

Бизнес-модель

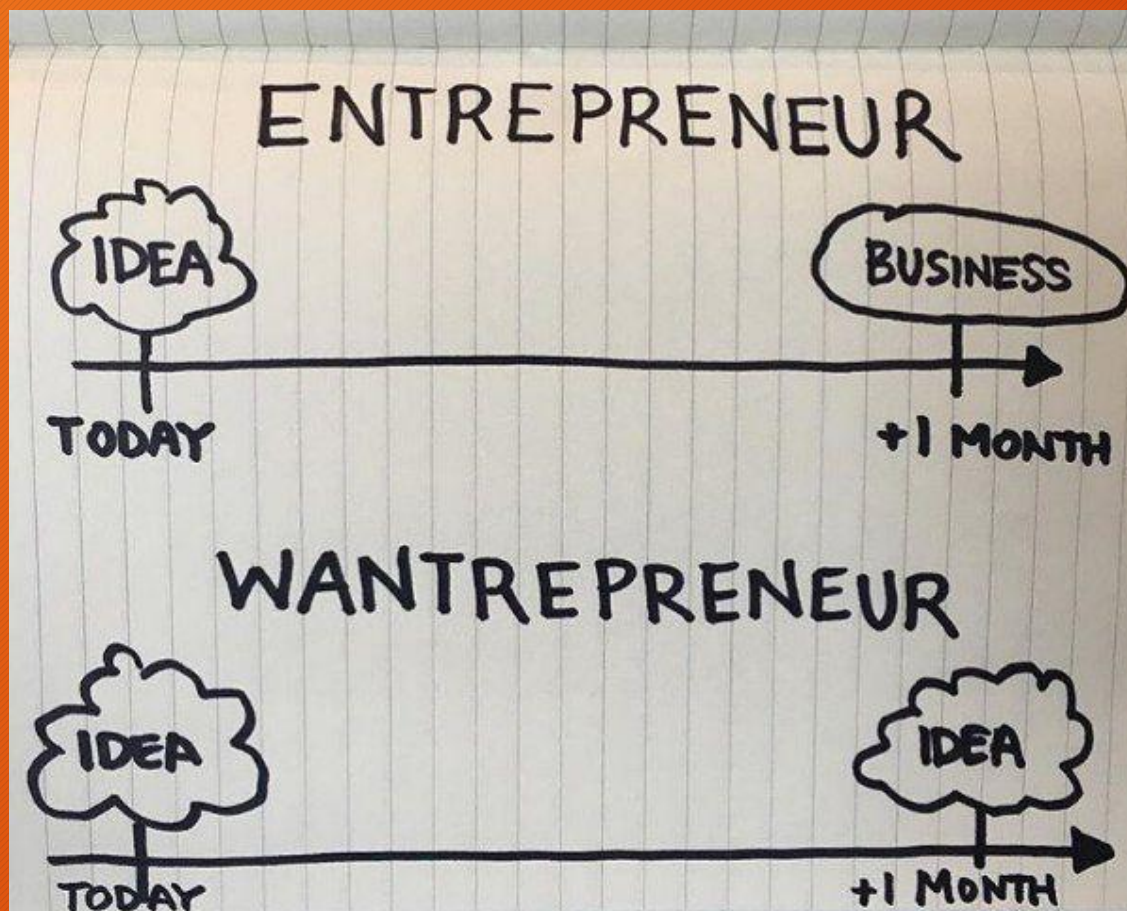


План

- Зачем нужна бизнес-модель?
- Шаблон бизнес-модели
- Практическое задание



Wantrepreneur или Entrepreneur



Entrepreneur - человек, желающий начать свой бизнес, и действительно его запускающий

Wantrepreneur - человек, желающий начать свой бизнес, но вечно пребывающий на стадии планирования

Стартап



Временная организация, созданная для поиска масштабируемой, повторяемой и прибыльной бизнес-модели в условиях экстремальной неопределенности с целью быстрого роста

- Стив Бланк, Эрик Рис, Пол Грэм

Зачем нужна Бизнес-модель?



Идея на салфетке



В лифте за 30 секунд



Бизнес-план

- ✓ Основа для финансового планирования
- ✓ Стоит ли открывать именно ЭТОТ бизнес?

Бизнес-модель



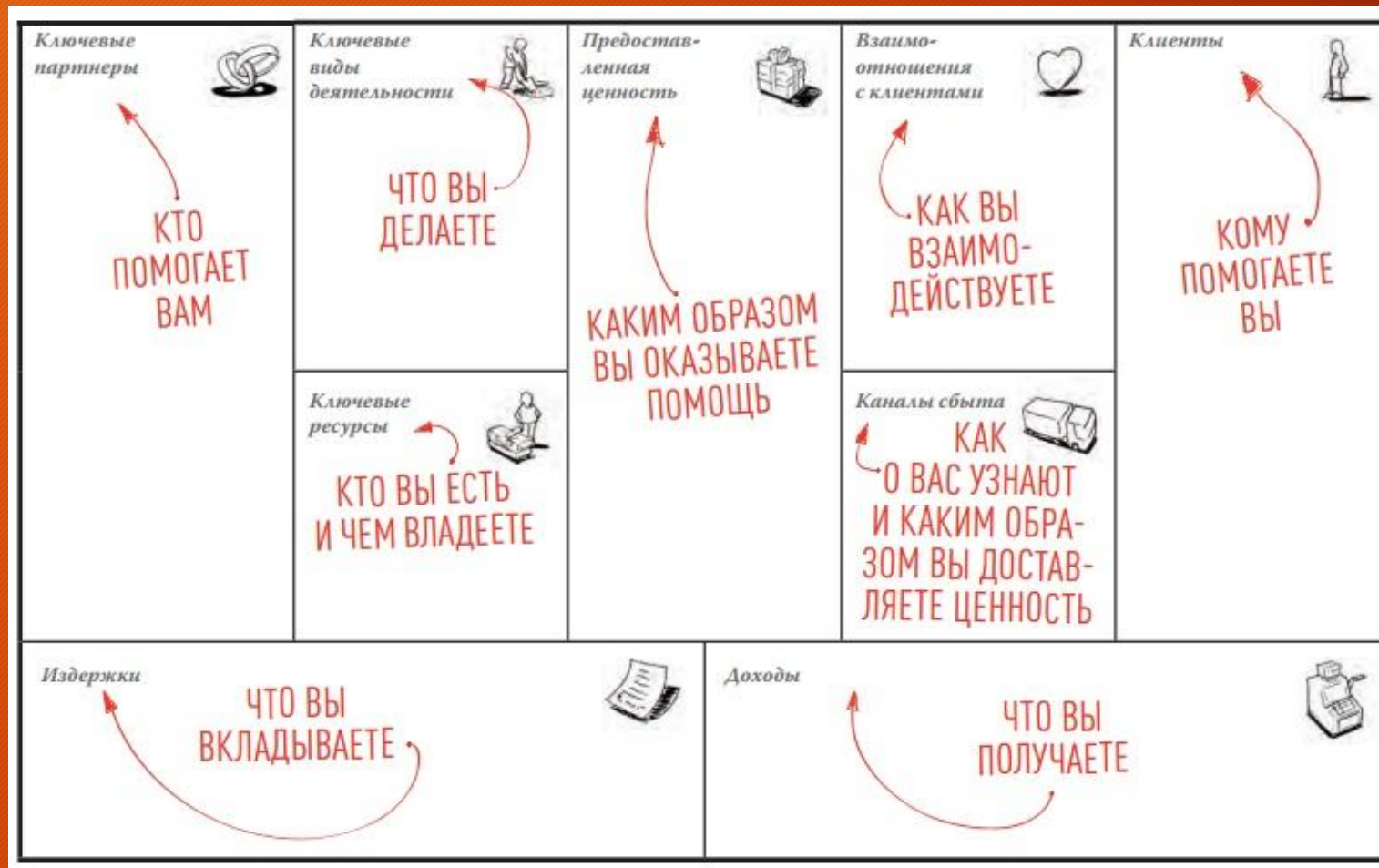
Концептуальное описание предпринимательской деятельности

- Википедия

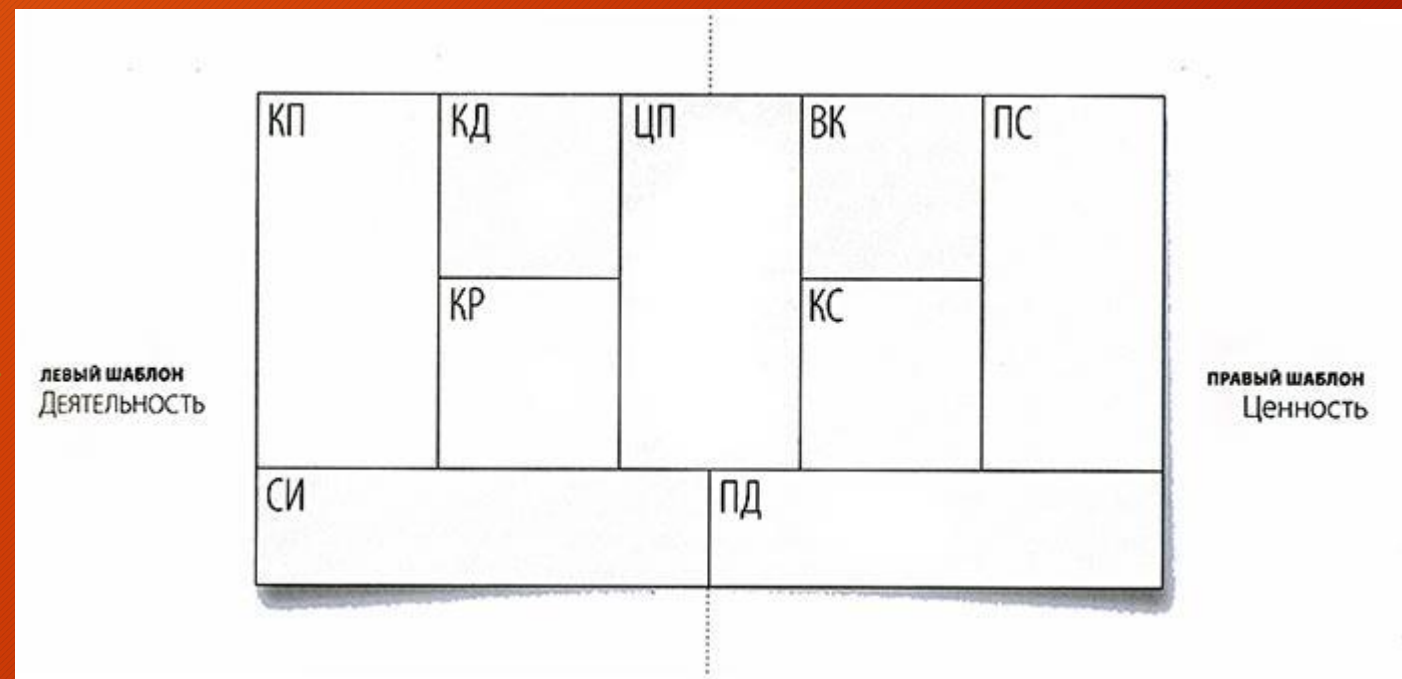
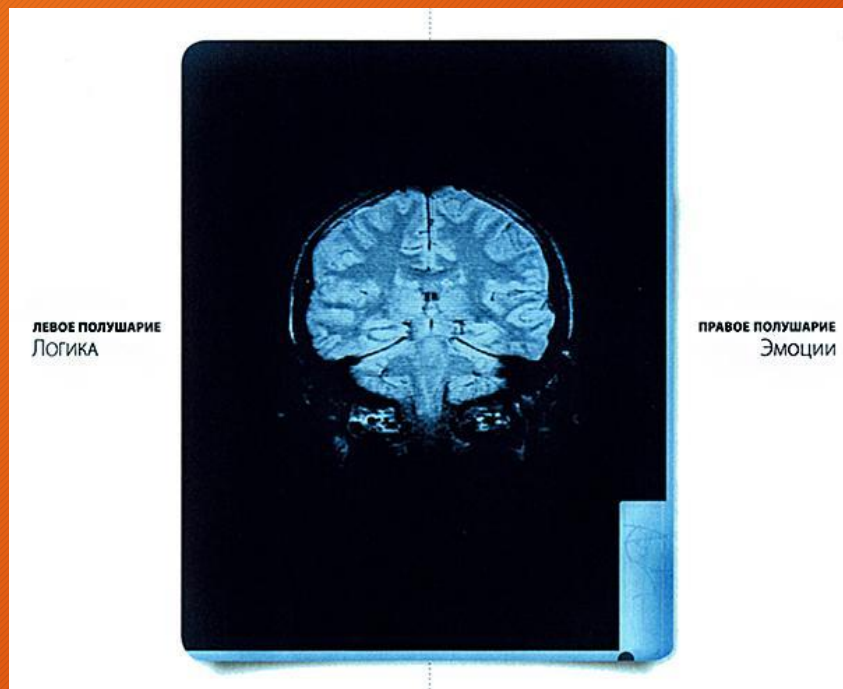
Бизнес-модель



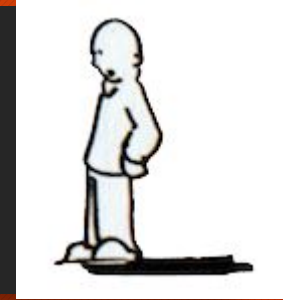
Шаблон бизнес-модели



Шаблон бизнес-модели



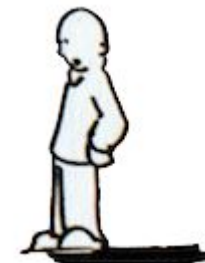
Шаблон бизнес-модели



Представьте себе первокурсников в количестве 60 душ, которые ничего не смыслят в предпринимательстве. А теперь представьте, что не прошло и пяти дней, как эти студенты смогли найти и представить жизнеспособную идею, — и все это благодаря шаблону бизнес-модели. Они использовали этот инструмент, чтобы охватить все аспекты построения нового бизнеса

- Гийом Бертоле, Франция

Клиенты/Потребительские сегменты




Какие группы потребителей компания предполагает привлекать и обслуживать

Профиль клиента:

- возраст
- семейное положение
- уровень доходов
- место проживания (география)
- пол
- сфера занятости
- уровень должности

Rachel
Small Business
Owner



- Social Media Marketing
- Key decision-maker

Demographics

- Age 32-39
- Skews female
- \$90,000/yr
- Urban location
- Master's degree
- Married, no kids

Goals and Challenges

- Save time online
- Find interesting content to share
- Maximize social media resources

How we can help

- Schedule posts to a queue
- Content suggestions

Пример



Два разных взгляда одного и того же пользователя



Демографические характеристики:

- ♦ Мама
- ♦ Возраст: 25-34
- ♦ Годовой доход: \$70 тыс.



Психографические характеристики:

- ♦ Женщина
- ♦ Ребенок в возрасте от 5 до 9 месяцев
- ♦ Тратит ежемесячно \$1500 в интернете
- ♦ Живет в 1000 милях от родителей и родителей мужа и в трех милях от детского сада

Клиенты/Потребительские сегменты



Ценностное предложение



Причина, почему клиенты отдают предпочтение одной компании перед другой

Ценностное предложение



- ✓ Новизна (сотовые телефоны)
- ✓ Производительность (компьютеры)
- ✓ Изготовление на заказ
- ✓ «Делать свою работу» (двигатели Rolls-Royce, клининг)
- ✓ Дизайн (мода, бытовая техника)
- ✓ Бренд/статус (часы Rolex)
- ✓ Цена (Scat, BekAir)
- ✓ Уменьшение расходов (аутсорсинг бухгалтерии)
- ✓ Снижение риска («Проверено Колесами»)
- ✓ Доступность (KASE)
- ✓ Удобство/применимость (iTunes)

Пример

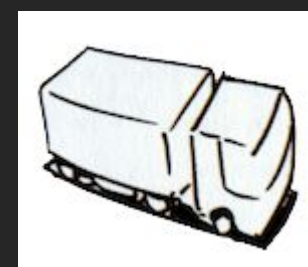


«Забудьте о проблемах с организацией свадьбы. Подготовим праздник за 10 дней, от ресторана до свадебного автомобиля»

«Говорите на испанском языке уже после 7 занятий по авторской методике школы Grand Espanol. Запись до 1 декабря»

«Уборка складских и офисных помещений техникой Karcher от 400 рублей кв. м. При заказе сегодня до 15.00 первая уборка — бесплатно»

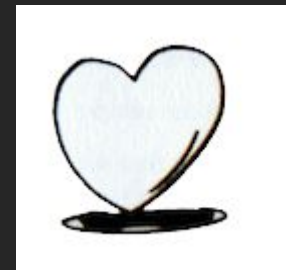
Каналы сбыта



Как компания взаимодействует с клиентами и доносит до них ценностные предложения

Каналы сбыта		Этапы					
Собственные	Прямые	Торговые агенты	1. Информационный Как мы повышаем осведомленность потребителя о товарах и услугах нашей компании?	2. Оценочный Как мы помогаем клиентам оценивать ценностные предложения нашей компании?	3. Продажный Каким образом мы предоставляем клиентам возможность приобретения определенных товаров и услуг?	4. Доставка Как мы доставляем клиентам наши ценностные предложения?	5. Постпродажный Как мы обеспечиваем клиентам постпродажное обслуживание?
		Продажи через Интернет					
Партнерские	Непрямые	Фирменные магазины					
		Партнерские магазины					
		Оптовики					

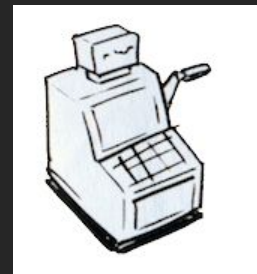
Взаимоотношения с клиентами



Какие отношения компания хочет установить с клиентами

- ✓ Персональная поддержка (место продажи, колл-центр, email)
- ✓ Особая персональная поддержка (прикрепление к конкретному клиенту)
- ✓ Самообслуживание (столовая «Каганат»)
- ✓ Автоматизированное обслуживание (онлайн-рекомендация книги)
- ✓ Сообщества (GlaxoSmithKline)
- ✓ Совместное создание (YouTube)

Доходы

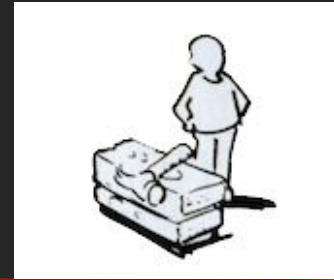


Как компания получает доход

- ✓ Продажа активов (Mercedes продает авто)
- ✓ Плата за использование (мобильная связь, количество дней в отеле)
- ✓ Оплата подписки (тренажерный зал)
- ✓ Аренда/рента/лизинг (почасовая аренда авто)
- ✓ Лицензии (авторские права, патенты)
- ✓ Брокерские проценты (риелтор)



Ключевые ресурсы



Наиболее важные активы, необходимые для функционирования бизнеса

- ✓ Материальные ресурсы
- ✓ Интеллектуальные ресурсы
- ✓ Персонал
- ✓ Финансы

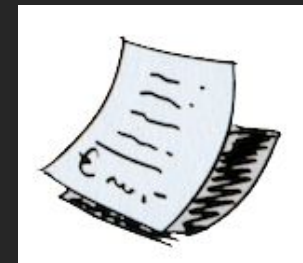
Ключевые виды деятельности



Какие действия компания должна выполнять для реализации ее бизнес-модели

- ✓ Производство (заводы)
- ✓ Разрешение проблем (консалтинг, больницы)

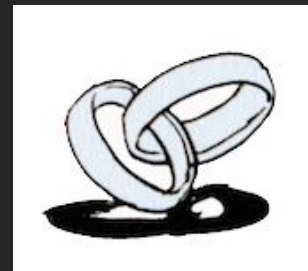
Ключевые партнеры



Описывает сеть поставщиков и партнеров

- ✓ Оптимизация или экономия в сфере производства
- ✓ Снижение риска и неопределенности (локальные партнеры)
- ✓ Совместная деятельность (мобильные телефоны и операционная система по лицензии, страховая компания и независимые агенты)

Издержки



Расходы, связанные с функционированием бизнеса

- ✓ Фиксированные издержки (зарплата, аренда, средства производства)
- ✓ Переменные издержки (стоимость комплектующих)

Где можно использовать шаблон



- Государственная сфера
- Консалтинг
- Искусство, культура, музыка (Cirque de Solei)
- Социальный проект
- Персональная оценка
- Конкурсы проектов
- Здравоохранение
- МСБ

Литература



Эта книга — для стратегов и новаторов, для тех, кто меняет правила игры и всегда готов пойти на риск ради разрушения устаревших бизнес-моделей и построения предприятий будущего

Построение бизнес-моделей

АВТОРЫ:

Александр Остервальдер
и Ив Пинье

В соавторстве с армией
из 470 практиков из 45 стран мира

ДИЗАЙН:

Алан Смит, The Movement



А. Остервальдер
«Построение бизнес-моделей»