

ОФОРМЛЕНИЕ БИЗНЕС-ИДЕИ

У вас есть бизнес-идея, и что с ней делать дальше совершенно непонятно?

Чтобы ЧТО-ТО приносило доход, за него должны заплатить.
Простая истина?

Потребитель платит за ПОЛЕЗНОСТЬ. Полезность не стоит путать с пользой. Пользы от курения нет, зато удовольствия отойти от рабочего места, выйти на улицу, затянуться и успокоится, глядя на голубое небо — до фига. Полезность — это удовольствие, выгода вашего клиента.

Как родилась концепция *BABY TRAVEL CLUB*

Инстаграм тогда еще не цвел тысячей тревел-мам, а мой блог имел чуть больше тысячи подписчиков. Мы путешествовали с Мартином, не то, чтобы часто по меркам 2019, но достаточно регулярно и много по меркам 2014-2015. И мне начали писать мамочки с просьбой помочь, посоветовать... Чаще всего диалог начинался с фразы: «Раньше мы легко путешествовали с мужем вдвоем, но сейчас нам предстоит первая поездка с ребенком, и у меня тысяча опасений, вопросов...»

Бизнес-идея: путешествия. А такие вопросы выделили мои сильные стороны (путешествия с маленьким ребенком), целевую аудиторию (семьи с малышами), потребности (консультации, помощь, поддержка в организации отдыха семей с маленькими детьми). Сложился пазл.

Это клуб, не просто турагентство, а полезное информационное пространство (выгода). Менеджеры, которые специализируются на узкой целевой аудитории со специфическими потребностями (ценность). Канал продвижения в социальной сети. Удаленное оформление — тренд десятилетия.

Чтобы сформировать из бизнес-идеи конкретную стратегию нужно провести модный SWOT-анализ. На самом деле вы проводите его практически ежедневно в своей жизни, но такое представление поможет вам «сложить свой пазл».

СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ

Если вы работали учителем, а бизнес-идея тортики, то вы вполне можете **УЧИТЬ ДЕЛАТЬ ТОРТИКИ.**

Поэтому здесь должны быть все ваши сильные стороны, как бы далеки они не были от бизнес-идеи

ВОЗМОЖНОСТИ

Факторы окружения, города, региона, рыночных тенденций
Возможно, ваша мама трудится в администрации района, и у нее есть возможность продвижения ваших услуг на всех муниципальных мероприятиях?

СЛАБЫЕ СТОРОНЫ

Ваши внутренние факторы, которые мешают

Не муж не поддерживаете (внешний фактор), а я поддаюсь отрицательному влиянию мужа (он же не верит в вас, то есть снижает вашу самооценку)

УГРОЗЫ

Тут должны быть только факторы внешней среды, например, тенденции экологичного отношения к планете для производителя шуб

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

Прежде чем оформлять бизнес-идею в продукт/услугу, четко представьте, с кем **ВЫ ХОТИТЕ РАБОТАТЬ**.

В туризме огромное количество турагентств строит свой контент и рекламу на «горящих и дешевых турах», в то время как мы в своем постинге делаем упор на продукт стоимостью от 150-200 тысяч рублей, и очень часто пишем про дорогостоящие отели, поездка в которые обойдется в сумму от 400-500 тысяч рублей и выше.

Что же получает на выходе агент, который привлекает аудиторию турами за 30-40-50 тысяч рублей? Получает запросы от туристов, целью которых и выгодой является экономия.

За скидочку они легко убегут за угол к конкуренту.

Если вы хотите открыть кофейню, и будете выстраивать продвижение на кофе за 30р, вряд ли к вам потянутся эстеты. Такому клиенту не очень нужен мастер-класс бариста, или 100 к драгоценного кофе лювака с собой.

А если создать «кофейный клуб», создавать мероприятия, потом рассылать интересные рецепты и даже продавать кофемашины?

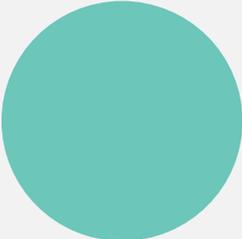
С такими увлеченными кофеманами вам приятнее работать?

ПОРТРЕТ ЦА



Перед вами практически должен стоять человек - ваш клиент. Портрет ЦА должен быть максимально подробный. Узкий и конкретный, никаких женщин в возрасте от 20 до 50.

Вам нужно описать ЯДРО аудитории, косвенная, вторичная ЦА сама подтянется! Например, на наш марафон БИЗНЕС-МАМА записались мужчины и бездетные девушки) но я же не назвала марафон «БИЗНЕС ДЛЯ ВСЕХ, МУЖЧИН И ЖЕНЩИН ОТ 18 до 55»



Портрет ЦА:



Пол, возраст, география проживания, семейное положение, доход на семью/человека в рублях/евро

Жизненные ценности, увлечения, посещаемые места, покупки

Боль, страхи, жизненная неудовлетворенность.

«Ведь ты этого достойна!» - Л'Ореаль.

«Каждая женщина должна себе ПОЗВОЛИТЬ крем буренка»

Все это — важнейшая информация для работы по осуществлению и продвижению бизнеса. Это база для выстраивания коммуникаций.



В основе оформления вашей идеи в концепцию лежит творческий анализ вашего SWOT и желаемой целевой аудитории.

Думайте! Сложите свой пазл из сильных сторон, возможностей, обходя угрозы и понимая вашу целевую аудиторию.



Домашнее задание:

Выполнить свой анализ в рамках бизнес-идеи и описать вывод

Описать портрет целевой аудитории