

Название проекта исполнители



Цели и задачи

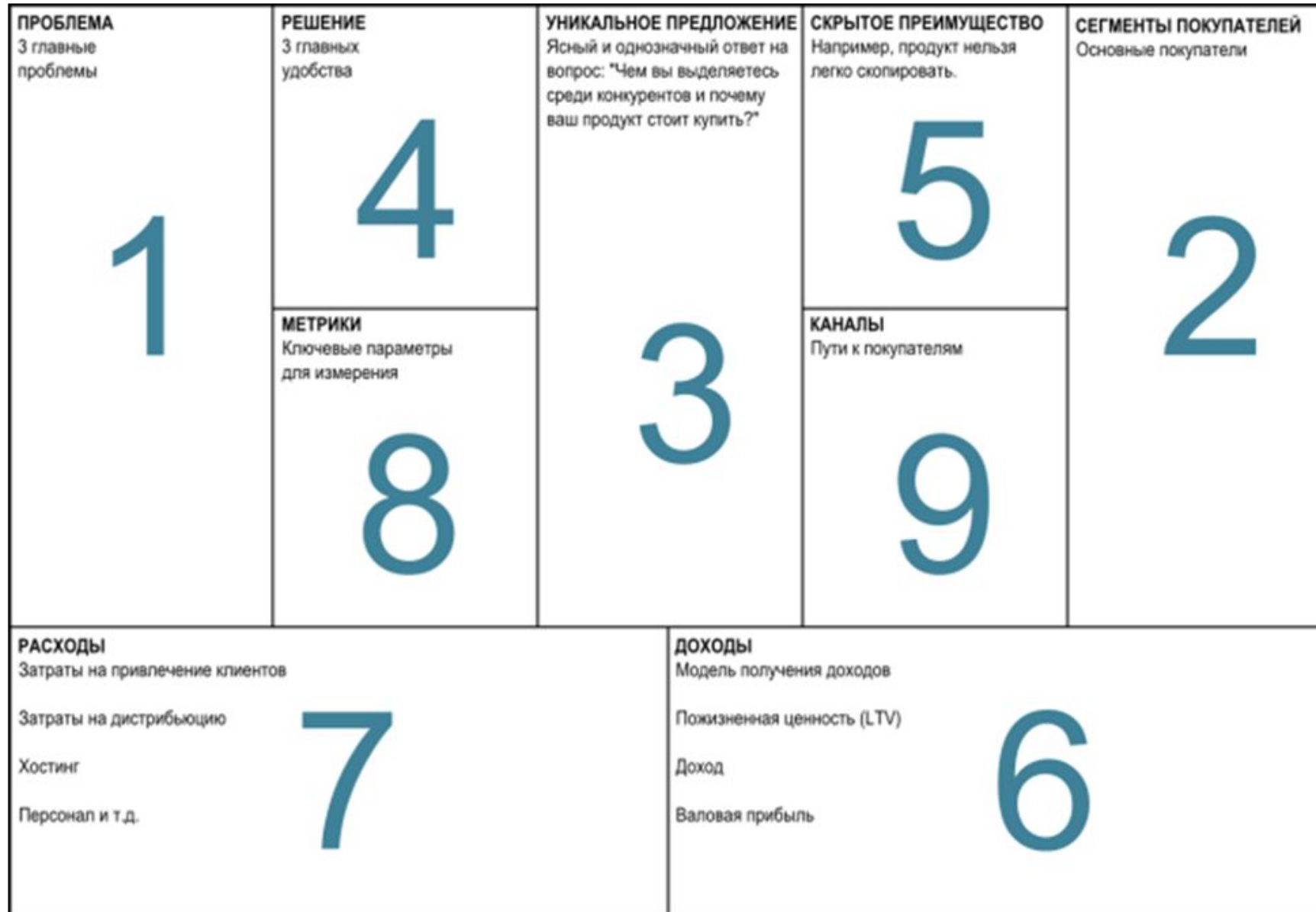


9 ОСНОВНЫХ ЭЛЕМЕНТОВ БИЗНЕС МОДЕЛИ

- 1) Проблема которую решает бизнес;
- 2) Целевая аудитория и потребители;
- 3) Уникальное предложение;
- 4) Решение проблемы;
- 5) Каналы;
- 6) Поток доходов;
- 7) Структура затрат;
- 8) Ключевые показатели;
- 9) Наши отличительные черты
(то что нельзя скопировать)



Схема бизнес модели



Проблемы

Перечислите от одной до трех наиболее важных проблем,

решение которых необходимо людям из вашего целевого сегмента.

Запишите – как, по вашему мнению, решаются указанные проблемы сейчас.

Узнайте как решают эти проблемы ваши конкуренты.



«Сегменты покупателей»



Необходимо– определить раннего последователя, и основного клиента

Определить все возможные роли пользователей

Перечислить основные характеристики вашего «идеального клиента».

Уникальное торговое предложение (УТП).

- * *чем вы лучше других и почему заслуживаете внимания.*
- * сконцентрировать суть вашего продукта в несколько слов,
- * УТП должно отличаться от других, и это отличие должно быть значимым.
- * формулировать УТП непосредственно из самой важной проблемы, которую ваш продукт решает.
- * Абсолютно ясное предложение = Результат, к которому стремится потребитель + Ограниченный период времени + Ответ на возражения.



Решение

Опишите наилучшее решение, которое вы будете способны построить для каждой из описанных проблем



Скрытое преимущество

Как вы можете/будете отличаться от других и как сделать это отличие значимым для покупателей

«Настоящее скрытое преимущество не может быть легко скопировано или куплено.»

– (Джейсон Коэн)

Примеры:

Привлечение правильных «экспертов»

«Команда мечты»

Личный авторитет

Эффекты большой сети

Сообщество пользователей

Существующие клиенты.



Расходы и доходы

Расходы и Доходы – используются для моделирования жизнеспособности бизнеса.

- 1) Сделайте более «приземленный» прогноз на 3 или 5 лет.
- 2) Смоделируйте необходимые расходы на определение, создание и запуск вашего Минимального Актуального Продукта (МАП) и вывод его на рынок.
- 3) Основываясь на посчитанных Расходах и Доходах, определите точку безубыточности и оцените – как много усилий, денег и времени вам потребуется



Метрики

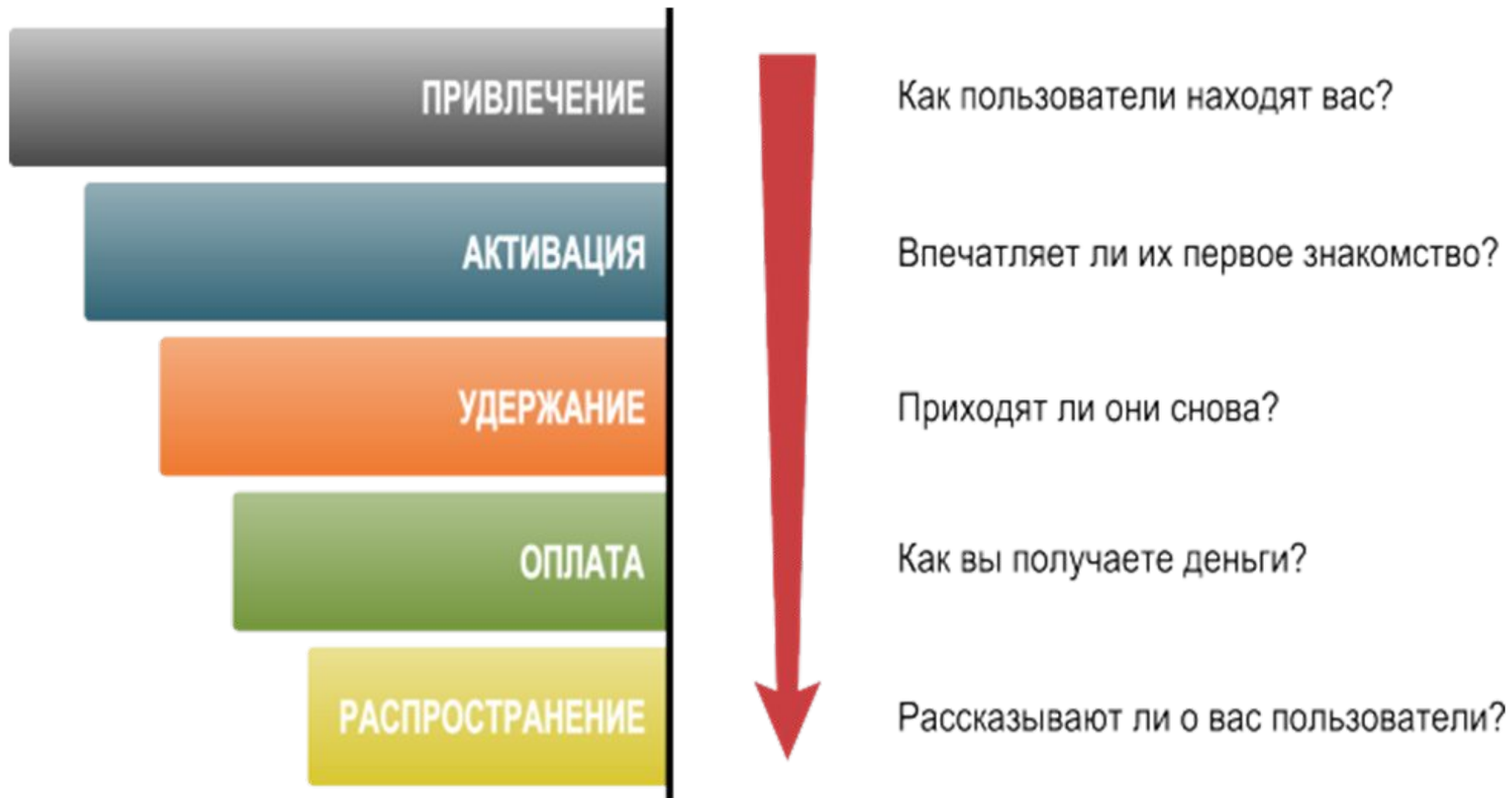
Найдите ключевую цифру, которая будет в режиме реального времени показывать вам состояние вашего бизнеса.

У бизнеса есть ограниченное количество численных индикаторов, отображающих качество его работы.

Эти индикаторы являются ключом как для измерения прогресса, так и для распознавания значимых моментов в жизненном цикле вашего пользователя.



Основные индикаторы



Каналы:

Беритесь за любой канал, который способен вывести вас на потенциального клиента.

Бесплатный лучше платного.

Информирующий лучше рекламирующего.

Примеры информирующих каналов:

Блоги

Обзоры

Вебинары

Примеры рекламирующих каналов:

Печатная и ТВ реклама

Торговые выставки

Холодные звонки

Научитесь продавать свой продукт сами.



Масштабирование бизнеса

Стратегия продвижения



Команда проекта

КОНТАКТЫ



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

Контакты:

Управление по социальной работе УрГЭУ, тел. 221-26-06

Еговцева Людмила Николаевна, тел. 8-922-225-75-64,
egovsteva@mail.ru