

# Стартап-сессия

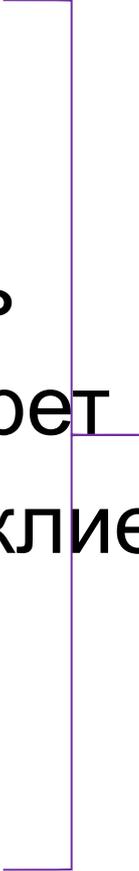
**Малышева Лариса**

д.э.н., профессор, IPMA(D)



# # 1. АЛГОРИТМ ВЫЯВЛЕНИЯ ПОТРЕБНОСТЕЙ

## Оценка однородности ЦА

- Статус, должность
  - Уровень доходов
  - Место работы, отрасль
  - Возраст
  - Хобби, привычки
  - Ценности, мотивация
  - Цели
  - ...
- Портрет  
клиента
- 

# Ценностное предложение

ПРОДУКТ

КЛИЕНТ



# Анализ потребностей

Клиент	Потребности	Важность 1-10	Предложение
Описание сегмента	Что? Для чего? Как? Почему?		Что? Каким образом? Почему мы? Чем лучше?

# Важность потребностей

Потребность	Важность
Диплом	6
Связи	8
Умение планировать	9
Решение проблем компании	10
Интерес	10
Комфорт	9

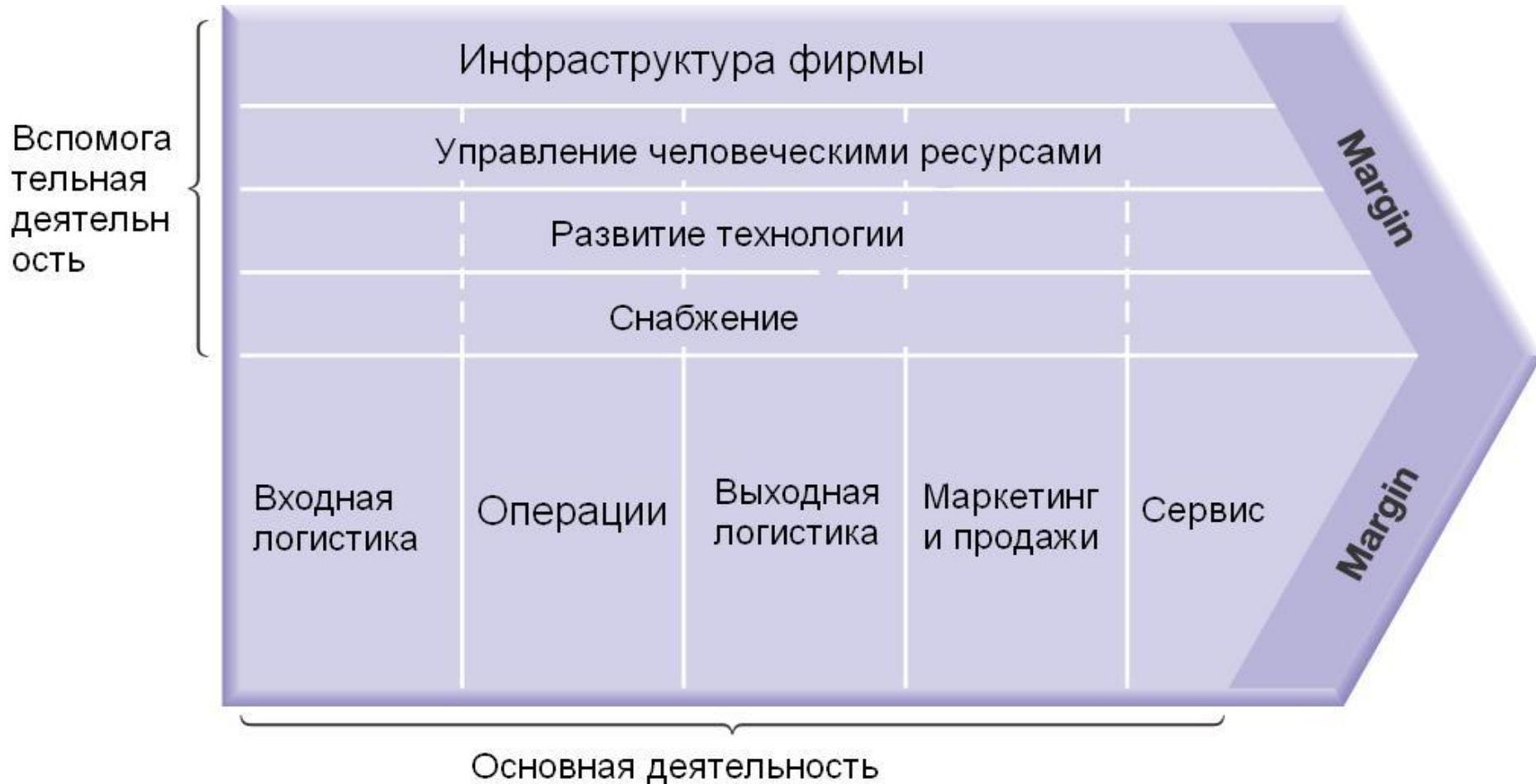
## Задание #1

1. Описать ЦА
2. Заполнить таблицу Анализ потребностей



## #2. ЦЕПОЧКА ЦЕННОСТИ

# Цепочка ценности Портера (1985)



# Цепочка ценности для клиента

Анкети-  
рование

Обучение

Работа с  
дипломом

Консульти-  
рование

Сопро-  
вождение

## Ключевые процессы

Цепочка ценности	Потребности						Итого
	Диплом	Связи	Умение планировать	Решение проблем компании	Интерес	Комфорт	
	6	8	9	10	10	9	
Анкетирование	2	1		2	1	1	59
Обучение	3	1	3	1	3	1	102
Работа с дипломом	3	1	3	3	1		93
Консультирование	1	1	2	3	3		92
Сопровождение		3	2	3	2		92
	54	56	90	120	100	18	

# Оценка сильных и слабых сторон

Потребности	Важность (1-10)	Анкетирование	Обучение	Работа с дипломом	Консультирование	Сопровождение	Рейтинг потребностей	Конкурент 1	Конкурент 2	Конкурент 3
Диплом	6	2	3	3	1		54	1	2	-2
Связи	8	1	1	1	1	3	56	2	-1	1
Умение планировать	9		3	3	2	2	90	1	-1	1
Решение проблем компании	10	2	1	3	3	3	120	2	3	1
Интерес	10	1	3	1	3	2	100	-2	-3	-2
Комфорт	9	1	1				18	1	1	1
Рейтинг возможностей		59	102	93	92	92		5	1	0



# Суть предложения

- Я предлагаю \_\_\_\_\_,  
(что?)
- Который нужен \_\_\_\_\_,  
(кому?)
- Для того, чтобы решить проблему \_\_\_\_\_,  
(какую?)
- Каким образом? \_\_\_\_\_
- Почему лучше других? \_\_\_\_\_

## Задание #2

1. Составить Цепочку Ценности клиента
2. Выявить ключевые процессы
3. Оценить сильные и слабые стороны
4. Сформулировать Листовку



## #3. БИЗНЕС-МОДЕЛЬ

# Модель Александра Остервальдера



# Бизнес-модель Остервальдера

Ключевые партнеры	Основные виды деятельности	Ценностное предложение	Отношения с клиентом	Клиенты
	Ключевые ресурсы		Каналы продвижения	
ЗАТРАТЫ			ДОХОДЫ	

## Задание #3

1. Заполнить Бизнес-модель
2. Сформулировать окончательную идею