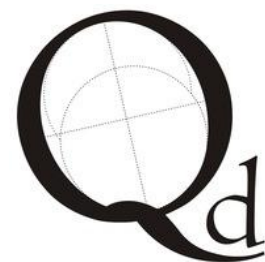


Популярные бизнес-модели



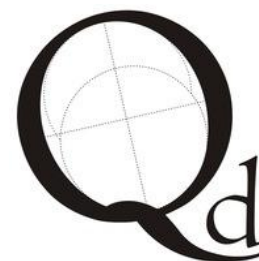
Что такое бизнес-модель?

Бизнес-модель – это сама суть бизнеса, идеальная система, по которой он должен функционировать. БМ может быть описана словами или выражена графически, но самое главное - она должна давать ответ на вопрос как вы зарабатываете деньги?



Основные компоненты бизнес-модели

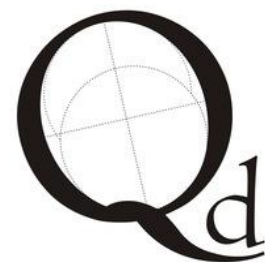
1. Продукт.
2. Потребители.
3. Маркетинг (каналы сбыта).
4. Поставщики и производство.
5. Рынок (тип, объем).
6. Конкуренты.
7. Финансы (структура расходов и доходов).
8. Факторы неэкономического характера, которые могут повлиять на ваш бизнес.



Почему именно интернет-стартапы?



(по данным РБК, Venture Database, Rusbase, PWC)



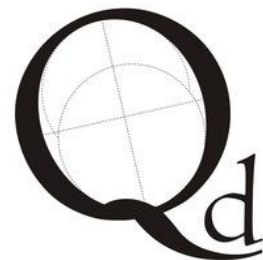
Рынок электронной коммерции



Объём интернет-торговли в мире (по данным 2013 года графике от SearchLaboratory.com)



- ✓ облачные технологии;
- ✓ образование;
- ✓ медиа и реклама;
- ✓ игровая индустрия;
- ✓ социальные медиа;
- ✓ электронная коммерция;
- ✓ безопасность;
- ✓ краудсорсинг;
- ✓ мобильные;
- ✓ контент;
- ✓ стартап-финансирование;
- ✓ софт для бизнеса.



Многообразиие бизнес-моделей для интернет-стартапов

- ✓ посредническая;
- ✓ рекламная;
- ✓ информационная;
- ✓ торговая;
- ✓ производственная;
- ✓ партнерская;
- ✓ комьюнити;
- ✓ подписная;
- ✓ по потреблению.

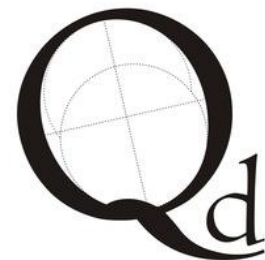
Рассмотрим самые популярные из них.



Бизнес-модель на основе платного доступа

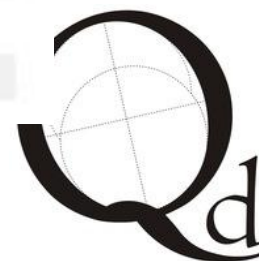
Бизнес-модель на основе платного доступа пользуется популярностью в сегменте b2b (бизнес-для-бизнеса).

Пользователи платят ежемесячную абонентскую плату за пользование сервисом. Преимущество такой модели очевидно (Вы не продаете все и сразу), и в некотором роде проще продажи рекламы. Кроме того, в сегменте b2b платежеспособная аудитория (это очень важный момент, так как платный доступ для b2c (бизнес-для-покупателя) аудитории не очень привлекателен, сходу можно вспомнить такую модель только у журналов Linux Format и «Популярная механика»).



Бизнес-модель на основе платного доступа

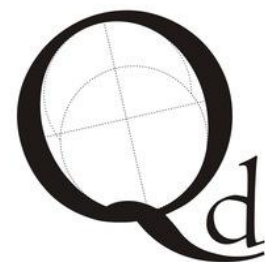
	Gold	Silver	Bronze	Tin	Free
	Gold	Silver	Bronze	Tin	Free
	\$589 / month	\$289 / month	\$89 / month	\$19 / month	\$0 / month
	Sign Up	Sign Up	Sign Up	Sign Up	Sign Up
	15-day FREE Trial	15-day FREE Trial	15-day FREE Trial	15-day FREE Trial	
	BEST VALUE				
	VOTERS (WHAT'S THIS?)				
	10,000 / month	5,000 / month	1,000 / month	100 / month	100 / month
	FORUMS				
	unlimited forums Private Forums	unlimited forums Private Forums	unlimited forums Private Forums	unlimited forums <u>Private Forums</u>	1 forums
	MANAGE WITH EASE				
	Analytics Moderation Tools	Analytics Moderation Tools	Analytics Moderation Tools	<u>Analytics</u> <u>Moderation Tools</u>	
	IMPROVED SEO				
	Domain Aliasing	Domain Aliasing	Domain Aliasing	<u>Domain Aliasing</u>	



Freemium-модель

Бизнес-модель на основе платных дополнительных сервисов.

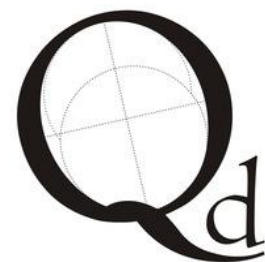
Эту бизнес-модель используют различные сайты, например, когда за SMS происходит поднятие анкеты пользователя выше в результатах поиска. Онлайн-игры в последнее время тоже работают по этой модели. Доступ к основному сервису или контенту предоставляется совершенно бесплатно, а зарабатывают они на разных дополнительных услугах, в том числе и продавая за реальные деньги виртуальные товары, усиливающие положение игрока.



Бизнес-модели на основе платного размещения

Существуют различные сайты, посвященные тем или иным услугам. Например, каталоги ресторанов в том или ином городе. Они бесплатны для пользователей. А зарабатывают они, получая средства от ресторанов, желающих находиться в каталоге.

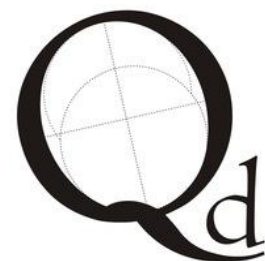
Среди сайтов такого плана много туристических порталов с размещением информации от турфирм и отелей. Эта модель тоже вполне жизнеспособна при наличии популярного сайта.



Бизнес-модель Infomediary

Infomediary – это построение бизнеса, основанного на предоставлении данных и интернет-аналитики, например:

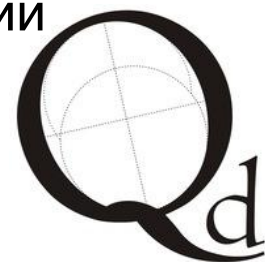
- об использовании приложений и групп в Facebook;
- о посещаемости сайтов;
- о просмотрах видеороликов.



Рекламная модель

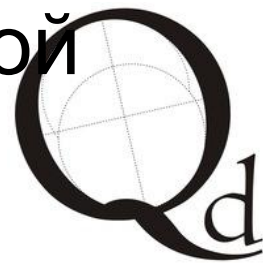
Заработать на рекламе Вы сможете, если будете знать «правила игры» и существующее положение дел в этом сегменте рынка.

Есть разница в эффективности баннерной и контекстной рекламы. До недавнего времени большие деньги можно было привлекать за размещение баннеров. Но и сегодня, и некоторое время назад много заработать на подобной модели не так просто. Во-первых, Ваш ресурс должен иметь достаточно большую посещаемость – порядка несколько десятков тысяч посетителей в день. Во-вторых, важна его тематика. Нужно четко представлять себе аудиторию ресурса, не помешают и контакты в рекламных агентствах или хороший (опытный) менеджер по продажам, умеющий выстраивать бизнес – коммуникации

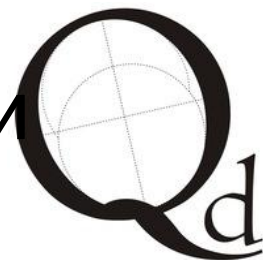


Основные категории бизнес-моделей включают в себя

- Посредническая (Brokerage). Организации получают процент или гонорар за сделки, чаще всего в сегментах business-to-business (B2B), business-to-consumer (B2C) или consumer-to-consumer (C2C). Сюда можно отнести не только всевозможные биржи и торговое посредничество, но и платежные системы, получающие свой процент от транзакций.

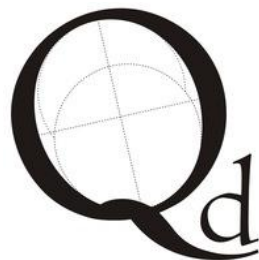


- Основные категории бизнес-моделей включают в себя
- Рекламная (Advertising). Доход поступает от демонстрации рекламы или переходы пользователей на сайты рекламодателей; функционал сайта чаще служит для привлечения массовой аудитории или таргетинга рекламы.
 - Информационная (Infomediary). Доход получается за счет продажи информации: данных об аудитории, метапосредники между продавцами и покупателями и другие.



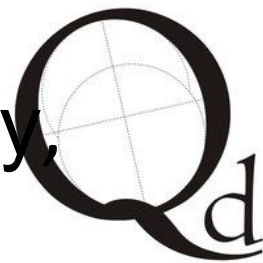
Основные категории бизнес-моделей включают в себя

- Торговая (Merchant). Непосредственная продажа товаров и услуг.
- Производственная (Manufacturer / Direct). Здесь выгоду получает производитель товара не за счет интернета как такового, а благодаря сокращению "расстояния" между ним и потребителем его продукции.



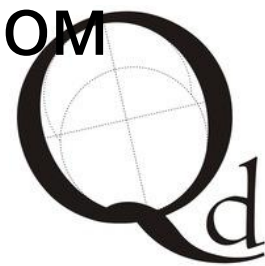
Основные категории бизнес-моделей включают в себя

- Партнерская (Affiliate). Снова разновидность рекламной модели, где доход приходит от владельцев сайтов-партнеров в обмен на приходящих покупателей (посетителей).
- Сообщество (Community). Здесь название класса моделей характеризует даже не источник дохода (он может поступать от продажи платных услуг, рекламы или пожертвований), а среду, где этот доход генерируется.



Основные категории бизнес-моделей включают в себя

- Подписка (Subscription). Доход поступает от пользователей, оформляющих подписку на определенные сервисы.
- По потреблению (Utility). "Антипод" модели подписки, где клиенту также предоставляется определенный сервис, но форма оплаты базируется на потребленном трафике / полученной информации или другом количественном показателе, но не на времени (как в случае с "классической" подпиской).



Рейтинг популярности бизнес-моделей

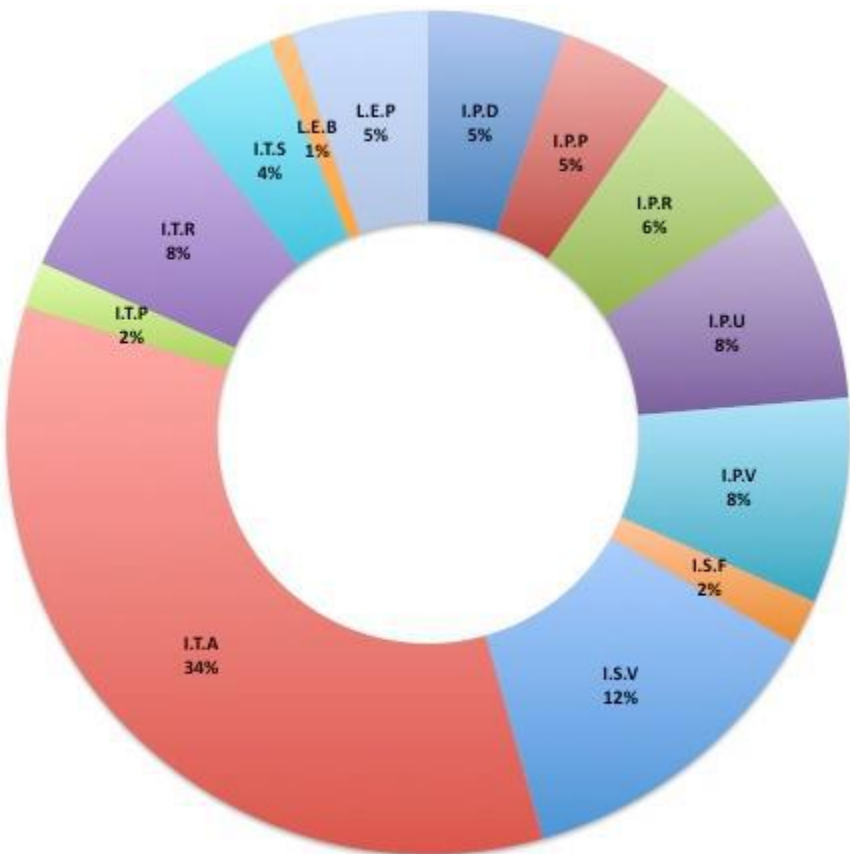
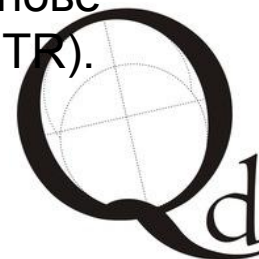
I — с прямым доходом,

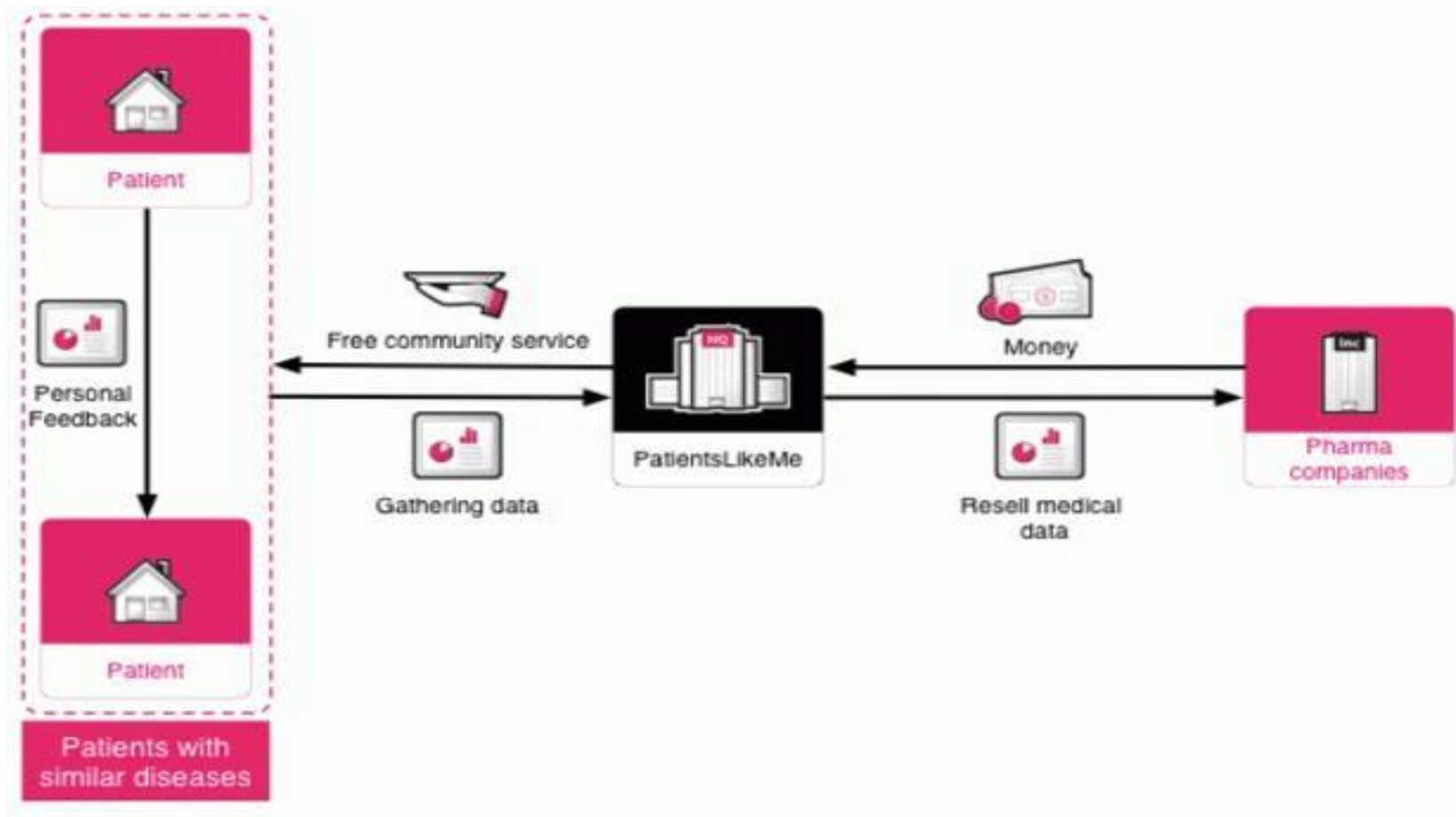
L — с долгосрочным доходом.

(ITA, 34%) — классическая рекламная модель, в которой сервис предоставляется пользователю бесплатно, а доходы поступают от третьей стороны, оплачивающей показы рекламы.

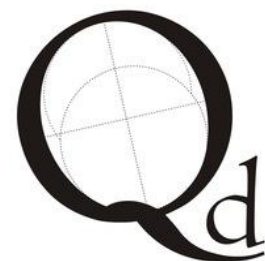
(ISV, 12%) — модель подписки с различными ставками для разных пользователей.

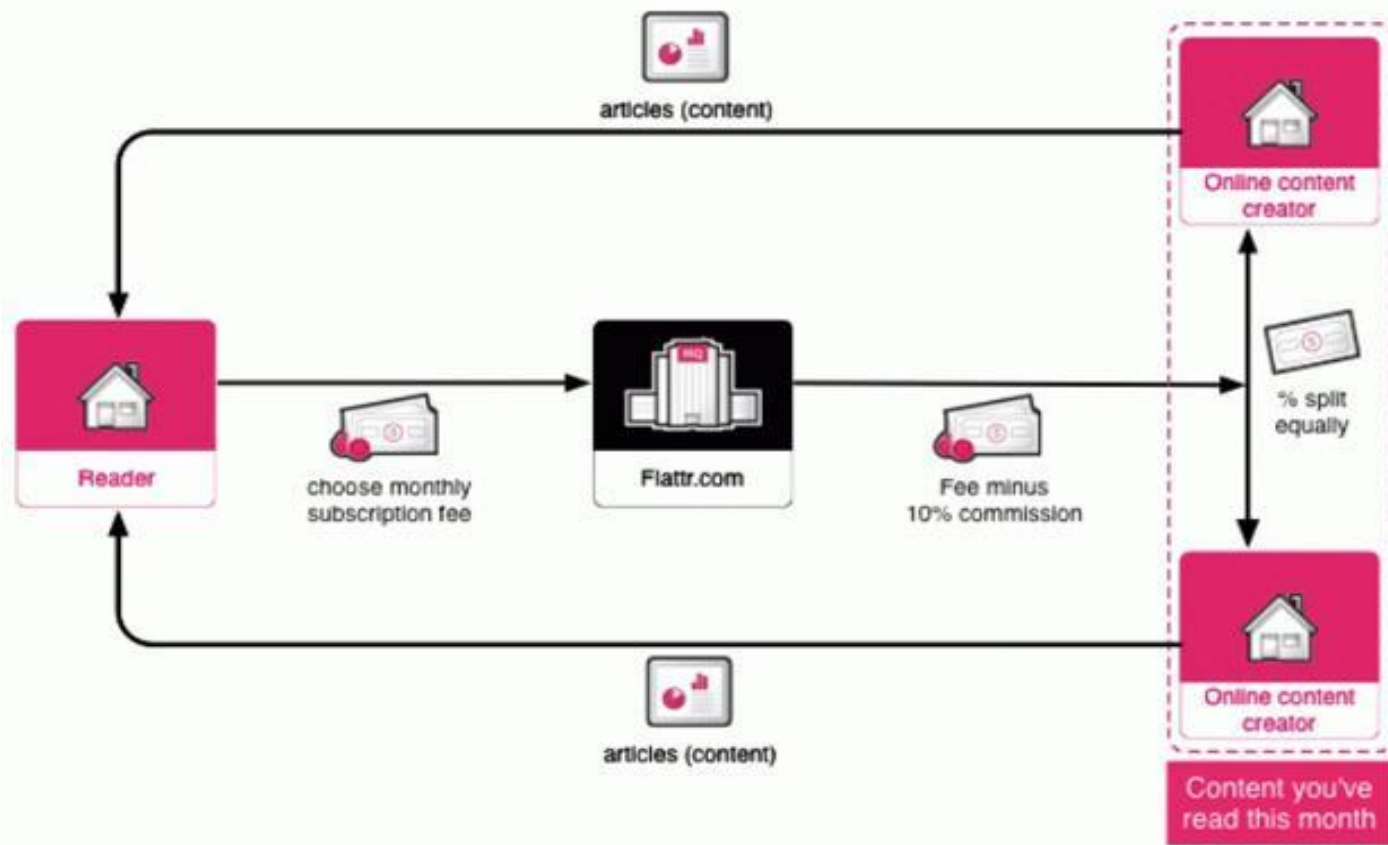
Третье место (по 8%) поделили между собой продажи конечным пользователям виртуальных товаров (IPV), сбор микро-платежей за использование он-лайн сервисов (IPU), а также рекламная модель на основе переходов на сайты спонсоров (ITR).



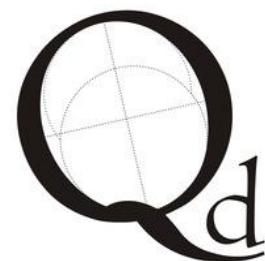


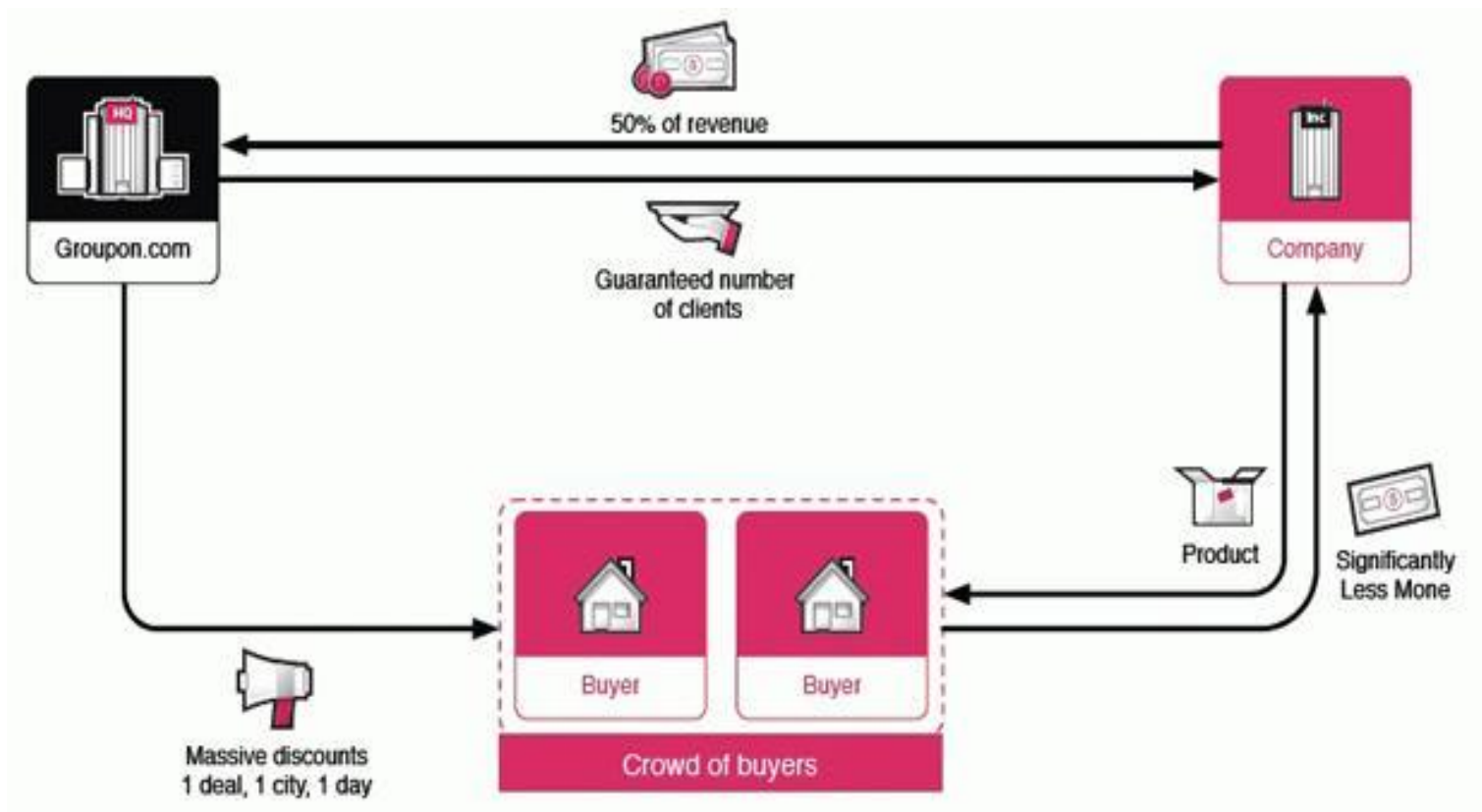
PatientsLikeMe.com - это социальная сеть для пациентов клиник. Люди выкладывают в открытый доступ информацию о своих заболеваниях. Этот бесплатный сервис привлек десятки тыс. пациентов. Собранные данные перепродаются за кругленькие суммы.



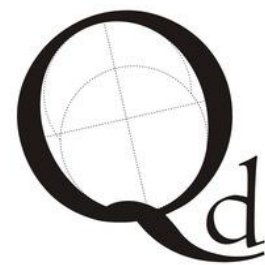


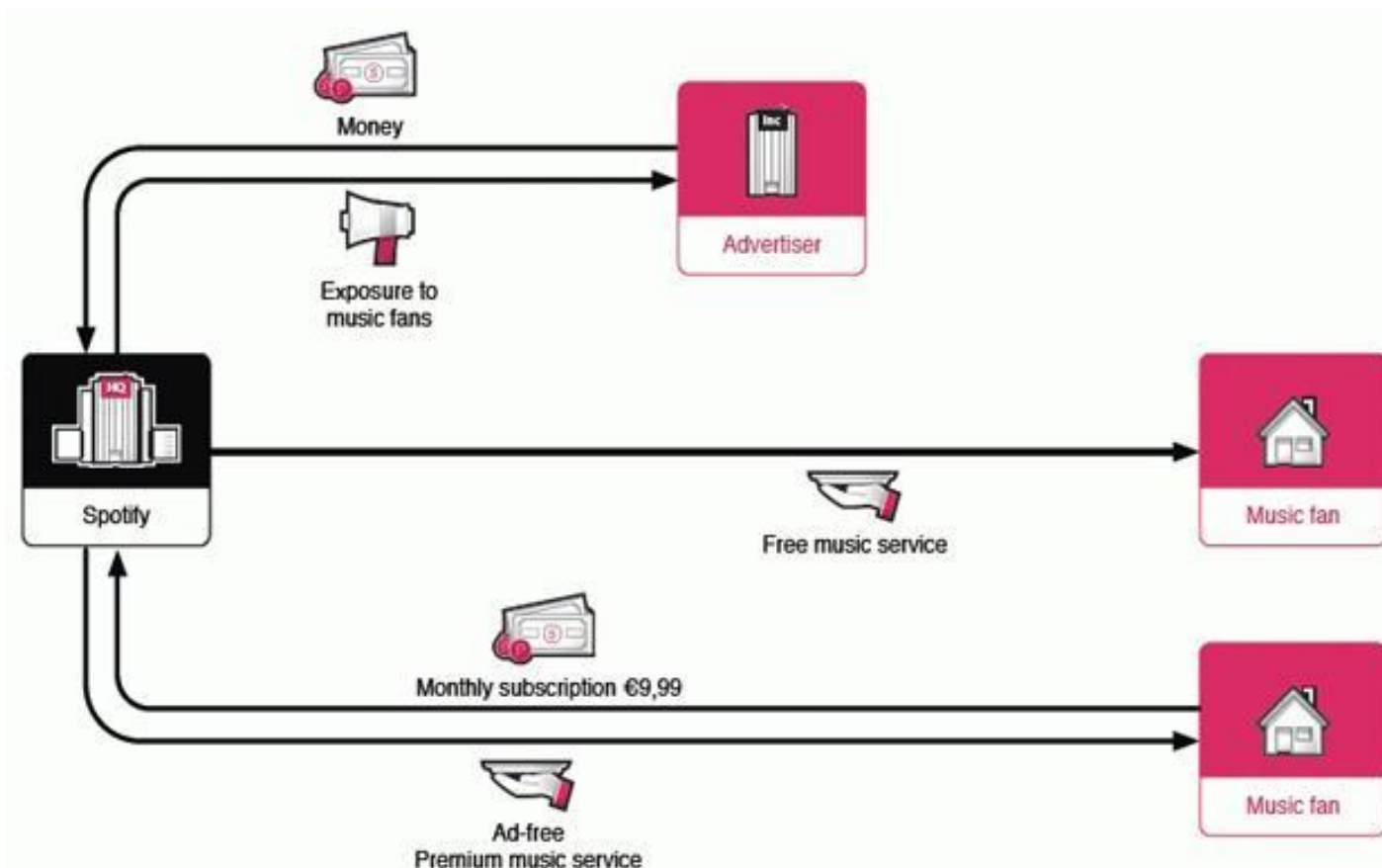
Flattr.com - система сбора пожертвований авторам в интернете. Как и для *facebook* для *flattr* есть кнопка типа *Like*. Пользователи употребляют мегабайты информации и кое-кто готов за это платить. Вы решаете какую сумму вы готовы пожертвовать, позже система распределяет денежные средства м/у авторами, забрав себе 10 процентов. Для примера: 1 статья в *Wikileaks* собирает в среднем более 3500 пожертвований.



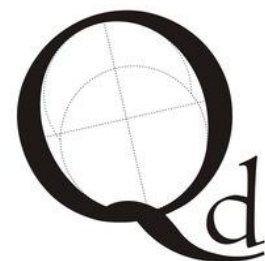


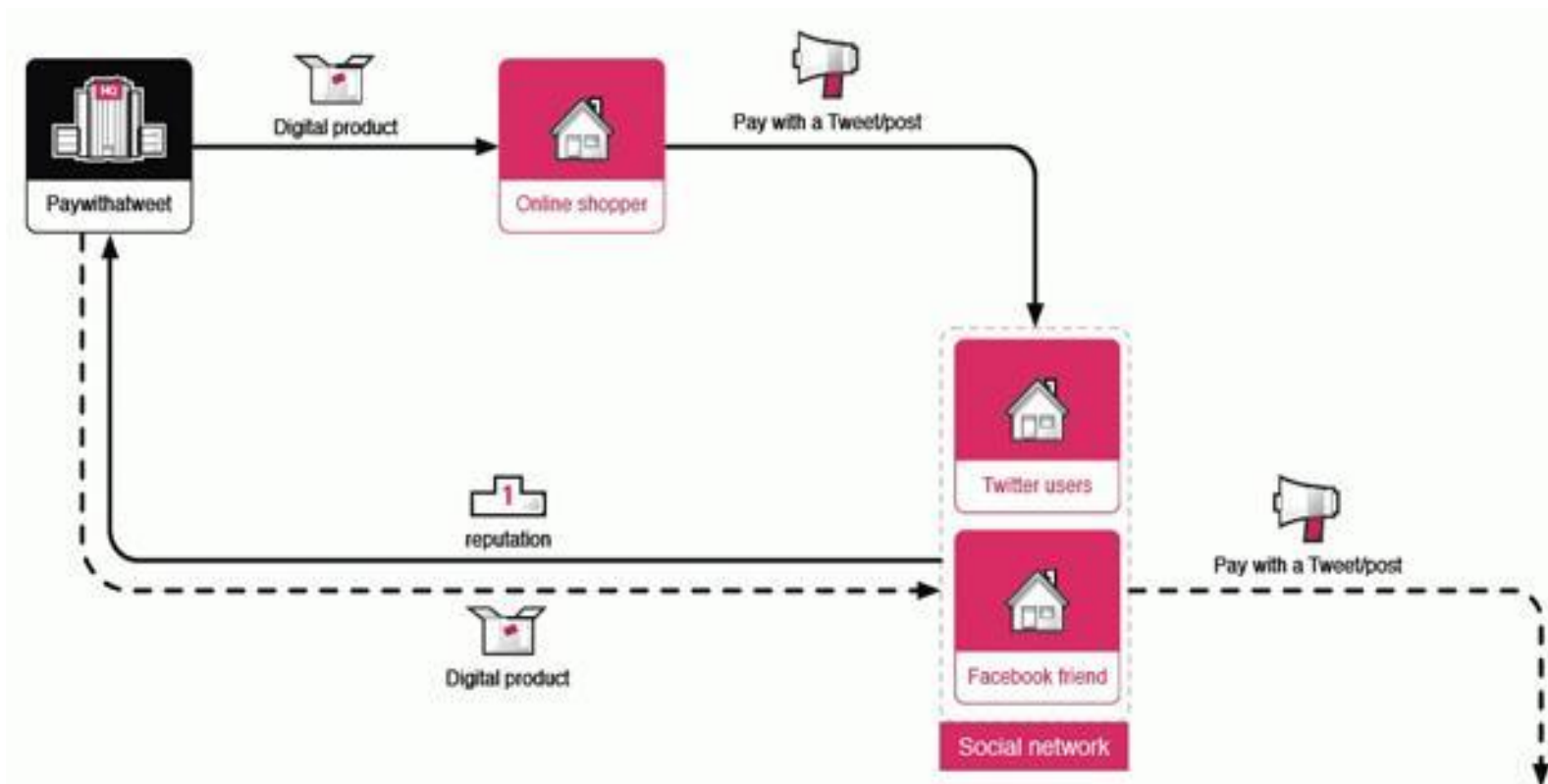
Groupon.com - максимально с высокой скоростью растущая компания, имеющая сотни клонов по всему миру. Реализует схему получения скидок на товары или услуги, когда набирается достаточное число клиентов. Groupon берет 50 процентов от прибыли за продвижение товара.



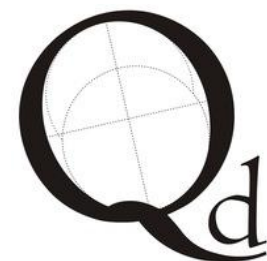


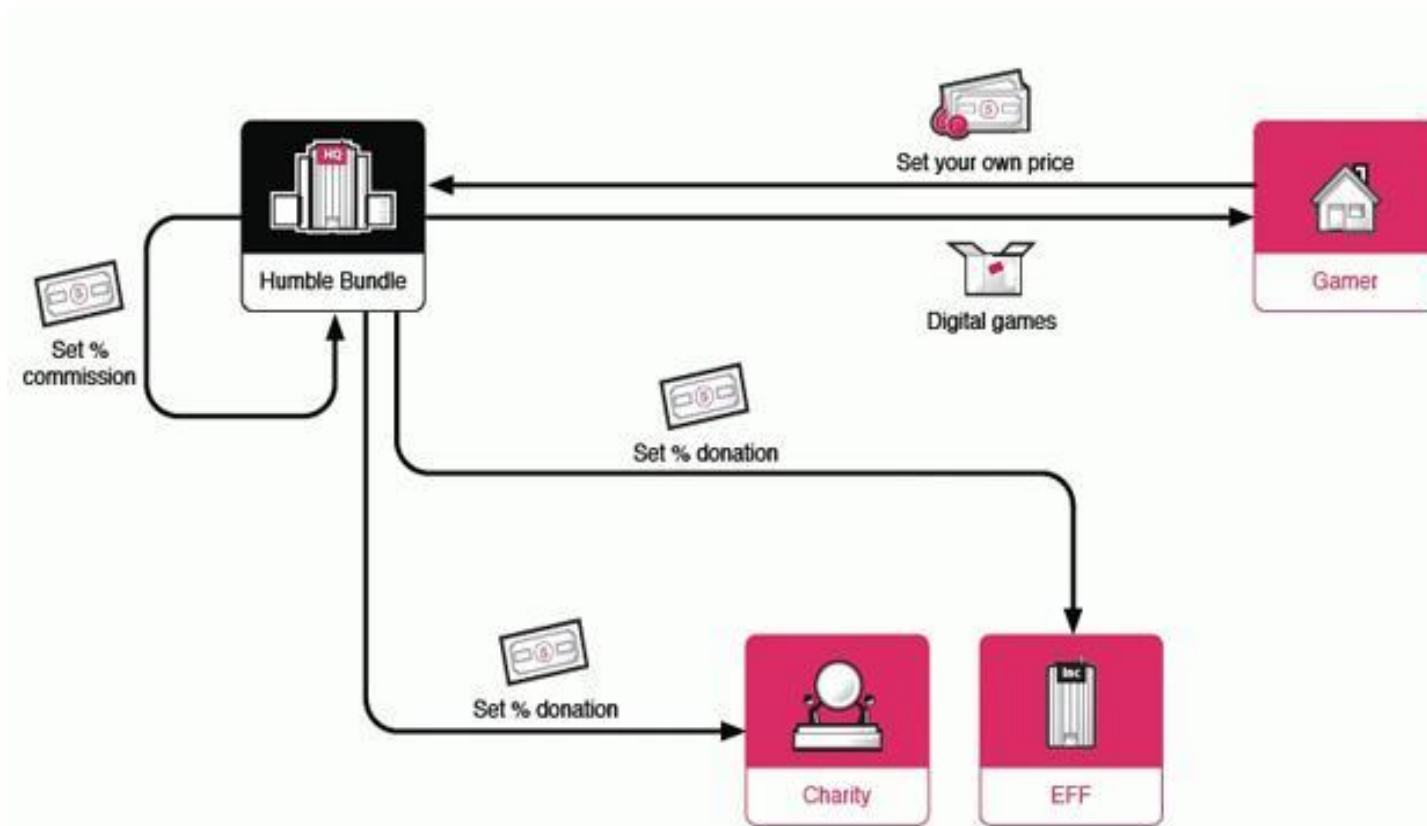
Spotify.com - бесплатный сервис получения музыкального контента. Зарабатывают на рекламе идущей вместе с контентом. Есть система платной подписки для выключения рекламы.



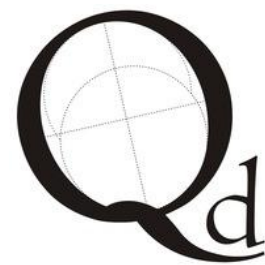


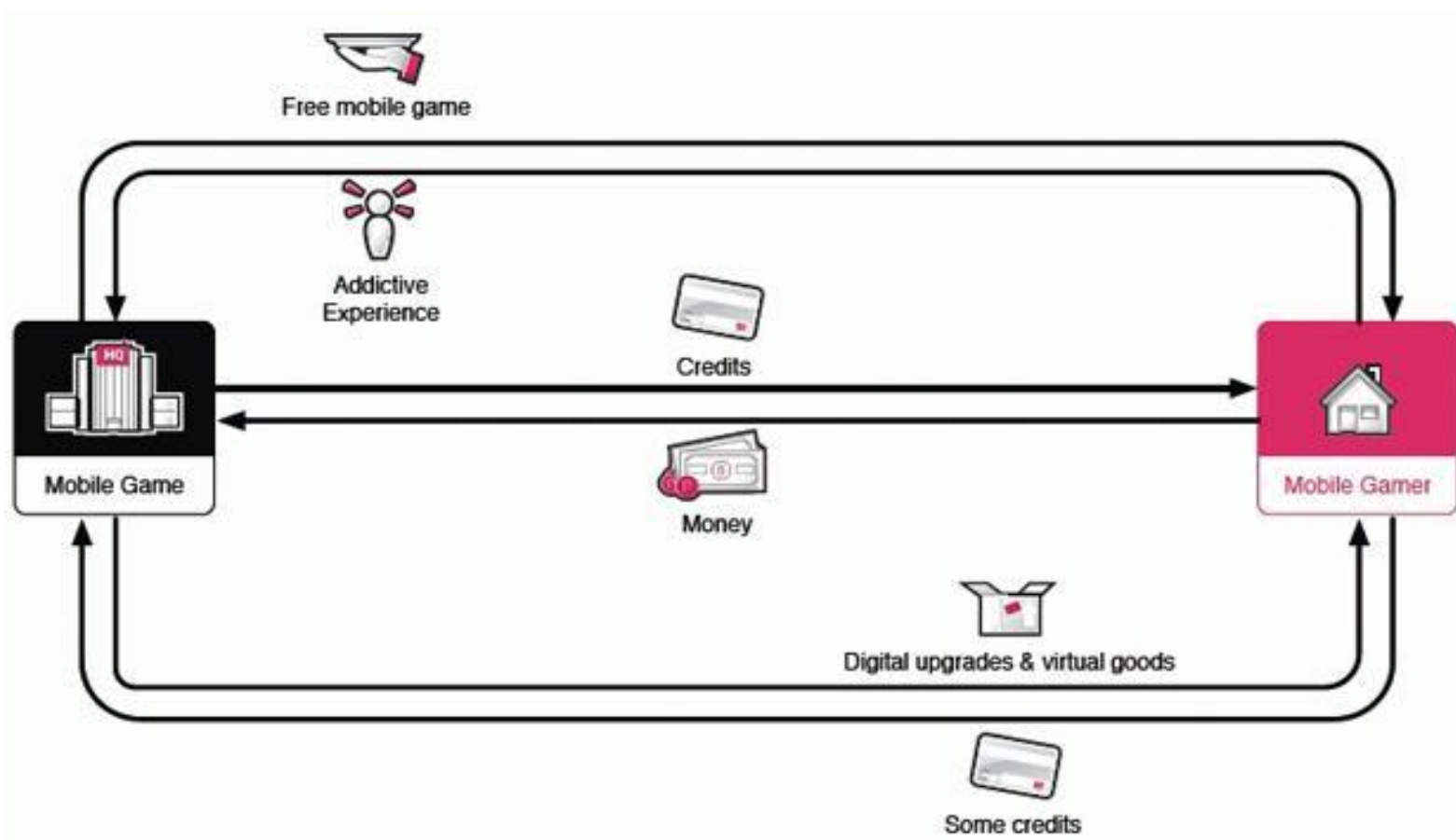
PayWithATweet.com - Система оплаты товара за продвижение в социальных сетях. Дает вирусный эффект рекламе. Более 300 000 человек уже воспользовалось данным сервисом



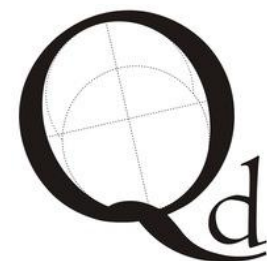


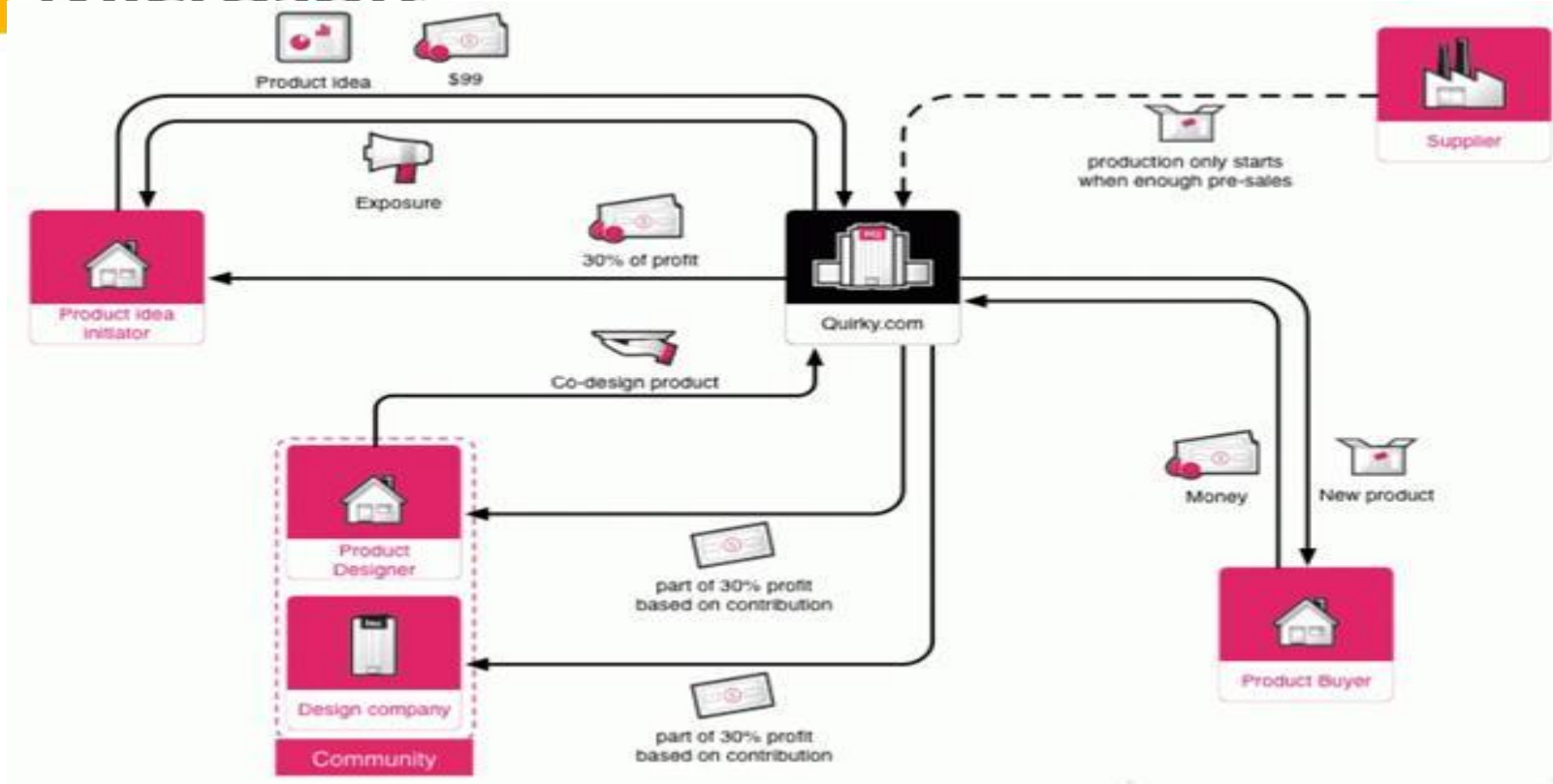
HumbleBundle.com - сервис по продаже и поддержке независимых игр. Вы сами решаете сколько вы платите. *Информация* о предыдущих покупателях задает условную вилку цен. Для поднятия продаж сервис дает пользователям *контроль* сколько тратить денег на те или иные цели.



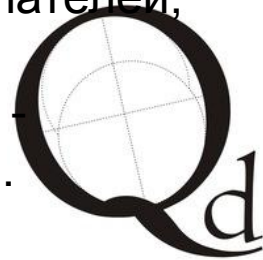


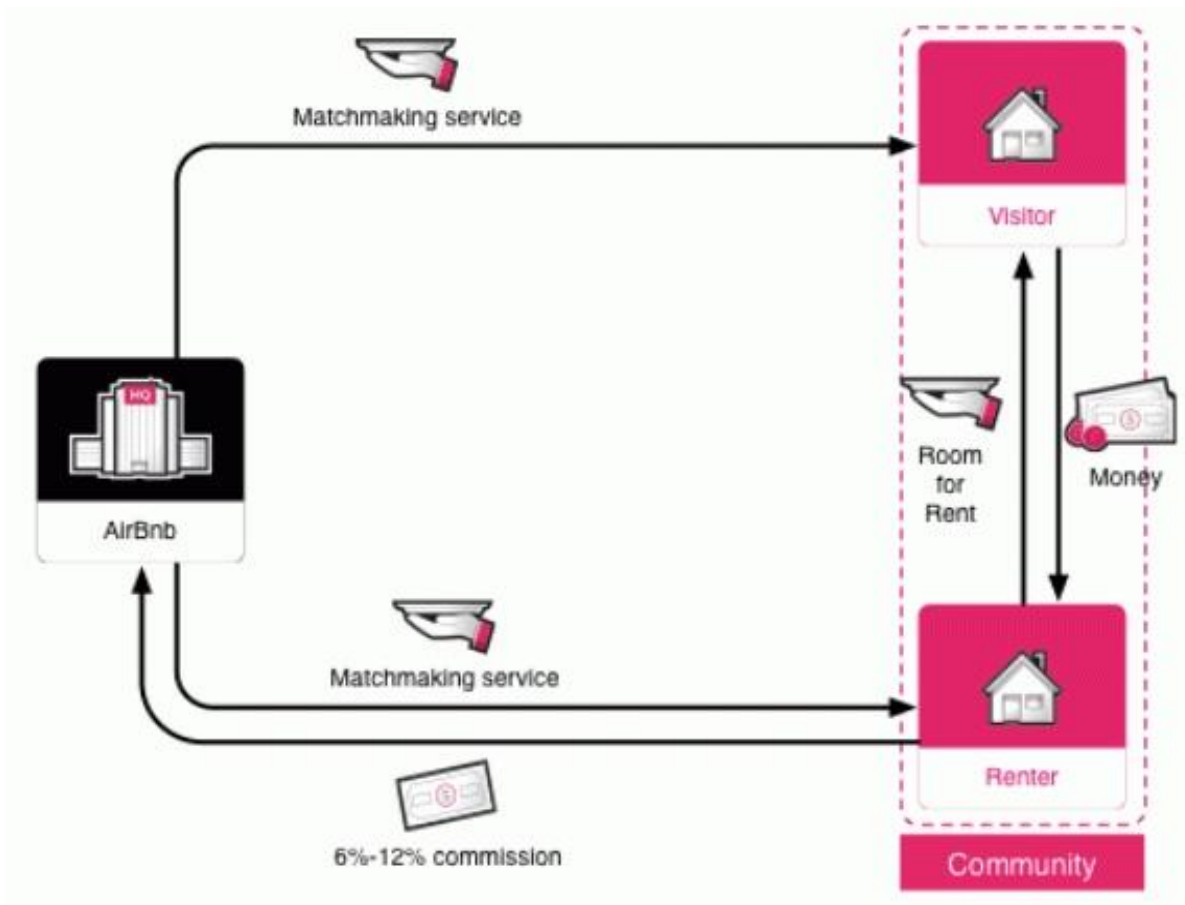
Продажа внутри приложений. Сначала пользователя привлекают бесплатными играми, а потом предлагают приобрести дополнения и виртуальные товары.



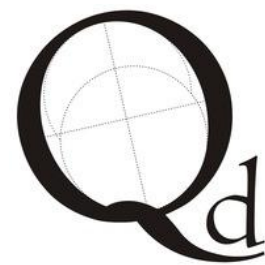


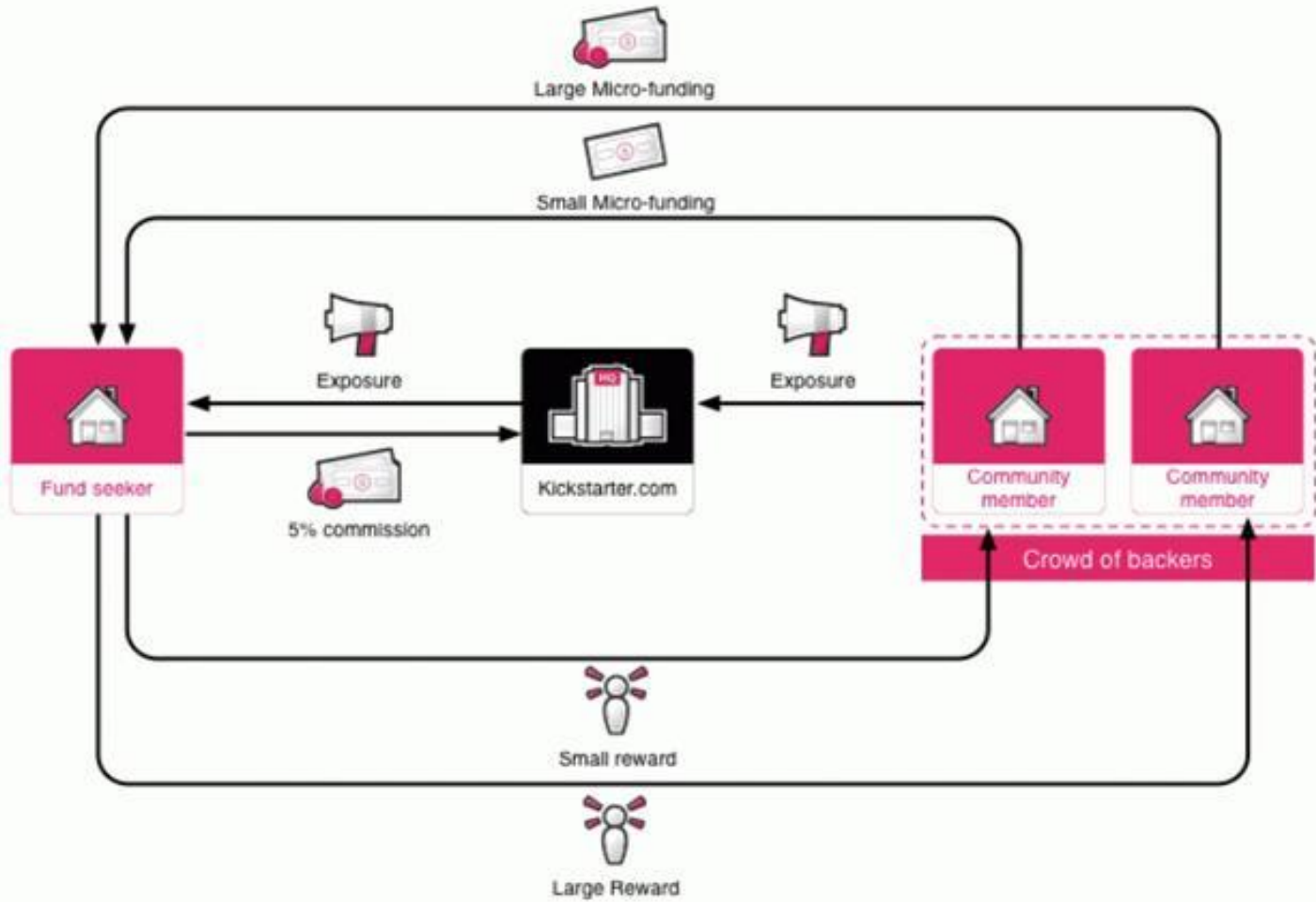
Quirky.com - сервис для объединения людей, чтоб выпускать новые продукты. Создатель идеи платит 99\$, чтоб опубликовать идею. Сообщество дизайнеров улучшают и дополняют этот продукт. Производители устанавливают сперва наименьшее число продаж. Если располагается достаточное число покупателей, то продукт выпускается. Создатель идеи получает 30% прибыли, 30% распределяется в сообществе, которое помогало сделать продукт и 30% распространителям. Каждую неделю ресурс выпускает 2 новых продукта.



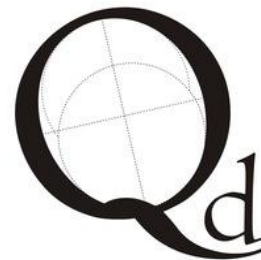


Airbnb.com - P2P модель, чтобы обычные люди могли сдать в аренду комнаты друг другу. Airbnb берет комиссию до 12% в зависимости от цены аренды.

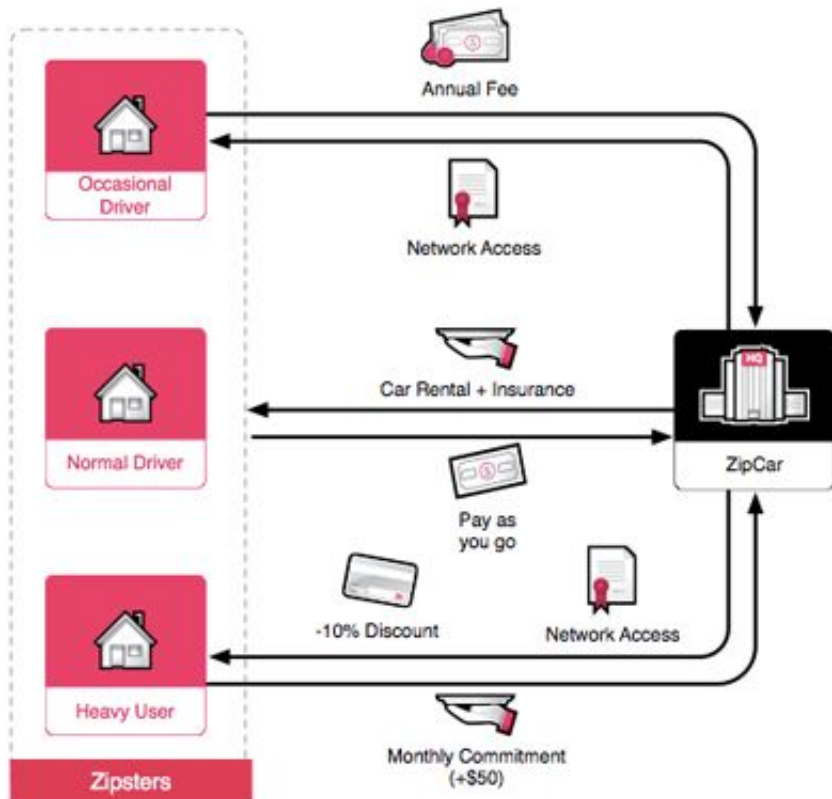




KickStarter.com - рынок для тех, кто разыскивает инвесторов. Бизнесмены выставляют свои идеи и находят желающих увеличить собственный нажитый капитал. Вложив в проект, инвесторы получают *прибыль* в зависимости от размера вложенных средств. Сервис берет 5% комиссии от размера вложения

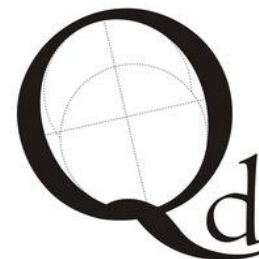


Визуализация бизнес-модели



Компания Board of Innovation визуализировала основные компоненты бизнес-модели, с помощью которых можно составить наглядную схему движения денежных средств в рамках бизнес-модели. Комплект для моделирования можно скачать с сайта компании:

http://www.boardofinnovation.com/templates/business_model_template.ppt



Дополнительные материалы:

- Шаблон презентации с рисунками для прорисовки бизнес-модели: http://www.boardofinnovation.com/templates/business_model_template.ppt
- Презентация от Board of Innovation "7 провалившихся бизнес-моделей 2011 года": <http://www.slideshare.net/boardofinnovation/7-business-models-that-got-shot-in-2011-by-nickdemey-11109603>
- Презентация от Board of Innovation "Поиск новых способов зарабатывания денег": <http://www.slideshare.net/boardofinnovation/business-model-innovation-by-criminals-smc2011be>

Вопросы для самоконтроля:

1. Что такое CTR?
2. Можно ли отнести CPM к бизнес-моделям? Что это такое?
3. Опишите модель Pay-per-click.
4. Дайте определения понятия CPC.
5. Опишите ценовую модель CPV.
6. Опишите ценовую модель CPA.
7. Чем контекстная реклама отличается от баннерной?
8. В чем заключается бизнес-модель Freemium?
9. В чем заключается принцип работы бизнес-моделей платного размещения?
10. Опишите бизнес-модель Infomediary.
11. Опишите принцип работы посреднических (Brokerage) бизнес-моделей.
12. Опишите принцип работы рекламных (Advertising) бизнес-моделей.
13. Опишите принцип работы бизнес-моделей типа "сообщество" (Community).
14. Опишите принцип работы информационных (Infomediary) бизнес-моделей.
15. Опишите принцип работы торговых (Merchant) бизнес-моделей.
16. Опишите принцип работы производственных (Manufacturer / Direct) бизнес-моделей.
17. Опишите принцип работы партнерских (Affiliate) бизнес-моделей.
18. По каким параметрам могут отличаться партнерские программы?
19. Опишите принцип работы бизнес-моделей по подписке (Subscription).
20. Опишите принцип работы бизнес-моделей по потреблению (Utility).