

Овој водич ќе ве води како да напишете бизнис план чекор по чекор.

Постојат многу начини да се напише бизнис план, но бизнис канвас моделот, создаден од Александар Остервалдер, дозволува, графички, да се објасни на многу едноставен начин.

Бизнис канвас модел

Методологијата Business Canvas Model е алатка за стратески менаџмент што овозможува развој на бизнис модел на компанијата. Неговата структура има девет преформатирани блокови кои обезбедуваат основа за креирање модел или прилагодување на постоечки.

Е алатка за анализа и креирање бизнис модели на поедноставен начин. Се применува глобално на платно поделено на главни аспекти кои го вклучуваат бизнисот и се врти околу понудата за вредност што се нуди.

Бизнис канвас моделот е поделен на девет основни модули кои ја одразуваат логиката што ја следи компанијата за да добие приход. Овие девет модули ги покриваат четирите главни области на бизнисот: клиенти, снабдување, инфраструктура и економска исплатливост.

Имате предлог за вредност, што е она што ве прави посебни на пазарот – и се става во центарот на платното (видете ја дистрибуцијата во анексот). Вашата понуда за вредност треба да ја однесете до клиентите (што е она што се наоѓа десно), со кои ќе треба да воспоставите низа врски. За да им ја донесете таа вредност на клиентите, тоа треба да го направите преку одредени канали (комерцијални, Интернет, офлајн продавници итн.), кои би биле од вратата надвор. Од вратите навнатре (лево на платното), ги имате клучните активности и ресурси, односно она што апсолутно треба да го правите и што е критично во вашиот бизнис модел и клучните партнери со кои одите на работа. Последно, но не и најмалку важно, од другите седум елементи, структурата на трошоците и линиите на приходи на вашиот бизнис.

Придобивки од користењето на платно за бизнис модел

1. Го подобрува разбирањето: користи визуелни алатки. Оваа методологија го поттикнува креативното размислување на работниците кои го креираат платното.
2. Широки фокусни точки: Овој модел одржува постојан поглед на деловниот модел од различни перспективи: комерцијални, пазарни, дистрибутивни канали...
3. Стратеска анализа: Сите елементи на платното можат да се видат на само еден лист. Едноставен начин да го извлечете максимумот од оваа алатка.

Како да креирате платно за бизнис модел

Следно, можете да видите како да го комплетираме моделот на платно, по кој редослед и што значи секој дел од платното.

1. Сегменти на клиенти

Ги детектира потребите на пазарот, клиентот. Нашиот фокус е секогаш клиентот и ние мора да го насочиме производот кон нивните потреби и желби.

За да го идентификуваме нашиот клиент, мора да се ставиме во негова кожа и да анализираме што мисли, чувствува, гледа, слуша, кои се неговите проблеми и придобивките што може да ги обезбеди нашиот производ/услуга.

Мора да одговориме на следниве прашања:

- За кого создаваме вредност?
- Кои се нашите најважни клиенти?

2. Предлози за вредност

Тоа е клучот за целиот бизнис модел. Предлогот на вредност или конкурентска предност е причината зошто клиентот ќе купува од нас, а не од друг. Овде е вклучено она што го прави нашиот производ/услуга поинаков и иновативен.

Можете да иновирате во различни аспекти како што се моделот на приходи, деловни сојузи, производствени процеси, испорака на производи/услуги, бренд...

Мора да одговориме на следниве прашања:

- Каква вредност им доставуваме на нашите клиенти?
- Кој проблем го решаваме?
- Која е потребата што ја задоволуваме?
- Каков вид на производ нудиме?

3. Канали

Откако нашите клиенти се дефинирани и предлогот за вредност што им го нудиме, мораме да ги достигнеме. Ако не не знаат, нема да не купат. Овде ќе ги дефинираме каналите на дистрибуција на производот или услугата.

Мора да одговориме на следниве прашања:

- Кои канали треба да ги користиме за да допреме до нашите клиенти?
- Кои канали работат најдобро?
- Кои од овие канали се најпрофитабилни?

4. Односи со клиенти

Мораме правилно да комуницираме со нашите клиенти и да бидеме свесни за нив. Тие се сржта на нашиот бизнис, така што да знаеме како да го дефинираме односот што ќе го имаме со секој сегмент на клиенти е фундаментално за успехот на бизнисот.

Мора да одговориме на следниве прашања:

- Каков е нашиот однос со секој наш сегмент на клиенти?
- Каков однос очекувате?
- Која е цената?

5. Текови на приходи

За да може бизнисот да биде профитабилен и да опстанеме на пазарот, треба да размислиме како да го заработиме. Значи, каде ќе ги добиваме приходите?

Мора да одговориме на следниве прашања:

- Која е нашата главна линија на приходи?
- Како ќе платат нашите клиенти?
- Зошто нашите клиенти се подготвени да платат?

6. Клучни ресурси

Знаењето со какви ресурси располагаме и што мора да имаме за да ја спроведеме активноста на нашиот бизнис е клучно за воспоставување на бизнис планот. Мора да бидеме претпазливи и претпазливи во дефинирањето на овие ресурси. Секогаш мора да размислуваме како да ги оптимизираме, односно да се трудиме да постигнеме максимална можна продуктивност со минимални трошоци.

Мора да одговориме на следново прашање:

- Кои суштински ресурси бара нашиот предлог за вредност?

7. Клучни активности

За да ја спроведеме понудата за вредност што сакаме да им ја понудиме на нашите клиенти, потребни се одредени активности за да се подготви производот пред да стигне на пазарот. Мислам, овде размислуваме за суштината на нашиот бизнис, што правиме во секојдневниот живот.

Мора да одговориме на следниве прашања:

- Која основна активност бара нашиот предлог за вредност?
- Кои се нашите канали?
- Кои се нашите извори на приход?

8. Клучни партнери

За водење бизнис, од суштинско значење е да имате сојузници. Овие сојузници можат да бидат;

Голем број на партнери/соработници: добрата мрежа на партнери може да ни помогне побрзо да дојдеме до клиентот, да бидеме поддржани од нивната репутација и искуство.

Добавувачи: оние кои ни ги обезбедуваат клучните ресурси за да можеме да ги понудиме услугите/финалниот производ.

Мора да одговориме на следниве прашања:

- Кои се нашите клучни пазарни партнери?
- Кои се нашите добавувачи?

9. Структура на трошоци

Целата инфраструктура на еден бизнис план има трошоци кои мора да ги платиме и да ги оптимизираме. Треба да дефинираме кои се нашите приоритети и основните трошоци во бизнисот на оние кои не се.

Да бидеме јасни за оваа структура ќе ни помогне да не отстапуваме од буџетите и дека бизнисот пропаѓа поради проблеми со финансирањето.

Мора да одговориме на следниве прашања:

- Кои се најважните трошоци во нашиот бизнис модел?
- Кои клучни ресурси се најскапи?
- Кои клучни активности се најскапи?

Со комплетниот модел на платно, претприемачите ќе имаат појасна идеја за бизнисот што ќе го започнат и алатка со која ќе го објаснат на визуелен и едноставен начин и на партнерите и на инвеститорите. Како што видовме, тоа е инструмент кој може да се примени и во почетните чекори на нов бизнис и за развој на нов производ во веќе формирана организација.