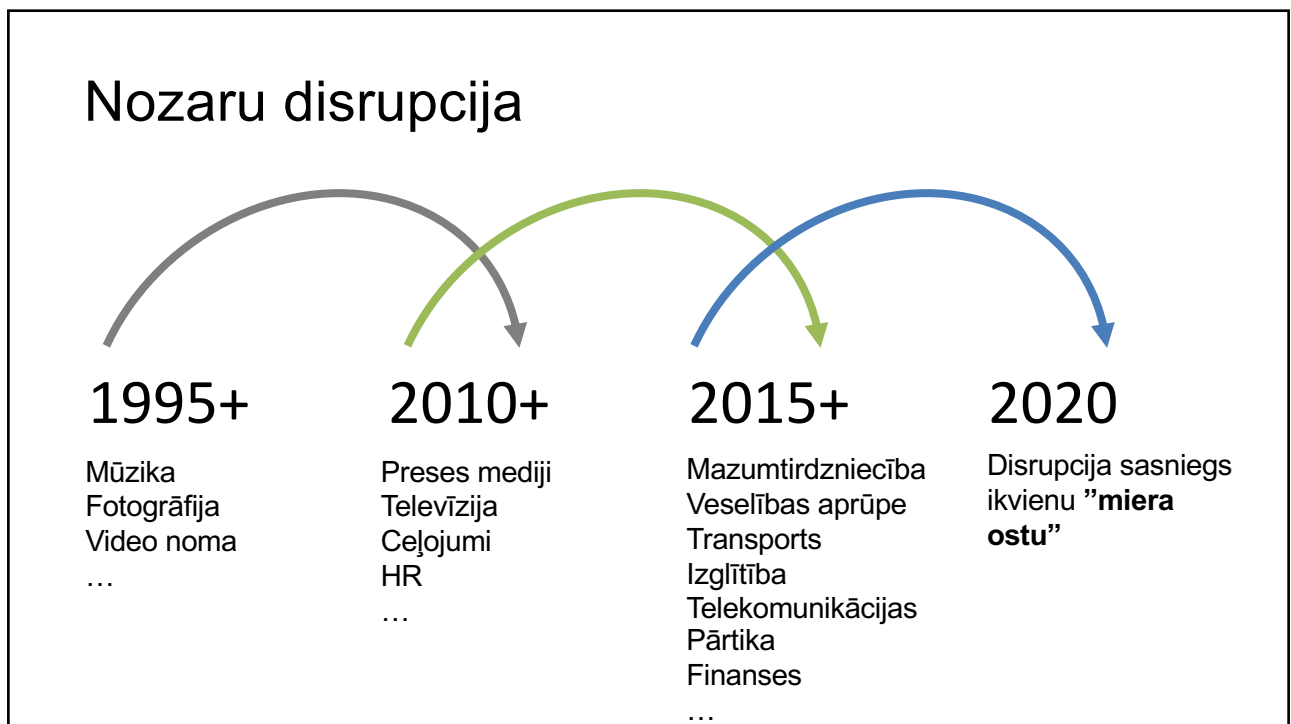
 @davidsstebelis

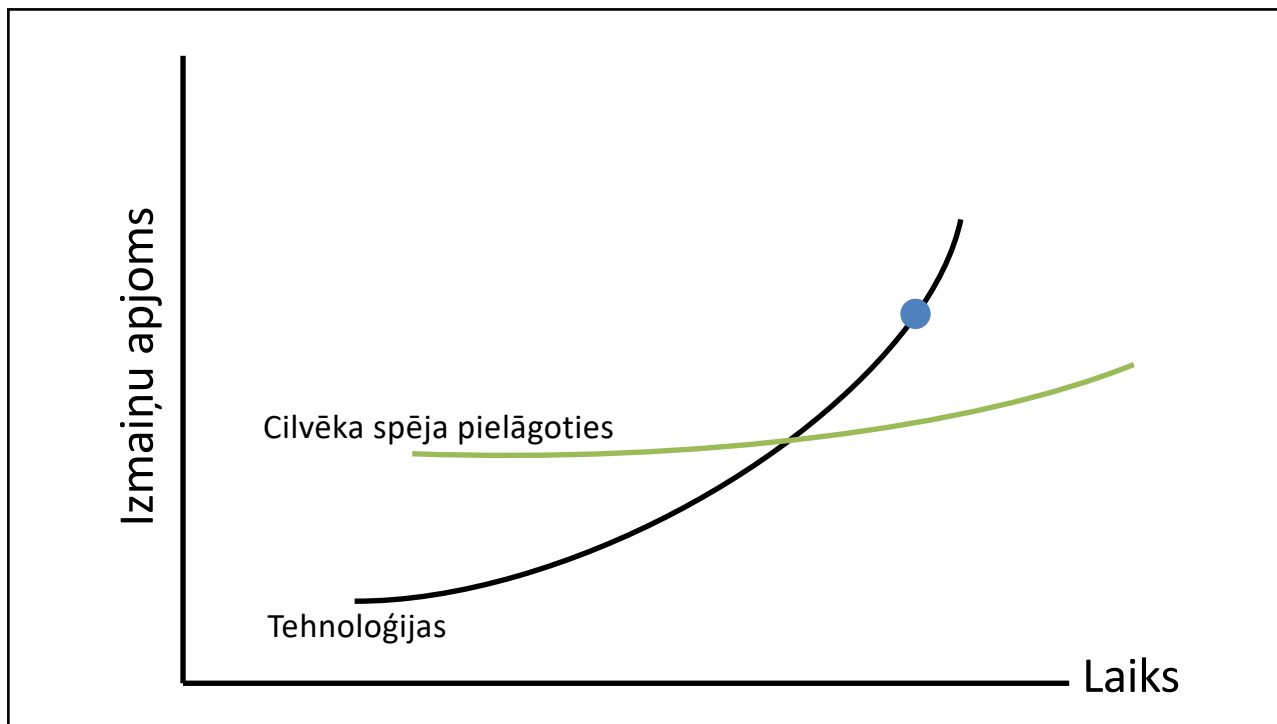
 @davidsstebelis



# Digitālā un Tehnoloģiskā “disrupcija”



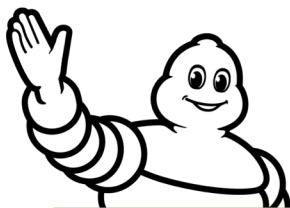






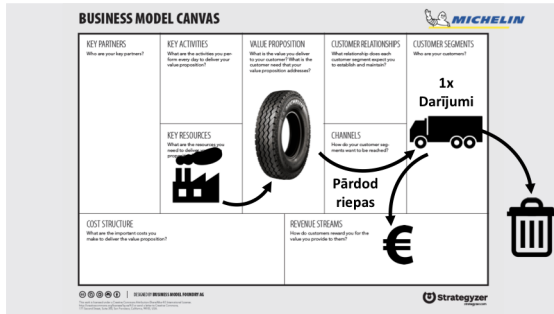
”Tā pat kā Jogurtiem, arī  
Biznesam ir savs  
derīguma termiņš”

Alexander Osterwalder  
CEO, Strategazer AG

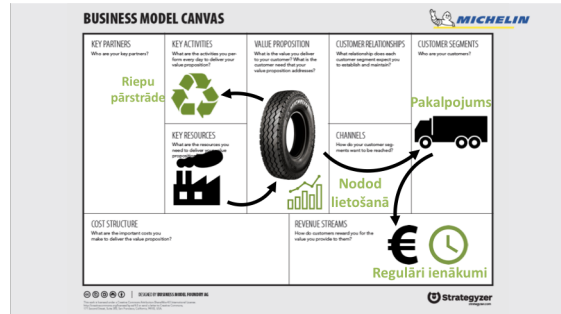


**MICHELIN**

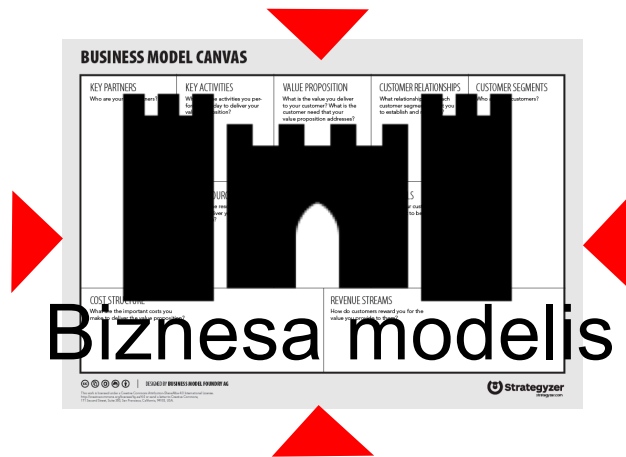
PAGĀTNE



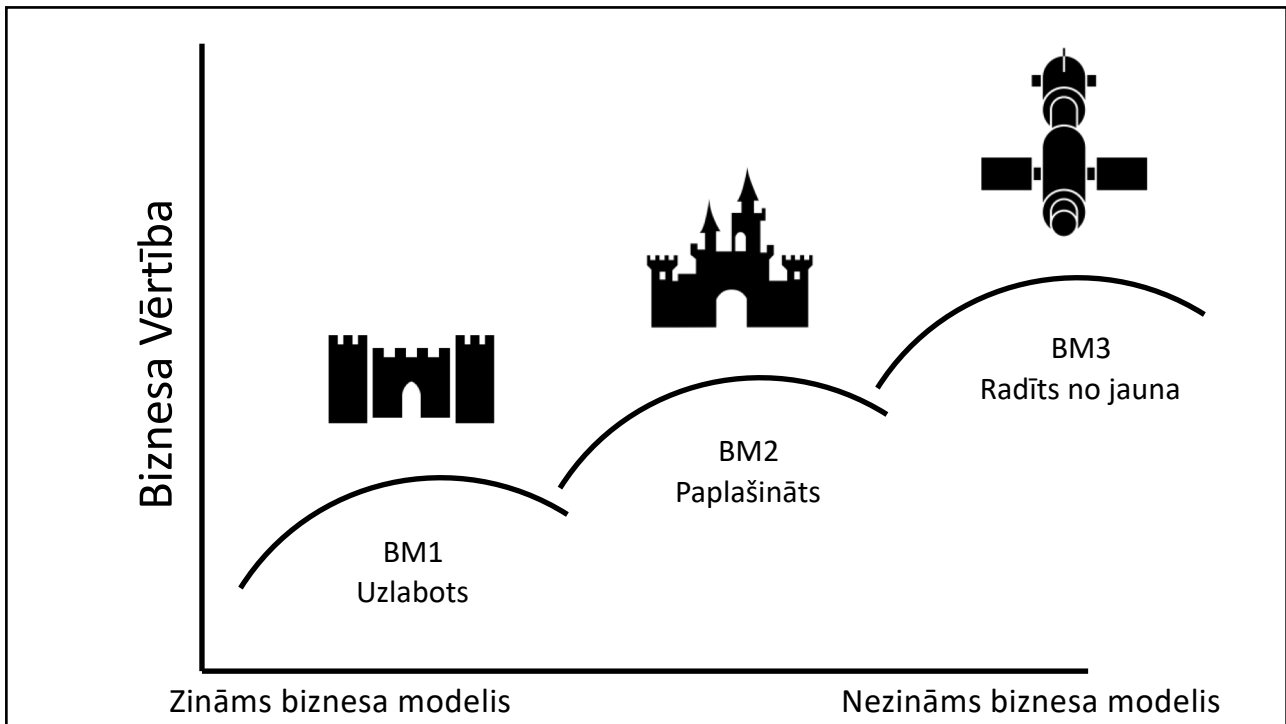
NĀKOTNE



Ārējā vide



Biznesa modelis



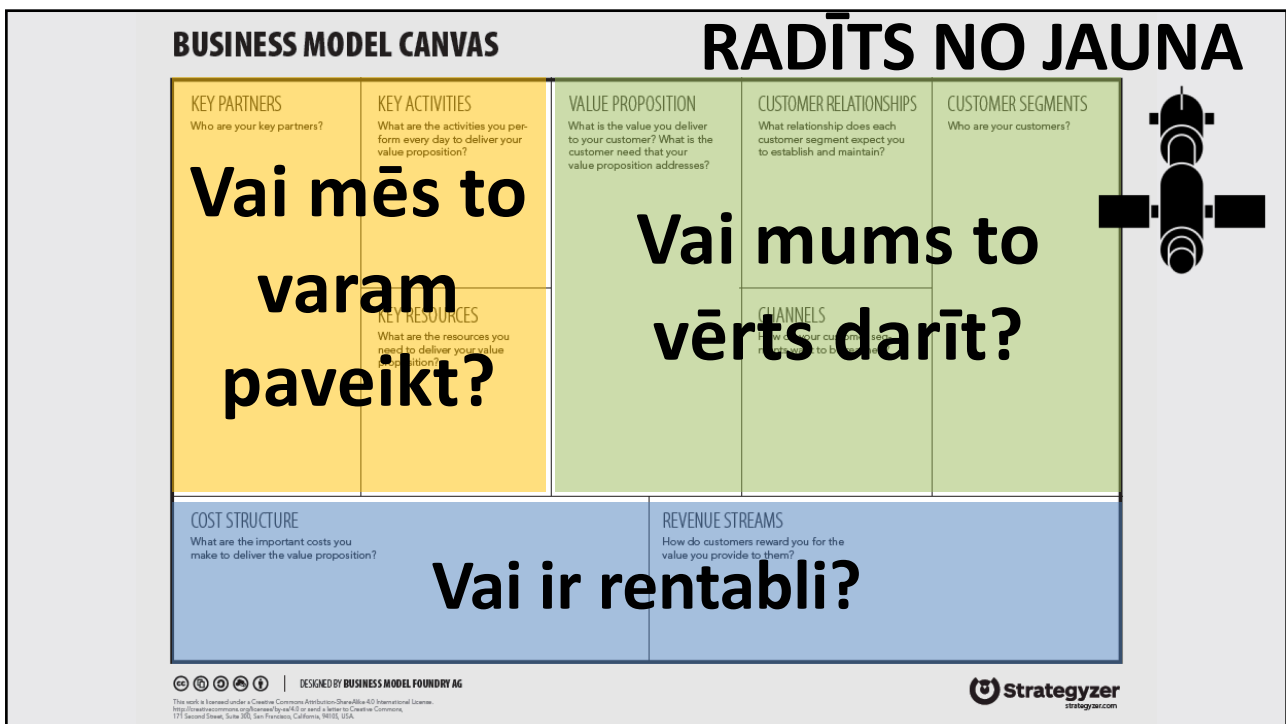
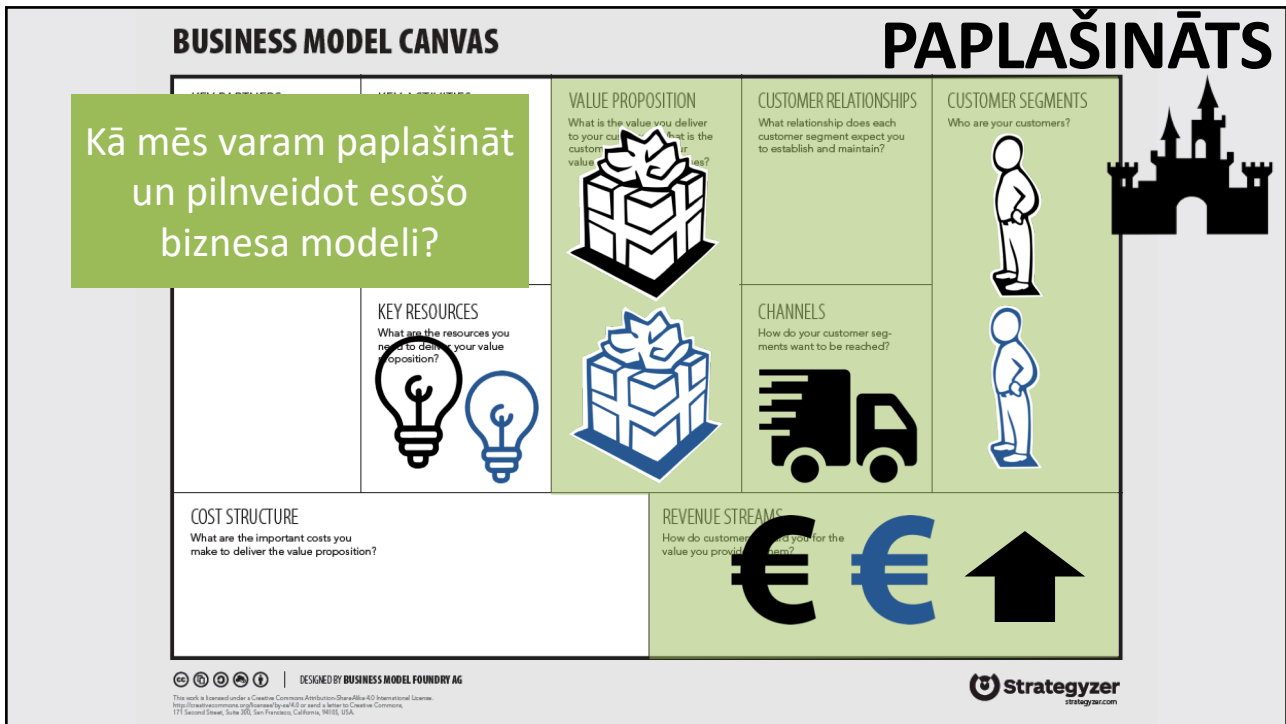
### BUSINESS MODEL CANVAS

<b>KEY PARTNERS</b> Who are your key partners?  	<b>KEY ACTIVITIES</b> What are the activities you perform every day to deliver your value proposition?  	<b>VALUE PROPOSITION</b> What is the value you deliver to your customer? What is the customer need that your value proposition addresses?	<b>CUSTOMER RELATIONSHIPS</b> What relationship does each customer segment expect you to establish and maintain?	<b>CUSTOMER SEGMENTS</b> Who are your customer segments?  
<b>KEY RESOURCES</b> What are the resources you need to deliver your value proposition?  		Kā mēs varam aizsargāt & uzlabot esošo biznesa modeli?		
<b>COST STRUCTURE</b> What are the important costs you make to deliver the value proposition?  		<b>REVENUE STREAMS</b> How do customers reward you for the value you provide to them?		

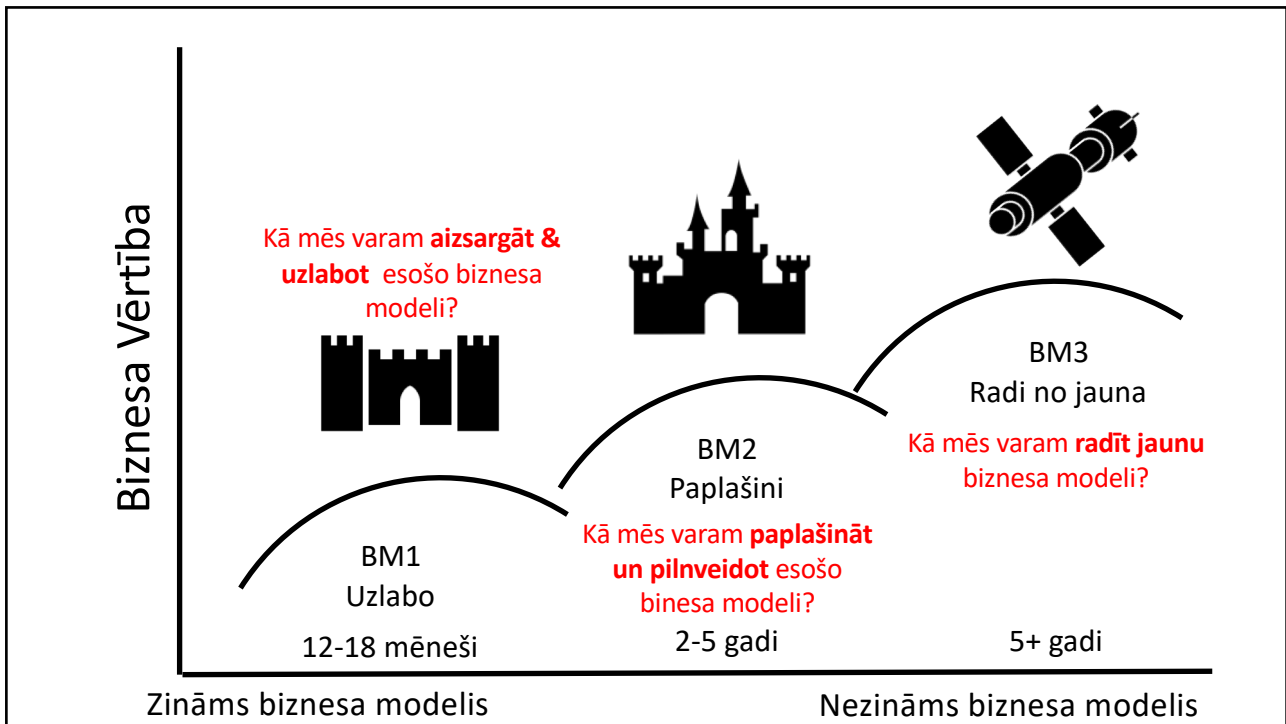
## UZLABOTS

DESIGNED BY BUSINESS MODEL FOUNDRY AG  
This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/> or send a letter to Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94103, USA.

**Strategyzer**  
strategyzer.com







## Ārējā vs. iekšējā biznesa vide

<b>S</b>	<b>W</b>
<b>O</b>	<b>T</b>

Biznesa Modeļa analīze

<b>S</b>	<b>W</b>
<b>O</b>	<b>T</b>

Ārējās Vides Analīze

## Komandas kompetences

Tehniskā /  
tehnoloģiju



Vadības  
kompetence

Klientu /  
pārdošanas

Finanšu /  
nodokļu

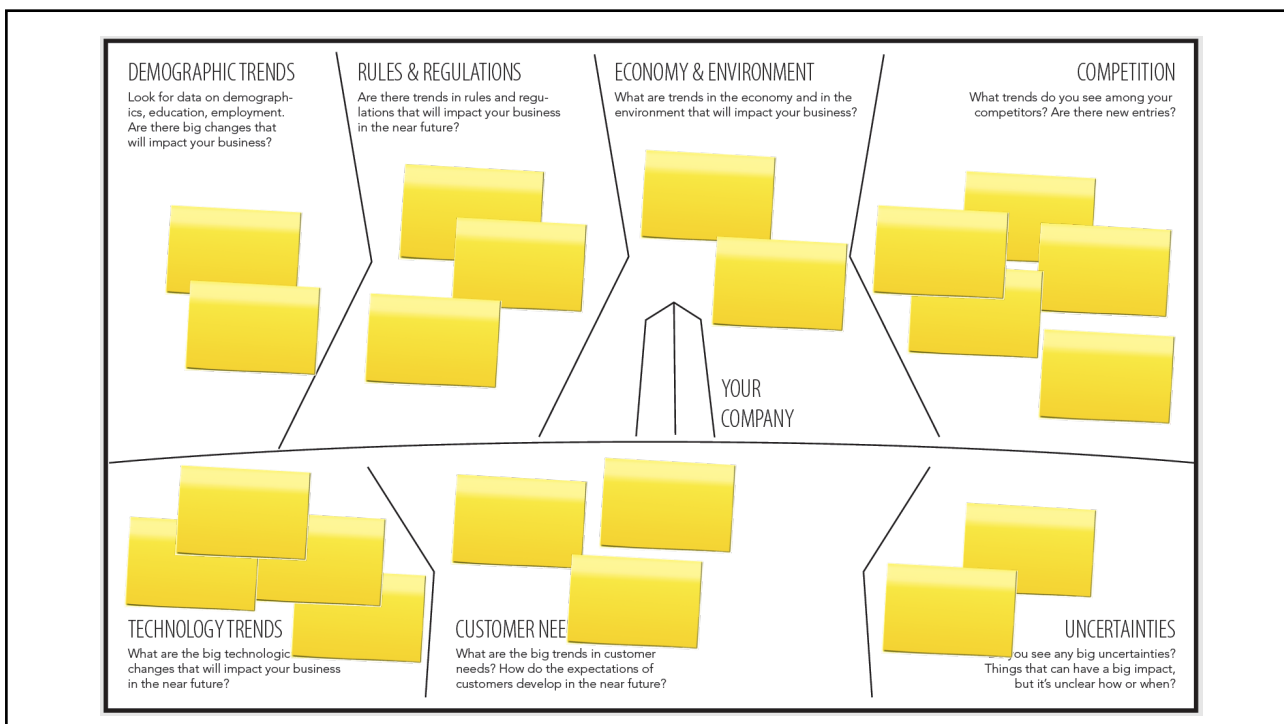
Cilvēkresursu

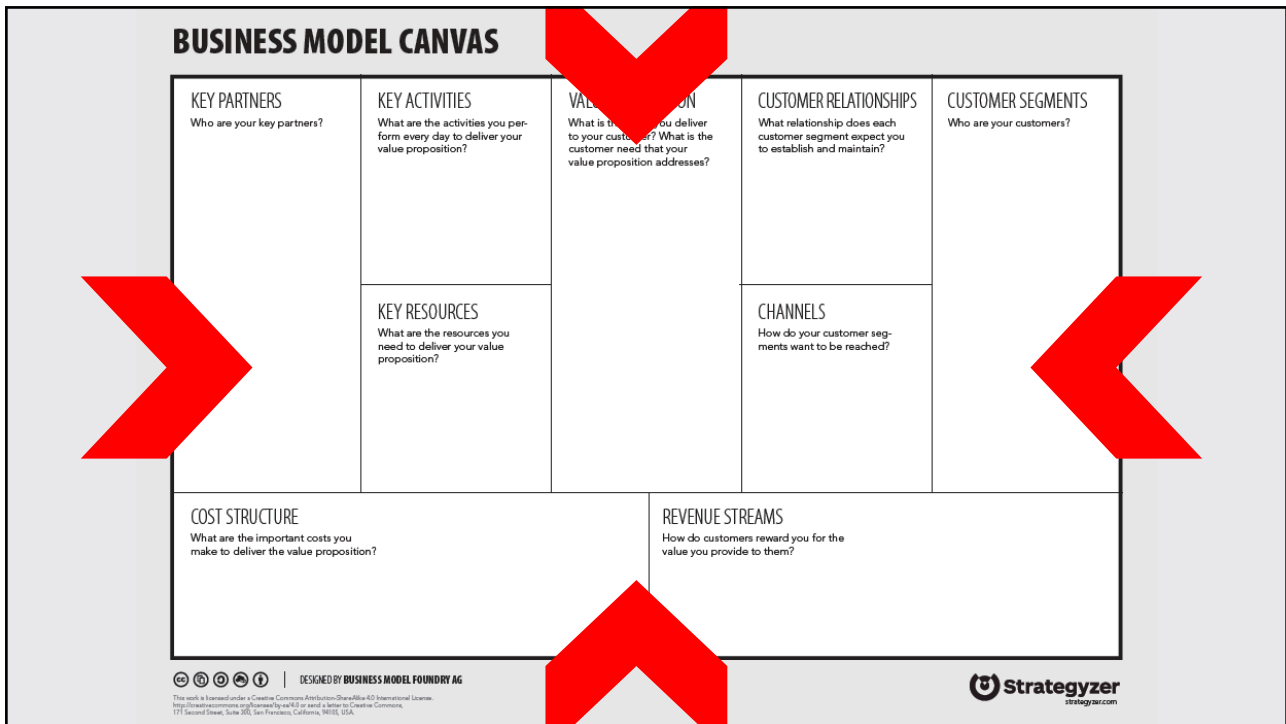
## Kāpēc raksturot ārējo vidi?

- Jo ārējā vide ir nepārtrauktā pārmaiņu procesā
- Ātra identificēšana, ļauj laicīgi reaģēt
- Ietekmē uzņēmuma BM dzīvotspēju

# Sagaidāmais rezultāts?


- Kopā identificēt un apzināties biznesa kontekstu.
- Veidot izpratni par sarežģītām situācijām.
- Pārbaudīt pieņēmumus un dažādas perspektīvas.
- Identificēt tendences, ko nepieciešams atsekot.
- Stiprināt komandas analītiskās prasmes.
- Izveidot kopīgu stratēģisko redzējumu.
- Radīt zināšanas »jaunai domāšanai«.





# PALDIES

Dāvids Štēbelis  
Uzņēmējs un biznesa treneris

 @davidsstebelis

 @davidsstebelis