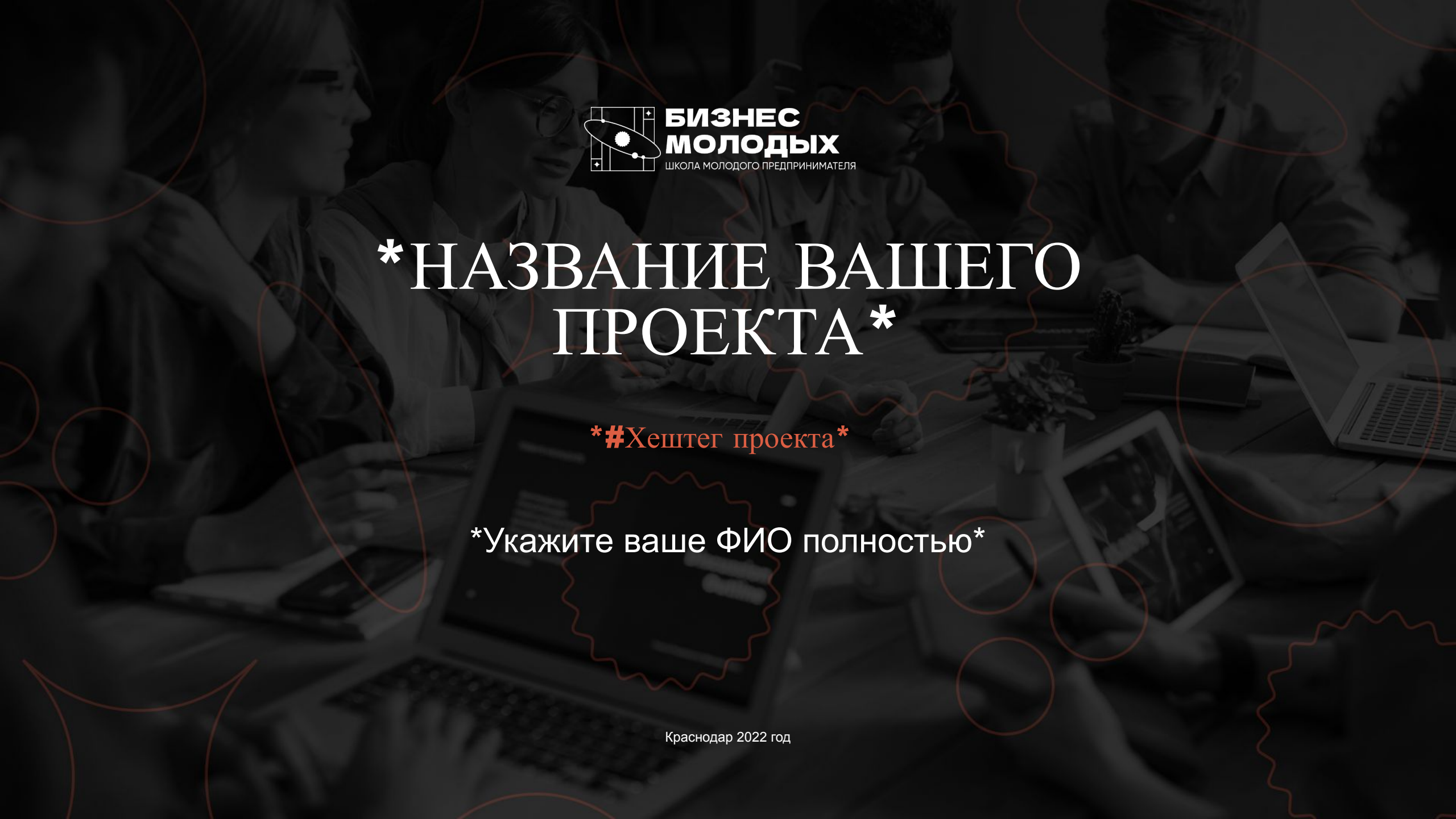

НАЗВАНИЕ ВАШЕГО ПРОЕКТА

#Хештег проекта

Укажите ваше ФИО полностью

Краснодар 2022 год

ОПИСАНИЕ ПРОДУКТА

БИЗНЕС МОЛОДЫХ
ШКОЛА МОЛОДОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ

Основные параметры продукта (услуги), является ли он новым и уже существуют аналоги и т.д.…

#проект

ЦЕЛЕВОЙ СЕГМЕНТ

(АУДИТОРИЯ)

БИЗНЕС МОЛОДЫХ
ШКОЛА МОЛОДОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ

Потенциальная целевая аудитория для тестирования первых гипотез:

пример, написать своё
Женщины в возрасте 25-30 лет, живущие в крупных городах России с доходом выше среднего (45000) и ниже 80000, работающие в офисе и индивидуальные предприниматели, отдающие предпочтение изделиям из натуральной кожи ….

ЦЕЛЕВОЙ СЕГМЕНТ

(КЛИЕНТЫ)

БИЗНЕС МОЛОДЫХ
ШКОЛА МОЛОДОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ

Потенциальная целевая аудитория для тестирования первых гипотез:

пример, написать своё
Женщины в возрасте 25-30 лет, живущие в крупных городах России с доходом выше среднего (45000) и ниже 80000, работающие в офисе и индивидуальные предприниматели, отдающие предпочтение изделиям из натуральной кожи ….

КОНКУРЕНТЫ

(КТО ОНИ)

БИЗНЕС МОЛОДЫХ
ШКОЛА МОЛОДОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ

пример, написать своё

1. Какую функцию выполняет продукт (сервис), для чего он нужен клиенту (или на какую «работу» клиент нанимает наш продукт).

2. Прямые конкуренты (те кто, уже продает продукт с той же или очень близкой функцией)

3. Непрямые конкуренты (здесь нужно указать тех, кто продает продукт с той же функцией, но значительно отличается, например, по цене; также необходимо оценить наличие неочевидной конкуренции, например: мы хотим открыть прачечную (прямые конкуренты – это другие прачечные) – непрямым конкурентом будет домашняя стиральная машина и т.д.)

КОНКУРЕНТНЫЕ ПАРАМЕТРЫ

БИЗНЕС МОЛОДЫХ
ШКОЛА МОЛОДОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ

пример, написать своё

1. **Критерий (параметр) по которому мы можем быть лучше конкурентов,** что позволит нам отстроиться от конкурентов (это может быть цена, качество, принципиально иной уровень сервиса и т.д.)

2. **Несправедливое конкурентное преимущество:** то, что долго, дорого или невозможно повторить конкурентам. Это может быть бренд, патенты, эксклюзивные контракты, репутация, технология и так далее.

СЕГМЕНТ-КАНАЛ-ОФФЕР

БИЗНЕС МОЛОДЫХ
ШКОЛА МОЛОДОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ

Целевой сегмент и его характеристики (возраст, гендер, уровень доходов, привычки и т.д.)	Канал (социальные сети, мероприятия, клубы по интересам и т.д.)	Оффер (ключевой посыл в рекламной компании, что мы хотим донести до потенциального клиента)
Целевой сегмент №1		
Целевой сегмент №2		