



ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПРОЕКТ



СОФЬЯ
МАРТОВНА
НАУЧИТ!



СЫЧЕВА СОФЬЯ МАРТОВНА

АВТОРСКАЯ МОДЕЛЬ БИЗНЕС ОБРАЗОВАНИЯ
ПРОФИОРИЕНТАЦИОННЫЙ ТЬЮТОРИНГ
ИГРОТЕХНИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

+79119749459

+79523509938

SOFIAMART@MAIL.RU

VK.COM/SMARTSTUDY1





**СОФЬЯ
МАРТОВНА
НАУЧИТ!**

**ЗНАНИЯ – СИЛА!
МЫ СТОЛЬКО МОЖЕМ, СКОЛЬКО ЗНАЕМ!**

ФРЭНСИС БЭКОН

УРОК № 1.

ЗНАНИЯ – СИЛА! МЫ СТОЛЬКО СТОИМ – СКОЛЬКО ЗНАЕМ!

СОФЬЯ МАРТОВНА

**Как стать
предпринимателем
или
с чего начинается
ДЕЛО?**

Цели занятия:

- Определить свои цели, возможности и ресурсы
- Познакомиться с 10 методами работы с информацией
- Определить пробелы в знаниях и методиках
- Научиться работать с информацией
- Получить подготовительные данные к написанию бизнес плана.
- Получить простые и четкие руководства к действию для начинающих предпринимателей

10 инструментов



1. Знания

2. Идея

3. Деньги

4. Время

5. Информация

6. Контакты

7. Аналитика

8. Планирование

9. Реклама & PR

10. Безопасность

Мы столько можем, сколько знаем. Знание - сила. Ф. Бэкон

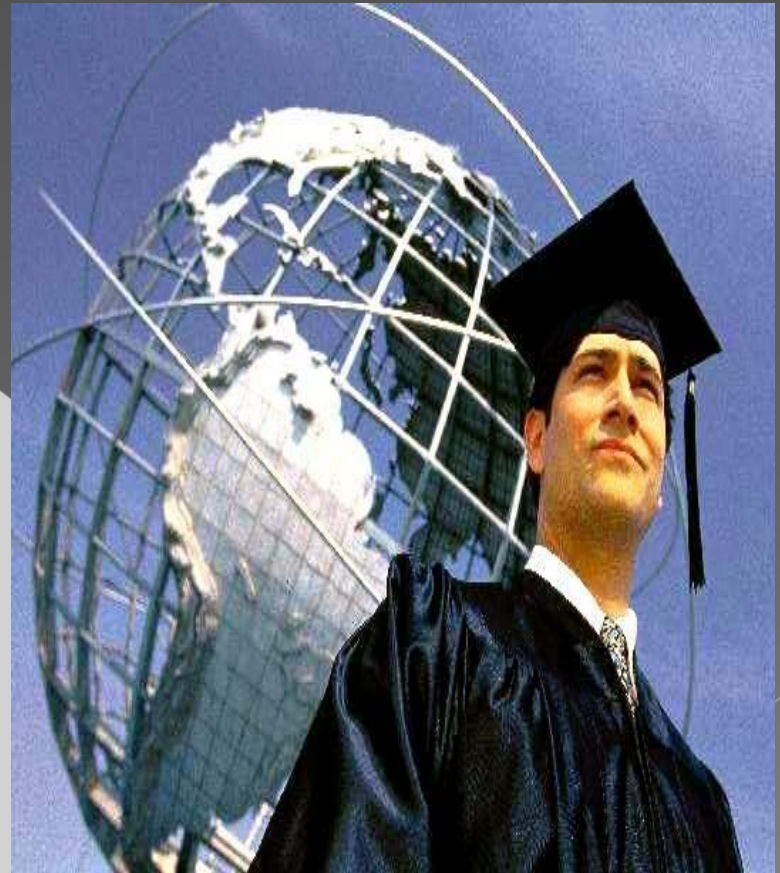
Постоянно узнавать и совершенствовать знания:

1. Основы управления \ менеджмента
2. Законодательство \ налогообложение
3. Экономика (малого предприятия)
4. Основы государственного устройства РФ и других стран
5. Основы бух. учета
6. Психология (разделы мотивация и лидерство)
7. Основы маркетинга
8. Основы рекламного дела и PR
9. Русский язык, английский язык
10. Философия
11. Русская и зарубежная литература

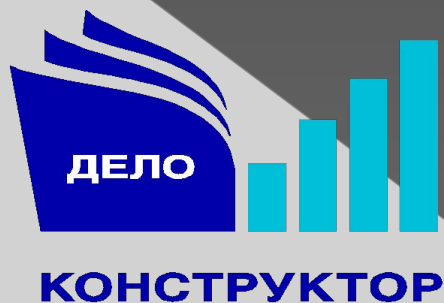
Даже если у Вас не получится стать предпринимателем – Вы станете образованным человеком!

Кроме этого:

- досконально изучить ту область знаний которая касается вашего бизнеса (все о продукте, материале, технологии, рынке, конкурентах, клиентах, и т.д.)
- «держать руку на пульсе» - следить за событиями в мире, политическими и экономическими изменениями в мире и стране;
- следить за рынком ценных бумаг, курсом валют, разбираться в тенденциях и пробовать самостоятельно прогнозировать рынки.



Интеллектуальная образовательная платформа для предпринимателей



япредприниматель47.рф

**В конце – концов, Вы всегда
можете обменять свои знания на
деньги!**



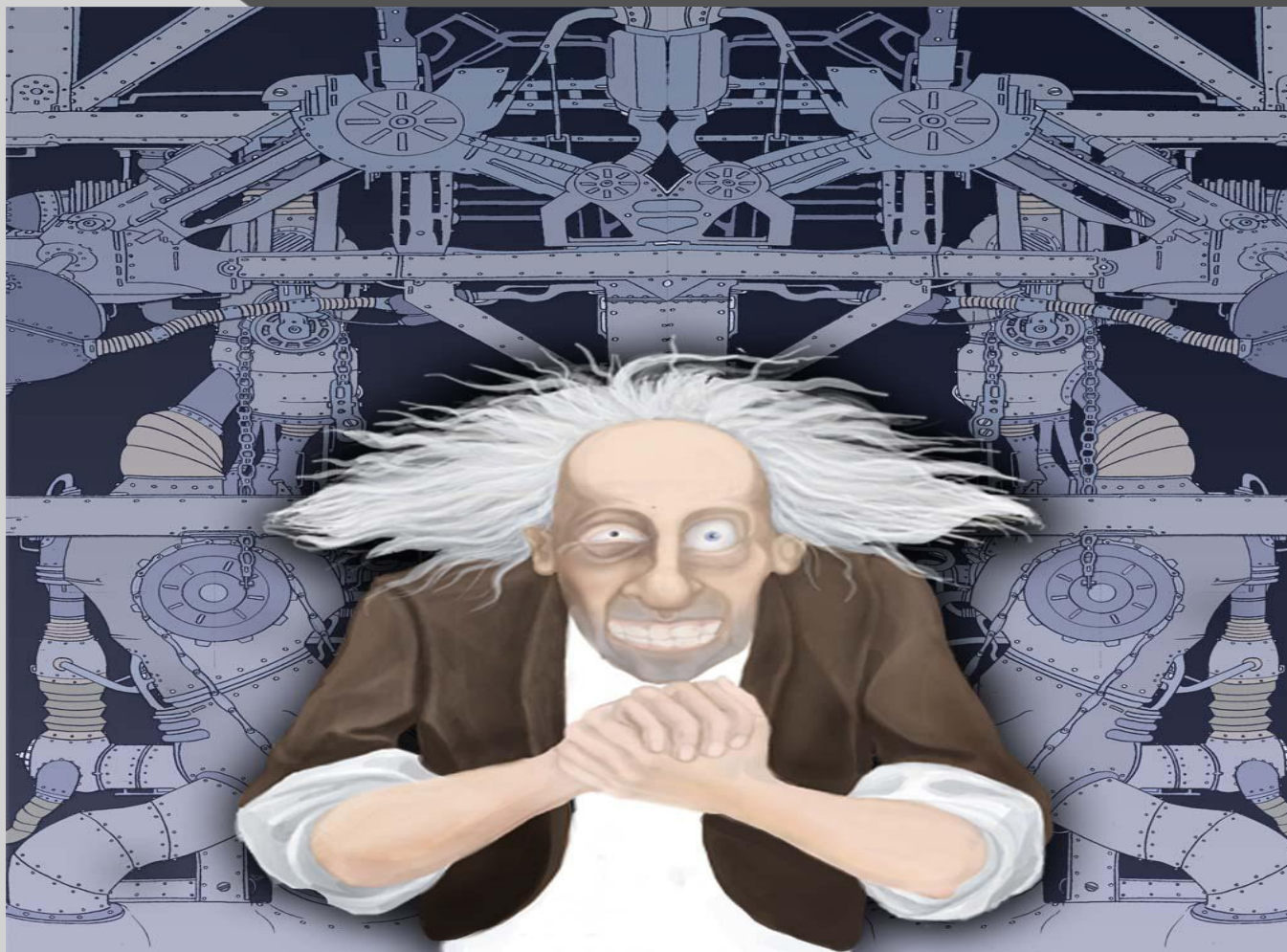
Есть идея! И что????



И так..... 5 раз!!!
После того как Вы более
менее сформулировали
идею, задайте себе
вопросы: И что? или Что
бы что...? Не менее 5 раз.
Запишите все ответы.

Поздравляю Вас, скорее
всего Вы сейчас
сформулировали /
откорректировали не только
идею, но и миссию Вашего
бизнеса, а если повезло то и
цель, а может быть и
смысл Вашей жизни....
Ну, на некоторое время!

Теперь тестируем Вашу идею



**Спрашиваем у 10 человек:
купил бы ты.....?
За сколько?
Нужно ли тебе.....?
Воспользовался бы ты.....?
Фиксируем ответы на
бумаге. Выясняем
жизнеспособность и
востребованность Вашей
идеи**

**Один положительный ответ 1
балл.**

**5 баллов и меньше – от идеи
нужно отказаться.**

**5 – 7 б. – идея требует
доработки или
переформулировки**

7 - 10 б. - хорошая идея

Продельываем все еще раз.

**Идея которая приносит
деньги = бизнес-идея!**

**Деньги - шестое чувство,
которое позволяет обладать
другими пятью.**



Древняя мудрость гласит
ДЕНЬГИ, ЛЮБЯТ СЧЕТ!

Деньги любят внимание.

Им нравится, когда их
считают и размножают!

Поэтому..... Считаем все.

**Есть закономерность: чем
больше Вы уделяете**

**внимание деньгам – тем
больше их становится!**

**Все просто - переводя деньги
в цифры, Вы упорядочиваете
любой денежный поток.**

**Основные цифры
(экономические показатели)
предпринимателя:**

**Чистая приведенная стоимость
(чистый приведенный доход)**

Период окупаемости

Индекс прибыльности

**Внутренняя норма
рентабельности**

**Чистая приведенная стоимость
(чистый приведенный доход)**

Что еще Вы считаете нужно посчитать?

- Все, что считается
- Проходимость / посещаемость
- Время
- Средний чек (сумма всех совершенных клиентами покупок за определенный период времени, деленная на количество чеков за тот же период).
- Затраты по каждой статье расходов
- Эффективность рекламы (с этим сложно, но можно)

Какие суммы Вы должны знать четко:

- ◎ Сколько всего денег нужно для реализации Вашего проекта?
- ◎ Сколько у Вас есть собственных средств, которые Вы можете вложить в дело?
- ◎ Сколько денег Вам нужно еще?
- ◎ Все цифры по кредиту (его стоимость %, досрочное погашение и т.д.)

Время-деньги!



Как перевести время в деньги?

- ◎ Посчитать временные затраты на создание одной единицы продукта или операции
- ◎ Сколько продукта или операции выполняет один человек за один рабочий день?
- ◎ Сколько будут выполнять 2, 6, 12.....100 человек за один рабочий день?

**Вам необходимо использовать
ВРЕМЯ ДРУГИХ ЛЮДЕЙ**



Контакты = Коммуникации

1. Качество Ваших контактов это отражение Вас и Вашего бизнеса.
2. Количество Ваших контактов это четкий план (цифры), отсутствие комплексов и страхов.
3. Средства – то, через что Вы контактируете. Подбираются индивидуально.

Качество контактов

Секрет в соответствии!

Приведите свой имидж в соответствие с образом и имиджем Вашей компании (бизнес-проектом) и наоборот. А также той сфере в которой ведете \ планируете вести бизнес.

Что делает контакт качественным?

1. **Личный имидж**: внешний вид, манеры, речь, личная страничка в соц. сетях, «Я-история», визитка, транспорт, «фишка».
2. **Имидж бизнеса**: офис, сотрудники (внешний вид, манеры, речь, вежливость), «Мы-история», корпоративный сайт, страница в соц.сетях, визитки, e-mail, фирменный стиль, POS-материалы.
3. **Качественные характеристики**: честность, отзывчивость, пунктуальность, внимательность (ДР, праздники или помощь в горе, беде), обязательность (хотя бы в мелочах) и выполнение обязательств, сроки исполнения, отсутствие мелочности, благодарность.

АКСИОМА: жадность – порождает бедность!

Если Вам помогли и Вы заключили выгодную сделку, благодаря какому-то контакту – поделитесь и Вы получите в 10 или в 100 раз больше в следующий контакт.

Количество контактов

Ближний круг: семья, друзья, родственники.

Деловой круг: партнеры, спонсоры, инвесторы, эксперты в Вашей сфере бизнеса, влиятельные персоны, те, с кого Вы берете пример, конкуренты, клиенты.

Планируем работу с контактами:

1. Расписываем подробно карту контактов, прорабатываем ближний и деловой круги.
2. Вычисляем ключевых персон в каждой категории - (ФИО, дата рождения, увлечения, особенности).
3. Понимаем с кем установлен контакт, с кем – нет, и кто может с кем познакомить.
4. Устанавливаем сроки и даты для контактов.
5. Получаем: карту контактов, план контактов, поводы для знакомств и своих первых клиентов, партнеров, инвесторов, спонсоров!

Средства контакта

Еще раз читаем про качество контактов



Обязательно читаем книгу Игоря Манна
«Точки контакта. Простые идеи для
улучшения вашего маркетинга»



Создаем отличный эксклюзивный
маркетинговый план для Вашего
бизнес-проекта!

**Информация – наше все!
Это Ваша вторая профессия
или первая...**

**СБОРЩИК
ИНФОРМАЦИИ**



Почему?

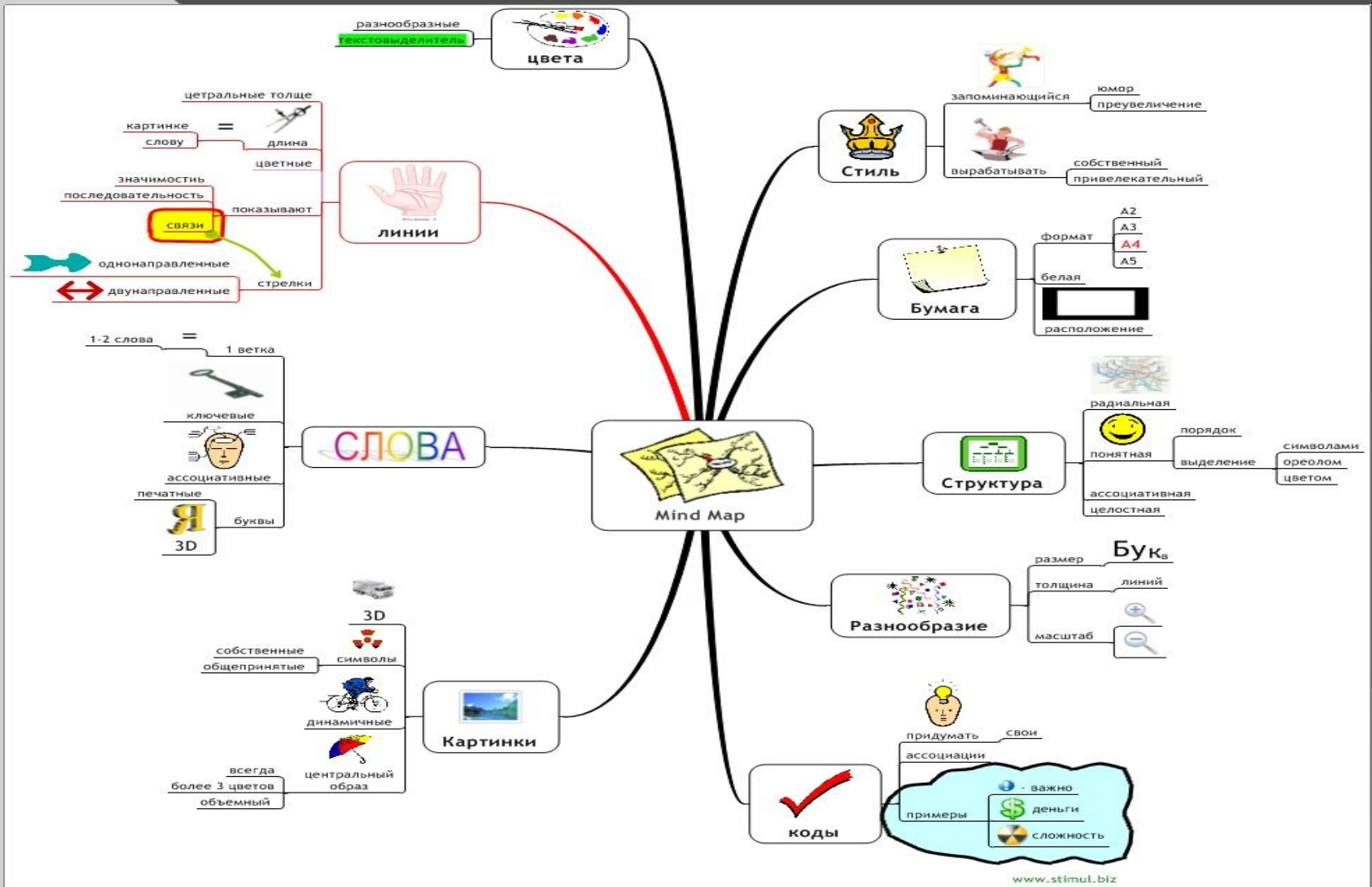
Потому, что информация для предпринимателя неиссякаемый источник: дополнительной прибыли, контактов, возможностей, связей, предложений, идей и т.д.

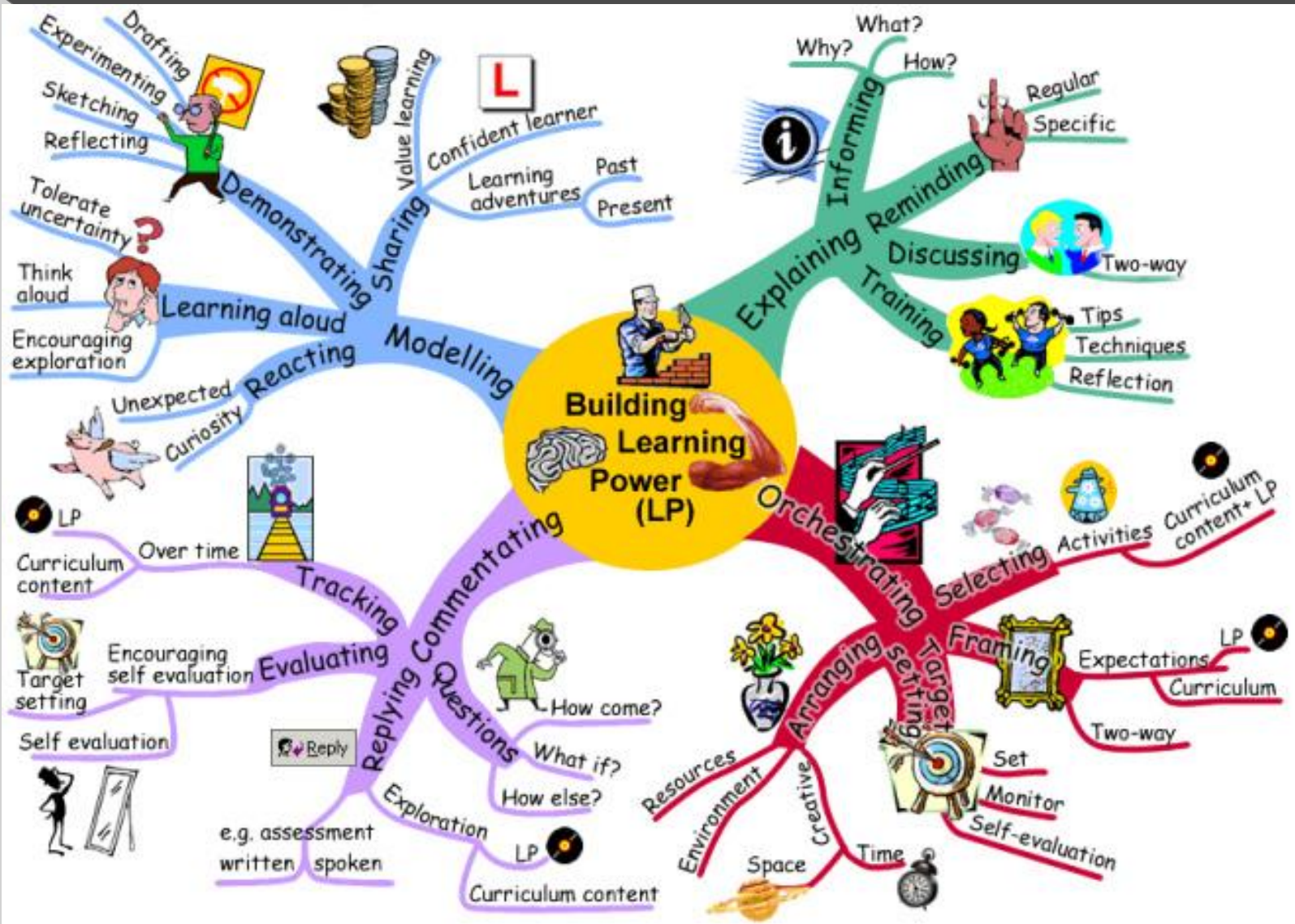
**Вам понадобятся:
все возможные источники
информации
(желательно
первоисточники)
и все чем можно ее
зафиксировать.**

Как работать с информацией?

- Фиксировать.
- Неоднократно возвращаться к зафиксированной информации через определенные промежутки времени.
- Регулярно вести внутренний диалог с собой (метод вопрос-ответ)
- Внешний диалог – метод тестирования
- Интеллект-карты или искусство майнд-менеджмента
- Читаем книгу Сергея Бехтерева «Майнд-менеджмент».

Как это выглядит?







Основные правила составления

- ◎ Только радиальная структура
- ◎ В центре: проблема, задача
- ◎ От нее не более 5 ассоциаций 1 уровня
- ◎ Использовать не более 3 цветов
- ◎ Можно рисовать значки, символы
- ◎ Выполняется как индивидуально так и в группе.

Аналитика-искусство рассуждать

Суть: анализ внешней и внутренней среды
бизнес-проекта

Задачи: тематический сбор и обработка
информации

Области применения: планирование,
прогнозирование, изучение рынка, спроса,
предложения, потребителя и т.д.

Результат: позволяет просчитать и
минимизировать риски, формирует
стратегический подход к
предпринимательской деятельности

Основные аналитические инструменты (стратегический менеджмент)

PEST-анализ (STEP), анализ отрасли, карты стратегических групп, модель «Пяти сил конкуренции» М.Портера, SNW-анализ, метод SWOT, модель (матрица) БКГ, матрица «Дженерал Электрик» - «МакКинзи», матрица АДЛ (ADL), модель И. Ансоффа, матрица Д. Абеля, GAP-анализ

метод SWOT анализа

Применяется для анализа среды. Он разделяет значимые факторы внешней и внутренней среды на четыре категории:

- сила (strength),
- слабость (weakness),
- возможности (opportunities)
- угрозы (threats)

Применяя метод SWOT, устанавливает линии связи между силой и слабостью, которые присущи организации, внешними угрозами и возможностями. Методология SWOT предполагает сначала выявление сильных и слабых сторон, а также угроз и возможностей, и после этого установление цепочек связей между ними, которые в дальнейшем могут быть использованы для формулирования стратегии организации.

Еще инструменты:

- ◎ Используйте анкеты, опросы, тесты, результаты мониторингов
- ◎ Делайте свои анкеты и опросники – не бойтесь экспериментировать!
- ◎ Работа с поисковыми системами контекстной рекламы
 - ◎ Используйте исследования аналитических кампаний
 - ◎ Заказывайте исследования в специализированных агентствах

Ведущие исследовательские компании России

1. ВЦИОМ
2. КОМКОН (2. КОМКОН (COMCON-2))
3. ГФК-Русь (3. ГФК-Русь (GFK))
4. TNS 4. TNS включает Гэллап-Медиа (4. TNS включает Гэллап-Медиа (Gallup Media)) 4. TNS включает Гэллап-Медиа (Gallup Media), Маркетинговый информационный центр (4. TNS включает Гэллап-Медиа (Gallup Media), Маркетинговый информационный центр (MIC))
5. Бизнес-Аналитика (Business-Analitica)

Планирование

- Основная задача – постановка цели и пошаговая инструкция как ее достигнуть
- Для того, чтобы начать планирование необходимо наличие цель
- Цель у бизнес проекта одна
- Задач может быть несколько
- Главная составляющая - ВРЕМЯ
- Способ контроля
- Создается на основе предварительно собранной аналитической информации

Виды планов

Генеральный план включает в себя:

- стратегический
- финансовый
- маркетинговый
- рекламная концепция

Бизнес план: основной инструмент
предпринимателя, особенно
начинающего

Основные разделы бизнес плана

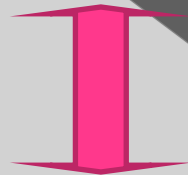
1. Резюме. Это один из самых важных разделов в структуре бизнес-плана, потому что, если резюме не будет для инвестора достаточно "заманчивым", то скорее всего дальше Ваш бизнес-план он читать не станет. Не смотря на то, что резюме - это первый раздел бизнес-плана, писать его нужно в самом конце, когда все другие главы уже закончены.
2. Описание товара или услуги. чем они будут отличаться от других товаров и услуг на рынке.
3. Рынок сбыта. Характеризует предполагаемых потребителей - их пол, возраст, уровень достатка. В этом разделе бизнес-плана также оценивается объем сбыта.
4. Стратегия маркетинга. Описывает какие меры будут предприниматься, для стимулирования сбыта, а также требуемые на них расходы и предполагаемую прибыль от продаж.
5. Сырье и материалы. Раздел бизнес-плана обосновывает выбор технологии производства, потребность в ресурсах, выбор места расположения.
6. Финансовый план. Содержит все финансовые расчеты: описание и обоснование источников финансирования, себестоимость продукции, показатели рентабельности:
 - срок окупаемости
 - простая ставка дохода
 - чистая дисконтированная стоимость
 - внутренняя ставка дохода

Реклама & PR

маркетинг / аналитика



Реклама



PR

"законы" рекламы:

1. Не принесет успеха реклама ненужного потребителям товара.
2. Одинаковая реклама принесет успех более совершенному товару.
3. Осторожно работайте с цветом, словом (звуком) и изображением.

Третий закон предполагает знание цветowych тестов М. Люшера, основ психологического, оптического и слухового восприятия изображений и звуков.

PR, Вы и Ваш бизнес

- PR в бизнесе начинается с личности предпринимателя, его имиджа, репутации, интересов, экспертности в сфере своего бизнеса, поведенческих характеристик, деловых коммуникаций и контактов.
- Следите за своей репутацией – пусть о Вас и Вашем бизнесе говорят с удовольствием и удивлением
- С помощью хорошего PR можно сэкономить на рекламе.
- Ваша экспертность – экономия денег на публикациях в СМИ.
- Создавайте инфоповоды через события – пусть о Вас говорят бесплатно.
- Занимайтесь возвращением, воспитанием и окультуриванием своих потребителей!
- Любите своих клиентов искренне!
- Следите за изменениями в поведении своих потребителей!
- Следите за тенденциями!

Универсальная формула

Бизнес идея + немного
маркетинга + недорогая
реклама + правильные
каналы продвижения
= Успешный бизнес!

Безопасность – искусство управлять рисками

Набор определенных правил, на основе которых и принимаются решения:

- не следует рисковать большим, чем позволяет собственный капитал;
- следует четко представлять последствия рискованных операций;
- не следует рисковать многим ради малого;
- положительное решение принимается лишь при полной уверенности в результате операции;
- при наличии сомнений решение не принимается;
- не следует считать, что в конкретной ситуации существует лишь одно оптимальное решение.

Безопасность это бдительность и контроль!

- Изучайте законодательство, налогообложение.
- Обзаведитесь надежным адвокатом или юристом (рекомендации).
- Застрахуйте свой бизнес.
- Следите за техникой безопасности.
- Контролируйте партнеров.
- Контролируйте персонал.
- Будьте внимательны, когда Вам предлагают «сладкие» условия сделки.
- Проверяйте все финансовые документы сами

**Важно понимать, что
бизнес живет по
определенным
законам.**

**Эти законы
необходимо знать.
Им нужно учиться.**

Достигнуты ли цели занятия?

- Познакомились с инструментами современного предпринимателя? Да \ нет
- Определили пробелы в знаниях и методиках? Да /нет
- Научились работать с информацией? Да \ нет
- Получили подготовительные данные к написанию бизнес плана? Да \ Нет
- Получили простые и четкие руководства к действию для начинающих предпринимателей? Да \ нет

**Спасибо за внимание и
удачного
Вам
предпринимательства!**