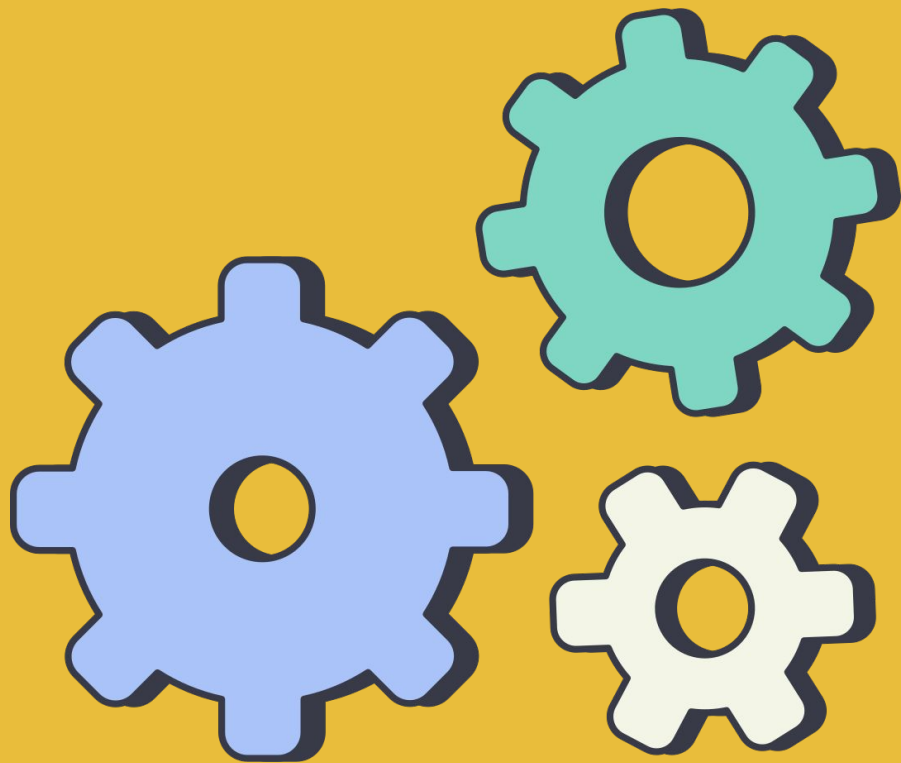


- **Бизнес модель**
- **Бизнес идеяны текшерүү**
- **Финмодель**
- **Юнит экономика**

Нуржигит Эралиев

- IT-де электрондук коммерция боюнча тренер
- Трекер в Accelerate Prosperity
- Svetofor.info маркетинг-плейсинде сатуу жана операциондук директору
- Казакстанда www.svetofor.kz долбоордун менеджери
- Электрондук коммерцияда 11 жыл тажрыйба





Бизнес модель

Бизнес модель -

это компактное,
упрощенное
представление о
бизнесе.

Бизнес модель -

бул бизнестин
компакттуу,
жөнөкөйлөштүрүлгөн
көрүнүшү.

Бизнес моделиндеги жалпы көрүнүштөр

- B2B
- B2C
- B2G
- C2C
- D2C

“Коммерциялык фирмаларга, мамлекеттик мекемелерге жана чекене кардарларга сатуу моделдери”



B2C



B2B



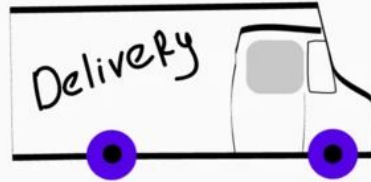
B2B2C



C2C



B2G



D2C



(business to business / бизнес
для бизнеса) - кардарлар
башка компаниялар жана
ишкерлер болуп саналат

B2B

CodifyLab / CRM Technologies

(business to consumer / бизнес
для клиента) - кардарлар жеке
адамдар болуп саналат

(общепит, торговые точки,
услуги для населения, интернет-
коммерция)

B2C

(business to government /
бизнес для государства) -
кардар-мамлекет

B2G

Продажа товара в детсады,
школы, армия, больницы

(consumer-to-consumer /
клиент для клиента) - кардар
башка кардарлар

Lalafo / Mashina.kg

C2C

(Direct to Consumer /
производитель клиенту) -
өндүрүүчүсү түздөн-түз
кардарга сатат

D2C

Маткасымов, Куликовский,
HandMade, Nike

	B2B	B2C	B2G	C2C	D2C
Сатып алуунун максаты	Бизнести өнүктүрүү үчүн	Жеке муктаждыктар үчүн	Мамлекеттик муктаждыктар үчүн	Жеке муктаждыктар үчүн	Жеке муктаждыктар үчүн
Орточо сатып алуу бюджети	Чон	Кичинекей	Зор болушу мүмкүн	Кичинекей	Кичинекей
Заказдардын көлөмү	Зор болушу мүмкүн	Кичинекей	Зор болушу мүмкүн	Кичинекей	Кичинекей
Кардарлардын саны	Чектелген	Коп	Чектелген	Коп	Коп
Жарнама жана маркетинг	Бир кардарга өзгөчө багытталган	Кардарлардын чексиз санына багытталган	Мамлекеттик кардарларга маалымат берүүгө багытталган	Чексиз санга багытталган	Чексиз санга багытталган

Базовые модели для IT-стартапов

Прямая модель

- Подписка
- Микротранзакции

Косвенная модель

- Рекламная модель
- Модель генерации продаж

Подписка

Периодически снимать согласованную сумму с клиентов по графику

Функции

- Стабильный денежный поток
- Большой потенциал для перевода пользователей на более высокие тарифы
- Возможность продавать сопутствующие товары
- Управляемая клиентская база
- Низкие затраты



Виды модели “подписка”

- **Фримиум** - Базовая часть продукта предоставляется бесплатно, а расширенный и более ценная версия за деньги или показ рекламы
- **Тестирование** - бесплатный пробный период и переход на платный период по окончании (Demo версии 15 дней~)
- **Полностью платный доступ** - за пользование услугой нужно платить

Choose your Dropbox plan

Basic

Your current plan



Store your stuff in Dropbox and securely access your files from anywhere. Refer friends to get more space.

Pro

From \$9.99 a month



Great for personal projects, with enough space for all your docs, files, and over 20,000 photos.

[Upgrade to Pro](#)

Business

\$15 a month per user



Get as much space as you need, with powerful admin features and unlimited version history.

[Learn more](#)

Freemium

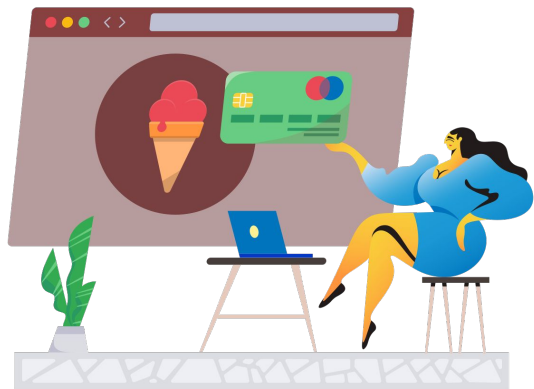
Транзакционная модель

Комиссионное вознаграждение от денежных транзакций

между участниками сделки

Webmoney, Яндекс Деньги, Qiwi, QPay, Visa, MasterCard,

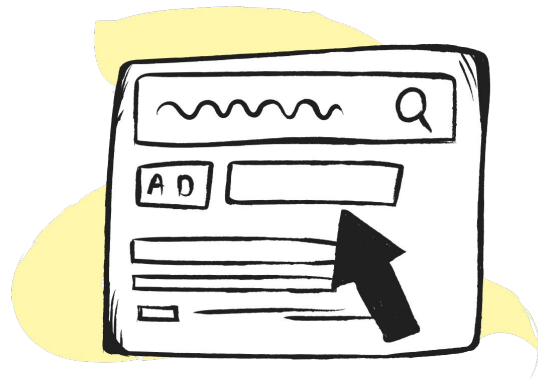
ODengi, Mbank, Elsom



Рекламная модель

Показ рекламы на сайте или в приложении в разных формах: баннеры, текстовая, контекстная, видео- и аудиореклама.

Lalafo, mashina.kg, google и др.



Модель генерации продаж

- Выручка от продажи продукта в виде комиссии или как часть продажной цены
- Зависит от условий партнерской программы и конкурентной среды на рынке

Маркетплейсы



Как выбрать модель?

- Проверка актуальности и жизнеспособности
- Что препятствует выплате и что ее мотивирует?
- Тестирование на целевую аудиторию

Модель	Основная / запасная / неподходит
Подписка	
Фримиум	
Тестирование	
Полностью платный доступ	
Транзакции	
Реклама и генерирование продаж	

Заполнить таблицу

1. Выберите универсальную модель
2. Выберите базовую модель
3. Выбор модели на замену

Протестируйте модель - три интервью

Другие бизнес модели

Long Tail

(Длинный хвост)

Главный принцип этого шаблона - продавать понемногу. Основная часть доходов поступает не от продуктов-блокбастеров, а от продуктов с «длинным хвостом», которые сами по себе не обеспечивают большой прибыли. Если вы предложите большое количество таких товаров, выручка от небольших продаж будет приличной.

Инновационные компании

Amazon (1995)

eBay (1995)

Netflix (1999)

Apple iPod / iTunes (2003)

YouTube (2005)

LEGO (2005)

Lulu.com (2006)

Lock-In (Бритва и лезвие)

Основной продукт предлагается по более низкой цене или предоставляется бесплатно, а дополнительные товары, необходимые для использования основного продукта, продаются по более высокой цене, и обеспечивается значительная часть дохода.

Компании-новаторы

Gillette(1904)

Microsoft (1975)

Hewlett-Packard (1984)

Nestlé Nespresso (1986)

Crowdfunding (Краудфандинг)

Этот шаблон бизнес-модели характеризуется тем, что проект финансируется большим количеством людей и преследует несколько целей:

- 1) Сбор денег для реализации идеи
- 2) Проверка спроса и продаж
- 3) Ограничение влияния инвесторов.

Компании-новаторы

Marillion (1997)

Cassava Films (1998)

Diaspora (2010)

Brainpool (2011)

Pebble Technology (2012)

Kickstarter - платформа

P2P (Peer-to-Peer)

“Ты мне - я тебе”/Без посредников

Компания-организатор обеспечивает онлайн платформу, который объединяет участников. На такой площадке можно дать объявления об аренде личных вещей, предложить товары и услуги, поделиться информацией или впечатлениями.

Компании-новаторы

eBay (1995)

Linkedin (2003)

Skype (2003)

Zopa (2005) (кредит от физ лиц)

Airbnb (2008)

TaskRabbit (2008)

RelayRides (2010)

Gidsy (2011)

Аренда вместо покупки

Вместо того, чтобы покупать товар, покупатель сдает его в аренду. В этом случае ему нужно гораздо меньше денег. Тогда компания будет зарабатывать больше с каждого продукта.

Каршеринги

Такси Fit

Прокат костюмов

...

Аукцион

Бизнес-модель «аукциона» основана на ценах, предлагаемых участниками: то есть стоимость товара определяется не только продавцом, но и самими покупателями, которые активно влияют на конечную цену товара или Сервисы. Ценообразование начинается с того, что потенциальный покупатель делает конкретное предложение, исходя из его покупательной способности.

Компании-новаторы

- eBay (1995)
- Winebid (1996)
- Priceline (1997)
- Google (1998)
- Elance (2006)
- Zopa (2005)
- MyHammer (2005)

Самообслуживание

В случае использования бизнес-модели «Самообслуживание» создание стоимости в некоторой степени перекладывается на клиентов в обмен на более низкую цену. В особенности такой подход оптимален для процессов с высокими издержками, приносящих потребителям низкую воспринимаемую стоимость.

Компании-новаторы

- McDonald's (1948)
- IKEA (1956)
- Accor (1985)
- Mobility Carsharing (1997)
- BackWerk (2001)
- Car2Go (2008)

Буфет / автомойки

**Бизнесиңизди
бир сүрөттө
кантип көрүүгө
болот?**





Canvas бизнес МОДЕЛИНИН инфографикасы

же Остервальддын бизнес модели

Canva -

**инструмент стратегического планирования,
используемый для описания бизнес-моделей.**

**Это одностраничная схема, отображающая все
бизнес-процессы предприятия**

Canvas бизнес моделинин инфографикасы / модель Остервальда



Canvas бизнес моделинин инфографикасы / модель Остервальда



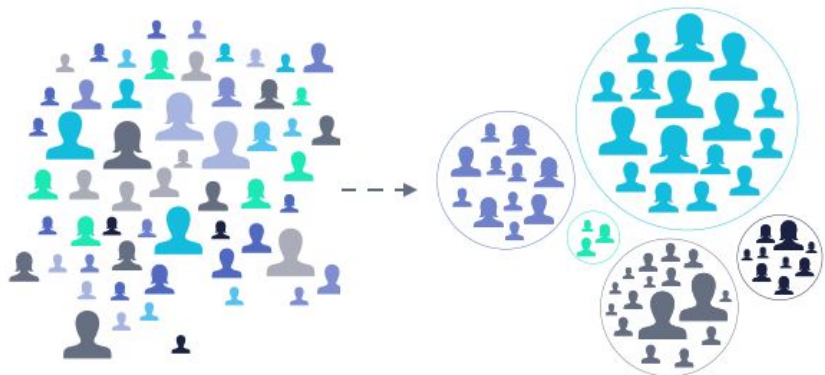
Сегменты потребителей / Кардарлардын сегменти

Кто ваши клиенты?

- На какие группы можно их разбить?
- Какие у них интересы и как вы можете их удовлетворить?
- Опишите подробно: пол, возраст, местоположение, образование, достаток, состав семьи, интересы, потребности, проблемы.

Сиздин кардарлар ким?

- Аларды кандай топторго бөлүүгө болот?
- Алардын кызыкчылыктары кандай жана сиз кантип аларды канааттандырабы?
- Толук сүрөттөп бериңиз: жынысы, жашы, жайгашкан жери, билими, байлык, үй-бүлө курамы, кызыкчылыктары, муктаждыктары, проблемалары.



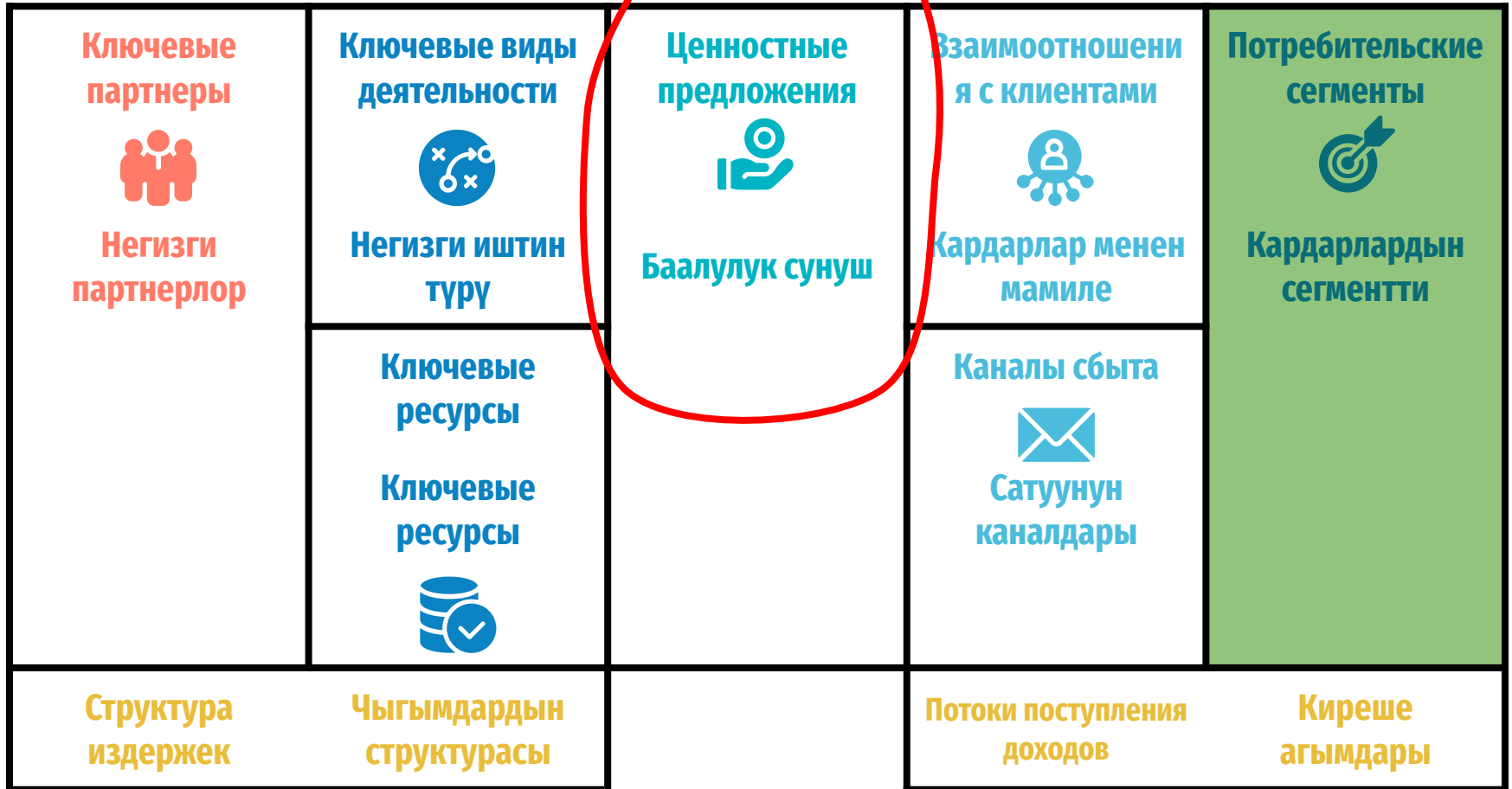
Сегменты потребителей / Кардарлардын сегменти

Кардарларды кантип сегменттөө керек

1. Географиялык фактор (өлкө, облус, шаар, район, көчө) боюнча бөлүштүрүүдө.
2. Демографиялык фактор (улуту, жашы, жынысы, дини, билими, кирешеси, үй-бүлөлүк абалы жана кесиби).
3. Психологиялык фактор (жашоо образын, кызыкчылыктарын, хоббилерин, принциптерин, баалуулуктарын жана башкаларын эске алып, сатып алуучу эмне жөнүндө ойлойт).
4. Жүрүм-турум фактору (лоялдуулук, бренд жонундо билими, жактыруу жана сатып алуу үлгүлөрү боюнча топторго бөлүнөт)

Сегменты рынка				
Демография	География	Психология	Размер организации	Индустрия
<ul style="list-style-type: none">• Миллениалы• Люди старше 65• ИТ-директора• Есть семья• С высшим образованием	<ul style="list-style-type: none">• Москва• Города-миллионики• Регионы• Европа• Маленькие города	<ul style="list-style-type: none">• Инноваторы• Любят работать из дома• Экономные• Любят эко-продукты• Статусность	<ul style="list-style-type: none">• ИП• Малый бизнес• Средний бизнес• Крупный бизнес• Транснациональные корпорации	<ul style="list-style-type: none">• Здравоохранение• Ритейл• Университеты• Автосервис• Банки

Canvas бизнес моделинин инфографикасы / модель Остервальда



Ценностное предложение / Баалулук сунуш

- Описание товаров и услуг, которые представляют ценность для определенного сегмента
- Причина по которой люди платят деньги
- Товарлардын жана кызматтардын сүрөттөлүшү белгилүү бир сегмент үчүн маанилүү
- Адамдардын акча төлөшүнүн себеби





Canvas бизнес моделинин инфографикасы / модель Остервальда



Каналы сбыта / Сатуу каналдары

- Каким образом вы взаимодействуете с клиентами?
- Как доносите клиентам свое ценностное предложение?
- Сиз кардарлар менен кайсы каналдар аркылуу байланышасыздар?
- Кардарларга баалуу сунушунузду кантип кабарлайсыздар?

Прямые продажи



Листовки



Партнерство с организациям



Социальные сети



Canvas бизнес моделинин инфографикасы / модель Остервальда



Взаимоотношения с клиентами / Кардарлар менен мамиле түзү

- Типы отношений, которые устанавливаются у компании с клиентами

Задачи:

- Приобретение клиентов
- Удержание клиентов
- Увеличение продаж

- Компаниянын кардарлар менен болгон мамилелеринин түрлөрү

Максаттар:

- Кардарларды табуу
- Кардарларды кармоо
- Сатуу көлөмүнүн өсүшү



Взаимоотношения с клиентами / Кардарлар менен мамиле түзү

Типы взаимоотношений

- Персональная поддержка (клиент работает напрямую с представителем компании)
- Особая персональная поддержка (глубокие личные взаимоотношения)
- Самообслуживание
- Автоматизированное обслуживание
- Сообщества
- Совместное создание (клиент участвует в бизнесе)

Мамилелердин түрлөрү

- Жеке колдоо (кардар түздөн-түз компаниянын өкүлү менен иштейт)
- Атайын жеке колдоо (терең жеке мамилелер)
- Өзүн-өзү тейлөө
- Автоматташтырылган тейлөө
- Коомчулук
- Биргелешип түзүү (кардар бизнеске катышат)

Canvas бизнес моделинин инфографикасы / модель Остервальда



Потоки поступления доходов / Киреше агымдары

За что клиенты готовы платить?

- Каким образом платят?
- Как бы предпочли платить?
- Как происходит ценообразование?

Кардарлар эмне үчүн төлөөгө даяр?

- Кардарлар кантип төлөшөт?
- Кардарлар кантип төлөгүсү келет?
- Баалар кантип түзүлөт?

Потоки доходов

- Продажа товаров.
- Плата за использование услуги
- Оплата подписки
- Аренда
- Лицензия
- Комиссия
- Реклама

Multiple Revenue Streams

How to create multiple revenue streams from your assets

Your
assets
Two cars



Stream 1



Sell one

Stream 2



Rent one

Stream 3



Be a taxi

Stream 4



Sell ad space

Canvas бизнес моделинин инфографикасы / модель Остервальда



Ключевые ресурсы / Негизги ресурстар

- Материальные ресурсы (сырье, станки, транспортные средства, недвижимость, точки продаж и т.п.)
- Интеллектуальные ресурсы (знания — технологии, патенты, программный код, бренды, товарные знаки и т.п.)
- Персонал (люди — маркетологи, менеджеры, программисты, механики и т.п.)
- Финансы (деньги, оборотные средства, кредиты, инвестиции и т.п.)
- Материалдык ресурстар (чийки зат, машиналар, транспорт, кыймылсыз мүлк, соода түйүндөрү.
- Интеллектуалдык ресурстар (билим - технологиялар, патенттер, программалык камсыздоонун коду, бренддер, соода белгилери
- Кадрлар (адамдар - маркетологдор, менеджерлер, программисттер, механиктер)
- Каржы (акча, жүгүртүү капиталы, кредиттер, инвестициялар ж.б.)

Canvas бизнес моделинин инфографикасы / модель Остервальда



Ключевые виды деятельности / Негизги иштин түрү

- Производство
- Решение проблем
- Управление инфраструктурой
- Өндүрүш
- Көйгөйдү чечүү
- Инфраструктураны башкаруу

Canvas бизнес моделинин инфографикасы / модель Остервальда



Ключевые партнеры / Негизги партнерлор

- Партнерство с какими компаниями помогает снижать риски?
- Кто может стать нашим поставщиком?
- Какие виды деятельности можно передать партнерам без ущерба качества?
- Кандай өнөктөштүк тобокелдиктерди азайтууга жардам берет?
- Ким биздин камсыздоочу боло алат?
- Иштин кандай түрлөрүн сапатты бузбастан өнөктөштөргө өткөрүп берсе болот?

Поставщики сырья, маркетинговые компании, арендодатель...

Canvas бизнес моделинин инфографикасы / модель Остервальда



Структура издержек / Чыгымдардын структурасы

Расходы, связанные с функционированием бизнес-модели

- Какие важные расходы мы несем для производства продукта?
- Какие ресурсы для нас наиболее дороги?
- Какие виды деятельности требуют наибольших затрат?

Зарплата, аренда, маркетинг, закупка сырья

Ишкананын иштешине байланыштуу чыгымдар

- Продукцияны өндүрүү үчүн чыгымдар кандай?
- Биз үчүн кайсы ресурстар эң кымбат?
- Эң кымбат иш-чаралар кайсылар?

Ключевые партнёры

Кто наши ключевые партнёры?
Кто наши ключевые поставщики?
Какие ресурсы и действия нам от них нужны?

Мотивация для партнёрства

Экономия и оптимизация
Снижение рисков и неопределённости
Получение определённых ресурсов и действий

Ключевые действия

Каких ключевые действия нужны для нашего Ценностного предложения?
Для каналов дистрибуции?
Чтобы развивать отношения с клиентами?
Чтобы получать доходы?

Категории

Производство
Решение проблем
Создание платформы/сети



Ключевые ресурсы

Какие ключевые ресурсы нужны для нашего Ценностного предложения?
Для каналов дистрибуции?
Для развития отношений с клиентами?
Для получения доходов?

Типы ресурсов

Физические
Интеллектуальные (патенты, права интеллектуальной собственности, данные)
Человеческие (трудоустройство)
Финансовые



Ценностное предложение

Что мы даём нашим покупателям?
Какие их проблемы мы помогаем решить?
Какие услуги и товары мы предлагаем каждому из сегментов наших клиентов?
Какие потребности клиентов мы удовлетворяем?

Характеристики

Новизна
Производительность
Кастомизация
«Довести работу до конца»
Дизайн
Бренд/статус
Цена
Сокращение издержек
Снижение рисков
Доступность
Удобство в использовании / Юзабилити

Взаимоотношения с клиентами

Какого типа взаимоотношений ожидают от нас покупатели, принадлежащие к каждому из клиентских сегментов?
Какие из них мы уже установили?
Как взаимоотношения с клиентами интегрированы со всей остальной бизнес-моделью?
Насколько они затратны?

Примеры

Личное ассистирование
Самообслуживание
Автоматический сервис
Совместное создание результата



Каналы

Через какие каналы наши клиенты хотели бы получать наши сообщения?
Через какие каналы мы взаимодействуем с клиентами сейчас?
Какие каналы работают лучше остальных?
Какие из них наиболее эффективны по цене?
Как эти каналы встроены в ежедневную рутину покупателей?

Этапы работы с каналами

Осведомлённость. Как мы повышаем узнаваемость нашей компании и наших услуг среди клиентов?
Оценка. Как мы помогаем клиентам оценить наше Ценностное предложение?
Покупка. Как наши клиенты могут купить нужные им товары и услуги?
Доставка ценности. Как мы доставляем конечную ценность нашим клиентам?
После продажи. Какую поддержку получают клиенты после покупки?



Сегменты клиентов

Для кого мы работаем?
Кто наши самые важные клиенты?

Массовый рынок

Узкая ниша
Сегментированный рынок
Диверсифицированные продажи
Многосторонний рынок



Структура издержек

Что можно сказать о самых важных затратах, связанных с нашей бизнес-моделью?
Какие ключевые ресурсы — самые дорогие?
Какие ключевые активности — самые дорогие?

Бизнес скорее:

Имеет эффективную структуру издержек (самый экономичный, низкие цены, максимальная автоматизация, эффективный аутсорсинг)
Построен на ценности (сосредоточен на создании ценности, есть премиальные предложения)

Типовые характеристики

Постоянные издержки
Переменные издержки
Экономия за счёт эффекта масштаба



Потоки доходов

За что ваши клиенты готовы платить?
За что они платят уже сейчас?
Как им удобно платить?
Какова доля каждого из потоков в сумме всех доходов?

Типы

Продажа активов
Плата за пользование
Плата по подписке
Лизинг/аренда/рента
Лицензирование
Брокерские доходы
Реклама

Фиксированное ценообразование

Цена по преискуранту
Цена зависит от функций продукта
Цена зависит от объёма
Цена зависит от типа клиента

Динамическое ценообразование

Переговоры и торги
Управление активами (Yield management)
Маркетинг в реальном времени
(Real-time market)





Золотой круг Саймона Синека



[https://ipps.hse.ru/
mirror/pubs/share/2
22762482](https://ipps.hse.ru/mirror/pubs/share/22762482)



Бизнес идеяны текшерүү



Живи будущим опережай свое время



Что необходимо этому миру?



Запиши это и придумывай идеи



Создай прототип



Покажи прототип 100 людям

Бул этапта сиздин идеяңыз ишке ашарын текшершиңиз керек.



Запусти продукт пусть все узнают о нем



Ищи инвестиции и одновременно улучшай продукт



Зарегистрируй компанию



Найди партнера



Улучшай прототип пока он не станет понятным людям



Наблюдай за пользователями возвращаются ли они?

да

1,000

привлекли 1000 пользователей

расти на 5% в неделю

через 4 года у тебя будет 25 млн пользователей



SUCCESS

нет



запусти продукт снова после улучшения

Перевод: mkrutikov.pro

F&F Funders and Founders

Блокирующие мысли стартапера

- 1) Не знаю, с чего начать;
- 2) Идей много, непонятно какую выбрать;
- 3) Лучше вообще не начинать, чем потом потерпеть неудачу;
- 4) Кто-то другой делает то, что я думаю;
- 5) Мне не хватает квалификации;
- 6) Что, если я всех расстрою?
- 7) Я не знаю, достаточно ли у меня ресурсов, чтобы начать работу;
- 8) Не могу поверить, что моя идея сбудется.

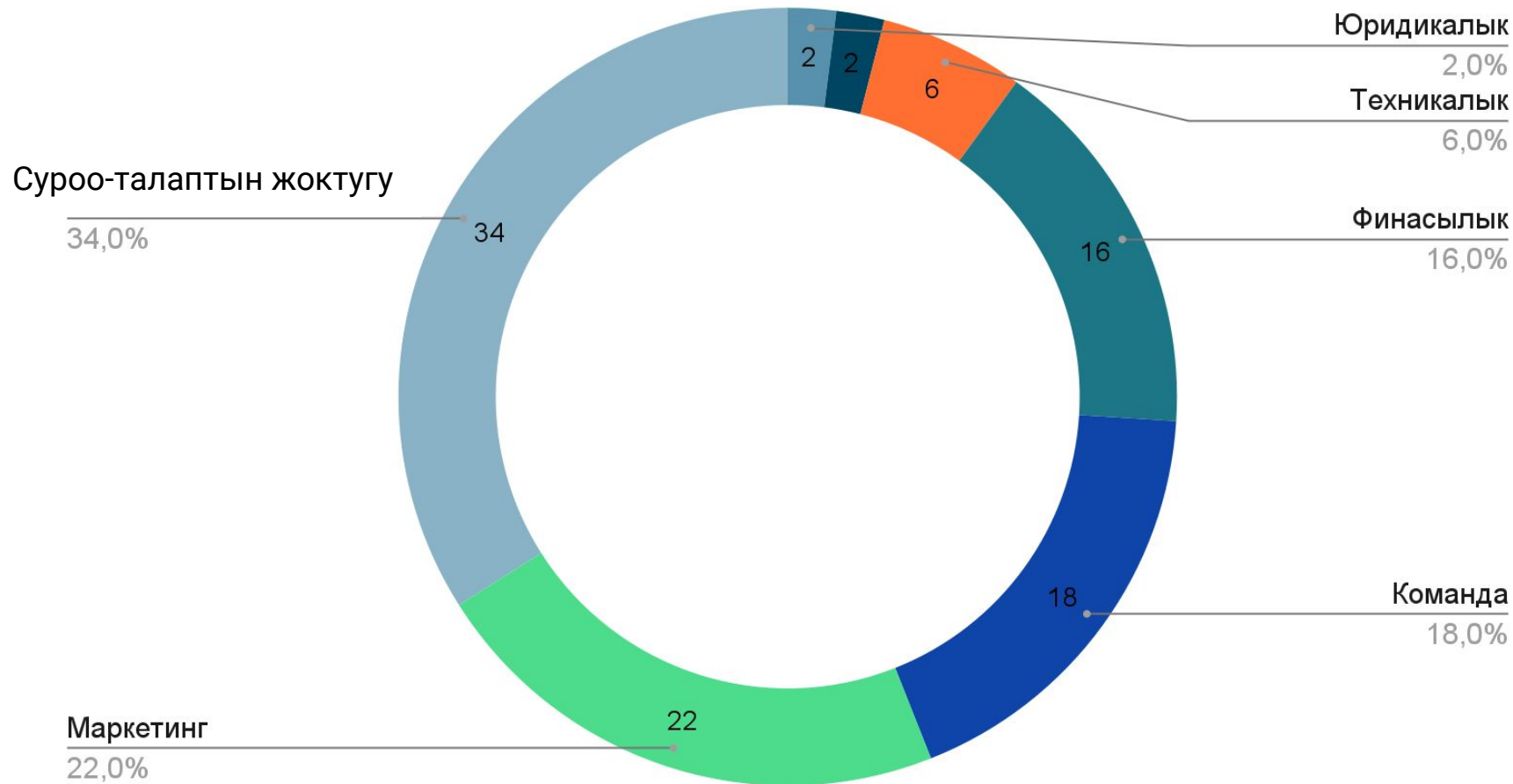


Бизнес-идеянын ишке ашпай калышынын эки фактору:



1. Адамдарга эмес, акчага көңүл буруу (акча эң башкысы болгон бизнес ийгиликсиздикке учурайт)
2. Чечим кабыл алууда шашылыш.

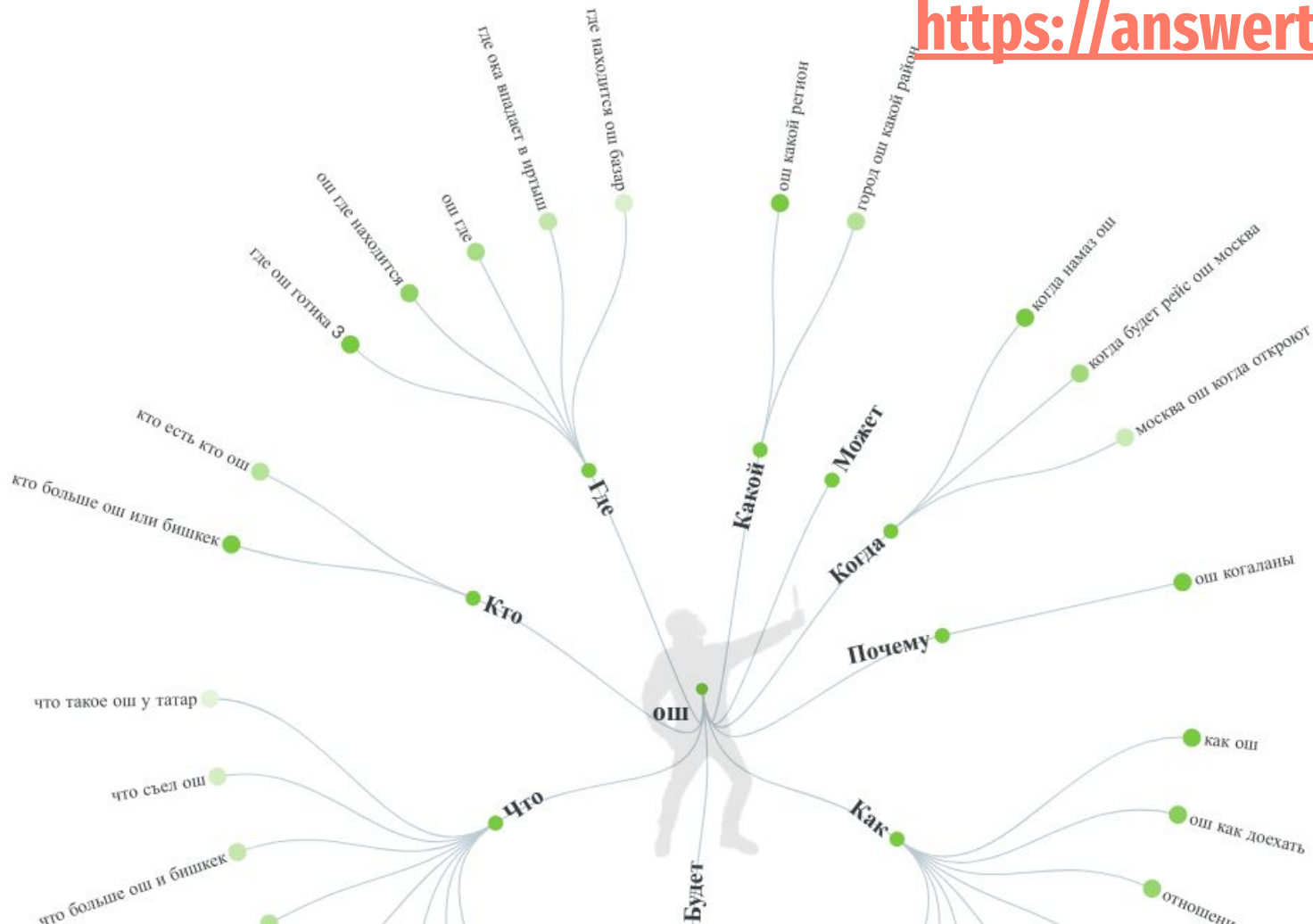
Стартаптын ийгиликсиздиктин себептери



**Сиздин товарыңыз же
кызматыңыз кардарга керекпи?**


Действительно нужен ли ваш товар или услуга людям?

1. Опросить семью или друзей
2. Проверить через онлайн сервисы (Google Trends, Яндекс Wordstat)
3. Опросить незнакомых людей

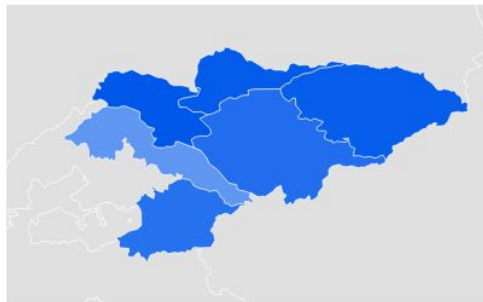







Google Trends

“Программирование”

Популярность по субрегионам 

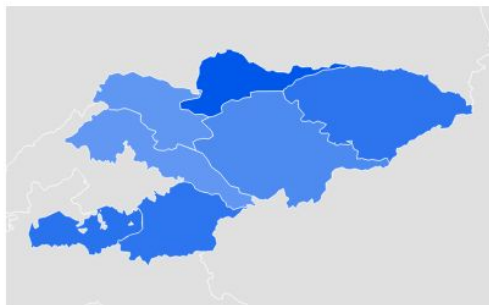
Субрегион    








1	Талас	100	
2	Чуйская область	97	
3	Иссык-Кульская область	96	
4	Нарынская область	81	
5	Ошская область	78	

< Субрегионы: 1–5 из 6 >


“Обучение”




1	Чуйская область	100	
2	Баткенская область	77	
3	Иссык-Кульская область	75	
4	Ошская область	74	
5	Нарынская область	56	

Google Trends


Программирование

Ещё по теме 

В тренде    


6	Python - Язык программирования	+150%
7	курс - Тема	+150%
8	Компьютерная программа - Тема	+100% 

Ещё по теме  **Обучение** В тренде    

6	Маркетинг в социальных сетях - Тема	Сверхпопулярность
7	Институт - Тема	Сверхпопулярность
8	Комикс - Форма изобразительного искусств...	Сверхпопулярность
9	Кыргызская Государственная Медицин...	+170% 
10	Аптекарь - Род занятий	+110%

< Темы: 6–10 из 11 >


Программирование

Похожие запросы 

Лидеры    

1	программирование	100 
---	------------------	---

Ещё по теме  **Python** В тренде    

1	Компилятор - Тема	Сверхпопулярность
2	Функция - Тема	Сверхпопулярность
3	Данные - Тема	Сверхпопулярность
4	Целое - Тип данных	Сверхпопулярность 
5	ввод - Тема	Сверхпопулярность

< Темы: 1–5 из 18 >

Программирование



Подобрать

По словам

По регионам

История запросов

Киргизия

Все

Десктопы

Мобильные

Только телефоны

Только планшеты

Последнее обновление: 20.11.2021

Что искали со словом
«программирование» — 3 143 показа в месяц

Статистика по словам	Показов в месяц [?]
программирование	3 143
языки программирования	823
курсы программирования	169
какое программирование	150
линейное программирование	129
программирование +с нуля	97
системы программирования	95
задача линейного программирования	89
питон программирование	88
системное программирование	81
методы программирования	79
программирование +для начинающих	76
темы программирования	76
программирование работа	69

Запросы, похожие на «программирование»

Статистика по словам	Показов в месяц [?]
программист	2 289
программист +это	35
разработчик	845
техник программист	3
+что делает программист	7
programming	1 370
+как программировать	40
виды программистов	5
компьютерные термины	10
какие предметы нужны +для программиста	1
+что +такое айтишник	2
coding	4 440
услуги программиста	6
+я программист	25

курсы по программированию



Подобрать

По словам

По регионам

История запросов

Киргизия

Все

Десктопы

Мобильные

Только телефоны

Только планшеты

Последнее обновление: 20.11.2021

Что искали со словом «курсы по программированию» — 169 показов в месяц

Статистика по словам	Показов в месяц
курсы программирования	169
курсы программирования +в бишкеке	41
онлайн курсы программирования	16
курсы программирования +с нуля	13
курсы программирования +для детей	10
бесплатные курсы +по программированию	9
курсы программирования ош	7
курсы программирования питон	6
курсы программирования +для начинающих	6
лучшие курсы +по программированию	6
бесплатные онлайн курсы +по программированию	4
курсы программирования +для студентов	4
курсы программирования +для начинающих бесплатно	3

Запросы, похожие на «курсы по программированию»

Статистика по словам	Показов в месяц
+что изучает информатика	40
школа программистов	60
айти школа	3
профессия программист	98
разработки уроков	2 020
+it обучение	15
+как научиться программировать	7
создание сайтов обучение	4
кодинг	7
программист обучение	20
+как программировать	40
сколько учиться +на программиста	8
обучение +на программиста	5
программированное обучение	13

обучение



Подобрать

По словам

По регионам

История запросов

Киргизия

Все

Десктопы

Мобильные

Только телефоны

Только планшеты

Последнее обновление: 20.11.2021

Что искали со словом «обучение» — 10 818 показов в месяц

Статистика по словам	Показов в месяц [?]
обучение	10 818
обучение грамоте	1 150
класс обучения	966
тайна обучения	865
тайное обучение	861
обучение русскому	759
тема обучения	701
обучение русскому языку	670
методы обучения	602
дистанционное обучение	566
конспект обучение	564
обучение грамоте тема	498
группа обучения	493
урок обучение	438

Запросы, похожие на «обучение»

Статистика по словам	Показов в месяц [?]
education	1 048
город образования	99
+что +такое школа	116
научи хорошему	22
learning	1 295
+что +такое образование	78
какое бывает образование	11
образование	9 899
+все виды образования	3
учение	1 939
учиться учиться +и +еще раз учиться	3
учение +это	55
образование виды	93
система образования	520

python



Подобрать

По словам

По регионам

История запросов

Киргизия

Все

Десктопы

Мобильные

Только телефоны

Только планшеты

Последнее обновление: 20.11.2021

Что искали со словом «python» — 5 850 показов
в месяц

Статистика по словам	Показов в месяц
python	5 850
python скачать	471
python 3	308
python online	184
python списки	151
python org	144
python how	132
python compiler	123
python строки	113
python windows	108
python window	108
python 2	107
язык python	97
python код	81

Запросы, похожие на «python»

Статистика по словам	Показов в месяц
пайтон	834
phyton	27
питон программирование	88
питон язык программирования	33
pythonpath	3
программирование +на питоне	24
питон обучение	1
+как программировать +на питоне	1
программа +для программирования питон	1
язык пайтон	33
программа +на питоне	80
обучение питону	1
код +на питоне	33
язык питон	63

Кардардын койгойун табыңыз

Кардар көйгөйлөрү = сиздин сатуу

Кардарга сиздин товарыңыз керек эмес - кардарга анын көйгөйүн чечүү керек

- 1) Спросите свою аудиторию, в чем их проблема (CustDev)
- 2) Обзор страниц конкурентов (негативные отзывы, неудобные вопросы, опыт использования продукта)
- 3) Почитайте тематические форумы, чтобы узнать, почему они расстроены
- 4) Обратите особое внимание на тех, кто покупает ваш продукт, и постарайтесь понять, почему они это сделали.
- 5) Покупатели придумывают поисковые запросы о том, как попасть на ваш сайт.

Конкурененттерди карагыла, изилдегиле

1. 2gis.kg
2. Google Map
3. Компаниянын сайты же иштеген жери
4. Социалдык тармак



Google Maps





Все отзывы



4,5

★★★★★
Отзывов: 32

Оставить отзыв

Поиск отзывов

Самые релевантные



Айдай Бркмамат
3 отзыва

★★★★★ месяц назад

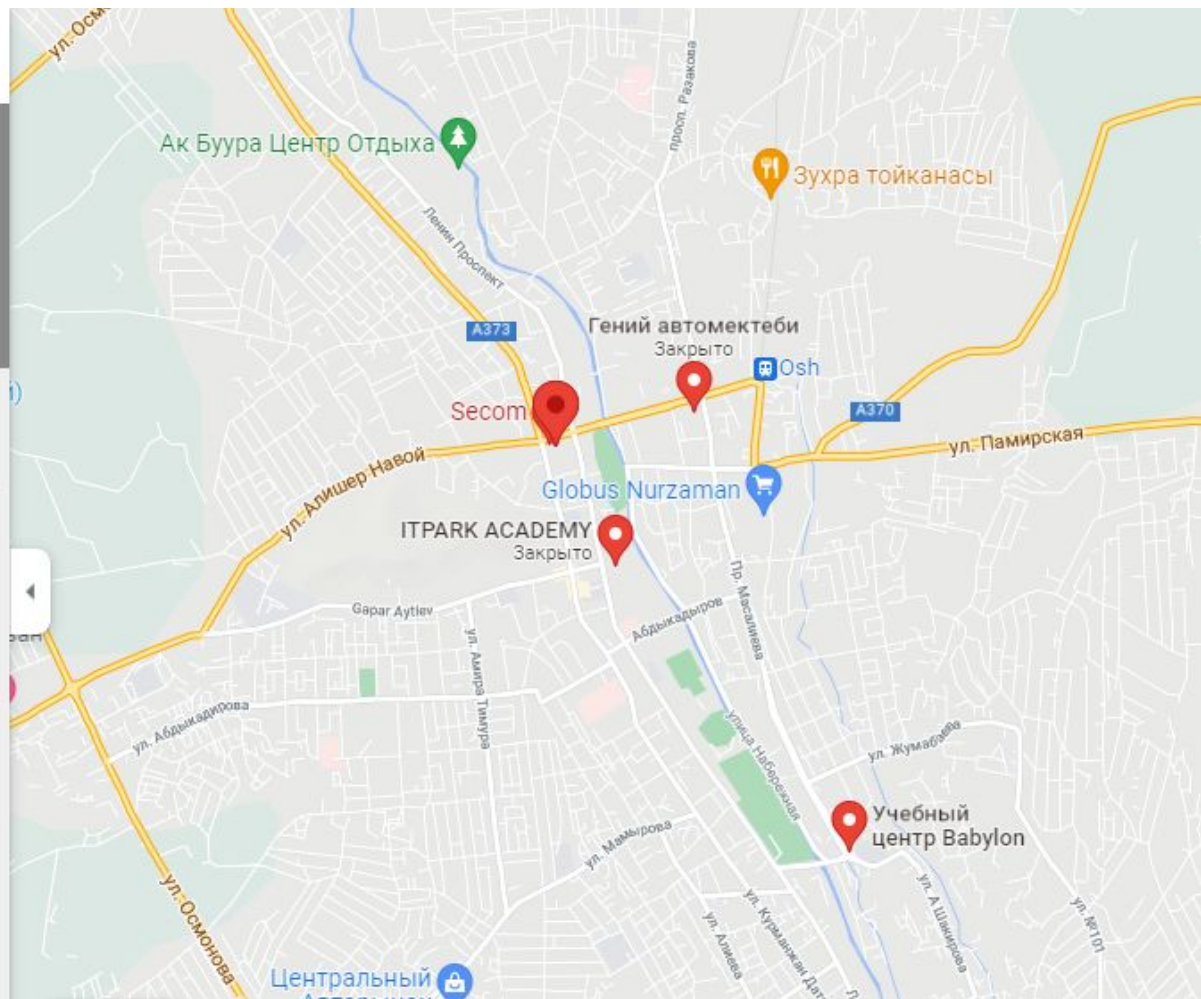
Отличное место



Нравится



Поделиться





Все отзывы



1



Поделиться



культурная ася

Местный эксперт · 16 отзывов



★★★★☆ 2 года назад

Учат реально профессионалы, понятно и в деталях. К учителям нет претензий. Но женщины администраторы оставляют желать лучшего. Будто у них в мозгу вбили, что нужно выгонять как можно больше людей. Опоздал по уважительной причине, например, ...
Ещё



5



Поделиться

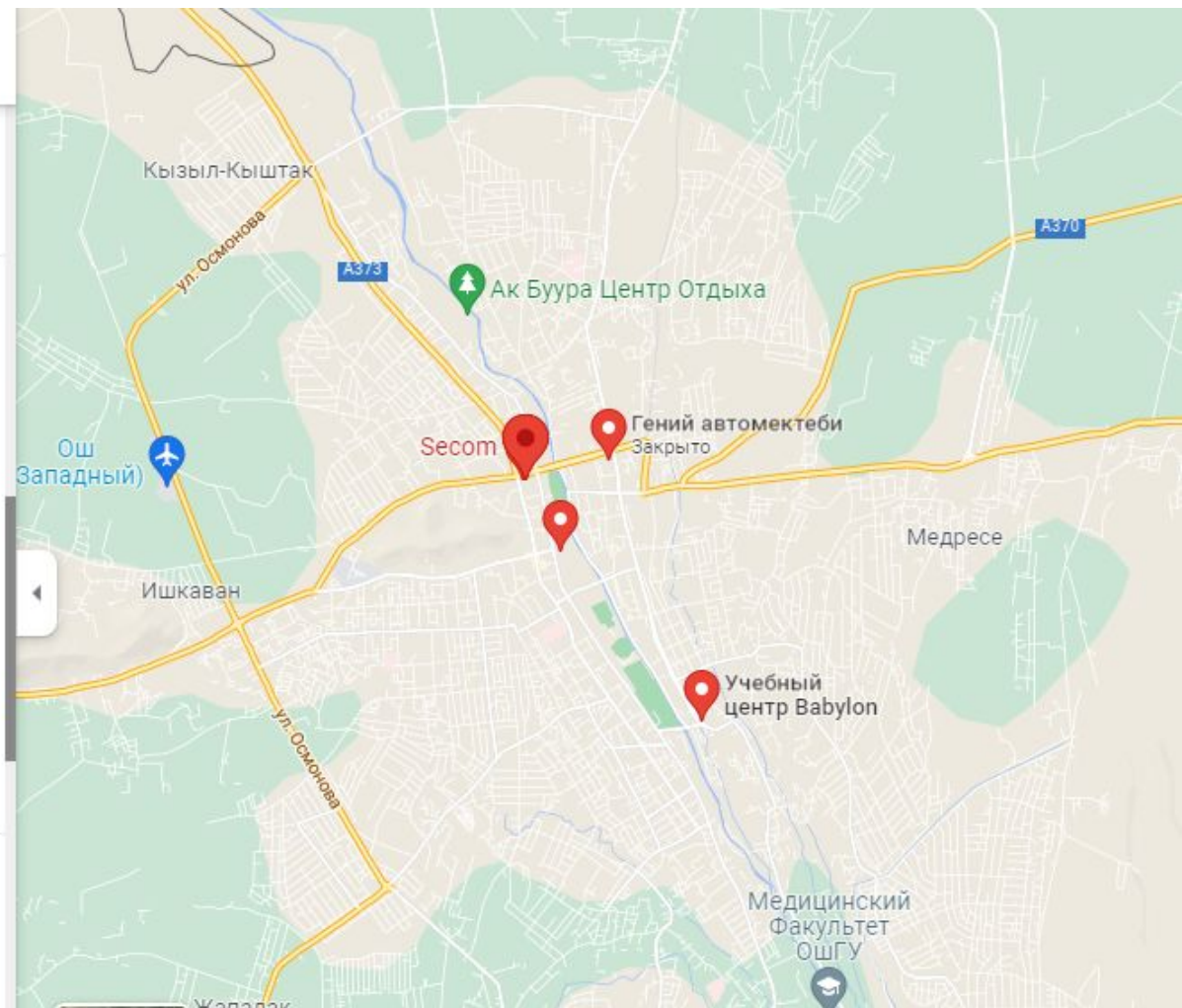


Шухрат Гапиров

Местный эксперт · 218 отзывов



★★★★☆ 3 года назад



Келечектеги кардарлар менен маектешүү

1. Аудиторияны аныктоо
2. Аудиторияны сегменттерге болүү
3. Аудитория менен сурамжылоо жүргүзүү

Каржылык бөлүгүн эсептөө

Эгерде сурамжылоо продукт керек экенин көрсөтсө, анда продукту же кызматты канчага сатуу керек экенин жана качан пайда ала аларыңызды эсептеп чыгышыңыз керек.

Google таблица жардам берет

Продукту же кызматты сатуу / MVP

Должен быть сделан MVP (минимально жизнеспособный продукт) - минимальный готовый продукт.

MVP - это пробная версия продукта или услуги, которая имеет минимальные функциональные возможности для решения проблем потребителей.

- Функциональное моделирование (Zappos)
- Цель состоит в том, чтобы автоматизировать проблему, но сначала сделайте это вручную (styleseat)
- Использование доступных технологий (Shopify)

Как создать MVP / MVP кантип түзүү керек

- MVP чече ала турган маселени табыңыз
- Максаттуу аудиторияңызды издеңиз
- Негизги атаандаштарды аныктоо жана талдоо
- SWOT анализи
- Колдонуучунун саякат картасын түзүңүз
- Продукциянын өзгөчөлүктөрүнүн тизмесин түзүңүз
- MVP өлчөмүн аныктоо
- Башкаруу жана өнүктүрүү ыкмасын тандоо
- Сыноо
- Найдите проблему, которую может решить MVP
- Ищите целевую аудиторию
- Определите и проанализируйте ключевых конкурентов.
- Анализ SWOT
- Создайте карту путешествий пользователя
- Создание списка функций продукта
- Определение размера MVP
- Выбор метода управления и развития
- Тестирование

SWOT анализ

Күчтүү жактары / Сильные стороны

1. В чем мы хороши?
2. Что мы делаем лучше, чем кто-либо другой?
3. Какое наше конкурентное преимущество?
4. Что мы делаем, чего никто больше не делает?
5. Какие ресурсы находятся в нашем распоряжении?
6. Каковы преимущества нашей компании?
7. Какие преимущества есть у нашей команды и сотрудников?
8. Какими ценными активами обладает наша компания?
9. Что клиентам нравится в нашем бизнесе?

Алсыз жактары / Слабые стороны

1. Что мы делаем плохо?
2. Что наши конкуренты делают лучше, чем мы?
3. На что жалуются наши клиенты?
4. Какие недостатки характерны для нашей команды?
5. Что нас сдерживает?
6. Каких ресурсов нам не хватает?
7. Что мы могли бы улучшить?

Мүмкүнчүлүктөр / Возможности

1. Какие потенциальные изменения в регламентации могут помочь нашему бизнесу?
2. Меняется ли рынок в лучшую сторону?
3. Окажет ли нынешняя экономика позитивное влияние на нас?
4. Какие возможности мы еще не пытались реализовать?
5. Какие новые возможности становятся доступными?
6. Снижается ли стоимость наших товаров?
7. Есть ли у нас возможность получить полезные ресурсы, которых у нас еще нет?

Коркунучтар / Угрозы

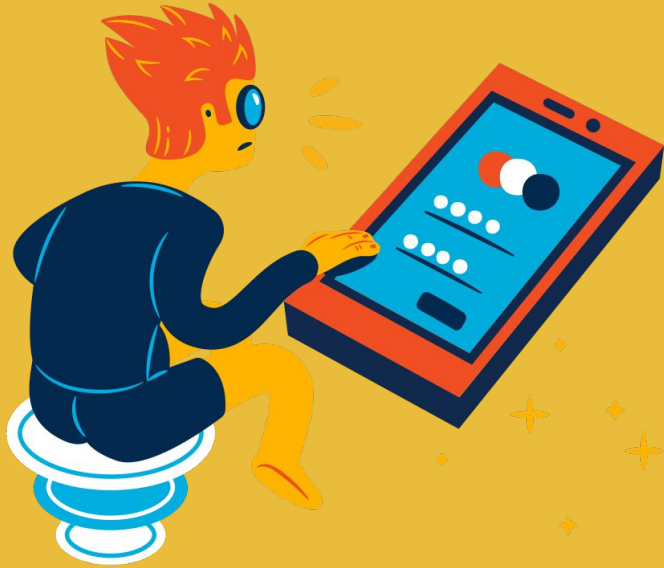
1. Кем являются наши текущие конкуренты?
2. Какие новички рынка могут поставить под удар наш бизнес?
3. Уменьшается ли размер рынка?
4. Изменения в отрасли могут оказать негативный эффект на наш бизнес?
5. Стоимость наших растет?
6. Поставки, на которые мы полагаемся, становятся дефицитными?
7. Могут ли текущие изменения регламентации навредить нашему бизнесу?
8. Надежен ли наш производитель?

Чек лист проверки бизнес идеи

- ❑ Товарга болгон суроо-талапты текшерүү: Yandex.Wordstat, Google Trends ж.б. инструмент аркылуу бул темага канча адам кызыккан экенин билиңиз.
- ❑ Конкуренттердин тажрыйбасын карап көрүңүз: окшош продукту ким сатат жана эч ким сатпаса, этият болуңуз - балким, мындай продукт жөн эле керек эмес.
- ❑ Келечектеги кардарлар менен маектешиңиз: досторуңуздан сурап, атайын кызматтар аркылуу сурамжылоо жүргүзүңүз.
- ❑ Продукциянын баасын туура коюу жана чыгашаларды эсептөө
- ❑ MVP даярдоо жана сатууну баштоо: сын-пикирлерди чогултуу жана талдоо
- ❑ Проверьте спрос на товар: узнайте, сколько людей интересуется данной темой, через Яндекс.Wordstat и Google Trends и другие инстр.
- ❑ Взгляните на опыт конкурентов: будьте осторожны, кто продает аналогичный товар, а если никто другой - вам, вероятно, такой товар не нужен.
- ❑ Опрашивайте потенциальных клиентов: спрашивайте своих друзей и проводите опросы через специальные сервисы.
- ❑ Правильное ценообразование на продукцию и расчет затрат
- ❑ Подготовка MVP и старт продаж: сбор и анализ отзывов



**Бизнес-идеяларды
текшерүү үчүн
КОЛДОНМО**



Финансылык модель Юнит экономика

Юнит экономика

Это расчет доходов и расходов приходящихся на 1 пользователя / клиента

Бул 1 колдонуучуга/кардарга тиешелүү кирешелер менен чыгашалардын эсеби

Финансовое моделирование

Финансовое моделирование - это инструмент планирования стартапа, позволяет определить целесообразность запуска проекта и привлечения инвестиций.

Финансылык модель - бул долбоорду ишке киргизүүнүн жана инвестиция тартуунун максатка ылайыктуулугун аныктоого мүмкүндүк берүүчү стартаптарды пландаштыруунун куралы.

Основные части финмодели / Финмоделдин негизги бөлүктөрү

- 1) План продаж:
Как бизнес планирует получать доход?..
- 2) План найма на работу:
Кто нужен в команду?..
И когда он нужен будет в команду?
- 3) План расходов:
Аренда, маркетинг, зарплата...

- 1) Сатуу планы:
Бизнес кантип киреше алууну пландайт?..
- 2) Жумушка алуу планы:
Командага ким керек?..
Ал командага качан керек болот?
- 3) Чыгымдар планы:
Аренда, маркетинг, айлык акы...

Финансовая модель

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1005axuGlG6gF99leC-ZgjdiSa246-JHLQfmwj4mXyA/edit?usp=sharing>