

Бизнес-модель

или

почему у вас

должны купить?

**Ты – предприниматель –
ноябрь 2016**

Моя презентация

- Раднаева Светлана Эрнстовна
- К.э.н., преподаватель кафедры менеджмента БГУ
- Опыт в бизнес-планировании (свыше 40 проектов)
- Опыт в бизнесе «с нуля» в 3-х проектах – организация издания газеты «Улан-Удэ реклама» (3 года), деловой газеты «Бизнес Пост» (1,5 года), мебельной компании «Ариготов» (8 лет)

Критерии для выбора стартапа:

- Предпринимательские способности, здравый смысл и счастливый случай
- Сфера, в которой разбираетесь
- Хорошая маржинальность
- Уникальное торговое предложение
- Возможность масштабирования
- Умение рисковать и минимизация рисков

А теперь скажите

**Кому вы будете это
продавать и почему они
должны купить?**

**Если вы увидели успешный
бизнес, это значит,
что кто-то однажды принял
смелое решение.**

**Питер Друкер,
экономист, великий теоретик менеджмента**

Основные ошибки стартаперов

Это означает – потерянные время и деньги.

- Недостаточный анализ рынка - следствие - слепое увлечение своим продуктом или услугой
- Неправильная ориентация на клиента – следствие – не ваш клиент
- Переоценка своих возможностей и нереальный анализ «слабых мест»
- Неправильное целеполагание – к чему идем?
- Хорошей идеи недостаточно
- Умение делать расчеты
- Состав учредителей

Создать бизнес непросто:

- Нужны деньги на старт
- Мало клиентов – маленький доход
- Бизнес без вложений - скромный оборот
- Чтоб подняться, нужен капитал
- А где его заработать?

Как устроен «здоровый» бизнес?

Технология проста до абсурда!



Нужно обеспечить:

- Миссия и стратегия компании
- Эффективная бизнес-модель
- Целевое управление бизнес-процессами
- Управление качеством, в т.ч. процессное управление
- Бюджетное управление
- Система оплаты труда, учитывающая эффективность сотрудника
- Компетентные сотрудники
- Оптимальное использование всех ресурсов
- Управленческий учет

Из этого всего:

**60% успеха дает
эффективная
бизнес-модель!**

Эффективная бизнес-модель

**– это то, что реально
кормит компанию!**

Как составить эффективную бизнес-модель?

Для начала нужно проработать все структурные блоки бизнес-модели



9 структурных блоков бизнес-модели

1. Потребительские сегменты
2. Ценностные предложения
3. Каналы сбыта
4. Взаимоотношения с потребителями
5. Потoki поступления доходов
6. Ключевые ресурсы
7. Ключевые виды деятельности
8. Ключевые партнеры
9. Структура издержек

Блок 1 Потребительские сегменты

Потребители (клиенты) – сердце любой бизнес-модели

- Определить потребительские сегменты на рынке - группы людей и организаций
- Выбрать какие сегменты обслуживать, а от каких отказаться

**Бизнес – это клиенты,
нет клиентов – нет бизнеса**

Группы клиентов представляют различные сегменты, если:

- Различия в их **запросах** обуславливают различия в **предложениях**
- Взаимодействие осуществляется по **разным каналам сбыта**
- **Взаимоотношения** с ними нужно строить **по-разному**
- Их **выгодность** существенно **различается**
- Их привлекают **разные аспекты** вашего **ценностного предложения**

Блок 2 Ценностные предложения (ЦП)

- ЦП – **причина**, почему клиенты отдают **предпочтение** одной компании перед другой.
- Они решают **проблемы** клиентов или удовлетворяют их **потребности**.
- ЦП – это **совокупность преимуществ**, которые компания готова предложить потребителю.

Блок 3 Каналы сбыта

**Как компания взаимодействует с
потребительскими сегментами и доносит
до них свои ценностные предложения**

**Каналы сбыта – точки контакта
потребителя с продавцом**

Функции каналов сбыта

- Повышают степень осведомлённости потребителя о товарах и услугах компании
- Помогают оценить ценностные предложения компании
- Позволяют потребителю привлекать определённые товары и услуги
- Знакомят потребителя с ценностными предложениями
- Обеспечивают постпродажное обслуживание

Блок 4 Взаимоотношения с потребителями

Компания должна чётко определить, какой тип взаимоотношений она хочет установить с каждым из потребительских сегментов

Мотивы:

- Приобретение клиентов
- Удержание клиентов
- Увеличение продаж

Блок 5 Потоки поступления доходов

Два типа потоков доходов:

- Доход от разовых сделок
- Регулярный доход от периодических платежей, получаемых от потребителей за ценностные предложения или постпродажное обслуживание

Блок 6 Ключевые ресурсы

- Наиболее важные активы, необходимые для функционирования бизнес-модели
- Разные типы бизнес-моделей требуют различных ресурсов

Блок 7 Ключевые виды деятельности

Действия компании, которые необходимы для реализации её бизнес-модели

- Это самые важные действия компании, без которых её успешная работа невозможна.
- Каждая бизнес-модель включает определённое число ключевых видов деятельности

Блок 8 Ключевые партнеры

- Это **сеть поставщиков и партнёров**, благодаря которым функционирует бизнес-модель
- **Партнёрство** может быть **основой** многих бизнес-моделей

4 типа партнёрских отношений:

- Стратегическое сотрудничество между неконкурирующими компаниями
- Сококонкуренция: стратегическое партнёрство между конкурентами
- Совместные предприятия для запуска новых бизнес-проектов
- Отношения производителя с поставщиками для гарантии получения качественных комплектующих

Блок 9 Структура издержек

Это наиболее существенные расходы, необходимые для работы в рамках конкретной бизнес-модели

- легко подсчитать, если вы точно определили ключевые ресурсы, ключевые виды деятельности и ключевых партнёров
- для некоторых бизнес-моделей издержки имеют намного большее значение – бизнес-модели на основе низких издержек

Мое твердое убеждение:

**Научить нельзя,
МОЖНО
научиться!**

**Какова будет ваша
история успеха?
Все зависит от вас!**

**Спасибо за
внимание!**