

Бизнес- моделирование



Вячеслав Макович
makovich.v@gmail.com

Вы верите в «своё дело»?

4 вопроса бизнес-модели

- В чём ценность для клиентов?
- Как проект будет делать деньги?
- Сколько?
- За счёт чего?



Элементы бизнес-модели (1)

- **Ценностное предложение**

Почему создание такого бизнеса будет актуальным? Какие проблемы решаете? В чём ваша ценность для потенциальных клиентов? Чем это отличается от ваших конкурентов?

Клиентские интервью



Хорошие вопросы

- Как решаете эту проблему сейчас?
- Почему вас это беспокоит?
- Интересно, а не могли бы рассказать подробнее?
- А с какими трудностями вы, при этом, сталкиваетесь?
- Каковы последствия?
- Что пытались делать для решения?
- Как решали данную проблему в последний раз?
- Сколько денег вы сейчас тратите на решение данной проблемы?

• Мнения – плохо

• **Мнения – плохо**

• **Факты - хорошо**

Индекс потребительской лояльности NPS

- «Какова вероятность того, что Вы порекомендуете данного эксперта авторам других проектов?» (от 0 до 10)
- «Почему?»

Источники ценностных предложений

- особые компетенции
- особая технология
- особый доступ к ресурсам
- большой объём бизнеса
- малый объём бизнеса
- выстроенные бизнес-процессы

Продажи MVP

- Предварительный заказ
- Консьерж
- Чужой продукт
- Классический MVP

Элементы бизнес-модели (2)

- Как проект будет делать деньги?

Продукт	Рынок
<i>Какие продукты/услуги вы предлагаете? Каковы ключевые характеристики и примерная стоимость?</i>	<i>На каком рынке вы находитесь? Каковы его объём, потенциал роста и уровень конкуренции?</i>
Клиенты	Каналы сбыта
<i>Кто является вашими целевыми клиентами?</i>	<i>Где и каким образом клиенты смогут купить ваши продукта/услуги?</i>

Продукт

Рынок

Клиенты

Каналы
сбыта

Продукт

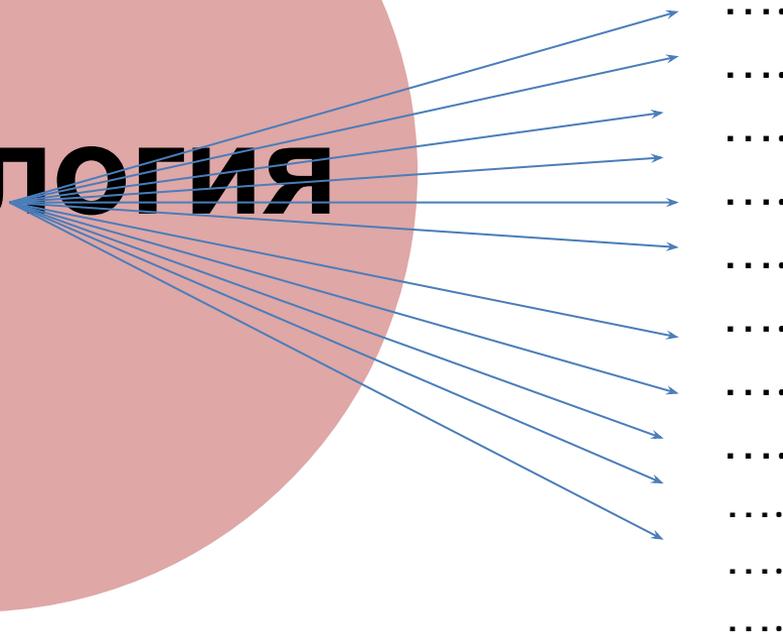
Рынок

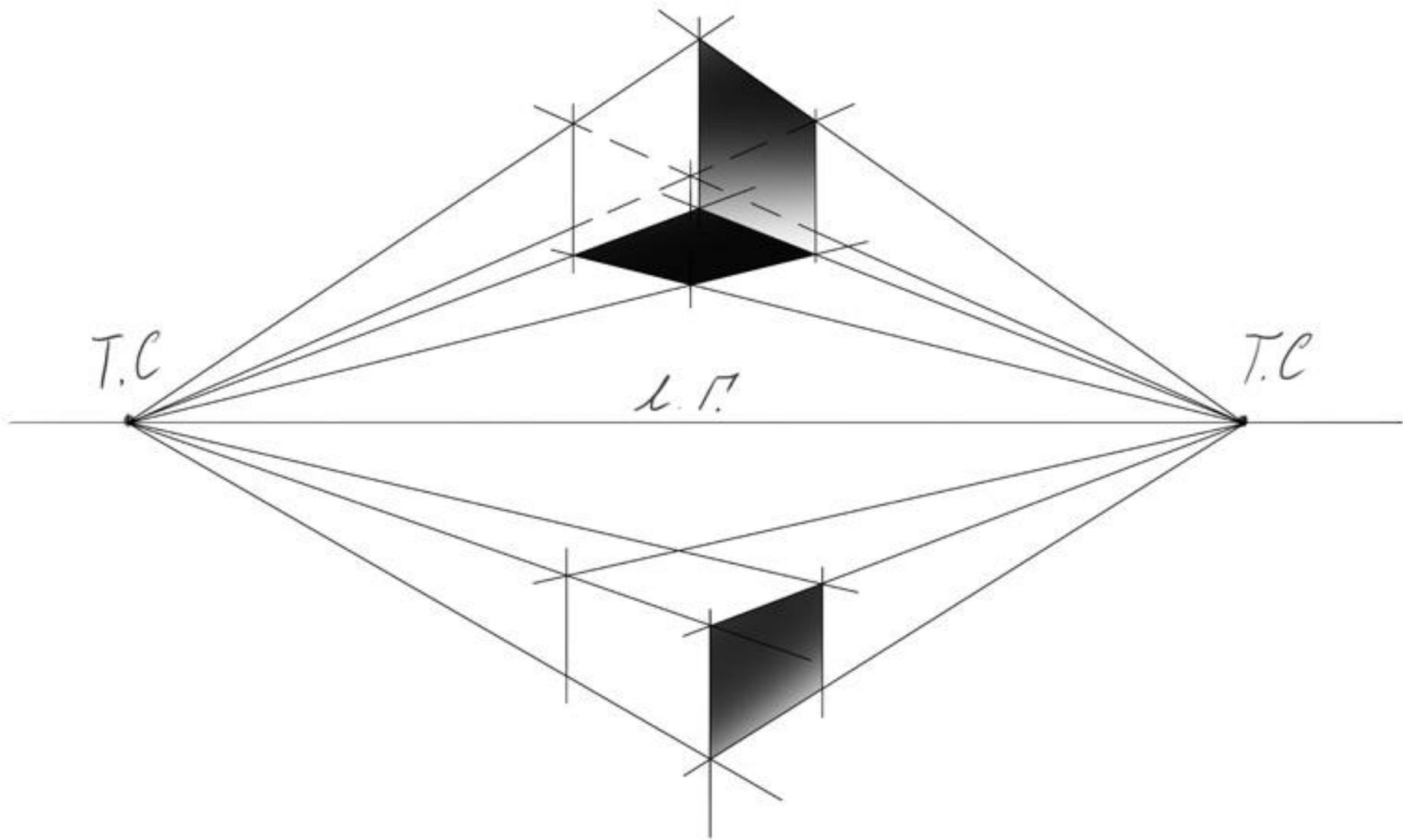
Клиенты

Каналы
сбыта

Технология

Формы реализации:





Я

создал/продаю/разрабатываю

_____ продукт _____, который

позволяет _____ ключевая

ценность _____, за счёт

_____ ключевая характеристика

продукта _____, что, по

сравнению с альтернативными

решениями, _____ сравнение _____

Пример



Продукт

Рынок

Клиенты

Каналы
сбыта





Нужна
макс.
отдача

Кто ваша целевая аудитория?



Аватар по мотивации



Продукт

Рынок

Клиенты

Каналы
сбыта

Где ваша песочница?



Пример



Методы анализа рынка

- Анализ схожих бизнесов
- Интервью
- Оценка объёма (Из вторичных источников, По объёму потребления, По объёму продаж, По аналогии, По смежным рынкам)

**Целься в
большой рынок,
но ешь его
маленькими
сегментами**

Где
узкое
место?



Пример

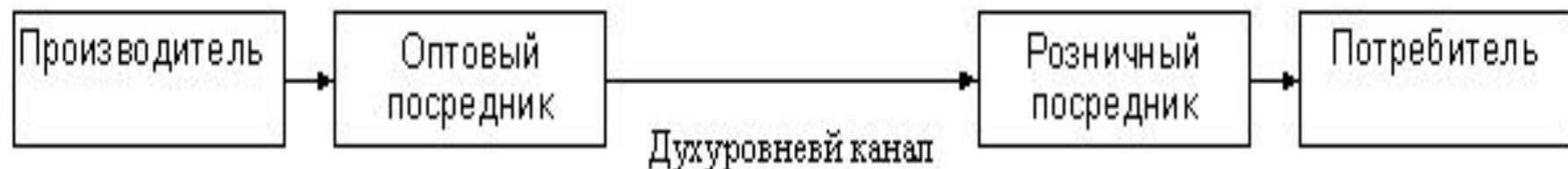
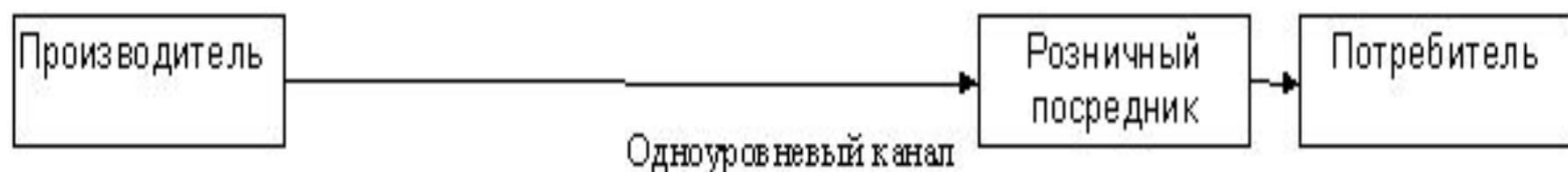


Продукт

Рынок

Клиенты

Каналы
сбыта



Критерии

- Потенциал
- Прибыль
- Выгоды
- Затраты (прямые и косвенные)
- Сложность

Пример



В чём фактор X
вашего бизнеса?

Фактор X

- Лежит в основе бизнес-модели
- Обеспечивает конкурентное преимущество
- Можно контролировать

Элементы бизнес-модели (3)

- Сколько проект будет делать денег?

Доходы	Расходы
<i>Какие доходы у вас будут при различных сценариях продаж?</i>	<i>Какие расходы у вас будут (начальные/текущие, постоянные/переменные)?</i>

Элементы бизнес-модели (4)

- За счёт чего проект будет делать деньги?

Продвижение	Команда
<i>Каковы наиболее эффективные и доступные инструменты привлечения клиентов?</i>	<i>Кто уже есть в команде? За что отвечает каждый из членов команды? Кто ещё необходим в команду?</i>
Продажи	Финансирование
<i>Какие материалы необходимы, чтобы конвертировать ваших потенциальных клиентов в реальные доходы?</i>	<i>Какое финансирование необходимо и откуда вы его возьмёте?</i>

Продвижение

Команда

Продажи

Финансировани
е

Шаг 1. Цели
продаж с
разбивкой по
категориям

Шаг 2. Цели и бюджет на маркетинг

Стадия	Количество
Обращение в компанию	20
Переговоры	14
Выставление коммерческого предложения	10
Презентация предложения	3
Заключение договора	1

Стадия	Количество
Визит на сайт	100
Заказ	10
Подтверждение заказа	7
Оплата	2

Шаг 3. План маркетинга

Привлечение

Привлечение



Сбор



Привлечение



Сбор



Предпродажа



Привлечение



Сбор



Предпродажа



Продажа



Привлечение



Сбор



Предпродажа



Продажа



Допродажа



Привлечение



Сбор



Предпродажа



Продажа



Допродажа



Лояльность

Пример плана

www.3a-trust.com

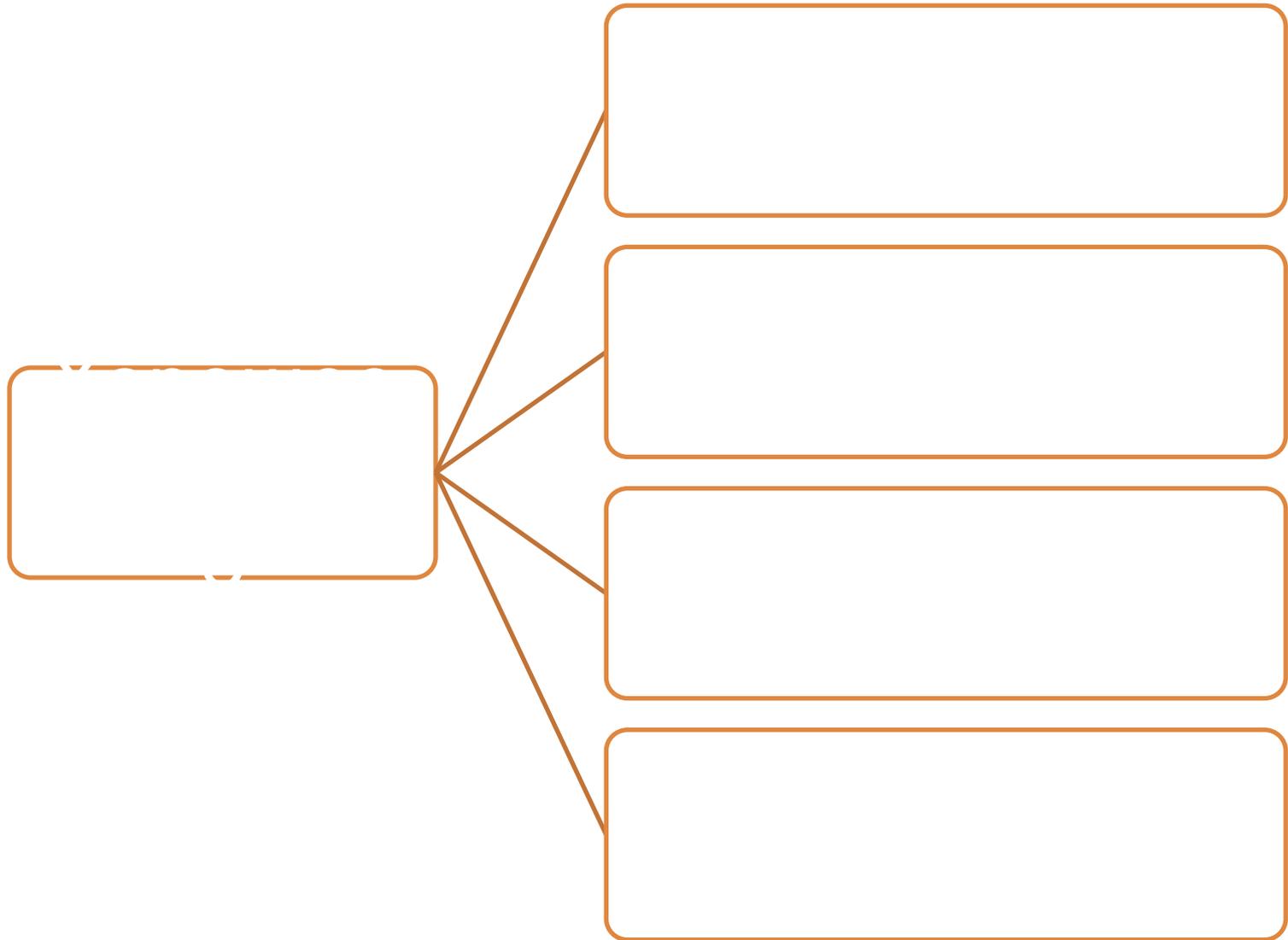
Ключевые элементы

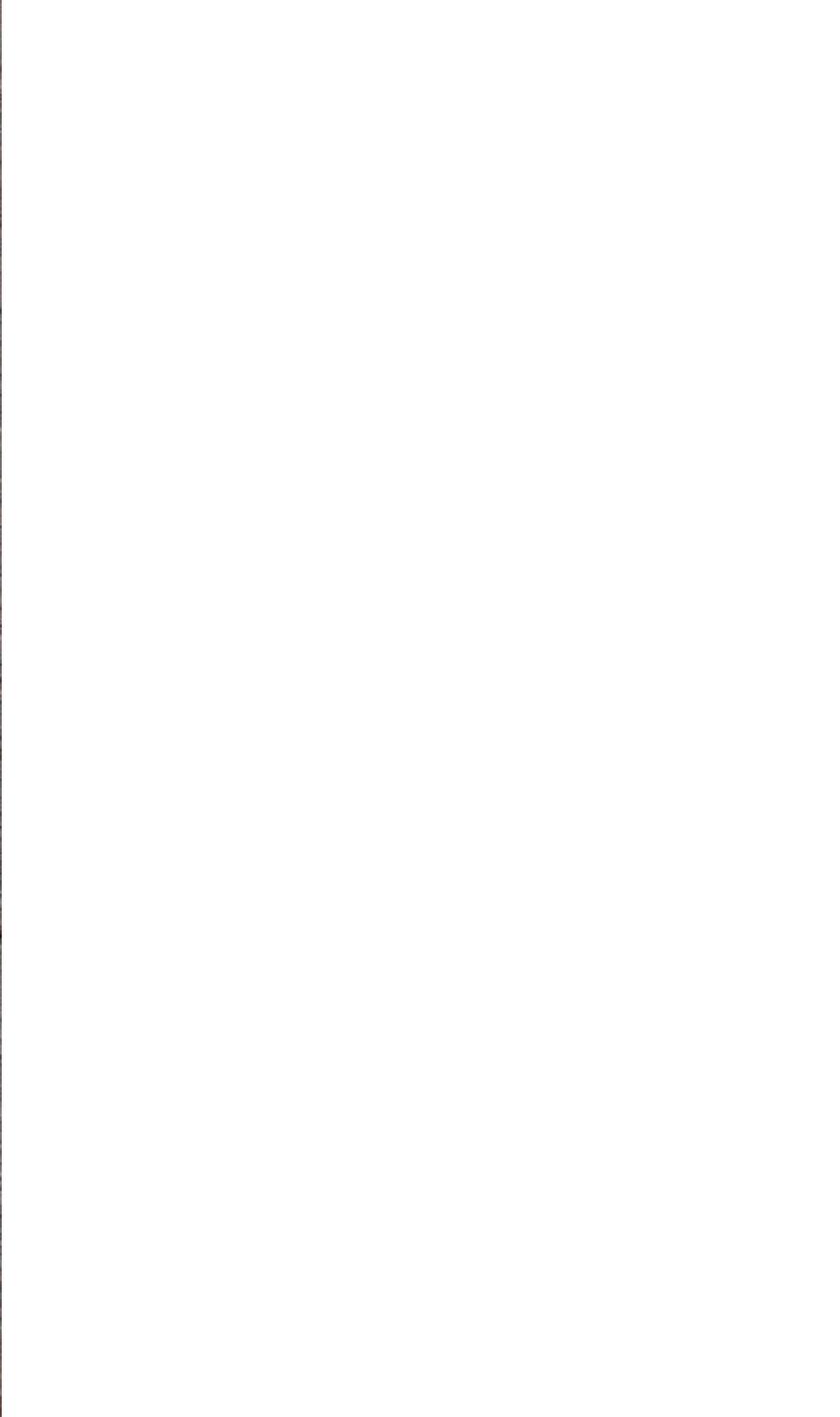


Как подобрать каналы?

- изучение опыта успешного маркетинга, направленного на вашу аудиторию,
- общение с потенциальными клиентами
- привлечение специалистов

Как подобрать сообщение?





Шаг 4. Корректировка, ответственные, механизмы контроля и изменений

Шаг 5.

**Реализация и
КОНТРОЛЬ**

Шаг 6. МИС



ФИНАЛЬНЫЕ ЗАМЕЧАНИЯ



top 3

Three grey stars are positioned below the word "top". The first star is under the letter 't', the second is under the letter 'o', and the third is under the letter 'p'.A large, stylized red number '3' is positioned to the right of the word "top".

Люди и деньги

Шаблоны и статьи-
тут

www.za-trust.com

До встречи!



Вячеслав Макович
makovich.v@gmail.com

vk.com/vmakovich
vk.com/StartUpCup
facebook.com/slava.makovich