

МОДЕЛЬ СОЗДАНИЯ ВНЕКОНКУРЕНТНОГО БИЗНЕСА

ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ СОЗДАНИЯ ВНЕКОНКУРЕНТНОГО БИЗНЕСА

- ПОИСК ГРУППЫ ЛЮДЕЙ С ПОТРЕБНОСТЬЮ
- ДИАЛОГ В РАМКАХ ПОИСКА ПОТРЕБНОСТИ
- СОЗДАНИЕ МОДЕЛИ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ИДЕАЛЬНОЙ ЦЕННОСТИ ИЛИ ПРОТОТИПА
- РАЗОВЫЕ СДЕЛКИ
- СОЗДАНИЕ ПРОДУКТА УДОВЛЕТВОРЯЮЩЕГО ОСНОВНОЙ ПОТРЕБНОСТИ В ЗАПРОСЕ
- ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ ВЫХОДА НА РЫНОК ЧЕРЕЗ АНАЛОГИ
- СОЗДАНИЕ ПОЛНОЙ БИЗНЕС МОДЕЛИ
- АНОНС ПРОДУКТА

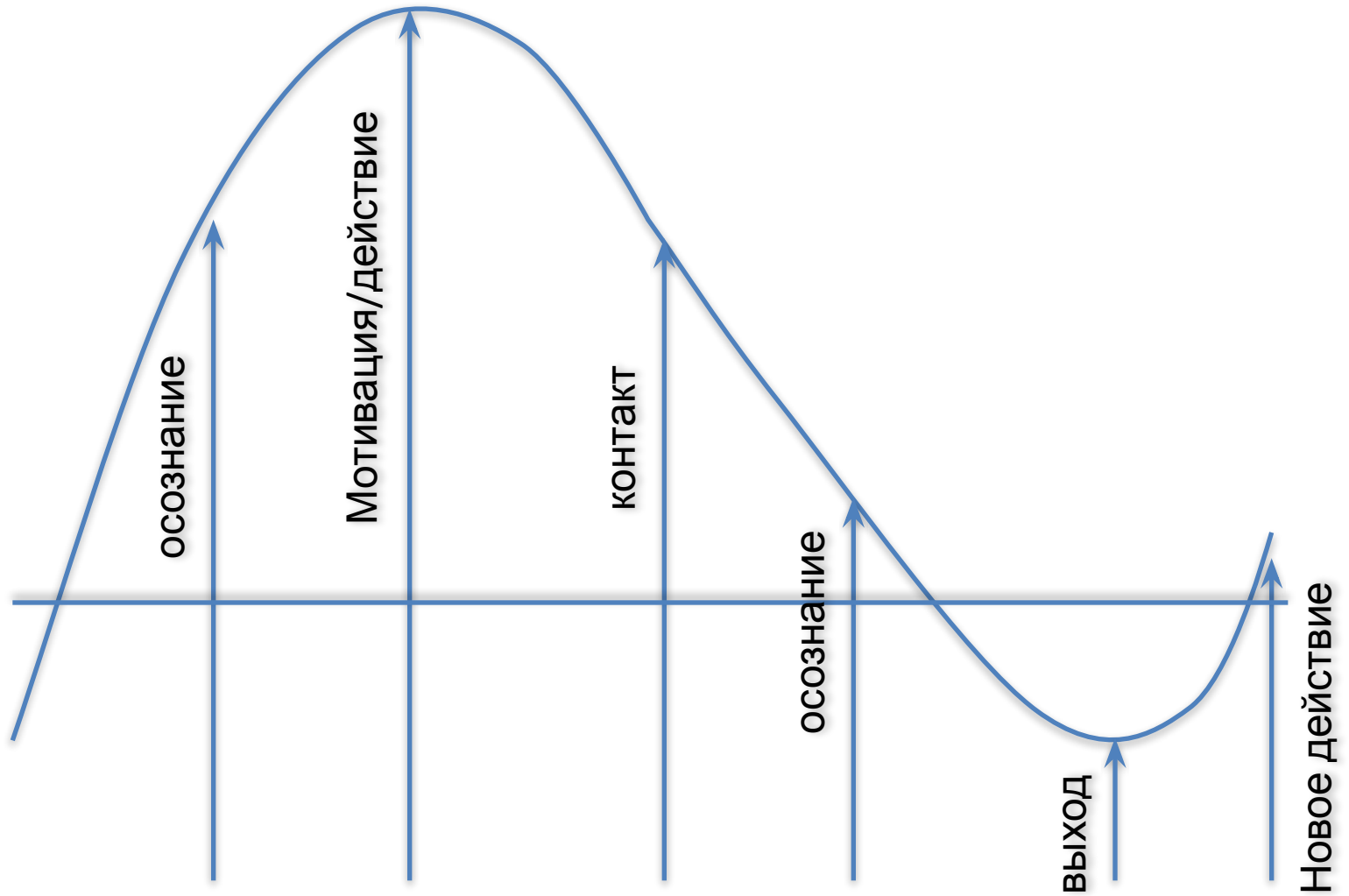
Аватар клиента

- Кто является вашим потенциальным клиентом
 - Чего на самом деле хочет Ваш аватар
 - Горячие болевые точки он имеет
 - Его основные страхи и расстройства (что ему портит аппетит и сон)
 - Какие его самые большие желания и мечты (вторичные выгоды)
 - Что наш продукт может из того, чего не знает наш клиент?
 - Как Вы нашли этот продукт или решение
-
- Добавить в таблицу ЗНАЕТ ЛИ ОН У КОГО ПОЛУЧИЛОСЬ РЕШИТЬ ЭТУ ПРОБЛЕМУ

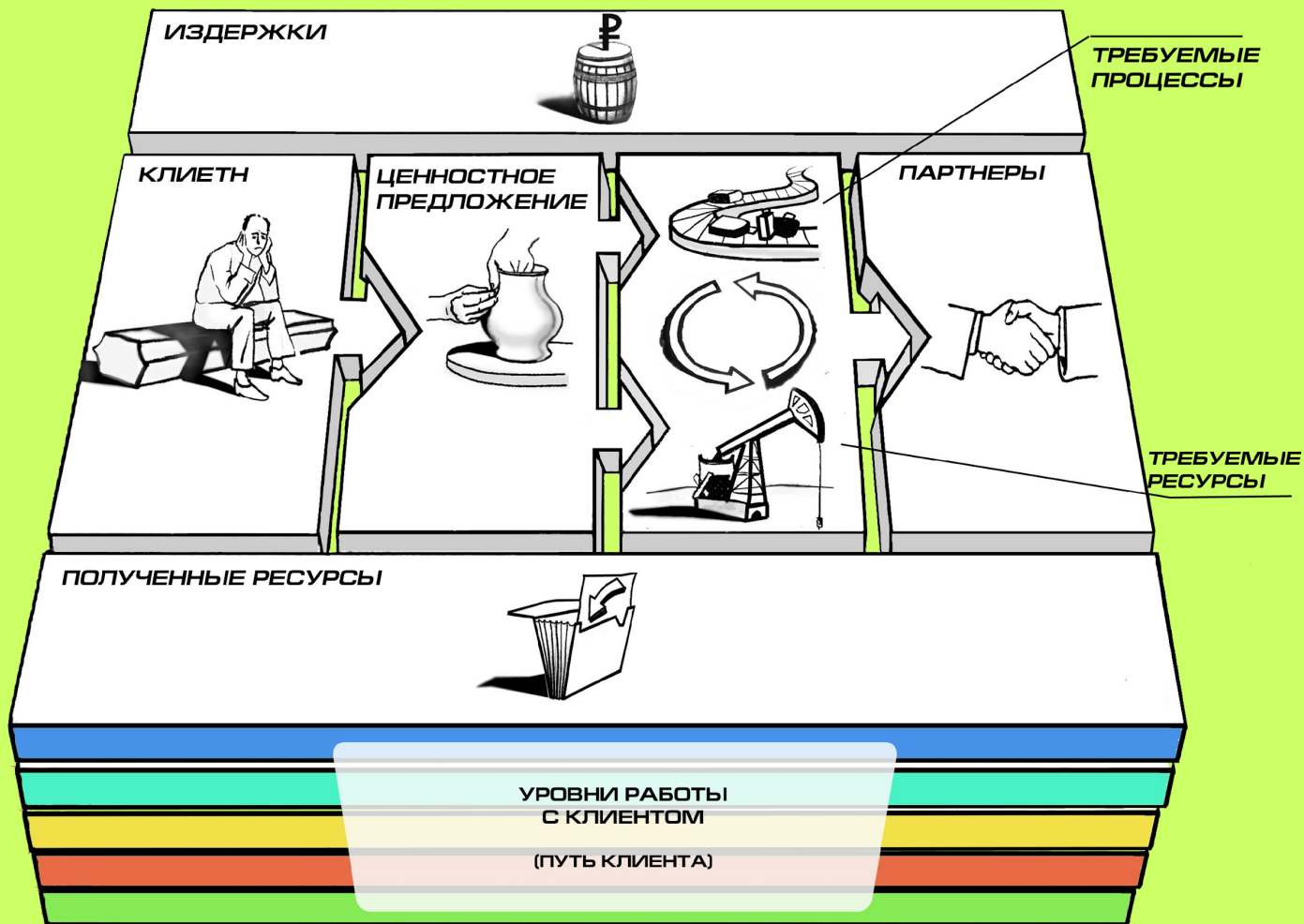
АЛГОРИТМ ПОИСКА ПОТРЕБНОСТИ

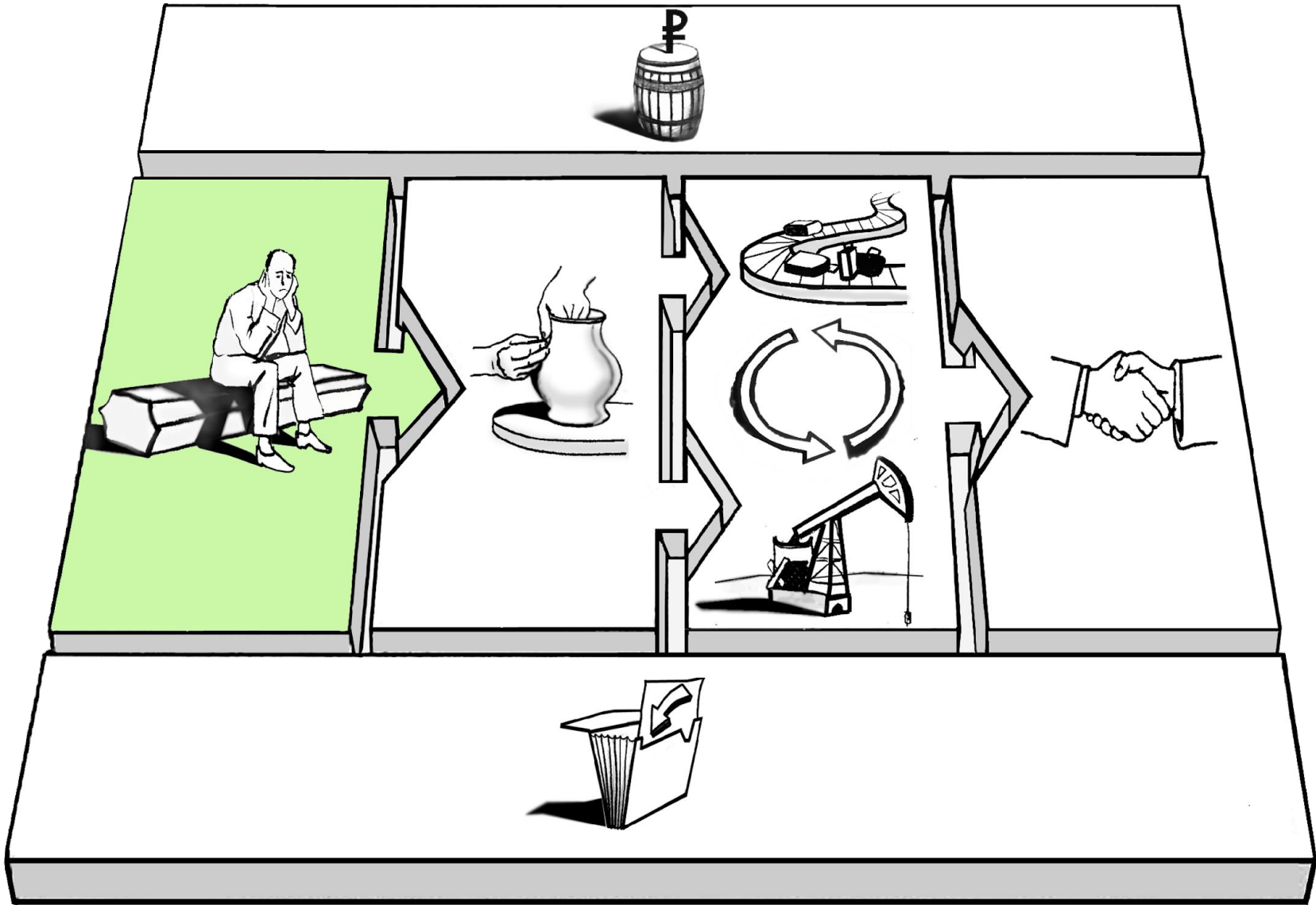
№	Вопрос	Смысл и требуемая информация
1	Выяснение текущей ситуации связанной с проблемой клиента	Понимание сути проблемы относительно которой будем строить бизнес модель
2	Выяснение причин возникновения данной ситуации	Понимание уровня решаемого вопроса. Желательно по масштабу не превышающего решаемых нами до этого проблем в 4 раза
3	Идеальное решение для клиента в форме и процессе предоставления решения его проблемы	Слово ИДЕАЛЬНОЕ является ключевым для построения новой бизнес модели. Немного лучше или дешевле приводит к оптимизации, но не принципиально новому внеконкурентному бизнесу
4	За что из названного он готов заплатить	Требуется узнать, что же действительно является ценностью, а что просто возможными бонусами
5	Какие ресурсы он имеет для оплаты за решение проблемы	Нужно знать те ресурсы, которые мы получим и имеет ли смысл работать с данным сегментом потребителей
6	Какие подобные средства реализации он уже пробовал и что его не устроило	Требуется знать, что бы понимать через какую нишу мы будем выходить на рынок
7	Как кардинально решение этой проблемы изменит его жизнь	Если изменений нет, то и оплата будет незначительной. Решения меняющие образ жизни приносят максимальную прибыль
8	Сколько он готов заплатить за решение своей проблемы	Вопрос задается в конце т.к. только сейчас человек осознал свою ситуацию, требуемые ресурсы и серьезность необходимости изменений

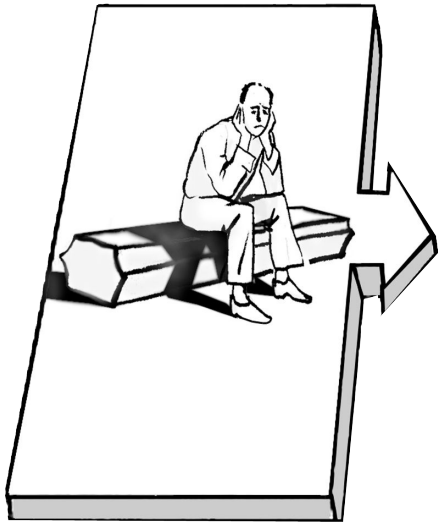
Just in time



МОДЕЛЬ СОЗДАНИЯ ВНЕКОНКУРЕНТНОГО БИЗНЕСА







1. Сегмент клиентов по потребностям.

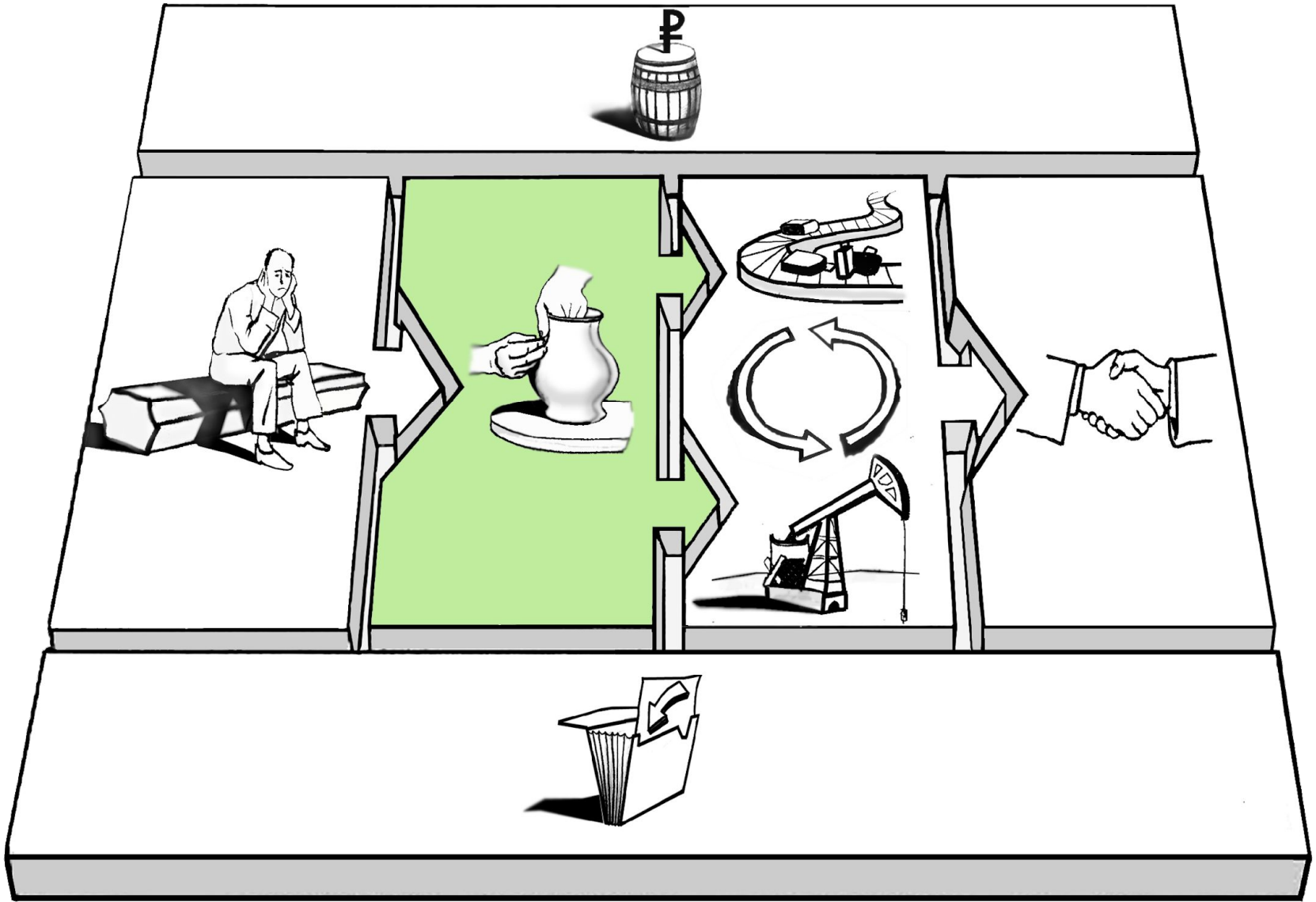
Каждый сегмент определенной группы людей или организаций со своими формами и каналами/процессами предоставления ценности

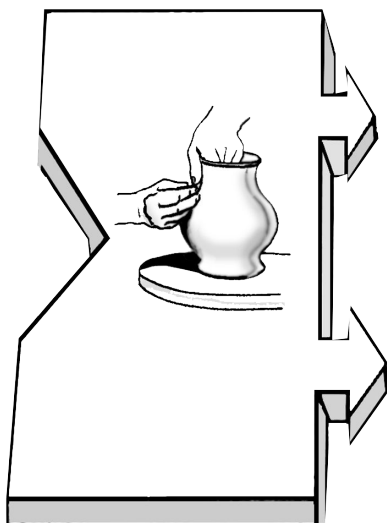
САМОЕ ВАЖНОЕ – ИЗУЧИТЬ СТРАСТЬ И БОЛЬ КЛИЕНТОВ, проблему клиентов.

B2B

B2C

B2G





- Ценностное предложение – продукт решения проблемы.

МЫ ПРОДАЕМ НЕ ТО, ЧТО МЫ ПРОДАЕМ

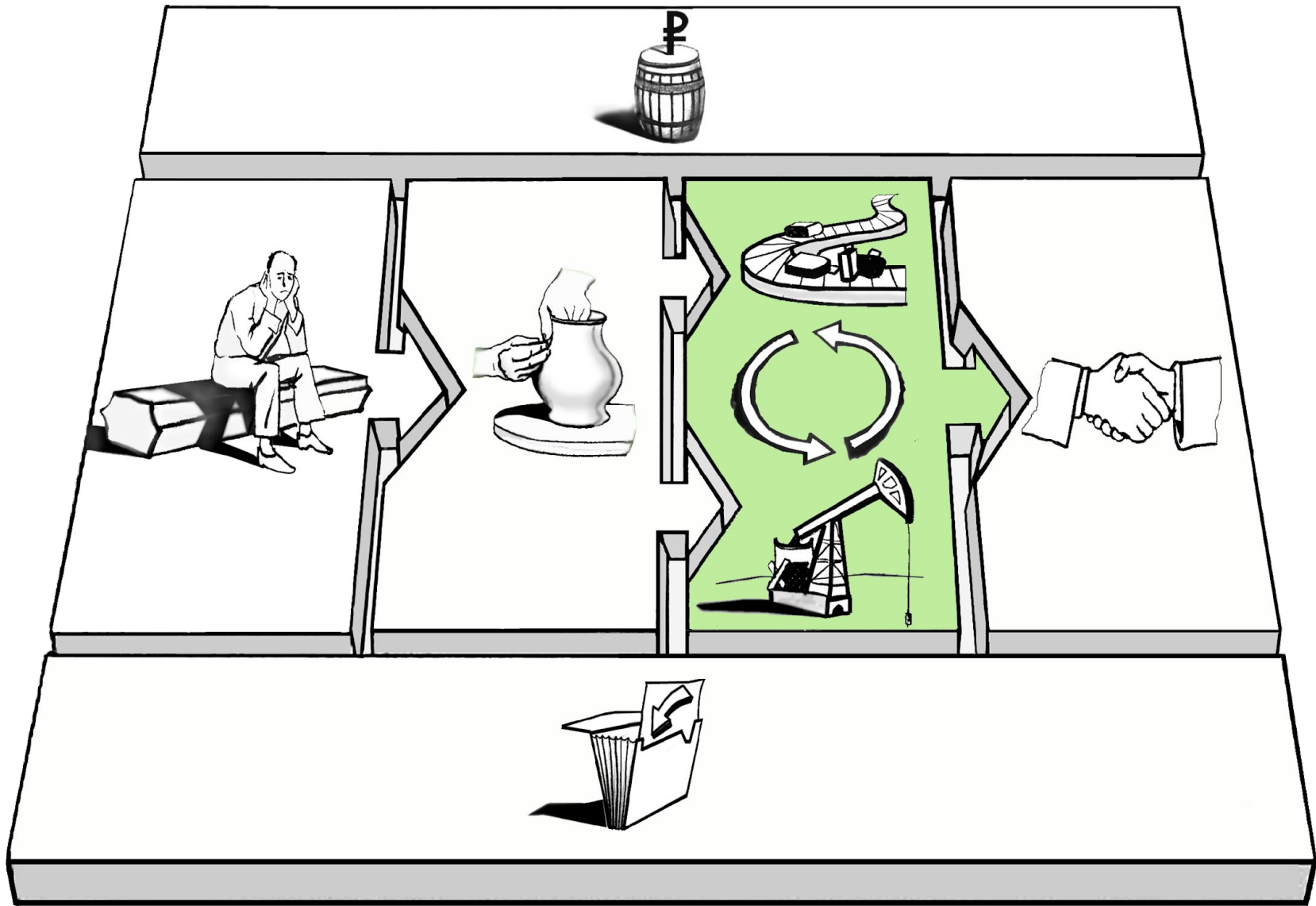
B2B

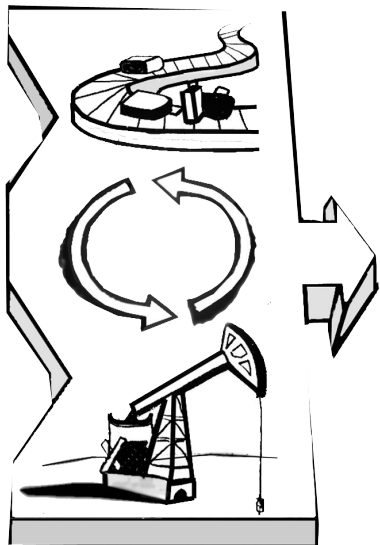
- Сокращение издержек
- увеличение прибыли
- Оптимизация работы бизнес процессов и персонала

B2C

Все что связано с ГОРДОСТЬЮ,
ЗДОРОВЬЕМ, ЛЕНЬЮ, СЕКСОМ,
ЖАДНОСТЬЮ, ЗАВИСТЬЮ
(страсть и боль)

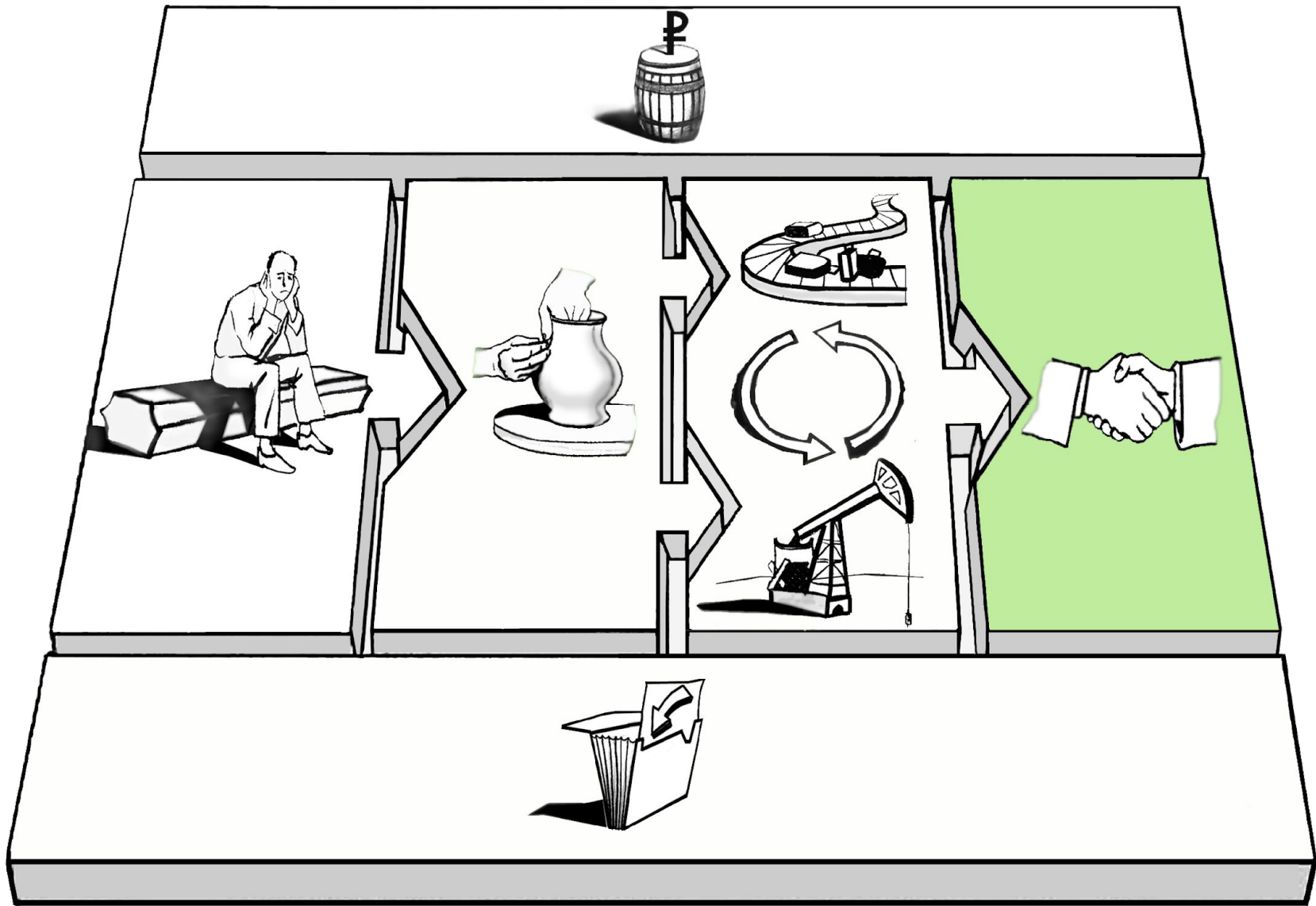
Изучение и сравнение того, какие проблемы
решают КОНКУРЕНТЫ



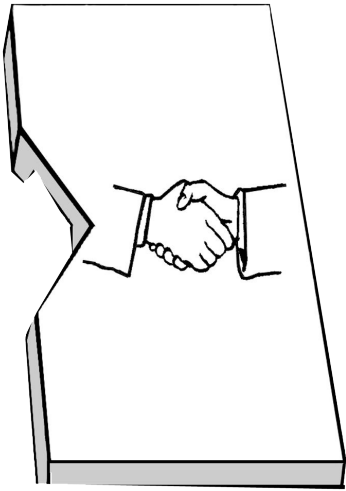


Требуемые процессы и ресурсы

Задача преобразования недостающих ресурсов в процессы их получения за счет партнеров. Здесь так же идет полная алгоритмизация всех процессов с целью их последующей автоматизации

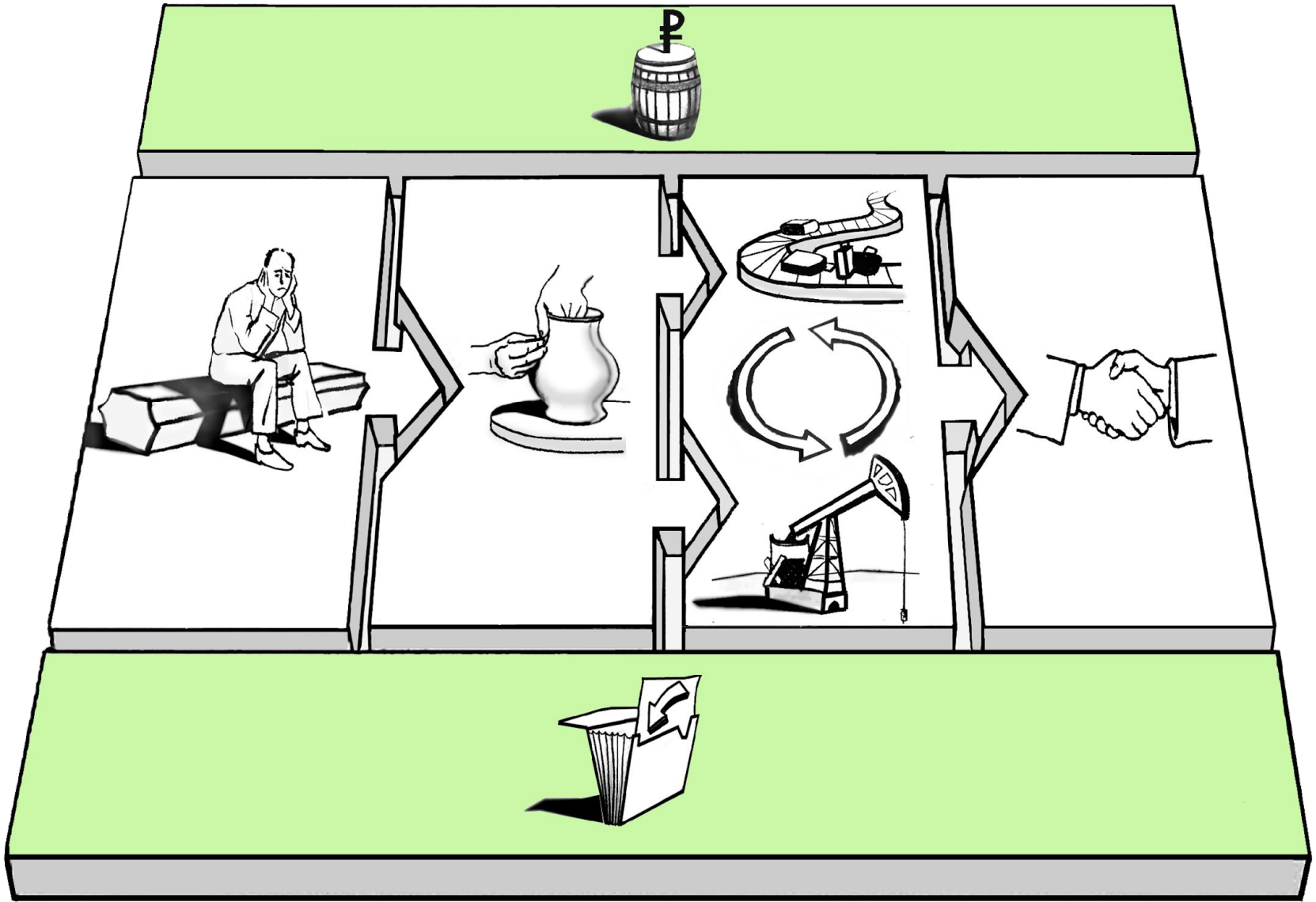


ОСНОВНЫЕ ПАРТНЕРЫ

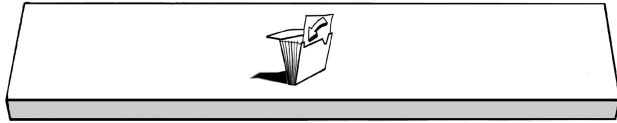
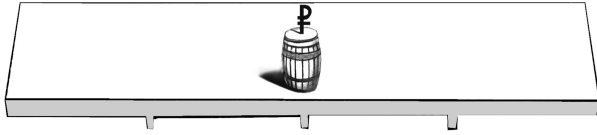


Партнеры, поставщики, дистрибьюторы и т.д. Важно сразу проводить линию и указывать, какую деятельность можно на них переложить и какие ресурсы у них взять

- Аутсорсинг за %
- Дополнительная ценность от промо %
- Монетизация партнерских баз данных с высоким TI
- Прибыль от партнерских программ %
- ! Слив ненужных клиентов %



Структура прибыли и издержек



Описываются издержки для поддержания работоспособности модели.

Полученные ресурсы являются для ценностью для обеспечения работы модели и наших личных интересов.

Издержки и получаемы ресурсы могут быть материальными и не материальными. Время, деньги, интеллектуальные ресурсы, производственные

Путь клиента



По этапам развития

- Увидел (УТП либо OfDeCtA) **Создание ТІ**
- Узнал (поинтересовался) (УТП либо OfDeCtA) **Создание ТІ**
- Воспользовался предложением (УТП либо OfDeCtA)
- Обслуживание (up sell, cross sell и down sell) (УТП либо OfDeCtA)
- Сетевой эффект

По способам взаимоотношений

- Самообслуживание
- Автоматизированное обслуживание
- Предоставление персонального менеджера
- Комьюнити
- Создание совместной ценности (youtube, koob.ru) – запуск идеи вируса

УРОВЕНЬ СТРУКТУРЫ МОДЕЛИ

