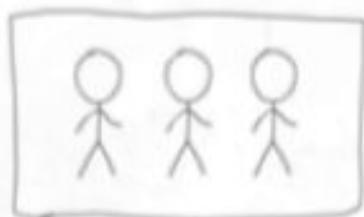


# Азбука юного предпринимателя

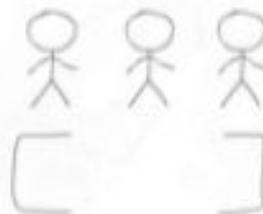
{ Занятие 3

## Рынок



старый рынок  
много мелких  
игроков но нет

лидерство не  
определено



новый рынок,  
появляются игроки,  
рынок не определен

старый

новый



старый рынок  
с явным лидером



новый рынок, появились  
игроки с большими  
инвестициями

лидер  
определен

# Минимальная жизнеспособная команда

- **Человек-ресурсы/Hustler** – поиск новых ниш, основные переговоры, поиск людей, денег, контактов, контрактов; общение с клиентами, поиск продуктов; обеспечение проекта всеми ресурсами; экспертиза в рынке.
- **Человек-продукт, автор/Hacker**— мозг проекта, автор продукта, эксперт в теме, разработчик.
- **Человек-процессы/операционка/Hipster**— контент, дизайн, email-маркетинг, управление рекламными кампаниями, поддержка пользователей, логистика, доставка. **Операционный или исполнительный директор. +**
- **Finance/Администратор/Учет** — контроль затрат, платежные системы, отчетность, анализ метрик, бухгалтерия. Финдир.
  - **Sales&Marketing** — отвечает за продажи и/или генерацию потенциальных клиентов. Если b2b-продажами занимается Предприниматель, то второй человек занимается трафиком/лидгенмом и т.п. **Коммерческий директор.**

▣ 1. Копирование успешных компаний и проектов с других рынков. Так родился проект Дарбери, который впоследствии стал российским Groupon, Lamoda (клон – Zappos), Ozon (клон – Amazon), VKontakte (клон – Facebook). Да что там говорить, большинство российских интернет-проектов – это адаптированные копии проектов с американского рынка.

## Как определить идею?

- 2. Поиск пересечения «увлечений», «компетенций», «спроса». Часто можно увидеть формулу человека, который «нашел себя» – пересечение трех кругов: хобби, экспертизы и спроса. Что из этого первично? Мое мнение: «драйв и увлечения» – из этого рождается компетенция. Компетенция, подкрепленная спросом, впоследствии рождает бизнес.

## Как определить идею?

- ▣ 3. История фактических затрат: ваших собственных, знакомых, клиентов. Люди врут, опросы врут. И только фактические затраты – то, за что человек голосует рублем, – говорят правду. Посмотрите, куда вы сами тратите деньги и почему; куда тратят деньги ваши знакомые. Проще всего делать бизнес там, где есть рынок, там, где люди уже тратят деньги.

## Как определить идею?

- ▣ 4. Ваша существующая работа, опыт и образование. По разным оценкам, около 80% бизнесов в России стартовало по схеме «работал в крупной компании продавцом, набрался опыта, знаний, появилась клиентская база – открыл свое дело».

## Как определить идею?

- ▣ 5. Встраиваемся в пищевую цепочку к «бестселлеру» и становимся дополнительным продуктом. С появлением рынка iPhone появился и рынок по их ремонту, рынок полезных гаджетов для iPhone и др. На всех больших рынках существуют ещё не заполненные ниши.

## Как определить идею?

- 6. Решаем проблемы своего сообщества. Если вы принадлежите к какому-то сообществу (студентов, геймеров, туристов, рыбаков и т.п.), вы очень хорошо понимаете потребности плюс у вас есть доступ к специфичной аудитории.

## Как определить идею?

- ▣ 7. Общение с клиентами, партнерами, знакомыми, новыми людьми. Большинство жизнеспособных идей рождается не в «кабинетах», а в общении людей. Поэтому самый простой совет для тех, кто не знает, с чего начать. Просто начните общаться на тему бизнеса и проектов с разными людьми, желательно опытными в этом деле. Вы увидите, как много идей у вас появится за короткий срок.

## Как определить идею?

- ▣ Аудитория – кому важна декларируемая вами ценность.
- ▣ Канал – где вы находите нужную аудиторию, которой доносите ценность вашего продукта.
- ▣ Сообщение – это ценность продукта, образ продукта, по сути своей – сам продукт.

Что точно должно быть  
в проекте

- ▣ 1. Наличие идеи, сформулированной из актуальной проблемы/потребности;
- ▣ 2. Актуальность продукта, преимущества перед конкурентами (нужно обосновать);
- ▣ 3. Дорожная карта проекта (план действий и контроль над его выполнением в лайт форме: цель, перечень мероприятий - задач, интервалы времени на выполнение этих задач)
- ▣ 4. Способы привлечения инвестиций для реализации проекта

Защита каждого проекта в виде презентации не более 10 мин на каждый проект + 10 минут на обсуждение.

# Требования к защите бизнес проекта

- ▣ Осознают ли люди потребность в том, что вы им предлагаете?
- ▣ Готовы ли они за это платить вам?
- ▣ Окажется ли стоимость привлечения одного покупателя дешевле, чем то, что вы на нем зарабатываете?
- ▣ Можно ли это сделать?

# Гипотезы

Для начала нужно верно сформулировать гипотезу по формуле HADI:

- ▣ H (Hypothesis – Гипотеза) – Я верю в то, что....
- ▣ A (Actions – Действие) – Для этого я сделаю следующее ....
- ▣ D (Data – Данные) – И буду собирать такие-то данные ...
- ▣ I (Insights – Выводы, заранее определенные условия выбора) – Если, собранные данные окажутся X, гипотеза верна, если «не-X» – гипотеза не верна.

# Проверка гипотез