

Основы предпринимательской деятельности

Светлана Михайловна Бельмас

- Ст. преподаватель кафедры «Менеджмент и маркетинг» ПНИПУ

Процесс предпринимательства



Бизнес-модель (Остервальдера)

Отражает суть того, как бизнес работает на самом деле

Описывает «архитектуру» создаваемого бизнеса

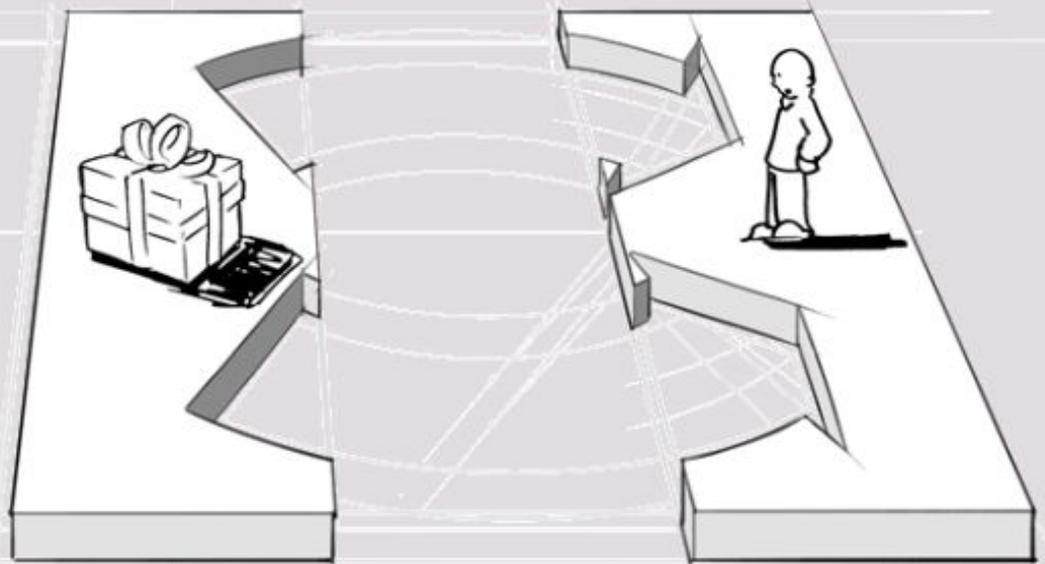
Предшествует созданию бизнес-плана

Клиенты (сегменты рынка)



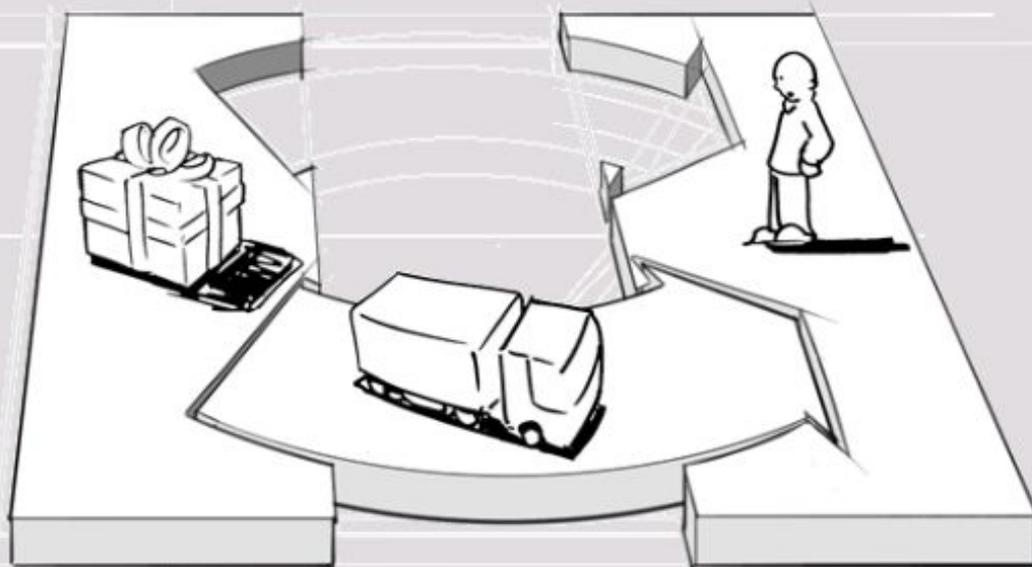
Кто наши покупатели и потребители?
Чего они на самом деле хотят?
(В чем заключается их проблема, которую нужно решить?)

Ценность продукта



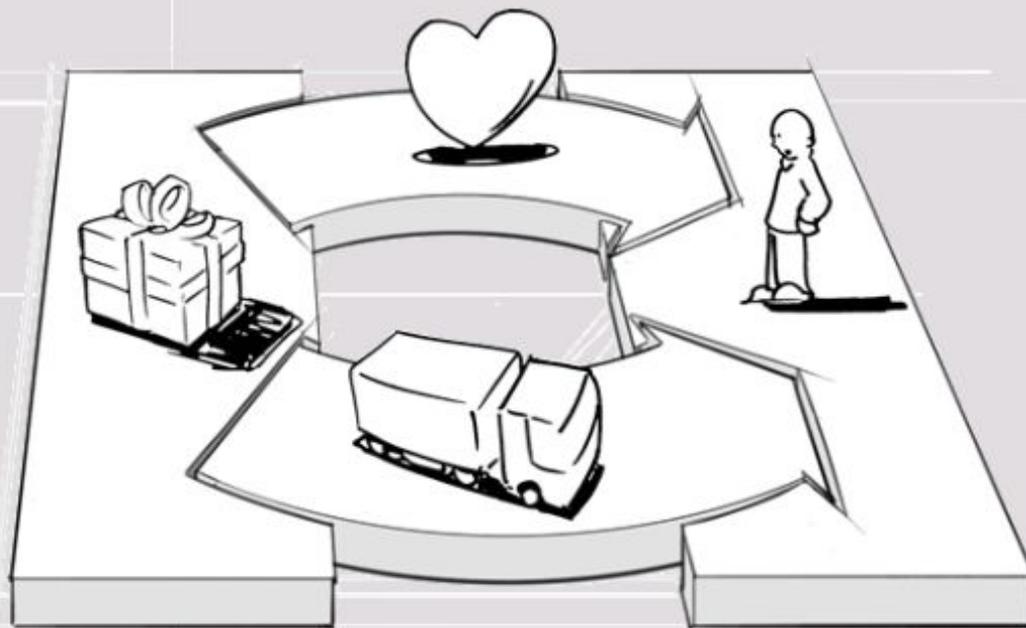
Что мы им хотим предложить?
Как это решает их проблемы?
Это для них важно?

Каналы взаимодействия



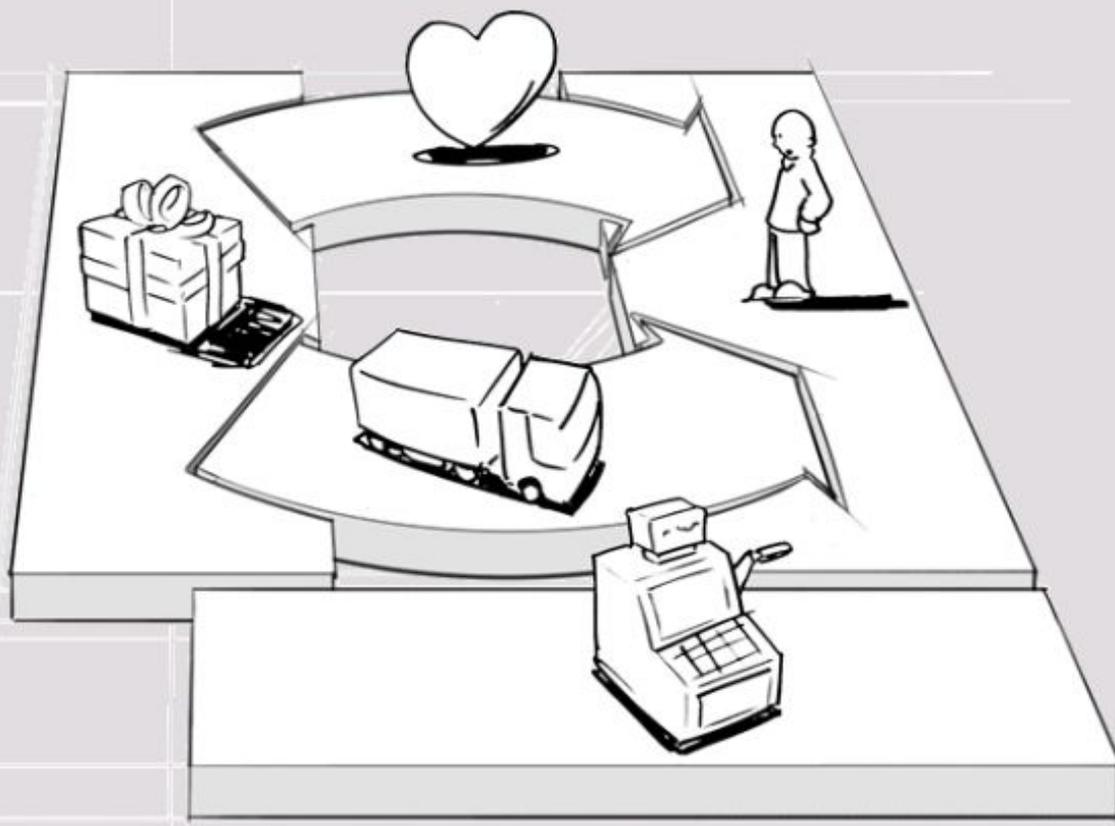
Как мы планируем достичь каждый сегмент?
Какие каналы и точки взаимодействия?

Взаимоотношения с клиентами



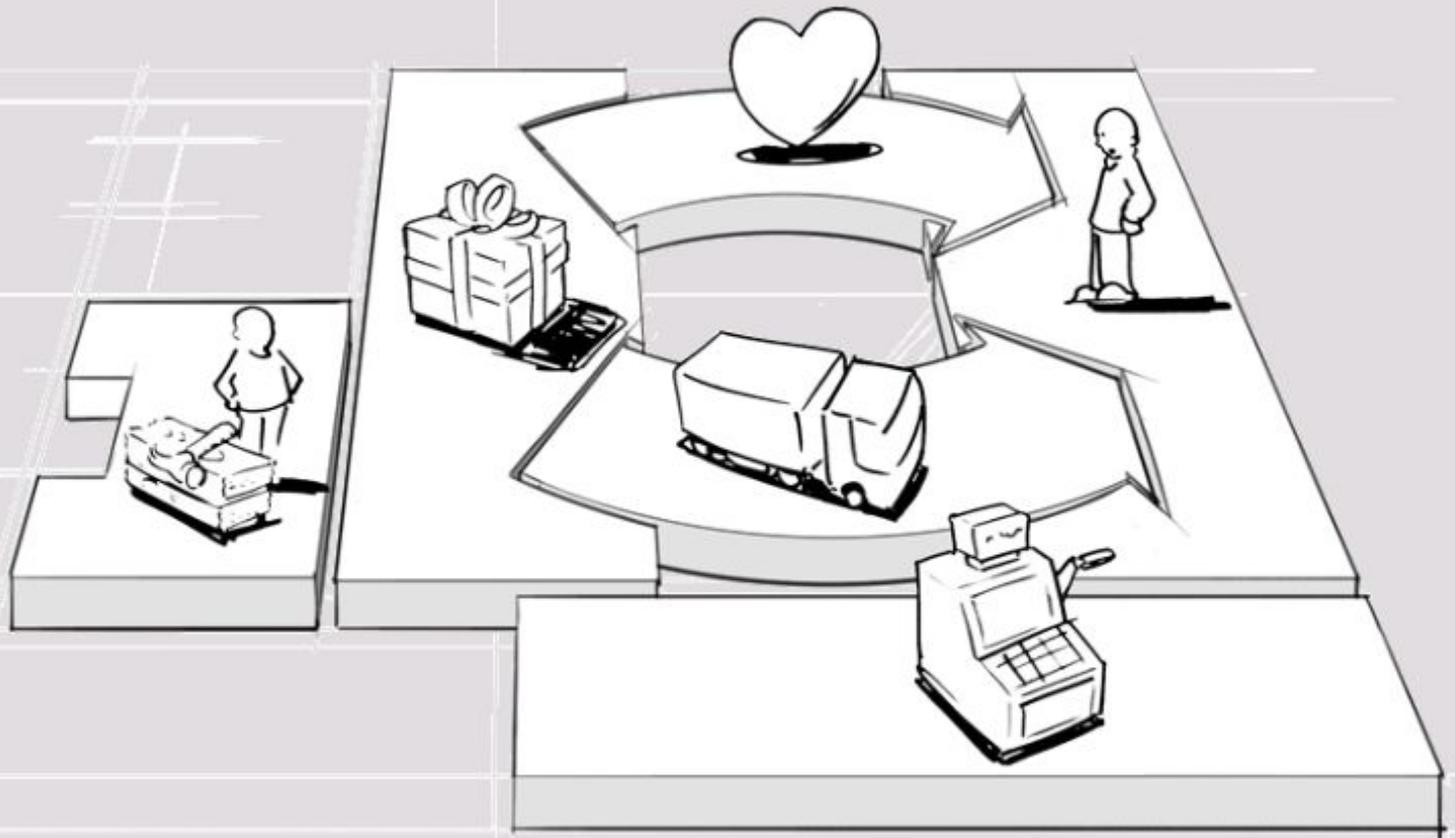
Какие взаимоотношения мы хотим установить с нашими клиентами?
Как мы будем это делать?

Источники дохода



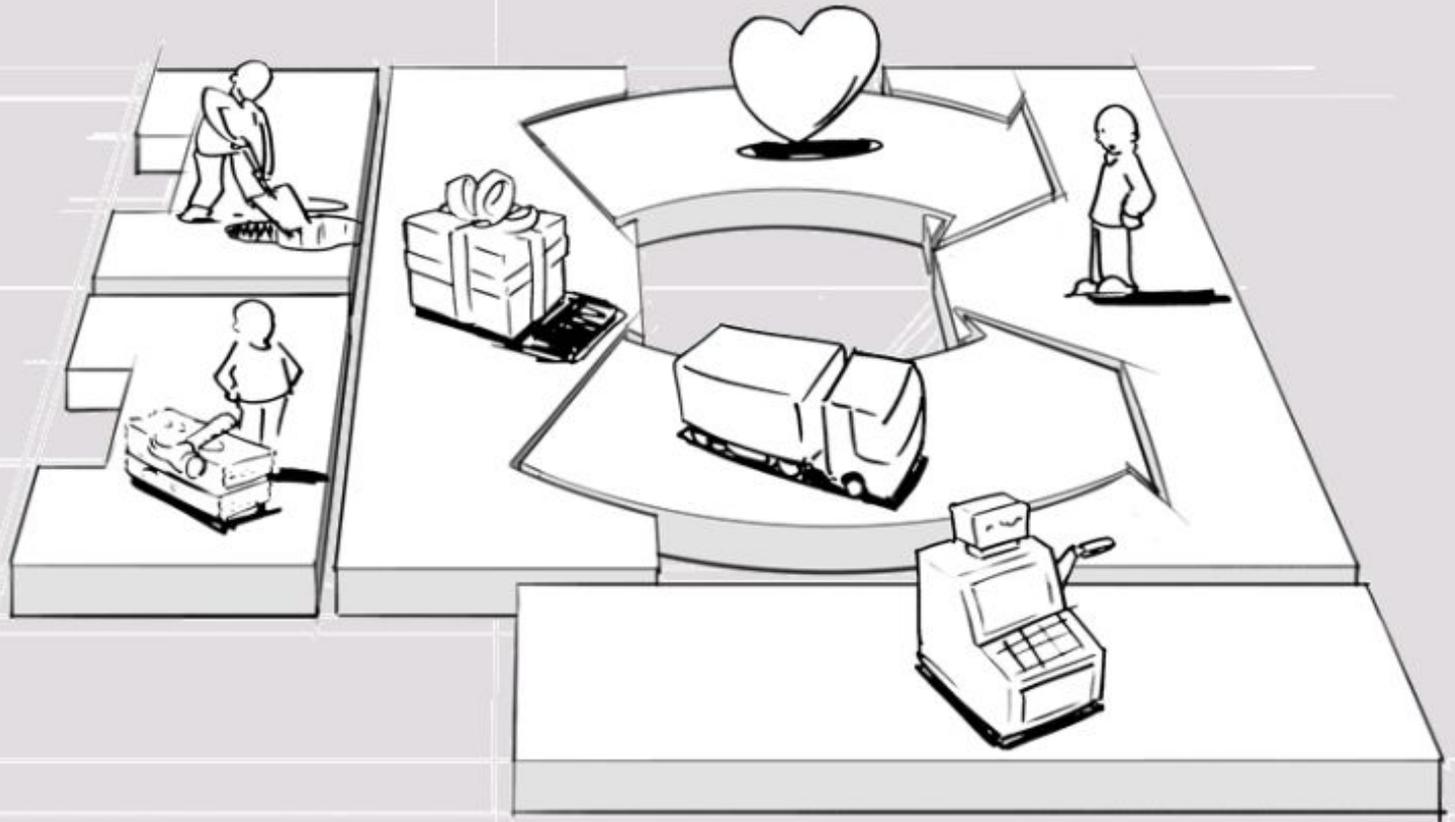
За что клиенты действительно готовы платить?
Каким образом?
Разовые продажи или постоянные платежи?

Ключевые ресурсы



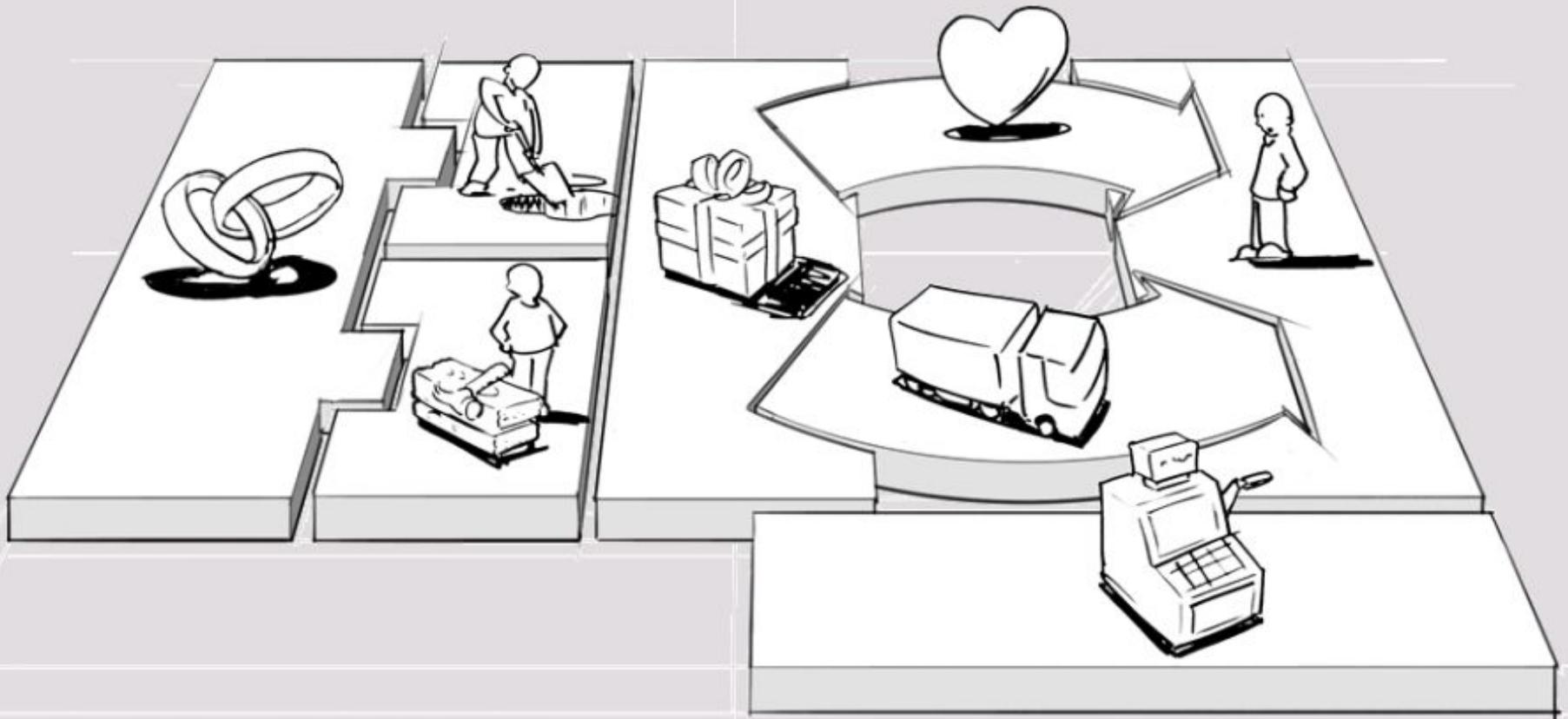
Какие ресурсы являются ключевыми для успеха бизнес-модели?

Ключевые процессы



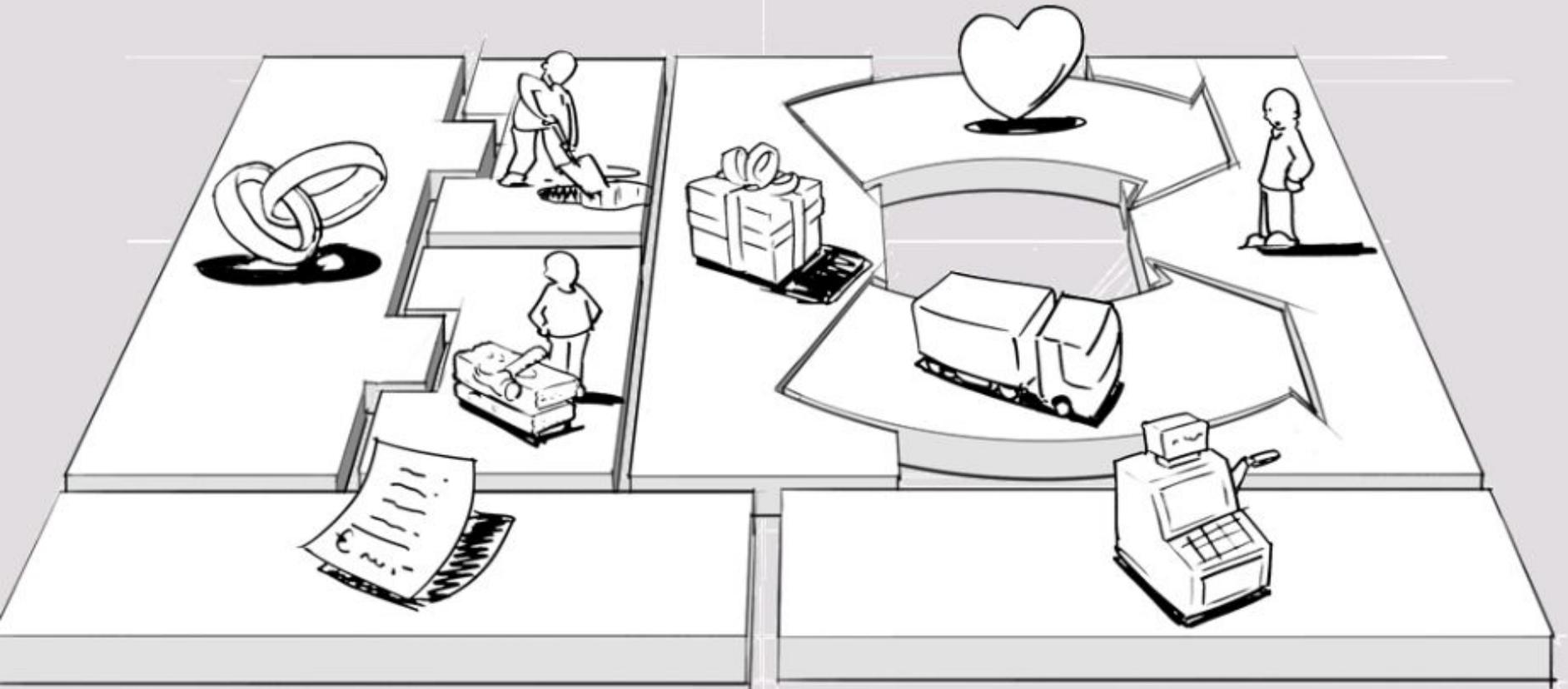
Какие процессы и действия обеспечат нам главные конкурентные преимущества?

Ключевые партнеры



Кто нам нужен в качестве партнера?
К чьей помощи мы будем вынуждены прибегать?

Структура затрат



Какова структура расходов?
На что мы тратим большую часть денег?

Ключевые процессы

Ценность продукта

Взаимоотношения с клиентами

Ключевые партнеры

Клиенты (сегменты рынка)

Структура затрат

Ключевые ресурсы

Каналы взаимодействия

Источники дохода

Бизнес-модель



Шаблон бизнес-модели

<p>Ключевые партнеры</p> <p>Кто нам нужен в качестве партнера? К чьей помощи мы будем вынуждены прибегать?</p>	<p>Ключевые процессы</p> <p>Какие процессы и действия обеспечат нам главные конкурентные преимущества?</p>	<p>Ценность продукта</p> <p>Что мы им хотим предложить? Как это решает их проблемы? Это для них важно?</p>	<p>Взаимоотношения с клиентами</p> <p>Какие взаимоотношения мы хотим установить с нашими клиентами? Как мы будем это делать?</p>	<p>Клиенты (сегменты рынка)</p> <p>Кто наши покупатели и потребители? Чего они на самом деле хотят? (В чем заключается их проблема, которую нужно решить?)</p>
<p>Ключевые ресурсы</p> <p>Какие ресурсы являются ключевыми для успеха бизнес-модели?</p>			<p>Каналы взаимодействия</p> <p>Как мы планируем достичь каждый сегмент? Какие каналы и точки взаимодействия?</p>	
<p>Структура затрат</p> <p>Какова структура расходов? На что мы тратим большую часть денег?</p>			<p>Источники дохода</p> <p>За что клиенты действительно готовы платить? Каким образом? Разовые продажи или постоянные платежи?</p>	