The background features a large, curved, glowing blue and green shape that resembles a stylized globe or a celestial body. A bright, white light source is positioned near the bottom center, creating a prominent lens flare with radiating lines and a soft, pinkish-red glow. The overall color palette is dominated by deep blues and bright greens, with a high-contrast, futuristic aesthetic.

Построение бизнес- модели. Возможные подходы

Определение бизнес-модели



Бизнес-модель – систематизированное представление о бизнесе, предназначенное для целостного понимания и анализа всех бизнес-процессов.

Бизнес-модель описывает, каким образом организация создаёт, поставляет клиентам и приобретает стоимость — экономическую, социальную и другие формы стоимости.

Определение бизнес-модели












Процесс разработки бизнес-модели является частью стратегии бизнеса.

Бизнес-модель служит для описания основных принципов создания, развития и успешной работы организации

Концепция бизнес-модели позволяет анализировать любые модели бизнеса без ограничений и используется как подход как в больших, так и в малых компаниях.

Типы бизнес-моделей

Модель Остервальдера

<p>Основные партнеры</p> 	<p>Основные направления деятельности</p> 	<p>Предлагаемые преимущества</p> 	<p>Отношения с клиентами</p> 	<p>Сегменты клиентов</p> 
	<p>Основные ресурсы</p> 		<p>Каналы</p> 	
<p>Структура расходов</p> 		<p>Потоки выручки</p> 		

Типы бизнес-моделей

«Lean» Бизнес канва - Дорф и Бланк

Problem Top 3 problems	Solution Top 3 features	Unique Value Proposition Single, clear, compelling message that states why you are different and worth paying attention	Unfair Advantage Can't be easily copied or bought	Customer Segments Target customers
	Key Metrics Key activities you measure		Channels Path to customers	
Cost Structure Customer Acquisition Costs Distribution Costs Hosting People, etc.		Revenue Streams Revenue Model Life Time Value Revenue Gross Margin		

PRODUCT

MARKET

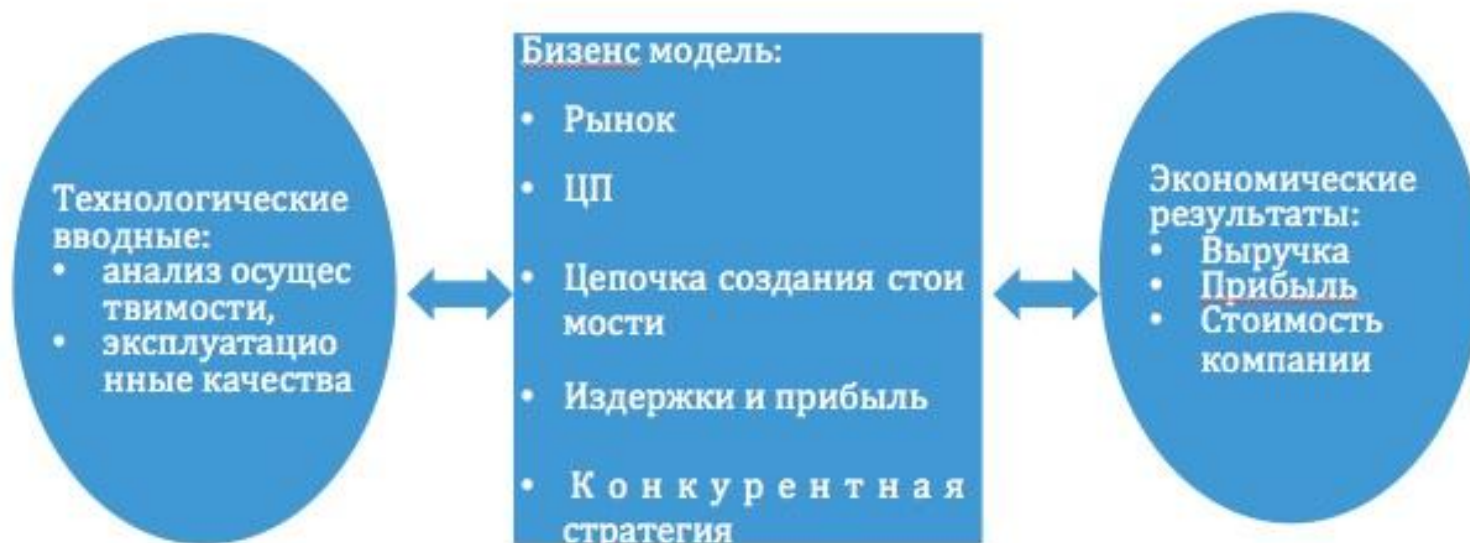
Типы бизнес-моделей

Модель Марка Джонсона – «Захват чистого пространства»



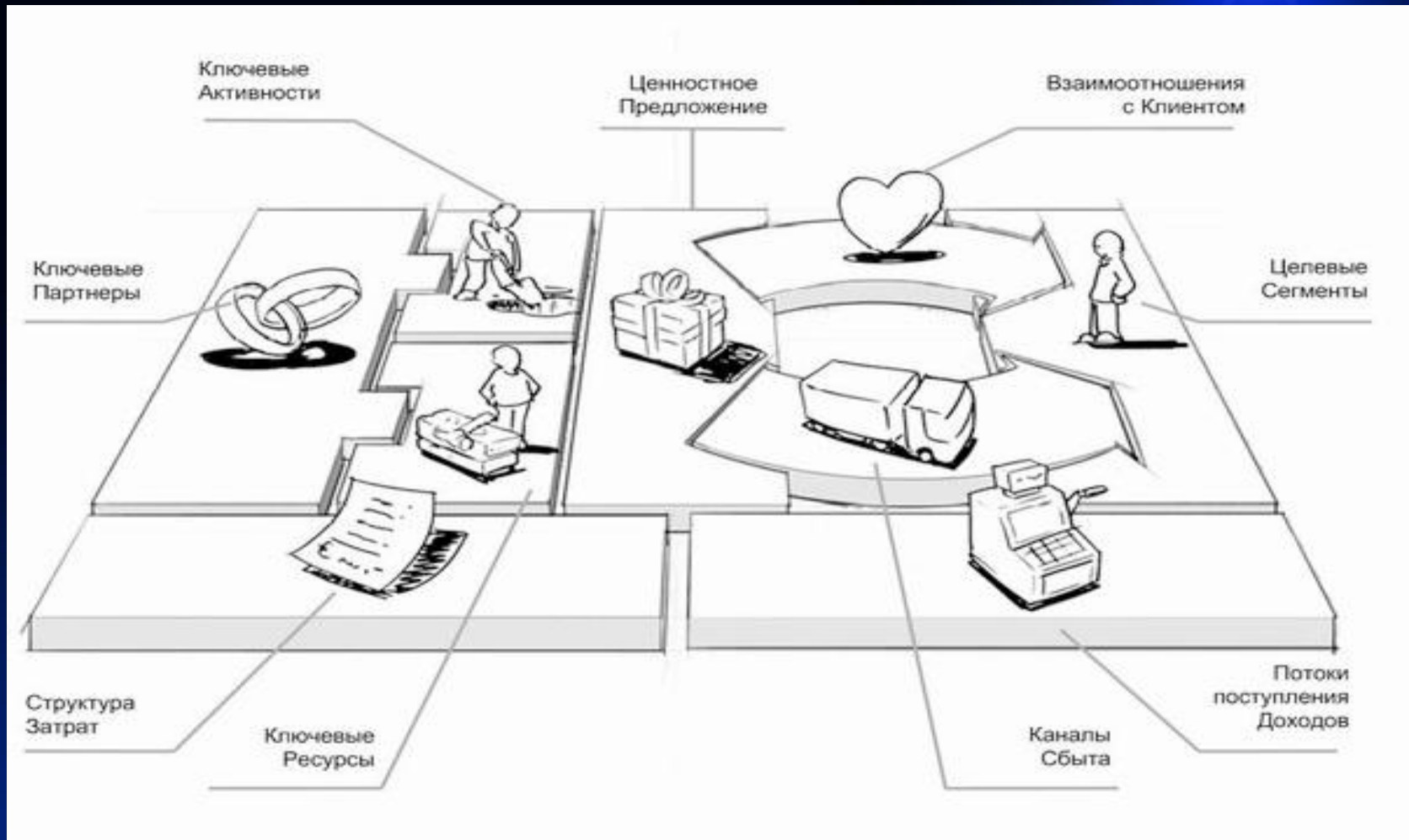
Типы бизнес-моделей

Модель Генри Чесбро



Типы бизнес-моделей

Lean canvas





Основные блоки

1. Потребительские сегменты

Цель: Определить, какие группы потребителей компания предполагает привлекать и обслуживать

Группы потребителей сегментируются по определенным признакам (напр. потребности, особенности поведения, различия в запросах, каналы сбыта)

Стартап может обслуживать один или несколько сегментов. Причем может одновременно обслуживать и B2B, и B2C сегменты.



Основные блоки

При определении целевых сегментов необходимо:

- 1) Выделить все возможные сегменты
- 2) Проверить правильность определения сегментов с экспертами
- 3) Провести исследование сегментов
- 4) Вовлечь каждый сегмент в обсуждения ключевых проблем и их решений
- 5) Сократить все сегменты, где проблема недостаточно острая
- 6) Сфокусироваться на 1-2 сегментах для пилотного запуска



Основные блоки

2. Ценностные предложения

Цель: определить, что именно представляет ценность для потребительского сегмента

Ценностные предложения представляют собой совокупность преимуществ товаров и/или услуг, которые компания готова предложить потребителю

Ценностное предложение - это то, что создает преимущества для потребителя товара или услуги, делает его/ее жизнь лучше

Обычно, ценностное предложение можно разбить на 3 блока:

- экономия
- результат
- самореализация

Основные блоки



2. Ценностные предложения

Экономия: денег, времени, ресурсов, снижение расходов, и тд. (если у меня есть автомобиль - я быстрее доезжаю до места встречи).

Результат: достижение поставленной цели за счет конкретного продукта (если у меня есть автомобиль - он довозит меня из точки А в точку Б).

Самореализация: укрепление личного или корпоративного бренда (автомобиль повышает мой статус в обществе).

Основные блоки



3. Каналы сбыта

Цель: Определить, как компания взаимодействует с потребительскими сегментами и доносит до них свои ценностные предложения

Каналы сбыта осуществляют следующие функции:

Информационную: повышают степень осведомленности потребителя о товарах и услугах компании

Оценочную: знакомят и помогают оценить ценностные предложения компании

Основные блоки



3. Каналы сбыта

Продажную: помогают осуществить продажу потребителю и позволяют потребителю приобретать товары и услуги

Доставку: помогают осуществить доставку потребителю

Пост-продажную: обеспечивают обслуживание

Основные блоки



4. Взаимоотношения с клиентами

Цель: описать основные механизмы удержания и работы с текущими потребителями товаров и услуг

Взаимоотношения могут быть от персональных до автоматизированных для:

- приобретения клиентов
- удержания клиентов
- увеличения продаж

Основные блоки



4. Взаимоотношения с клиентами

Помните, что приобрести нового потребителя значительно дороже, чем совершить повторную продажу текущему потребителю. Вы должны установить долгосрочные отношения со своими клиентами за счет:

- тщательным сбором и работой с обратной связью
- постоянным усовершенствованием своего продукта или услуги
- выстроенной системой пост-продажного обслуживания
- постоянным изучением целевой аудитории

Основные блоки



5. Источники доходов

Цель: описать, каким образом компания создает потоки выручки

В бизнес-модели могут сосуществовать 4 типа потоков доходов:

- Доход от разовых сделок
- Регулярный доход от периодических платежей
- Регулярный доход от платежей за обслуживание
- Разовый или регулярный доход в виде % от продаж продукта или услуг партнерами

Основные блоки

5. Источники доходов

Способы создания потоков доходов:

- Продажа продукта/услуги
- Плата за использование
- Оплата подписки
- Аренда/рента/лизинг
- Лицензии
- Брокерские проценты;
- Реклама



Основные блоки



6. Ключевые ресурсы

Цель: описать наиболее важные активы, необходимые для функционирования бизнес-модели

Функции ресурсов:

- 1) Создавать и доносить до потребителя ценностные предложения
- 2) Выходить на рынок
- 3) Поддерживать связи с потребительскими сегментами;
- 4) Получать прибыль

Основные блоки



6. Ключевые ресурсы

Ресурсами могут быть:

- Физические активы: здания, оборудование, точки продаж
- Персонал: управленцы, инженеры, дизайнеры, ученые, аналитики
- Интеллектуальные активы: интеллектуальная собственность, патенты, торговые марки, авторские права, базы данных
- Финансовые активы: денежные средства на счетах, акции компании

Основные блоки



7. Виды деятельности

Цель: описать основные действия, за счет которых компания создает стоимость.

Ключевые виды деятельности, как и ключевые ресурсы – обязательный компонент процесса создания и реализации ценностных предложений, выхода на рынок, поддержания взаимоотношений с клиентами и получения доходов

Основные блоки



7. Виды деятельности

Примеры видов деятельности:

- Производство
- НИОКР
- Продажи
- Маркетинг
- Создание платформ или сетей
- Консультирование
- Юридическая и финансовая деятельность
- Образовательная деятельность (передача знаний и ноу хау)

Основные блоки



8. Ключевые партнеры

Цели: описать сеть поставщиков и партнеров, благодаря которым функционирует бизнес-модель.

Партнер - это организация, которая или работает с вашей целевой аудиторией и/или которую вы можете предоставить ценностное предложение в бизнес-модели, которое повысит стоимость этой организации.

Государство очень часто выступает партнером малого бизнеса, не стоит недооценивать его ресурсов. Любые акселераторы, инкубаторы, организации, создающие программы для предпринимателей, могут быть партнерами.

Основные блоки



8. Ключевые партнеры

Обязательно заранее определить ключевых партнеров еще на этапе становления бизнеса и начать активную работу с ними.

Выделяют **4 типа партнерских отношений**:

1. Стратегическое сотрудничество между неконкурирующими компаниями
2. Со-конкуренция: стратегическое партнерство между конкурентами
3. Совместные предприятия для запуска новых бизнес-проектов
4. Отношения производителя с поставщиками для гарантии получения качественных комплектующих



Основные блоки

9. Структура издержек

Цель: описать структуру наиболее существенных расходов функционирования бизнес-модели для предоставления ценностного предложения потребительскому сегменту.

Расходы достаточно легко подсчитать, если вы точно определили ключевые ресурсы, ключевые виды деятельности и ключевых партнеров.

Используйте структуру расходов компаний из вашей отрасли.

Помните, что скорее всего издержки окажутся выше, чем вы рассчитывали.

Всегда закладывайте больше.



Дополнительные блоки

Команда

Цель: описать текущую и целевую команды для успешного развития стартапа.

Инвесторы инвестируют в первую очередь в команду, а потом уже в бизнес и продукт. Помните об этом!

Детально распишите компетенции каждого члена команды и убедитесь, что у вас сбалансированная команда, в которой как минимум 2 со-основателя.

Помните, стартап практически невозможно сделать одному.