

фрич

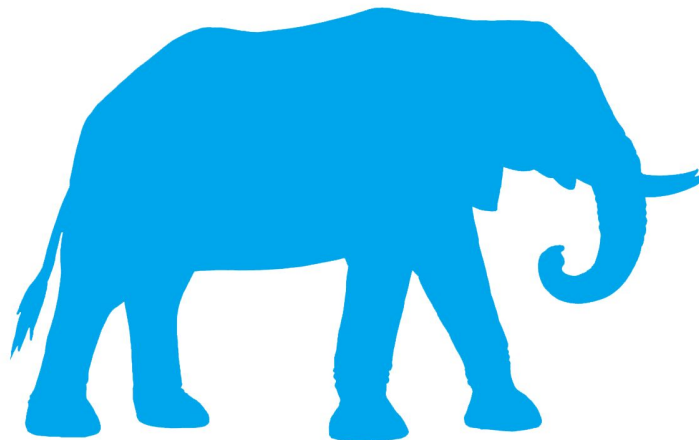
ИНТЕРНЕТ-ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

ЛЕКЦИЯ 3
«Команда»

Константин Шабалин

Команда

- Почему нужна команда?



- Кто нужен в команде?
- Как формировать команду?
- Как сделать так, чтобы команда работала?

Кто нужен вам в команде?

Принципы сбора команды

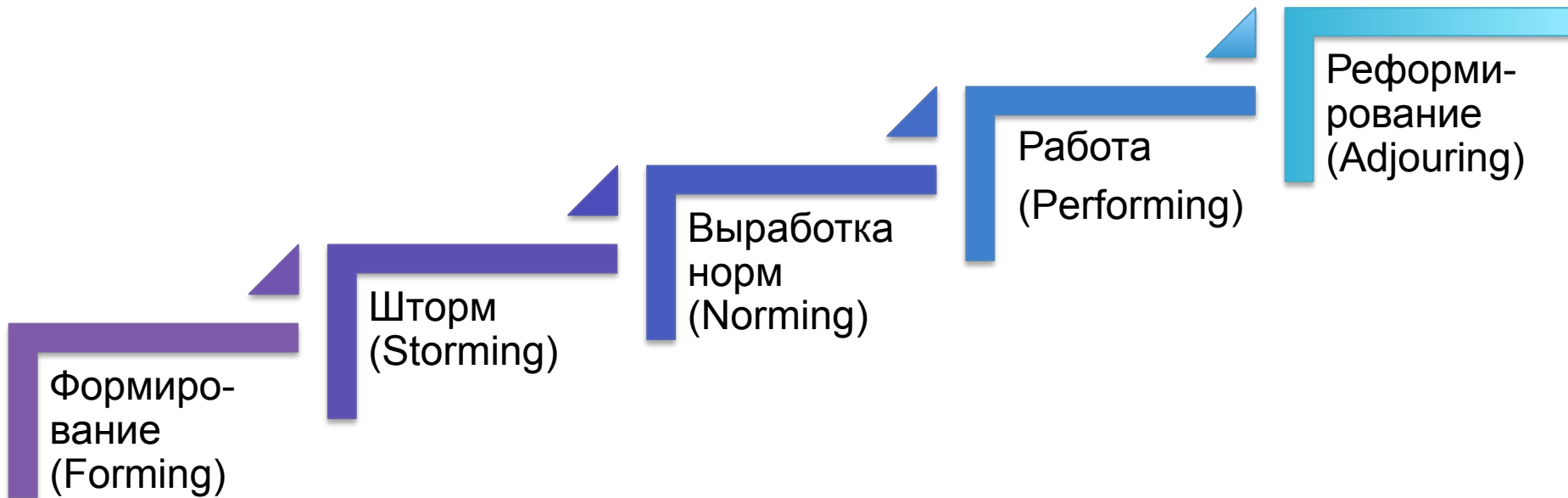
- Основная ответственность – на основателе
- Не поручайте поиск людей другим
- Люди приходят – и уходят
- Пока идет разработка – все вовлекаются во все, каждый оркестр
- Не раздувайте штат

Мотивация

- Интерес – лучшая мотивация
- Не пытайтесь стимулировать деньгами
- Раздавайте опционы аккуратно
- Важно поддерживать рабочие отношения в команде

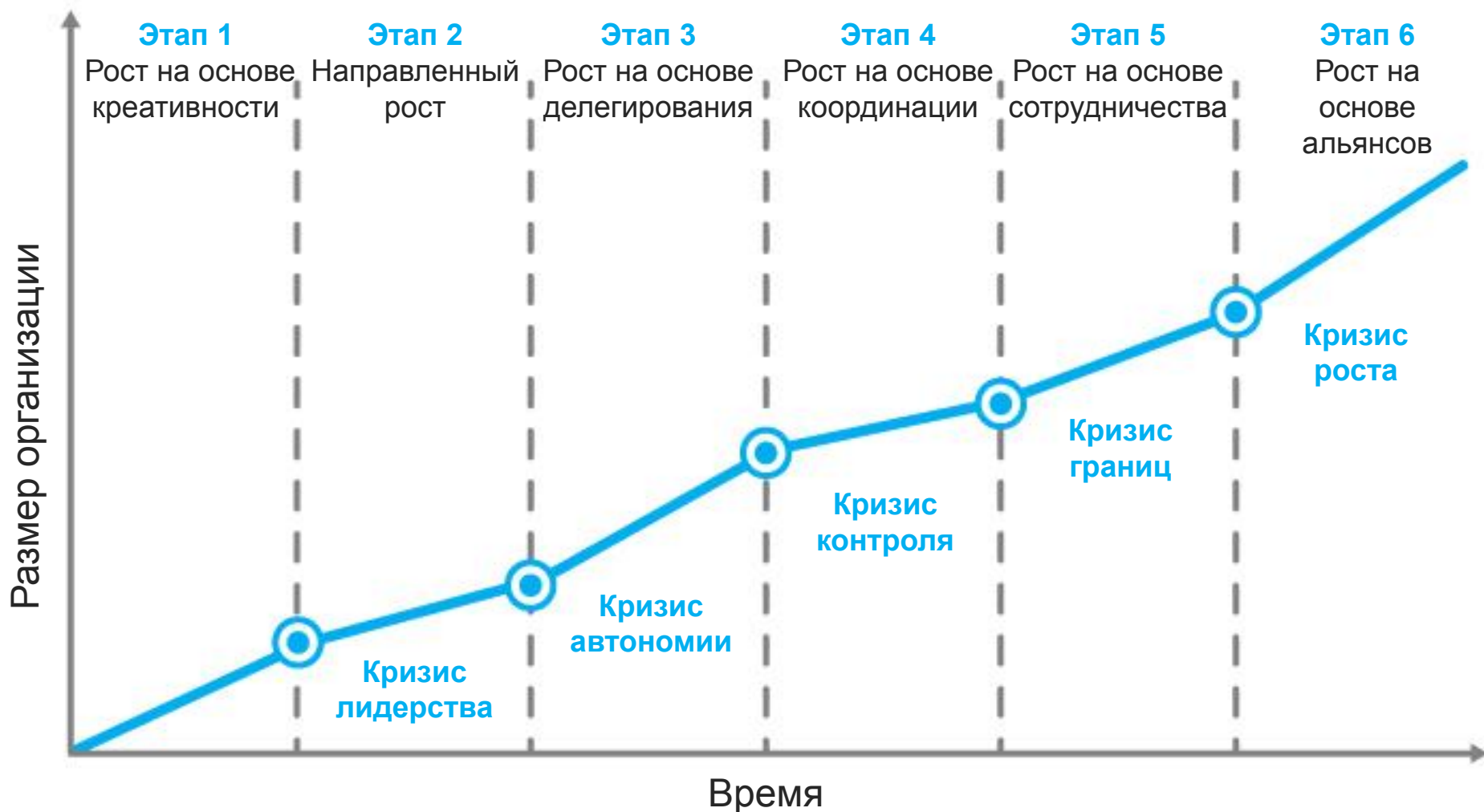
Как формировать команду?

Этапы развития команды



Как сделать так,
чтобы команда работала?

Стадии развития компании: кривая Грейнера



Задание

Соберите команду.

Если у вас уже есть единомышленники – приглашайте их в курс, если нет – объединяйтесь с другими, вдохновляйте их идеей или поддерживайте идею коллег по курсу, которая вам понравилась

Заполните матрицу «функционал – сотрудники»

ФРИИ

ВОПРОСЫ?

ЧТО ВАС ЖДЕТ ДАЛЬШЕ

4. «Бизнес-модель. Ценностное предложение»

1. Кто ваш потребитель
2. Какую проблему вы решаете
3. Что вы предлагаете
4. Какие выгоды вы предоставляете, в отличие от ваших конкурентов?
5. Как вы обосновываете то, что вы заявляете

5. «Анализ рынка. Оценка потенциала рынка. Анализ конкурентов. Сегментация и целевая аудитория»

1. Зачем знать конкурентов
2. Почему конкурентное преимущество так важно
3. Конкурентные преимущества
4. Наиболее важные вопросы по конкурентам
5. Конкуренты и потребители
6. Анализ конкурентов;
7. Позиционирование;

6. «Customer development. Customer discovery. Customer validation»

1. Преждевременный рост – почему стартапы умирают
2. Что делать? – глубокое понимание клиента
3. Customer Discovery
4. Lean Canvas
5. Проблемные и решенческие интервью
6. Трекшн-карта

7. «От идеи к продукту. MVP»

1. Traction Path
2. Стадии бизнеса
3. Как работает MVP
4. Какой поток обслуживает
5. Цель MVP
6. Вопросы до создания MVP
7. MVP и качество
8. Как делать MVP

ЧТО ВАС ЖДЕТ ДАЛЬШЕ

8. «Финансы бизнеса\стартапа. Модели монетизации. Метрики бизнеса\стартапа и экономика продукта» (Щукин С.)

1. Вводные для модели монетизации
2. Виды моделей монетизации
3. Выбор модели монетизации
4. Как финансовая модель может помочь воценке стоимсти
5. Модель – это структура потоков доходов и расходов
6. Структу радоходов
7. Внешние и внутренние ограничения в модели
8. Расходы: постоянные и переменные, персонал, налогаина персонал
9. Типовые кейсы: драйверы роста, естественные (внешни внутренние) ограничения для роста
10. Оценка проекта на базеполучившихсяфинансовых потоков

9. «Маркетинговые коммуникации: как привлечь первых пользователей. PR стартапа» (Щукин С.)

1. Воронка бизнеса
2. Этапы воронки маркетинга
3. Этапы воронки продаж
4. Дополнительные этапы
5. Рекламные каналы
6. Площадки конвертации
7. Каналы коммуникации
8. Статистика и показатели
9. Нужен ли PR стартапу?
10. Какие бывают СМИ
11. СМИ vs Соцсети•
12. Быть или не быть?
13. Сколько стоят новости
14. Кейс

10. «Инвестиции. Источники инвестиций. Виды инвесторов. Требования фондов. Почему отказывают фонды.

Подготовка питча для инвесторов

» (Щукин С.)

1. Инвестиции
2. Источники инвестиций
3. Виды инвесторов
4. Когда надо идти к инвестору
5. Требования фондов
6. Почему отказывают фонды