

2. Что потребуется для создания бизнеса? (этап № 2 – бизнес-модель)

Задание № 2 Составление бизнес-модели. Бизнес-модель – это схематическое описание бизнеса (будущего или действующего) с целью запланировать или оценить его ключевые факторы успеха. Составить бизнес-модель можно заполнив таблицу 2.

Пояснения по выполнению задания № 2 составление бизнес-модели:

1) заполните таблицу 2, описав ключевые составляющие ранее выбранной бизнес-идеи;

2) в строке «Конкуренты» указывается количество и название прямых конкурентов (при их наличии) или количество косвенных конкурентов. Конкуренты, которые продают аналогичные товары и услуги по сходным ценам одним и тем же категориям потребителей. Например, для продукта Coca-Cola нужно рассматривать в качестве прямых конкурентов только другие напитки «кола». Если не знаете (для крупных городов), то количество можно определить с помощью сервиса «Дубль гис» – <http://2gis.ru/>, Яндекс карты – maps.yandex.ru, Гугл карты – <https://www.google.ru/maps>. Косвенными конкурентами будут компании, чья продукция способствует удовлетворению тех же потребностей. Для Coca-Cola, например, всех тех товаров, которые позволяют потребителю удовлетворить жажду;

3) в строке «Потоки выручки» указывается одна или несколько моделей монетизации, т.е. способ, которым зарабатывает данная бизнес-идея. Выделяют следующие основные модели монетизации:

☐ продажа своего (производство)/перепродажа – традиционная реализация реальных или виртуальных товаров/услуг, в том числе с помощью современных технологий;

☐ рекламная модель (проект показывает рекламу своим пользователям. Основные примеры проектов: 1) мейл-сервисы и агрегаторы порталов основных тем интересов пользователей (Yahoo, Mail.ru и др.); 2) лидогенераторы, сайты и приложения – агрегаторы информации (Banki.ru, Sravni.ru, Kupongid.ru, и др.));

☐ модель подписки (проекта обладает очень ценной информацией, которую можно продавать заинтересованным лицами или компаниям. Основные примеры проектов: 1) Сайты о работе (Monster.com, Headhunter, Superjob и др.); 2) Узкие нишевые проекты с умной аналитической информацией (из известных мировых вспоминается только Bloomberg); 3) Онлайн кинотеатры и музыкальные центры (Netflix, Spotify, ivi.ru, Zvook и др.));

Таблица 2

Задание № 2 Составление бизнес-модели

Название бизнес-идеи:				
ПРОБЛЕМЫ потребителей. 3 главные проблемы клиента, из-за которых он будет покупать: 1. _____ 2. _____ 3. _____	РЕШЕНИЕ Что делать, чтобы решить проблемы клиента: 1. _____ 2. _____ 3. _____	Уникальная ценность предложения: _____	Конкурентные преимущества: _____	Группы целевых клиентов (пользователей): 1. _____ 2. _____ 3. _____
Конкуренты: Прямые: количество - __, (названия основных: _____) Косвенные: количество - __	КЛЮЧЕВЫЕ РЕСУРСЫ: Что нужно будет купить для начала деятельности: - _____ - _____ - _____ - _____ - _____ - _____ - _____ - _____			КАНАЛЫ СБЫТА (путь до клиента) - _____ - _____ - _____ - _____ - _____ - _____
Структура расходов. Основные направления: - _____ - _____ - _____ - _____ - _____ - _____		Потоки выручки. Модель(и) монетизации: - _____ - _____ - _____ - _____		

□ модель freemium (у проекта (сайта, мобильного приложения, онлайн или мобильной игры и т.д.) есть много уникальных пользователей или загрузок приложения. Базисный функционал бесплатно, а дополнительные инструменты за деньги. Основные примеры проектов: 1) Поисковые системы (Google, Yandex и др.); 2) Социальные сети (Facebook, ВКонтакте, Одноклассники и др.); 3) Сайты знакомств (Mamba, TopFace и др.); 4) Мессенджеры/сервисы IP телефонии (Skype и др.); 5) Игры мобильные и платформенные (Angry Birds, Farmville и др.); 6) Доски

объявлений (Avito, Slando, Dmir и др.));

□ транзакционная модель (вы переводите через свой сервис деньги, от одной заинтересованной стороны к другой за комиссию – выполняете услуги пользователей. Основные примеры

проектов: 1) Платежные сервисы и системы (Webmoney, Яндекс Деньги, Qiwi, Robokassa,

Chronopay и др.); 2) Агрегатор/Биржа продавцов и покупателей (туризм: AnyWayAnyDay,

OneTwoTrip, техника: Wikimart, Yandex Market, купоны: Groupon, Biglion)) и др.

Результатом этапа №2 должно стать осознанный подбор для бизнес-идеи конкретной бизнес-модели с целью уточнения ключевых параметров бизнеса.

Рекомендуемая литература:

1. Остервальдер А., Пинье И. Построение бизнес-моделей. Настольная книга стратега и новатора. М. : Альпина Паблишер, 2011. 288 с.