

Створення бізнес-моделі не обмежується складанням бізнес-плану або визначенням ніші для продукту. В першу чергу, потрібно продумати, як саме ви будете створювати стійку цінність для клієнтів.

1. Визначте свою аудиторію

Вибір занадто широкої аудиторії буде заважати вам зосередитися на користувачах, які дійсно потребують ваш продукт або послугу. Набагато правильніше буде звужити свою аудиторію до двох-трьох типів покупців. Розпишіть демографічні властивості кожного типу, загальні для них завдання і рішення, які запропонує ваша компанія. Наприклад, ритейлер Home Depot міг працювати для всіх груп населення або запропонувати продукт для середньостатистичного покупця, але головною цільовою аудиторією магазину стали домовласники і будівельники.

2. Налагоджуйте бізнес-процеси

Перш ніж запускати свій бізнес, потрібно розібратися у всіх діях, необхідних для роботи вашої бізнес-моделі. Щоб виділити ключові бізнес-процеси, спершу потрібно визначити ключовий аспект вашої пропозиції. Ви відповідаєте за забезпечення послуги, доставку продукту або консультації? У разі мого бізнесу, Ticketbis, онлайн-платформи для торгівлі квитками, в список ключових бізнес-процесів входять маркетинг і контроль за доставкою.

3. Ведіть облік ключових ресурсів

Без чого ваша компанія не зможе підтримувати свою роботу, знаходити нових клієнтів і досягати поставлених цілей? Перелічіть основні ресурси, які дозволять бізнес-моделі забезпечити потреби компанії. Одні з найпоширеніших видів ресурсів: веб-сайт, капітал, склади, інтелектуальна власність і контакти клієнтів.

4. Створіть переконливе ціннісне пропозицію

Чим ваша компанія буде вигідно виділятися на тлі конкурентів? Ви пропонуєте інноваційний сервіс, революційний продукт або нову варіацію всім звичного продукту? В основі ціннісного пропозиції повинно лежати чітке розуміння того, що пропонує компанія і в чому вона краще конкурентів. Коли ви визначите кілька пропозицій, зв'яжіть їх з системою доставки продукту або сервісу, щоб зрозуміти, чи вдасться вашої компанії зберегти свою привабливість для клієнтів протягом довгого часу.

5. Визначте ключових бізнес-партнерів

Жодна компанія не зможе правильно функціонувати і добиватися результату без ключових партнерів, які будуть вносити свій внесок у загальну справу. При створенні бізнес-моделі виберіть партнерів серед постачальників, стратегічних союзників і рекламних партнерів. На прикладі вже згаданого Home Depot такими партнерами можуть стати постачальники деревини, оптові продавці деталей для ремонту і логістичні компанії.

6. Продумайте стратегію створення попиту

При традиційному підході до запуску компанії вам буде потрібно стратегія, яка дозволить привертати увагу до вашого бізнесу, створювати Ліди і приводити до закриття угод. Як клієнти будуть вас знаходити? Що вони будуть робити, коли дізнаються про вас? Детальна стратегія генерації попиту дозволить імітувати весь процес взаємодії з клієнтом і виявити головні мотивуючі чинники.

7. Виділіть ресурси на інноваційний розвиток

Під час запуску компанії і розробки бізнес-моделі ваш бізнес-план ґрунтується на безлічі припущень. Зрештою, ви не знаєте, чи підходить ваш продукт потребам клієнтів, поки вони не стануть за нього платити. З цієї причини важливо залишити заділ для майбутніх інновацій. Думати, що ваш бізнес-план залишиться незмінним на довгий час - це недозволена помилка. Не бійтеся змінювати свій план на ходу при необхідності.

Подбайте про ці семи елементах заздалегідь, і ваш бізнес-план буде досить надійний, щоб забезпечити успішну роботу компанії.

Якщо залишається час (в мене рідко, бо багато розмовляю) то ось завдання на 15-20 хвилин:

1. Кожному студенту видати один с етапів створення бізнес моделі
2. Вони повинні між собою вирішити який буде бізнес
3. Відповідно до отриманого пункти зробити пропозицію для загальної бізнес моделі.