

Як створити ідею для бізнесу

ДОПОМАГАЄМО

МАЛОМУ І СЕРЕДНЬОМУ БІЗНЕСУ

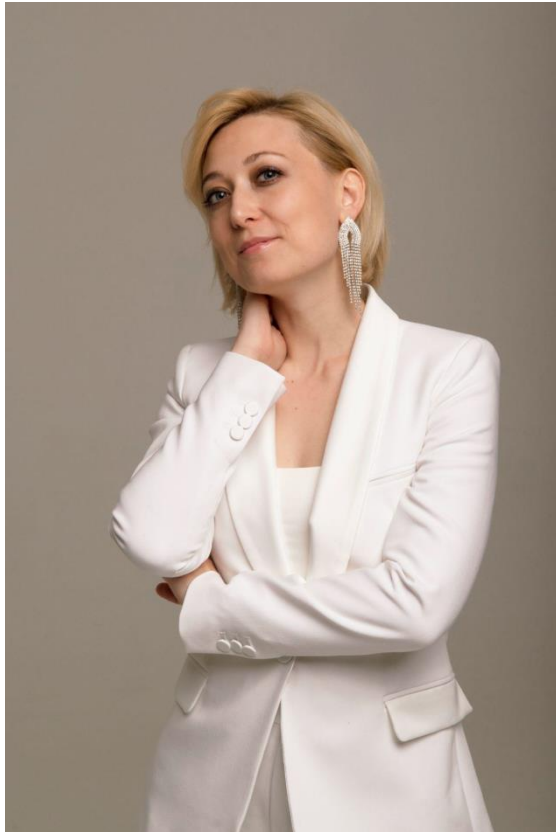
- ▶ БУТИ СТІЙКИМ
- ▶ ЕКСПОРТУВАТИ
- ▶ ЗРОСТАТИ
- ▶ ВПРОВАДЖУВАТИ ІННОВАЦІЇ



Відеозапис

ОНЛАЙН

26 травня 2023, 10:00-13:00



Ксенія Шишенок - експерт стратегічного планування, співвласниця консалтингової компанії «Якість гарантовано», сертифікований оцінювач бізнесу, цінних паперів, інтелектуальної власності. Досвід, понад 720 проектів в бізнес-плануванні. Спікер, ментор, трендвотчер, автор статей в провідні бізнес-видання України.

Більше 15 років в управління проектами.

Один з організаторів таких подій в Києві:

- Перший ярмарок грантів для бізнесу (більше 320 гостей, 16 спікерів)
- Міжнародний ярмарок грантів, кредитів та інвестицій (захід в 3 потоки, 35 спікерів).

За 6 місяців 2022 року залучила більше 15 млн.грн для українських підприємців

Перш ніж почати бізнес або проект вам спочатку потрібна ідея.

Чим кращою є ваша ідея, звичайно, тим успішнішим може бути ваш бізнес, але мати гарну ідею недостатньо.

Навіть найкращі ідеї потребують розробки і доопрацювання, перш ніж вони будуть готові до запуску.

Основні помилки при створенні та описі бізнес-ідеї

1. Дуже масштабна ідея

Клієнт (ініціатор проєкту) закладає в ідею для бізнесу одразу глобальні плани.
Через це:

- не може зробити фокус на початкових кроках
- дуже роздутий бюджет і потреба в інвестиціях
- проєкту бракує чіткості, прорахованості, деталізації

2. Занадто ускладнена бізнес-ідея

Клієнт (ініціатор проєкту) закладає в ідею багато бізнес-процесів, технологій і т.д.

Через це:

- окрім вас ніхто не може пояснити суть вашої бізнес-ідеї;
- складно залучити інвестиції

Потрібно шукати саме ваше коло людей

Або спрощувати щось

3. Бізнес, який важко масштабувати

Клієнт (ініціатор проєкту) закладає ідею, яка має свої обмеження:

- мало цільових клієнтів (одяг та аксесуари для дітей, що народилися передчасно);
- щось можна робити «руками», «фізично» (кабінети масажу)
- Для відкриття нового відділення або франшизи потрібні великі інвестиції (стоматологія, наприклад)

4. Ринку це вже не потрібно

Клієнт (ініціатор проєкту) хоче втілити ідею, яка є його мрією, але вже занадто стара для реалізації, через невідповідність потребам ринку:

Через це:

- дуже важко відвоювати % ринку;
- будуть проблеми з залученням інвестицій

5. Ідея без особливостей та креативу

Клієнт (ініціатор проєкту) хоче втілити ідею, яка не конкурентоспроможна, не можемо виділити якихось особливостей навіть при SWOT-аналізі

Через це:

- ідея не запам'ятовується, є банальною, навіть якщо бізнес прибутковий;
- проблеми з залученням інвестицій або грантів

6. Створення MVP проєкту занадто дороге, або потребує багато часу

Клієнт (ініціатор проєкту) хоче втілити ідею, яка знаходиться на початковому рівні, втілити її в життя буде вкрай важко, так як створення прототипу займає декілька років, або виробництво прототипу дуже дороге (або і те і те).

Через це:

- ідея може бути цікавою, але ніхто не захоче чекати довго;
- проблеми з залученням інвестицій або грантів

Потрібно дробити ідею на складники і спробувати реалізувати малими частинами. Розробити іншу бізнес-модель

Приклади розробки бізнес-ідей з практики:



Компанія з виробництва безпілотних систем.
Школа БПЛА

Основні причини успіху:

- швидка реакція на потреби ринку
- готова команда
- декілька варіантів монетизації проєкту
- є надійні партнери проєкту
- Стартували за рахунок власних інвестицій і далі за рахунок швидкої монетизації

[ГОЛОВНА](#)[ХТО МИ](#)[ЩО МИ РОБИМО](#)[ПОРТФОЛІО](#)[НАПРЯМКИ](#)[РЕЄСТРИ ЦЕНТРУ](#)[КОНТАКТИ](#)

Що ми робимо

Якість перевірена досвідом

Ми навчаємо літати як на коптерах різного виду так і на монокрилі. Інструктори з бойовим досвідом та реальними завданнями

Сертифікація наших випускників

Для отримання сертифікату, наші студенти мають успішно виконати ряд завдань, які готують бойові інструктори

Практика з передовими технологіями

У нас Ви дізнаєтеся як працювати з вбудованими тепловізорами, робити запуск (приземлення) монокрила різного розміру за різних умов та зможете дізнатися, якими хитрощами та доробками користуються на передовій




<https://www.specaero.center/>



Аудіоказки Українською - найбільша бібліотека аудіоказок та музики українською мовою у зручному застосунку
Колекція налічує вже більше 900 казок!

Основні причини успіху:

- масштабна ідея
- готова команда професіоналів та публічних осіб (важливі розвинуті соцмережі та авторитет)
- стартували за рахунок власних інвестицій і роботи команди
- Зібрали кошти на краудфантинговій платформі


Про додаток Контент Ціни

— Слухай серцем

Аудиоказки Українською

Найбільша бібліотека аудіоказок та музики українською мовою у зручному застосунку
 Колекція налічує вже більше 900 казок і примножується щотижня!

ПІДТРИМАТИ ПРОЕКТ ЗАВАНТАЖИТИ ДОДАТОК

Категорії
 Народні казки Кольорові Менш відомі
 Литовські казки (1 казка) Латиські казки (5 казок)
 Македонські казки (1 казка) Німецькі казки (3 казки)
 Норвезькі казки (3 казки) Польські казки (7 казок)

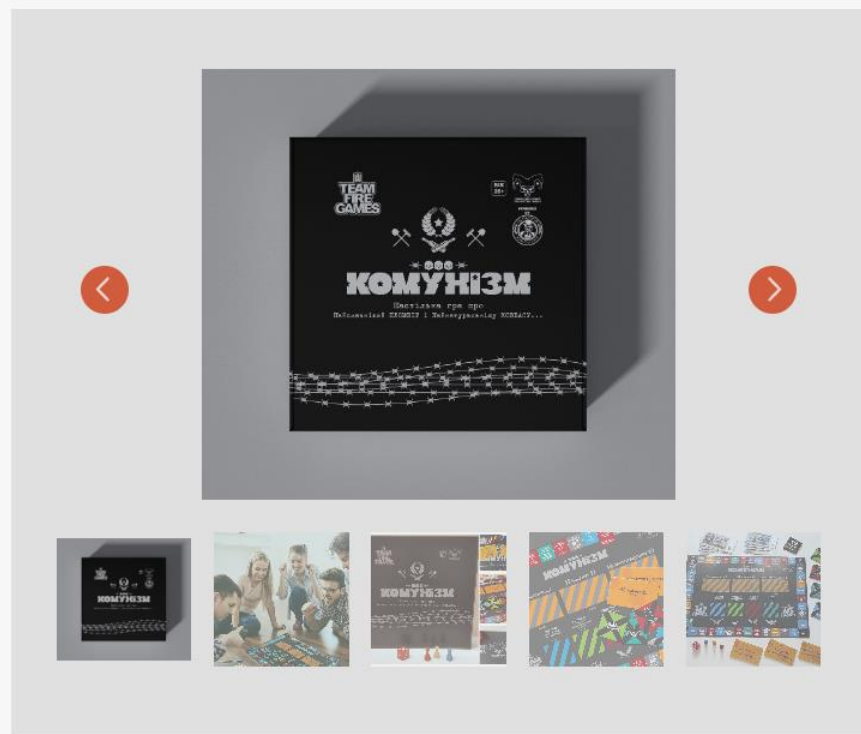
<https://audiokazky.com/>



TeamFire.Games– студія з розробки історико-економічних, освітніх, антикорупційних, філософських та розважальних тематичних ігор

Основні причини успіху:

- креативна ідея
- готова команда професіоналів та публічних осіб (важливі розвинуті соцмережі та авторитет)
- незайнята ніша
- гумор
- стартували за рахунок передоплати



НАСТІЛЬНА ГРА "КОМУНІЗМ"

Зустрічайте унікальну хардкорну гру на виживання — "Комунізм", зроблену в стилі настільної гри монополія.

Пориньте у ностальгічно-тоталітарний світ СРСР, що сповнений сірої буденності, небезпечних пригод, смачного пломбіру, ковбаси по 2,20, адреналіну від можливості померти в застінках НКВД чи ГУЛАГу. **Відчуйте себе Інженером, Колгоспником або Партпрацівником**, що пробують досягти успіху в симуляторі тоталітарної соціалістичної держави минулого.

Кількість гравців: 2-3 людей.

Час однієї партії: від 8 до 40 хвилин.

- ! Увага ! Обмеження по віку — для осіб не молодших 25 років !
- ! Наявність здорового почуття гумору гравців обов'язкова !

599 UAH + доставка

 **ЗАМОВИТИ**

<https://teamfire.games/>

Шість кроків, які допоможуть вам перетворити необроблену ідею на успіх

Крок 1. Генерація ідей

Згенеруйте кілька ідей: запишіть будь-які ідеї, які спадають вам на думку.

Мисліть масштабно та не стримуйтеся.

Сядьте на годину та заповніть сторінку ідеями або виділіть тиждень, щоб записувати кожну ідею, коли вона приходить до вас.

Методи генерації бізнес-ідей:

1. Розвивайте допитливе мислення

Почніть цікавитися і брати участь у тому, що відбувається у світі. Щодня виділяйте 30 хвилин на читання відомих блогів, новинних порталів або перегляд останніх новин. Дізнайтеся про новостворені стартапи та про те, як вони розвиваються.

2. Отримайте нові навички

Скористайтесь чимось надзвичайно новим із того, що ви робили раніше. Нові почуття та емоції спонукають до творчості, коли людина потрапляє в незвичайні обставини. Переключіться з повсякденної рутини на щось нове, що ви завжди хотіли зробити. Нове середовище змусить ваш розум розглянути всі позитивні та негативні сторони, а також потенційні труднощі.

3. Опитування:

Ви можете проводити опитування як онлайн, так і офлайн.

Неофіційні опитування проводяться шляхом розмов із сусідами, колегами та членами родини про продукт чи послугу. Мета проведення опитувань — зібрати скарги від незадоволених клієнтів щодо нових і існуючих елементів, щоб ви могли розробити ідеї щодо тонкого налаштування своїх інвестицій, щоб включити оновлення та модифікації, які хоче бачити більшість людей.

4. Скарги:

Щоразу, коли клієнт висловлює невдоволення продуктом, наприклад «Я хотів би, щоб було...» або «Якби вони мали...», існує можливість інвестувати.

Крок 2. Дослідження ринку

Розгляньте ринкову нішу (ніші), до якої застосовна ваша ідея

Які потреби галузі та її споживачів?

Чи є невирішені проблеми, з якими стикається галузь?

Чи принесе ваша ідея бізнесу рішення та покращення ситуації?

Дослідження конкурентів

Крок 3. Розробити новий продукт або покращити існуючий

Крім цього ви можете знайти новий ринок для існуючого продукту

Крок 4. Моделюйте свій бізнес

Для цього ви можете розробити бізнес-план, або створити Канву бізнес-моделі. Такі інструменти дають можливість програти декілька сценаріїв розвитку бізнесу і обрати найкращий до втілення.

Крок 5. Протестуйте свою ідею або продукт

Розробіть пробний варіант продукт. Також це може бути сайт з можливістю замовлення, або навіть пости в соц мережах.

Слідкуйте за реакцією аудиторії

Крок 6. Зберіть відгуки та розробіть свій кінцевий продукт

Ведіть постійний діалог з клієнтами, так ви зможете швидше зрозуміти потребу ринку.

Ключові елементи гарної бізнес-ідеї

1. Чіткий попит на продукт або послугу

Попит і пропозиція є основами всього бізнесу. Кожна бізнес-ідея повинна мати чіткі та чіткі докази попиту на вашому ринку чи в галузі.

2. Короткострокові та довгострокові цілі

Наявність стратегії та плану має вирішальне значення для розвитку підприємницької діяльності. Ваші довгострокові та короткострокові плани повинні працювати разом, щоб ви могли триматися обраного курсу. Встановлюйте SMART цілей та відслідковуйте показники бізнесу.

3. Простір для зростання (гучкість проєкту)

Не бійтеся змінити частину або всю свою ідею на основі нової інформації чи досвіду. Іноді потрібні зміни. Важливо йти в ногу з поточним ринком і бути готовим адаптуватися до неочікуваних змін ринку.

4. Сильна концепція бізнесу

Ідея, яку легко впізнати, асоціювати, має здатність до соціального поширення і т.д.

Помилка №1 при створенні ідеї – ви шукаєте ідеальну бізнес-ідею

Не витрачайте час на очікування чи пошук ідеальної ідеї.

Люди вірять, що неймовірна ідея відразу приведе до успішного бізнесу.

Насправді важлива ваша здатність взяти ідею та перетворити її на ціннісну пропозицію, яку захочуть клієнти, і вдала бізнес-модель на основі win-win.

Помилка №2 при створенні ідеї – ви хочете створити бізнес в блакитному океані

Не витрачайте час на пошук ідеї, яка може не мати свого ринку збуту.
Такі причини виникають, коли підприємці хочуть адаптувати в іншій країні інший досвід.
Створюють продукт без тестування, спираючись на те, що ТАКЕ ніхто не робить.
Але можливо, тому що це просто не потрібно ринку.

КОНЦЕПЦІЯ – це основна ідея, навколо якої всі інші думки систематизуються і пов’язані одна з одною

По суті ми святкуємо оборот землі навколо сонця, але у святкуванні закладена чітка основна концепція.

Ми це свято не переплутаємо з іншими



Бізнес концепція допомагає:

- усвідомити мету та цілі свого бізнесу;
- сформулювати ключові принципи роботи компанії;
- оформити власне унікальне бачення свого бізнесу;
- побудувати перспективу розвитку бізнесу.



Кафе-кондитерська Namelaka

☰ **The Village** УКРАЇНА

НОВЕ МІСЦЕ

**Кафе-кондитерська
Namelaka біля метро
«Тараса Шевченка»**

31 ЛИПНЯ В 11:30 23416 0

Кафе-кондитерська Namelaka почала працювати на вулиці Межигірській, біля станції метро «Тараса Шевченка».



Рибна еко-лавка Ресторан «Чорноморка»
пропонує своїм покупцям унікальний
асортимент чорноморської риби та
морепродуктів найвищої якості.



Асортимент закладу настільки різноманітний і
великий, що кожен знайде щось для себе.

«Кураж Базар» — перша київська благодійна барахолка (блошиний ринок), яку створила у 2014 році Альона Гудкова.

Кураж проходив у вихідні один раз на місяць із лютого до грудня та об'єднує приблизно 15 000 людей.

З інтерв'ю для mtr.ua
«Большую роль
играет концепция
upcycling — вторая жизнь
вещей.»



Что для вас стало концентрацией
инсайтов или вдохновением, чтобы
запустить «Кураж Базар»?

Подписывайтесь на наш Telegram-канал

Я смотрела на то, чего нет. Есть два пути: повторять или начать делать первому. Когда родилась благотворительная THE NEW OLD, которая переросла в «Кураж Базар», в Киеве не было классной барахолки, где люди могли бы потусоваться.

В детстве меня завораживала атмосфера Сенного рынка со своей тусовочной субкультурой, а к созданию «Куража» подтолкнула поездка в Барселону.



Розробивши концепцію Ви:

- створюєте образ Вашого бізнесу для Ваших споживачів;
- закладаєте фундамент бізнес-моделі та стратегії;
- вирізняєтеся від конкурентів;
- зможете виділити і зрозуміти свою аудиторію і, відповідно, робити їй більш привабливі пропозиції;
- будете знати своїх конкурентів, що допоможе Вам виділитися поміж них і виробити кращу і більш вигідну (з точки зору аудиторії) позицію;
- розробите власні, реальні і затребувані аудиторією переваги і створите свою ціннісну пропозицію, що забезпечить Вам більше продажів;
- будете краще розуміти свій проект, зможете мінімізувати ризики і ефективніше ним керувати в цілому;
- будете розуміти, як розвивати свій бізнес і куди рухатися далі.

В основу бізнес-концепції вкладають один з елементів:

- 1. Щось нове.** Новий товар, послуги, можливості або технології.
- 2. Щось краще.** Удосконалення наявних товарів або послуг (розширення можливостей, зниження ціни, підвищення надійності, швидкості або новий рівень зручностей).
- 3. Ненасичений або новий ринок.**

Маються на увазі ситуації коли:

- на ринку є значний попит, але конкуренти не здатні його задовольнити;
- якась територія не охоплена певними послугами або коли на невеликій частині ринку (в ринкової ніші) відсутні домінуючі гравці.

В основу бізнес-концепції вкладають один з елементів:

4. Нова система поставок або каналів розподілу. Нові технології (насамперед Інтернет), дозволяють компаніям більш ефективно залучати покупців. Підприємства повинні використовувати нові можливості, що дозволяють без особливих витрат розширити пропонований споживачам вибір, а також географію поставок і надання послуг.

5. Підвищення ступеня інтеграції.

Ситуація, коли компанія пропонує розширений набір послуг або товарів на одному географічному ринку.

Фітнес для жінок Fit Curves

Це техаська компанія, яка спеціалізується на фітнес-послугах для жінок з 1995 року.

Коли цей бренд тільки відкривався ринок вже був перенасичений, але вони зуміли виокремитися від конкурентів завдяки новій концепції.

Їхня концепція полягала в тому, щоб розробити фітнес-клуби окремо для жінок, з розташуванням не таким, який до цього часу було прийнятним – в житлових кварталах.

Ціна на абонемент була меншою в порівнянні зі звичайними фітнес-центрами.

Ця концепція дозволила охопити новий ринок та виокремити цю компанію з поміж інших.



10 кроків для створення бізнес-концепції

1. Опрацюйте вашу ідею: визначте власні цілі та цілі проекту.
2. Чому ця ідея актуальна зараз, які задачі клієнтів вирішує ваша ідея? Що дасть реалізація цієї ідеї користувачам, людям та світу?
3. Який ваш продукт/послуга, його властивості?
4. В чому новизна того, що ви пропонуєте? Які переваги для користувача? Які відмінності від конкурента?
5. В якому сегменті ринку ви працюєте? З якими цільовими групами?
6. Яку проблему своїх майбутніх клієнтів ви вирішуєте? В чому зручність роботи з вами?
7. Які ваші удосконалення продуктів або послуг на вашому ринку: зміна або покращення зручності у формі, логістиці, здешевлення, швидкості, надійності та інше?
8. В чому ваші сильні сторони? Як ще більше їх посилити?
9. Які очікування у майбутніх поколінь від вашого товару/послуги? Які є тренди?
10. Як можна передати вашу концепцію через кольори, шрифти, tone of voice та архетип бренду?

«Стисла концептуальна подача»

Окрім ґрунтовного опрацювання своєї концепції ми ще маємо вміти коротко розповідати про свій проект, або ідею. Найкраще це робити через стислу концептуальну подачу.

Наприклад, фільм Титанік – це «Ромео і Джульєтта на кораблі, що тоне».

«The secret life of pets» - це історія іграшок, тільки з тваринами, що розмовляють.

Компанію Airbnb – сервісу винайму житла, колись називали «eBay для житла». Сервіси незалежного таксі, такі як убер, колись називали Airbnb для авто. А коли Убер став успішним і відомим стартапом, нові стартапи позиціонували себе як Убер для ... будь кого.



Ефект «оптимальної новизни»

Людам притаманно сприйняття нового через те, про що вони вже знають, це називається ефект «оптимальної новизни».

Це комбінація вашої ідей з ВЖЕ чимось відомим на ринку, те, що вже знайоме вашому клієнту, або інвестору.

Секрет у тому, щоб представити ваші ідеї як поліпшення старих ідей і додати до легкості сприйняття трохи складності, щоб ваша публіка побачила знайоме в сюрпризі.



6 принципів заразливості ідеї

№ 1. Соціальна валюта

Потрібно знайти особливу характеристику, знання якої змусить людей почуватися причетним до вузького кола.

Використати механізм гри, щоб показати шлях до досягнення вищого статусу і забезпечити **видимі статусні символи**, які можна продемонструвати іншим.

№2. Тригери

Стимули, які спонукають людей замислитися про пов'язані об'єкти.

Підносити товари та ідеї в асоціації з навколишнім середовищем і створювати явища навколо нас.

№3. Емоція

Емоційною інформацією найчастіше діляться з іншими.

Потрібно побудити правильні переживання, підкинути трохи дров у вогонь.

№4. Суспільство

Люди люблять наслідувати.

Одже, потрібно дати те, що легко імітувати, такі речі легше зробити популярними.

Слід створити продукти й ініціативи, що рекламуватимуть себе самостійно і формуватимуть поведінкову норму.

№5. Практична цінність

Люди люблять допомогати іншим.

Даємо користь і демонструємо те, що може допомогти багатьом.

Вирізняємо повідомлення.

№6. Історії

В яку цікаву історію ми можемо запакувати ідею?

Будуємо власних троянських коней, загортаючи продукти й ідеї в історії, які хочеться переповідати.

Послання слід так інтегрувати в оповідь, щоб історія була без нього неможлива.

ДЯКУЄМО ЗА УВАГУ!

Бажаємо успіхів у ваших проєктах!

<https://www.instagram.com/kseniashyshenok/>