

*Бизнес в стиле .RU*

---

# Управление и аналитика интернет проекта

---

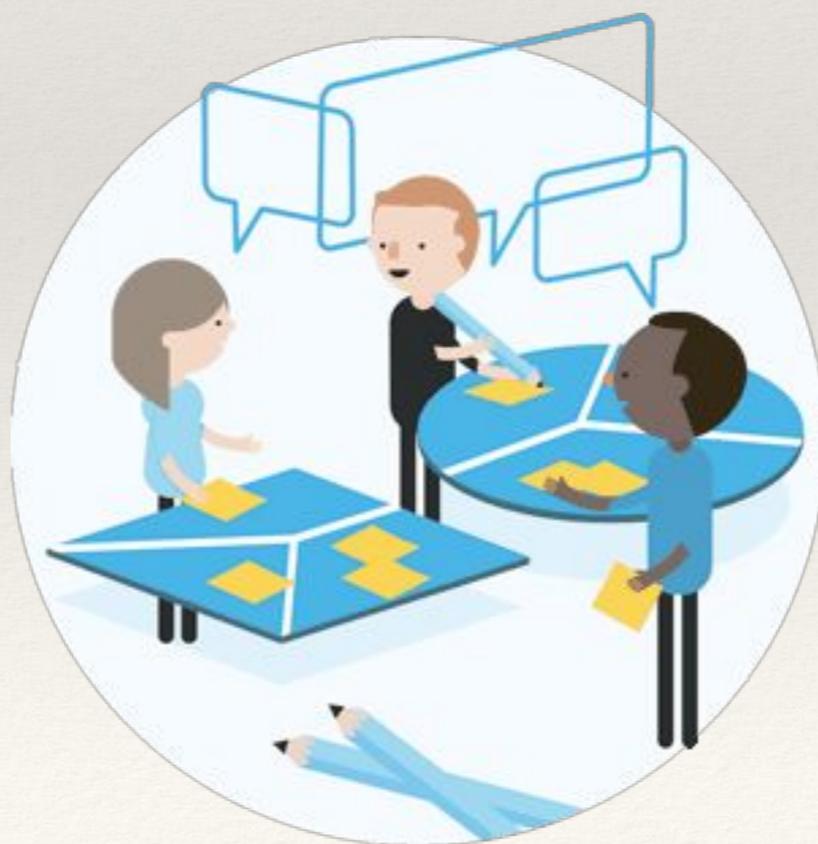
Подображных Анна

# Сегодня мы сможем:



Получить  
представление о  
путях создания  
ценности

Максимально  
использовать  
опыт и  
способности  
своей команды



Не тратить время  
на идеи, которые  
не работают

# Шаблон бизнес-модели

<b>Ключевые партнеры</b> 	<b>Ключевые виды деятельности</b> 	<b>Ценностные предложения</b> 	<b>Взаимоотношения с клиентами</b> 	<b>Потребительские сегменты</b> 
	<b>Ключевые ресурсы</b> 		<b>Каналы сбыта</b> 	
<b>Структура издержек</b> 		<b>Потоки поступления доходов</b> 		

Так, может, попробуем?

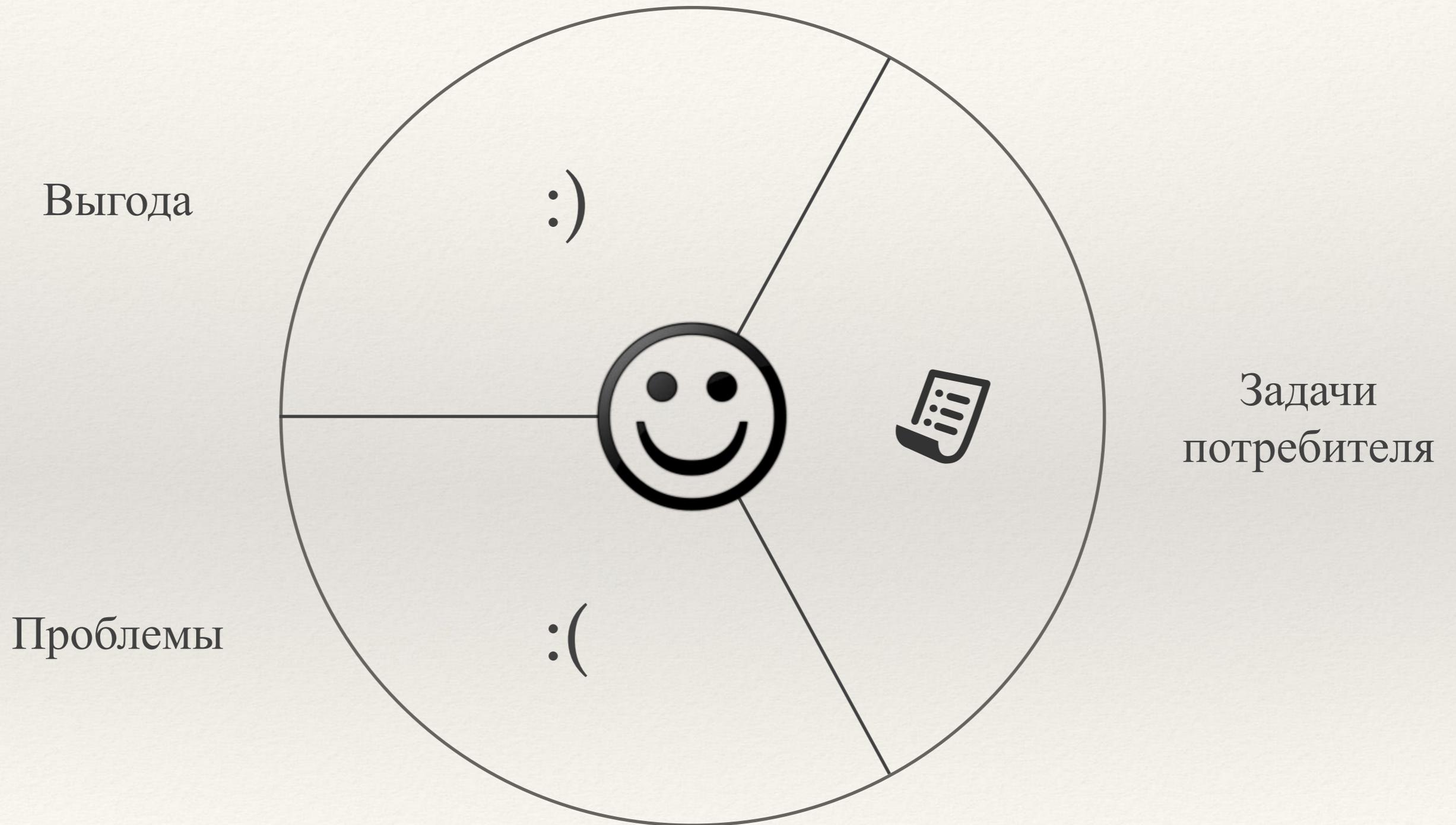


Создайте  
ценность



Изучите  
потребителя

# Профиль потребителя



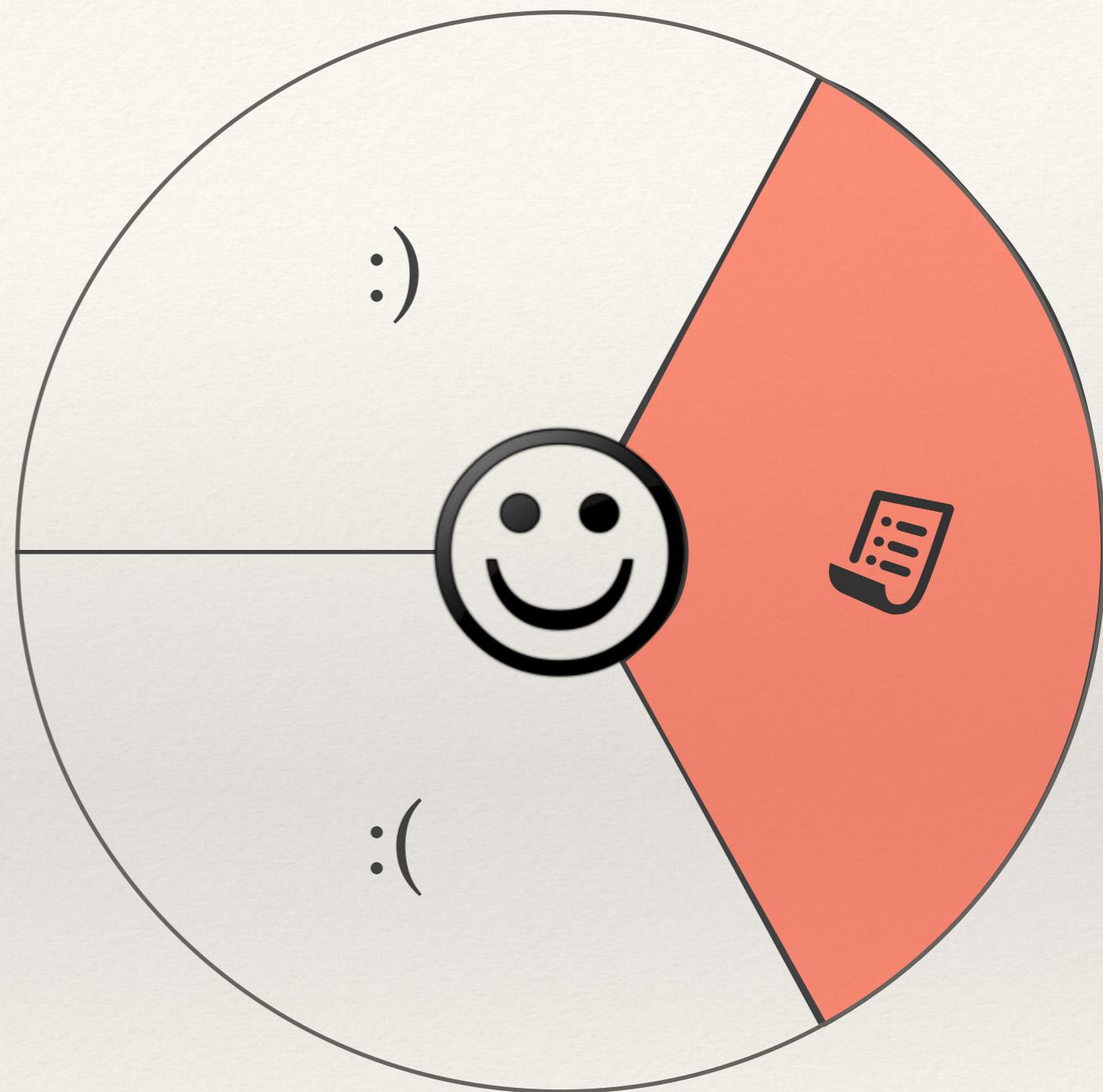
*При исследовании задач потребителей  
необходимо встать на их место*

---

# Задачи потребителя

---

- функциональные
- социальные
- личностные / эмоциональные
- дополнительные



*Точно определяйте проблемы*

---

# Проблемы потребителя

---

- Что такое «слишком затратно»?
- Что заставляет потребителей чувствовать себя плохо?
- Чего не хватает потребителю?
- Что мешает потребителям спокойно спать?
- Какие ошибки чаще всего допускают потребители?
- Что мешает потребителям принять ценностное предложение?



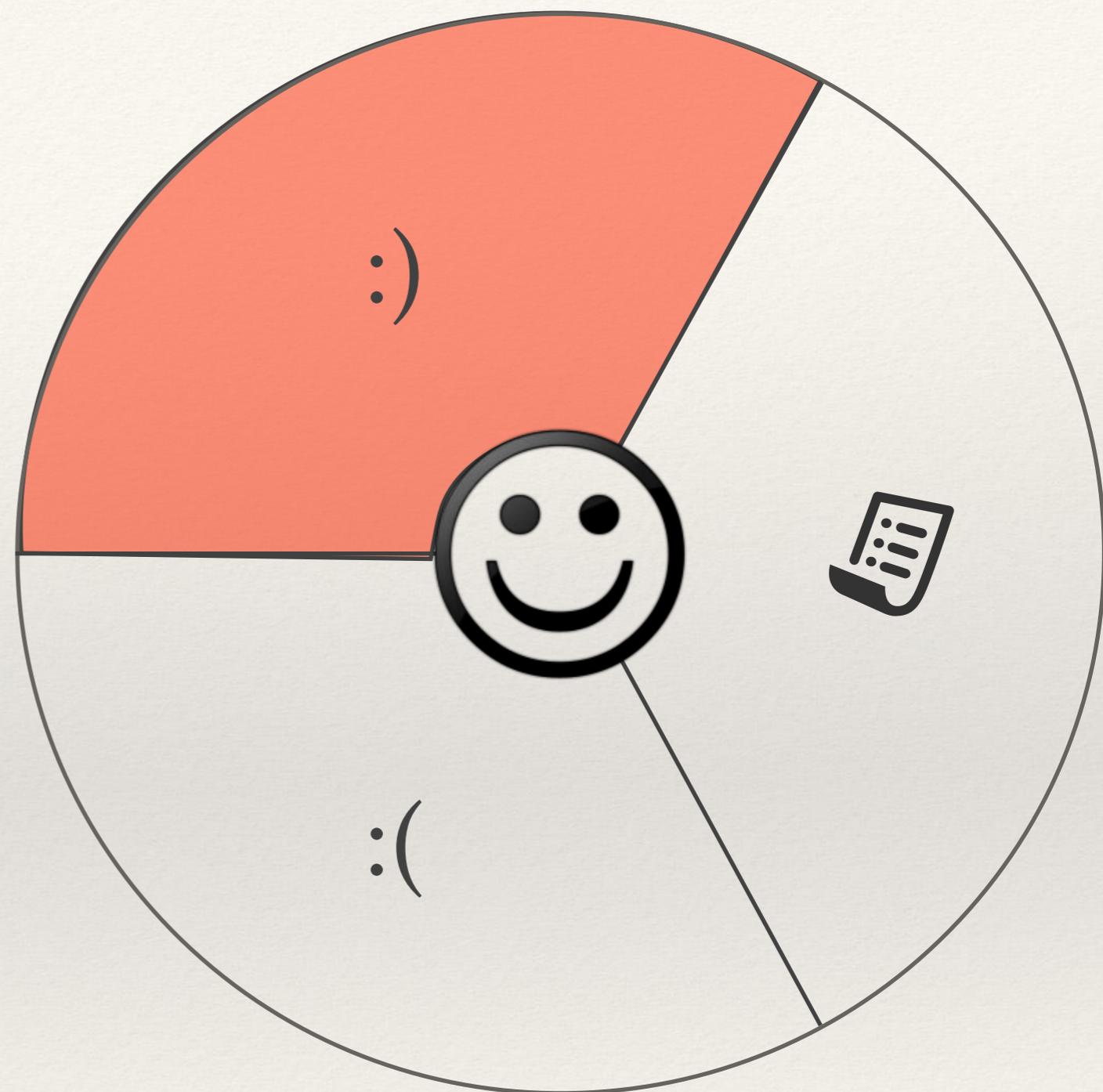
*Точно определяйте выгоду*

---

# Выгоды потребителя

---

- Что наиболее ценно для потребителей с точки зрения времени, денег и усилий?
- Что облегчит жизнь или работу потребителям?
- На что потребители обращают внимание в первую очередь?
- О чем мечтают потребители?
- Как потребители измеряют успех?



Читатель  
книги о  
бизнесе

Можно уверенно  
применять

Связь с  
единомышленниками

Ведет к  
укреплению  
сотрудничества

Делать то,  
что нужно  
людям

Делиться  
информацией и  
продвигать свои  
идеи

Признано  
командой

Уверенно  
принимать  
решения

Развивать  
бизнес или  
строить новый

Искать,  
осваивать и  
применять  
методы

Легко  
понять

Оценивать и  
уменьшать риск

Хорошо  
исполнять свои  
повседневные  
обязанности

Помогает  
доносить  
идеи до  
других

Помогает в  
трудных  
ситуациях

Четкие  
индикаторы  
прогресса

Помогает  
получить  
повышение

Дает  
результат

Получило  
одобрение  
руководителя  
команды

Конкретные  
рекомендации

Успешные  
ценностные  
предложения

Применимые  
идеи

Слишком много  
теории

Идти в ногу  
со временем

Повышать  
квалификацию  
и делать  
карьеру

Сотрудничать с  
окружающими  
или помогать им

Нехватка  
времени

Непонимание со  
стороны  
руководителя

Убеждать других  
применять  
правильные  
методы

Выбор неверного  
пути

Скучное содержание,  
которое сложно  
освоить

Изготовление  
никому не  
нужных вещей

Ассоциирован  
ие с большим  
провалом

Трата времени на  
идеи, которые не  
сработают

Отсутствие  
средств

«Трансляция»  
методов на  
собственную  
ситуацию

Необходимость  
справляться с рисками  
и неопределенностью

Прекращение  
карьерного  
роста

# Карта ценности

Товары и услуги



Факторы выгоды

Факторы помощи

*Перечень того, что вы предлагаете*

---

# Товары и услуги

---

- материальные / осязаемые
- нематериальные
- цифровые
- финансовые



*Описание того, как именно товары и услуги помогают потребителям справляться с конкретными проблемами*

---

## Факторы ПОМОЩИ

---

Могут ли ваши товары и услуги:

- обеспечить экономию времени, денег или усилий?
- ограничить или устранить типичные ошибки потребителей?
- помочь потребителям чувствовать себя более уверенно?
- исключить отрицательные социальные последствия?



*Описание того, какую выгоду дают потребителю ваши товары и услуги*

---

## Факторы выгоды

---

Способны ли ваши товары и услуги...

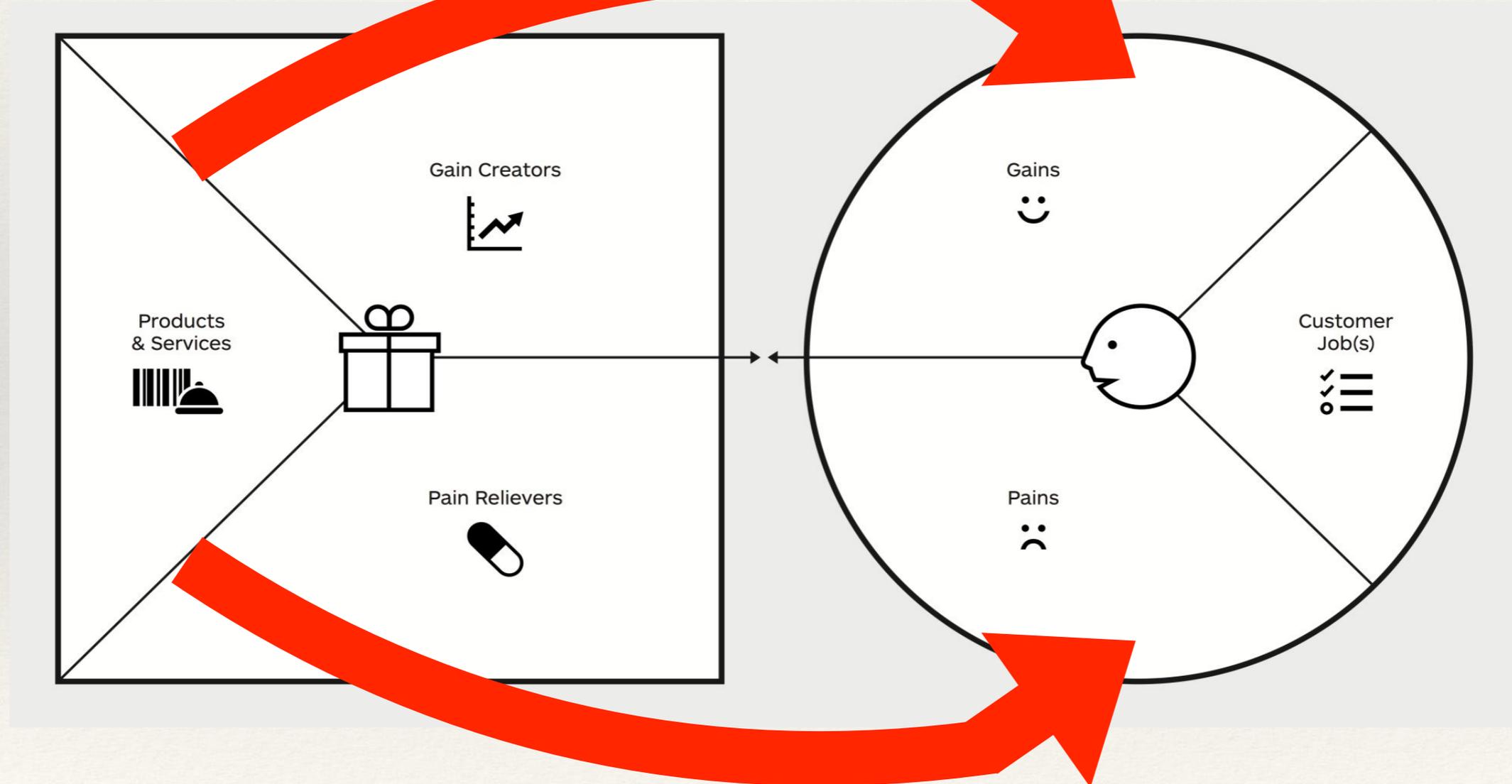
- обеспечить потребителям видимую экономию времени, денег или усилий?
- дать результаты, которые ожидают потребители?
- исполнить желания потребителей?
- создать положительный социальный эффект?



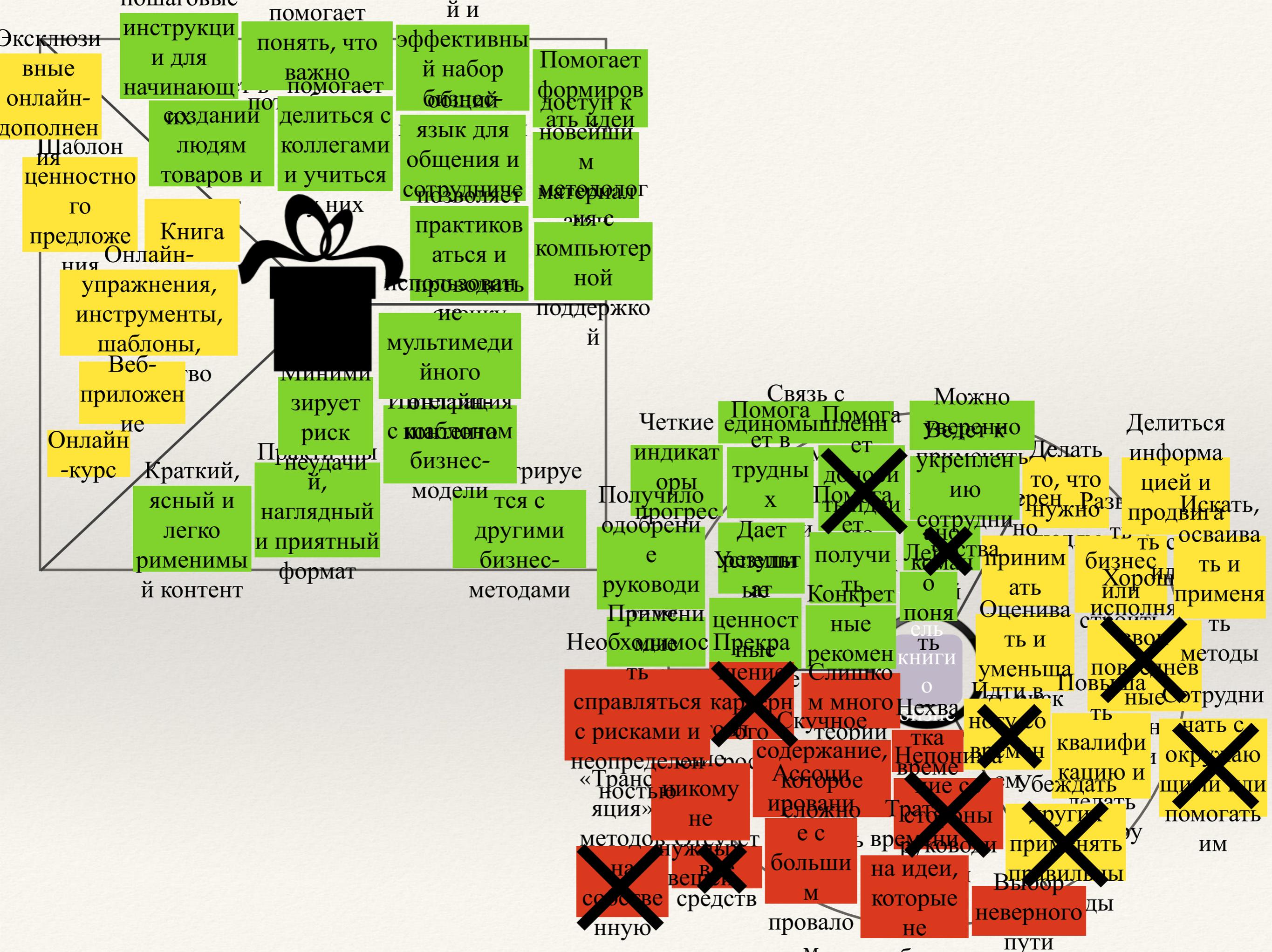


# Соответствие

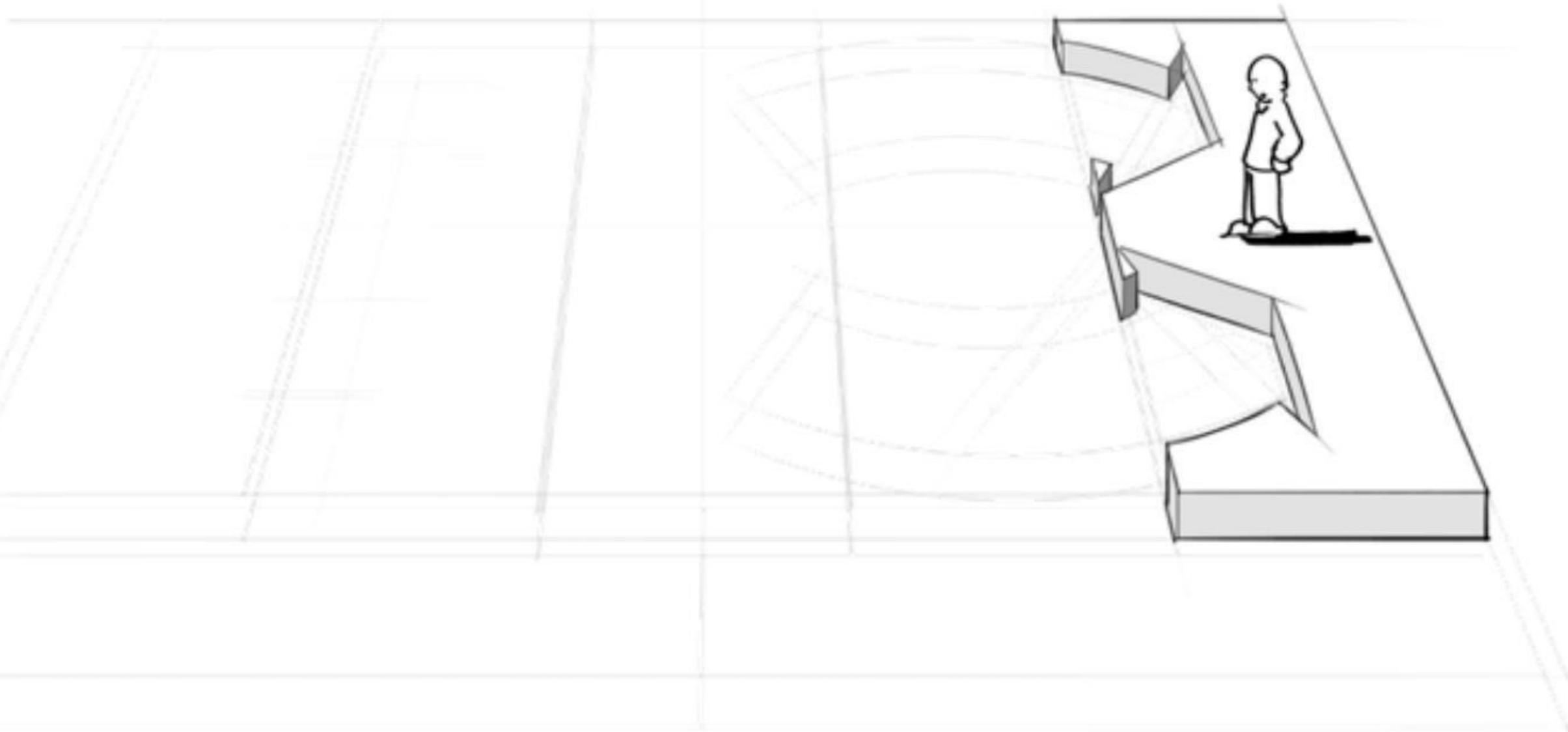
Ваше ценностное предложение помогает потребителю получить необходимую выгоду?



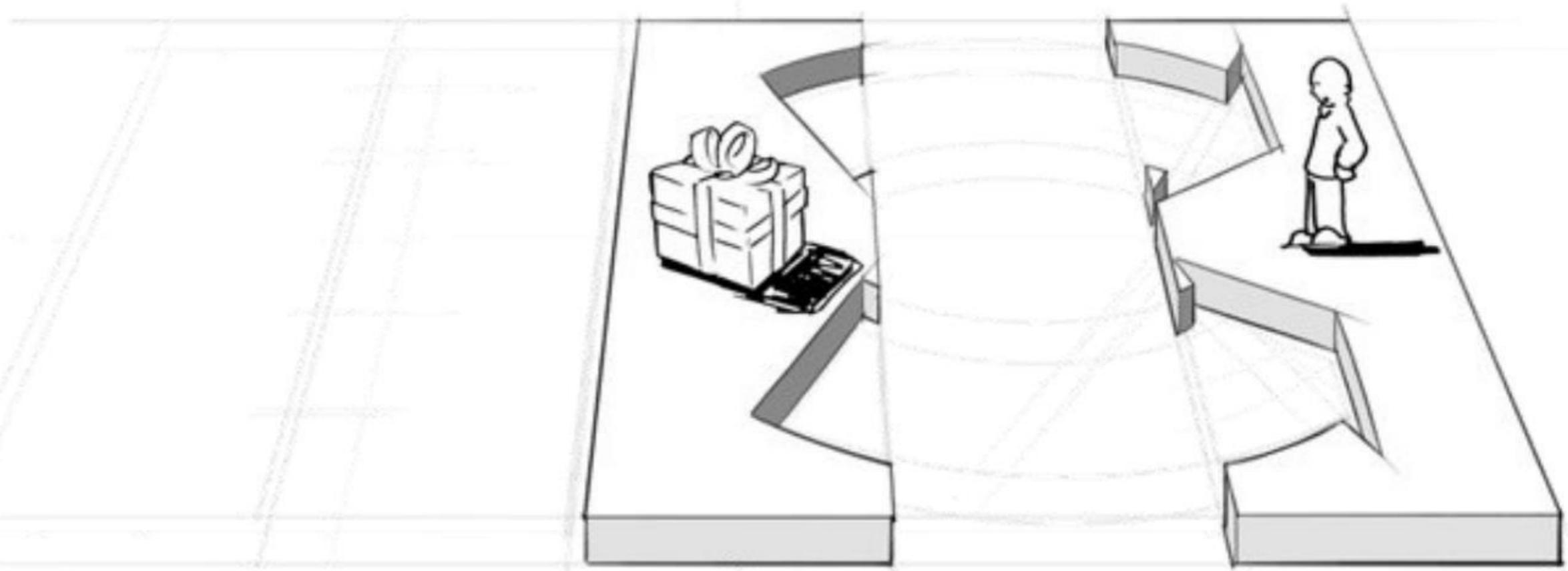
Ваше ценностное предложение помогает потребителю решать серьезные проблемы?



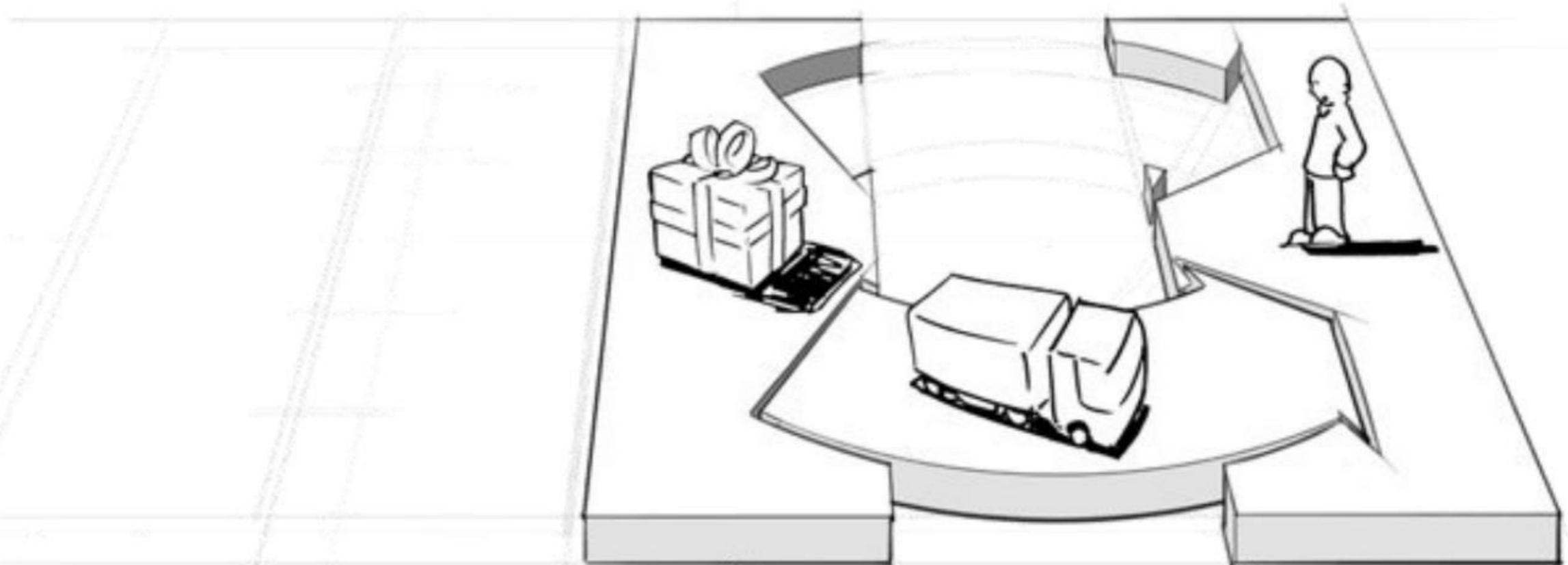
# CUSTOMER SEGMENTS



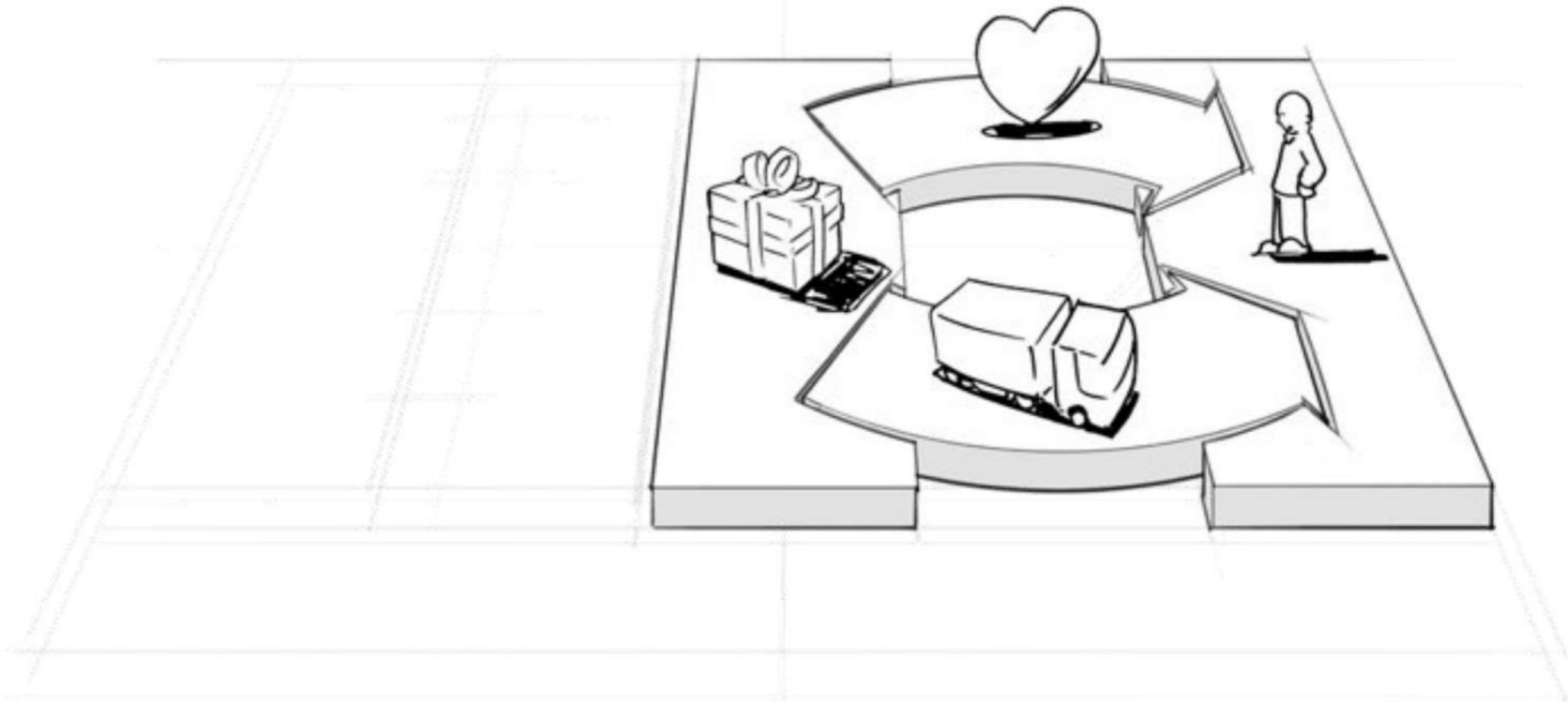
# VALUE PROPOSITIONS



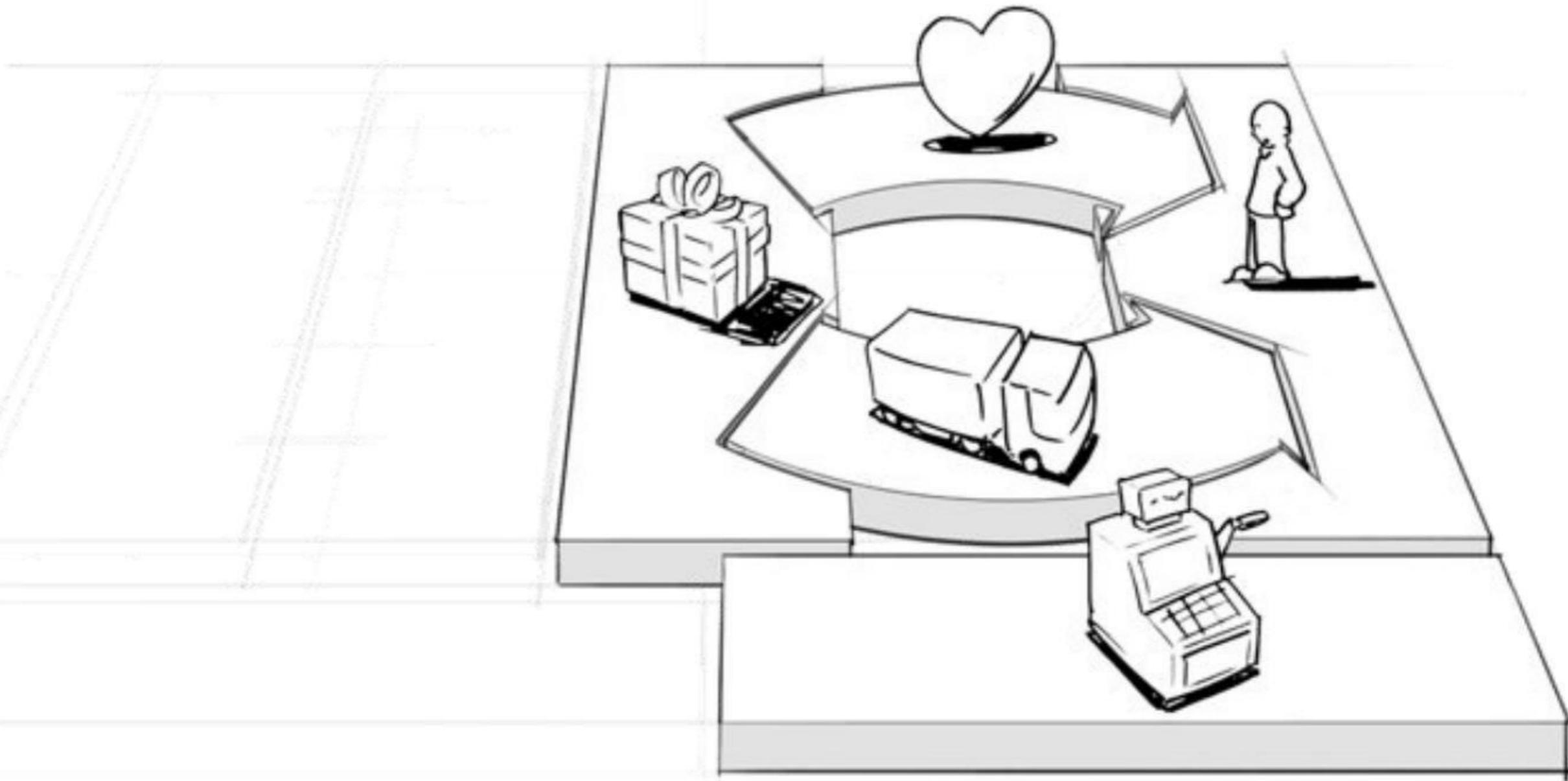
# CHANNELS



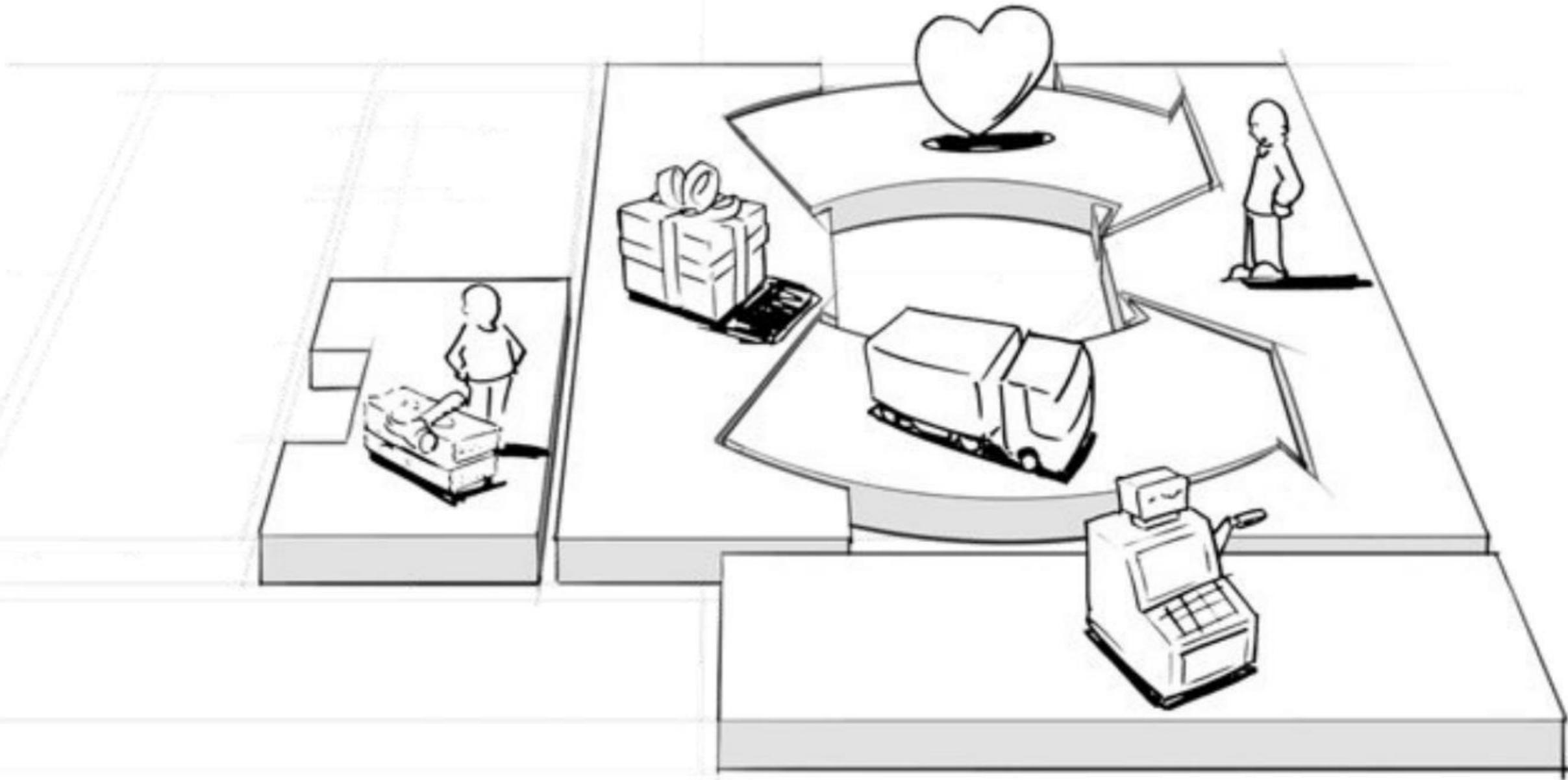
# CUSTOMER RELATIONSHIPS



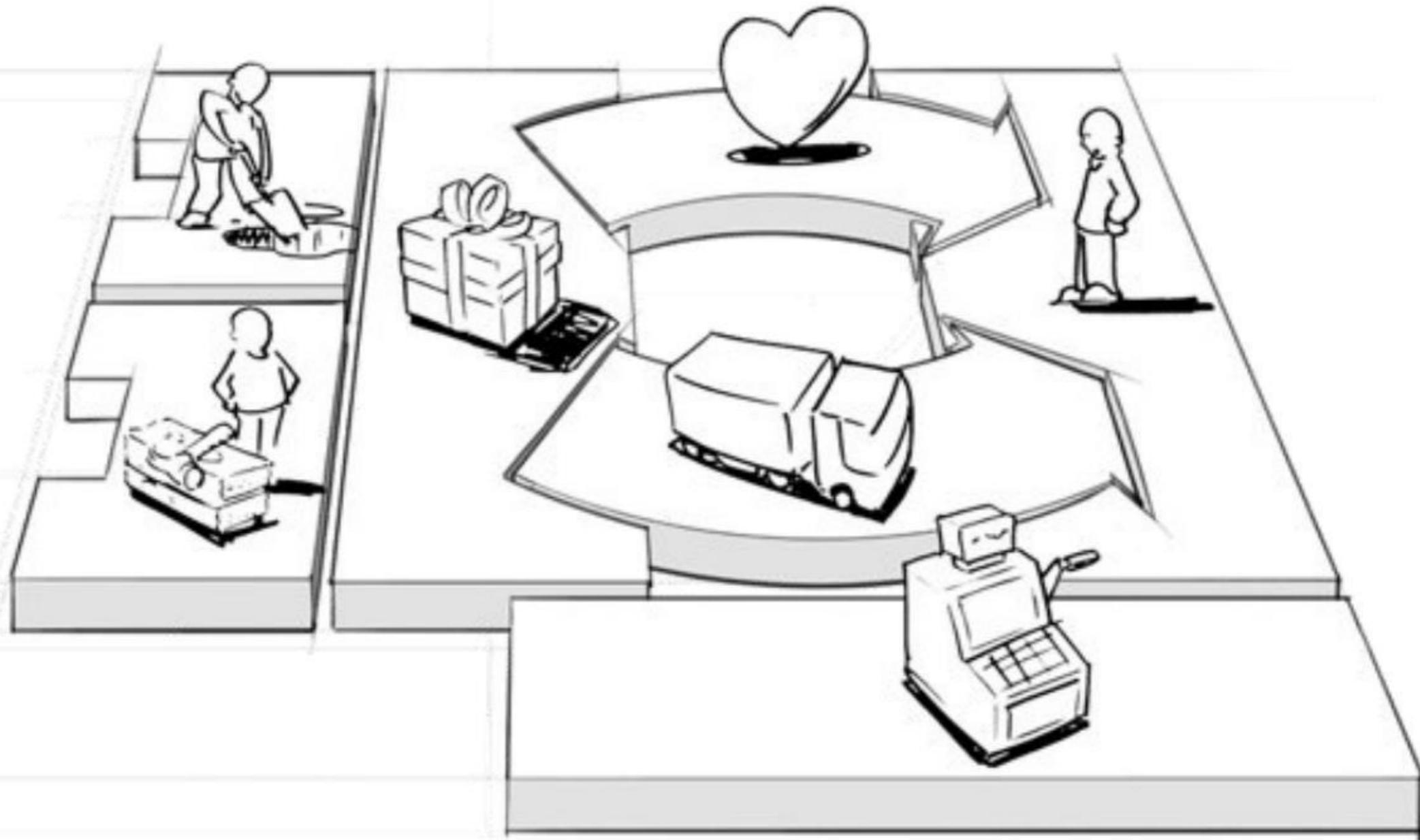
# REVENUE STREAMS



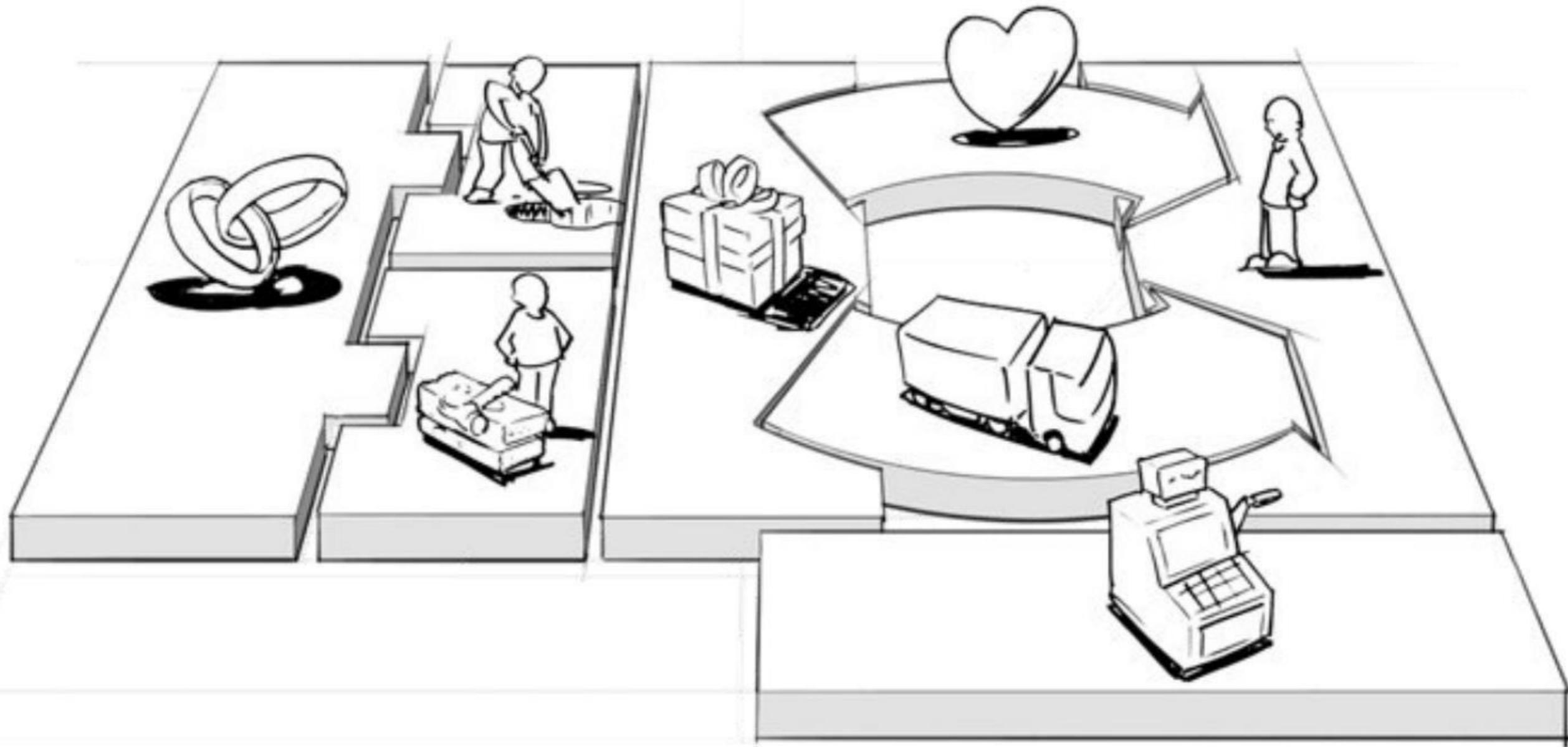
# KEY RESOURCES



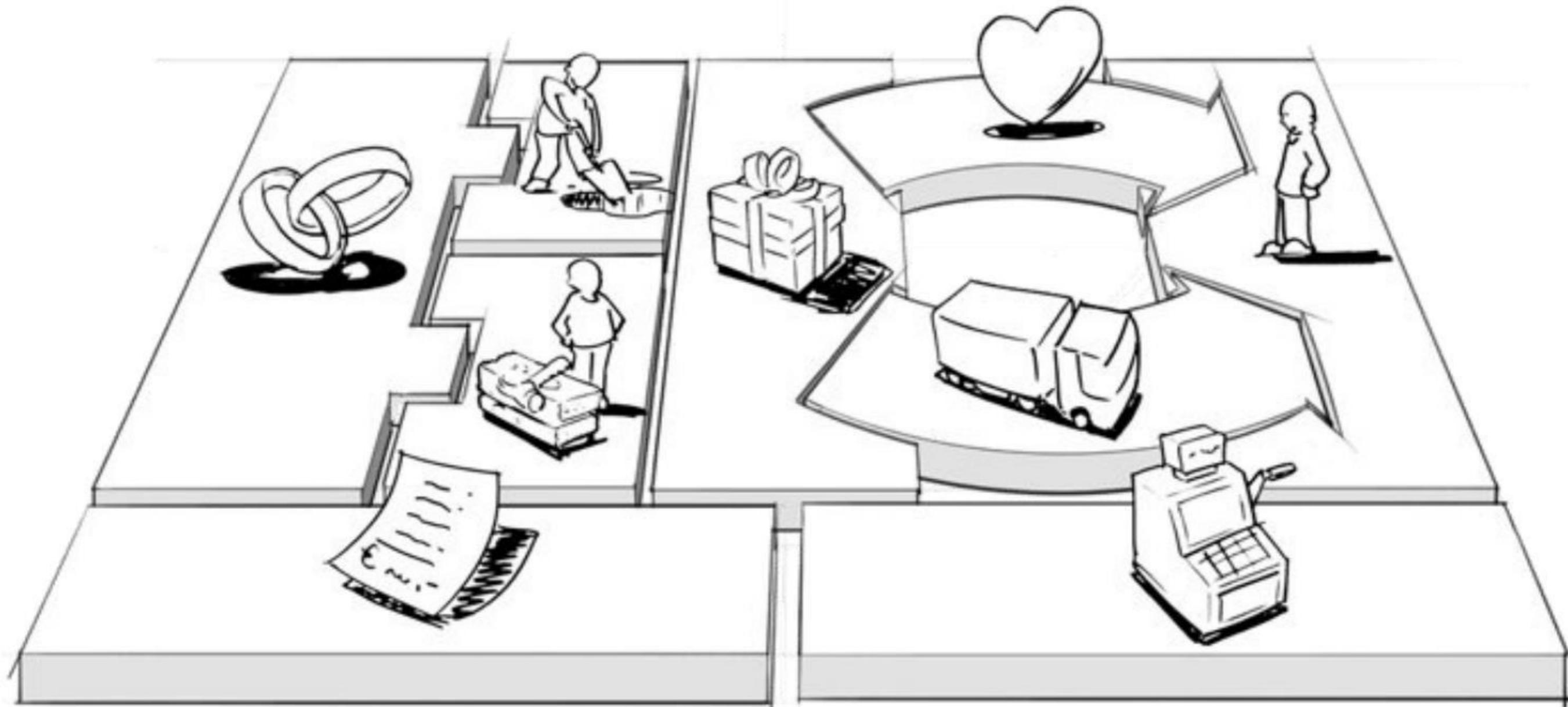
# KEY ACTIVITIES



# KEY PARTNERS



# COST STRUCTURE



Key Partnerships



printers

content selection  
editorial process  
sales and marketing  
book production  
logistics

content sources  
access to authors  
editorial staff  
access to distrib. channels

Value Propositions



books

bestsellers

foreign language publishing right

Customer Relationships



key account mgmt

book stores

book chains

www

publisher's sales force

foreign language rights managers

www

Customer Segments



6 M  
readers

10 K  
indie book stores

10  
book chains

5  
whole-salers

100  
foreign language publishers

Cost

1.54 M  
production

100 K  
sales and marketing  
50 K  
logistics

225 K  
HR  
422 K  
royalties to authors

38.9 K  
foreign language royalties

Revenue Streams

95 K  
foreign language royalties

2.4 M  
book from retail stores

Profit \$127.56 K