

Секция совместной разработки I: Моделирование проекта бизнеса

Давайте поговорим о моделировании проекта бизнеса

Моделирование проекта - это визуальное представление чего-либо, отображение реальности, например, в виде графика, изображения, объекта или математической схемы. Каждый шаблон создан, чтобы помочь вам разработать ряд моделей для изучения различных аспектов вашего бизнеса, чтобы лучше понять, описать и спрогнозировать то, как он может работать. Вы будете использовать их для изучения деятельности, связанной с превращением ваших идей в товары и услуги. Они помогут вам изучить, что вы предлагаете, кому вы это предлагаете, и как вы можете привлечь этих людей и заработать деньги для своего бизнеса.

Моделирование проекта поможет вам разработать более детальный план действий и определить те зоны, где вам нужна сторонняя экспертная помощь и ресурсы, чтобы довести ваш товар или услугу до ваших покупателей. Каждая часть создана, чтобы помочь вам сформировать, определить, объяснить, контролировать ваш бизнес, а также информировать о нем. Этот процесс помогает вам разработать точный бизнес-план, который вы сможете использовать, чтобы правильно направлять свои действия и воплощать вашу идею в жизнь. При создании бизнеса это поможет понять вашу мотивацию, в чем уникальность вашего предложения, а также ваши надежды и результат, которого вы хотите достичь. Кроме этого, каждый участник может посетить онлайн и прокомментировать модели остальных участников, что дает возможность установления новых контактов и создания новых идей и перспектив.

Создайте проект вашего бизнеса

Наше упражнение разделено на шесть **основных шагов**:

Сначала вы встретитесь со своей бизнес-группой, поэтому в течение первых 10 минут вы решите, какой будет отправная точка (будет ли это новый бизнес/стартап или расширение масштабов существующего).

После встречи групп, пожалуйста, определитесь с **названием вашего бизнеса**, которое может быть изменено на первом слайде в процессе трехдневного обсуждения.

На втором слайде, пожалуйста, напишите **проблему, решение, рыночную и деловую миссию**, которые будут обсуждаться/пересматриваться в ходе работы.

Шаг 1: Персональные ценности

В этой части вы поймете и структурируете ваши персональные ценности и составите список из 5 общих ценностей, которые у вас есть. Вы можете воспринимать их как то, что позволяет вам чувствовать себя на самом деле живой и преданной тому, что вы делаете в рамках бизнеса. Эта часть займет примерно 5 минут.

Относительное предпринимательство

- Предпринимательство рассматривается как инкубатор для экономического роста. Профиль предпринимательства может иметь некоторые сходства во всем мире, но большая часть особенностей определяется под влиянием культуры.

Очень важно определить национальную культуру, которая воспринимается людьми, чтобы проанализировать предпринимательскую задумку.

- Личные понятия, восприятие и практики определяют все на рынке и региональные культуры составляют основу экономической деятельности через множество факторов, таких как инновации. Помимо всех социально-культурных, экономических и индивидуальных особенностей, ключевую роль в расстановке приоритетов в предпринимательской деятельности играет гендер.
- Таким образом, персональные ценности имеют важное значение при выборе профессиональных вариантов, гендерных различий, культурных различий между людьми и для изучения взаимосвязи между восприятием национальной культуры людьми и предпринимательскими намерениями.

Какова методология?

Раздел «Персональные ценности» состоит из 4 колонок. Запишите все ценности, которые для вас важны. Пишите много – больше, чем вам кажется, было бы нужно. Когда вы напишете достаточное количество ценностей, распределите их по 4 колонкам, исходя их уровня их важности.

В финальном варианте вы всей группой решите, какие 5 общих целей следует добавить в столбцы.

Шаг 2: Ценности компании

В этой части вы обратитесь к стратегическому позиционированию вашего бизнеса и определите возможные слабые стороны и угрозы, а также сильные стороны и возможности, которые можно использовать. Вы также можете обсудить влияние COVID-19 и/или других кризисов на ваш бизнес и будущее позиционирование. Эта часть займет примерно 10 минут.

SWOT анализ

• Сильные стороны

Что вы делаете лучше других? Что уникального в вашем предложении? О чем ваши покупатели отзываются как о «хорошем»? Почему покупатели предпочитают ваш товар или услугу? Какие доказательства этого у вас есть?

• Слабые стороны

Что снижает успешность предприятия? Что другие делают лучше? Что останавливает людей от покупки у вас? Что следовало бы улучшить?

• Возможности

В чем предприятие может развиваться и по какой причине? Какие перемены, могущие быть полезными, происходят?

• Угрозы

Что усложняет жизнь предприятия может произойти? Что делают конкуренты? Какие факторы создают угрозу для предприятия?

Выгоды проведения SWOT- анализа:

- Вы можете убедиться, что продолжаете приносить пользу покупателям.
- Вы внесете в план пункты, которые позволят укрепить ваш успех.
- Поможет подготовиться к любым рискам, которые могут возникнуть.
- Даст возможность обдумать, что вы будете делать, если худшее произойдет.
- Поможет вести учет прогресса и успехов с самого начала деятельности.
- Поможет продемонстрировать как люди получают пользу от вашего предприятия.
- Он также помогает вам в улучшении вашего товара или услуги и привлечении новых инвестиций, покупателей или работников.

Как использовать SWOT- анализ?

Сильные и слабые стороны, которые расположены горизонтально в таблице, являются внутренними факторами, подконтрольными вашей компании. С другой стороны, возможности и угрозы, расположенные вертикально, обычно находятся под воздействием внешних факторов, которые вы не можете контролировать. Исходя из этого, заполните ячейки. Квадраты посредине – это точки пересечения этих четырех факторов, целью которых является определение:

- Стратегий использования возможностей благодаря нашим сильным сторонам;
- Стратегии использования возможностей для минимизации слабых сторон;
- Стратегии предотвращения угроз за счет наших сильных сторон;
- Стратегии минимизации потенциальных опасностей, находящихся в секторах, где слабые стороны пересекаются с угрозами.

Шаг 3: Генерирование идей

Цель этого раздела – помочь вам понять, какое влияние будет оказывать ваш бизнес на мир в случае, если он станет успешным. Можете воспринимать это как креативную разнонаправленную мыслительную деятельность. То есть, вместе с определением перемен, которые ваш бизнес может вызвать в сфере своей деятельности, смотрите шире: подумайте о влиянии на общество, другие сферы деятельности, общественные и частные организации.

- Бизнес-план имеет решающее значение для успеха любого нового предприятия, поскольку он выступает в качестве ориентира и задает критерии оценки, помогающие увидеть, движется ли организация к поставленным целям.
- Бизнес-идея – это, таким образом, короткое и точное описание основных операций предполагаемого предприятия. Хороший бизнес начинается с хорошей бизнес-идеи. Перед тем, как вы начнете хороший бизнес, вы должны иметь ясное представление о том, каким именно бизнесом вы хотите управлять.
- Бизнес-идеи основаны на ожидаемых возможностях бизнеса, а также взгляде учредителей на соответствие продукта рынку. Продукт должен давать людям то, чего они хотят или в чем нуждаются.

Генерирование идеи поможет вам определить:

- Какие потребности покупателей удовлетворит ваш продукт;
- Какой продукт или услугу будет продавать ваш бизнес;
- Кто является вашим покупателем;
- Как ваш бизнес будет продавать товар или услугу.

Ответьте на следующие вопросы, исходя из того, какие решения уже существуют на рынке. Эта часть займет примерно 10 минут.

Какова методология?

В центральную колонку напишите короткое тезисное описание вашей бизнес-идеи. Запишите столько идей, сколько необходимо, чтобы ответить на следующие 4 вопроса:

- Чему она добавит новую ценность? (усилит)
- Что она сделает менее привлекательным? (заменяет)
- Что она использует заново или на чем основывается? (вернет назад)
- При доведении ее до экстремальных точек, каким может быть негативный или ограничивающий эффект? (негативный эффект)

Шаг 4: Профиль покупателя

В этом разделе вы составите портрет ваших потенциальных покупателей и групп покупателей. Вы должны поразмышлять о том, кто может быть вашим покупателем. В идеале, вам следует поговорить со своими потенциальными покупателями, людьми, которые будут покупать ваш товар или услугу. Подумайте, как вы можете привлечь их, чтобы они помогли вам сформировать ваше предложение.

Сегмент рынка или целевая группа покупателей – это совокупность людей, имеющих одну или несколько одинаковых характеристик, и, соответственно, похожие потребности в товарах/услугах. Сегментация рынка или целевой маркетинг – это процесс разделения рынка на определенные сегменты, которые одинаково себя ведут или имеют схожие потребности. Поскольку каждый сегмент объединяет людей с одинаковыми потребностями и поведением, очень высока вероятность того, что эти люди одинаково отреагируют на определенную маркетинговую стратегию. Это важная мысль, и мы будем обсуждать маркетинг целевых групп позднее на этом курсе. Однако, очень важно, чтобы вы понимали ценность определения вашего рынка. Маркетинговая сегментация важна для определения стратегии выхода на рынок: первого начального сегмента рынка, который планируем завоевать. Эта часть займет примерно 10 минут.

Какова методология?

Запишите в деталях ответы на следующие пять вопросов:

- Назовите группу покупателей: определите своих покупателей, кто те люди, кто покупает ваш продукт. Каковы их потребности: ответьте, в чем в действительности нуждаются ваши покупатели и почему.
- Что вы предлагаете: детально опишите, как ваш бизнес будет удовлетворять потребности покупателей, запишите различные ассоциации для распознавания и развития, чтобы быть уверенными в том, что ваш товар или услуга доходят до ваших покупателей.
- Сколько их всего, скольких вы планируете охватывать и с какой частотой: детально опишите, как ваш бизнес будет работать, чтобы доставить ваш товар или услугу, различные элементы, из которых строится ваше дело.
- Сколько покупатели будут платить, каков общий доход: постарайтесь определить все варианты финансирования, которые помогут вам начать свой бизнес.

Шаг 5: Моделирование плана

Данное упражнение поможет вам визуализировать то, как будет функционировать ваш бизнес и описать, как он будет вести. В работе каждого бизнеса можно выделить три стадии и вам нужно будет обдумать их для широкого определения вашего бизнеса:

- Стадия вовлечения: время, когда вы определяете, кто является вашими потенциальными покупателями и как убедить их покупать именно у вас;
- Стадия развития: время, которое требуется на разработку и создание предложения;
- Стадия доставки: время, которое требуется на доставку вашего товара/услуги покупателю.

Какова методология?

Часть А: Этапы работы

В этой части вся деятельность происходит или перед покупателем «на сцене» или «за кулисами» - то есть, вне поля зрения покупателя. Эта часть занимает примерно 10 минут.

Заполните столбцы различными видами бизнес-деятельности, разместив их в соответствующие разделы части «Подготовка (за кулисами)», чтобы объяснить:

- такие виды деятельности, как исследования потребителей и рынка;
- такие виды деятельности, как составление брифов и генерация идей;
- такие виды деятельности, как обзор дизайна и принятие решений.

Для части «Презентационная деятельность (на сцене)» вам нужно привести примеры деятельности, которая происходит на глазах у покупателя:

- такая деятельность, как установление контактов и участие в выставках;
- такая деятельность как демонстрация покупателям первых образцов продукции;
- такая деятельность как проведение презентации для покупателя или клиента.

ЧАСТЬ В: Моделирование плана

В этой части вы составите карту всех шагов, которые вам необходимо сделать для доставки вашего товара или услуги покупателю, в форме линейной блок-схемы. Для составления детальной пошаговой карты, запишите все идеи, объясняющие необходимые шаги в порядке их выполнения. Эта часть займет приблизительно 10 минут. Запишите весь процесс шаг за шагом, начиная с точки начала и заканчивая точкой, которой вы хотите достичь.

Это упражнение поможет вам увидеть самые значимые стадии; места, где могут возникнуть проблемы; места, в которых процесс может застопориться по причине того, что у вас нет необходимых знаний и умений или ресурсов. Это позволит вам понять, какие места в вашем бизнесе требуют развития и управления.

Узнайте больше – Дополнительные источники

Источники:

Для получения более подробной информации об инструментарии креативных предприятий и моделировании проекта вы можете обратиться к информации по ссылке: <https://www.nesta.org.uk/toolkit/creative-enterprise-toolkit/>