

Бизнес-идея: от замысла до реализации

Проект
«Открытый бизнес»

Оценка бизнес-идеи

- Диплом не имеет значения
 - Лучшие наемные сотрудники – специалисты своего дела. Лучшие предприниматели – специалисты «широкого профиля»
- Не рвите прошлые связи, не увольняйтесь с предыдущей работы
 - Рискуют «глупые» предприниматели. Умные – добиваются стабильности, планируют и управляют финансовыми потоками
- Ставьте достижимые цели
- Свобода и контроль не менее значимы, чем деньги
- 50/ 50 – для неопытных новичков
 - Не отдавайте долю своего предприятия «за так»
 - Обязательно подписывайте соглашение
 - Никакой зарплаты в период Старт-ап
- Устанавливайте связи

Самые важные навыки в
бизнесе –
продажи и маркетинг

Оценка бизнеса инвесторами

- Вариант 1 – инвестор не хочет участвовать в управлении, хочет только в инвестировании
- Вариант 2 – инвестор хочет участвовать и в управлении, и в инвестировании

Оценка бизнеса инвесторами

ЗА

- Финансовое участие инициатора проекта
- Реальные сроки окупаемости и реалистичность прогнозов
- Наличие дополнительных источников финансирования
- Прозрачность формирования финансовых потоков и отчетности
- Наличие команды
- Наличие опыта реализации аналогичных проектов
- Наличие управленческого опыта
- Наличие плана выхода

ПРОТИВ

- Отсутствие финансирования от инициатора проекта
- Непрозрачность деятельности
- Отсутствие команды, ключевая роль инициатора проекта
- Ключевая роль любого из участников проекта
- Отсутствие плана сворачивания деятельности

Как назначить цену на товар?

Назначение цены

Калькуляция
затрат

Установление
цены в
соответствии с
особенностями
бренда

Корректировка
цены с целью
обеспечения
дохода

Назначение цены

- Анализ цен конкурентов
 - > Сравнить только ОДИНАКОВЫЕ товары/ услуги
 - > Учитывать доступность ресурсов
 - > Сопоставление цен по коммерческим параметрам!
- Расчет стоимости методом «издержки+»
 - > Деление на постоянные и переменные – обязательно
 - > Учет «непредвиденных» 10 % - обязательно!
- Определение «ценового коридора»
- Поиск конкурентных преимуществ (собственной дополнительной ценности)

Назначение цены

Назначайте цену
выше или
сравнимо со
среднерыночной!



Оценка рынков сбыта

Определение целевой аудитории

Особенности целевой аудитории

Ключевые вопросы – Сколько? и Где искать?

Оценка
емкости рынка
и потенциала

Оценка
потенциальной
собственной
доли рынка

Прогноз
объемов
продаж

Оценка объемов продаж

- Расчет максимальной производительности предприятия
- Расчет минимальной производительности предприятия при условии, что деятельность предприятия еще выгодна
- **Планирование действий по привлечению клиентов и оценка бюджета**

Формирование
ключевых
признаков

Сегментирование

Оценка величины
сегментов

Выделение
целевых
сегментов

Целевая группа

- Группа, однородная по своим характеристикам
- Заинтересованы в товаре (или имеют проблему)
- Являются покупателями (потребителями) товара
- Имеют доступ к товару
- Имеют возможность купить

Признаки сегментирования

Описание потребителей (целевых групп)

- Социально-демографическими характеристиками (одежда, обувь, одежда для беременных, товары для детей, жилая недвижимость)
 - Пол
 - Возраст
 - Социальный статус
 - Образование
 - Жизненный цикл семьи
 - Принадлежность к религиозным конфессиям
- География, климат (товары для зимних и летних видов спорта, пляжный, дачный инвентарь)
- Ситуациями потребления (зоотовары, зооуслуги, фотоуслуги, грузоперевозки, бухучет, подарочный шоколад, коммерческая недвижимость)
- Поведение и мотивация (спортивные клубы, фитнес, образование)
- Стили жизни (отдых, туризм, краткосрочные образовательные программы, все предметы роскоши)

Оценка рынков сбыта. Конкуренты

Анализ конкурентов и оценка конкурентоспособности

Что важнее – широкий ассортимент или специализация?

- Конкуренция – это элемент рыночного механизма, реализующийся в форме взаимодействия рыночных субъектов и борьбы между ними за наиболее выгодные условия приложения капитала
 - > Уровень конкуренции
 - > Конкурентоспособность
- Конкурент – это ...

Уровень конкуренции. Как оценить?

Фитнес-клуб в г. Северск

НОРМА

- 1 клуб на 10 000 чел населения (в России)
- 1 клуб на 1 000 чел населения (в Европе)

РЕАЛЬНОСТЬ

- Численность населения г. Северск – 108 тыс чел
- В Северске должно быть по крайней мере 10 разнонаправленных по видам и цене фитнес-клубов **(при уровне благосостояния, когда покупка товаров повседневного спроса и белой техники не вызывает затруднений)**

Анализ конкурентов

- Анализ деятельности компаний, выявление прямых конкурентов
 - > Компании, работающие на том же географическом и товарном рынке
 - Компании, удовлетворяющие аналогичные потребности
 - Компании одного жизненного цикла
- Анализ цен (обязательно с учетом доступа к ресурсам!)
- Анализ ассортимента (с учетом запроса ЦГ)
- Анализ рекламной и PR активности
- SWOT- анализ

Анализ конкурентов. Источники информации

- Экспертные оценки
- Мониторинг мест продаж
- Поиск в Интернет
- Отраслевые обзоры
- Отчеты о проведении исследований (чужие)
- Статистические отчеты
- Выставки, конференции, семинары
- Реклама конкурентов

Оценка конкурентоспособности

- Конкурентоспособность предприятия - это его преимущество по отношению к другим предприятиям данной отрасли внутри страны и за ее пределами
- Факторы, определяющие оценку:
 - > Технико-экономические (производительность, уровень издержек, наукоемкость и т.д.)
 - > Коммерческие (каналы сбыта, группы потребителей, сервис, реклама и т.д.)
 - > Нормативно-правовые

Спасибо за внимание!

- ◎ Светлана Александрович
 - > alex13251@mail.ru