

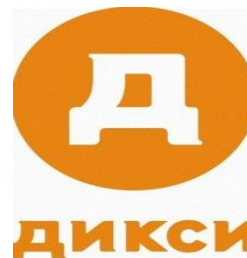
# Сажнёв Андрей

- Экс-руководитель в ГК «**Фабрика Качества**»
- Автор проекта и руководитель: «**Фабрика-Кухня**»
- Основатель сообщества предпринимателей «**Люди Дела**»
- Автор бизнес-тренингов, **более 100 выступлений**
- Основатель сети кулинарий «**Белый Фартук**»
- Основатель **BEZVEGANOV.RU**
- Food – **эксперт**
- Food - **блогер**

**Бизнес-тренды  
завтрашнего дня**



# Растущие компании



# Что отличает успешные предприятия:

- ✓ Постоянно подкрепляют интерес клиента к организации и её продукту, бизнесу.
- ✓ Усиливают зоны контакта с потребителями в онлайн и оффлайн.
- ✓ Реинвестируют в развитие и обучение, в дифференцируемость (постоянное производство новой отличительной черты).

**Рост активности бизнеса в создании предпринимательской среды: бизнес-акселераторы, инкубаторы, бизнес-ангелы, венчурные фонды, гранты.**




Рыночная ситуация — это \$10–30 тысяч в обмен на 7–14% компании



# Трен Д



**Публичность. Рост значимости нематериальных ресурсов. Вклад в бизнес «Я-брендов».**



FISHKI.NET

Понимаете, демократия возможна только в обществе, где люди пытаются думать. Дело даже не в образованности. Как можно ратовать за демократию, если большинство людей не думают? А что делать потом, когда они все порушат?

Сергей Шнуров



FISHKI.NET

По большому счету я люблю всех. Но меня пугают люди, которые слишком серьезно относятся к себе.

Сергей Шнуров

## Управление бизнесом, построенное на лидерстве

- ✓ Создавать смыслы и формировать общее видение
- ✓ Снабжать ресурсами (?) для достижения целей
- ✓ Создания культуры взаимного уважения и доверия

*Уважать людей – значит уважать каждого из них, а не только тех, на кого ты хочешь произвести впечатление.“*

Р. Бренсон

Роба



# Интернет-стратегия

Тренд

## Контент-маркетинговая стратегия

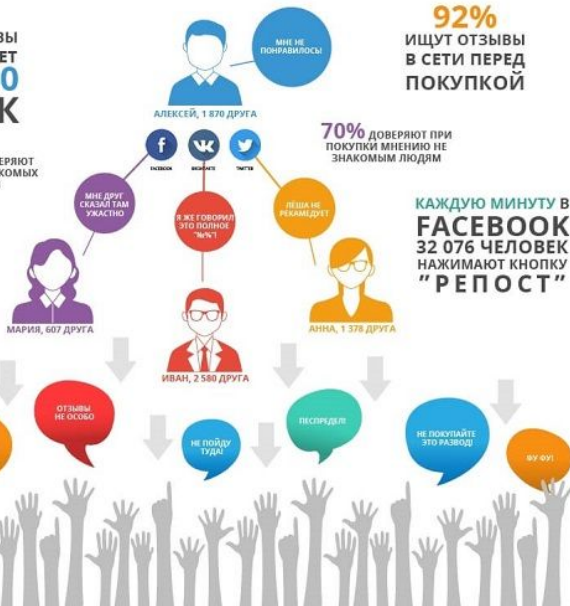


РАЗВЕ МОЖЕТ НАВРЕДИТЬ РЕПУТАЦИИ  
ВСЕГО ОДИН ОТРИЦАТЕЛЬНЫЙ ОТЗЫВ?

ЕЖЕДНЕВНО ОТЗЫВЫ  
ВКОНТАКТЕ ЧИТАЕТ  
**28 000 000**  
ЧЕЛОВЕК

90% ДОВЕРЯЮТ  
МНЕНИЮ ЗНАКОМЫХ  
ЛЮДЕЙ

53% ОСТАВЛЯЮТ ОТЗЫВЫ  
ПО ПОВОДУ  
ОКАЗАННЫХ УСЛУГ  
И ПРИОБРЕТЁННЫХ  
ТОВАРОВ



92% ИЩУТ ОТЗЫВЫ  
В СЕТИ ПЕРЕД  
ПОКУПКОЙ

70% ДОВЕРЯЮТ ПРИ  
ПОКУПКЕ МНЕНИЮ НЕ  
ЗНАКОМЫМ ЛЮДЯМ

КАЖДУЮ МИНУТУ В  
FACEBOOK  
32 076 ЧЕЛОВЕК  
НАЖИМАЮТ КНОПКУ  
"РЕПОСТ"



# Факторы

- №1** Клиенту невыносимо без связи с внешним миром и событийностью – он всегда на связи вне зависимости от местоположения и времени суток
- №2** Клиент на связи с миром через разные девайсы и в разных каналах (2-3 соц.сети, 2-3 мессенджера, 4-6 интернет-магазинов в среднем и т.п.)
- №3** Клиент выбирает решения, которые экономят время
- №4** Цена важна. НО. Для клиента фактор номер 1 цена, когда он не видит контраста и не происходит регулярной эмоциональной подпитки к продукту, компании
- №5** Клиент выбирает решения, которые «шокируют» полезной новизной и дизайном



- №6** Клиент охотно делится собственными средствами/идеями для финансирования/поддержки интересных ему проектов
- №7** Клиент (в частности 16-29) с охотой дает персональные данные брендам в обмен на получение персональных скидок, бонусов, акций, условий по срокам, гарантиям
- №8** Клиент инициативно вовлекается в продвижение решений/продуктов, которые ему нравятся
- №9** Клиент все больше интересуется внутренней культурой компаний и делится этим с другими
- №10** Клиент предпочитает видео, инфографику текстам – это экономит время для улавливания сути

# Главный ресурс интернет-стратегии - Нанимать Y



= бизнес на  
ИННОВАЦИЯХ

# Трен Д

УБЕРизация



# Фокус на ключевой способности



# ИНСТРУМЕНТ

Ответьте на вопрос – за счет чего вы победите в конкурентной борьбе?

Какие факторы успеха в вашей отрасли?

Какие у вас ресурсы и способности?

# Трен Д

## Франшиза

Причина - люди боятся рисковать  
Важно – УТП  
Главное – вести клиента



# Поиск новых источников прибыли при существующих ресурсах и способностях, новые бизнес-модели

Трен  
Д

№ Где искать?


- 1 Торговая марка с определенным уровнем известности
- 2 Незагруженные производственные или коммерческие, складские мощности
- 3 Компетенции в работе с определенными материалами, веществами и т.д.
- 4 Действующая система продаж и активная клиентская база + тендеры
- 5 Проводить тестовые продажи, предпродажи новых продуктов и услуг



Пример

# Находить новые источники прибыли

Пример : От B2C к B2B через ПГП

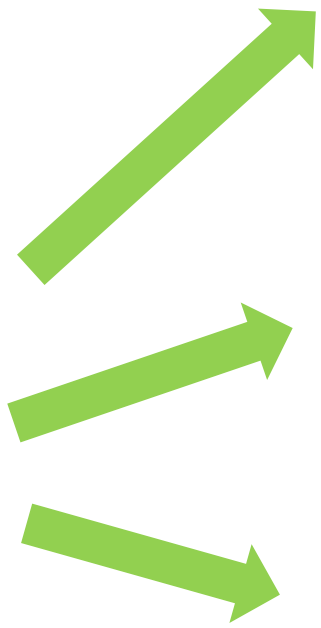


Сеть супермаркетов с фирменной линейкой готовых блюд и полуфабрикатов



Чтобы обеспечить сеть:

- начали самостоятельный импорт алкоголя
- построили фабрику-кухню



С ноября 2016 – поставки алкоголя в бизнес-залы аэропорта «Шереметьево», в HoReCa

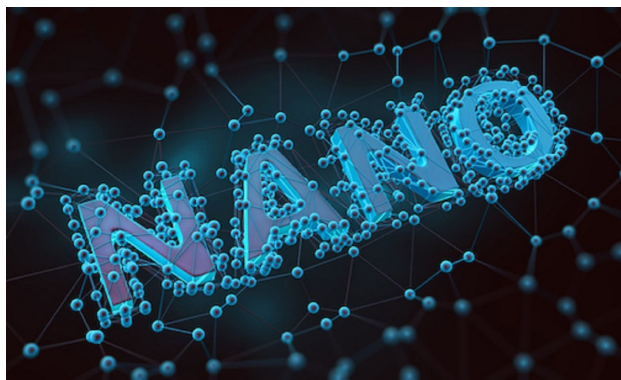
Участие в тендере на поставку кофе для бортов «Аэрофлота»

Поставки готовой кулинарии в школы и дошкольные детские учреждения

*Сейчас корпоративные продажи ~ 2% от выручки*



# Длинные тренды для поиска ниш



Рост новой реальной экономики:  
Робо – Крио – Теле – Био- Эко - Нано – продукты и  
VR - 3D –аддитивные - технологии



Рост значимости свободного времени и  
мобильности, развитие аутсерсинга



Устойчивость рынков продуктов с коротким  
циклом потребления



Рост спроса на самообразование



Рост спроса на медицинские услуги



Старение населения



Рост власти женщин в принятии решений о покупках



Рост цен на продукты питания



Рост значимости дизайна

# Действия на 2020 год

1. Построение «Я-брендов».
2. Открытость СТАРТАПОВ внешней и внутренней среде
3. Собирает, структурирует и анализирует данные об актуальных клиентах
4. Отслеживать развитие технологий
5. Наладил процесс разработки и выпуска нового продукта
6. Собирает, структурирует и анализирует данные о потенциальных клиентах, (BIG DATA, инструменты для создания сетей, сообществ, бизнес-посредничество, деловая эко-система).
7. Создание новых проектов через MVP



@andreysazhnev

Андрей Сажнёв

+7(927)211-52-17