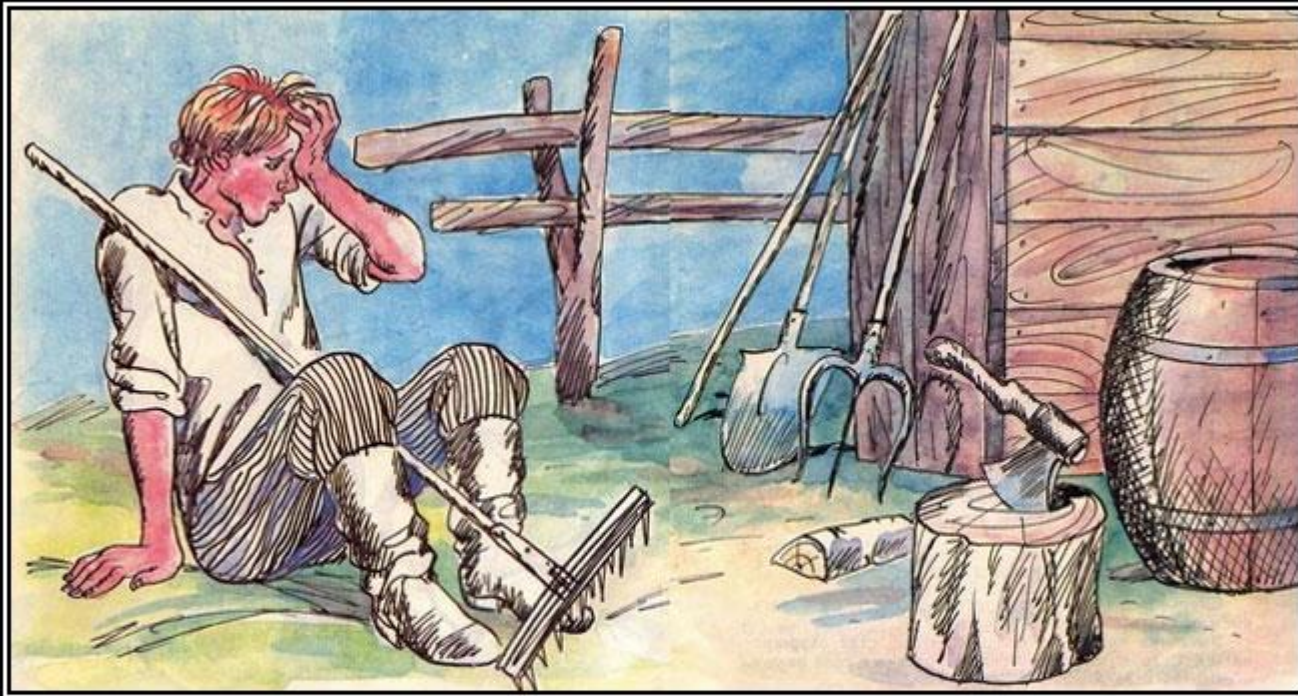


БИЗНЕС ПО РУССКИ ИЛИ ТАНЦЫ С ГРАБЛЯМИ



ОБХОДИШЬ РАЗЛОЖЕННЫЕ ГРАБЛИ?

теряешь собственный опыт

Грабля №1

НЕ ПРОДАЁМ, А ИЗОБРАЖАЕМ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

- занимаемся чем угодно, только не продажами. Рисуем логотип по полгода, делаем ремонт, и брендируем помещение... и т.д.
- В лучшем случае 20% времени предприниматель занимается продажами, а 80% операционной деятельностью;

Грабля №2

АНАЛИЗИРУЕМ СПРОС КОГДА УЖЕ ПОЗДНО И НИ КОМУ НЕ НАДО

- сначала вкладываются в производство, аренду, найм сотрудников, а затем думают, как и куда продать и сколько для этого нужно средств.
- Не было проведено тестирования гипотез, не было анализа рынка, не выявлен спрос и объем. Продукт оказался не востребован

Грабля №3

НЕДОФИНАНСИРОВАНИЕ

- Самая большая грабля **отсутствие средств на маркетинг**. Средств на продвижение продукта нет, или их недостаточно, чтобы создать качественную «упаковку»);
- Нет опыта в продвижении, прикинули «примерно хватит» не узнали сколько реально необходимо средств на маркетинг.
- Начинают делать сами, и получается еще хуже, «сливаются» и без того малые крохи

Грабля №4

БЕССИСТЕМНЫЕ ЗНАНИЯ

- Много информации. Много знаний. Одно на другое накладывается и становится не полезным. Начинает «гнить» в голове.
- Надежда на «волшебную таблетку» от знаний, приводит только к демотивации
- Не понимание того, что информация всего лишь инструмент

Грабля №5

НЕ ПОНИМАНИЕ СВОЕГО ПРОДУКТА

- Предлагается всё и для всех. Не внятная ЦА
- Не правильная упаковка, не правильные посыл рекламный
- Слив бюджета

Грабля №6

«ВОЛШЕБНАЯ ТАБЛЕТКА»

- Получив «драгоценные знания» на очередных курсах, бросаются в «бой» и на голом энтузиазме пытаются создать бизнес. Без достаточных знаний. Без опыта. Не правильно просчитаной финансовой моделью.
- Совершают «Ошибки чемпионов», про которые они не рассказывают, потому что курс продаваться не будет

Грабля №7

НЕТ УТП

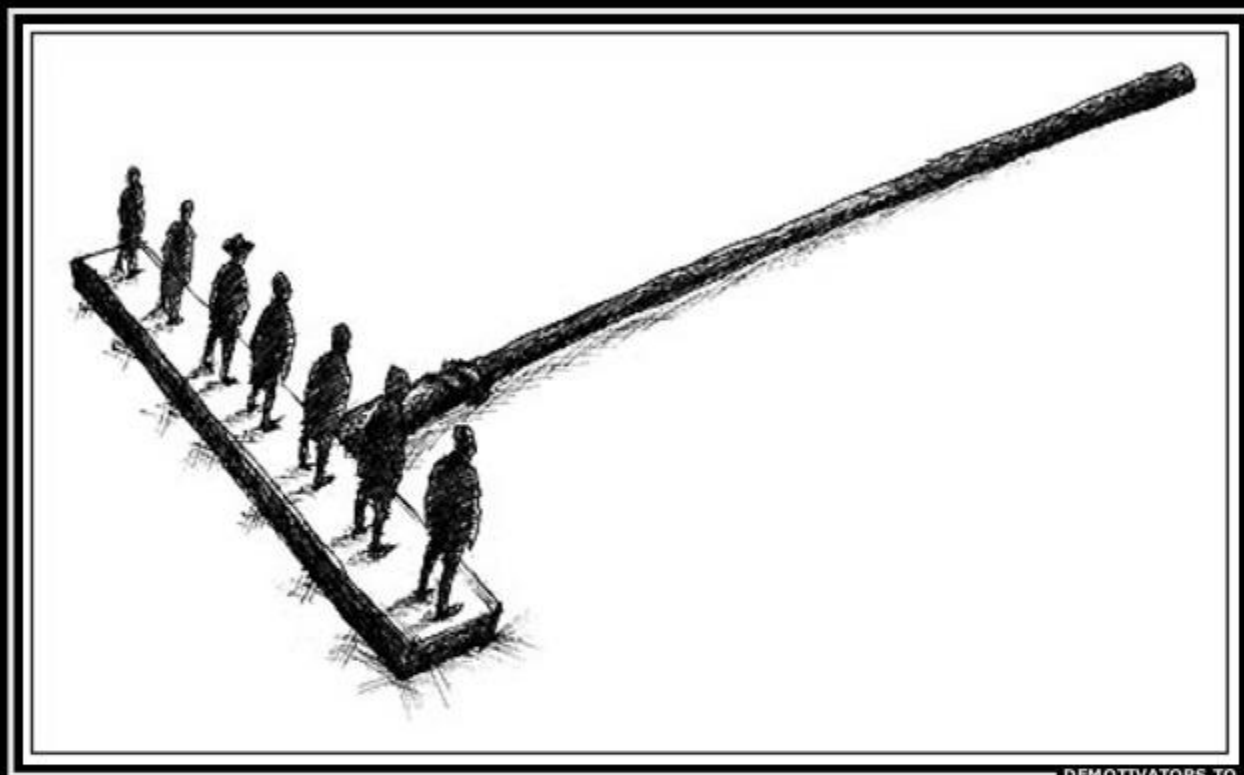
- Копирование чужого бизнеса без своей «фишки» приводит к большой конкуренции и как правило выживает тот кто дольше у руля
- УТП нужно только самому собственнику. Продукт создавался под потребности создателя. Анализ не проведен. Объем прикинул на глазок.

Грабля №8

СМЕНА ПОКОЛЕНИЙ

- Поколение Z в 2018 году вышло в собственное плавание. Они родились с гаджетом в руках. Старые способы не работают. Другие ценности. Другие герои. Другой стиль поведения. Лень и прогресс делают свое дело.
- Компании динозавры вымрут через 5 лет если не выйдут в глобальную сеть

ВЫХОД ЕСТЬ!



DEMOTIVATORS.TO

Чтобы не наступать на одни те же
грабли,
установи на их рукояти топор

ШУТКА ;)

СИСТЕМА «19»

- Опыт и анализ разборов выявил однотипные шаги которые проходят от создания все бизнесы.
- Позволяет выбрать нишу и продукт, соразмерную с ресурсами.
- Позволяет протестировать продукт до запуска
- Позволяет избежать ошибок и потерь
- Контролирует все ли действия выполнены для роста бизнеса. Помогает найти точки роста.

СИСТЕМА "19"

№	Система	S	M	L
1	Выбор дела. РАЗБОР (пункты 1 + 2) желательно ОНЛАЙН с наставниками	V	V	V
2	Постановка цели.	V	V	V
3	Анализ ресурсов. (Аналитика клиентов, продаж для сущ. бизнеса)	V	V	V
4	Разработка рабочих гипотез.	V	V	V
5	Продукт - и ниша. Какую проблему решает, какую пользу приносит	V	V	V
6	Анализ рынка и конкурентов. Кому необходим/нужен	V	V	V
7	УТП (уникальное торговое предложение) в чём уникальность	V	V	V
8	Ценообразование	V	V	V
9	Экспресс упаковка (для одного или нескольких каналов)	V	V	V
10	Тест MVP. Принятие решения.	V	V	V
11	Финансы, ресурсы для запуска.	V	V	V
12	Команда для старта.	V	V	V
13	Полноценная упаковка. MULTI MVP.	V	V	V
14	Построение системы продаж. (воронка, каналы, техн.)	ПРЕДЗАПУСК / ТЕСТОВЫЕ ПРОДАЖИ	V	V
15	Маркетинг и реклама.		V	V
16	Командообразование		V	V
17	Оптимизация бизнес процессов. Система.			V
18	Работа с ключевыми показателями - прибыль, себестоимость			V
19	Масштабирование - филиалы, отделы, франчайзи и др. каналы			V

1. Выбор дела.

- Это ключевой момент, который определяет дальнейшее развитие, он основывается на собственных предпочтениях, опыте и идее.

2. Постановка цели.

- Исходя из выбранного дела, ставим долгосрочные, краткосрочные цели и делим их на материальные и нематериальные. Этот пункт полагает ради чего стоит заниматься этим бизнесом. Именно он «зажигает» и помогает прийти до финансового результата. Также он помогает определить сразу масштабность будущего бизнеса.

3. Анализ ресурсов.

- Чтобы реализовать идею, нужны ресурсы, инструменты, знания.
Выясняем стартовые позиции.
Материальные ресурсы.
Нематериальные ресурсы.

4. Разработка рабочих гипотез.

- Проанализировав имеющиеся ресурсы, мы переходим к формированию рабочих гипотез, то есть тех, которые будут приносить вам доход. На этом этапе происходит отсев, некоторых вариантов идей, на основании данных, из предыдущего раздела, а также выбирается наиболее оптимальная из них.

5. Продукт и ниша.

- Разработав рабочую гипотезу, в предыдущем блоке, нам необходимо понять что является нашим продуктом. Какую проблему решает наш продукт, какую пользу потребителю он приносит.
- Если сформулировать вкратце, то продукт, это удовлетворение конкретной потребности, за которое готовы платить.
- Покупая газонокосилку человек покупает не её, а покупает скошенный газон, потому что у него есть потребность в красивом, ухоженном газоне. Вывод прост – чтобы продать газонокосилку, нужно найти человека, у которого есть газон.

6. Анализ рынка и конкурентов.

- Для того чтобы понять и оценить перспективы нашего бизнеса, выбрать правильную целевую аудиторию, определиться с конкурентами, объёмом рынка и вероятностью успеха бизнеса, лучше на данном этапе выяснить нужен ли наш продукт кому –нибудь (узнать спрос).
- Бизнес «по-русски» как раз и предполагает отсутствие этого блока, когда владелец бизнеса узнаёт, что его супер продукт никому не нужен.

7. УТП

- Это то, за что люди готовы платить именно вам, а не вашим конкурентам. Практика показывает, что большинство предпринимателей, строит свой бизнес на скопированной модели и потом сам не понимает в чём его уникальность.
- В разработку УТП входит оценка того, как быстро смогут ваши конкуренты скопировать вашу модель, существуют ли сложности для входа, обладаете ли вы уникальностью, эксклюзивными правами на продукт (услугу). Это помогает избежать в будущем больших потерь.

8. Ценообразование.

- Это всеми любимый блок. Здесь многие считают свои будущие доходы. На самом деле на этом этапе выявляется конкурентоспособность цены на продукт и её адекватность, по отношению к его уникальности.

9. Экспресс – упаковка.

- Это бюджетная упаковка продукта, для тестовых продаж, предназначенных для одного или двух самых оптимальных по соотношению (цена) / (скорость продаж) каналов сбыта.

10. Тест MVP.

Принятие решения.

- Используя экспресс – упаковку запускаем продажи, анализируем реальный, а не расчётный (предполагаемый) спрос. Если товар не будет продаваться за условные 10 рублей, то он не будет продаваться за его реальную стоимость. Также на этом этапе тестируем цену.
- Только после тестирования MVP, может появиться действительно взвешенное решение, и это не будет догадкой, так как решение будет основано на фактах.

11. Финансы, ресурсы для запуска.

- На этом этапе, на основании реальных цифр, можно составить финансовую модель. Принимаем решение об источниках финансирования – собственные, заёмные, инвестиционные, краундфандинговые или иные. Составляем список нематериальных ресурсов, например – человеческих, временных и тд.

12. Команда для старта.

- Подбираем минимальный необходимый персонал для старта, для запуска бизнеса. Штат в размере необходимом для обеспечения первых продаж. Распределяем обязанности и правильно делегируем полномочия между сотрудниками.

13. Полноценная упаковка. MULTI MVP.

- На изысканные средства создаём полноценную упаковку, достаточной для запуска в разных каналах продаж.

14. Построение системы продаж.

- Разрабатываем продуктовую матрицу. Для каждого продукта создаём свою воронку продаж. Настраиваем каналы продаж (сбыта). Автоматизируем взаимодействие с клиентами и внутренние процессы ERP и CRM.

15. Маркетинг и реклама.

- На этом этапе требуется тестирование эффективности всех рекламных каналов, для того, чтобы избежать больших расходов на неэффективную рекламу. Для того, чтобы принять взвешенное решение, а не на уровне интуиции.

16. Командообразование.

- Исходя из объёмов продаж, масштабируется штат бизнеса. На этом этапе становится понятна структура управления компанией, отрабатывается структура взаимодействия сотрудников, вырабатываются должностные инструкции, при необходимости подключаем HR.

17. Оптимизация бизнес процессов. Система.

- На этом этапе необходимо выстроить систему бизнес процессов. Описывая и автоматизируя бизнес процессы, происходящие внутри компании мы сокращаем затраты, увеличиваем оборачиваемость и оптимизируем трудозатраты.

17. Оптимизация бизнес процессов. Система.

- На этом этапе необходимо выстроить систему бизнес процессов. Описывая и автоматизируя бизнес процессы, происходящие внутри компании мы сокращаем затраты, увеличиваем оборачиваемость и оптимизируем трудозатраты.

18. Работа с ключевыми показателями – прибыль, себестоимость.

- На данном этапе, собственник бизнеса автоматизирует систему, которая даёт ему не бухгалтерские данные, а именно управленческую отчётность, на основании которой предприниматель принимает решения. Показатели такие как, отчёты по P&L (Profit & Loss – Доходы и расходы), ДСС (движение денежных средств), показатели рентабельности, конверсии, ROI – окупаемость инвестиций, и много иных показателей. По каждому из показателей ставится свой KPI, в зависимости от целей компании.

19. Масштабирование – филиалы, отделы, франчайзинг и другие каналы.

- Дойдя до данного этапа, мы понимаем, что важной точкой роста компании является масштабирование.
- Сначала рассматриваем варианты роста за счёт продукта, затем за счёт открытия отделов, филиала, франчайзи и тп.

Бизнес-репетиторы

Чинёнов Николай : +7 921 723 02 11

Бондаренко Евгений: +7 964 670 47 11

Агентство содействия бизнесу

vk.com/asb_n1



Николай Чинёнов

Ключевые компетенции:

- Масштабирование
- Филиалы, опт, розница
- HR, Управление персоналом
- Выявление точек роста
- Антикризисное управление
- Финансы, руководство компанией
- Построение отдела продаж

Создал с нуля крупную оптовую компанию. В 29 лет сделал оборот своей компании 2 млн. \$ в месяц. За 10 лет выручка компании превысила 2,5 млрд. руб.



Евгений Бондаренко

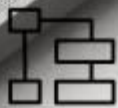
Ключевые компетенции:

- Маркетинг, анализ рынка
- IT, SMM, SEO, Сайты
- Креатив, генератор идей
- Целеполагание, мотиватор
- Лайф и тайм менеджмент
- Фото и видео контент
- Полиграфия, дизайн, упаковка

Серийный предприниматель, с опытом более чем в 10 сферах (IT, E-commerce, реклама и т.д.). С 2015 официальный оператор рекламы на ЖД вокзалах. Партнер Volks Wagen, Il Pa...

Разберём ситуацию в вашем бизнесе, определим узкие места и сформируем план развития

Разберемся в ценности вашего продукта, проанализируем процесс продаж и сформируем рекомендации, которые позволят сократить цикл сделки, масштабировать продажи.



Найдем узкие места в процессах, проработаем варианты исправления. Сфокусируемся на самом важном, чтобы быстрее достигать результатов.



Выявим недостающие компетенции в маркетинге, продажах или управлении. Найдем способы, как быстро усилить важные компетенции.



Определим точки роста, выделим продукты, проекты и направления, в которые нужно инвестировать, и те, в которые пора перестать вкладываться.



Сформулируем стратегические и краткосрочные цели, выявим ограничения, которые не дают их достигать, и сформируем план устранения ограничений.

Свяжитесь с нами, чтобы узнать какие продукты мы предлагаем, и какие подойдут именно вам.