

Формирование инновационного бизнеса. Бизнес-модель стартапа

1. Оформите все ранее полученные материалы в виде таблицы, заполнив шаблон. Используйте материалы Лекции 4.

Ключевые партнеры	Ключевые виды деятельности	Ценностное предложение	Взаимоотношения с клиентами	Потребительские сегменты
	Ключевые ресурсы		Каналы сбыта	
Структура издержек			Потоки поступления доходов	

Пояснения к заполнению некоторых частей бизнес-модели

- 1. Взаимоотношения с клиентами** – охарактеризуйте, через какие каналы вы будете искать новых клиентов для своего продукта/услуги. Или вы будете их перехватывать? Тогда укажите, у какой именно компании.
- 2. Каналы сбыта** – уточните, какими именно каналами (своими или партнерскими) вы собираетесь пользоваться. Если это интернет – то, какие именно ресурсы, если торговля – то через какие организации.
- 3. Ключевые партнеры.** Кроме партнеров, *перечислите прямых или косвенных конкурентов вашей продукции.* Определите факторы конкуренции – основные показатели качества, определяющие потребительский выбор (Пример - рис 1). Постройте стратегическую канву для вашего товара и для товаров конкурентов.

2. Проведите анализ конкурентов и представьте его результаты.

Заполните таблицу, отражающую основных конкурентов, их и ваши преимущества (Таблица 3). В первом столбце укажите названия фирм, которые реально выпускают сходный товар или товар – заменитель.

Таблица 3 — Итоги конкурентного анализа

Конкурент (название компании или продукта)	Преимущества/недостатки		Важность для потребителя	Наш ответ
К 1	Преимущества			
	Недостатки			
К 2	Преимущества			
	Недостатки			
К 3	Преимущества			
	Недостатки			
К 4	Преимущества			
	Недостатки			

3. Постройте стратегическую канву для вашего продукта, определив факторы конкуренции, опираясь на опросы, проведенные в лабораторной работе №2.

Стратегическая канва. По горизонтали расположены факторы, по которым идет конкуренция, и куда направляются инвестиции в данной отрасли. По вертикальной оси

отмечен уровень предложения, получаемого клиентами по всем этим основным факторам конкуренции.

Кривая ценности является графическим отображением сравнительной эффективности работы компании с учетом факторов конкуренции в данной отрасли.

Напишите, по каким факторам вы собираетесь конкурировать, какие факторы у вашего товара лучше или хуже, чем у конкурентов.

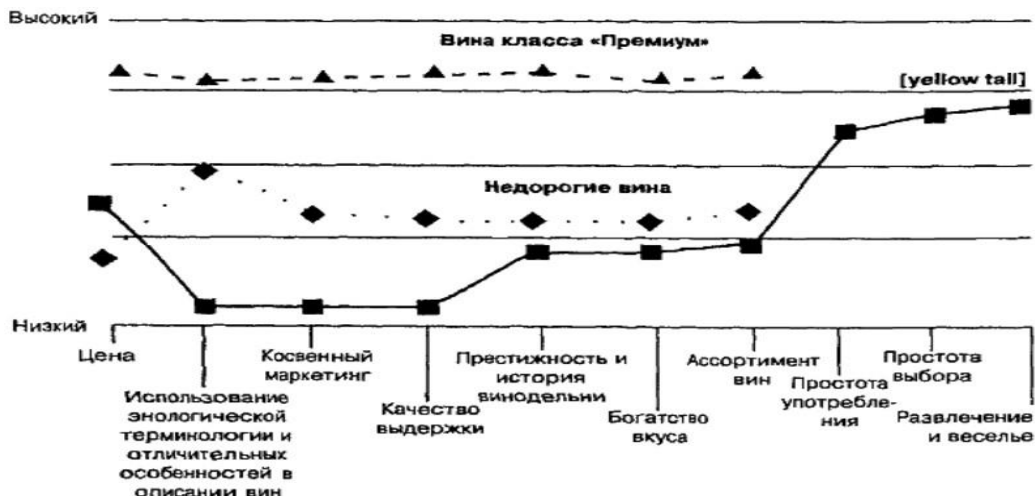


Рисунок 1 - Стратегическая канва для американской винодельческой отрасли и вина «Yellow tail» (Компания Casella Wines)

Стратегическая канва _____
 Название продукта/услуги

Высокий уровень

Низкий уровень

Факторы отраслевой конкуренции