

СЕССИЯ ВОПРОСОВ: БИЗНЕС- МОДЕЛИРОВАНИЕ

КОМУ?

ЧТО?

КАК?



Рис. 2. Инновационное преобразование бизнес-модели



Lean Canvas

Lean Canvas

Проблема и существующие альтернативы

02

3 ключевые проблемы и существующие альтернативы их решения:

- выделение ключевых потребностей ЦА
- анализ прямых и косвенных конкурентов

Решение

04

3 ключевых решения: формулирование и тестирование гипотез

Уникальная ценность

03

Уникальное торговое предложение (УТП)

Сегменты потребителей и ранние последователи

01

Определение 3-4 персонажей ЦА, которые обращаются за решениями проблем.

Скрытое преимущество

09

Дифференциатор, ключевое отличие от конкурентов

Каналы продвижения

05

Путь к потенциальным потребителям

Ключевые метрики

08

Основные показатели, требующие измерения для отслеживания и оценки успешности различных бизнес-процессов

Структура затрат

06

Стоимость реализации, привлечения клиентов (CAC), другие расходы

Потоки прибыли

07

Модель дохода и ценообразования. Валовая прибыль, выручка, пожизненная ценность клиента (LTV)



Модель Остервальдера

<p>Ключевые партнеры</p> <p>Кто ваши ключевые партнеры/поставщики? Каковы мотивы для партнерства? Какие ключевые действия выполняет ваш партнер? Водители Технологические партнеры Инвесторы и лоббисты Регулирующие органы и правительства Страховщики Финансовые партнеры</p>	<p>Ключевые действия</p> <p>Какие действия вы выполняете каждый день, чтобы создать и реализовать свое ценностное предложение? Сохранять цены конкурентоспособными Поддерживать платформу Расширяться на большее количество городов и стран Собирать и анализировать данные</p> <p>Ключевые ресурсы</p> <p>Какие ключевые ресурсы вам нужны, чтобы создать и представить ваше ценностное предложение? Сетевые эффекты между водителями и пассажирами Собранные данные Инженеры и другой персонал Приложение для водителей и пассажиров</p>	<p>Ценное предложение</p> <p>Какую ценность вы предоставляете своему клиенту? Какие проблемы клиента вы помогаете решить? Что нужно заказчику для удовлетворения вашего ценностного предложения? Что вы обещаете своему клиенту? Какие продукты и услуги вы создаете для своих клиентов? Минимум времени для сбора пассажиров Более низкие цены, особенно с Uber Pool Бездналичные платежи Система оценок</p>	<p>Взаимоотношения с клиентами</p> <p>Какие отношения каждый клиентский сегмент ожидает от вас, чтобы установить и поддерживать? Самообслуживание Лично/напрямую с водителями, когда это необходимо</p> <p>Каналы</p> <p>Как ваше ценное предложение достигает вашего клиента? Где ваш клиент может купить или использовать ваши продукты или услуги? Бесплатное освещение в СМИ Социальные сети Магазины приложений Сарафанный маркетинг</p>	<p>Сегменты потребителей</p> <p>Для кого вы создаете ценность? Какие сегменты клиентов оплачивают, получают или принимают решение по вашему ценному предложению? Безработные водители Водители, ищущие работу на неполный рабочий день Пассажиры Деловые путешественники Люди, предпочитающие мобильные платежи</p>
<p>Структура расходов</p> <p>Каковы наиболее важные расходы, которые вы делаете, чтобы создать и представить ваше ценностное предложение? Реклама Обслуживание платформы Соответствие нормативным требованиям Операционные издержки Исследования и разработки</p>		<p>Потоки доходов</p> <p>Как клиенты вознаграждают вас за ценность, которую вы им предоставляете? Какие существуют модели доходов? Процент от тарифа за транзакцию</p>		

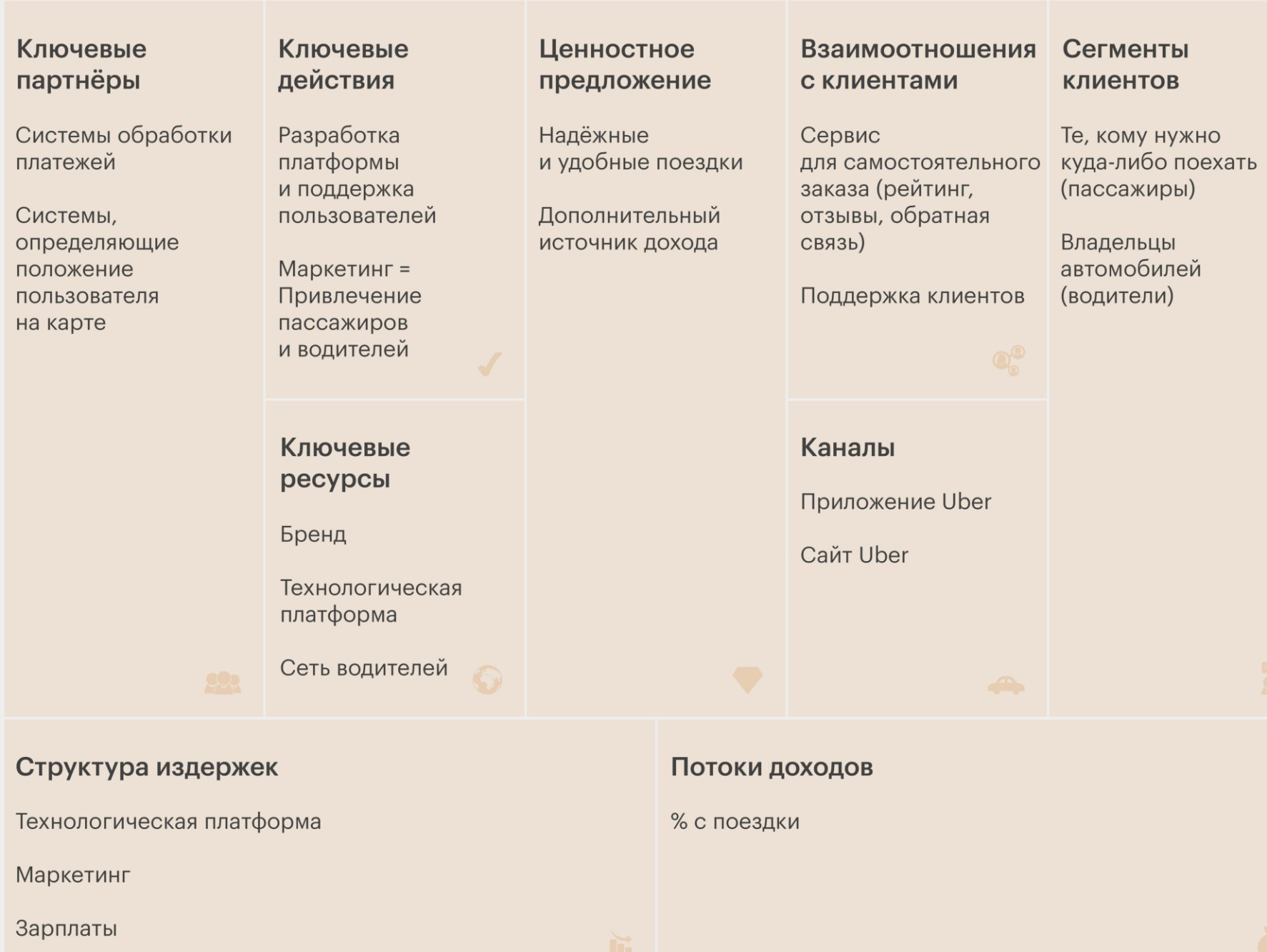
1. Lean Canvas:

- Lean Canvas является более упрощенной и компактной версией бизнес-модельного холста.
- Lean Canvas фокусируется на ключевых аспектах бизнеса, таких как проблемы клиентов, уникальное предложение, каналы продаж, структура затрат и источники доходов.
- Lean Canvas направлен на быстрое создание и тестирование гипотез о бизнесе, что соответствует принципам методологии Lean Startup.

2. Модель Остервальдера (Business Model Canvas):

- Модель Остервальдера является более подробной и всесторонней моделью бизнеса, состоящей из девяти ключевых блоков, описывающих различные аспекты бизнес-модели.
- Business Model Canvas включает в себя блоки, такие как ключевые партнеры, ключевые ресурсы, структура издержек и другие, что делает его более детальным инструментом для анализа бизнеса.
- Business Model Canvas часто используется для разработки стратегического планирования и анализа бизнес-моделью в

Uber — Business Model Canvas



<h3>Ключевые партнеры</h3> <p>Кто ваши ключевые партнеры/поставщики? Каковы мотивы для партнерства? Какие ключевые действия выполняет ваш партнер?</p> <p>Водители Технологические партнеры Инвесторы и лоббисты Регулирующие органы и правительства Страховщики Финансовые партнеры</p>	<h3>Ключевые действия</h3> <p>Какие действия вы выполняете каждый день, чтобы создать и реализовать свое ценностное предложение?</p> <p>Сохранять цены конкурентоспособными Поддерживать платформу Расшириться на большее количество городов и стран Собирать и анализировать данные</p> <h3>Ключевые ресурсы</h3> <p>Какие ключевые ресурсы вам нужны, чтобы создать и представить ваше ценностное предложение?</p> <p>Сетевые эффекты между водителями и пассажирами Собранные данные Инженеры и другой персонал Приложение для водителей и пассажиров</p>	<h3>Ценное предложение</h3> <p>Какую ценность вы предоставляете своему клиенту? Какие проблемы клиента вы помогаете решить? Что нужно заказчику для удовлетворения вашего ценностного предложения? Что вы обещаете своему клиенту? Какие продукты и услуги вы создаете для своих клиентов?</p> <p>Минимум времени для сбора пассажиров Более низкие цены, особенно с Uber Pool Безналичные платежи Система оценок</p>	<h3>Взаимоотношения с клиентами</h3> <p>Какие отношения каждый клиентский сегмент ожидает от вас, чтобы установить и поддерживать?</p> <p>Самообслуживание Лично/напрямую с водителями, когда это необходимо</p> <h3>Каналы</h3> <p>Как ваше ценное предложение достигает вашего клиента? Где ваш клиент может купить или использовать ваши продукты или услуги? Бесплатное освещение в СМИ Социальные сети Магазины приложений Сарафанный маркетинг</p>	<h3>Сегменты потребителей</h3> <p>Для кого вы создаете ценность? Какие сегменты клиентов оплачивают, получают или принимают решение по вашему ценному предложению?</p> <p>Безработные водители Водители, ищущие работу на неполный рабочий день Пассажиры Деловые путешественники Люди, предпочитающие мобильные платежи</p>
<h3>Структура расходов</h3> <p>Каковы наиболее важные расходы, которые вы делаете, чтобы создать и представить ваше ценностное предложение?</p> <p>Реклама Обслуживание платформы Соответствие нормативным требованиям Операционные издержки Исследования и разработки</p>			<h3>Потоки доходов</h3> <p>Как клиенты вознаграждают вас за ценность, которую вы им предоставляете? Какие существуют модели доходов? Процент от тарифа за транзакцию</p>	

Netflix — Business Model Canvas

Ключевые партнёры Продюсеры Компании кабельного вещания Потребители электроники 	Ключевые действия Производство и лицензирование контента Развитие собственной платформы  Ключевые ресурсы Платформа Netflix и коллекция кино Товарный знак 	Ценностное предложение Просмотр развлекательного контента по требованию в любое время и в любом месте 	Взаимоотношения с клиентами Собственный сервис + рекомендации от искусственного интеллекта  Каналы Любое устройство Приложение Netflix 	Сегменты клиентов Любители кино
Структура издержек Производство и лицензирование контента Развитие технологической платформы			Потоки доходов Подписка	

Linkedin

Ключевые партнеры Кто ваши ключевые партнеры/поставщики? Каковы мотивы для партнерства? Какие ключевые действия выполняет ваш партнер? Пользователи SlideShare	Ключевые действия Какие действия вы выполняете каждый день, чтобы создать и реализовать свое ценностное предложение? Разработка платформы Ключевые ресурсы Какие ключевые ресурсы вам нужны, чтобы создать и представить ваше ценностное предложение? Платформа Разработчики и другой персонал Контент, создаваемый пользователями	Ценное предложение Какую ценность вы предоставляете своему клиенту? Какие проблемы клиента вы помогаете решить? Что нужно заказчику для удовлетворения вашего ценностного предложения? Что вы обещаете своему клиенту? Какие продукты и услуги вы создаете для своих клиентов? Возможность построить профессиональную сеть Поиск и привлечение талантливых специалистов Доступ к базе данных LinkedIn через виджеты и API (интерфейс программирования приложений) Платформа для блогов	Взаимоотношения с клиентами Какие отношения каждый клиентский сегмент ожидает от вас, чтобы установить и поддерживать? Самообслуживание Служба поддержки Каналы Как ваше ценное предложение достигает вашего клиента? Где ваш клиент может купить или использовать ваши продукты или услуги? Вебсайт LinkedIn App stores	Сегменты потребителей Для кого вы создаете ценность? Какие сегменты клиентов оплачивают, получают или принимают решение по вашему ценному предложению? Рекрутеры Профессионалы, которые ищут нетворк Маркетологи
Структура расходов Каковы наиболее важные расходы, которые вы делаете, чтобы создать и представить ваше ценностное предложение? Обслуживание и разработка платформы Маркетинг и продажи			Потоки доходов Как клиенты вознаграждают вас за ценность, которую вы им предоставляете? Какие существуют модели доходов? Бизнес-модель Freemium Решения по найму Маркетинговые решения	

Партнеры	Процессы	Уникальное ценностное предложение	Отношения	Потребители / Клиенты
Ключевой партнер: команда разработчиков ПО. Второстепенные информационные партнеры: блогеры.	Привлечение: рекламные кампании в соцсетях и бесплатная пробная версия приложения. Удержание: поддержка работы приложения, контент в соц.сетях.	Высокий уровень экспертного контента в приложении.	Интерфейс приложения.	Люди от 20 до 35 лет со средним и высоким доходом. Ключевые сегменты целевой аудитории: 1. Люди, ищущие новые способы справиться со стрессом; 2. Люди, уже интересующиеся дыхательными практиками и желающие заниматься онлайн.
	Ресурсы Бюджет на полгода, 5 человек в команде, репутационный ресурс.		Каналы Коммуникация: соцсети и email-рассылка. Услуги: приложение.	
Расходы		Финансирование / Доход		
1. Разработка и поддержка приложения. 2. Контент. 3. Реклама. 4. Зарплаты сотрудникам.		1. Платная подписка на премиум-версию приложения. 2. Реклама в бесплатной версии.		

Построение бизнес-модели **стартап-приложения для медитации**. В нём будут доступны короткие онлайн-уроки с дыхательными практиками и медитативными сессиями, которые можно проходить в любом месте и в любое время.

Представим, что мы составляем Canvas на этапе поиска партнера по разработке ПО.

<https://businessmodelnavigator.com/explore>

<https://daily10.ru/55-business-models-sposobov-monetizacii-chego-ugodno/>