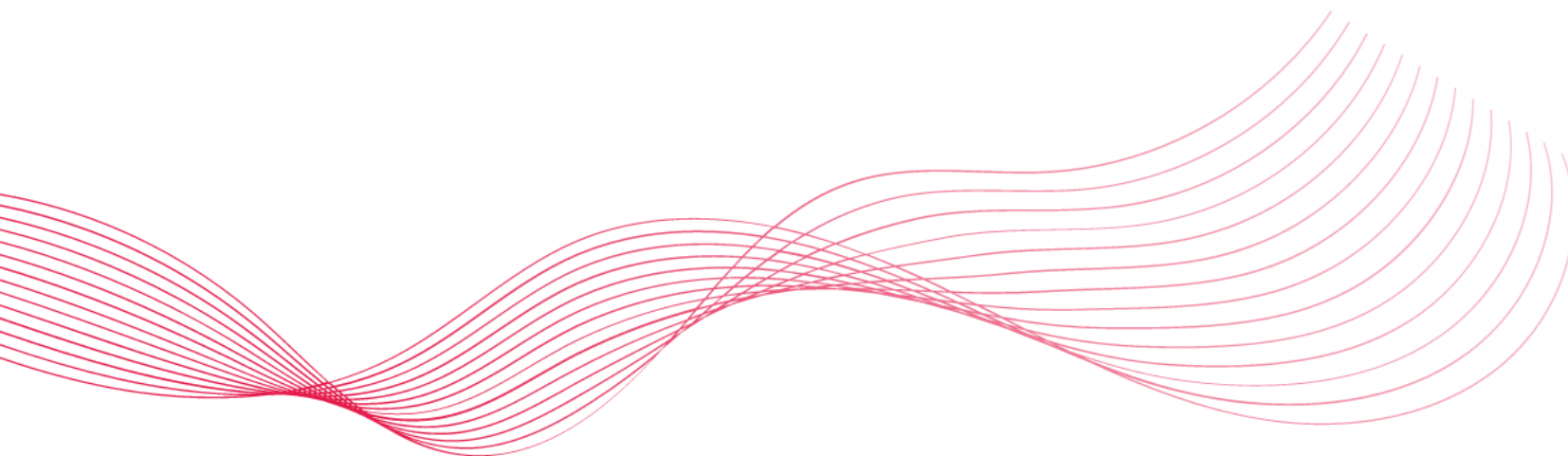


БИЗНЕС–МОДЕЛЬ:ПРАВИЛА РАЗРАБОТКИ. ПОДГОТОВКА К ПИТЧ- СЕССИИ



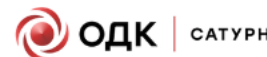


Ирина ТРОФИМОВА

- бизнес-консультант
- эксперт по развитию людей и организаций
- основатель проекта "ChangLab - системные изменения в бизнесе"

КЛИЕНТЫ:

CHANGE
СИСТЕМНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ В БИЗНЕСЕ
LAB





Helicopter view



ОСТЕРВАЛДЕР И КОТИКИ



1 КЛЮЧЕВЫЕ ПАРТНЕРЫ

ГДЕ БУДЕТ ЖИТЬ КОТИК?
У НАС ДОМА? ТОГДА НАША СЕМЬЯ СТАНЕТ ПАРТНЕРОМ - БЕЗ ИХ ОДОБРЕНИЯ И СОГЛАСИЯ НИЧЕГО НЕ ПОЛУЧИТСЯ

2 РАСХОДЫ

НА КОТИКА ПРИДЕТСЯ ПОТРАТИТЬСЯ: ПОКУПАТЬ МОЛОКО, ТРАТИТЬ ВРЕМЯ НА ИГРЫ С НИМ

3 КЛЮЧЕВЫЕ РЕСУРСЫ

БЕЗ ЧЕГО МЫ НЕ ОБИДЕМСЯ? ТОЧНО - БЕЗ МОЛОКА. ПОЭТОМУ МОЛОКО - ЭТО КЛЮЧЕВОЙ РЕСУРС

4 ДОХОД (ВЫГОДА)

ЧТО ДАЕТ НАМ КОТИК?
- ЛЮБОВЬ
- МУРЧАНИЕ
- ФОТКИ В ИНСТАГРАММ
- ПОИМАННЫХ МЫШЕЙ

5 КАНАЛЫ

КОТИКИ ДОЛЖНЫ КАК-ТО УЗНАТЬ, ЧТО У ВАС ЕСТЬ ТАКИЕ КЛАССНЫЕ РЕШЕНИЯ! НО ОНИ НЕ УМЕЮТ ЧИТАТЬ И НЕ СЛЫЯТ В СОЦ. СЕТЯХ... МОЖНО ПОПРОБОВАТЬ КАНАЛ «БАБУШКИ У ПРАЗДЕДА» И БЕСПЛАТНЫЕ ПРОБНИКИ МОЛОКА (ПРЯМЫЕ ПРОДАЖИ)

6 КЛЮЧЕВЫЕ ПРОЦЕССЫ

КАК МИНИМУМ, ЕСТЬ ДВА ПРОЦЕССА: КОРМЛЕНИЕ МОЛОКОМ И ОТПУГИВАНИЕ СОБАК. НО ЕЩЕ НЕОБХОДИМО ГЛАДИТЬ КОТИКОВ

7 ЦЕННОСТНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ

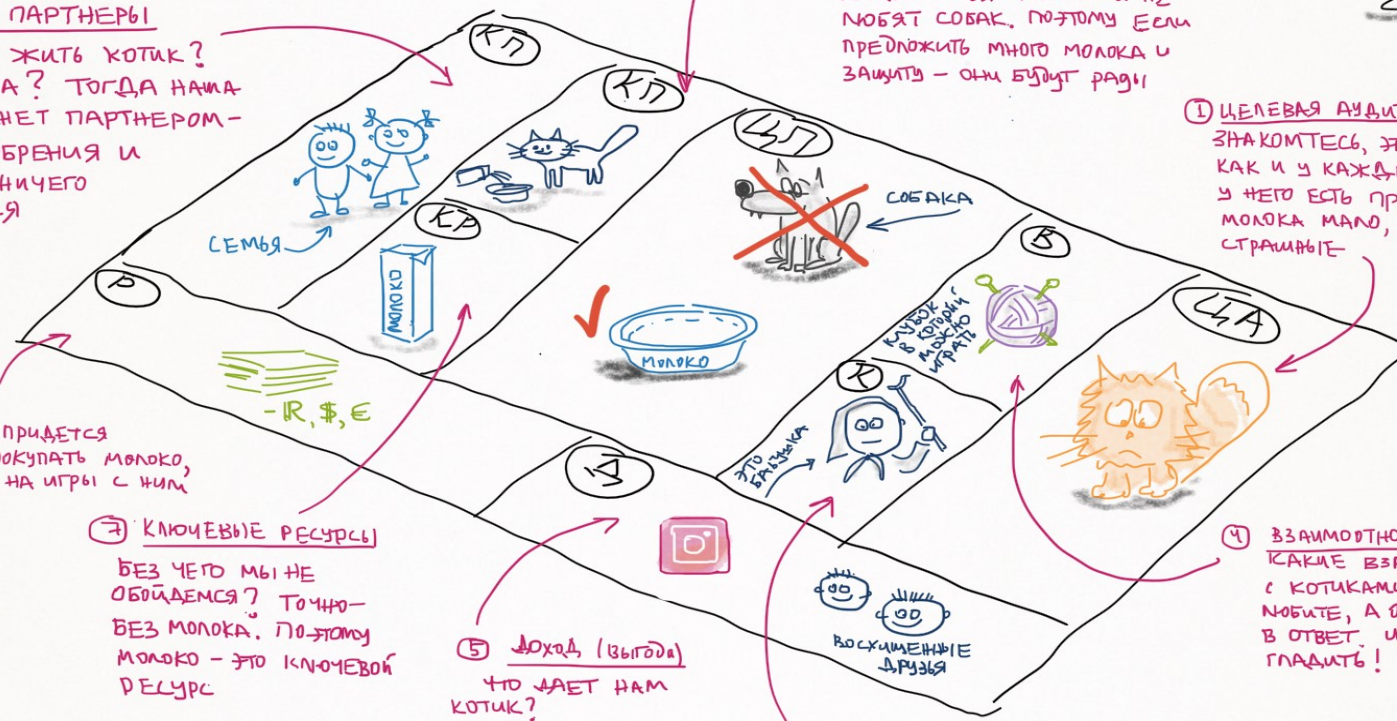
КОТИКИ ЛЮБЯТ МОЛОКО И НЕ ЛЮБЯТ СОБАК. ПОЭТОМУ ЕСЛИ ПРЕДЛОЖИТЬ МНОГО МОЛОКА И ЗАЩИТУ - ОНИ БУДУТ РАДИ!

8 ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

ЗНАКОМТЕСЬ, ЭТО КОТИК! КАК И У КАЖДОГО КОТИКА У НЕГО ЕСТЬ ПРОБЛЕМЫ: МОЛОКА МАЛО, А СОБАКИ СТРАШНЫЕ

9 ВЗАИМОТНОШЕНИЯ

КАКИЕ ВЗАИМОТНОШЕНИЯ С КОТИКАМИ? ВЫ ИХ ЛЮБИТЕ, А ОНИ ЛЮБЯТ ВАС В ОТВЕТ. И ЕЩЕ ИХ МОЖНО ГЛАДИТЬ!



Шаблон бизнес модели

Данный шаблон основан на Business Model Canvas from Business Model Generation
Автор А.Остервальдер
www.businessmodelgeneration.com
Больше шаблонов на www.strategycards.ru



Компания

Разработчик

Дата

Версия

Ключевые партнеры



Кто является нашими ключевыми партнерами?
Кто наши основные поставщики?
Какие ключевые ресурсы мы получаем от партнеров?
Какой ключевой деятельностью занимаются наши партнеры?

- Оптимизация и экономия в сфере производства
- Снижение риска и неопределенности
- Поставки ресурсов и совместная деятельность

Ключевые виды деятельности



Каких видов деятельности требуют наши ценностные предложения?
Наши каналы сбыта?
Наши взаимоотношения с клиентами?
Наши потоки поступления доходов?

- Производство
- Разрешение проблем
- Платформы/сети

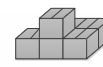
Ключевые ресурсы



Какие ключевые ресурсы нужны для наших ценностных предложений?
Наших каналов сбыта?
Взаимоотношений с клиентами?
Потоков доходов?

- Материальные
- Интеллектуальные
- Персонал
- Финансы

Ценностные предложения



Какие ценности мы предлагаем потребителю?
Какие проблемы помогаем решить нашим клиентам?
Какие потребности удовлетворяем?
Какой набор товаров и услуг мы можем предложить каждому потребительскому сегменту?

- Новизна
- Производительность
- Изготовление на заказ
- «Делать свою работу»
- Дизайн
- Бренд/Статус
- Цена
- Уменьшение расходов
- Снижение риска
- Доступность
- Удобство/применимость

Взаимоотношения с клиентами



Отношения какого типа ждет каждый потребительский сегмент?
Какие отношения установлены?
Каких расходов они требуют?
Как они интегрированы с общую схему бизнес-модели?

- Персональная поддержка
- Особая персональная поддержка
- Самообслуживание
- Автоматизированное обслуживание
- Сообщества
- Совместное создание

Каналы сбыта



Какие каналы взаимодействия были бы желательны для наших потребительских сегментов?
Как мы взаимодействуем с ними сейчас?
Как связаны наши каналы между собой?
Какие из них наиболее эффективны?
Какие более выгодны?

- ФАЭИ:
- Информационная (Как мы повышаем осведомленность потребителя о товарах и услугах нашей компании?)
- Оценочная (Как мы помогаем клиентам оценивать ценностные предложения нашей компании?)
- Продажная (Каким образом мы предоставляем клиентам возможность приобретения определенных товаров и услуг?)
- Доставка (Как мы доставляем клиентам наши ценностные предложения?)
- Постпродажная (Как мы обеспечиваем клиентам постпродажное обслуживание?)

Потребительские сегменты



Для кого мы создаем ценностное предложение?
Какие клиенты для нас более важны?

- Массовый рынок
- Нишевый рынок
- Дробное сегментирование
- Многопрофильные предприятия
- Многосторонние платформы или многосторонние рынки

Структура издержек



Какие наиболее важные расходы предполагает наша бизнес-модель?
Какие из ключевых ресурсов наиболее дороги?
Какие ключевые виды деятельности требуют наибольших затрат?

- Ориентация на издержки
- Ориентация на ценность
- Постоянные издержки
- Переменные издержки
- Экономия на масштабе
- Эффект диверсификации

Доходы



За что клиенты действительно готовы платить?
За что они платят в настоящее время?
Каким образом платят?
Как они предпочли бы платить?
Какую часть общей прибыли приносит каждый поток поступления доходов?

- Продажа активов
- Плата за использование
- Оплата подписки
- Аренда/рента/лизинг
- Лицензии

3) БИЗНЕС МОДЕЛЬ

СПОСОБ СОЗДАНИЯ
ЦЕННОСТИ ДЛЯ КЛИЕНТА

БИЗНЕС-МОДЕЛИ
КОНКУРЕНТОВ

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ
(ПРОФИЛИ + СЦЕНАРИИ)
КЛИЕНТОВ

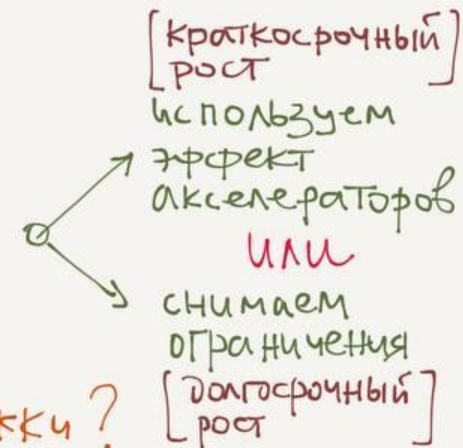
Объединяем разные сценарии
и разных клиентов в одну бизнес-модель



Важно: НЕТ идей - укради!
(смотрим вокруг)

4) Причину-следственная модель

- какие есть скрытые ограничения и проблемы?
- что может стать источником роста?
- есть ли "разбитые окна"?
- где в системе нелинейность и задержки?



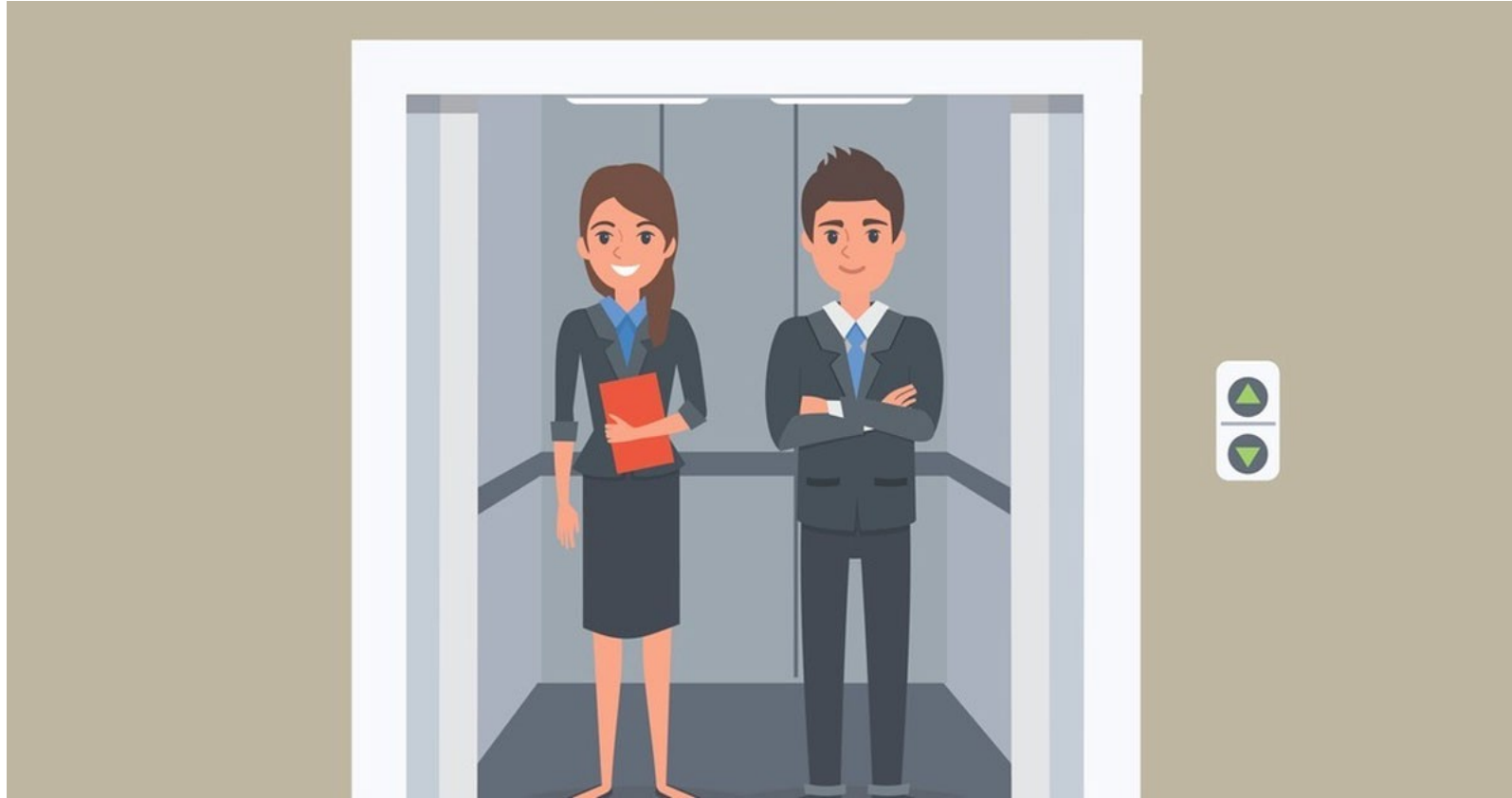
Как рассказать о своем проекте?

1. Напишите о своем проекте.
2. Расскажите о своем проекте.

ОЦЕНКА ИНВЕСТОРА

ВЛОЖИТЬСЯ В ПРОЕКТ ?

ELEVATOR PITCH



ELEVATOR PITCH



120 секунд



150-200 слов



инвестора

СТРУКТУРА

1. О СЕБЕ. ВАЖНА ЭНЕРГЕТИКА, СОСТОЯНИЕ .
2. **ФОКУС** : ПРОБЛЕМА , РЕШЕНИЕ , ПЕРСПЕКТИВА МОНЕТИЗАЦИИ, КОМАНДА (РОСТ ДОХОДОВ , ЗА СЧЕТ ЧЕГО).
3. ЗАПРОС НА ИНВЕСТИЦИИ , ПОДДЕРЖКУ

ИНВЕСТОР ПОКУПАЕТ КОМАНДУ

ELEVATOR PITCH

•Двумя предложениями описывается враг и губительные последствия его деятельности:

«Растущие показатели CO₂ в атмосфере влияют на повышение общей температуры планеты. И, что еще страшнее — выхлопные газы автомобилей убивают более 53 тыс. человек в год».

Двумя фразами дается ответ на вопрос: что делать?

Звучит он так:

«Мы в состоянии изменить ситуацию. Задача компании Tesla — создание надежных транспортных средств на электричестве, что крайне важно для будущего мира».

Результат грамотного продвижения товара:

каждую неделю в 2020-ом с конвейеров Tesla сходило 5 тыс. авто, плюс стоимость акций компании выросла на 720%.



Напишите на листе бумаги в столбик :



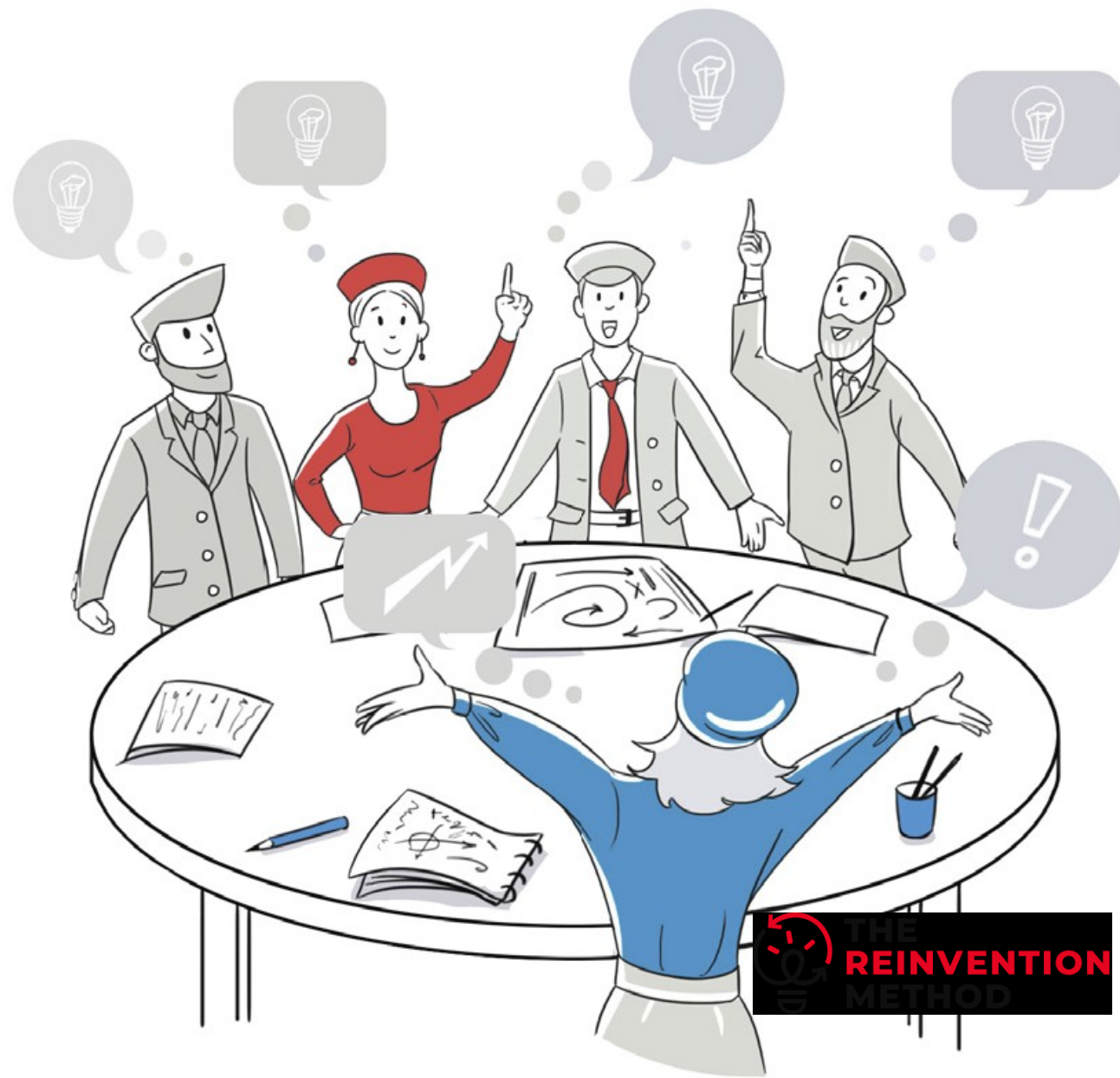
10:00 -



11:00 -



12:00 -



ПОПРОБУЕМ ?



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ.