

«ОТ ИДЕИ ДО ПЕРВОГО МИЛЛИОНА. КАК НАЧАТЬ СВОЕ ДЕЛО, НЕ НАДЕЛАВ ОШИБОК?»

ЗАНЯТИЕ 1.

«ВСЕ НАЧИНАЕТСЯ С ИДЕИ»

*Энгель Светлана
Леонидовна,*

*Президент МНФПМП г. Кемерово,
Руководитель Центра инноваций
социальной сферы КО*

*Екатерина
Плаксина,*

*Управляющий Городским
бизнес-инкубатором
МНФПМП г. Кемерово,*

*Волкогорова
Юлия,*

*Ведущий маркетолог
МНФПМП г. Кемерово,
Комьюнити-менеджер
ЦИСС КО*

О ЧЕМ ПОГОВОРИМ:



- ▶ ТЕСТИРОВАНИЕ ИДЕИ – 5+ СПОСОБОВ ПРОТЕСТИРОВАТЬ СВОЮ ИДЕЮ
- ▶ БИЗНЕС-НАВИГАТОР И ОБУЧАЮЩИЕ ПРОГРАММЫ КОРПОРАЦИИ МСП
- ▶ ЭФФЕКТИВНАЯ МОДЕЛЬ БИЗНЕС-ОБУЧЕНИЯ: ГДЕ УЧИТЬСЯ, КАК УЧИТЬСЯ, ЗАЧЕМ УЧИТЬСЯ
- ▶ БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ, БИЗНЕС-МОДЕЛИРОВАНИЕ



МУНИЦИПАЛЬНЫЙ НЕКОММЕРЧЕСКИЙ
ФОНД ПОДДЕРЖКИ
МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА
г. КЕМЕРОВО

ТЕСТИРОВАНИЕ ИДЕИ – 5+ СПОСОБОВ ПРОТЕСТИРОВАТЬ СВОЮ ИДЕЮ

www.fondp42.ru

«Все начинается с идеи» МНФПМП г.Кемероно © Любое использование либо копирование материалов доклада допускается лишь с разрешения правообладателя

ВОПРОС

ЗАЧЕМ ТЕСТИРОВАТЬ ИДЕИ ДЛЯ БИЗНЕСА?



Когда в голову пришла очередная бизнес-идея, есть два пути.

Первый и правильный — узнать, нужен ли людям продукт и сколько они готовы за него платить.

Второй и сомнительный — разработать продукт, запустить продажи и надеяться, что его купят.

Самопроверка



1. Есть ли спрос на Ваши услуги? Как много на рынке новичков?
2. Готова ли аудитория платить? Как регулярно?
3. Есть ли проблема, которую решает ваша идея?
4. Сколько людей сейчас ищут решение этой проблемы?

Идем сюда - <https://wordstat.yandex.ru> - смотрим, что еще ищут пользователи Интернета по вашей теме

5. Как люди решают ее сейчас?

6. Растет ли эта потребность - важно для перспектив бизнеса, если не хотим зайти на падающий рынок. <https://trends.google.com/trends/explore>

Прикинуть возраст и пол вашей аудитории: <https://webmaster.mail.ru/querystat>



По словам По регионам История запросов [Все регионы](#)

Введите слово или словосочетание, обозначающее ваш товар или услугу, и нажмите кнопку «Подобрать».

В результатах подбора будет приведена статистика запросов на Яндексе, включающих заданное вами слово или словосочетание (слева), и похожих запросов (справа).

Цифры рядом с каждым запросом в результатах подбора слов дают предварительный прогноз числа показов в месяц, которое вы получите, выбрав этот запрос в качестве ключевого слова. Так, цифра рядом со словом «телефон» обозначает число показов по всем запросам со словом «телефон»: «купить телефон», «сотовый телефон», «купить сотовый телефон», «купить новый сотовый телефон в крапинку» и т.п.

Если вы хотите узнать количество показов для пользователей из определенного региона, кликните по «Все регионы».

детский центр
Поисковый запрос

+ Сравнить

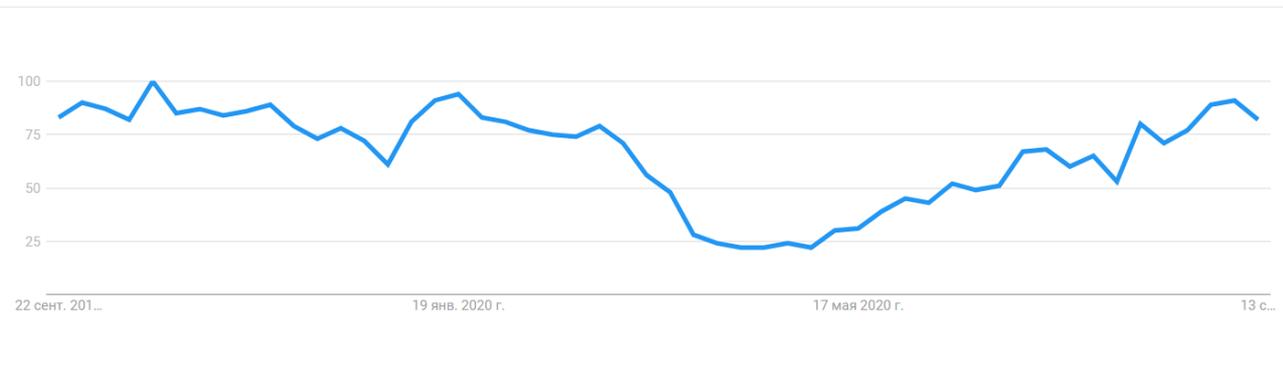
Россия

За 12 мес.

Все категории

Веб-поиск

Динамика популярности



Популярность по субрегионам

Субрегион

Правило 10/8/5

Суть: расскажите 10 друзьям.

Если 8 из них поддержали идею – она стоит того, чтобы двигаться дальше.

Если меньше 5 – забудьте про идею.

Если посередине – доработайте идею и еще раз сделайте опрос.

ОЦЕНКА ЭКСПЕРТА

Найдите минимум одного эксперта в области, где Вы хотите создать бизнес. Поверьте, посоветовавшись с ним, Вы откроете для себя много нового.

Где искать экспертов?

***Нетворкинг – бизнес-встречи, конференции, форумы.
В онлайн? Тематические сообщества!***

Проверяем спрос по поисковой системе / соц.сетях

Найдите 5-10 форумов по вашей тематике + по 5 активных сообществ в ВК, ФБ, ОК, Телеграм, Инстаграм.

Если получилось, значит вы сможете относительно легко выйти на свою аудиторию с предложением.

Этим же способом вы можете собрать информацию о ваших конкурентах и трендах в вашей нише.

КРЕАТИВНЫЕ МЕТОДЫ



Прежде чем пользоваться этими методами, нужно:

- 1. Иметь в наличии какой-то осязаемый макет или набросок продукта для презентации.*
- 2. Научиться четко и понятно рассказывать о своем продукте и проблеме, которую он решит.*
- 3. Хорошенько продумать вопросы, которые вы хотите задать аудитории. Прежде чем «выйти в поле», задайте их близким.*
- 4. Абстрагироваться от своей идеи так, чтобы вы могли непредвзято ее обсуждать.*

Модель кикстартера

Суть: сначала продать, потом — выпустить.

Понадобятся:

- 1. Посадочная страница (сайт-лэндинг) и рекламная кампания.*
- 2. Знания инструментов онлайн-маркетинга.*

Но можно и без них...

Модель кикстартера

Вариант 1. Продажа через Авито

- 1. Просто подаем объявление о товаре и услуге, даже если их еще нет.*
- 2. Собираем звонки, уточняем у позвонивших, что именно они хотят получить, их предпочтения.*
- 3. Собираем очередь клиентов, сообщая, что, например, товар распродан, ожидается новая поставка и вы позвоните.*

Итог: вы тестируете продукт и создаете клиентскую базу, с которой потом можно работать.



Вариант 2. Создание сайта и реклама

Создайте простой сайт-лендинг, где будет показана:

- 1. Стоимость продукта*
- 2. Его основные характеристики*
- 3. Кнопка предзаказа — с ее помощью вы можете собрать предзаказы на будущий продукт.*
- 5. Добавьте коды отслеживания для Google Analytics.*
- 4. Запустите рекламную кампанию в одной или нескольких соц.сетях с бюджетом 2-5 тыс.руб.*
- 5. Свяжитесь с людьми, которые подали заявки.*

Так вы узнаете больше о своем продукте и подтвердите его востребованность.



Тестирование в «Starbucks»

МЕТОД 5

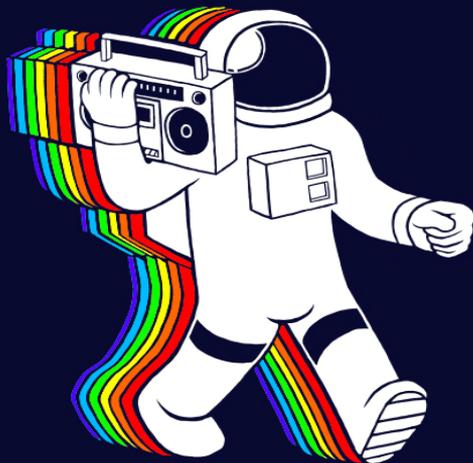
Алгоритм:

1. Возьмите немного денег и отправляйтесь в кафе.
2. Подойдите к кому-нибудь из посетителей и вежливо поясните ситуацию.
«Прошу прощения, у вас есть минутка чтобы мне помочь? В конце недели мой брат бросает работу и собирается вложить все свои сбережения в наш стартап. Давайте я куплю вам кофе, расскажу нашу идею, а вы честно скажете, что о ней думаете? Никакого подвоха. Все, что мне нужно, это ваш искренний отзыв».
3. Изложите свою идею.
4. Спросите собеседника, что он думает о вашей идее.
5. Поблагодарите собеседника и пожелайте ему хорошего дня.



Повторяйте шаги 2-5 до тех пор, пока у вас не закончатся деньги))))))

Этот метод позволит услышать критику вашего проекта, которая поможет вам довести его до совершенства.



МАРКЕТИНГОВЫЕ МЕТОДЫ



Провести опрос

Сервисы опросов:

- Google Формы
- Сервис PickFu, Typeform, на которых можно создавать простые тесты.

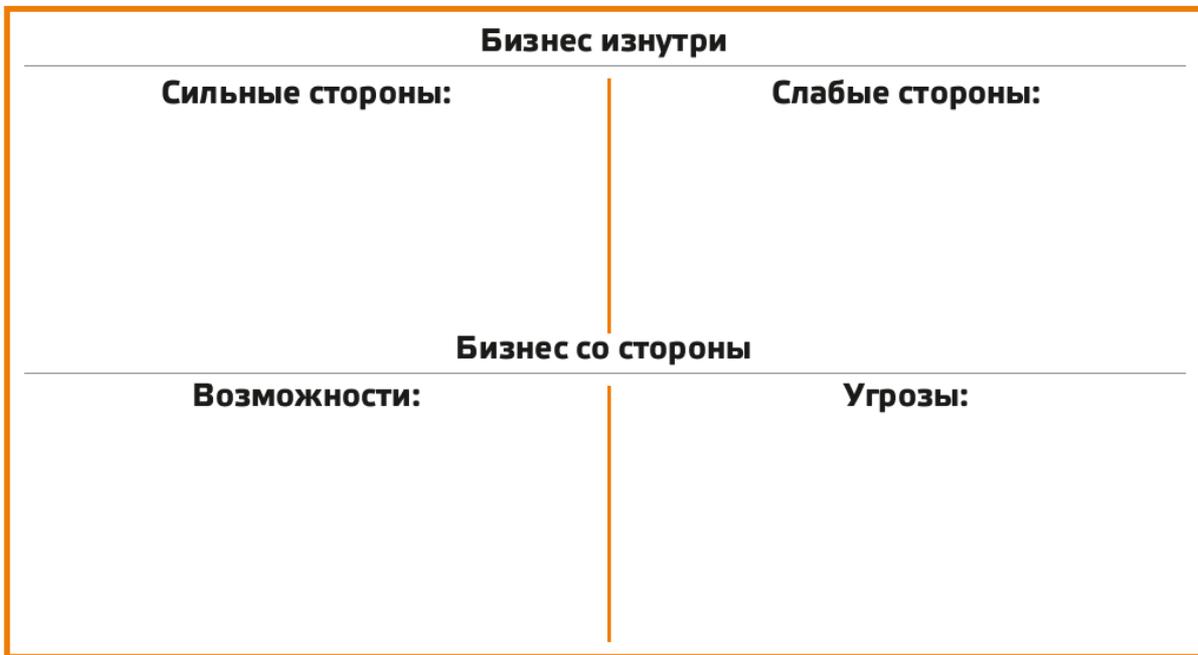
Правила опросов.

- **Ваши опросы должны быть простыми.**
- **Предлагайте бонусы за прохождение опроса (скидку или шанс что-нибудь выиграть).**
- **Добавьте в опрос ссылку на email-рассылку, с помощью которой вы сможете потом связаться с участниками и предложить им услуги.**

Провести SWOT-анализ

МЕТОД 7

SWOT анализ – метод маркетинговых исследований, основанный на изучении сильных и слабых сторон идеи, компании или конкретного объекта, возможностей и угроз внешней среды.



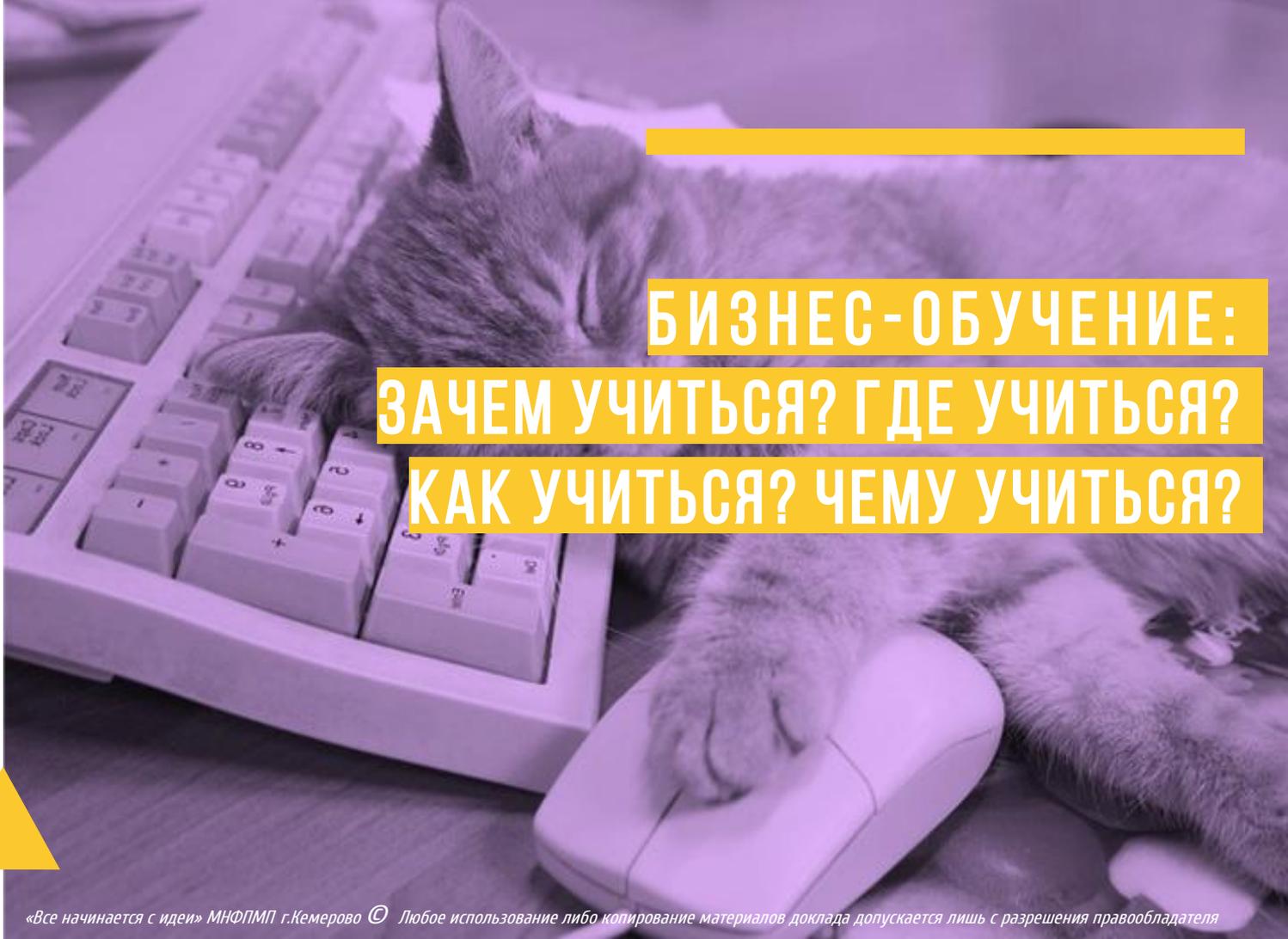
Бизнес изнутри	
Сильные стороны: <ul style="list-style-type: none">✓ Наличие собственных средств;✓ Наличие помещения;✓ Наличие оборудования;✓ Опыт работы в бизнесе;✓ Технические навыки;✓ Доступная цена на продукт/услугу.	Слабые стороны: <ul style="list-style-type: none">✓ Отсутствие маркетинговой стратегии бизнеса;✓ Отсутствие менеджерских навыков;✓ Отсутствие трудовых ресурсов;✓ Нет уникальности в продукте/услуге;✓ Нет доступа к сырью и материалам.
Бизнес со стороны	
Возможности: <ul style="list-style-type: none">✓ Доступ к источникам финансирования;✓ Программы поддержки субъектов МСП;✓ Наличие рынка и потребности на продукт/услугу;✓ Отсутствие конкуренции.	Угрозы: <ul style="list-style-type: none">✓ Высокий уровень конкуренции;✓ Форс-мажорные обстоятельства;✓ Политическая и социально-экономическая обстановка;✓ Источники финансирования, требующие залоговое обеспечение;✓ Отсутствие льгот на аренду помещения.

Итоговая матрица SWOT-анализа

		Сильные стороны	Слабые стороны
		<ul style="list-style-type: none"> - принципиально новая конструкция - качественные материалы - качество обработки - увеличение надежности работы оборудования за счет увеличения срока службы вентиля 	<ul style="list-style-type: none"> - консерватизм потребителей - не испытан в работе - цены выше конкурентов
Возможности	<ul style="list-style-type: none"> - Износ и большая потребность в замене оборудования - В случае принятия рынком выход на большие объемы 	<p>Стратегия при сопоставлении Сильных сторон и Возможностей</p> <ul style="list-style-type: none"> - Стать основным поставщиком в данном плане запорной арматуры для энергокомпаний - Разработка новых продуктов для завоеванных рынков 	<p>Стратегия при сопоставлении Слабых сторон и Возможностей</p> <ul style="list-style-type: none"> - Испытание в работе и получение положительных заключений - Снижение цен за счет увеличения объемов
Угрозы	<ul style="list-style-type: none"> - Увеличение срока выхода на рынок при неудовлетворительных результатах испытаний - Повышение цен на материалы - Противодействие со стороны конкурентов: снижение цен, разработка новой конструкции 	<p>Стратегия при сопоставлении Сильных сторон и Угроз</p> <ul style="list-style-type: none"> - Продвижение продукции с акцентированием на достоинствах - Доработка конструкции - Снижение цен за счет увеличения объемов 	<p>Стратегия при сопоставлении Слабых сторон и Угроз</p> <p>Анализ ситуации с возможными решениями:</p> <ul style="list-style-type: none"> - дальнейшая проработка - закрытие проекта



Муниципальный некоммерческий
ФОНД ПОДДЕРЖКИ
МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА
г. КЕМЕРОВО



БИЗНЕС-ОБУЧЕНИЕ:
ЗАЧЕМ УЧИТЬСЯ? ГДЕ УЧИТЬСЯ?
КАК УЧИТЬСЯ? ЧЕМУ УЧИТЬСЯ?

www.fondp42.ru

«Все начинается с идеи» МНФМП г.Кемерово © Любое использование либо копирование материалов доклада допускается лишь с разрешения правообладателя

ГДЕ УЧИТЬСЯ?

ИНТЕРНЕТ

Нетология, Skillbox и др.



ГОСУДАРСТВЕННЫЕ

Мой бизнес, Корпорация МСП, Центр занятости населения, Центры и Фонды поддержки предпринимательства, и др.



ПРОГРАММЫ



КОММЕРЧЕСКОЕ

Синергия и др.



УНИВЕРСИТЕТ
СИНЕРГИЯ

ОБУЧЕНИЕ

КАК УЧИТЬСЯ?

ФОРУМЫ

→ нетворкинг, опыт других, экспертная позиция, новое мышление, наставник

КОНФЕРЕНЦИИ

→ коммуникации, отраслевая актуальная информация, партнеры

СЕМИНАРЫ, МАСТЕР-КЛАССЫ

→ знания, практический опыт

ТРЕНИНГИ

→ прокачка навыков

АКСЕЛЕРАЦИЯ

→ долгосрочное обучение, содержащее все формы обучения

ЧЕМУ УЧИТЬСЯ?

ТО, ЧТО РАЗВИВАЕТ ВАС И ВАШ БИЗНЕС И ВЛИЯЕТ
НА ЕГО РАЗВИТИЕ В КАЖДЫЙ КОНКРЕТНЫЙ
МОМЕНТ ВРЕМЕНИ СЕГОДНЯ И СЕЙЧАС



БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ VS БИЗНЕС-МОДЕЛИРОВАНИЕ

www.fondp42.ru

«Все начинается с идеи» МНОПМП г.Кемерово © Любое использование либо копирование материалов доклада допускается лишь с разрешения правообладателя

Бизнес-план

План осуществления бизнес-операций, действий фирмы, содержащий сведения о фирме, товаре, его производстве, рынках сбыта, маркетинге, организации операций и их эффективности.



ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Резюме бизнес-плана _____
2. Маркетинговый план _____
 - 2.1. Общая концепция маркетингового плана _____
 - 2.2. Маркетинговый план. Продукт _____
 - 2.3. Маркетинговый план. Цена _____
 - 2.4. Маркетинговый план. Месторасположение _____
 - 2.5. Маркетинговый план. Продвижение _____
3. Производственный план _____
4. Организационный план. Персонал _____
5. Финансовый план _____
 - 5.1. Калькуляция себестоимости _____
 - 5.2. Прогноз доходов и расходов _____
 - 5.3. План движения денежных средств _____
 - 5.4. Необходимый стартовый капитал _____
 - 5.5. Источники стартового капитала _____
6. План действий _____

Бизнес-модель

Концептуальная структура, которая поддерживает жизнеспособность продукта или компании и объясняет, как компания работает, зарабатывает деньги и как она намеревается достичь своих целей.



Шаблон бизнес-модели



БЛАГОДАРИМ ЗА ВНИМАНИЕ.

[Instagram](#)

ciss42



[Instagram](#)

fondp42



[YouTube](#)

fondp42



[Facebook](#): [fondp42](#) / [ciss42](#) / [readingclubkemerovo](#)

[Instagram](#): [fondp42](#) / [ciss42](#) / [readingclubkemerovo](#) / [businesskem](#)