

Слагаемые успеха в бизнесе

- Источники финансирования бизнеса
- Бизнес-модель компании



Понятия

- **Венчурный фонд** — рискованный инвестиционный фонд, ориентированный на работу с инновационными предприятиями и проектами.
- **Краудфáндинг** — коллективное сотрудничество людей, которые добровольно объединяют свои деньги или другие ресурсы вместе, как правило, через Интернет, чтобы поддержать усилия других людей или организаций.



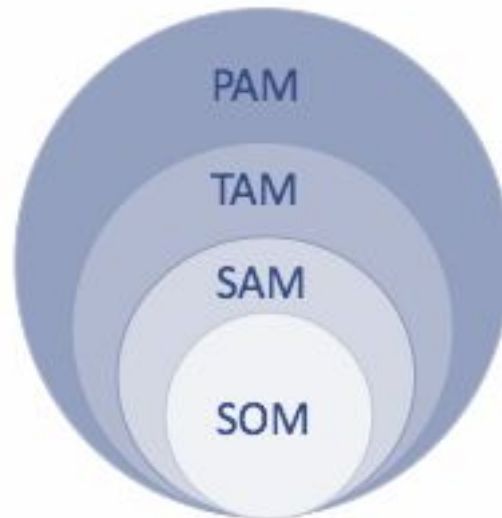
Бизнес-модель компании

- Потребители
- Ключевые ценности
- Каналы продаж
- Доходы и расходы
- Партнеры и конкуренты
- Стратегии развития



Потребители

- Определение рынка
- Составление портрета покупателя
- Описание поведения покупателя



Ключевые ценности

- Создание уникального торгового предложения

- ✓✓ Определение проблемы, которую решает товар
- ✓✓ Определение базовых свойств товара
- ✓✓ Определение ожидаемых свойств товара
- ✓✓ Определение дифференцирующих свойств товара
- ✓✓ Определение потенциальных свойств

Маркетинг

- Проведения маркетинговых мероприятий
- Проведений акций, конкурсов, лотерей
- Создание клубных программ



Кейс «Производитель мебели

и товаров для дома ИКЕА»

Изогнутые дорожки, по которым приходится обходить весь магазин, придуманы не просто так. Проходя по ним таким образом, вы видите каждый товар как минимум 3 раза, причем с разных сторон. Подсознательно это увеличивает ваше желание купить товар, пусть даже он вам и не был нужен изначально.



Доходы и расходы

- Определение потоков доходов и расходов



Партнеры и конкуренты



- Определение партнеров
- Составление списка партнеров
- Выявление ключевых партнеров
- Составление стратегий работы

- Определение конкурентов компании
- Составление списка конкурентов
- Выявление ключевых конкурентов
- Составление стратегий работы



Кейс «Кофейня Starbucks»



- В США появилась конкурирующая со Starbucks сеть кофеен Seattle's best. Она стала позиционировать себя как «не-Starbucks», делая все наоборот: не такой кофе, не такая мебель и тд. Кофейня стягивала к себе тех клиентов, кому Starbucks чем-то не нравился.
- И сеть Starbucks просто купила мешающего ей конкурента. Но после покупки Starbucks не стал закрывать кофейни. Скорее, наоборот, он стал еще сильнее делать в ней все не как в Starbucks, обостряя конкуренцию между этими двумя брендами еще больше.
- Таким образом компания не только справилась с перетеканием части своей клиентской аудитории к конкуренту, но и захватила дополнительно аудиторию ненавистников Starbucks, которую никогда бы не получила иначе.

Стратегии развития

- Слияние с другой компанией или коллаборации
- Поглощение более крупной компанией
- Развитие бренда и поглощение более мелких компаний



Спасибо за внимание!

