

МОДЕЛЬ  
РЕАЛИЗАЦИИ  
БИЗНЕС – ИДЕИ

Гарантия того, что продукт соответствует потребностям рынка, является лишь одной из составляющих успеха. Другой ключевой фактор — ответ на вопрос, как вы собираетесь зарабатывать деньги.

И здесь вступает в игру бизнес-модель.

# Что такое бизнес-модель?

По своей сути бизнес-модель — это описание того, как бизнес зарабатывает деньги. Она объясняет то, как вы создаете выгодные условия клиентам по соответствующей цене.

Термин «бизнес-модель» получил широкое распространение с появлением персонального компьютера и электронных таблиц. Эти инструменты позволяют предпринимателям экспериментировать, тестировать и в то же время планировать затраты и потоки поступления доходов. С помощью таблиц предприниматели вносят быстрые изменения в бизнес-модели и сразу видят, как эти изменения могут повлиять на их бизнес сегодня и в будущем.

# Структура бизнес-модели состоит из трех частей:

- Все, что нужно, чтобы сделать что-то: дизайн, сырье, производство, труд и т.д.
- Все, что нужно, чтобы продать продукт: маркетинг, предоставление услуги, промоушен, продажи.
- Как и что клиент платит: стратегия ценообразования, способы оплаты, сроки оплаты и т.д.

- Очевидно, что бизнес-модель — это просто исследование того, какие издержки и расходы у вас есть, и сколько денег вы можете брать за продукт или услугу.
- Суть эффективно работающей бизнес-модели: получать от клиентов денег больше, чем требуется на разработку продукта.
- Различные бизнес-модели могут усовершенствовать любой из этих трех компонентов. Возможно, вам по силам минимизировать затраты на стадии проектирования и производства. Или у вас есть ресурсы для более эффективных методов маркетинга и продаж. Может быть, вы готовы предложить инновационный способ оплаты для клиентов?

- Как бы то ни было, имейте в виду: для эффективной стратегии не требуется новая бизнес-модель, достаточно подсмотреть на рынке уже существующую. Например, большинство ресторанов работает по стандартной бизнес-модели, но каждое заведение фокусирует свою стратегию на определенной категории клиентов.

# 7 вопросов для оценки бизнес-модели по Остервальдеру:

- **1. Стоимость переключения**
  - Насколько сложно потребителям переключиться на товары или услуги другой компании?
- **2. Регулярный доход**
  - Требуется ли каждая продажа новых усилий или она дает определенную гарантию последующих продаж и доходов?
- **3. Доходы и издержки**
  - Вы получаете доход до или после того, как возникают издержки?
- **4. Революционная структура издержек**
  - Ваша структура издержек иная и принципиально лучше, чем у конкурентов?
- **5. Перекалывание работы на другие стороны**
  - Позволяет ли ваша бизнес-модель потребителям и третьим сторонам бесплатно создавать ценность для вашей компании?
- **6. Масштабируемость**
  - Легко ли вы можете расти, не сталкиваясь с препятствиями, например, связанными с инфраструктурой, поддержкой потребителей, наймом персонала?
- **7. Защищенность от конкуренции**
  - Хорошо ли бизнес-модель защищает вас от конкурентов?

# 17 наиболее распространенных бизнес-моделей

Подавляющее большинство компаний использует уже существующие и проверенные на практике бизнес-модели, лишь совершенствуя их, чтобы найти конкурентные преимущества. Вот список бизнес-моделей, которые вы можете использовать, чтобы начать бизнес.



# РЕКЛАМА

- Рекламная бизнес-модель существует уже давно и становится все более оригинальной, по мере того, как мир переходит от печатных материалов в онлайн. Основы модели строятся вокруг создания контента, который люди хотят читать или смотреть, и показа рекламы своим читателям или зрителям.
- В рекламной бизнес-модели нужно удовлетворить потребности двух групп клиентов: читателей или зрителей, а также рекламодателей. Читатели могут вам платить или не платить, но рекламодатели, безусловно, платят. Модель рекламного бизнеса иногда сочетается с форматом краудсорсинга, когда создание контента не требует денежных ресурсов, так как его предоставляют пользователи.
- **Примеры:** The New York Times, YouTube

# ПАРТНЕРСКАЯ ПРОГРАММА

- Партнерская бизнес-модель связана с рекламной моделью, но имеет некоторые специфические особенности. Чаще всего в партнерской модели используются ссылки (они встраиваются в контент), а не визуальные рекламные объявления, которые легко идентифицируются.
- Например, если вы запустите сайт, посвященный обзору книг, вы сможете вставлять партнерские ссылки на Ozon или другие книжные интернет-магазины в свои обзоры. Если посетитель, перейдя по ссылке, купит книгу, партнер заплатит вам небольшую комиссию за продажу.
- **Примеры:** «Альпина Паблицер», Ozon, Aviasales

# КОМИССИЯ

- Посреднические бизнесы связывают покупателей и продавцов, тем самым упрощая сделку. Они взимают плату за каждую транзакцию либо с покупателем, либо с продавцом, а иногда с обоими.
- Одним из наиболее распространенных посреднических бизнесов является агентство недвижимости, но есть много других видов услуг. Например, некоторые помогают строительным компаниям найти покупателей.
- **Примеры:** агентства недвижимости, PR-агентства, [event-компании](#), рекрутинговые агентства

# КАСТОМИЗАЦИЯ

- Некоторые компании используют существующие продукты или услуги, дополняя их элементами, которые делают каждую продажу уникальной для конкретного клиента.
- Помните, к примеру, специальных туристических агентов, которые заказывают поездки для состоятельных клиентов. Кастомизация применима и к таким продуктам, как кроссовки Nike.
- Примеры: NIKEiD, «Рубашка на заказ», «Велокрафт»

# КРАУДСОРСИНГ

- Если вам удалось объединить большое количество людей, которые снабжают ваш сайт контентом, то вы используете модель краудсорсинга. Эта бизнес-модель чаще всего сочетается с рекламным форматом для получения дохода, но есть много других вариантов этой модели. Например, можно предоставить дизайнерам возможность разрабатывать дизайн футболок и выплачивать им процент от продаж.
- Компании, которые пытаются решать сложные проблемы, часто публично раскрывают свои проблемы, чтобы кто-нибудь поделился советом. Авторы успешных решений получают награды, и компания за счет этих советов может развивать свой бизнес. Ключом к успешному бизнесу по модели краудсорсинга является предоставление «правильного» поощрения для привлечения «толпы».
- Примеры: ЖЖ, YouTube, P&G Connect and Develop

# ОТКАЗ ОТ ПОСРЕДНИКОВ

- Если вы хотите производить продукт и продавать его в магазинах, то вам придется работать через посредников, чтобы ваш продукт попал с конвейера на полку магазина.
- Работа без посредников предполагает, что вы обходите всех в цепочке поставок и продаете товары потребителям напрямую. Это позволяет снизить затраты и выстраивать прямые и честные отношения с клиентами.
- Примеры: Casper, Dell

# ДРОБЛЕНИЕ

- Вместо продажи всего продукта вы можете продавать только часть этого продукта, используя бизнес-модель дробления.
- Один из лучших примеров этой бизнес-модели — совместная аренда имущества, когда группа людей владеет только частью дома для отдыха.
- Примеры: Disney Vacation Club, NetJets

# ФРАНШИЗА

- Франчайзинг особенно распространен в ресторанной индустрии, но вы также нередко сможете видеть примеры его реализации во всех сферах услуг — от уборки помещений до кадровых агентств.
- Эта бизнес-модель предполагает продажу стратегии для запуска и ведения успешного бизнеса кому-то другому. Часто вы также продаете доступ к бренду и службам поддержки, которые помогают новому владельцу франшизы успешно работать на рынке. По сути, вы продаете доступ к успешной бизнес-модели, которую сами же и разработали.
- Примеры: Domino`s Pizza, McDonald's, Subway, «Шоколадница»



# FREEMIUM

- Эта бизнес-модель предполагает, что вы бесплатно предоставляете часть своего продукта или услуги и взимаете плату за дополнительные опции.
- Freemium — это не то же самое, что бесплатная пробная версия, которая открывает клиентам доступ к продукту или услуге на ограниченный период времени. Модель freemium позволяет иметь бесплатный доступ к неограниченному использованию базовых функций и предполагает плату только для клиентов, которым нужна дополнительная функциональность.
- Примеры: MailChimp, Evernote, LinkedIn, Lingualeo

# ЛИЗИНГ

- Лизинг может показаться похожим на дробление, но на самом деле эти бизнес-модели очень разные. При дроблении вы продаете постоянный доступ к части чего-то. С другой стороны, лизинг похож на аренду. С окончанием срока действия договора клиент обязуется вернуть продукт, который арендует.
- Модель лизинга чаще всего используется для дорогостоящих продуктов, когда клиенты не могут позволить себе покупку, но зато им доступна аренда продукта на определенное время.
- Примеры: «Уралпромлизинг», «ЛИАКОН», «ЗЕСТ»

# LOW – TOUCH

- Благодаря бизнес-модели с низким уровнем обслуживания компании снижают свои цены за счет предоставления меньшего количества услуг. Один из лучших примеров такого типа бизнес-модели — бюджетные авиалинии и продавцы мебели вроде ИКЕА. В обоих случаях бизнес-модель low-touch означает, что клиентам необходимо либо приобретать дополнительные услуги, либо делать что-то самостоятельно, чтобы снизить затраты.
- Примеры: ИКЕА, Ryan Air, «Победа»

# МАРКЕТПЛЕЙС

- Торговые площадки позволяют продавцам выставлять товары для продажи и предоставлять клиентам простые инструменты для контакта с продавцами.
- Эта бизнес-модель позволяет получать доход из различных источников, включая сборы с покупателя или продавца за успешную сделку, дополнительные услуги, помогающие рекламировать товары продавца и т.д. Модель может использоваться как для продуктов, так и для услуг.
- Примеры: eBay, Airbnb, «Ярмарка Мастеров», Ticketland

# ОПЛАТА ПО ФАКТУ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

- Вместо предварительной покупки определенного количества продуктов клиенты оплачивают фактическое использование в конце расчетного периода. Модель pay-as-you-go наиболее распространена в домашних условиях, но она применяется к таким продуктам, как чернила для принтера.
- Примеры: HP Instant Ink

# «БРИТВА И ЛЕЗВИЕ»

- Эта бизнес-модель названа в честь продукта, благодаря которому и была придумана: продайте долговечный продукт ниже стоимости, чтобы увеличить объем продаж одноразового компонента этого продукта.
- Вот почему компании, производящие бритвы, отдают саму бритву практически бесплатно, предполагая, что вы станете постоянным покупателем огромного количества лезвий в долгосрочной перспективе. Цель продажи — завлечь клиента в систему постоянного взаимодействия и гарантия того, что с течением времени будет много дополнительных покупок.
- Примеры: Gillette, струйные принтеры, Caterpillar, Amazon's Kindle

# «БРИТВА И ЛЕЗВИЕ НАОБОРОТ»

- Переосмыслив предыдущую бизнес-модель, вы можете предложить клиентам продукт с высокой стоимостью и развивать продажи дополнительных продуктов с низкой стоимостью. Подобно модели «бритва и лезвие», клиентов часто мотивируют присоединиться к определенной продуктовой системе. Однако в отличие от предыдущего варианта, первоначальная покупка в этом случае становится большой продажей, в результате которой компания зарабатывает большую часть своих денег. Дополнительные продукты предполагаются только для того, чтобы клиенты пользовались изначально дорогостоящей вещью.
- Примеры: iPod и iTunes, Keynote, Numbers

# ОБРАТНЫЙ АУКЦИОН

- Эта бизнес-модель дает возможность покупателям называть продавцам свою цену. Так, например, Priceline.com в свое время произвел революцию в онлайн-бронировании именно благодаря такой концепции. Пользователи сайта выбирают интересующий их район города, звездность отеля и называют цену, которую готовы заплатить. Если эта цена не ниже конфиденциальных тарифов на номера, которые предоставляют заведения, сразу же приходят подтверждение и название отеля.
- Примеры: Priceline.com, LendingTree



# ПОДПИСКА

- Эта бизнес-модель становится все более распространенной. Суть ее заключается в том, что потребители должны вносить абонентскую плату за доступ к услуге. Распространение эта бизнес-модель получила благодаря журналам и газетам, теперь она распространяется на программное обеспечение, онлайн-услуги, а иногда возникает и в сфере услуг.
- Примеры: Netflix, Salesforce, Comcast

- Приведенный список не является исчерпывающим, его можно дополнять.
- Но начинающим предпринимателям стоит помнить о том, что для достижения успеха в бизнесе далеко не всегда нужно изобретать новую бизнес-модель, ведь все новое сопряжено с более высокими рисками.
- Напротив, использование существующих моделей может значительно упростить ситуацию, поскольку эти модели уже доказали свою эффективность.

# ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА

# Анализ рынка и потребителей

- Первым шагом в реализации любой бизнес-идеи является анализ рынка и потребителей. Необходимо понимать, каким потребностям и запросам соответствует идея, и насколько востребована она на рынке. В этом процессе необходимо провести маркетинговое исследование, которое поможет выяснить возможности и ограничения рынка, потребительские предпочтения и поведенческие факторы.

# Формирование бизнес-плана

- После анализа рынка и потребителей необходимо перейти к формированию бизнес-плана. Бизнес-план - это документ, который описывает основные цели и задачи проекта, анализ рисков и выгод, финансовые показатели и инвестиционные потребности. Этот документ будет служить основой в дальнейшей реализации бизнес-идеи.

# Разработка стратегии маркетинга

- Стратегия маркетинга - это основной инструмент в продвижении бизнес-идеи на рынке. Она включает в себя определение целевой аудитории, установление конкурентных преимуществ, разработку маркетинговых каналов и выбор коммуникационных инструментов для продвижения на рынке. Важно понимать, что стратегия маркетинга должна быть гибкой и актуальной на каждом этапе реализации проекта.

# Разработка продукта или услуги

- Разработка продукта или услуги является ключевым этапом в реализации бизнес-идеи. Необходимо определить, каким образом будет реализована идея, какие ресурсы необходимы для ее реализации и какие конкурентные преимущества позволят продукту или услуге занять свою нишу на рынке. Необходимо также учесть факторы, связанные с производственными процессами, сроками реализации и контролем качества.

# Реализация бизнес-плана

- После того, как все основные этапы разработки были завершены, необходимо перейти к реализации бизнес-плана. В этот момент актуальным является управление проектом, которое предполагает контроль за выполнением плана, распределение ресурсов и учет рисков. Этот этап может быть длительным и требует многоплановых действий.



# Анализ результатов

- Последним этапом реализации бизнес-идеи является анализ результатов. Необходимо оценить, насколько успешна оказалась идея и насколько удовлетворены клиенты. Оценка финансовых результатов также является важной частью данного этапа. На основе анализа результатов можно сделать выводы и корректировать стратегию развития проекта.

# Заключение

- Реализация бизнес-идеи является сложным и многоплановым процессом. Кроме того, успех данного процесса зависит от многих факторов. Модель реализации бизнес-идеи, представленная в статье, может помочь упорядочить все этапы и повысить шансы на успех. Однако, в процессе реализации важно учитывать изменения внешней среды и быть гибким в принятии решений.