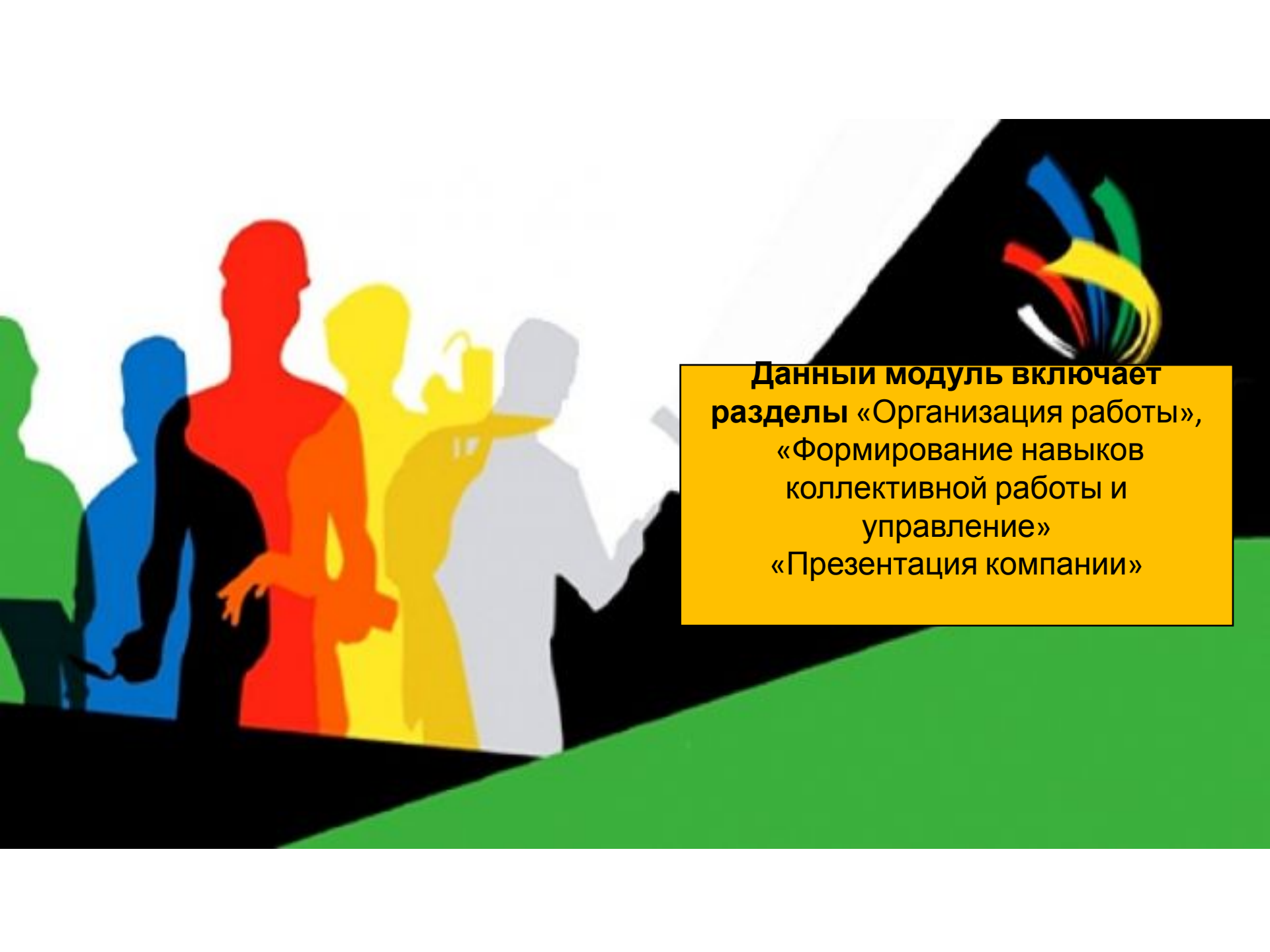




**Модуль 2.
В1: «Наша
команда и
бизнес-идея»**

10% от общей оценки



**Данный модуль включает
разделы «Организация работы»,
«Формирование навыков
коллективной работы и
управление»
«Презентация компании»**

Команда



Плакат (*распечатывается и сдается экспертам*):

- Название команды
- Фото
- Сильные стороны членов команды
- Роли членов команды в бизнесе
- Суть бизнес-идеи
- Контактные данные

ПРИМЕР



Дубовик Ксения

генеральный директор несет ответственность за подготовку переговоров, заключение и контроль выполнение контрактов.

Сильные стороны

- Общительность
- Наблюдательность
- Чувство стиля и моды



Сария Ксения

заместитель ген. директора отвечает за финансово-экономические договоренности между участниками проекта

Сильные стороны

- Честность
- Работоспособность
- Ответственность

Бизнес-идея
Салона красоты для слабослышащих

«Город мастеров»

Создание салона красоты среднего класса для предоставления парикмахерских и косметологических услуг потребителям с особенностями здоровья (слабослышащие)

Команда Гармония

- г. Москва, ул. Касаткина д.11 (м. ВДНХ)
- garmoniasalon@mail.ru
- тел. 8(800)999-55-55



пример

ЛИЧНЫЕ КАЧЕСТВА (СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ ЧЛЕНОВ КОМАНДЫ)

Решительность: способен нести ответственность за сложные решения.

Креативность: интуитивно распознаю потенциально успешную идею, нестандартно мыслю, нахожу решение там, где его не стали бы искать обычные люди

Смелость: готов рисковать, но при этом продумываю все до мелочей и умею просчитывать риски.

Находчивость: умею быстро реагировать и принимать решения в непредвиденных ситуациях, могу импровизировать, когда это будет необходимо.

Честность: честен со своими клиентами, партнерами, сотрудниками и всеми, с кем мне придется работать, а главное, честен с собой. Не ставлю цели и сроки, которые не могу выполнить.

Общительность: умею общаться с людьми как профессионал и человек, который легко идет на контакт.

Самоотдача: не делаю дела наполовину, готов отдавать большую часть своего времени и усилий на ежедневные обязанности. Стараюсь распределить свое время так, чтобы его хватало и на работу, и на личную жизнь.

Гибкость: могу критически взглянуть на проделанную работу и проявить здоровый прагматизм в общении с клиентами, подрядчиками, потенциальными партнерами и т.д.

Упорство и настойчивость (готов к неоднократным усилиям, чтобы встретить вызов или преодолеть препятствие; меняю стратегии, чтобы достичь цели);

Готовность к риску (предпочитает ситуации “вызова” или умеренного риска; взвешивает риск; предпринимает действия, чтобы уменьшить риск или контролировать результаты);

Способность убеждать и устанавливать связи (использует осторожные стратегии для выполнения и убеждения людей, а также деловые контакты как средство достижения своих целей);

Независимость и самоуверенность (стремится к независимости от правил и контроля других людей; полагается лишь на себя перед лицом противостояния или в случае отсутствия успеха; верит в свою способность выполнять трудные задачи).

Уверенность в себе и уравновешенность привлекаю на свою сторону людей, ориентируюсь в непростых ситуациях, могу улаживать конфликты внутри коллектива.

Наблюдательность. ищу новые пути развития, быстро замечаю и стараюсь предотвращать назревающие проблемы

Стрессоустойчивость могу решать массу проблем: от давления со стороны конкурентов и проверок контролирующих органов до устранения последствий аварии на производстве.

Решительность. не боюсь действовать быстро, иногда жёстко, оперативно реагируя на изменения окружающей обстановки.

Амбициозность могу преодолевать любые преграды на пути к успеху

Настойчивость делаю все возможное для достижения успеха, и готов пойти ради успеха на определенные жертвы.

Трудолюбие я работаю не только потому, что хочу заработать побольше денег, а потому, что мне нравится сам процесс труда, потому что он доставляет мне удовольствие.

Стойкость способен не падать духом при неблагоприятных обстоятельствах и умею извлекать позитивный опыт из неудач

Рационалистичность — стремление все просчитать, предусмотреть и учесть

Коммуникабельность Открытость для других, готовность общаться с людьми, потребность иметь с ними контакты

Лидерство- Способность играть центральную роль в организации совместной деятельности и регулировании взаимоотношений в группе, компании

Организованность - Способность подчинять себя необходимому режиму, планировать свою деятельность, проявлять последовательность, собранность

Работоспособность Выносливость, способность вести напряженную работу, не уставать во время ее выполнения

пример

Роли членов команды в бизнесе

ВАРИАНТ 1

- 1.Руководитель проекта (как правило, инициатор проекта)
- 2.Административный руководитель – несет ответственность за подготовку переговоров, заключение и контроль выполнения контрактов и субконтрактов.
- 3.Руководитель службы материально-технического обеспечения – несет ответственность за все виды закупок и поставок, осуществляемых в рамках проекта.
- 4.Менеджер службы продаж осуществляет финансово-экономические договоренности между участниками проекта.

ВАРИАНТ 2

Директор —И его задача — управлять бизнесом, чтобы тот рос и развивался, а также приносил доход.

Руководителя продаж является центральной для коммерческого успеха организации.

- Планирование работы с потенциальными сделками
- Планирование работы по территориям
- Управление заказами
- Планирование и реализация программ по привлечению и повышению лояльности клиентов
- Управление воронкой продаж
- Прогнозирование продаж

ВАРИАНТ 3

Генеральный директор;

- Общее управление
- Первый заместитель в генерального директора - финансовый директор;
- Непосредственное управление
- Общее управление работой департаментов, служб и управления осуществляют заместители генерального директора

ВАРИАНТ 4

Директор

- Работа с клиентом, подготовка договоров, согласование ТЗ, отслеживание документов

Член команды: менеджер проекта Участие в этапах: «Подготовка договора и ТЗ»: ответственный, автор «Оплата»:

получатель «Производство»: получатель «Оформление документов»: ответственный, получатель

Зам директора по финансам

- Учет финансовых поступлений
- Член команды: бухгалтер Участие в этапах: «Оплата»: ответственный, автор

Сильные стороны членов команды



Н – незаменимая
А – активная
С – стабильная
Т – требовательная
Я – яркая



А – авангардная
Л – лояльная
Е – естественная
Н – надежная
А – аккуратная



пример

Суть бизнес идеи — это проект, раскрывающий основные положения описываемой сферы деятельности.

В данном пункте необходимо лаконично, но по существу описать основную идею бизнес-плана. Также следует указать, касается ли ваше предложение расширения уже функционирующего бизнеса, или же вы предлагаете открыть определенное дело с нуля.

Например: Целью проекта является открытие магазина одежды для беременных «Счастливая мама».

Или: Целью данного проекта является открытие фабрикой «Bonjour» сети кофеен-кондитерских, где будет реализовываться продукция вышеупомянутой фабрики.

Сайты бизнес идей, которые возможно заслуживают Вашего внимания:

moneymakerfactory.ru

www.openbusiness.ru

www.homeidea.ru

www.startups.co.uk

www.springwise.com

Вариант 1

Основная идея состоит в том, чтобы открыть в городе одно современное кондитерское производство с технологией шоковой заморозки и несколько точек общественного питания по типу кафе-кондитерская, которые будут размораживать и реализовывать его продукцию.

Вариант 2

В рамках реализации проекта планируется организация малого предприятия по пошиву женской одежды. Бизнес-модель будет строиться по типу «производство под реализацию». Другими словами, в рамках проекта предполагается создание малого цеха по пошиву женской одежды без организации продаж (эта часть бизнеса будет передаваться «на аутсорс» уже действующим торговым точкам или в Интернет-торговлю).

Вариант 3

Создание предприятия химической чистки среднего ценового уровня для оказания бытовых услуг населению... по адресу ... Место расположения выбрано исходя из того, что, согласно требованиям СЭС, запрещено открывать химчистку на первых этажах жилых домов, в продовольственных магазинах и вблизи с заведениями общепита. Учтено также, что сейчас спрос на услуги химчистки переместился в сектор массовых покупок (торгово-развлекательные комплексы, сети интерьерных супермаркетов, торговые центры), что позволяет получить максимальное число потенциальных клиентов.

Вариант 4

Надувные шатры для бизнеса. С помощью таких надувных шатров можно организовывать в абсолютно любых местах свадьбы, дни рождения, бары, вечеринки, а также организовывать рекламные кампании и выездную торговлю.

Факторы успеха команды

Факторы успеха – это фундамент вашей лучшей жизни.

- Как невозможно стать олимпийским чемпионом без длительных тренировок, так и невозможно достичь успеха без создания основы, то есть развития факторов успеха, которые и помогут вам начать свой путь к успеху.

сформулировать не менее трех ключевых факторов успеха своей команды



ПРИМЕР оформления

КЛЮЧЕВЫЕ ФАКТОРЫ УСПЕХА КОМАНДЫ

Честность, профессионализм и новаторство



Честность в мыслях, суждениях и делах – это наше кредо. Мы считаем своим долгом поддерживать надежность и прямоту во взаимоотношениях с клиентами и партнерами по бизнесу. Каждое решение, принятое в процессе работы, основывается на высоких этических стандартах.

Профессионализм в нашем понимании – это не только доскональное знание всех тонкостей любимой работы, но и непрерывное движение вперед, к новым знаниям и достижениям

Новаторство – основа деятельности компании. Занимаясь поиском нестандартных путей и экономически эффективных решений, мы достигаем успеха.

Примеры

Команда: основные факторы успеха для эффективной работы

- четкая постановка целей и задач;
- правильный подбор состава команды;
- наличие продуманной системы для членов команды;
- способность участников команды к коллегиальной работе;
- заключался в отсутствии готовности или способности идти на риск

Вариант 3. Основные факторы успеха

1. Отсутствие страха перед проблемами в условиях неопределенности.
2. Если кто-то из членов команды начинает испытывать неуверенность, это быстро фиксируется и компенсируется другим членом команды.
3. ясное понимание общих целей,
4. уверенность друг в друге,
5. разделение компетенций,
6. наличие Лидера.
7. четкое распределение ролей и обязанностей;

Вариант 1. Основные факторы успеха

Команда проекта - один из ключевых факторов успеха проекта

Наша команда как единое целое, мы несем ответственность за все, что делаем.

Команда делает возможным решение задач, которые не под силу одному человеку.

Вариант 2. Основные факторы успеха

- четкая постановка целей и задач;
- правильный подбор состава команды;
- наличие продуманной системы для членов команды;
- способность участников команды к коллегиальной работе.

Вариант 4. Факторы, формирующие успех команды:

1. Корректный подбор состава команды;
2. Четкие цели команды, четкое распределение обязанностей. Твердая политика ведения бизнеса;
3. Стремление и способность каждого члена команды к сотрудничеству.
4. осознание всеми членами команды целей и текущих задач проекта;

Вариант 5. Основные факторы успеха

- 1. Забота друг о друге.
Мы стараемся заботиться друг о друге. Каждый из нас заинтересован в других членах команды, в их успехе и самоутверждении.
- 2. Откровенность и правдивость.
Откровенность и правдивость - вторая ключевая характеристика эффективной работы команды. Мы искренни и доверяют друг другу, предлагают свою помощь, когда необходимо.
- 3. Высокий уровень доверия.
Команда, в которой все постоянно оглядываются, в которой члены боятся того, что будет сказано за их спиной, в которой члены не могут положиться друг на друга, не сможет наладить взаимодоверие между членами. Если в команде низкий уровень доверия, то команде чрезвычайно трудно существовать.
- 4 Совместное принятие решений.
Принятие совместного решения не подразумевает уклонение от принятия собственного решения или потери вашего предложения среди остальных. Оно подразумевает поиск наилучшего выхода для всей команды
- 5. Обязательство.
Мы чётко придерживаемся тех целей, которые перед собой поставили. Мы знаем, где наша сильная сторона, мы мотивированны и устойчивы даже к крупным неудачам.
- 6. Умение слушать.
Умение слушать – ключ к эффективному сотрудничеству, и эффективно работающие команды знают, что уметь слушать и понимать очень важно.
- 7. Совместная работа.
Наша команда может работать вместе, поэтому мы можем достигнуть хорошего результата. Таким образом, можно сделать вывод о том, что необходимо нашей команде для того, чтобы эффективно работать.

1. **Честность** по отношению ко всем людям. Построение долгосрочных отношений возможно только при полной честности. Тайное всегда становится явным. Поэтому если вы настроены на успех, с самого начала дорожите своей репутацией и не делайте того, что могло бы ее подмочить. Пожалуй, если брать все факторы успеха, то это один из важнейших.
2. **Дисциплинированность** – продвижение к успеху невозможно без четких и последовательных действий. Не обладая дисциплинированностью, вы будете бросаться из стороны в сторону, что не позволит вас достичь успеха.
3. **Умение ладить и договариваться** с людьми - это второй по важности фактор успеха. Вся ваша жизнь связана с людьми, вы каждый день общаетесь с ними. И от эффективности этого общения и будет зависеть ваше дальнейшее развитие.
4. **Наличие спутника или спутницы жизни, способных понять и помочь** – Каким бы сильным и уверенным не был человек, но рано или поздно ему понадобится поддержка. И самая лучшая поддержка – это помощь близкого человека, который разделяет твои интересы и придает уверенности в тяжелые моменты. Остальные факторы успеха без этого будут работать с меньшей эффективностью.
5. **Способность работать усерднее, чем другие люди** - Вы должны работать на результат и делать все для его достижения. Только реальные плоды вашего труда будут продвигать вас к успеху. А для этого необходимо работать больше и эффективнее.
6. **Любовь к своей карьере или бизнесу** – это третий по важности фактор успеха. Чем больше вы любите то, чем занимаетесь, тем вы эффективнее в этом деле. Если вам нравится ваше дело, у вас больше сил и энергии, ваши результаты на порядок выше.
7. **Ярко выраженные качества лидера** – Лидер в первую очередь сам определяет направление своей жизни. Он не ведомый, он ведущий. Лидер сам принимает решения в своей жизни и действует в соответствии с ними.
8. **Самоорганизованность** - умение организовать себя и свои мысли позволит вам быть намного эффективнее в своих действиях и достигать лучших результатов.
9. **Способность продавать себя и свои идеи** – тоже немаловажный фактор успеха. У каждого человека периодически возникают неплохие идеи по поводу изменения своей жизни, но успеха добивается лишь тот, кто способен эти идеи из мечты превратить в реальность, кто может заинтересовать других людей и начать действовать.
10. **Готовность пойти на финансовый риск при имеющейся возможности получить прибыль** - большинство людей боятся не проиграть, поэтому если существует минимальный риск они отказываются от действий. Но успех невозможно просчитать заранее. Поэтому успешные люди не боятся проиграть, они хотят выиграть. Иногда именно этот фактор успеха позволяет достичь настоящего прорыва в жизни.
11. **Умение правильно вкладывать капитал** – через руки любого человека в течение всей жизни проходят солидные суммы. Но кто-то смог их преумножить, а кто-то просто тратил. Если вы хотите быть успешным начните с изучения своих расходов и путей инвестирования.
12. **Способность видеть возможности, которых не замечают другие** – возможностей заработать деньги вокруг полно. Если вы хотите этого, вы найдете их и сможете воплотить в реальность. Если же ваш разум боится не проиграть, то большинство из них проходят мимо вас. Без возможностей все остальные факторы успеха просто нигде будет применять.
13. **Способность быть самому себе хозяином** - большинство людей текут по течению жизни, подчиняясь обстоятельствам. Но успешный человек берет бразды правления своей жизни в свои руки – он сам руководит своими действиями и выбирает направление приложения собственных усилий.
14. **Наличие хороших наставников** - мы приходим в этот мир абсолютно чистыми. Все, что мы приобрели, знаем и умеем, мы получили от наших родителей, учителей. Поэтому если вы хотите стать успешнее найдите человека, который достиг того, о чем вы мечтаете и проанализируйте его опыт, знания, как он действует, думает, принимает решения. Этот пункт позволит развить все остальные факторы успеха.
15. **Чрезвычайная энергичность** – невозможно стать успешным без определенных усилий и затрат энергии. Вы должны зажечь в себе огонь, который будет поддерживать вас на пути к успеху. Достигнутые результаты будут разжигать этот огонь все сильнее и сильнее.
16. **Хорошая физическая форма** - быть в тонусе и хорошо себя чувствовать – залог вашей работоспособности. Если вы быстро устаете, на вас наваливается вялость и апатия, то результаты ваши будут низки, а соответственно и об успехе речи и быть не может. Без здоровья все остальные факторы успеха также теряют свою эффективность.
17. **Умение игнорировать критику тех, кто стремится умалить ваши достоинства** - успешных людей критикуют везде и всегда. Таким образом неудачники пытаются имитировать свою деятельность и получить удовлетворение. Поэтому лучшим ответом на любую критику будет игнорирование. Начиная с ними спорить, вы опускаетесь до их уровня. Отвечая молчанием, вы остаетесь выше их.

Все эти факторы успеха важны и являются теми самими кирпичиками фундамента, который поможет начать путь к успеху.

Система принятия решений

Определить систему принятия решений и контроле за их реализацией

- Как вы принимаете решение совместно или каждый в отдельности(тогда кто принимает конкретно и в какой области бизнеса)
- Кого вы можете привлечь для контроля за реализацией проекта



Способы принятия управленческих решений

Принятие управленческих решений – это один из важнейших этапов управленческой деятельности. Невозможно говорить об успешной деятельности компании без знания грамотных подходов к принятию управленческих решений, ведь малейшая неопределенность в них может привести к трагичным последствиям.

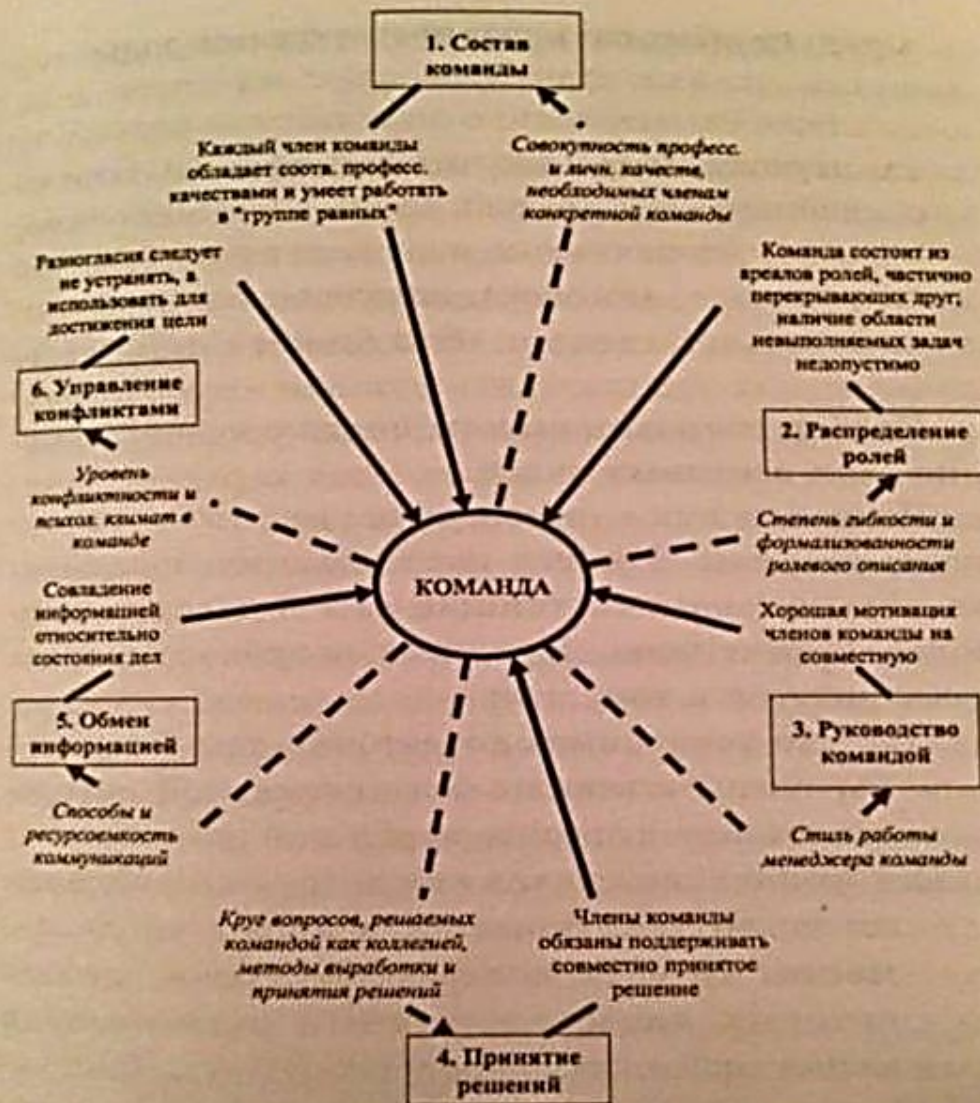
Подходы к принятию стратегических решений

Человек, принимающий решения, использует свои знания, интуицию, суждения, рациональность, решение отражает мировоззрение личности. Поэтому принятие управленческих решений рассматривают как психологический процесс. **Выделяют следующие подходы к принятию решений.**

- **Интуитивный.** В этом случае решение принимается на основании ощущений личности, без проведения анализа плюсов и минусов. Обычно, такой подход свойственен людям, уже имеющим немалый управленческий опыт, их интуиция редко подводит. Хотя дело тут скорее не в ней, а в типовом поведении окружения, управленец просто знает чего от него можно ожидать. Но статистика показывает, что слепо полагаться на интуицию (знания) не стоит, иначе можно серьезно ошибиться с выбором стратегии, поэтому интуитивный подход рекомендуется сочетать с другими способами принятия решений.
- **Основывающийся на суждениях.** Этот выбор обуславливается накопленным опытом и знаниями человека. Логика в таком решении просматривается, а плюсами такого подхода является дешевизна и быстрота оценки ситуации. Но стоит помнить, что не все ситуации повторяются из раза в раз, и в совершенно новых условиях такой подход не сработает – руководитель не знает, что делать дальше, потому что ранее с подобным не сталкивался.
- **Рациональный.** Эта технология разработки решений не зависит от интуиции руководителя и его опыта, здесь главенствует строгий расчет. Для реализации рационального подхода, решение должно пройти следующие стадии:
 - диагностика проблемы;
 - формулировка критериев и ограничений для принятия решения;
 - выявления альтернативных решений;
 - оценка альтернатив;
 - окончательный выбор решения.

Коллегиальный и индивидуальный способы принятия решений

- Разделяют два способа принятия решения – коллегиальный и индивидуальный. Последний способ оправдан в тех случаях, когда перед управленцем стоят (производства) такой способ принятия решений становится неэффективным из-за своей субъективности. довольно простые задачи или риск сравнительно невелик. Но с усложнением задач управления (укрупнением



← основные требования к работе в команде с точки зрения факторов анализ ("как должно быть")

← черты, определяющие различные состояния анализируемых факторов соответственно, специфику конкретной команды

Бизнес-идея

Представить непосредственно саму бизнес-идею (в составе бизнес-концепции), метод оценки реализуемости бизнес-идеи

- Описание бизнес-идеи
- Определение бизнес-концепции
- Месторасположение вашего бизнеса
- Миссия ,цели и задачи (обязательно)



Бизнес-концепция – это полная проработка всех важных аспектов, которых совершенно необходимо понимать, чтобы начать и вести эффективный (прибыльный) бизнес.

Концепция бизнеса это сжатое и емкое изложение основных принципов организации или развития бизнеса.

Концепция бизнеса - это сжатый, быстро читаемый обзор информации о намечаемом бизнесе и целях, которые ставит перед собой предприятие либо предприниматель, начиная собственное дело или развивая имеющееся.

Концепция является предельно сокращенной версией самого бизнес-плана

Цели и задачи проекта

- Реализация данного проекта подразумевает привлечение финансовых ресурсов для реконструкции производственного помещения и создания предприятия по производству хлебобулочных и кондитерских изделий.

В соответствии с данной целью в работе были поставлены и решены **следующие** задачи:

- Выбор технологии производства;
- Определение ассортимента выпускаемой продукции;
- Выбор места расположения предприятия;
- Финансово-экономические показатели проекта

Основной целью данного проекта является: создание предприятия по производству хлебобулочных и кондитерских изделий.

Основные задачи проекта:

- ремонт производственного здания и инфраструктуры;
- обновление оборудования пекарного производства;
- увеличение объемов производства, расширение ассортимента выпускаемой продукции;
- определение доли рынка и ее увеличение;

пример

Примеры формулирования миссии крупных компаний

Название компании	Сфера деятельности	Миссия компании
МТС	Сотовая связь	Построить устойчивый мир мобильной связи, объединяющий, обогащающий жизнь людей и раскрывающий их потенциал на работе и дома
Концерн «Сухой»	Авиастроение	Производить конкурентоспособные и высококачественные военные и гражданские самолеты, прежде всего марок «Су», «Бе», позволяющие удовлетворять потребности глобального рынка и запросы отечественного госзаказа
Вестфалика	Производство обуви	В максимальной степени удовлетворять потребности покупателей в качественной обуви из натуральных материалов. Компания стремится соответствовать высоким мировым стандартам и нацелена на поиск новых технологических решений.

<https://www.goodstudents.ru/mission-examples/107-missiya-organizacii-primer.html>

<http://powerbranding.ru/marketing-strategy/mission/izvestnye-kompanii/>

Описание продукта или услуги

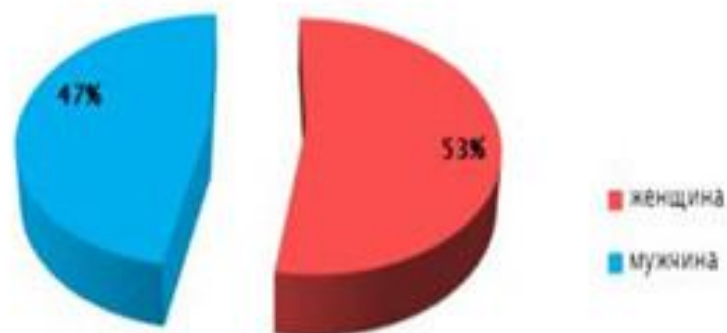
Описать как можно более точно и полно продукт или услугу – их качественные характеристики, очевидную полезность

- Кратко описать целевую аудиторию
- **Целевая аудитория** (сокр. ЦА) — это группа людей. Которых объединяют общие признаки и характеристики (пол, возраст, место работы, доход, мечты). Их легко склонить к покупке, потому что они сами заинтересованы в приобретении вашего товара/услуги.



Портрет Целевой Аудитории

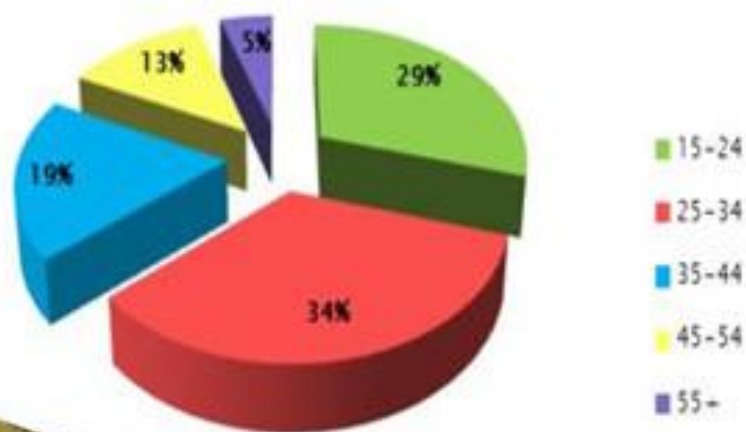
Пол



Ядро Целевой Аудитории

1. Это наиболее активная часть населения в возрасте от 25 до 34 лет

Возраст

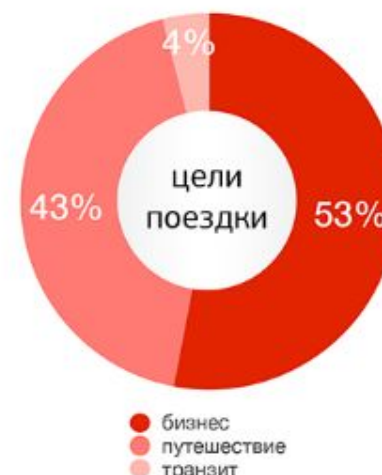
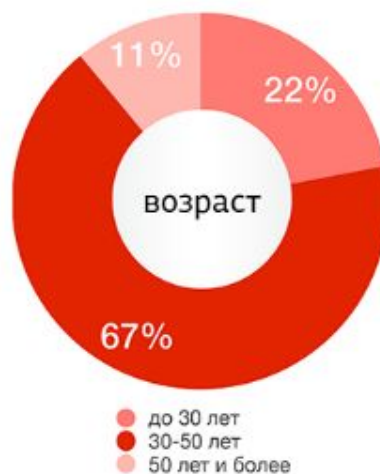
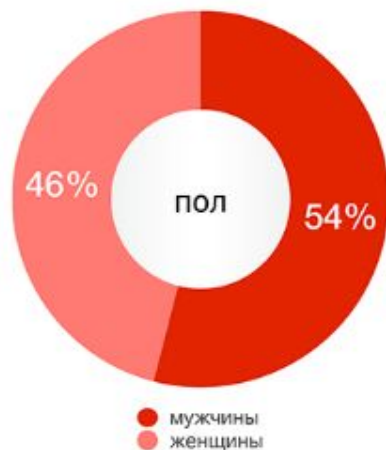


2. Женщины и мужчины 53% и 47% соответственно

3. Новаторы, люди с активной жизненной позицией

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

ПАССАЖИРЫ АВИАКОМПАНИИ — СОСТОЯВШИЕСЯ,
ПЛАТЕЖЕСПОСОБНЫЕ ЛЮДИ, АКТИВНЫЕ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ОБРАЗА
ЖИЗНИ, ПОТРЕБИТЕЛИ ПРЕМИАЛЬНЫХ ТОВАРОВ И УСЛУГ.



Целевая аудитория: клиент



ДЕМОГРАФИЧЕСКИЙ

- пол
- зраст
- национальность
- семейное
- положение

СОЦИАЛЬНЫЙ

- образование
- специальность
- источник дохода
- уровень дохода
- религиозные убеждения

ГЕОГРАФИЧЕСКИЙ

- страна
- населенный пункт
- численность населения
- климат

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ

- жизненная позиция
- ценности
- интересы
- образ жизни
- референтная группа и кумиры

Целевая аудитория

➤ Географические параметры:

- г. Москва

➤ Социодемографические параметры:

- мужчины и женщины, 18-55 лет.
- Семейные пары, молодежь, бизнесмены
- Образование выше среднего.
- Уровень дохода - средний

➤ Психографические параметры:

- Черты характера – амбициозный, новатор, самостоятельность
- Ценности – работа, продуктивность, эффективность
- Образ жизни – активный, без свободной минуты



ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

- Пол
- Возраст
- Профессия
- Семейное положение
- Место жительства
- Уровень дохода
- Состав семьи
- Образование



- Чем может увлекаться клиент, его хобби
- Из каких СМИ получает информацию
- Посещает ли Интернет, читает газеты, смотрит телевизор
- Нравится ли все новое или же он консерватор по натуре
- Какие у него ценности в жизни

Критерии для описания целевой аудитории

Критерий	Краткое описание	Пример
Географический	Задаёт фактические границы рынка	Москва, Санкт-Петербург, Казань
Социально-демографический	Задаёт границы рынка с точки зрения платежеспособности, пола, возраста, образования и пр.	Мужчины 18-26 лет с низким доходом, занимающие должности обслуживающего персонала
Психографический	Задаёт портрет покупателя с точки зрения человеческих особенностей характера	Творческие люди, которые хотят самовыражаться в обществе
Поведенческий	Задаёт поведение потребителя при выборе, покупке и использовании	Люди, покупающие товар более 3 раз

Социально-демографические критерии

Характеристика	Возможные варианты
Пол	Мужской, женский
Возраст	Интервальный (до 10 лет, 10-20 лет и т.д.), обобщенный (дети, подростки, студенты, пенсионеры и т.д.)
Уровень дохода	Точные границы дохода (менее 10 тыс.руб, 10-20 тыс.руб и т.д.), обобщенные (низкий доход, средний доход и т.д.)
Жизненный цикл семьи	Семья без ребенка/с ребенком/с детьми, холостяки, пожилые супруги и т.д.
Наличие, возраст и количество детей	Есть дети или нет, один ребенок или несколько, возраст ребенка/детей
Род занятий	Собственный бизнес, руководитель среднего звена, студент, пенсионер и т.д.
Образование	Без образования, среднее образование, высшее образование и т.д.
Сфера работы	Оптовая торговля, здравоохранение, образование, строительство и т.д.
Важные события	Спортивные события, дни рождения, национальные праздники и т.д.
Поколения	Родившиеся в 90-ые, 2000-ые и т.д.

Психологические критерии

Характеристика	Возможные варианты
Образ жизни потребителя	Городской/сельский, размеренный/динамичный
Отношение потребителя к инновациям	Новатор, консерватор и т.д.
Отношение к себе, восприятие своего «Я»	Лидер, «я как все», «я лучше других» и пр.
Кто является кумиром, лидером для потребителя?	Популярные люди, друзья, родители и т.д.
Внутренняя мотивация покупки	Самовыражение, желание достижения идеала и т.д.
Отношение к местному производителю	Позитивное, негативное, предпочтение импортной продукции
Отношение к цене продукта	масс-маркет/люкс
Жизненная позиция	Спокойная, активная, пассивная, агрессивная и т.д.
Ценности	Здоровье, красота, дом, общение, духовный рост и т.д.

3 примера:

- Кто такая целевая аудитория? Для рекламной статьи о новом сварочном аппарате это сварщик Вася, 21 год. Он женат и имеет трехмесячного ребенка. На работе его раздражает, что китайский сварочный аппарат часто дает сбои.
- Для продающего текста о колясках это женщина 25 лет, жена Васи. Ее коляска достаточно тяжелая и громоздкая. Лена периодически мучает мужа вопросом «Ну когда ты уже купишь нашей малышке нормальную коляску?».
- Для продающей статьи о новом креме от прыщей цель — подростки. Например, Ксюша, живущая по соседству. Девочка волнуется — на неделе она фотографируется с классом. И ей нужно быстро удалить невесть откуда взявшиеся прыщи.

Характеристика потребителей продукции

- Определите, является ли ваш целевой рынок потребительским или промышленным (так называемый рынок B2B – «бизнес для бизнеса»).
- Если предлагаемый вами товар или услуга предназначены для конечных потребителей, то приведите их возрастные характеристики, уровень образования, состав семьи, пол, уровень доходов, опишите жизненный стиль, профессиональные занятия, общие потребности, покупательское поведение.
- **Например:**
 - *К целевой аудитории нашей компании относятся мужчины и женщины в возрасте _____ не состоящие в браке (состоящие в браке/ имеющие детей), со средним профессиональным/высшим образованием, с уровнем дохода _____, работающие на условиях полной занятости (частичной занятости/ неработающие/ учащиеся/ пенсионеры).*
 - *Они проживают в крупных городах (пригородах/средних и малых городах/районах), как правило, читают _____, слушают _____, смотрят _____ и часто (периодически/редко) пользуются интернетом.*
 - Опишите факторы, которыми руководствуются ваши потенциальные потребители при покупке товаров или услуг, аналогичные вашим. Если ваш продукт уже есть на рынке или если проводились маркетинговые исследования и тестирование на фокус-группах, укажите в своем бизнес-плане их результаты и мнение потенциальных покупателей о предлагаемых товарах и услугах.

Пример описания целевой аудитории по методике 5 W

- **Что** продаем?
 - купальники известной итальянской фирмы для девочек в возрасте от 2 до 13 лет;
 - недешевые;
 - из ткани спандекс и нейлон (дышащая, сохнущая моментально, мягкая и комфортная);
 - слитные и раздельные, бикини, танкини и прочее;
 - с принтами, рюшами, цветами, стразами;
 - можно подобрать в одном дизайне со взрослыми женскими купальниками.
- **Кто** захочет купить?
 - мамы (20—30 лет), модные, состоятельные, ориентированные на брендовую одежду, подчеркивающую их статус, а также на вещи, не вредящие здоровью ребенка;
 - папы-мужья, обожающие своих девочек;
 - любящие бабушки и дедушки.
- **Почему** (или зачем?) товар нужен?
 - для пляжного отдыха на модном курорте;
 - для посещения бассейна, сауны, фитнес-центра;
 - для времяпрепровождения в загородном доме;
 - чтобы все заглядывались на очаровательную крошку и ее не менее привлекательную маму;
 - хочется модель из новой коллекции (старую надевали уже целых три раза!);
 - у подруги с ее дочкой «суперские» купальники в одном стиле, а у нас еще нет.
- **Когда** это предложение интересно?
 - при подготовке к летнему сезону;
 - в любое время года, так как пляжный отдых не кончается никогда (просто места нужно знать и деньги иметь);
 - к празднику в качестве подарка (как маленькое дополнение к туру в теплые страны);
- **Где** увидят ваш товар?
 - Это без вариантов ваш сайт, группа VK, лэндинг или какой-то другой ваш веб-ресурс.

Описание продукта или услуги

Описать как можно более точно и полно продукт или услугу – их качественные характеристики, очевидную полезность

- Качественные характеристики
- Полезность(выгоду) для потребителя



- Описание продукта/услуги
- Предлагаемые нами _____ могут быть охарактеризованы как _____. Основной целью, которой они служат, является _____. Впервые мы предложили _____ в _____. С тех пор они претерпели следующие изменения _____.

Укажите стоимость предлагаемой продукции в зависимости от объемов производства, подчеркните ее технологичность и оцените ее универсальность.

Например:

- Компания предлагает новый продукт/услугу. Данный продукт имеет самую низкую цену и более практичен по сравнению с предложениями конкурентов. Он совершеннее с технологической точки зрения, чем существующие аналоги, и позволяет потребителям сэкономить время и деньги.
- Предлагаемая услуга до сих пор была недоступна в этом регионе. Высокое качество обслуживания обеспечено командой сотрудников компании, общий опыт работы которых в этой сфере составляет _____ лет.

Описание товаров и / или услуг

В этой части должен быть список всех продуктов и / или услуг, которые вы продаете или будете продавать. Краткое описание должно содержать следующие элементы:

- Что за продукт и / или услуга?
- Какие выгоды получит потребитель?
- Каковы основные особенности?
- К какому типу клиентов относится предложение?
- Как вы будете продавать?

В этой части бизнес-плана описываются товары и услуги, которые Вы хотите предложить будущим покупателям. Необходимо определить для себя и представить в бизнес-плане те преимущества своей продукции, которые отвечают желаниям и потребностям покупателей, но не удовлетворяются аналогичным товаром конкурентов.

То есть, основная цель этого раздела - доказать, что Ваши товары (услуги) имеют ценность для покупателей и будут пользоваться спросом.

За основу можно взять следующий перечень вопросов:

- Какой именно товар (или услугу) Вы предложите покупателям?
- Какие потребности будет удовлетворять данный товар или данная услуга?
- Насколько тщательно разработана Ваша продукция? Есть ли у Вас патент на эту продукцию? Имеете ли Вы уже опыт производства и реализации этой продукции?
- В каких сферах ее можно использовать?
- В чем состоит преимущество Вашего товара (услуги) с точки зрения потенциального покупателя?
- Почему покупатели отдадут предпочтения именно Вашему товару (услуге)?
- Какие недостатки может иметь Ваш товар (услуга), и как Вы будете пытаться их преодолевать?
- Какие характеристики делают Ваш продукт уникальным?
- Как Ваши товары или услуги будут доходить до потребителя?



Примеры описания продуктов через их свойства и выгоды



Ниже приводятся примеры того, как предлагать Клиентам свойства продуктов и услуг через выгоды. Актуальный пополняемый список приводится в Приложении «Свойства — Выгоды продуктов и услуг».



Бизнес-идея

- Конкурентные преимущества вашей бизнес-идеи
- Т.е. уникальность, «изюминка» вашего бизнеса.
- Почему вы лучше чем ваши конкуренты
- Чем отличаетесь

Указать не менее
3 конкурентных
преимуществ
планируемого
бизнеса



КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА ФИРМЫ



ПРЕИМУЩЕСТВА НИЗКОГО ПОРЯДКА

→ ДЕШЕВАЯ РАБОЧАЯ СИЛА

→ ДЕШЕВЫЕ МАТЕРИАЛЬНЫЕ РЕСУРСЫ

→ ДЕШЕВЫЕ ЗДАНИЯ И ОБОРУДОВАНИЕ

→ ДЕШЕВЫЕ ФИНАНСОВЫЕ РЕСУРСЫ

→ ЛЬГОТНО НИЗКИЕ ЦЕНЫ ПРИОБРЕТЕНИЯ ТОВАРА ДЛЯ ПЕРЕПРОДАЖИ

ПРЕИМУЩЕСТВА ВЫСОКОГО ПОРЯДКА

→ УНИКАЛЬНАЯ ПРОДУКЦИЯ

→ УНИКАЛЬНАЯ ТЕХНОЛОГИЯ

→ УНИКАЛЬНЫЕ СПЕЦИАЛИСТЫ

→ УНИКАЛЬНЫЕ СВЯЗИ

→ УНИКАЛЬНЫЕ РЕСУРСЫ

→ ЗНАМЕНИТЫЙ БРЕНД

Анализ конкурентов по основным конкурентообразующим характеристикам

Конкурентообразующие характеристики	BOSH Service	Автопрофи	КАРА-МОТОРС	СТО-Драйв сервис	ИП Хохлачев А.В.
Цена за работу (руб.) и ее восприятие	С	З	С	С	НО
Уровень технологии ТО и ТР	С	В	С	В	В
Уровень технологии работы с клиентом	В	В	В	С	В
Уровень технологии управления запасами	С	В	С	НО	В
Культура обслуживания клиентов	С	В	С	В	В
Квалификация кадров	В	В	С	В	В
Сервисные характеристики кадров СЦ	С	С	С	С	В
Качество обслуживания и ремонта	НО	В	С	С	В
Эстетика СЦ и производства	С	В	С	В	В
Удобство расположения СЦ	С	В	Н	С	В
Продолжительность выполнения работ по сравнению с конкурентами	Н	С	НО	С	Н
Степень предоставляемых услуг СЦ	Ш	Ш	Ш	Ш	Ш
Имидж СЦ	С	В	С	С	В
Качество используемых запчастей	НО	В	С	С	В

Примечание: Для количественной характеристики конкурентных преимуществ возможно применение балльной шкалы или рангов (например, З — завывает уровень обеспечения показателя, В — высокий, С — средний, НО — нормальный, С — средний, Н — низкий, У — узкий, Ш — широкий).



Требуемые инвестиции

Представить
непосредственно
саму бизнес-идею
(в составе бизнес-
концепции),
метод оценки
реализуемости
бизнес-идеи



Источники финансирования

Представить
непосредственно
саму бизнес-идею
(в составе бизнес-
концепции),
метод оценки
реализуемости
бизнес-идеи



Методы генерирования бизнес-идеи

- Представить не мнение трех методов генерирования и обосновать какой из методов помог именно вам в вашем выборе

каким образом
команде удалось
выйти на
конкретную бизнес-
идею



10 эффективных методов генерации новых идей

1. Мозговой штурм

Автором этого метода является Алекс Осборн. Группа людей активно предлагает различные идеи, участники группы пытаются их развить, тут же анализируют их, выявляя недостатки и преимущества.

2. Метод Эдварда де Боно «Шесть шляп»

По ходу творческого процесса человек по очереди надевает шесть шляп разного цвета. В белой он беспристрастно проверяет цифры и факты, в черной – пытается найти отрицательные черты, в желтой – анализирует положительные моменты, в зеленой – генерирует новые идеи, в красной – может позволить активную эмоциональную реакцию. Ну и, наконец, в синей шляпе — подводятся итоги работы.

3. Метод «Ментальные карты»

Разработал Тони Бьюзен. В его теории делается упор на то, что креативный процесс тесно связан с памятью человека, поэтому развивать надо именно память.

Он предложил написать в центр листа ключевое понятие, а все ассоциации, которые надо запомнить, писать на ветвях, идущих от главного слова. Идеи можно также рисовать.

Создание такой «карты» помогает придумывать новые ассоциации, а сам образ «карты» гораздо лучше запоминается.

4. Синектика

Автор метода — Уильям Гордон. В его теории главный источник новых идей – это поиск аналогий. Для начала необходимо выбрать объект и нарисовать таблицу для его аналогий.

В первом столбце пишут прямые аналогии, во втором – косвенные, например, признаки первого столбца. Затем сопоставляют цель, объект и косвенные аналогии. Пример: объект — карандаш, задача — расширение ассортимента. Прямая аналогия — объемный карандаш, ее отрицание — плоский карандаш. Результат – карандаш-закладка.

5. Метод фокальных объектов

В методе Чарльза Вайтинга объединяются признаки разных объектов в одном предмете. Пример: свеча и понятие «Новый год». Новый год значит праздник, искры бенгальских огней, к свече это тоже относится. Если бенгальскую свечу стереть в порошок и добавить его в воск, то выйдет «новогодняя» свеча с искрящейся крошкой внутри.

6. Морфологический анализ

Предложенный Фрицем Цвики, заключается в том, что исследуемый объект раскидывают на компоненты, из которых выбирают самые существенные характеристики. Затем их изменяют и пытаются снова собрать вместе. В итоге получается новый объект.

7. Непрямые стратегии

Этот метод придумали Брайан Эно и Питер Шмидт. Для этого метода нужна колода карт с командами, например, «дай волю злости», «укради решение» и др. Человек вытаскивает карты и следует указаниям.

8. «Автобус, кровать, ванна»

В его основе лежит убеждение, что новые идею не только таятся в глубине нашего подсознания, но и рвутся наружу, надо их просто выпустить, то есть не мешать их появлению. Новая идея может прийти в голову в самом необычном месте.

Метод оценки реализуемости бизнес-идеи

Представить непосредственно саму бизнес-идею (в составе бизнес-концепции), метод оценки реализуемости бизнес-идеи

- **Простые методы** не учитывают изменение стоимости денег во времени
- **Простые (статические) методы** (или "экспресс-методы") позволяют достаточно быстро и на основании простых расчетов произвести оценку экономической эффективности

-



Метод оценки реализуемости бизнес-идеи

Представить непосредственно саму бизнес-идею (в составе бизнес-концепции), метод оценки реализуемости бизнес-идеи

- В простых методах оцениваются:
 - норма прибыли (НП) -
 - срок окупаемости (СО)-
 - точка безубыточности (ТБ)-



Реализация бизнес-идеи

(как реализовать бизнес-идею)

Представить
непосредственно
саму бизнес-идею
(в составе бизнес-
концепции),
метод оценки
реализуемости
бизнес-идеи

- График реализации бизнес-идеи
- Т.е. этапы и сроки реализации бизнес-идеи



Перспективы дальнейшего профессионального

сформулировать
перспективы
дальнейшего
профессионально
го роста
участников
бизнес-проекта



- https://adview.ru/cat_marketing-ru/mediaplanirovanie-celevaya-auditoriya/
- <http://kirulanov.com/opisanie-celevoj-auditorii-23-shaga-checklist/>
- <https://www.openbusiness.ru/biz/business/shag-shestoy-analiz-rynka/>
- <https://predprinimatel-pro.ru/kak-otkryt-biznes/biznes-plan/opisanie-produkcii/>
- http://business_plans_onlinehttps://e-planificator.ru/
- <https://allyslide.com/ru/presentation/prezentaciya-na-temu-sravnenie-konkurentosposobnosti-tovarov-kompanij-krasnyj-oktyabr-i-Nestle>



**СПАСИБО ЗА
ВНИМАНИЕ!**