حكمت الثقافة
اللويبدة
إحدى مبادرات الجود

نموذج العمل الشخصي للفنان

الإصدار ٢٠٠- نوفمبر ٢٠٢١

قائمة المحتويات

- تقديم
- الأدوات المستخدمة في الكتيّب
- أهداف الكتيّب
- إنشاء نموذج عملك الشخصي
- نصائح وملاحظات
- أسئلة ينبغي طرحها والإجابة عنها

"إن التطوّر الشخصي هو توفير كبير للوقت، فكلما تطورتَ أكثر، قل الوقت الذي تستغرقه لتحقيق أهدافك"

بريان تريسي

تقديم

هل تفكر في تعديل مسارك المهني أو تغيير مهنتك إلى مجال آخر؟ ربما نسعى جميعنا إلى ذلك، إلا أننا نفتقر غالبًا إلى طريقة منظمة لتطوير أنفسنا، كما أن بيئات العمل المتغيرة اليوم، باتت تجعل الحياة المهنية والشخصية أصعب من أي وقت مضى. يتيح لك هذا الكتيّب الانتقال من مرحلة عدم اليقين المهني إلى مستويات أعلى من الثقة، وذلك باستخدام خطة من صفحة واحدة! واسم هذه الصفحة "نموذج عملك الشخصي".

الأدوات المستخدمة في الكتيّب

نموذج العمل الشخصي
Business Model You

أهداف الكتيّب

ينبغي بعد الانتهاء من قراءة ودراسة هذا الكتيّب أن تكون لديك المخرجات التالية:

نموذج عملك الشخصي

إنشاء نموذج عـــمـــلك الشخصي

تم ابتكار نموذج العمل الشخصي Business Model You من قبل "تيم كلارك" بالتعاون مع ألكسندر أوسترفالدر وإيف بينور اللذين ابتكرا نموذج العمل المؤسسي .Business Model Canvas

١	٢	٣	٤	٥	٦	٧
الشركاء الرئيسون Key Partners مَنْ يساعدك؟	الأنشطة الرئيسة Solution ماذا تفعل؟	الموارد الرئيسة Key Metrics مَنْ أنت وماذا لديك؟	القيمة الفريدة المضافة Added Value كيف تساعد؟	علاقات الجمهور Customer Relationships كيف تتفاعل؟	القنوات Channels كيف للآخرين أن يعرفونك؟ كيف تقدم منتجاتك/خدماتك؟	شرائح الجمهور المستهدف Customer Segments من هم الأشخاص/ المجموعات الذين تساعدهم؟

٨	٩
التكاليف Costs ما الذي تقدمه؟	الإيرادات Revenue ما الذي تجنيه؟

١

مَن يساعدك؟ (الشركاء الرئيسيون)

اذكر هنا الأشخاص الذين يدعمونك كفنان/مثقف أو يساعدونك في أداء وظيفتك بنجاح. من سمات هؤلاء الأشخاص أنهم يزودونك بالدافع أو النصيحة أو الفرص أو حتى الموارد. يمكن لهؤلاء الأشخاص أن يكونوا من زملاء العمل، أو أعضاء في شبكتك المهنية، أو أفراد عائلتك، أو أصدقائك، أو مستشارين محترفين.

٢

ماذا تفعل؟ (الأنشطة الرئيسية)

فكر في المهام الحرجة التي تقوم بها سواء على المستوى المهني أو الشخصي. أحصر ذلك في الأنشطة الرئيسة التي تقوم بها لخدمة الجمهور/الشركاء/أصحاب المصلحة، ولا تكتب القيمة التي تضيفها تلك الأنشطة. اختصر القائمة إن كانت طويلة بحصرها في الأنشطة ذات الأهمية. تذكّر أن الأنشطة الرئيسة هي عملك الذي تتطوره باستمرار، وأنها تعتمد أيضًا على هويتك المهنية (وسمك المهني الشخصي).

٣

كيف تساعد؟ (عروض القيمة)

قم بوصف الكيفية التي تستطيع من خلالها مساعدة الأشخاص على إنجاز عملهم مع بيان القيمة المضافة. هذا هو الجزء الأكثر أهمية في اللوحة.

٤

كيف تتفاعل مع الجمهور؟ (علاقات الجمهور)

بيّن الوسيلة التي تتفاعل بها مع العملاء؟ (وجاهيًا، عن بعد، عبرالبريد الإلكتروني...). هل تصنف علاقاتك مع الجمهور أنها فردية (مرة واحدة فقط) أم أنها مستمرة؟ هل تركز على استقطاب جمهور جديد أم على إرضاء الجمهور الحالي؟ أم على كلا الأمرين؟

٥

مَن الأشخاص/المجموعات الذين تساعدهم؟ (الجمهور المستهدف)

هؤلاء هم الجمهور بشرائحه المختلفة. يشمل ذلك كل شخص يسعى للانتفاع من عملك. يمكنك أيضًا تضمين العملاء الذين يشترون خدمات/منتجات شركتك، أو الشركاء الرئيسيين في شركتك، أو المجتمعات الأكبر التي تخدمها شركتك.

٦

(٦) مَنْ أنت وماذا لديك؟ (الموارد الرئيسة)

تتضمن مجموعة الموارد الرئيسة ما يلي:
(١) اهتماماتك
(٢) قدراتك ومهاراتك
(٣) شخصيتك وما تملكه من معرفة وخبرة وعلاقات شخصية ومهنية وغيرها من الموارد أو الأصول الملموسة وغير الملموسة.

٧

كيف للآخرين أن يعرفوك؟ كيف تقدم منتجاتك/خدماتك؟ (القنوات)

يتضمن هذا الجزء خمسة أسئلة رئيسة:

- كيف للجمهور المحتمل أن يعرف عنك؟
- كيف للجمهور إدراك القيمة التي تضيفها منتجاتك/خدماتك؟
- كيف يقوم الجمهور الجديد بالشراء منك؟
- كيف تقدم القيمة المضافة لجمهورك؟
- كيف تستمر في دعم الجمهور بشرائحه والتأكد من رضاهم؟

٨

ما الذي تقدمه؟ (التكلفة)

تتمثل التكاليف في نموذج العمل الشخصي فيما تقدمه وتلتزم به في عملك: الوقت والطاقة والمال في الغالب. ضع قائمة بالتكاليف المادية وغير المادية المرتبطة بعملك. من الأمثلة على التكاليف غير المادية: الإجهاد أو عدم الرضا، أو نقص فرص النمو الشخصي أو المهني، أو عدم التقدير والاعتراف، أو المساهمة المجتمعية. ومن الأمثلة على التكاليف المادية: نفقات السفر، رسوم دورات تدريبية، ثمن أدوات...الخ.

٩

ما الذي تجنيه؟ (الإيرادات)

يشمل ذلك: الراتب/الأجر، حقوق الملكية، وأيّة مدفوعات نقدية أخرى، ويمكنك إضافة مزايا أخرى مثل: (التأمين الصحي، حزم التقاعد، المساعدة الدراسية...).

مثال:
نموذج العمل الشخصي للموسيقيّة هند

بعد ظهور المغنية هند المقيمة في أمستردام على شاشة التلفاز في عمر ١٧ سنة، تعاقدت مع شركة ("بي. إم. جي") BMG الألمانية الموسيقية العملاقة، وباعت ٤٠٠٠٠ نسخة من الظهور الأول لألبومها. وقد حصلت على جائزة أديسون لأفضل فنانة صاعدة. لكن بعد ذلك، طغى حضور نجوم كبار في "بي. إم. جي" على عملها، فعانت مشكلة في الترويج لفنها.

في الوقت نفسه، أضعفتْ الشعبية الجارفة للأغاني التي يمكن تنزيلها على الإنترنت كنموذج عمل صناعة الأغاني التقليدية: لم تعد العلامات التجارية الموسيقية تسيطر على القنوات لترويج وتقديها.

أدركتْ هند أن التعامل مع صناعة الموسيقا سريعة التطور – ونيل حريتها لتطبيق رؤيتها – كان يعني أنها تحتاج إلى إعادة تطوير نموذج عملها الشخصي. بدأتْ هند تطرح أسئلة صعبة عن ماهية القنوات. كيف تقدم نفسها للمعجبين؟ هل معجبوها يشترون موسيقاها بطرق يفضلونها؟ ما جهود المتابعة التي كانت تضمن رضى المستمعين؟

تؤدي الإجابة عن هذه الأسئلة إلى قرار واضح: ستبتكر هند والمدير جلال علامتها الخاصة: "B-Hind"، وهو نموذج جديد من شأنه أن يضمن السيطرة الكاملة على ابتكار موسيقا هند وترويجها وتوزيعها.

نموذج هند الجديد مقابل نموذج علامة التسجيل التقليدية

الشراكات الرئيسية	القيمة المقدمة	العلاقات مع العملاء	شرائح العملاء
يساعد المدير في الأعمال والعمليات اللوجستية آي تيونز، ومتاجر الموسيقا الأخرى	مصدر إلهام وتسلية للمعجبين مساعدة المعلنين على الوصول إلى الجمهور المستهدف مصدر إلهام وتسلية للمعجبين الكتابة والتسجيل والتنفيذ السعي إلى إيجاد فرص للإعلانات شغف بالموسيقا جاذبية وولاء القدرة على الغناء، الكتابة والشعور بالأعمال	التواصل المباشر مع المعجبين	المعجبون الموسيقيون المعلنون المعجبون بالموسيقا مشترو المنتجات
	الربط ما بين الموسيقيين والمعجبين تسجيل الموسيقا وترويجها وإيصالها العثور على فنانين جدد التعامل مع القضايا القانونية والمالية المعرفة العلمية موسيقيون بعقود التوزيع والخبرة المالية والقانونية	كيف يعرفونك وكيف توفر الخدمة؟ الترويج والتسليم إلكترونيًا إيصال الموسيقا عبر قنوات/وسائل إعلام تقليدية	

ما تعطيه	ما تجنيه
تكاليف التوزيع القانوني نقود للفنانين رواتب التشغيل المخاطرة الوقت والطاقة والمال	مبيعات الألبومات الموسيقية حقوق بث الموسيقا على الهواء رسوم الإعلانات وبيع البضائع وشرائها دخول الحفلات الموسيقية مبيعات الموسيقا الرقمية

النموذج الجديد

النموذج التقليدي

نصائح وملاحظات

أنظر إلى كتيّب
نموذج العمل
المؤسسي في حال
كنت تعمل مع
أشخاص أو في شركة.

أسئلة ينبغي طرحها والإجابة عنها

- من الأشخاص الذين يساعدونك؟
- من الأشخاص الذين تساعدهم؟
- ما طبيعة عملك؟
- من أنت وماذا تريد؟
- ما القيمة التي تقدمها للجمهور؟
- كيف تتفاعل مع الجمهور؟
- كيف للآخرين أن يعرفون عنك؟ كيف تقدم منتجاتك/خدماتك؟

المراجع

المراجع

١

نموذج عملك الشخصي،
تيم كلارك

تواصل مع
حكمت الثقافة

+9625661784
info@hikmatculture.org
www.hikmatculture.org
@hikmatculture

حكمت الثقافة
إحدى مبادرات الجود