

Skills Lab: ВЛАСНА СПРАВА

Блокнот-помічник у створенні власного бізнесу

Skills Lab: Власна справа – Блокнот-помічник у створенні власного бізнесу / Під ред. Саприкіної М., Гондюл О.; Центр «Розвиток КСВ». – К.: 2019. –122 с.

Даний блокнот допомагає створити бізнес-ідею та перетворити її у повноцінний бізнес. Він поділений на блоки, серед яких: рефлексія та пошук натхнення, ідея та сучасні тренди, планування та бізнес-аналіз, юридичні аспекти та фінансова грамотність, презентація бізнес-ідеї, дослідження цільової аудиторії та маркетинг, SMM планування та створення сайту, фінансування.

Блокнот має на меті розвинути підприємницькі навички, зрозуміти сучасні тенденції та особливості побудови бізнесу та обрати нішу для власної ідеї. За допомогою теоретичної інформації та практичних завдань можна обрати сферу і напрям, в якому реалізовувати власну ідею, дослідити правові та фінансові аспекти створення бізнесу, створити бізнес-модель, вдосконалити презентаційні навички та знайти можливості просування власного бізнесу.

Блокнот призначений для широкої аудиторії людей, що бажають реалізувати власну ідею, створити свій бізнес та успішно розвивати його, а також рекомендований для використання під час спеціальної програми Skills Lab: Власна справа, що реалізується за підтримки Центру «Розвиток КСВ» та UNFPA, Фонду ООН в галузі народонаселення.

Skills Lab: ВЛАСНА СПРАВА

Блокнот-помічник у створенні власного бізнесу



Міністерство
молоді та спорту
України

SKILLS LAB: ВЛАСНА СПРАВА

У рамках Skills Lab на практичних заняттях ми не тільки допоможемо знайти відповіді на запитання, які ви бачите нижче, а й покажемо, як це працює. А блокнот, зручний інструмент для закріплення знань, стане особистим помічником у реалізації вашої бізнес-ідеї.

СПРОБУЙТЕ ОДИМ РЕЧЕННЯМ ВІДПОВІСТИ НА КОЖНЕ ІЗ ЗАПИТАНЬ:

1. Що таке самозайнятість? Чим вона відрізняється від start-up і бізнесу?

2. Де брати натхнення, щоб створити бізнес-ідею?

3. Скільки разів можна помилятися?

4. Що таке бізнес-модель і як ефективно проаналізувати свою концепцію?

5. Чому потрібно розумітись у правових та фінансових питаннях?

6. Чи потрібен апгрейд навичок презентації себе та власної ідеї?

7. Як стати гуру маркетингу, не будучи маркетологом?

8. Онлайн - це актуально, вигідно, приносить більше прибутку?

9. Що робити, щоб інвесторами проекту були не лише друзі та родина?

10. Ви готові просто зараз йти реалізовувати вашу ідею?

НУ ЯК? СКЛАДНО? Є ЧОМУ ПОВЧИТИСЬ?
ЯКЩО ТАК, ТО ЗАПРОШУЄМО ДО ПОДОРОЖІ, ЯКА ДОПОМОЖЕ ВАМ
ЗНАЙТИ ВІДПОВІДІ НА ЦІ ЗАПИТАННЯ ТА СТВОРИТИ ВЛАСНУ СПРАВУ.

Перш ніж ми перейдемо безпосередньо до аспектів створення власної справи, пропонуємо вам витратити 12 хвилин свого часу та переглянути мотиваційне відео від Томаса Декстера Джейкса (TD Jakes), американського пастора, надихаючого спікера та публіциста, на тему: **«НЕ ВИТРАЧАЙТЕ СВІЙ ЧАС ДАРЕМНО»**



Посилання на відео (англійською мовою): <https://cutt.ly/vtvY8uF>



Для вашої зручності – текст перекладу відео на українську мову: <https://cutt.ly/I9rIU>



“
DON'T
WASTE
TIME
”



НИЖЧЕ ВИ МОЖЕТЕ ПРОЧИТАТИ ТЕЗИ З ЦЬОГО ВІДЕО, ЩОБ ПЕРЕКОНАТИСЬ, ЩО ЦІ 12 ХВИЛИН ВАРТІ ВАШОЇ УВАГИ!

“

Час минає... **ЩО ВИ ЗБИРАЄТЕСЬ РОБИТИ З ТИМ ЧАСОМ, ЩО У ВАС ЗАЛИШИВСЯ?** Якщо ви не задумаетесь над цим, ви можете згаяти найкращий час у своєму житті.

Ми маємо **ЗМІНИТИ СПОСІБ НАШОГО МИСЛЕННЯ**. Ми маємо змінити спосіб нашого життя і роботи. Ми маємо змінити спосіб ставлення до проблем.

Ви спробували п'ять, шість, сім, вісім, дев'ять, десять різних справ чи сфер. Щоразу над кожною справою ви працювали 90 днів, а вони так і не принесли задовільних результатів. **АЛЕ ЯК ВИ МОЖЕТЕ СТАТИ ЛІДЕРОМ У ЧОМУСЬ УСЬОГО ЗА 90 ДНІВ?** Звичайно, це не спрацювало. Бо ви не витратили на це достатньо часу. Ви не зробили всього того, що потрібно для успішного результату, а просто кидали справу і брались за нову. І так останні 5, 10, 15 років вашого життя ви бігаєте від однієї справи до іншої, намагаючись досягти хоча б чогось.

Ви не повинні приймати все як є, не змінюючи нічого. Десь усередині вас є креативність. **МИ ПОВИНИ ВІРВАТИСЯ З БАР'ЄРІВ І ОБМЕЖЕНЬ**, вийти із зони комфорту, щоб хоча б щось відбулося у нашому житті. Ви повинні взяти і зробити це одного дня, одного разу, і коли такий день добігатиме кінця, ви зможете сказати, що хоч і не завершили цю справу, проте зробили все, що від вас залежить, саме цього дня, сьогодні, в цей період життя.

Не дозволяйте нікому казати, що ви занадто молоді. Не дозволяйте нікому казати, що ви занадто старі. Не дозволяйте нікому казати, що ви вже зробили що могли. **ЩОРАНКУ ВИ ПРОКИДАЄТЕСЬ, ВИ ЖИВІ, ОСЬ СПРАВЖНИЙ ЗНАК**. Найкраще ще попереду. Розум – це ваше поле битви, бій у вашому розумі. Ви готові перейти на наступний рівень?

Як довго ви будете жити, не знаючи, що вам потрібно робити? **ЯКЩО ВИ ЗНАЄТЕ, КИМ ВИ Є, ТО ВИ ТАКОЖ ЗНАЄТЕ, КИМ ВИ НЕ Є**. Якщо ви не знаєте, хто ви, то хтось може наліпити вам будь-яку ідентичність, і ви будете проживати життя у форматі, в якому того хочуть інші. І повірте, таке ставалося з багатьма з нас.

Ви не дізнаєтесь, наскільки ви сильні і що можете, поки не пройдете всі кола пекла. Ви не дізнаєтесь, що ви можете отримати від життя, поки не відчуєте тиск зовні. **ВИ НЕ ДІЗНАЄТЕСЬ, НАСКІЛЬКИ ВИ СМІЛИВІ, ПОКИ НЕ ОПИНИТЕСЬ ПІД ШКВАЛОМ КРИТИКИ, В БОРТЬБІ З ТРУДНОЩАМИ, НА ШЛЯХУ ВИПРОБУВАНЬ**. Ви не дізнаєтесь, які ви є насправді і якими можете бути, сидючи на дивані.

Ви зараз можете просто **ВИМКНУТИ ЦЕ ВІДЕО І ЗАБУТИ ЙОГО**. Або можете взяти всі знання і мотивацію, що ви маєте, і **ДІЯТИ**. У вас дійсно є достатньо сміливості.

ТО ДАЙТЕ ТЕПЕР СОБІ ВІДПОВІДЬ НА ЗАПИТАННЯ: ЩО ВИ БУДЕТЕ РОБИТИ З ТИМ ЧАСОМ, ЩО У ВАС ЛИШИВСЯ?

”

РЕФЛЕКСІЯ ТА ПОШУК НАТХНЕННЯ



САМОЗАЙНЯТІСТЬ – СТАРТАП – БІЗНЕС

ХТО ТАКА САМОЗАЙНЯТА ОСОБА?

Самозайнятість – відносно новий феномен на ринку праці. Сам термін «самозайнятий» в Україні, на відміну від self-employed на Заході, майже не прижився, навіть попри те, що він прописаний у законодавстві. Згідно з Податковим кодексом України, самозайнята особа – це фізична особа-підприємець або незалежний професійний діяч, що не є працівником у межах такої підприємницької чи незалежної професійної діяльності.

СЕРЕД ОСОБЛИВОСТЕЙ САМОЗАЙНЯТОСТІ:

- різновид нестандартної зайнятості (в основі якої лежить самоорганізація);
- трудова активність без формальних трудових відносин (з роботодавцем або як роботодавець), дрібне підприємництво в торгівлі, сфері послуг тощо;
- це самостійні працівники, тобто ті, хто працює за свій рахунок, сам організує свою роботу, володіє засобами виробництва і відповідає за вироблену продукцію або послуги, їхню якість, ціну, збут (реалізацію) тощо;
- люди, що отримують прибуток за допомогою своїх знань та навичок;
- самозайняті – це більше праці та більше ризиків.

САМОЗАЙНЯТИМИ називають бізнесменів, торговців, чий прибуток визначається не зарплатою, а підприємницькою діяльністю. Самозайнята людина – сама собі бос. На сьогодні в Україні нараховують понад 1,2 млн фізичних осіб-підприємців. Визначити, яку частину цих людей складають власники своєї справи, а яку – незалежні працівники, фактично неможливо.

ЩО ТАКЕ СТАРТАП?

Це «золота середина» між проектом та бізнесом. Тобто стартап – це проект, який не має чіткої бізнес-схеми, але є спробою створити новий унікальний бізнес.

ОСНОВНІ РИСИ СТАРТАПУ:

- основне в стартапі – інноваційний продукт або сервіс;
- стартап тримається на засновниках;
- він є глобальним, орієнтованим на широку аудиторію, і ви можете продати свою ідею;
- стартап – це бізнес, що росте по експоненті, але період зростання обмежений.

СТАРТАП – це початкова стадія бізнесу, яка переважно зводиться до активної перевірки гіпотези «про можливість ініціативною командою вести бізнес на основі певної ідеї».

ЩО ТАКЕ БІЗНЕС?

Бізнес – це самостійна ризикова діяльність, спрямована на отримання прибутку шляхом надання послуг, продажу продуктів. Бізнес є реалізацією поставлених цілей.

ОСНОВНІ РИСИ БІЗНЕСУ:

- бізнес використовує відомі бізнес-схеми;
- він може працювати без участі засновника;
- є самостійність у прийнятті господарських рішень та економічна свобода суб'єктів господарювання;
- бізнес можна продати, і він буде працювати так само стабільно, як працював, якщо замінити всіх співробітників.



**БІЗНЕС – ЦЕ РЕЦЕПТ,
ЯК ЗАРОБИТИ ГРОШІ.
СТАРТАП – ЦЕ ПОШУК
ЦЬОГО РЕЦЕПТУ.
САМОЗАЙНЯТИСТЬ –
ЦЕ ЙОГО ІНГРЕДІЄНТИ.**

- **Як би ви описали рецепт успішного бізнесу (складові, шляхи досягнення)?**
- **Які інгредієнти додали б (вміння, навички бізнесменів)?**

ЗАВДАННЯ ДЛЯ МАЙБУТНІХ БІЗНЕСМЕНІВ ;)

Уявіть, що у вас є \$ 1 000 000 на найближчі два роки.

ЗАВДАННЯ: письмово складіть список покупок, справ, проектів і розваг, на які б ви їх витратили (так, щоб витратити все, тому проти кожного пункту поставте суму).

ПОМІТЬТЕ ЧАС, ЯКИЙ ВИТРАТИЛИ НА ЗАВДАННЯ.

P. S. НЕ ДИВІТЬСЯ ЗАЗДАЛЕГІДЬ «АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТІВ ТЕСТУ».

Проекти, справи, покупки тощо	Сума (\$)
-----	-----
-----	-----
-----	-----
-----	-----
-----	-----
-----	-----
-----	-----
-----	-----
-----	-----
-----	-----
-----	-----
-----	-----
-----	-----
-----	-----
-----	-----
-----	-----
-----	-----
-----	-----
-----	-----
-----	-----
-----	-----
-----	-----
-----	-----
-----	-----
-----	-----
-----	-----
-----	-----
-----	-----
-----	-----
-----	-----
-----	-----
-----	-----
-----	-----



Якщо ви розгубилися перед сумою \$ 1 000 000 і думали понад дві хвилини, що з ним робити, ви до таких грошей ще не готові. Якщо швидко, в межах двох хвилин, ви склали список порожніх витрат, куди ви можете викинути цю суму, то вам цих грошей давати не можна. А як перевірити «порожні» чи «не порожні»? Виділіть із вашого списку п'ять реально важливих для вас пунктів. Скільки вони коштують?

Якщо ви вклалися у дві хвилини і подали реальний список життєздатних, перспективних бізнес-проектів, для яких дійсно потрібен \$ 1 000 000 на найближчі два роки: у вас ці гроші справді скоро з'являться. Потрібні гроші з'являються зазвичай у тих, хто знає, що з чимини робити. До решти вони ніколи не приходять або від них швидко тікають.

АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТІВ ТЕСТУ

5 ПЕРЕВІРЕНИХ правил

УСПІШНОГО ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ ВІД ТИХ, ХТО САМ ЗРОБИВ СВІЙ БІЗНЕС ТАКИМ

Зрозумійте різницю між доданою вартістю та вигодою від ринку. Виграйте битву, яку ви ведете, перш ніж переходити до нової. Не потоніть у можливостях. Не беріть одразу надто багато на себе, особливо під час викликів, бо вам доведеться або тикати, або відмовлятися від кращих можливостей у майбутньому.

“

Не розпочинайте бізнес, якщо це не є вашою одержимістю або чимось, що ви дуже любите

”

Марк Кубан,
Dallas
Mavericks



Він називає себе «Fun Junkie» і йде в бізнес, де може отримати задоволення. Його філософія бізнесу – робити те, що неможливо забути. Тому він завжди фільтрує свої бізнес-рішення за допомогою «веселого» фільтра.

“

Якщо я отримую задоволення, коли роблю/створюю щось, я припускаю, що інші теж роблять це із задоволенням (використовують мої товари, послуги)

”

Річард Бренсон,
Virgin
Group



Ніколи не відмовляйтеся від своєї ідеї: люди, які легко відступають, коли невелика перешкода виникає на їхній стежці, – це ті, хто не матиме успіху в житті.

Приваблюйте чудових людей – залучайте позитивних людей, які підвищать ваш моральний дух і змусять вас прагнути до більшого.

Робіть чудовий продукт – ви не будете успішні, якщо продукт, який ви продаєте, не є кращим.

I, звичайно ж, Work Super Hard.



Ілон Маск,
SpaceX



“

Навчіться передавати свої знання іншим

”

Ідея полягає в тому, що ринок конкурентний, все дуже швидко змінюється, тому часу на сумніви і перфекціонізм немає – треба рухатися вперед із максимальною швидкістю, створювати нові продукти, змінюватися, робити і переробляти, не боятись труднощів і помилок.

“

Рухайтесь швидко і руйнуйте всі перешкоди на шляху

”

Марк
Цукерберг,
Facebook



Це фантастичний час для того, щоб увійти в світ бізнесу, тому що бізнес буде змінюватися швидше протягом наступних 10 років, ніж це було в останні 50 років.

Ваші найбільш незадоволені клієнти є вашим найбільшим джерелом навчання.

Кожен потребує тренера. Неважливо, чи ви баскетболіст, тенісист, викладач чи бізнесмен.

“

Для того щоб створити щось дійсно велике, вам іноді доведеться йти на великі ризики

”

Білл Гейтс,
корпорація
Microsoft



А ТЕПЕР ПЕРЕВІРИМО ...

Спробуйте оцінити себе як потенційного підприємця, відповівши на наведені нижче запитання.

1 Ваш вік:

- А До 30 років
- Б 31-40 років
- В 41-50 років
- Г Понад 50 років

2 Ви:

- А Одружені
- Б Неодружені, але в стосунках
- В Неодружені, не в стосунках

3 Ви:

- А Старша дитина в родині
- Б Середня дитина в родині
- В Молодша дитина в родині
- Г Єдина дитина в родині

4 Чи займалися ваші батьки індивідуальним підприємництвом?

- А Так, займалися обидва
- Б Так, займалися, але один з них
- В Ні, ніхто не займався

5 Як би ви охарактеризували своє дитинство?

- А Як проведене у великій нужді
- Б Родина була малозабезпечена
- В Родина була досить забезпечена
- Г Каталися як сир у маслі

6 Яка у вас освіта?

- А Середня спеціальна
- Б Вища
- В Ступінь магістра
- Г Ступінь кандидата наук

7 Скільки місць роботи ви змінили?

- А Три і більше
- Б Два
- В Одне
- Г Жодного

8 Ви отримали свою першу оплачувану роботу у віці:

- А До 15 років
- Б Від 15 до 18 років
- В Від 18 до 21 року
- Г Після 21 року

9 Яка основна причина того, що ви хочете створити власний бізнес?

- А Я хочу заробити гроші
- Б Я хочу сам будувати своє життя
- В Мені важко стриматися, коли хтось невміло керує бізнесом

10 Яка фраза найкраще характеризує ваше ставлення до роботи?

- А Я можу працювати стільки, скільки потрібно
- Б Я можу напружено працювати тільки в разі потреби
- В Робота має обмежуватися певними часовими рамками

11 Ви переважно:

- А Оптиміст
- Б Песиміст
- В Не знаю

12 Ви зіткнулися з дуже складною проблемою. Що ви зробите?

- А Нічого, буду сподіватися на те, що вона розв'яжеться сама по собі
- Б Звернуся по допомогу
- В Намагатимусь розв'язати її самостійно

13 Ви граєте в карти зі знайомими. Понад усе вас цікавить:

- А Перемога
- Б Сама гра
- В Можливість гарно провести час

14 Як ви ставитеся до невдач?

- А Страх перед невдачею паралізує мене
- Б Невдача – це джерело набуття досвіду
- В Ймовірність зазнати невдачі змушує мене працювати інтенсивніше

15 Яка фраза характеризує вас найкраще?

- А Для того щоб я чогось досяг, мене треба весь час підбадьорювати
- Б Мені потрібна допомога тільки спочатку
- В Мені не потрібна нічия допомога

16 З якого приводу ви поб'єтеся об заклад?

- А Ставка на іподромі
- Б Ставка в грі, в якій ви берете участь
- В Я ніколи не б'юся об заклад, не граю на гроші



ПІДРАХУЙТЕ БАЛИ:

Запитання 1

- A 8** Впродовж останнього десятиріччя середній підприємець молодшав. Більшість підприємців починають власну справу, коли досягають 30-річного віку. До цього часу вони встигають заощадити певний капітал і набути відповідного досвіду в тій чи тій сфері бізнесу.
- B 10**
- B 2**
- Г 0**

Запитання 2

- A 10** Численні дослідження свідчать, що близько 75% усіх підприємців одружені. При цьому більшість вважає, що один з основних факторів успіху – це підтримка подружжя.
- B 3**
- B 2**

Запитання 3

- A 10** Підприємець – це, як правило, старша або єдина дитина в родині. Очевидно, статус старшої дитини формує потрібні якості.
- B 0**
- B 0**
- Г 5**

Запитання 4

- A 10** Підприємці вчаться на прикладах. Діти, чиї батьки (або хоча б один з них) мали власний бізнес, схильніші до підприємництва.
- B 6**
- B 2**

Запитання 5

- A 2** Найчастіше успішні підприємці – вихідці з малозабезпечених родин. Можливо, саме тому вони і прагнуть отримувати максимальну вигоду за наявності обмежених ресурсів.
- B 10**
- B 4**
- Г 0**

Запитання 6

- A 4** Стереотип недоука, що будує свою імперію бізнесу, не завжди відповідає дійсності. Більшість підприємців мають закінчену вищу освіту.
- B 10**
- B 8**
- Г 4**

Запитання 7

- A 10** Постійний пошук нового, прагнення до змін і вдосконалення – ось характерні риси підприємців. Вони не можуть тривалий час працювати в жорстких рамках корпоративного середовища.
- B 8**
- B 2**
- Г 0**

Запитання 8

- A 10** Люди з підприємницькими здібностями намагаються самоствердитися вже в 16 років. Саме в цьому віці вони отримують першу оплачувану роботу.
- B 8**
- B 4**
- Г 0**

Запитання 9

- A 4** Досить поширена думка, що гроші – головний мотив діяльності підприємця. Проте, як свідчать опитування, сучасне підприємництво зумовлене причинами іншого плану: незадоволеністю від роботи на когось іншого, прагненням до самостійності тощо.
- B 8**
- B 10**

Запитання 10

- A 10** Підприємців не лякає важка праця. Вони сприймають свою роботу як творчість, що потребує повної віддачі сил, але приносить насолоду.
- B 4**
- B 0**

Запитання 11

- A 10** Не викликає сумнівів, що підприємець має бути оптимістом. Проте часто надмірний оптимізм породжує серйозні проблеми.
- B 0**
- B 4**

Запитання 12

- A 0** Підприємці за своєю природою незалежні. Вони неохоче звертаються по допомогу.
- B 2**
- B 10**

Запитання 13

- A 10** Підприємці люблять змагання, в яких понад усе їх цікавить перемога.
- B 8**
- B 0**

Запитання 14

- A 0** Можливість поразки справжніх підприємців не лякає.
- B 8**
- B 10**
- Г 2**

Запитання 15

- A 0** Самостійність в ухваленні рішень і персональна відповідальність – риси, притаманні всім підприємцям.
- B 2**
- B 10**

Запитання 16

- A 2** Незважаючи на поширену думку, підприємець – не азартний гравець. Він намагається контролювати ситуацію і зменшувати ризик своєї діяльності.
- B 10**
- B 0**

**ВАШ
РЕЗУЛЬТАТ**

- 135-155** природжений підприємець;
110-134 неординарний підприємець;
90-109 потенційний підприємець;
менше 90 скоріш за все, ви зіткнетесь з великими труднощами, намагаючись організувати свою справу.

УВАГА! Цей тест тільки допомагає вам оцінити свої якості і не гарантує ані успіху в бізнесі (якщо ви набрали високі бали), ані поразки чи провалу (якщо ваш підсумок – менше 90 балів).

ПРИТЧА «ЯК ЖИТИ СПРАВЖНІМ ЖИТТЯМ»

Один чоловік зустрів старого друга, який намагався пристосуватися до життя так і сяк, та все марно. «Треба б дати йому трошки грошей», – подумав він. І т сталося, що в той самий вечір він дізнався, що цей друг розбагатів і віддав всі свої борги за багато років.

Пішли вони в бар, де любили бувати, і друг його платив за всіх. Коли ж його запитали, в чому причина такого успіху, той відповів, що донедавна жив ніби Інший.

– Що це за «Інший»? – запитали його.

– Інший – це той, ким мене вчили бути, але ким я не є. Інший переконаний, що людина все своє життя зобов'язана думати про те, як би зібрати грошей, щоб під старість не померти з голоду. І стільки він про це думає, і такі будує грандіозні плани, що виявляє, що живий, лише коли днів його на землі залишається зовсім мало. Прозріває він, та пізно.

– Ну а хто ж ти такий?

– А я такий самий, як кожен із нас, якщо тільки він слухає голос свого серця. Людина, зачарована містерією життя, людина, відкрита диву, людина, яку радує і надихає все, що вона робить. Біда в тому, що Інший, який вічно живе в страху розчарування, не давав мені чинити так.

– Але ж існують і страждання, – заперечили відвідувачі бару.

– Існують поразки. І ніхто на світі від них не застрахований, навіть більше – ніхто їх не уникає. А тому краще воювати за здійснення своєї мрії й у війні цій програти кілька битв, ніж бути розгромленим і при цьому навіть не знати, за що ж ти бився.

– І все? – запитали слухачі.

– І все. Коли мені відкрилася ця істина, я вирішив бути таким, яким мені насправді завжди хотілося бути. Інший залишився там, у мене вдома, він дивився на мене, але я його до себе більше не впускав, хоч він кілька разів і намагався налякати мене, переконати, як сильно я ризикую, не піклуючись про своє майбутнє. І з т миті, як я вигнав Іншого з мого життя, чарівна енергія почала творити дива.

- Подумайте, яку мораль несе в собі ця притча?
- Чи є ви зараз тим «Іншим», що заважає вам бути справжнім «Собою»? Якщо так, проаналізуйте, чого ви насправді боїтесь?
- Порефлексуйте! Якими рисами має володіти успішна ЩАСЛИВА людина?

ДЕ ЗНАЙТИ НАТХНЕННЯ ДЛЯ СТВОРЕННЯ ВЛАСНОЇ ІДЕЇ



ШУКАЙТЕ НАТХНЕННЯ В ПРИРОДІ

- Підіть на прогулянку на природу, практикуйте уважність.
- Помедитуйте або займіться йогою в парку.
- Спостерігайте за дітьми, які грають у парку, проймайтеся їхньою веселістю та безпосередністю і візьміть їхній щасливий дух із собою на весь день.
- Візьміть камеру на вулицю і фотографуйте все, що виглядає красиво.
- Практикуйте глибоке дихання, слухаючи звуки природи.
- Подивіться по ТБ програми на кшталт National Geographic.

ШУКАЙТЕ НАТХНЕННЯ В ІНТЕРНЕТІ

- Перегляньте відео TED, щоб дізнатися про надихаючі ідеї або інші цікаві аспекти вашої сфери.
- Пошукайте публікації з хеш-тегом #inspiration у соціальних мережах.
- Розмістіть надихаючі відео у себе на сторінці з проханням до ваших читачів прокоментувати, візьміть активну участь в обговоренні.
- Почитайте блоги людей, які подолали негаразди.
- Читайте надихаючі цитати.
- Дізнайтеся про способи зміни світу через соціальні медіа.
- Подивіться в YouTube «40 Inspirational Speeches in 2 Minutes».

ЗНАЙДІТЬ НАТХНЕННЯ В МОЖЛИВОСТЯХ

- Спробуйте те, що, як ви завжди припускали, ви не можете зробити, але таємно хочете спробувати.
- Навчіть когось чомусь новому і розвийте свій потенціал лідера.
- Пориньте у вивчення чогось нового і дозвольте собі забути про обмеження часу.
- Напишіть список всіх речей, які ви б хотіли зробити протягом свого життя (100 речей).
- Проведіть мозковий штурм із друзями для ідей нового проекту.
- Почитайте про шлях до успіху відомої компанії, яка досягла високих результатів у сфері, що вас цікавить.
- Відвідайте конференцію або тренінг для спілкування з однодумцями.
- Знайдіть у Google та прочитайте 50 Ways to Open Your World to New Possibilities (50 способів відкрити свій світ до нових можливостей) і оберіть одну з них сьогодні [5].

ШУКАЙТЕ НАТХНЕННЯ В ЛЮДЯХ

- Запитайте всіх, кого ви бачите сьогодні, за що вони вдячні всесвіту.
- Попросіть когось розповісти вам про те, що вони люблять найбільше в житті, і спостерігайте, як вони висвітлюють свої думки.
- Попросіть ваших батьків розповісти, що було для них важливим, коли вони були у вашому віці.
- Приєднуйтеся до організації людей, які роблять позитивні речі для зміни світу (волонтери).
- Послухайте музику, яка змушує вас рухатись, і подумайте про те, що автор пісні відчував, коли писав її.
- Складіть список ваших друзів і членів родини та напишіть, з якими героями вони у вас асоціюються. А яким героєм хотіли б бути ви?
- Проведіть час із дітьми і побачте світ їхніми очима.

ШУКАЙТЕ НАТХНЕННЯ В СОБІ

- Візьміть аркуш паперу і напишіть все, про що ви зараз думаєте.
- Подумайте і почніть розвивати якусь нову звичку, яка може змінити ваше життя на краще.
- Проведіть день без тиску і не робіть взагалі нічого, крім того, що вам подобається.
- Виразіть себе так творчо, як ніколи раніше, зробіть скульптуру чи напишіть пісню, наприклад, і подивіться, що відбувається у вашому розумі і серці.
- Виділіть собі годину і поспівайте будь-які ваші улюблені пісні.
- Знайдіть у собі сили, які ви бачите в інших людей, але думаєте, що самі їх не маєте.
- Подумайте про все, що ви дізналися і чого досягли в своєму житті, і про те, як ви зробили щось хороше для світу.



ІДЕЯ ТА СУЧАСНІ ТРЕНДИ



ПОСТУПОВО ПЕРЕХОДИМО ДО СТВОРЕННЯ ВАШОЇ ІДЕЇ ДЛЯ БІЗНЕСУ.

Порефлексуйте і напишіть список сфер / напрямів діяльності, які вам цікаві.

Оцініть кожен сферу від 0 до 10 балів за критеріями:

1) мої знання про сферу, 2) мій досвід у сфері, 3) бажання працювати в сфері, 4) потенційний прибуток, 5) чи буде це актуально через 10 років. Далі підсумуйте бали і виділіть 3 сфери, що набрали найвищу кількість балів. Проаналізуйте, яка вам найбільше цікава і чому, а також увімкніть креативність і подумайте, що в них спільного та як можна поєднати ці сфери для вашої майбутньої бізнес-ідеї.

Сфера	1	2	3	4	5	Сума

ТОП-3

1.

2.

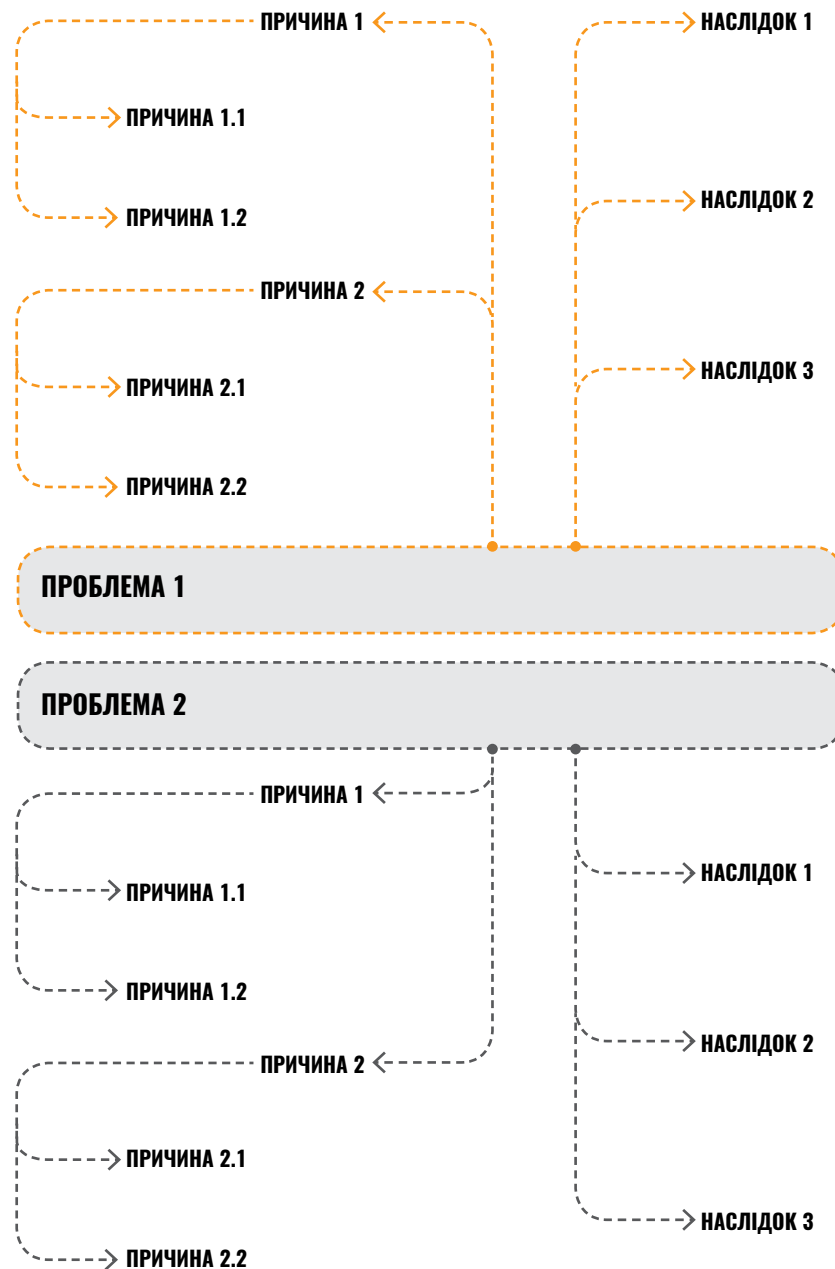
3.

МОЖЛИВІСТЬ ПОЄДНАТИ ЇХ

Проаналізуйте попередню сторінку та Топ-3 сфери, в яких вам цікаво було б створювати власну справу. Ще раз погляньте на можливе об'єднання їх у щось спільне. Тепер подумайте, які є проблеми в цій сфері/напрямі. Що хвилює особисто вас? Що є загальною проблемою в вашій країні за цим напрямом? Що є глобальною проблемою в цій сфері? Проаналізуйте, які наслідки можуть бути, якщо проблема не буде вирішена.

А далі заповніть **MIND MAP**. Вправа допоможе вам розібратись у вашій сфері і її проблемах.

ПАМ'ЯТАЙТЕ: ідея народжується з проблеми!



ТОП 5 НОВИХ ТРЕНДІВ 2019 РОКУ В БІЗНЕСІ

Якщо ви бажаєте, щоб ваш майбутній бізнес був актуальним, ефективним, цікавим та прибутковим, вам потрібно стежити за трендами, що нині існують у бізнес-середовищі. Нижче ви можете почитати про основні.

ВИМОГИ ДО КОРПОРАТИВНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ



За даними журналу Forbes, компанії сьогодні отримують заклики ставати гарними «громадянами планети», бути уважними та старанними зі своїми клієнтами, поважати їх. Нещодавно виникла некомерційна організація «B Lab», яка оцінює компанії, які подають заявки на сертифікацію «B-корпорації». Її суть у тому, що сертифікат отримують лише ті компанії, які довели, що є етичними та сталими, тримають баланс між потребами всіх акціонерів і зацікавлених осіб у компанії. B Lab сертифікував 2 655 компаній у 160 країнах світу. Усі сертифіковані компанії довели, що вони соціально та екологічно відповідальні.

БЕЗПЕКА ДАНИХ КЛІЄНТІВ



Журнал Entrepreneur Magazine припустив: клієнти дедалі більше гніваються через те, що компанії не переймаються щодо конфіденційності їхніх даних, тож потрібно на цьому акцентувати увагу, коли ведеш свій бізнес, аби вам могли довіряти. Технології варто застосовувати розумно і безпечно.

ПЕРСОНАЛІЗАЦІЯ ПОСЛУГ



Zuu Online, азійський веб-сайт з фінансової освіти, запропонував підприємствам шукати будь-яку можливість налагодити взаємодію з клієнтами, наприклад, через персоналізовані електронні листи й контент, що дійсно є цінним для клієнта.

КОМПАНІЇ МАЮТЬ БУТИ ЗОСЕРЕДЖЕНІ НА ЩАСТІ СПІВРОБІТНИКІВ



Справжній талант важко знайти, а стримування показників виснаження залишатиметься основним викликом. І тому організації починають проявляти більше гнучкості. Йдеться не тільки про зарплати. Це є доповненням до внутрішнього навчання та розвитку навичок. Задоволення працівників означає досягнення їхніх кар'єрних прагнень, підтримка зростання та надання їм можливості застосовувати свої знання та навички, а також акцент на покращення їхнього здоров'я.

ВВОДИТИ В СВІЙ БІЗНЕС РІШЕННЯ ПРО ВИКОНАННЯ ЦІЛЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ 2030



Бізнесу відповідно до свого напрямку роботи потрібно обрати як мінімум одну з 17 Цілей сталого розвитку і працювати над її досягненням – створювати проекти як локальні, так і національні, за можливості і глобальні. Це важливий тренд, який не лише буде демонструвати вищезгадану корпоративну відповідальність, а й свідчитиме, що бізнес вирішує глобальні проблеми суспільства на можливому для себе рівні. Особливо важливо, що компанії можуть робити це, співпрацюючи одна з одною в умовах глобалізованого світу.

ВПРАВА «ВИПАДКОВИЙ СТИМУЛ»

На попередній сторінці одним із трендів була реалізація Цілей сталого розвитку в контексті бізнесу.

Пропонуємо вам спробувати себе в пошуку можливих рішень для проблем, що прописані в Цілях сталого розвитку.



ВАШЕ ЗАВДАННЯ:

обрати будь-яку з Цілей і поставити собі запитання: як її вирішити? Ця вправа допоможе вам розвинути креативність та вміння генерувати різні ідеї.

- Сформулюйте **запитання по обраній Цілі**.
- Випадковим чином **оберіть об'єкти** (сторінка книги, предмети в кімнаті, дістаньте щось навмання з шафи або сумки).
- Утримуючи на думці запитання і випадковий об'єкт, **побудуйте між ними зв'язки** і розгляньте кожен зв'язок як знак, який вказує на відповідь.
- Випадковий **вибір повинен бути дійсно випадковим**, яким би недоречним не здавався об'єкт, що вам випав. Це означає, що, якщо 18-м словом на 30-й сторінці словника виявилось слово «кактус», треба працювати саме з ним, а не гортати словник далі в пошуку відповідного за змістом до рішення Цілі сталого розвитку.
- На генерацію ідей відводиться небагато часу – 10-15 хвилин. Не потрібно заціклюватися на одній ідеї – **переключайтеся**.
- Якщо раптом ідеї не з'явились, **робимо паузу**, наливаємо чаю і занурюємося в інкубаційний період!
- І **записуйте всі-всі ідеї!** Ви точно зможете знайти креативне рішення!

Це не таке собі «гадання по книзі», як багато хто може подумати. Це методика, що прописана в книзі Едварда де Боно «Латеральне мислення».



ЯК СТВОРЮВАТИ НОВІ БІЗНЕС-ІДЕЇ В VUCA-СВІТІ?

Переходьте на новий рівень: VUCA Prime

2017–2018 роки, безумовно, піднесли VUCA-світ на нові рівні. Хоч фондові ринки і досягли високих показників, але індекс VUCA в той самий час може бути високим.

VUCA – це акронім англійських слів volatility (нестабільність), uncertainty (невизначеність), complexity (складність) і ambiguity (неоднозначність). Світ VUCA – це світ, в якому завдання прогнозування важко реалізувати.

Легко назвати приклади зростаючої нестабільності (наприклад, курс гривні в Україні по відношенню до міжнародних валют), невизначеності (наприклад, майбутні технологічні тренди – як штучний інтелект перебиратиме на себе людські функції), складності (наприклад, майбутнє охорони здоров'я) і неоднозначності (наприклад, знайти одну версію правди в ЗМІ).

Що ж, здається, це посилює всю динаміку в цьому бурхливому світі – зростаюча поляризація і посилення перспектив на багатьох фронтах... це, як ніколи раніше, тягне за собою відкрити дискусію, питання довіри і співпраці.



Кілька років тому Боб Йохансен, видатний співробітник Інституту майбутнього, розробив ефективну систему лідерства як «противагу VUCA», яку він назвав **VUCA PRIME**, де **V – vision (бачення)**, **U – understanding (розуміння)**, **C – clarity (ясність)** та **A – agility (спритність, гнучкість)**.

VUCA PRIME Йохансена закликає лідерів зосередитися на побудові бачення, розуміння, ясності та спритності як шляху до подолання страшних і дещо паралізуючих наслідків VUCA-світу. VUCA PRIME є ядром характеру бізнесмена та ключової відповідальності. Йохансен каже, що **нестабільності можна протиставити бачення**, оскільки лідери забезпечують і зміцнюють шлях вперед і зважають на нестабільність, коли будують плани досягнення успіху. Бачення вимагає чіткості у відповідях на три основні запитання: чому ми тут? Як ми станемо успішними? Які наші дії для досягнення успіху?

Від бачення з'являється можливість перетворити **невизначеність на розуміння**, залучаючи всіх членів команди до спільного мислення та розуміння того, як вони можуть сприяти успіху, а також розуміння ключових принципів роботи, які сприятимуть активному спілкуванню.

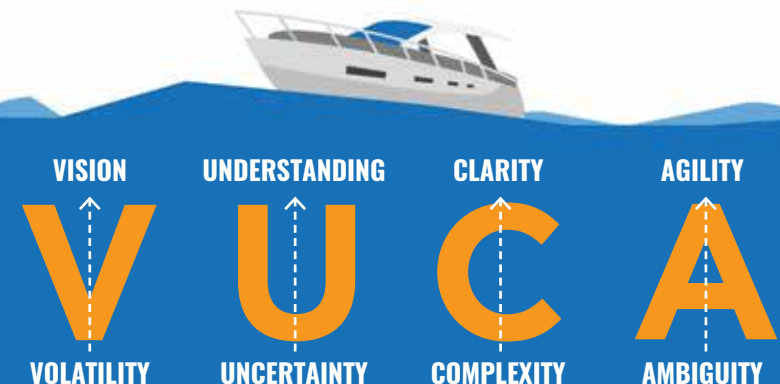
Складності може бути протиставлена ясність, яка виникає внаслідок формування роз'яснення усіх аспектів дій, постійно зміцнюючи реальні пріоритети і уникаючи непідйомних заходів. Якщо справді орієнтуватися на клієнта і постійно бути з ним на зв'язку, отримувати відгуки, можна уникнути зайвої складності.

Нарешті, **неоднозначності можна протиставити гнучкості!** Вона допоможе активізувати енергію для пошуку та усунення неоднозначності, яку ми часто допускаємо. Ось де модель AGILE надає реальну дорожню карту для формування гнучкості. Організації, які систематично вивчають, вимірюють, а потім посилюють керівництво та організаційну поведінку, використовуючи коучинг та інтерактивні майстерні, в змозі зробити свою AGILITY конкурентною перевагою у цьому VUCA-світі, що швидко розвивається.

Наш світ і далі ставатиме швидшим, турбулентнішим і ще більше VUCA! Питання в тому, що ви готові зробити для себе і своєї команди.

Нові часи вимагають нових людей. Вчені стверджують, що краще до нових релізів пристосуються щасливі власники такої психологічної риси, як **толерантність до невизначеності** – до ситуацій, коли немає достатньої кількості даних, у яких неможливо передбачити, як будуть розвиватися події, де є великий ризик при плануванні та прийнятті рішень.

ПРИСЛУХАЙТЕСЬ ДО СВОЇХ ДУМОК!



ПОРЕФЛЕКСУЙТЕ:

- Як ви після прочитаного можете описати VUCA-світ?
- Чи задумувались ви над загрозами VUCA-світу, коли думали над ідеєю для власного бізнесу?
- Чи є актуальним VUCA Prime для вас як майбутнього бізнесмена/бізнес-леді?
- Чи вважаєте ви себе толерантними до невизначеності? Чому?

ПОТРЕНУЙТЕ СВОЮ ТОЛЕРАНТНІСТЬ ДО НЕВИЗНАЧЕНОСТІ! ПОГОВОРИМО ПРО НАСЛІДКИ!

Серед попередніх вправ, які ви виконували, було створення Mind Map із проблем тієї сфери, в якій ви хочете створити бізнес, та пошук ідей для досягнення Цілей сталого розвитку креативним шляхом.

Оберіть одну проблему, яка вас найбільше зачепила впродовж виконання цих завдань і яка потенційно може бути основою вашої майбутньої бізнес-ідеї. А далі проаналізуйте її через Декартову систему координат.

За допомогою цього завдання ви зможете переконатись, чи дійсно та чи інша проблема певної сфери є актуальною взагалі й цікавою для вирішення вам особисто, усвідомите, які є очевидні та приховані наслідки її вирішення та невирішення. **А це може наштовхнути вас на вирішення – ваше геніальне вирішення проблеми!**

НАПРИКЛАД, ВИ ОБРАЛИ ПРОБЛЕМУ: БІДНІСТЬ АБО ВІДСУТНІСТЬ ГЕНДЕРНОЇ РІВНОСТІ.

Що трапиться, якщо це відбудеться (проблема набере обертів)?

Що трапиться, якщо це **НЕ** відбудеться (проблема не набиратиме обертів, або залишиться в латентному стані, або з'являться варіанти її вирішення)?



– **СКІЛЬКИ РАЗІВ** МОЖНА ПОМИЛЯТИСЬ?
– **СТІЛЬКИ**, СКІЛЬКИ ДОВЕДЕТЬСЯ НА ШЛЯХУ
ДО ОМРІЯНОГО РЕЗУЛЬТАТУ!
ГОЛОВНЕ – НЕ ЗУПИНЯТИСЬ!



БІЛЛ ГЕЙТС

До Microsoft Білл Гейтс створив іншу компанію – Traf-O-Data, вона займалася розробкою лічильників для дорожнього транспорту, але зазнала невдачі і швидко припинила своє існування. Навіть більше, репутація Білла Гейтса була зіпсована. Але він і його друзі не засмутились і не зупинились, а почали працювати ще наполегливіше. В результаті вони створили компанію Microsoft, яка стала одним з основних постачальників програмного забезпечення для комп'ютерної техніки.



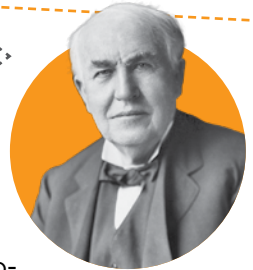
СТІВЕН КІНГ

Стівен Кінг свого часу ледь не позбувся своєї першої книги «Керрі», яку видавці відмовлялися публікувати тридцять разів. Остання, тридцята відмова переповнила чашу терпіння Стівена Кінга. Він просто викинув рукопис у смітник, але його знайшла дружина, яка таки вмовила чоловіка не впадати у відчай і не здаватися. Після цього Стівен Кінг вирішив знову випробувати удачу і надіслав рукопис в інше видавництво. І цього разу він сподобався редактору і здобув великий успіх, а разом почалася успішна кар'єра великого і знаменитого на весь світ письменника.



ВОЛТ ДІСНЕЙ

Про Волта Дісней знають і дорослі, і діти. Але шлях до успіху і слави для Діснея виявився досить тернистим. Спочатку він працював як мультиплікатор у газеті, доки його не звільнили через «відсутність уяви та хороших ідей». Далі його ідея з Міккі Маусом була відкинута студією MGM. Як вважали співробітники цієї студії, миша на екрані не сподобалася б жіночій аудиторії, а «Троє поросят» були дуже банальні, і там було всього чотири персонажі. Але попри всі труднощі Волт Дісней продовжував працювати, завдяки цьому створена ним студія стала і до сьогодні залишається провідною студією з виготовлення мультфільмів.



ТОМАС ЕДІСОН

Свого часу багато хто займався розробкою електричних джерел світла, але після невдач спроби припинялися. Едісон же розглядав чергову невдачу як сходинку, що дозволяє піднятися вище і наблизитися до мети. Невдача означала, що усунуто ще одне неправильне рішення. Він провів 10 тисяч невдалих експериментів, перш ніж досяг успіху. За його словами: «Я не зазнав невдачі. Я просто знайшов 10 тисяч шляхів, які не працюють». Він вважав, що нещасливих людей не буває – є люди, які занадто швидко миряться з невдачами. З ним же сталася ще одна ситуація, в якій у більшості людей опустилися б руки. У 1914 році на його фабриці – справі всього його життя – сталася пожежа, фабрика згоріла мало не до фундаменту. Втрати були величезні, а страховка покривала лише третю частину. Але Едісон сказав собі: «Мені 67, але я ще не занадто старий, щоб почати все з нуля». Він взявся за її відновлення, побачивши в катастрофі нову можливість повністю змінити дизайн фабрики.

**ЩО СКАЖЕТЕ? ТЕПЕР ВЖЕ НЕ ТАК СТРАШНО ПОМИЛЯТИСЬ
І ДИВИТИСЬ НА ТРУДНОЦІ?
А ЯК ВИ ДОЛАЄТЕ ТРУДНОЦІ У ВАШОМУ ЖИТТІ?**



«ПРИНЦИП «ЧОРНОГО ЯЩИКА», МЕТЬЮ САЙЕД

Помилки – невід’ємна частина нашого життя. Автор книги Метью Сайед розповідає про те, що людство недооцінює руйнівну силу неправильних рішень. Наприклад, лише у США щороку помирає 400 тис. людей через лікарські помилки. Аналізувати помилки автор радить за принципом «чорного ящика», який використовують у авіації. «Детальна робота над помилками – запорука успіху», – пише Сайед. Книга складається з історій людей та компаній, що навчилися перетворювати невдачі на свої сильні сторони. Серед героїв «Принципу «чорного ящика» футболіст Девід Бекхем, команда Mercedes та компанія, що спеціалізується на хмарних технологіях, – Dropbox.



«ГНУЧКИЙ РОЗУМ. ЯК БАЧИТИ РЕЧІ ІНАКШЕ І ДУМАТИ НЕСТАНДАРТНО», ЕСТАНІСЛАО БАХРАХ

Наш мозок прагне до збереження енергії. Але щоб створити щось нове, необхідно зійти зі звичних маршрутів. Молекулярний біолог Естаніслао Бахрах розповідає, як розвинути творче мислення в будь-якому віці і навчитися по-новому дивитися на звичні речі і завдання. Десятки цікавих технік і захоплюючих вправ – ваш мозок подякує вам.

Наприклад, вправа «Два слова». Напишіть будь-які два слова. З’єднайте їх так, щоб вони утворили ідею для бізнесу. Додайте третє. Як за допомогою цього поняття можна збільшити прибуток? А тепер – четверте слово. Як з його допомогою можна зробити бізнес більш екологічним?

Після прочитання книги ви згадаєте про здібності вашого мозку фантазувати і творити, які, здавалося, залишилися в дитинстві. А ще у вас з’являться улюблені вправи для розвитку гнучкості розуму і захоплюючого проведення часу.



«Я ХОЧУ БІЛЬШЕ ІДЕЙ! ПОНАД 100 ТЕХНІК І ВПРАВ ДЛЯ РОЗВИТКУ ТВОРЧОГО МИСЛЕННЯ», СТІВ РОУЛІНГ

Тренажер для креативного мислення. Чи можна прокачати творчі здібності, навчитися швидко придумувати ідеї або нестандартно мислити? Стив Роулінг, який пропрацював у відділі новин і документального ТБ на BBC 20 років, докладно описав особливості творчого процесу і пропонує читачам більше 100 вправ для розвитку творчих здібностей. Частина технік орієнтована на самостійну роботу, інші – для команд.

Ви хотіли більше ідей? Вони у вас з’являться! А ще виробиться звичка знаходити і тестувати нестандартні рішення.

БІЗНЕС-ВПРАВА «СТОДОЛАРОВА ГОДИНА»



Впродовж години подумайте, як би ви могли додатково заробити **100 доларів**. Ваше єдине завдання – придумати якомога більше способів заробити **100 доларів**. Після виконання вправи оберіть ідею, яка вам найбільше сподобалась, і спробуйте реалізувати її, аби визначити, наскільки вона вдала, чи зможете ви вивести її на новий рівень або залучити когось ззовні для виконання певних завдань.

Підсвідомість може заціпити від думки «Я маю придумати бізнес-ідею, яка змінить все моє життя», але вона з радістю візьметься за генерацію ідеї, яка додатково принесе **100 доларів**.

Ця техніка ефективна за умови регулярного виконання. Її можна застосувати під час прогулянки, в черзі, на нудних зборах, під час занять спортом чи миття посуду.

- **ЧИ БАГАТО ІДЕЙ ВИ ПРИДУМАЛИ?**
- **ЧИ СПРОБУВАЛИ ЕФЕКТИВНІСТЬ ХОЧ ОДНІЄЇ?**
- **МОЖЛИВО, ВИ ВЖЕ ПРИДУМАЛИ СВОЮ ГЕНІАЛЬНУ БІЗНЕС-ІДЕЮ?**

ПЛАНУВАННЯ ТА БІЗНЕС-АНАЛІЗ



ЯКИМ МАЄ БУТИ ПІДПРИЄМЕЦЬ?

Підприємництво є однією з найважливіших частин економіки в системі вільного підприємництва.

ПІДПРИЄМЕЦЬ – це особа, яка створює, організовує бізнес і управляє ним, намагаючись отримати прибуток.

- Перше, що потрібно робити підприємцям, – думати про ідею. Вони повинні бути дослідниками, щоб мати можливість зібрати якомога більше інформації.
- Їм необхідно постійно обмірковувати свої рішення.
- Вони повинні бути ризикованими, тому що завжди є шанс, що їхній бізнес не буде успішним.
- Вони повинні бути відкритими, коли представляють свої ідеї та отримують зворотний зв'язок.
- Підприємці повинні бути хорошими комунікаторами, коли діляться своїми ідеями з інвесторами і коли рекламують і просувають свою компанію.
- Підприємці повинні знати тонкощі бізнесу. Наприклад, вони, можливо, захочуть подати заявку на патент.
- Вони також повинні бути принциповими і піклуватися про своїх співробітників і клієнтів.

**Будучи працелюбними підприємцями,
у всіх нас є можливість бути дуже успішними.**

ЗРОБИТЬ SWOT-АНАЛІЗ ВЛАСНОГО БАЧЕННЯ ЩОДО ТОГО, ЧИ ВИГІДНО БУТИ ПІДПРИЄМЦЕМ

S /STRENGTH

(сильні сторони, тобто позитивні аспекти підприємництва)

W /WEAKNESS

(слабкі сторони, тобто негативні аспекти підприємництва)

O /OPPORTUNITY

(можливості, тобто потенційні зовнішні фактори, які позитивно сприятимуть підприємництву)

T /THREATS

(загрози, тобто можливі негативні процеси і явища зовнішнього світу, які заважатимуть розвивати бізнес)

BUSINESS MODEL CANVAS

КАНВАС БІЗНЕС МОДЕЛІ (BUSINESS MODEL CANVAS) – один з інструментів стратегічного управління для підприємців. Модель Canvas застосовується для опису поточної та майбутньої стратегії. Для стратегії розвитку новостворених організацій, для переорієнтації стратегії розвитку організацій, що працюють, розбору наявної моделі управління з метою знаходження слабких місць/прогалин у діяльності організації та пошуку нових точок для зростання.



▲
**АЛЕКСАНДЕР
ОСТЕРВАЛЬДЕР**

Авторами, творцями бізнес-моделі Canvas у 2008 році стали Александр Остервальдер – швейцарський бізнес-теоретик та Ів Пінь – бельгійський вчений і професор інформаційних систем управління. Після створення модель стрімко поширювалась і зараз застосовується викладачами, студентами відомих бізнес-шкіл, університетів: Гарварда, Стенфорда, Колумбії, Берклі.

ІВ ПІНЬ



Canvas у перекладі означає «канва, полотно» – це основа/фундамент для бізнесу. Якщо все добре продумати, описати, накласти на базове полотно вашої організації, це хороший старт для успішної діяльності.

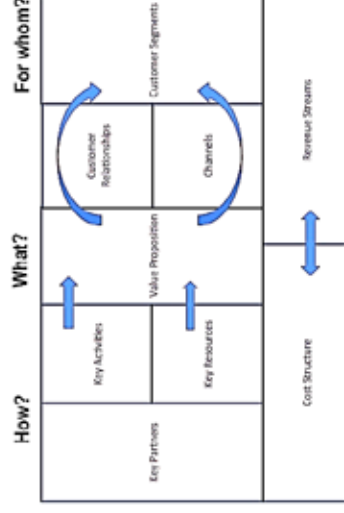
Бізнес-модель Canvas допоможе вам зосередитися на створенні цінності вашої ідеї. Відкрийте та застосуйте модель Canvas, щоб створити цінність для ваших клієнтів, щоб поліпшити вашу здатність проектувати, тестувати і створювати продукти та послуги, яких хочуть/запитують клієнти.

BUSINESS MODEL CANVAS передусім призначена для бізнесів та компаній, що вже діють, і використовується для аналізу наявної бізнес-моделі з метою знаходження слабких місць або точок росту. Також модель є надзвичайно корисною для створення нового бізнесу.

9 ОСНОВНИХ БЛОКІВ ПОЛОТНА ВАШОЇ ІНІЦІАТИВИ:

- Сегменти споживачів. Для кого я працюю? Який споживач для мене найважливіший?
- Яку допомогу, цінність, послугу ви пропонуєте вашій цільовій аудиторії?
- Яким способом доносити інформацію про можливість отримати вашу допомогу/послугу? Яка цінність вашої послуги?
- Формування відносин з аудиторією. Яким чином ви вибудовуєте відносини з клієнтами?
- Отримання коштів для діяльності. Потоки доходів. Фандрейзинг. Співпраця з грантодавцями. Кошти на розвиток бізнес-ідеї.
- Ключові ресурси, які вам потрібні для здійснення діяльності.
- Ключова діяльність. Як може бути організована ваша діяльність? Які канали постачання і отримання прибутку? Опишіть план-графік вашої діяльності та діяльності компанії.
- Ключові партнери, без яких ваша організація не може існувати. Які ключові ресурси вони дають?
- Структура витрат. Постійні витрати, змінні витрати, витрата на заробітну плату, податки, ціна ресурсів тощо.

ОСЬ ЯК ВИГЛЯДАЄ ЇЇ ОРИГІНАЛЬНИЙ ВАРІАНТ: The Business Model Canvas



А також на наступній сторінці – українська адаптація від Sapeer Hub із поясненнями, яку ви можете використати, щоб проаналізувати власну бізнес-ідею.

А ми впевнені, що вона у вас вже є.



Назва проекту:

Команда:

Версія:

Дата:

<p>КЛЮЧОВІ ПАРТНЕРИ</p> <p>Хто наші ключові партнери? Хто наші ключові поставальники? Які ключові ресурси ми отримуємо від партнерів? Якими ключовими активностями займається партнери?</p> <p>МОТИВАЦІЯ ДЛЯ ПАРТНЕРСТВА</p> <p>Оптимізація та економія Зменшення ризиків та невизначеності Отримання конкретних ресурсів та дій</p>	<p>КЛЮЧОВА ДІЯЛЬНІСТЬ</p> <p>Які ключові дії потрібні для нашої ціннісної пропозиції? Канали постачання? Взаємодія зі споживачами? Отримання прибутку?</p> <p>КАТЕГОРІЇ</p> <p>Виробництво Розв'язання проблем Планування/Встановлення зв'язків</p>	<p>ЦІННІСНА ПРОПОЗИЦІЯ</p> <p>В чому цінність продукту для споживача? Яку проблему споживача ми допомагаємо вирішити? Які групи продуктів та послуг ми надаємо для кожного сегменту споживачів? Які потреби клієнтів ми задовольняємо?</p> <p>ХАРАКТЕРИСТИКИ</p> <p>Новизна Продуктивність Підлаштування під клієнта Завершення роботи Дизайн Бренд/Статус</p>	<p>ВІДНОСИНИ З КЛІЄНТАМИ</p> <p>Який тип взаємодії кожен із сегментів споживачів очікує від нас? Які види взаємодії ми вже впровадили? Як вони поєднуються із рештою бізнес-моделі? Наскільки вони затратні?</p> <p>ПРИКЛАДИ</p> <p>Персональна підтримка VIP-підтримка Самообслуговування Автоматичне обслуговування Спільнота Співстворення</p>	<p>СЕГМЕНТИ СПОЖИВАЧІВ</p> <p>Для кого ми створюємо цінність? Хто наші найважливіші споживачі?</p>	
<p>КЛЮЧОВІ РЕСУРСИ</p> <p>Які ключові ресурси вимагає наша ціннісна пропозиція? Канали постачання? Взаємодія зі споживачами? Джерела доходів?</p> <p>ТИПИ РЕСУРСІВ</p> <p>Фізичні Інтелектуальні (інформація, патенти) Людські Фінансові</p>	<p>КЛЮЧОВІ РЕСУРСИ</p> <p>Які ключові ресурси вимагає наша ціннісна пропозиція? Канали постачання? Взаємодія зі споживачами? Джерела доходів?</p> <p>ТИПИ РЕСУРСІВ</p> <p>Фізичні Інтелектуальні (інформація, патенти) Людські Фінансові</p>	<p>КАНАЛИ</p> <p>Через який канал наш сегмент споживачів хоче, щоб із ним контактували? Як ми зараз контактуємо? Як наші канали інтегровані? Який канал працює найкраще? Який канал найбільш економічно вигідний?</p>	<p>КАНАЛИ</p> <p>Через який канал наш сегмент споживачів хоче, щоб із ним контактували? Як ми зараз контактуємо? Як наші канали інтегровані? Який канал працює найкраще? Який канал найбільш економічно вигідний?</p>	<p>СЕГМЕНТИ СПОЖИВАЧІВ</p> <p>Для кого ми створюємо цінність? Хто наші найважливіші споживачі?</p>	
<p>СТРУКТУРА ВИТРАТ</p> <p>Які найбільш значні затрати в нашій бізнес-моделі? Які ключові ресурси найбільш затратні? Яка ключова діяльність найбільш затратна?</p> <p>ВІД ЧОГО ПРОЕКТ ЗАЛЕЖИТЬ БІЛЬШЕ?</p> <p>Залежить від витрат (пропозиція найменшої ціни, автоматизація, активний аутсорсинг) Залежить від цінностей (сфокусований на створенні цінності, унікальність ціннісної пропозиції)</p>		<p>ТИПИ</p> <p>Продаж активів Плата за використання Плата за підписку Позика/Оренда Ліцензування Брокерська оплата Реклама</p>		<p>ДЖЕРЕЛА ДОХОДІВ</p> <p>За які цінності наші клієнти дійсно готові платити? Як що вони платять зараз? Як вони платять зараз? Як вони б хотіли платити? Скільки коштує джерело доходу приносить у загальній прибутку?</p> <p>ФІКСОВАНА ЦІНА</p> <p>Ціна по прейскуранту Залежність від власностей продукту Залежність від сегменту клієнтів Ціна в залежності від об'єму</p>	<p>ДИНАМІЧНЕ ЦІНОУТВОРЕННЯ</p> <p>Переговори (торг) Управління цінами Творення ціни в режимі реального часу</p>

**ПОКИ ВАША БІЗНЕС-ІДЕЯ ЩЕ НЕ РОЗРОБЛЕНА
І НЕ ПРОДУМАНА НА 100%, ВИ МОЖЕТЕ
СПРОБУВАТИ ЗРОБИТИ БЛІЦ-РЕЗЮМЕ СВОЄЇ ІДЕЇ.
ЦЕ СПРОЩЕНИЙ ВАРІАНТ БІЗНЕС-МОДЕЛІ CANVAS**

**Складання бліц-резюме ідеї – це перевіре-
на часом вправа зі збору та систематизації
інформації. Вона однаково добре себе заре-
комендувала як на стадії підготовки до реалізації, так і під час реалізації.**

**Як показує практика, написання бліц-резюме
є справою непростою. З одного боку, воно
має бути стислим: вважається, бліц-резюме
потрібно встигнути викласти, піднімаючись
у ліфті в офіс. З другого боку – а зазвичай це
потребує трохи більше часу – воно повинно
містити вичерпний опис проблеми, вико-
навців, які будуть займатися її вирішенням,
і ключову відмінність від решти ідей.**

**Перш ніж писати готові відповіді, добряче
подумайте та проаналізуйте всі аспекти, зга-
дуючи особливості створення бізнес-моделі.**

СПРОБУЙТЕ!

для
.....
(цільовий споживач)

який хоче
.....
(потреба споживача)

.....
.....
(назва продукту)

.....
.....
(сегмент ринку)

котрий
.....
(ключова перевага сегменту ринку)

На відміну від
(марка конкурентів)

цей продукт
.....
(унікальна відмінність)

МОЛОДІ УКРАЇНСЬКІ ПІДПРИЄМЦІ: ПРО ЩО ЇХНІ ІДЕЇ



ВЛАДИСЛАВ ЯСЬКО, 23 РОКИ

Brand U!

Ясько заснував агентство просування в Instagram під назвою «Brand U!». Зараз у ньому працюють більше 30 співробітників. Владислав запустив онлайн-курс instaprodivigator.top і за 9 днів заробив 550 тис. гривень. У кінці минулого року нові клієнти принесли компанії 1,1 млн гривень.



ІВАН ВОЙТОВИЧ, 24 РОКИ

Oito design

Войтович заснував у Києві студію промислового дизайну OITO і займається створенням концептуальних повсякденних об'єктів. Дизайнерські товари Івана продаються в багатьох країнах. У минулому році йому вдалося попрацювати з українським брендом побутової техніки Mirta, компанією з промрозробок Cardiomo і компанією, яка займається офісними інноваціями, – Stealtho. Войтович також запустив свій бренд предметів інтер'єру – Oito store.



ТЕТЯНА ОРЛИК, 24 РОКИ

Book Vox

Тетяна впевнена, що доступ до якісних книг повинен бути такою ж нормою в будь-якій компанії, як і доступ до печива на кухні. Тому вона створила Book Vox – сервіс для компаній із щотижневою доставкою найкращих книг і журналів в офіси. З Book Vox вже працюють MacPaw, IDS Borjomi Ukraine, iDeals, Yves Rocher, Polpharma, Servier, Tonic Health, European Business Association, Kismia (Genesis) та інші. У минулому році 78% співробітників компаній-партнерів читали з Book Vox.



МИКИТА ВЛАДИКІН, КАТЯ МИХАЛКО, ЄВГЕН ШИЛО, 17–20 РОКІВ

Вічна канцелярія Nuka

Стартапери, які винайшли «нескінченний» блокнот і олівець, стали найгучнішим проривом в Україні минулого року. Блокнот Nuka виготовлений із водонепроникного паперу з вмістом пластику. У ньому можна писати як звичайною ручкою, так і спеціальним металевим олівцем. Усі написи стираються звичайним антисептиком. На старті друзі зуміли залучити \$ 40 тис. інвестицій.



АНДРІЙ ПРИХОДЧЕНКО, 25 РОКІВ

Rerezent

Андрій спеціалізується на підготовці презентацій. Послугами Rerezent скористалися більше 450 клієнтів із 23 країн світу. Це великі українські та міжнародні компанії: Burger King, Philip Morris Ukraine, UNIQA, British American Tobacco, ONE LOVE, Prima Veritas і інші. Приходченко провів близько 20 корпоративних тренінгів, а також відкритих лекцій та воркшопів.



ІГОР ЛЕВЕНЕЦЬ, 19 РОКІВ

Сервіс для пошуку подарунків Gifthumb

Ігор разом із командою Gifthumb розвиває додаток GiftBot, яке допомагає людям вибрати подарунки під будь-який привід. Telegram-бот ставить 15 запитань про те, кому ви хочете зробити сюрприз, і в кінці видає список можливих подарунків. У компанії говорять, що чат-бот уже подолав позначку в 100 тис. запитів.



ВОЛОДИМИР ОЛЯНИЦЬКИЙ, 25 РОКІВ

Туристичний сервіс Ekanikuly

У минулому році Володимир запустив новий проект – сімейний туроператор Ekanikuly. За задумом Оляницького, цільовою аудиторією туроператора стануть дорослі діти, які хочуть показати світ своїм батькам: вони замовлятимуть для мам і тат подорожі. Відвідуваність усіх туристичних ресурсів Володимира, в тому числі Eurotrips і Deinde, за місяць досягає 200 тис. осіб. А оборот бізнесу в 2018 році зріс удвічі.

БІЗНЕС З ДИТИНСТВА? ЧОМУ БІНІ!

ПОРАДИ МОЛОДИХ
БІЗНЕСМЕНІВ
З УСЬОГО СВІТУ

«У ТЕБЕ БІЛЬШЕ НІКОЛИ НЕ БУДЕ СТІЛЬКИ ЧАСУ. ВИКОРИСТОВУЙ ЙОГО РОЗУМНО, НЕ БАЙДИКУЙ.

Юний підприємець: Лейлей, 19 років. **Засновниця Designed by Lei.** Лейлей почала створювати прикраси у 13 років. Через три роки хобі стало основою для власної справи. Для неї витрата часу на бізнес була задоволенням, оскільки вона займалася тим, що їй подобалось.

«ВИКОРИСТОВУЙТЕ БЕЗКОШТОВНІ РЕСУРСИ. ВАША ШКОЛА – ОДИН ІЗ НИХ.

Юний підприємець: Сідні, 15 років. **Засновниця Poketti LLC.** Вона стала однією з наймолодших учасниць у змаганні з організації власного бізнесу. Вона разом із сестрою Тоні стала засновницею Poketti завдяки тим навичкам, які вони отримали на заняттях з бізнесу ще у 7 класі. Сідні відточила свої бізнес-навички ще до початку першого року старшої школи та продовжує продавати свій винахід у онлайн-магазині – подушки-тваринки із кишеньками для мобільних чи скарбів для зубної феї.

«ОТРИМУЙТЕ ВИГОДУ ВІД СВОГО ОТОЧЕННЯ.

Юний підприємець: Луція. **Партнерка Clicks Charms.** Сімейна справа Clicks Charms, натхненна бажанням Луції продавати підвіски своїм друзям у школі та навчити дітей цінних навичок бізнесу, розпочиналася як ювелірний бізнес і еволюціонувала у платформу для продажу товарів для дітей.

«ПОМИЛЯЙТЕСЯ. ПАДАТИ НАБАГАТО НЕПРИЄМНІШЕ, ЯКЩО НА ВАС УЖЕ ВИСІТЬ ІПОТЕЧНИЙ КРЕДИТ.

Юний підприємець: Нік, 18 років. **Співзасновник Bone Broths.** Нік і його брат у дитинстві не надто полюбили дотримуватися здорового способу життя (як, власне, і всі діти), але їхній мамі усе ж вдалося прищепити їм правильні звички у харчуванні. Цей дуєт розпочав свій бізнес, коли вони зрозуміли, що кістковий бульйон має імуностимулюючі властивості. Їжу, котра також покращує і здоров'я суглобів, було практично неможливо знайти.

«ОСВІТА – ЦІННА РІЧ, АЛЕ НАЙЦІННІШІ НАВИЧКИ НЕ ОТРИМАЄШ ЗА ШКІЛЬНОЮ ПАРТОЮ.

Юний підприємець: Такер. Спеціаліст із контент-маркетингу Shopify. Такер Шрайбер – це юний геній покоління 2000-х. Хоча він уже давно не дитина, саме його підприємницький досвід у дитинстві дав йому знання, необхідні для дорослого життя. Ще до того, як у нього вирости вуса, він уже мав за плечима кілька власних справ. У своїх постах підприємець розповідає про себе, ділиться перевіреними на власному досвіді порадами.

«КОРИСТУЙТЕСЯ СТАТУСОМ ВАШИХ ДОРΟΣЛИХ БАТЬКІВ.

Юний підприємець: Мо, 13 років. **Засновник Mo's Bows.** Юний мешканець Мемфісу Мозія створив свою компанію з виготовлення метеликів ручної роботи, коли йому було всього 9. Потім юний підприємець підписав угоду на телепрограмі Shark Tank і зараз продовжує успішно займатися своїм онлайн-бізнесом. Із допомогою мами, звичайно. І в цьому бізнесі він разом із бабусею – вона його співробітник.

«ЗАЙМАЙТЕСЯ ТИМ, ЩО ПОДОБАЄТЬСЯ. ПЕРЕТВОРИТЬ ХОБІ НА БІЗНЕС.

Підприємець: Майя, 15 років. **Генеральний директор Maya's Ideas.** Майя – надзвичайна дитина: вона має стільки титулів, що важко і пригадати усі. Вона філантроп, дизайнер, активіст та натхненний спікер, який може кодити, писати та малювати. Навіть більше: вона генеральний директор Maya's Idea's – бізнесу, який почала у 8. Екотовари її дизайну пересилаються у всьому світі, дівчинка навіть привернула увагу одного впливового журналу про підприємців. Компанія Maya's Ideas була створена через любов Майї до технологій та навколишнього середовища.

«НЕ ЗАБУВАЙТЕ ВІДДАВАТИ.

Юний підприємець: Есма, 19 років. **Засновниця Stargaze Jewelry.** Stargaze Jewelry стало яскравим моментом у цьогорічному змаганні Build A Business Competition. Есма розпочала свою компанію, надихнувшись любов'ю до блискучих речей, і збудувала її за допомогою розкритого акаунта в Instagram. Вона також приєдналася до інших молодих підприємців для створення компанії Ivory Ella – онлайн-бізнесу, який жертвує 10% своїх онлайн-прибутків для організації Save The Elephants.

НАШІ ЮНІ БІЗНЕСМЕНИ-КОНСУЛЬТАНТИ ПОЄДНУВАЛИ У СОБІ КМІТЛИВІСТЬ, ПРИСТРАСТЬ І ПІДТРИМКУ. ЦЕ ДОПОМОГЛО ЇМ ЗБУДУВАТИ БІЗНЕС, ДОКИ ВОНИ ГОТУВАЛИСЯ ДО ЕКЗАМЕНІВ І ВИПУСКНОГО ВЕЧОРА У ШКОЛІ. ТОМУ, МОЛОДЬ, БЕРІТЬ ПРИКЛАД ЗІ СВОЇХ РОВЕСНИКІВ І ВИКОРИСТОВУЙТЕ СВОЮ СВІЖУ СУПЕРСИЛУ ДЛЯ РОБОТИ!

ПОРЕФЛЕКСУЙТЕ!

- А у вас у дитинстві був свій «маленький бізнес»?
- Чи отримували ви насолоду від нього?
- Чому не продовжили ту справу і не перетворили на бізнес-ідею?



БОНУС:

ПОДИВІТЬСЯ, ПОЧИТАЙТЕ ПРО СОЛОДКИЙ
БІЗНЕС 15-РІЧНОГО ШКОЛЯРА З КІСВА:
[HTTPS://CUTT.LY/Q91VW](https://cutt.ly/Q91VW)

АНАЛІЗ ВАШОЇ ІДЕЇ

ЗА ДОПОМОГОЮ 6 КАПЕЛЮХІВ ЕДВАРДА ДЕ БОНО

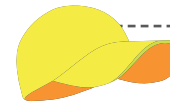


Суть методу «Шести капелюхів» у тому, що він допомагає розвивати паралельне мислення, що допомагає подивитись на ідею з різних боків, і таким чином побачити або приховані недоліки, або небачені можливості. Цей метод - простий і практичний спосіб розділити процес мислення і аналізу на 6 різних режимів, кожен з яких представлений капелюхом свого кольору.



ІНФОРМАЦІЯ

Детальна і необхідна інформація. Тільки факти і цифри. Тобто проаналізуйте свою ідею з погляду теорії та фактів, її суть, потенційні можливості на прикладі реалізації схожих ідей, потенційний прибуток.



ЛОГІЧНИЙ ПОЗИТИВ

Символічне відображення оптимізму. Дослідження можливих успіхів і позитивних сторін. Тобто виділіть основні позитивні аспекти вашої ідеї, її позитивний вплив на людей та світ.



КРИТИКА

Застерігає і змушує думати критично. Дозволяє дати волю критичним оцінками, побоюванням й обережності. Тобто подумайте про негативні аспекти вашої ідеї, наприклад, про наявність конкурентів, недопрацювання, відсутність фінансування, складнощі в реалізації.



ПОЧУТТЯ ТА ІНТУЇЦІЯ

У режимі червоного капелюха є можливість висловити свої почуття та інтуїтивні здогади щодо питання. Тут також важливо бути чесним, як із самим собою, так і з іншими. Тобто дайте волю своїм емоціям і напишіть, чому ця ідея важлива саме для вас, які ви відчуваєте емоції щодо неї, чи надихає вона вас.



КРЕАТИВНІСТЬ

Зосередження на творчості, альтернативних рішеннях, нові можливості та ідеї. Це можливість висловити нові поняття та концепції. Тобто спробуйте придумати нові можливості та характеристики вашого продукту/послуги, які потенційно стануть трендами в майбутньому, можливості вдосконалення вашого продукту.



УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ

Управління розумовими процесами. Гарантія дотримання режимів усіх шести капелюхів. Зокрема, його використовують наприкінці, щоб узагальнити досягнуте. Тобто підсумуйте все вище написане і дайте собі висновок, наскільки ваша ідея є цікавою, актуальною, потенційно прибутковою, в чомусь унікальною, і подумайте, що ще варто зробити для її покращення.

ЮРИДИЧНІ АСПЕКТИ ТА ФІНАНСОВА ГРАМОТНІСТЬ



ЮРИДИЧНІ
АСПЕКТИ

ВІДКРИТТЯ
ВЛАСНОЇ
СПРАВИ

ЯКУ
ФОРМУ
ОБРАТИ?



ВИБІР ЗА ВАМИ!

ФОП

НАЙПРОСТІША ФОРМА ВЕДЕННЯ МАЛОГО БІЗНЕСУ

Переваги

- простота та швидкість реєстрації
- простота ведення обліку
- можливість обрання груп єдиного податку
- відповідальність за усім своїм майном, у тому числі особистим та часткою у спільній власності
- простота припинення
- не потрібно виплачувати прибутки
- відсутні установчі документи та вимоги до розміру статутного капіталу

Недоліки

- ФОП несе відповідальність усім своїм майном, у тому числі тим, що не використовується в підприємницькій діяльності, а також часткою майна у спільній власності
- реєстрація лише за зареєстрованим місцем проживання фізичної особи
- підходить переважно для малого бізнесу або для старту
- надійність ФОП важче перевірити, деякі бізнес-партнери віддають перевагу співпраці з ТОВ

ПП

ПРИВАТНЕ ПІДПРИЄМСТВО

Переваги

- простір для маневрів – практично відсутнє правове регулювання
- відсутність вимог до статутного капіталу, кількості учасників
- обмеження відповідальності засновників майном та коштами ПП
- можливість сформувати статутний капітал майном

Недоліки

- необхідність розробки установчих документів
- складніший бухгалтерський облік (порівняно з ФОП)
- часом недостатнє правове регулювання з деяких питань
- менша довіра контрагентів (порівняно з ТОВ) через відсутність чіткого регулювання

ТОВ

ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ

Переваги

- відповідальність засновників у межах вкладів у статутний капітал
- більший потенціал для розвитку
- відсутність вимог до розміру статутного капіталу та обмежень щодо кількості учасників
- можливість сформувати статутний капітал майном
- пільги для нерезидентів у разі створення підприємства з іноземними інвестиціями
- можливість поділу бізнесу на частки
- надійність ТОВ легше перевірити

Недоліки

- необхідність розробки установчих документів
- складніший бухгалтерський облік порівняно з ФОП
- складніша процедура припинення
- необхідність формування статутного капіталу
- одна особа може бути одноособним засновником лише одного ТОВ (напряму чи через юридичну особу)
- подвійне оподаткування – доходи ТОВ не є доходами учасників, потрібно виплачувати дивіденди, які також оподатковуються

АТ

АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО

Переваги

- можливість залучення додаткових інвестицій (акціонерів)
- відповідальність акціонерів у межах акцій (в т. ч. неоплаченої частини)
- можливість оплати акцій коштами, майном, майновими правами

Недоліки

- необхідність розробки установчих документів
- наявність вимог до мінімального розміру статутного капіталу (1250 МЗП – мінімальних заробітних плат)
- більш складний облік
- складніше управління
- обмеження кількості акціонерів для ПрАТ
- процедура реєстрації Державною комісією з цінних паперів та фондового ринку (ДКЦПФР) випуску акцій

ОСНОВНІ ТЕРМІНИ

ПДВ

податок на додану вартість – це непрямий податок, який є часткою новоствореної вартості, входить до ціни реалізації товарів і сплачується споживачем до державного бюджету на кожному етапі виробництва товарів. Головна особливість платника ПДВ – це розрив між реальним і формальним платником. Реальний платник ПДВ – це покупець. Кошти для ПДВ входять до ціни товару. Формальний платник ПДВ – це продавець. Після продажу товару він зобов'язаний перерахувати ПДВ до бюджету.

ЄСВ

єдиний соціальний внесок на загальнообов'язкове державне соціальне страхування – консолідований страховий внесок в Україні, збір якого здійснюється в системі загальнообов'язкового державного страхування в обов'язковому порядку та на регулярній основі. Відповідно до даних Міністерства фінансів України, з 01.01.2019 при мінімальній зарплаті в **4173 грн** мінімальний ЄСВ становить **918,06 грн**, а максимальний – **13770,90 грн**.

МЗП

мінімальна заробітна плата – це законодавчо встановлений розмір заробітної плати за просту, некваліфіковану працю, нижче якого не може встановлюватися оплата за виконану працівником місячну норму робіт (Кодекс законів про працю України, Закон України «Про оплату праці»). Відповідно до п. 5 ст. 38 Бюджетного кодексу України розмір мінімальної заробітної плати визначається в Законі про Державний бюджет на відповідний рік. Нині місячна мінімальна зарплата в Україні становить **4173 грн** (за даними Міністерства фінансів України).

ДЕРЖАВНА РЕЄСТРАЦІЯ

ОНЛАЙН

<https://igov.org.ua>



ОСОБИСТО:

органи реєстрації при виконкомах місцевих рад (через ЦНАП); нотаріуси; державні реєстратори, акредитовані Мінюстом; поштою (підписи засвідчуються нотаріально); представник (нотаріально-засвідчена довіреність).

ЧИ ВАРТО РЕЄСТРУВАТИСЬ? ТАК!!!

Проведення господарської діяльності без державної реєстрації як суб'єкта господарювання або без одержання ліцензії на провадження певного виду господарської діяльності, що підлягає ліцензуванню, а також без одержання іншого документа дозвільного характеру, якщо його одержання передбачене законом (крім випадків застосування принципу мовчазної згоди), тягне за собою накладення штрафу від 20 до 100 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян із конфіскацією виготовленої продукції, знарядь виробництва, сировини і грошей, одержаних внаслідок вчинення цього адміністративного правопорушення, чи без такої (відповідно до ст. 164 Кодексу України про адміністративні правопорушення).



ШТРАФ

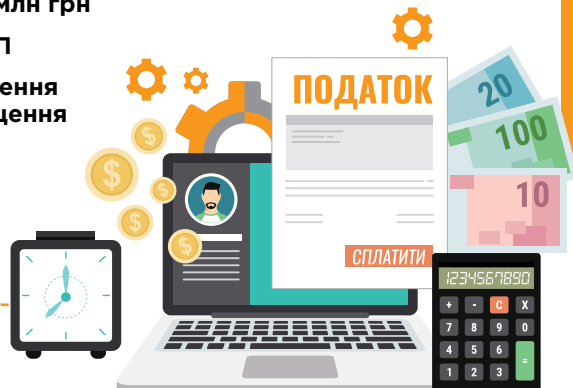
17 000–34 000 грн з конфіскацією продукції, знарядь виробництва, сировини і грошей, одержаних внаслідок вчинення цього адміністративного правопорушення чи без такої;

34 000–85 000 грн за повторне порушення протягом року або за отримання доходу у великому розмірі (від 881 000 грн).

СИСТЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ

ЗАГАЛЬНА

- податок на доходи фізичних осіб – **18%** від чистого доходу
- військовий збір – **1,5%** від доходу, сплачують лише фізичні особи
- ПДВ – **20%** у разі добровільної реєстрації або перевищення річного доходу в 1 млн грн
- ЄСВ – **22%**, для ФОП
- можливість повернення ПДВ у разі перевищення суми податкового кредиту над сумою податку



СПРОЩЕНА (ЄДИНИЙ ПОДАТОК)

- 1-а група (виключно ФОП, без найманих працівників, виключно роздрібний продаж товарів на ринках або надання побутових послуг населенню, дохід за календарний рік не більше 330 тис. грн) – **10%** від прожиткового мінімуму + ЄСВ (**22%**)
- 2-а група (виключно ФОП, до 10 найманих працівників одночасно, дохід за рік не більше 1,5 млн грн, дозволені види діяльності: виробництво та/або продаж товарів, діяльність у сфері ресторанного господарства, надання послуг, у т. ч. побутових, платникам єдиного податку або населенню) – **20%** від мінімальної заробітної плати + ЄСВ (**22%**)
- 3-я група (ФОП або юридична особа, дохід за календарний рік не більше 5 млн грн, дозволені види діяльності всі, крім загальних обмежень для спрощеної системи) – **5%** від всього доходу незалежно від витрат або **3% + ПДВ + ЄСВ (22% від МЗП)**
- 4-а група (сільськогосподарські товаровиробники – юридичні особи, у яких частка виробництва сільгосптоварів за попередній податковий звітний рік дорівнює або перевищує 75%; ФОП у межах фермерського господарства) – **0,95, 0,57, 0,19, 2,43 або 6,63%** від нормативної грошової оцінки за 1 га землі в користуванні + ЄСВ (**22%** від МЗП)

У процесі створення бізнесу та його реалізації вам доведеться дуже часто бути учасником переговорів – з інвесторами, спонсорами, клієнтами, партнерами та іншими зацікавленими сторонами. Тому навички переговорів є актуальними для підприємців на усіх етапах їхньої діяльності.



НАВИЧКИ ВЕДЕННЯ ПЕРЕГОВОРІВ

1 ПІЗНАЙТЕ СЕБЕ

Коли ви йдете на переговори, спершу проведіть самоаналіз. Як ви ставитеся до переговорів? Ви хочете завершити їх швидко? Якщо так, ви можете занадто швидко поступитися або віддати занадто багато. Або ви хочете виграти незалежно від ціни перемоги? Якщо це так, ви можете стати азартним і зашкодити відносинам.

2 ЗРОБІТЬ ДОМАШНЮ РОБОТУ

Дізнайтеся, з ким ведете переговори, перш ніж почати. Яка репутація переговорника? Яка зазвичай його стратегія – Win/Win-модель або Win/Lose-модель? Чи хоче людина вести переговори з вами?

3 ПРАКТИКУЙТЕ ПОДВІЙНІ І ПОТРІЙНІ ДУМКИ

Недостатньо знати, чого ви хочете в результаті переговорів. Вам також потрібно передбачити, чого хоче інша сторона (подвійна думка). Розумний переговорник також намагається передбачити, чого ви хочете, на думку іншої сторони (потрійна думка).

4 ПОБУДУВАТИ ДОВІРУ

Переговори є надзвичайно складною формою спілкування. Без довіри не буде спілкування. Натомість ви отримаєте маніпуляції та підозри, які маскуються під час спілкування. Будьте надійними. Шануйте свої зобов'язання. Кажіть правду. Поважайте довіру.

5 РОЗВИВАЙТЕ ЗОВНІШНЄ СЛУХАННЯ

Більшість людей веде внутрішній діалог із собою. Коли ви намагаєтеся спілкуватися з кимось іншим, цей внутрішній діалог стає проблемою, тому що ви не можете слухати внутрішньо і зовнішньо одночасно. Коли ви ведете переговори, вимкніть свій внутрішній голос і слухайте лише людину, з якою спілкуєтесь.

6 РУХАЙТЕСЬ МІЖ ПОЗИЦІЯМИ В ПЕРЕГОВОРАХ

Це ризиковано – робити себе вразливим для когось. Ось чому в ході переговорів ви починаєте із заяви про свою позицію. Пізніше, коли довіра поглибиться, ви й інша сторона можете ризикувати бути чеснішими і визначити свої справжні інтереси. Це ваша відповідальність, як переговорника, ставити запитання, які розкриють потреби або інтереси іншої сторони. Якщо ви до того ж провели роботу зі створення сприятливого клімату, ви, швидше за все, отримаєте чесні відповіді.

7 ВЛАСНА СИЛА

Не вважайте, що інша сторона має один тип влади, наприклад позицію влади, що він або вона всепотужний. Це забирає вашу силу! Баланс сил – це важливо, оцініть сили іншої сторони, а потім проаналізуйте свої. Сила поділяється на дві категорії: внутрішня і зовнішня. Перша, яку ніхто не може забрати у вас, включає вашу особисту силу, рівень самоповаги та впевненість у собі. Зовнішня – коливається відповідно до ситуації. Оскільки динаміка сил настільки мінлива, переговори існуватимуть завжди. Будьте терплячими, динаміка сил може змінюватися.

8 ЗНАЙТЕ СВОЮ БАТНА

БАТНА – найкраща альтернатива укладеній угоді (Best Alternative to a Negotiated Agreement). Перш ніж почати переговори, усвідомте, які ваші варіанти. Чи можете ви відмовитись від угоди? Які інші варіанти ви маєте? Які плюси і мінуси кожного вибору? Не зупиняйтеся. Розгляньте БАТНА іншої сторони переговорів.

9 УСВІДОМТЕ, ЩО ТАКЕ ПЕРЕМОГА

Який найкращий сценарій? Який ваш найгірший сценарій? Межа між ними називається вашим розрахунковим діапазоном. Якщо ви можете досягти угоди в межах вашої частини діапазону, це перемога! Не опускайтеся нижче нижньої межі, інакше ви будете почуватися погано і щодо себе, і щодо своєї угоди.

10 НАСОЛОДЖУЙТЕСЬ ПРОЦЕСОМ

Переговори – це процес, а не подія. Підготовка передбачуваних кроків, створення клімату, виявлення інтересів та вибір результатів – етапи, які ви пройдете в будь-яких переговорах. З практикою ви отримаєте навички більш точного розуміння кожного етапу переговорів.

- Коли востаннє ви брали участь у переговорах (навіть якщо це були симуляції типу «Модель ООН» чи дебати або переговори з вашими батьками щодо вибору спеціальності)?
- Що в процесі вам сподобалось найбільше?
- Що було найскладнішим?
- Які навички потрібно розвивати, щоб ефективно брати участь у переговорах та мати позитивний результат?



БІЗНЕС-ГРА

«ФОРМА БІЗНЕСУ ТА УМОВИ СПІВПРАЦІ»

Щоб підвищити вашу бізнес-грамотність, пропонуємо пограти в командну гру. Збирайте друзів, колег та спробуйте себе в нових ролях!

Розділіться на команди по 4 учасники. Доступні ролі:

- **інвестор** (вкладає лише кошти);
- **юрист бізнесу** (теж хоче частку);
- **СЕО** (директор) бізнесу (вкладається своєю працею);
- **маркетолог** (продажі) бізнесу.

Оберіть кожен відповідну роль у бізнесі.

Проведіть переговори. **Ваше завдання – домовитися на свою користь (% , ваші права та обов'язки).**

Дозволено проявляти емоції; додумувати реальність (додаткові факти); блефувати; вигадувати для себе додаткові переваги та умови співпраці на свою користь.

За результатами переговорів опишіть умови спільного ведення бізнесу, де обов'язково мають бути основні домовленості між усіма сторонами, розподіл прав та обов'язків, прибутків, вихід учасників, через кого здійснюється діяльність тощо – але лише істотні умови, на ваш розсуд.

Один із членів команди публічно презентує ваш стартап та структуру.

- Які враження?
- Чи було складно?
- На чому ви робили акцент під час переговорів?
- Які висновки ви можете зробити з гри?

БУДЬТЕ ГІДНИМИ – ТРЕБА ЗБЕРІГАТИ ГІДНІСТЬ І НЕ ОПУСКАТИСЯ НИЖЧЕ ПРИЙНЯТНОГО РІВНЯ ДЛЯ ОТРИМАННЯ НАЙКРАЩОЇ УГОДИ.

БУДЬТЕ ДУЖЕ ЧІТКИМИ У ВИСЛОВЛЕННІ СВОЇХ ДУМОК – ЗАЛИШАЙТЕСЯ ТВЕРДИМИ ЩОДО СВОЇХ РІШЕНЬ, НЕ ГРАЙТЕ СЛОВАМИ ТА НЕ НАМАГАЙТЕСЯ ЗАПЛУТАТИ ІНШИХ.

БУДЬТЕ ХОРОШИМ СЛУХАЧЕМ – НЕ ПЕРЕХОДЬТЕ ДО ВИСНОВКІВ; ЗАМІСТЬ ЦЬОГО СЛУХАЙТЕ ТЕ, ЩО ПРОПОНУЄ ІНША СТОРОНА.

БУДЬТЕ РОЗУМНИМИ – НЕ КАЖІТЬ ЗАЙВОГО ЗАРАДИ ПЕРЕМОГИ, НЕ НАЗИВАЙТЕ УЯВНІ АБО ЗАВИЩЕНІ ЦИФРИ.

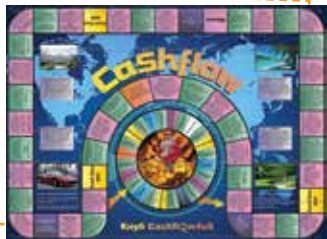
ПІДВИЩУЙТЕ ВАШУ ФІНАНСОВУ ГРАМОТНІСТЬ: ІГРИ ЕКОНОМІЧНОГО СПРЯМУВАННЯ

Запитання: Яку пораду ви могли б дати середньостатистичній людині?

😊 **Відповідь:** Не будьте середньостатистичною.



«Монополія» – популярна настільна гра економічного характеру. Гравці змагаються за набуття економічних переваг визначеною правилами гри економічною активністю, зокрема купівлею, орендою та торгівлею власністю з використанням ігрових грошей. Гравці здійснюють ходи по черзі. Мета гри – довести до банкрутства решту гравців.



Cash flow – гра-тренінг. Гра змодельована американським економічним гуру Робертом Кійосакі. За 4 години гри ви проживаєте 40 років власного фінансового життя. Бізнес-гра вчить того, як мислять люди, які володіють 90% всіх багатств світу. Під час гри учасники засвоюють правила поводження з грошима, навчаються інвестувати та грамотно збільшувати капітал. Розвинуть фінансове мислення і отримують досвід поводження в непередбачуваних ситуаціях.



Гра «Кінцевий бенефіціар».

Розробником гри є автор першого українського бізнес-детективу «Кінцевий бенефіціар». Гра розроблена за мотивами і як практичний додаток до книги. Її місія – підвищити фінансову грамотність громадян України. Ідея – надати

в ігровій формі спрощений інструментарій для практики в такій діяльності: інвестування та управління фінансами; формування пасивного грошового потоку; оподаткування; ведення спрощеної фінансової звітності; реєстрація та управління різними формами бізнесу (ФОП/ТОВ/АТ); монополізація галузей економіки; кредитно-фінансові відносини і багато іншого. Гра створена та адаптована під українські реалії. І звісно...



Грайте в шахи! Шахи сприяють розвитку логічного мислення, вміння будувати стратегії і формувати тактичні прийоми, волю до перемоги, програвати, не втрачаючи оптимізму, покращують пам'ять, креативність, вміння концентруватися та читати, допомагають запобігти низці хвороб головного мозку, протидіють

формуванню різного роду негативних залежностей. Гра в шахи є чудовою базою для здобуття низки професій, пов'язаних з високою кваліфікацією, таких як програмування, математичний аналіз, юриспруденція, бухгалтерський облік і фінанси, менеджмент тощо.

- Чи грали ви хоча б раз у житті в ці ігри? Згадайте ваші враження!
- Чому навчили вас ці ігри?

ПРЕЗЕНТАЦІЯ БІЗНЕС-ІДЕЇ



ВПРАВИ З РОЗВИТКУ НАВИЧОК СПІЛКУВАННЯ

**ЧОМУ
ЦЕ ВАЖЛИВО?**

Надалі ми будемо вивчати методи презентації вас та ідеї, роботу з клієнтами, інвесторами. Фундаментальний елемент цих аспектів – це комунікації.

Спробуйте вправи, які покращать ваші навички спілкування, і ви з легкістю зможете представляти ваші бізнес-ідеї стейкхолдерам!

РОЗМОВА ЗІ СТІЛЬЦЕМ



Щодня говоріть вголос, але не з людьми, а з предметами. До речі, розмовляти зі стільцем набагато складніше, ніж зі співрозмовником. Саме тому це настільки дієвий тренінг. Спробуйте кілька хвилин говорити на певну тему – для початку просто розкажіть, як у вас йдуть справи. Можна подумки скласти план розмови і дотримуватися його. Це допоможе навчитися висловлювати свої думки.

10 НЕЗНАЙОМЦІВ



Поставте собі за мету кожен день починати невимушені бесіди з незнайомими людьми. Запитайте думку продавця про сорти хліба, дізнайтеся у першого зустрічного, як пройти в поліклініку, поговоріть про погоду з консьєржкою в під'їзді, попросіть у сусіда трохи солі. Це позбавить страху заговорити першим.

Я ВСЕ ПАМ'ЯТАЮ



Розвивайте пам'ять – намагайтеся запам'ятовувати, у що одягнені люди навкруги, що вони тримають у руках, якого кольору в них очі, що вони вам сказали. Увечері перевірте, чи багатьох ви можете згадати в деталях.

ХВАЛЮ!



Спробуйте сказати комплімент кожному, з ким ви будете розмовляти протягом дня. Неважливо, що ви будете хвалити – зовнішність («Яке елегантне пальто!»), особисті якості («З тобою завжди весело») або вміння («Як ви спритно з кавовою машиною управляєтеся!»). Головне, щоб компліменти були щирими.

СПРОБУЙТЕ!

**І НАПИШІТЬ ВАШІ ВРАЖЕННЯ
ТА ОСОБИСТІ МАЛЕНЬКІ ПЕРЕМОГИ!**

ПРЕЗЕНТАЦІЯ ІДЕЇ: WOW-ЕФЕКТ

Кожну презентацію варто розглядати не як умовний набір фраз, а як частину загального маркетингового плану вашого бізнесу. Це означає, що під час підготовки кожної презентації слід враховувати глобальні цілі загалом, а не тільки для конкретного заходу.

Не варто концентруватись на тому, що станеться під час виступу, замість того слід побудувати презентацію на основі бажаних результатів, до яких вона повинна привести.

У ПРОЦЕСІ ПІДГОТОВКИ ВІДПОВІДАЄМО СОБІ НА ТАКІ ЗАПИТАННЯ:

- **Що люди повинні запам'ятати і винести для себе з моєї презентації?**
- **Що вони мають зробити після закінчення виступу?**
- **Що я можу зробити, щоб викликати довіру аудиторії?**

Останній пункт особливо важливий, тому що презентація часто має більший вплив на людей, ніж інші форми комунікації. Це означає, що коли ви запропонуєте погану презентацію, весь інший маркетинг не зможе виправити ситуації. Якщо ви не переконали людей особисто, то ні соцмережі, ні телебачення не зможуть цього зробити.

Якщо ваша презентація триває довго, то не забувайте, що **ПЕРШІ СЕКУНДИ ПРЕЗЕНТАЦІЇ ВИЗНАЧАЛЬНІ ДЛЯ ВСЬОГО ВИСТУПУ**. Саме спочатку ви повинні привернути увагу своєї аудиторії і переконати її, що продовження гідне того, щоб його слухати.

ДЛЯ ПРИВЕРНЕННЯ УВАГИ МОЖНА: розповісти невелику історію або анекдот, пов'язаний із темою, а потім плавно вийти на саму презентацію.

ГОЛОВНЕ ПРАВИЛО – відвертість і впевненість у собі.

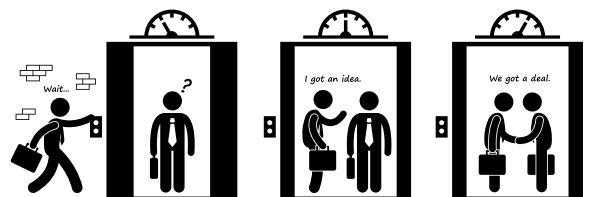
Насправді найкращі презентації мають вигляд розповіді про дійсні переваги бізнес-ідеї, наповненої щирим захватом та ентузіазмом захопленого діяльністю бізнесмена чи бізнес-леді.

ЗГАДАЙТЕ:

- Коли ви востаннє представляли свої ідеї чи напрацювання (на конференції, серед друзів, на парах в університеті, на конкурсі)?
- Чи легко вам тримати увагу аудиторії?
- На чому ви робите основні акценти під час презентації?
- Яка тривалість була у вашої презентації?

ТРОХИ ДЕТАЛЬНІШЕ ПРО ОСТАННЄ ЗАПИТАННЯ....

ПРЕЗЕНТАЦІЯ ІДЕЇ ЗА 30 СЕКУНД? А ЗА 5 СЕКУНД?



«Презентація для ліфта» (англ. Elevator Pitch) – поширений термін у бізнесі, якому скоро 100 років. Історія свідчить, що цей тип презентації з'явився на Wall Street, де у молодих клерків була єдина можливість зустрітися і викласти свою ідею керівникові тільки в ліфті. Сьогодні цим прийомом повинні користуватися всі, хто хоче налагоджувати професійні зв'язки самостійно. І не тільки в ліфті.

ОТЖЕ, ПРАВИЛА «ПРЕЗЕНТАЦІЇ ДЛЯ ЛІФТА» ПРОСТІ.

1. **Стислість.** Саме лаконічність – головна складова презентації. Пам'ятайте, у вас 30 секунд, поки ліфт піднімається, і вас вислухають, нікуди не подінуться.
2. **Доступність.** Мова повинна бути зрозуміла і бабусі, і дитині, тому що у співрозмовника просто фізично немає ресурсів розбиратися в складних речах.
3. **Користь.** Своєю презентацією ви повинні абсолютно чітко окреслити вашому співрозмовнику користь від вас, вашої роботи, вашого продукту або винаходу.
4. **Оригінальність.** У вас є шанс надихнути іншого лише в тому випадку, якщо це надихає вас. Придумайте сміливу фішку – коротку історію, риторичне запитання, метафору – щось, що запам'ятовується і чітко характеризує вас.
5. **Підготовка.** До короткої презентації потрібно готуватися ретельно. Тестуйте на друзях і знайомих, які змогли б чесно реагувати, даючи відгуки.
6. **Адаптація до ситуації.** Під час презентації може відбутись якась незапланована ситуація, форс-мажор. Тому будьте готові адаптувати заготовлений шаблон під будь-яку ситуацію. Реагуйте і пропонуйте рішення.

ЩО ПОВИННА МІСТИТИ ПРЕЗЕНТАЦІЯ В ЛІФТІ:

- ідею продукту, послуги або вас самого,
- як можна це використовувати,
- яка вигода для користувача.

КРУТО, ПРАВДА?

Але... Інформаційні потоки стали куди більш інтенсивними і насиченими, конкуренція росте. Промову для ліфта бажано мати, але насправді зараз куди важливіша унікальна ціннісна пропозиція (**unique value proposition, або UVP**), яка не повинна займати більше **5 секунд**, – лише стільки ви маєте для привернення й утримання уваги. **Саме 5 секунд!**

“ Google впорядкує інформацію у всьому світі та зробить її загальнодоступною ”



МАЙКЛ МОРИЦ

Суть у тому, що ви маєте визначити головний меседж вашої ідеї – рішення, яке вона дає, унікальність. У своїй книжці Leading investor і венчурний капіталіст Майкл Моріц розповідає історію двох аспірантів зі Стенфорда, які увійшли в його офіс і представили найлаконічніший бізнес-план з усіх, які він будь-коли чув. Сергій Брін і Ларрі Пейдж сказали Моріцу: «Google впорядкує інформацію у всьому світі та зробить її загальнодоступною».



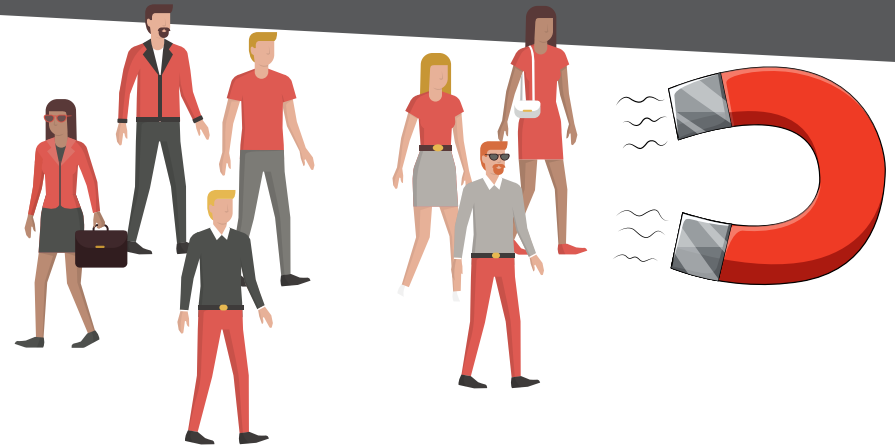
СЕРГІЙ БРІН І ЛАРРІ ПЕЙДЖ

**СПРОБУЙТЕ ПРОСТО ЗАРАЗ! НАПИШІТЬ ДВА РЕЧЕННЯ:
ПЕРШЕ – ЯКЕ ХАРАКТЕРИЗУЄ ВАШУ УНІКАЛЬНІСТЬ,
А ДРУГЕ – УНІКАЛЬНІСТЬ ВАШОЇ БІЗНЕС-ІДЕЇ!**

ДОСЛІДЖЕННЯ ЦІЛЬОВОЇ АУДИТОРІЇ ТА МАРКЕТИНГ



КЛІЄНТИ ХТО ВОНИ І ЯК ЇХ ЗНАЙТИ



Вам як майбутнім підприємцям слід знати, що всіх клієнтів можна умовно поділити на 3 групи:

1. ОЧІКУВАНІ.

Перед тим як починати новий бізнес, слід скласти бізнес-план, у якому ви вказуєте, хто буде основним споживачем продукції, що виготовляє ваша компанія, або послуг, які пропонуєте. Виходячи з цього, ви повинні шукати клієнтів у спеціалізованих місцях, що стосуються вашої сфери та продукту/послуги.

2. ПЕРСПЕКТИВНІ.

Це група покупців, які з разових можуть перетворитися на постійних і навіть розширити вашу клієнтську базу за рахунок залучення своїх друзів, родичів, партнерів по бізнесу.

3. НЕЗАЦІКАВЛЕНІ.

З цим видом споживачів працювати найважче. Вам потрібно довести, що ви краще за конкурентів. Якщо ви не можете похвалитися такими конкурентними перевагами, то споживач так і залишиться незацікавленим.



ДЕ ШУКАТИ КЛІЄНТІВ?

1 ЗНАЙОМІ І ДРУЗІ.

Як з'ясувалося, один з найефективніших способів. Згадайте гарненько всіх своїх знайомих – швидше за все, серед них є власники бізнесу, яким можуть знадобитися ваші послуги.

2 РОБОТОДАВЦІ ТА ПАРТНЕРИ З МИНУЛОЇ РОБОТИ.

Коли людина йде з роботи, вона часто перестає спілкуватися з колишніми роботодавцями, а даремно – серед них можуть бути ваші потенційні замовники.

3 ФОРУМИ ДЛЯ ПІДПРИЄМЦІВ.

Знайдіть у пошуку форуми підприємців (бізнес-форуми, стартап-форуми, форуми для власників ресторанів / будівельників, форуми вашого міста тощо). Знайдіть теми за вашою спеціалізацією і відповідайте там на запитання. Так ви закріпите за собою статус експерта, і замовники почнуть самі звертатися до вас за послугами.

4 НАПИШІТЬ НА СВОЇХ СТОРІНКАХ У СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА, ЩО ВИ ШУКАЄТЕ КЛІЄНТІВ.

Серед ваших друзів і підписників цілком можуть знайтися ті, кому буде цікаво.

5 ОНЛАЙН- І ОФЛАЙН-КОНФЕРЕНЦІЇ ТА ВЕБІНАРИ ДЛЯ ПІДПРИЄМЦІВ.

6 БІЗНЕС-ГРУПИ В СОЦМЕРЕЖАХ – групи за темою бізнесу, учасники яких – власники бізнесу або ті, хто збирається ними стати.

7 ІНСТАГРАМ – ХЕШТЕГИ.

Знайдете багато акаунтів компаній і магазинів, яким ви можете написати. Крім того, ви можете пропонувати свої послуги людям, які просувають себе через Інстаграм, – фотографам, стилістам тощо.

8 ПИШІТЬ СВОЇ КЕЙСИ З ПРОЕКТІВ І ПУБЛІКУЙТЕ ЇХ У ВЕЛИКИХ SMM-ПАБЛІКАХ.

Вас відразу помітять клієнти і звернуться до вас.

9 ЕКСПЕРТНІ КОМЕНТАРІ У ВЕЛИКИХ СПІЛЬНОТАХ З МАРКЕТИНГУ.

10 ЗДІЙСНЮЙТЕ ОБХІД ОРГАНІЗАЦІЙ,

які є вашими потенційними покупцями. Або ж пропонуйте свої послуги просто на вулиці, в місцях з високою прохідністю.

ДОДАЙТЕ ТРОХИ КРЕАТИВУ ТА ІННОВАЦІЙ!

Пошук нових клієнтів може не тільки бути складним, а й розчаровувати. Кожен стартапер знає, як це – витратити свій час і докладати багато зусиль, намагаючись знайти клієнтів. Кожному успіху передують ряд можливих невдач. Але зовсім не обов'язково, щоб так було завжди. Ми хочемо запропонувати вам кілька інноваційних способів пошуку потенційних клієнтів і взаємодії з ними, які ви знайдете не тільки ефективними, але і простими у використанні.

1 НАВЧІТЬ ЇХ ЧОМУСЬ НОВОМУ

У вас як у власника бізнесу є ряд певних навичок і знань, цікавих іншим. Ви можете поділитися професійним досвідом із допитливою публікою, одночасно просуваючи свої послуги.

2 ДАРУЙТЕ ВАШІ ТОВАРИ НА ЗАХОДАХ

Якщо ви займаєтеся просуванням конкретного продукту і хочете залучити аудиторію, найефективнішим способом буде роздача безкоштовних зразків і подарунків під час великої промоакції. Знайдіть організацію або event-менеджерів, яким було б цікаво зайнятися проведенням подібного заходу або лекції.

3 НАПИШІТЬ ЛИСТ, ЯКИЙ ЗАХОЧЕТЬСЯ ПРОЧИТАТИ

Якщо в листі немає корисної або цікавої інформації, швидше за все, його відправлять у спам. Але якщо ви зумієте створити ефективну розсилку, написавши щось яскраве, це зможе послужити поштовхом для здійснення покупки або подальшого поширення надісланої вами інформації.

4 БУДЬТЕ ДОБРИМИ

Благодійна діяльність зарезервована суто для великих гравців? Але не варто думати, що вам необхідні якісь величезні кошти. Ви можете бути впевнені в тому, що будь-яка, навіть символічна, сума, помножена на кількість нових клієнтів, залучених вашою соціальною діяльністю, піде на користь. Навіть більше, благодійна діяльність допоможе вашому бізнесу сформувати позитивний імідж і зміцнити довіру клієнтів.

5 СТІКЕРИ НА ДОПОМОГУ

Навіть якщо ви зуміли створити успішну рекламну кампанію в соцмережах, ніхто не заважає вам паралельно використовувати старі добрі наклейки – стікери. Використання стікерів – недорогий і дуже ефективний спосіб реклами фірми, послуг або продукції. Головне тут придумати яскравий короткий слоган, який з радістю підхопить ваша аудиторія. Такі наклейки ви можете розкладати в поштові скриньки, в кафе тощо. Ну і, звичайно ж, не забудьте вказати на наклейках назву вашої компанії й адресу вашого сайту!

СТВОРИТЬ ПОРТРЕТ ВАШОЇ ЦІЛЬОВОЇ АУДИТОРІЇ

Це дуже допоможе вам у пошуку клієнтів

Завдання власника бізнесу – створити такий продукт, який би повністю задовольнив потенційного споживача. Але зробити це можна лише в тому випадку, коли підприємець точно впевнений у своїй цільовій аудиторії. Проте важливіше знати реальне обличчя свого споживача, яке легко відтворити за допомогою портрета цільової аудиторії. Такий нехитрий прийом допоможе краще вивчити потенційних клієнтів, дізнатися про їхні особливості, про те, чого вони потребують.

Портрет клієнта – це загальний образ покупця, що включає в себе такі характеристики, які можуть розповісти про нього практично все, а саме:

- стать
- вік
- місце проживання
- сімейний статус
- сфера діяльності
- освіта
- сфера зайнятості і рівень зарплати
- посада і пов'язані з нею проблеми
- потреби
- фобії
- інтереси
- хобі
- модель купівельної поведінки
- риси характеру

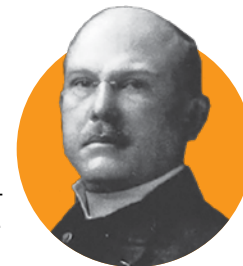
Тепер у вас готовий портрет вашого майбутнього клієнта;
THE NEXT STEP - МАРКЕТИНГ

ЗАПАМ'ЯТАЙТЕ! Наголос на першій склад: мАркетинг!
Бо маркЕтинг - це поганий мАркетинг ;)

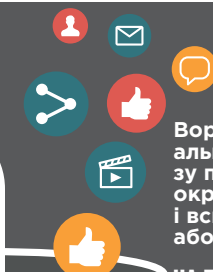
ТІЛЬКИ ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ:

- **Воронка продажів.**
- **Маркетинг-мікс позиціонування на ринку.**

Sales tunnel, purchase funnel, sales pipeline – всі ці англомовні терміни називають одне єдине поняття – воронку продажів. Ця концепція символізує шлях, який проходить середньостатистичний клієнт від моменту, коли ваш продукт привернув його увагу, і до моменту купівлі. Концепція «воронки продажів», що описує психологію клієнта, була запропонована американським адвокатом Еліасом Льюїсом у 1898 році.

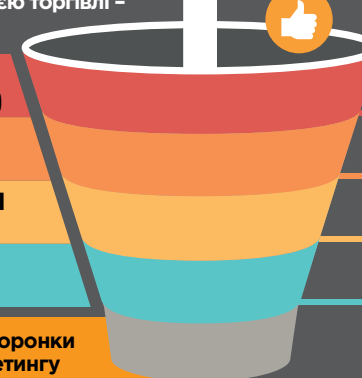


ЕЛІАС ЛЬЮЇС



Три десятиліття потому це поняття було вдало поєднано з іншою відомою концепцією торгівлі – AIDA:

- 1 УВАГА (ATTENTION)**
- 2 ІНТЕРЕС (INTEREST)**
- 3 БАЖАННЯ (DESIRE)**
- 4 ДІЯ (ACTION)**



Воронка продажів – ідеальна методика аналізу продуктивності як окремих працівників, так і всього відділу торгівлі або сайту. І як результат:

НА ПЕРШОМУ ЕТАПІ МИ БАЧИМО КІЛЬКІСТЬ ВІДВІДУВАЧІВ



НА ДРУГОМУ – КІЛЬКІСТЬ ДЗВІНКІВ



НА ТРЕТЬОМУ – КІЛЬКІСТЬ КОНСУЛЬТАЦІЙ



НА ЧЕТВЕРТОМУ – КІЛЬКІСТЬ ПРОДАЖІВ



Відтоді поняття воронки продажів у маркетингу стало одним із базових. Це означає, що самому продажу передують 4 стадії готовності клієнта:

- **СПОЧАТКУ ПРИВЕРТАЮТЬ ЙОГО УВАГУ** (наприклад, інструментами реклами);
- **ПОТІМ ВИКЛИКАЮТЬ ІНТЕРЕС** (змістом рекламного звернення);
- **ДАЛІ У ПОТЕНЦІЙНОГО ПОКУПЦЯ ВИНИКАЄ БАЖАННЯ СКОРИСТАТИСЯ ПРОПОЗИЦІЄЮ;**
- **НАРЕШТІ НАШ КЛІЄНТ ДІЄ** (телефонує в компанію, заходить у магазин або на сайт).



Сенс застосування концепції воронки продажів полягає в тому, щоб визначити основні етапи прийняття рішення про купівлю, а потім побудувати спілкування з клієнтом з урахуванням його настрою і того, які рішення він приймав на кожному з етапів.



НЕЙЛ
БОРДЕН

МАРКЕТИНГ-МІКС

4P

Термін **MARKETING MIX** у теорію маркетингу вперше (в 1964 році) було введено Нейлом Борденом, професором із Гарвардської школи бізнесу. Він розробив так звану **концепцію 4P**: Product, Price, Place, Promotion. Маркетинг-мікс – це система засобів маркетингу або сукупність прийомів і методів, конкретний інструментарій, який використовується компанією для досягнення поставленої мети, вирішення відповідних завдань.

ОСНОВНИМИ КОМПОНЕНТАМИ Є:

PRODUCT – ТОВАР (характеристики товару, упаковка, післяпродажне обслуговування),

PRICE – ЦІНА (встановлена таким чином, щоб сприяти продажу і водночас забезпечувати певний дохід підприємству),

PLACE – РОЗПОДІЛ ТОВАРУ НА РИНКУ (дії, які здійснює підприємство для забезпечення доставки товару цільовій групі споживачів у потрібне місце і час),

PROMOTION – КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ТОВАРУ (те, що підприємство використовує для інформування ринку і впливу на споживачів). Кожний з елементів включає самостійний комплекс заходів, реалізація яких формує відповідну політику в комплексі маркетингу.

Головна мета розроблення компанією маркетинг-міксу – забезпечити їй стійкі конкурентні переваги задля завоювання стабільних позицій на ринку.



СПРОБУЙТЕ СТВОРИТИ І НАПИСАТИ ОСНОВНІ АСПЕКТИ
ЗА ВАШОЮ БІЗНЕС-ІДЕЄЮ!

PRODUCT	PRICE
PLACE	PROMOTION
-----	-----
-----	-----
-----	-----
-----	-----
-----	-----
-----	-----
-----	-----
-----	-----
-----	-----
-----	-----
-----	-----
-----	-----
-----	-----
-----	-----
-----	-----
-----	-----
-----	-----
-----	-----
-----	-----
-----	-----
-----	-----

НЕ ЗАБУДЬТЕ ПРО БРЕНД-БУК!

БРЕНДБУК – головна книга компанії. Його відмінність від фірмового стилю полягає в тому, що фірмовий стиль призначений для споживача і покликаний виділити бренд з ряду конкурентів. Тоді як брендбук призначається для працівників компанії, насамперед для тих, хто займається просуванням бренду на ринку. Нижче представлено стандартний зміст брендбука:

1. ЗАГАЛЬНИЙ ОПИС БРЕНДУ

- Цільова аудиторія
- Цінності бренду
- Креативна концепція

2. КОРПОРАТИВНИЙ СТИЛЬ

- Фірмові кольори, шрифти
- Типографіка
- Правила використання логотипа
- Фірмові блоки

3. ДІЛОВА ДОКУМЕНТАЦІЯ

- Візитні картки
- Конверти
- Фірмові бланки
- Оформлення пропозицій
- Прес-папки

4. СУВЕНІРНА ПРОДУКЦІЯ

- Пакети
- Блокноти
- Щоденники і ручки



5. ДРУКОВАНІ МАТЕРІАЛИ

- Рекламна поліграфія
- Буклети
- Листівки

6. ОФОРМЛЕННЯ ТОЧОК ПРОДАЖІВ

- Зовнішнє оформлення
- POSM
- Стійки
- Інтер'єри офісу
- Мобільні конструкції

7. ЗОВНІШНЯ РЕКЛАМА

- Вивіска
- Сіті-формат
- Консоль

8. РЕКЛАМА В ЗМІ

- Приклади побудови рекламних блоків
- Приклади побудови рекламних щитів.

НЕ ЗУПИНЯЙТЕСЬ НА ШЛЯХУ РЕАЛІЗАЦІЇ ВАШОЇ ІДЕЇ

У цьому вам допоможе зручний інструмент – **SCRUM BOARD**.

Це так звана панель завдань, яку члени команди постійно оновлюють протягом певного часу реалізації. Якщо ви придумаете нове завдання, пишете нову картку і поміщаєте її на стіну.

Наприклад, Scrum Board виглядає так. Стовпці, які зазвичай використовуються на панелі завдань:

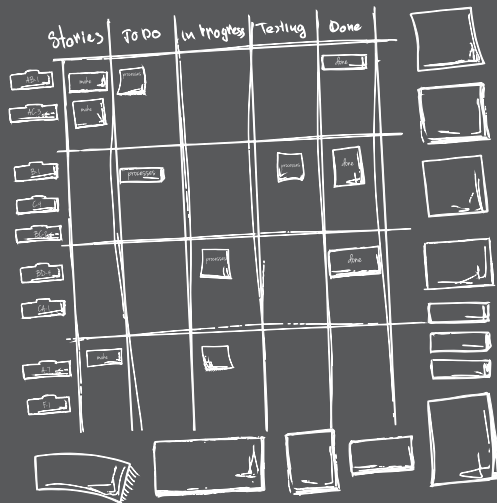
STORIES: опис історії показано у цьому рядку. Наприклад, «створюємо онлайн-магазин».

TO DO: розмістіть поточні завдання, які вам треба виконати і які не містяться в стовпцях Done або In Progress. Наприклад, «створити сайт», «знайти дизайнера», «найняти нового програміста».

IN PROGRESS: будь-яка реалізація певного завдання за вашою ідеєю, що триває. Наприклад, «сьогодні працюю над створенням логотипа», «роблю AIDA-аналіз».

TO VERIFY (TESTING): багато завдань мають відповідні картки тестових завдань, тобто їх треба перевірити. Наприклад, «треба протестувати на цільовій аудиторії назву мого онлайн-магазину, наскільки вона привертає увагу».

DONE: картки накопичуються тут, коли завдання закінчені. Наприклад, «онлайн-магазин створено», «спонсори знайдені».



СПРОБУЙТЕ І ВИ ТАК
ВІДСТЕЖУВАТИ
РЕАЛІЗАЦІЮ ВАШОЇ
БІЗНЕС-ІДЕЇ!

ПРОКАЧАЙТЕ СВІЙ МОЗОК (MINI ENGLISH LESSON)

Нижче ви можете побачити основні терміни бізнес-англійської. А вони вам точно знадобляться.



ВЧІТЬ, ВИКОРИСТОВУЙТЕ, ДОСЯГАЙТЕ БІЛЬШОГО!

- To set up a business = to start (up) a business = to launch a business** – заснувати, почати бізнес.
- To run a business / a company** – керувати, управляти бізнесом / компанією.
- To head a firm / a team / a department** – очолювати фірму / команду / відділ.
- To make a deal / a transaction = to secure a deal / a transaction** – укласти угоду.
- To expand the business** – розширити бізнес.
- To increase sales / production / investment = to boost sales / production / investment = to expand sales / production / investment** – збільшити продажі / виробництво / фінансування.
- To hold a company / a firm / a franchise; to buy a company / a firm / a franchise; to sell a company / a firm / a franchise** – мати компанію / фірму / франшизу; купити компанію / фірму / франшизу; продати компанію / фірму / франшизу.
- A crossfunctional (crossfunctional) team** – міжфункціональна команда.
- To cut investment / spending / borrowing = to reduce investment / spending / borrowing** – скоротити фінансування / витрати / позики.
- To attract customers** – залучити клієнтів.
- To create demand for your product** – створити попит на свій продукт.
- To generate profit** – приносити прибуток.
- To suffer losses** – нести збитки.
- To accumulate debts = to accrue debts = to run up debts** – накопичувати борги.
- To go bankrupt / To be declared bankrupt** – збанкрутувати / бути оголошеним банкрутом.

І КІЛЬКА АБРЕВІАТУР

- CEO (chief executive officer (AmE)) / MD (managing director (BrE))** – генеральний директор, керівник, президент компанії (дослівно – головний виконавчий директор).
- CFO (chief financial officer)** – фінансовий директор.
- COO (chief operating officer)** – виконавчий директор (дослівно – операційний директор).
- CMO (chief marketing officer)** – директор з маркетингу.
- CIO (chief information officer)** – директор з інформаційних технологій.



SMM-ПРОСУВАННЯ ТА СТВОРЕННЯ САЙТУ



Цей вислів – візитка багатьох компаній. Чому не ваша? Настав час створити сайт!

Створення будь-якого сайту повинно починатись з розуміння мети створення і подальшого розвитку. Також необхідно визначити, для яких завдань він вам потрібен (наприклад, ведення блогу чи продаж товарів).

Існує **три способи** самостійного створення сайту:

- За допомогою конструкторів сайтів.
- За допомогою CMS-систем.
- Шляхом написання вихідного коду сайту.



БІЛ ГЕЙТС

“
Якщо вас немає
в Інтернеті,
то вас
не існує!
”



Wix.com
uKit
nethouse
UMI CMS

Якщо у вас обмежений час або нема бажання розбиратись у всіх тонкощах створення сайту, то, безумовно, вам допоможе конструктор сайтів, де вже є готові шаблони, зрозумілий інтерфейс. Найбільш популярні конструктори сайтів:

- **Wix** – один з найбільш популярних конструкторів, який дозволяє швидко і просто створювати інтернет-ресурси високої якості.
- **UKit** – конструктор, що дозволяє створювати сучасні сайти, простий інтерфейс, просунута система аналітики.
- **Nethouse** – конструктор, що підійде для створення сайтів-візитівок, інтернет-магазинів. Досить простий у освоєнні.
- **UMI** – ще один простий і зручний у використанні конструктор.



WordPress
Joomla!
opencart

Якщо у вас є час заглибитись в особливості розробки сайту, то обирайте CMS-системи. CMS (Content Management System) – системи управління контентом. Ці системи часто називають двигунами для сайтів. Серед найкращих безкоштовних варто виділити:

- **WordPress** – відмінно підходить для створення блогів, сайтів-візитівок та корпоративних сайтів.
- **Joomla** – багатофункціональна система, що допоможе створити як блог, так і повноцінний інтернет-магазин.
- **Drupal** – підходить для створення корпоративних сайтів, сайтів-портфоліо, соціальних мереж та інтернет-магазинів.
- **OpenCart** – система, що в першу чергу призначена для створення інтернет-магазину, але досить складна в сенсі розробки.

ОТЖЕ, 3 ОСНОВНІ ЕТАПИ СТВОРЕННЯ САЙТУ:

- СТВОРЕННЯ ШАБЛОНА САЙТУ – ВІЗУАЛЬНЕ УЯВЛЕННЯ, ЯК ВІН БУДЕ ВИГЛЯДАТИ.
- ВЕРСТКА САЙТУ – НАПОВНЕННЯ КОНТЕНТОМ ТА ПЕРЕВІРКА САЙТУ НА НАЯВНІСТЬ ПОМИЛОК І ДІЄЗДАТНІСТЬ.
- ВПРОВАДЖЕННЯ РНР – БЕЗПОСЕРЕДНЬО ЗАПУСК САЙТУ.

Не забудьте важливий момент! Потрібно створити **ДОМЕН**, тобто ім'я сайту, адресу вашого сайту в Інтернеті. Наприклад, **google.com** (google – це і є назва).

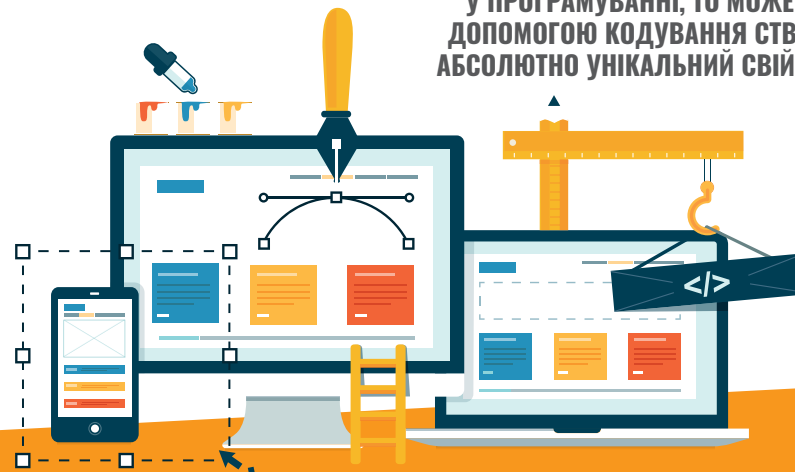
ПРИ ВИБОРІ ДОМЕНА КЕРУЙТЕСЬ ТАКИМИ ПРИНЦИПАМИ:

- оригінальність та легкість для запам'ятовування;
- максимальна довжина – 12 символів;
- легкість набору латиною;
- бажано, щоб в імені домена не було знака тире.

ТАКОЖ ПОТРІБНО ОБРАТИ ДОМЕННУ ЗОНУ. НАПРИКЛАД, GOOGLE.COM (.COM – ЦЕ І Є ЗОНА).

- com – міжнародний домен для тематик загального призначення;
- net – компанії, що надають послуги телефонного або інтернет-зв'язку;
- biz – компанії комерційного характеру;
- edu – установи освітнього характеру (ліцензовані);
- gov – установи державного характеру (мають право купувати тільки установи, в яких є відповідні документи);
- org – некомерційні компанії;
- pro – сайти, що надають послуги сертифікованих професіоналів / фахівців;
- info – інформаційні ресурси, блоги та ін.

ЯКЩО Ж ВИ ЧУДОВО РОЗБИРАЄТЕСЬ У ПРОГРАМУВАННІ, ТО МОЖЕТЕ ЗА ДОПОМОГОЮ КОДУВАННЯ СТВОРИТИ АБСОЛЮТНО УНІКАЛЬНИЙ СВІЙ САЙТ ;))



Напишіть варіанти доменного імені вашого майбутнього сайту. Увімкніть креатив, але пам'ятайте, що доменне ім'я – це назва вашого бізнесу!

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10

АКТУАЛЬНІ СТРАТЕГІЇ ПРОДАЖУ В ІНТЕРНЕТІ



1 ЗРОБІТЬ КОШИК ТА ПРОЦЕС ОПЛАТИ МАКСИМАЛЬНО ЗРУЧНИМИ ДЛЯ ПРОЦЕСУ КУПІВЛІ

Не вимагайте від відвідувачів занадто багато. Людина вже зважилася на купівлю, їй залишилося тільки завершити замовлення. Тут намагайтеся лояльно поставитися до отримання інформації про клієнта, яка вам потрібна. Використовуйте мінімум полів для заповнення.



2 ПОЛІПШІТЬ НАВІГАЦІЮ ВАШИХ САЙТІВ

Тестуйте такі показники:

- **Час завантаження.** Оптимально, якщо сторінка вантажиться до 3 секунд за умови нормальної швидкості Інтернету.
- **Розміри кнопок.** Робіть всі кнопки помітними. Для цього підберіть оптимальний розмір, колір, шрифт тексту і так далі.
- **Чітка структура сторінки.** Намагайтеся робити тексти логічними. Кожен крок і блок сторінки повинен впливати з попереднього.
- **Читабельний текст.** Приділіть увагу копірайтингу. Це найважливіша складова. Приберіть усе зайве. Залиште найважливіші моменти.
- **Контактна інформація.** У відвідувачів можуть виникнути запитання. Зробіть так, щоб вони змогли швидко зв'язатися з вами і отримати відповіді.



3 ПОКРАЩТЕ ПРИЗНАЧЕНІЙ ДЛЯ КОРИСТУВАЧА ДОСВІД НА ВАШИХ САЙТАХ

Збирайте максимум інформації про відвідувачів, щоб робити пропозиції, від яких їм буде важко відмовитися. Так, якщо ви продаєте фізичні товари через інтернет-магазин, ви зможете додати розділи: «Переглянуті товари», «Рекомендовані товари», «Популярні товари», «Новинки».



4 ЗАБЕЗПЕЧТЕ ПОВНУ БЕЗПЕКУ ВАШИМ КЛІЄНТАМ

Будь-який витік даних може загрожувати серйозними наслідками як вам, так і вашим клієнтам. Тому зробіть ваші ресурси максимально безпечними. Використовуйте відповідні платформи для створення ресурсів, постійно тестуйте сайти.



5 ОПТИМІЗУЙТЕ КОЖНУ ЧАСТИНУ ВОРОНКИ ПІД МОБІЛЬНІ ПРИБОРИ

Кожне торкання клієнта повинно бути оптимізовано. Наприклад, email-розсилка. Намагайтеся зробити так, щоб кожен лист був читабельним на будь-якому мобільному пристрої. Діліть текст на абзаци, додавайте широкі кнопки, виділяйте важливі моменти і посилання.



6 МАКСИМАЛЬНО РОЗШИРТЕ ПРИСУТНІСТЬ ВАШОГО БРЕНДУ В ІНТЕРНЕТІ

Для успішного бізнесу недостатньо говорити про себе тільки на своїх ресурсах або в соціальних мережах. Користувачі повинні бачити, що вам довіряють великі ЗМІ, про вас говорять радіостанції, телеканали, лідери думок тощо. Намагайтеся бути всюди, де тільки можна.



7 ВИКОРИСТОВУЙТЕ ЗВОРТНИЙ ЗВ'ЯЗОК ВІД КЛІЄНТІВ

Це реально те, що допоможе вам максимально швидко адаптувати бізнес під потреби аудиторії.

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОСУВАННЯ В ІНТЕРНЕТІ: ІДЕЇ ДЛЯ КОНТЕНТУ

in



ВИКОРИСТОВУЙТЕ ХЕШТЕГИ.

Використання популярних хештегів допоможе збільшити охоплення цільової аудиторії. Хештеги допомагають потенційним фоловерам знаходити вас серед іншого контенту. Спершу варто провести невелике дослідження. Можна скористатися послугами сервісів типу Hashtagify.me або самостійно з'ясувати, які теги найкраще працюють для вашого бізнесу. Не варто вставляти хештеги навмання. Зловживати ними також не варто – багатьох вони дратують. Також придумайте власний хештег, який стане ще одним елементом вашого бренду і який ви зможете популяризувати в соціальних мережах і надалі використовувати в просуванні вашого бізнесу.

ЦИТАТИ.

Надихаючі цитати відомих людей завжди мають успіх. Вставляйте їх відповідно до сфери, в якій реалізується ваша ідея.

ОПИТУВАННЯ.

Соціальні мережі дозволяють створити опитування, вони можуть стосуватися конкретно вашої ідеї, щоб ви могли дослідити зацікавленість у ній або інші питання для покращення свого продукту/послуги.

ФОТО У ФОРМАТІ «ЗА ЛАШТУНКАМИ».

Опублікуйте свої фотографії під час роботи над ідеєю, фото перших задоволених клієнтів.

СТАТИСТИКА.

Графіки і діаграми з даними, що стосуються вашої сфери діяльності, завжди мають попит.

ІНФОГРАФІКА.

Ви можете створити власну, за темою або результатами вашої бізнес-ідеї.

ЗАПИТАННЯ.

Ставте аудиторії прості запитання, пов'язані з вашим бізнесом, буде фідбек і збільшення аудиторії.

БРЕНДОВАНІ ФОТО.

Коли ви придумали свій логотип, вставляйте його на зображення, що публікуєте.

ФОТОГРАФІЇ ВАШОГО ПРОДУКТУ.

Ці фото можна опублікувати на Pinterest або в Instagram.

КОРИСНА ПОРАДА.

Публікуйте ваші особисті поради, кейси, пов'язані з вашим бізнесом чи його сферою.

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ, ЩО ДОЦІЛЬНО ВИКОРИСТОВУВАТИ:

Facebook, Instagram,
Twitter, LinkedIn.



ПОПРОСИТЬ КОРИСТУВАЧІВ НАПИСАТИ ОГЛЯД ВАШОГО ПРОДУКТУ.

Мотивуйте їх і винагороджуйте найактивніших.

РОЗКАЖІТЬ АУДИТОРІЇ, ЯК ВИ ДОСЯГАЄТЕ УСПІХУ В БІЗНЕСІ І НЕ ВІДХОДИТЕ ВІД ЦІЛІ.

Можливо, ви займаєтеся йогою, відвідуєте психологічні тренінги чи позбуваєтеся негативної енергії за допомогою кросфіту? Фотографії вітаються.

ПОДІЛІТЬСЯ З АУДИТОРІЄЮ СПОГАДАМИ.

Опублікуйте фото старого логотипа, перших продуктів або офісу в гаражі.

ІНШІ СОЦМЕРЕЖІ.

Опублікуйте у Фейсбуці посилання на свій профіль в інших соцмережах.

ОПУБЛІКУЙТЕ ВІДЕО.

Краще, якщо це буде корисна відеоінструкція, що стосується вашого продукту/послуги.

ОПУБЛІКУЙТЕ ПРОГНОЗ.

Він може бути пов'язаний зі сферою діяльності вашого бізнесу або з актуальними подіями.

ОПУБЛІКУЙТЕ ПОСТ У ФОРМАТІ «ПРАВДА ЧИ БРЕХНЯ».

Запропонуйте підписникам самим підтвердити або спростувати міф, що стосується вашої бізнес-ідеї.

ПІДГОТУЙТЕ СЕРІЮ МІКРОПОСТІВ НА ОДНУ ТЕМУ, ЩО СТОСУЄТЬСЯ ВАШОГО БІЗНЕСУ.

Публікуйте їх декілька днів підряд.

ПРОВЕДІТЬ БЕЗКОШТОВНИЙ ВЕБІНАР З ДОПОМОГОЮ GOOGLE+ HANGOUTS.

Опублікуйте відео в соціальних мережах.

ЗРОБІТЬ ОГЛЯД ЦІКАВОЇ КНИГИ, ЩО СТОСУЄТЬСЯ СФЕРИ ДІЯЛЬНОСТІ, В ЯКІЙ ВИ ПРАЦЮЄТЕ, ТА ОПУБЛІКУЙТЕ ЇЇ НА САЙТІ БЛОГІВ ЗМІ, А НА СОЦІАЛЬНИЙ СТОРІНЦІ ДАЙТЕ ПОСИЛАННЯ НА НЬОГО.

РОЗКАЖІТЬ ПРО НЕСТАНДАРТНІ СПОСОБИ ВИКОРИСТАННЯ ВАШОГО ПРОДУКТУ.

РЕКЛАМУЙТЕ СВІЙ БІЗНЕС.

Врешті-решт, ви створили групу або паблік щодо вашої бізнес-ідеї, і вас читають зацікавлені люди.

2

ВАЖЛИВИХ ФАКТИ

ПРО ТЕ, ЧОМУ ПОТРІБНО ВИКОРИСТОВУВАТИ СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ДЛЯ ПРОСУВАННЯ ВАШОГО БІЗНЕСУ АБО ТЕСТУВАННЯ ВАШОЇ БІЗНЕС-ІДЕЇ:

«САРАФАННЕ РАДІО»

З упевненістю можна сказати, що кнопки «поділитися» в соціальних мережах у разі ефективніші за плітки та чутки, які поширюються зі швидкістю світла. Користувачі в соціальних мережах обов'язково поділяться тим, що їм сподобалось. Для них це неважко. Але є одна необхідна умова – їх потрібно справді неймовірно зацікавити, викликати емоції. Тому якісний контент є важливим.

ІНТЕРАКТИВНІСТЬ СОЦІАЛЬНИХ ПЛАТФОРМ

Користувачі приходять у соціальні мережі з багатьох причин, але найперша з них – це взаємодія. Тому контакуйте з усіма, хто реагує на ваші пости щодо вашого бізнесу. А інформація, надалі отримана з фідбеку у вигляді відгуків, порад та зауважень до вашого бізнесу, буде вельми корисна для формування та корегування стратегії розвитку.



Згадайте, які інструменти ви застосовували для просування себе в соціальних мережах, для підвищення популярності власного бренду. Наскільки вони були ефективні? Чи з'явилися у вас нові контакти, знайомства, можливості?

ФІНАНСУВАННЯ



ДЕ ШУКАТИ ФІНАНСУВАННЯ?



Знайти кошти для реалізації своєї ідеї – завдання не з найпростіших, проте й не таке складне, як може здатись на перший погляд. Звісно, почати залучати кошти ви можете з найпростішого методу, а далі вже переходити до інших на шляху пошуку омріяних інвесторів.

ВАШЕ БЛИЗЬКЕ ОТОЧЕННЯ

Доволі часто пошук інвесторів починається саме з близьких людей, які могли б вкласти гроші у вашу ідею. Це можуть бути родичі, друзі, одногрупники, які готові повірити вам і ризикнути. Важливо зацікавити їх.

КРАУДФАДИНГ

Crowdfunding є одним з відносно нових способів фінансування стартапу, який останнім часом набирає популярності. Це майже як прийняття внеску або інвестицій від більш ніж однієї особи одночасно. Ваше завдання – викласти детальний, але зрозумілий опис своєї ідеї на платформі краудфандингу. Напишіть цілі свого бізнесу, плани отримання прибутку, скільки коштів потребує і на що саме. Crowdfunding – чудовий варіант фінансування для вашого бізнесу, бо він може викликати інтерес у великої кількості людей, а також привернути увагу потенційних інвесторів. Також майте на увазі, що краудфандинг – це конкурентне місце, тому, якщо ваш бізнес не є зрозумілим, цікавим, корисним, то він може не привернути увагу споживачів. Намагайтесь якомога конкретніше прописати свою ідею, її вплив і результати.

Популярні майданчики – [kickstarter.com](https://www.kickstarter.com), [indiegogo.com](https://www.indiegogo.com), [biggggidea.com](https://www.biggggidea.com).

КРЕДИТ У БАНКУ

У пошуках інвестицій можна звернутися і в банк. Багато підприємців-початківців так і роблять – беруть споживчий кредит під свої потреби. Однак вдаватися до цього варто тільки в тому випадку, якщо ви впевнені в успіху, бо ви будете винні значну суму коштів.

ДОНОРИ

Ще один спосіб отримати гроші на бізнес – взяти участь у програмах міжнародних донорів України. Одним з основних партнерів України, який робить значний внесок у розвиток малого і середнього бізнесу, є Європейський банк реконструкції та розвитку. Він надає гранти на консалтингові послуги, допомагає залучити інвестиції, отримати доступ до технічної підтримки.

БІЗНЕС-АНГЕЛИ

Доволі часто на початку створення бізнесу можна звертатись до бізнес-ангелів. Це успішні підприємці, топ-менеджери, що не проти вкласти свої гроші в перспективні проекти на початковому етапі, з умовою, що в майбутньому вони можуть принести непоганий прибуток. Часто бізнес-ангели інвестують у проекти поодиночки, але часом об'єднуються в спільноти, асоціації та вкладають у ту чи іншу ідею спільно. Привернути увагу бізнес-ангела можна на спеціалізованих конференціях, форумах або сайтах компаній, які допомагають бізнесменам та інвесторам знайти одне одного.

КОНКУРСИ ТА ГРАНТИ

Збільшення кількості конкурсів і грантів значно допомогло максимізувати можливості для залучення коштів. Вони заохочують підприємців до створення бізнес-ідей. У таких змаганнях вам потрібно або створити продукт, або підготувати бізнес-план. Перемога в цих конкурсах також може забезпечити вам певне висвітлення у ЗМІ.

Ви можете представити свою ідею особисто або викласти її через бізнес-план. Він повинен бути всебічним, щоб переконати будь-кого, що ваша ідея варта інвестування. Існує багато організацій, де підприємці можуть виграти стартовий капітал на реалізацію своєї ідеї. Такі конкурси найчастіше організують інвестиційні фонди. Привабливість цього способу отримання грошей у тому, що в кінцевому підсумку їх не доведеться віддавати.

БІЗНЕС-ІНКУБАТОРИ ТА АКСЕЛЕРАТОРИ

Підприємства на ранніх стадіях можуть розглядати програми інкубаторів та акселераторів як варіант фінансування. Ці програми діють майже у всіх великих містах, щорічно допомагають сотням нових підприємств. Інкубатор допомагає з ідеї створити бізнес-ідею, бізнес-план, визначити потенційні шляхи впровадження. Акселератор допомагає саме запустити свій бізнес. Ці програми зазвичай працюють протягом 4-8 місяців і вимагають від власників бізнесу немало часу.

УРЯДОВІ ПРОГРАМИ, ЯКІ ПРОПОНУЮТЬ СТАРТОВИЙ КАПІТАЛ

У багатьох країнах такі програми існують і доволі успішно реалізуються, допомагаючи молодим підприємцям втілювати свої ідеї. Україна поки лише поступово намагається впроваджувати такі ініціативи.

ІНВЕСТОРИ

Якщо ви знайдете інвестора, який буде готовий піти на ризики, пов'язані з новою справою, то це вам дуже допоможе. Але для того щоб знайти таку людину, потрібно зацікавити її своєю ідеєю. **І не забувайте, що інвестор завжди зможе претендувати на ваш бізнес, до цього потрібно бути готовим.**

Або ж підбирати більш лояльного інвестора, якщо вам є з кого вибирати.

ПОШУК ІНВЕСТОРІВ ДЛЯ БІЗНЕСУ

ПОВИНЕН ПОЧИНАТИСЯ З ПОПЕРЕДНЬОЇ ПІДГОТОВКИ:



- Складіть грамотний бізнес-план. Не зайвою буде і коротка презентація вашого проекту. Заздалегідь передбачте запитання, які вам можуть поставити, і продумайте відповіді на них.
- Перше, що цікавить потенційних інвесторів, – це прибуток. Потрібно чітко показати їм, яким буде дохід і за рахунок чого він буде створюватися.
- Розкажіть, у чому унікальність вашої бізнес-ідеї, чим будете відрізнятися від конкурентів. За які терміни вкладення окупляться і почнуть приносити гроші.
- Скажіть, яка сума вам необхідна і на що вона піде. Найкраще, якщо, крім ідеї, у вас вже буде готовий працюючий прототип.
- Розсилати свою пропозицію не варто всім інвесторам підряд. Необхідно спершу проаналізувати і відібрати тих, хто інвестує в бізнес саме у вашій ніші, і вже їх намагатися зацікавити.
- Щоб знайти інвесторів, ви можете або залишити заявку на одному зі спеціалізованих сайтів, або представити свій проект на спеціалізованому заході або брати участь у конкурсах. Також можна заручитися рекомендацією бізнесменів, що вже отримали гроші від інвесторів, яких зацікавив ваш проект.

У РЕЗУЛЬТАТІ МИ РОЗУМІЄМО, ЩО ДУЖЕ ВАЖЛИВОЮ Є ІДЕЯ ВАШОГО БІЗНЕСУ. ЦЕ ПОВИНЕН БУТИ ДІЙСНО ОРІГІНАЛЬНИЙ ПРОЕКТ, ЯКИЙ В МАЙБУТНЬОМУ МОЖЕ ПРИНЕСТИ ХОРОШІ ГРОШІ, ПОЗИТИВНО ВПЛИНУТИ НА СУСПІЛЬСТВО, МАТИ СВОЄРІДНИЙ WOW-ЕФЕКТ.



ПРОАНАЛІЗУЙТЕ СВОЮ ІДЕЮ ЗА ДОПОМОГОЮ ДИЗАЙН-МИСЛЕННЯ

DESIGN THINKING – це методологія, яка забезпечує підхід, що базується на вирішенні проблем. Це надзвичайно корисно для вирішення складних проблем, які є невизначеними або невідомими, шляхом розуміння людських потреб, шляхом повторного формування проблеми за допомогою людських орієнтирів, шляхом створення багатьох ідей завдяки мозковому штурму та застосування практичного підходу. Розуміння п'яти етапів дизайн-мислення дасть змогу кожному застосувати його методи для вирішення складних проблем, які існують навколо нас – у наших компаніях, у наших країнах і навіть у масштабах нашої планети. П'ятиступенева модель дизайн-мислення була запропонована Інститутом дизайну Хассо-Платтнера в Стенфорді (d.school).

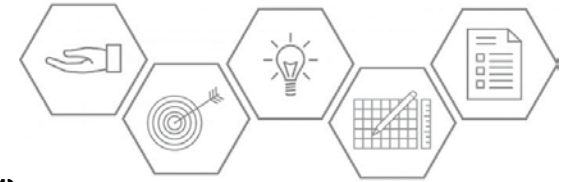
П'ять етапів дизайн-мислення, відповідно до d.school, є такими: співпереживання (емпатія), визначення (проблеми), ідея, прототип і тестування.

СПРОБУЙТЕ ЗРОБИТИ ЦЕ НА СВОЇЙ БІЗНЕС-ІДЕЇ.

1 ЕМПАТІЯ

Першим етапом процесу дизайн-мислення є отримання емпатичного розуміння проблеми, яку ви намагаєтеся вирішити. Воно включає консультації експертів, щоб дізнатися більше про сферу, що викликає занепокоєння, спостерігаючи, залучаючи та співпереживаючи з людьми, щоб зрозуміти їхній досвід та мотивацію, а також зануритися в середовище, щоб ви могли отримати глибше особисте розуміння проблем.

Напишіть, які потреби і проблеми є у вашій цільовій аудиторії взагалі.



2 ВИЗНАЧЕННЯ (ПРОБЛЕМИ)

Тут ви будете аналізувати свої спостереження і синтезувати їх, щоб визначити основні проблеми, які ви і ваша команда визначили до цього моменту. Ви повинні обрати проблему що вирішує ваша ідея.

Напишіть, яку проблему цільової аудиторії вирішує ваша бізнес-ідея.

3 ІДЕЯ

На третьому етапі процесу дизайн-мислення дизайнери готові генерувати ідеї. Ви зрозуміли своїх майбутніх споживачів і їхні потреби, визначили проблеми. Важливо отримати якомога більше ідей або рішень на даному етапі.

Напишіть, якими методами ви збираєтесь вирішувати проблему аудиторії за допомогою своєї ідеї (продукту/послуги), – конкретні методи та шляхи.

4 ПРОТОТИП

Тепер вам варто створити модель, прототип вашої ідеї, на якому можна було б представити її функції. Це експериментальна фаза, і її метою є визначення найкращого можливого рішення для кожної з проблем, виявлених на перших трьох етапах.

Напишіть, які обмеження, недоліки є у вашого продукту/послуги. Покажіть прототип друзям, родині, щоб отримати від них відгуки про свою бізнес-ідею (саме в процесі користування продуктом вашої ідеї).

5 ТЕСТУВАННЯ

Це завершальна стадія, а результати, отримані під час етапу тестування, часто використовуються для перегляду одного або декількох недоліків. Навіть націй фазі зміни та вдосконалення робляться для того, щоб виключити проблемні питання та отримати якомога глибше розуміння продукту та його користувачів.

Протестуйте ваш продукт/послугу на цільовій аудиторії. Запустіть пілотний проект. Напишіть, які результати даного етапу. Чи задовольнив ваш продукт потребу аудиторії? Що потрібно покращити?

ЩО ВИ ПЛАНУЄТЕ РОБИТИ ДАЛІ? ЯКІ ВАШІ ПОДАЛЬШІ КРОКИ? ГОТОВІ ДО ПОВНОГО ЗАПУСКУ ІДЕЇ?

НА МАЙБУТНЄ!!!

В УСПІШНИХ ЛЮДЕЙ КІЛЬКА ДЖЕРЕЛ ПРИБУТКУ

Успішні люди завжди створюють кілька джерел доходу. Принаймні так відбувається на самому початку, коли вони ще не заробили собі дуже великих статків. Якщо у людини мало грошей, вона не стане задовольнятися однією роботою або чекати підвищення зарплати, вона шукає другу роботу, і в результаті у неї з'являються кошти на інвестиції, бізнес або освіту. Цим займаються 67% забезпечених людей, тоді як серед малозабезпечених – тільки 6%.

Дуже часто у мільйонерів або мільярдерів кілька сфер доходів. Наприклад, людина володіє банком, мережею магазинів і ще кількома туристичними компаніями. Диверсифікація джерел доходів дозволяє залишатися на плаву і зменшити чутливість до зовнішніх економічних обставин. Такі ситуації не настільки болючі для багатих людей, як для бідних; коли бідна людина має тільки одне джерело доходу, вона відразу ж ризикує опинитися в несприятливих фінансових умовах, якщо це джерело почне тимчасово приносити мало грошей.

Багаті люди, навпаки, мають кілька джерел, і тому можуть отримувати стабільний дохід, незважаючи на те, що одне з їхніх джерел тимчасово приносить мало прибутку.

Додатковий дохід можуть приносити: здача нерухомості в оренду, іпотечний інвестиційний траст, інвестиції в акції, часткове володіння компаніями, фінансування інвестицій, патенти та ін.

ПОДУМАЙТЕ ТА НАПИШІТЬ, ЯК ВИ МОГЛИ Б ОТРИМУВАТИ ДОДАТКОВИЙ ДОХІД (ВЖЕ ЗАРАЗ АБО В МАЙБУТНЬОМУ)



ВАУ!
ВИ ПРОЙШЛИ
МАЙЖЕ ВСІ СХОДИНКИ,
ЩОБ СТВОРИТИ
ВЛАСНУ СПРАВУ!
ВІТАЄМО З ЦИМ!



ЩО Ж МИ МОЖЕМО УЗАГАЛЬНИТИ?!

- Ви можете розпочати свій бізнес із нуля, бо це роблять інші. У США 99% компаній відносять до малого бізнесу і при цьому дають роботу 80% населення! Для організації свого бізнесу не потрібна спеціальна освіта. Вам просто потрібно мати ідею, бажання навчатися та пристосовуватися, ну і вміння діяти!
- Ви можете відкрити свій бізнес, тому що існує справа, яка ідеально підійде саме для ваших інтересів, досвіду, захоплення чи сфери діяльності. Проблема початку свого бізнесу, по суті, зводиться до наявності бізнес-ідеї, вирішення паперових та фінансових питань.
- Ви можете розпочати справу з нуля, навіть сидячи вдома.
- І найважливіше – ви зможете розпочати бізнес, який хочете, коли хочете і як захочете. Це подарує сенс вашій роботі, зробить її значущою і дасть можливість приділяти більше уваги важливим речам.



ЯКІ ОСНОВНІ КРОКИ СТВОРЕННЯ ВЛАСНОЇ СПРАВИ?

1
КРОК

ЗНАЙДІТЬ СЕБЕ І СВІЙ БІЗНЕС

Розпочати потрібно з відповідей на ряд запитань. Що я роблю найкраще? Що я хочу зробити? Що у мене дійсно виходить зробити? На цьому етапі вас може зацікавити робота над ідеями. Також варто визначитися, що таке успіх для вас. Як тільки ви розставили пріоритети і визначили свої навички, потрібно подумати про тип справи, яку би хотіли відкрити з нуля. Перший день повинен піти на визначення ваших уподобань.

2
КРОК

ПОЧНІТЬ ПРАЦЮВАТИ НАД СТРАТЕГІЄЮ

Тепер ви вже знаєте, до чого у вас є хист і який тип справи буде найдоцільніше відкрити. Прийшов час подумати про стратегію, яка має відповідати особистим цінностям, щоб із часом не зник інтерес до справи. Усвідомте, що ви хочете відкрити, а що – ні.

3
КРОК

ВИЗНАЧТЕ МІСЦЕ РОЗТАШУВАННЯ КОМПАНІЇ

Місце розташування компанії повинне підходити вашому бізнесу та бізнес-стратегії.

4
КРОК

ВИЗНАЧТЕ, СКІЛЬКИ ГРОШЕЙ ПОТРІБНО ДЛЯ ПОЧАТКУ

Питання стартового капіталу – це, зокрема, привід для того, щоб повністю присвятити час дослідженню. Якщо ви працюєте вдома і не зустрічаєтеся з клієнтами, початкові витрати можуть знадобитися, наприклад, лише на створення сайту, купівлю канцелярського приладдя, матеріалів для роботи чи юридичні питання.

5
КРОК

ПОЧНІТЬ ПЛАНУВАТИ БІЗНЕС, А НЕ СТВОРЮВАТИ ЧІТКИЙ БІЗНЕС-ПЛАН

Кілька пунктів, над якими потрібно замислитися на цьому етапі: особливості вашого малого, середнього чи великого бізнесу; ваш ринок і потреби людей у ньому; заходи, які потрібно вжити, і терміни для них; початкові витрати; прогноз продажів; бюджет на витрати.

6
КРОК

ПРИЙШОВ ЧАС ДОСЛІДИТИ РИНОК

Існує безліч способів, які можна використовувати для проведення дослідження: самому розповсюджувати соціопитування, розмовляти з людьми телефоном, розсилати листи на електронні скриньки і, власне, радитись із тими, хто також проходить чи вже проходив через усе це. Провести дослідження ринку дуже важливо, адже воно допоможе вам зрозуміти, чи існує попит на сервіс або товар, який ви пропонуєте.

7
КРОК

ВИРІШІТЬ ЮРИДИЧНІ ПИТАННЯ

На цьому етапі потрібно вибрати та зареєструвати ім'я вашої компанії, а також визначитися зі структурою підприємства. У цьому питанні краще проконсультуватись із юристом, щоб переконатися, що ви зробили всі основні речі та вдалися до правильних кроків.

8
КРОК

ЗНАЙДІТЬ ДЖЕРЕЛО ФІНАНСУВАННЯ

Варто витратити час на роботу з бізнес-планом і на дослідження можливих варіантів фінансування. Запам'ятайте, що ваш бізнес-план ще можна змінити. Він повинен залишатися живим документом, адже ви постійно розвиваєтеся. Зробіть схему на одну сторінку, вона попередник вашого бізнес-плану.

9
КРОК

ПРАЦЮЙТЕ НАД БІЗНЕС-ПЛАНОМ

Під час створення бізнес-плану ви зможете структурувати свої відкриття, орієнтовні розрахунки та цілі. Найімовірніше, пізніше ви його змініте, але для початку план створить загальну картину вашого задуму.

10
КРОК

ВИДІЛІТЬ ЧАС НА ВИВЧЕННЯ ВАРІАНТІВ ФІНАНСУВАННЯ

Варіанти фінансування будуть відрізнятися залежно від типу вашого бізнесу.

11
КРОК

ПОШУК ПОСТАЧАЛЬНИКА ДЛЯ ВАШИХ ТОВАРІВ (ЯКЩО ЦЕ НЕОБХІДНО ДЛЯ ВАШОГО БІЗНЕСУ)

Ви можете почати шукати в Інтернеті за запитом «ваш товар оптом», збирайте базу контактів. Відвідайте оптовий ринок, там також можна знайти постачальників ваших товарів.

12
КРОК

ВИРІШІТЬ ПРОБЛЕМУ ОТРИМАННЯ ОПЛАТИ

Одна з основних причин виходу людей із бізнесу в тому, що вони не мають готівки для оплати рахунків, виплати заробітних плат та продовження діяльності. Оплату від клієнтів можна отримувати на картку, на рахунок, готівкою чи післяплатою від кур'єрської служби.

13
КРОК

ОРІЄНТОВНИЙ РОЗРАХУНОК ПОТЕНЦІЙНОГО ПРИБУТКУ

Розрахунок потенційної конверсії, яка буде вам вигідна, коли продаватимуться товари, наприклад: ціна товару 800 грн, націнка 20%. Заробіток з одного продажу становить: $800 \times 20\% = 160$ грн.

14
КРОК

ВИРІШІТЬ, ПОТРІБНО ВАМ НАЙМАТИ ПРАЦІВНИКІВ ЧИ НІ

Якщо так, розмістіть оголошення та намагайтеся на цьому етапі почати процес проведення співбесід та прийняття на роботу.

15 КРОК ПИДУМАЙТЕ, ЯК СТВОРИТИ ЗІ СВОГО БІЗНЕСУ БРЕНД

Ви повинні зрозуміти сутність, «родзинку» вашого бізнесу. Це не тільки допоможе виділитися серед конкурентів, але також зробить ваше послання зрозумілим, створить цінність і стане ключовим елементом маркетингу. Найкращий спосіб зрозуміти, як створити бренд, – вчитися цьому в інших.

16 КРОК ПОЧНІТЬ ПРЕДСТАВЛЯТИ КОМПАНІЮ В ІНТЕРНЕТІ

Навіть якщо ваш бізнес не пов'язаний із цифровими технологіями, важливо представити його в Інтернеті. Навіть якщо не займаєтесь онлайн-бізнесом, люди повинні мати можливість легко вас знайти.

17 КРОК РЕКЛАМУЙТЕ

Працювати над рекламою та просуванням доведеться постійно. Оскільки ви щойно почали її, найімовірніше, у вас всього кілька клієнтів, це дуже важливо, коли ви збираєтесь відкрити бізнес із нуля.

18 КРОК ТЕПЕР ВИ В БІЗНЕСІ – ПОЧИНАЙТЕ ПРОДАВАТИ!

Ви ретельно підготувалися. Зараз у вас точно немає жодних виправдань! Прийшов час відкинути страх і почати розмовляти з людьми, продовжувати рекламувати і не зупинятися.

19 КРОК ВІДКРИЙТЕ ВАШУ УНІКАЛЬНУ ТОРГОВУ ПРОПОЗИЦІЮ (УТП)

Ваша унікальна торгова пропозиція (згадайте про 5 секунд на презентацію) визначає те, що робить вас унікальним. Вона знадобиться, якщо ви збираєтесь одразу ж продавати свій товар потенційним клієнтам.

20 КРОК ПОРА ПОЧАТИ ТЕЛЕФОНУВАТИ ЛЮДЯМ, ПРОСУВАТИ СВІЙ БІЗНЕС, ПРОДАВАТИ НА ВИЇЗДІ, ВСТАНОВЛЮВАТИ КОНТАКТИ

Перед тим як почати пробувати налагодити зв'язки, вкрай важливо створити чіткий список. Це допоможе вам зосередитися на правильних напрямках та правильних людях. Проведіть власне дослідження.

21 КРОК НЕ ВІДСТУПАЙТЕ ВІД СВОЇХ ЦІЛЕЙ, ПІДТРИМУЙТЕ ЗВ'ЯЗКИ ТОЩО

Буває, що хтось зацікавився вашою пропозицією, а буває і таке, що назвав дуже конкретну причину відмови від неї, але існує дуже багато способів змусити їх задуматися над своїм початковим рішенням.

22 КРОК ЗРОЗУМІЙТЕ, ЯК ВИ ЗБИРАЄТЕСЯ ПІДТРИМУВАТИ ВІДНОСИНИ З КЛІЄНТАМИ, А ПОТІМ ВИБУДОВУЙТЕ, ЗБЕРІГАЙТЕ ВІДНОСИНИ І СПІВПРАЦЮЙТЕ З КЛІЄНТАМИ

Тепер, коли ви зуміли створити свою аудиторію чи роздобули кількох клієнтів, потрібно буде постійно підтримувати з ними відносини. Зараз у багатьох бізнесах це відбувається за допомогою облікових записів у соціальних мережах, які дуже часто замінюють клієнтську підтримку.

23 КРОК ВИБЕРІТЬ ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДЛЯ ВЕДЕННЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ / ДОДАТОК ДЛЯ ОНЛАЙН-БУХГАЛТЕРІЇ

Основна перевага використання хорошого програмного забезпечення для ведення бухгалтерії в тому, що ваші витрати стануть зрозумілими. І в підсумку ви зможете приймати більш виважені фінансові рішення.

24 КРОК ВІДПОЧИНЬТЕ

Подаруйте собі день відпочинку. Але не дивуйтеся, якщо не зможете. Організація своєї справи з нуля не лише допоможе вирішити, який саме бізнес ви хочете, а й покладе на вас постійну відповідальність за нього.



ТІМ БЕРРІ



САБРИНА ПАРСОНС

Структура і послідовність кроків переважно взята з порад книги Тіма Беррі «3 weeks to Startup» та статті Digital Marketing Agency «LeMarbet». Проте порядок та суть деяких кроків змінена під теми та завдання усього блоку, який ви до цього заповнювали.

ЯК ВАШІ СПРАВИ? ВИ ВЖЕ ВИРІШИЛИ ПРИЙНЯТИ ВИКЛИК?

А ТЕПЕР ВІДПОВІМО ОДНИМ РЕЧЕННЯМ НА ЗАПИТАННЯ ПРО СТВОРЕННЯ ВЛАСНОЇ СПРАВИ **ЗНОВУ**

Зі сторінок блокнота ви дізнались, як поетапно придумати власну ідею та реалізувати її, створивши бізнес.
Перевірте, що ви засвоїли!

1. Що таке самозайнятість? Чим вона відрізняється від start-up і бізнесу?

2. Де брати натхнення, щоб створити бізнес-ідею?

3. Скільки разів можна помилятися?

4. Що таке бізнес-модель і як ефективно проаналізувати свою концепцію?

5. Чому потрібно розумітися у правових та фінансових питаннях?

6. Чи потрібен апгрейд навичок презентації себе та власної ідеї?

7. Як стати гуру маркетингу, не будучи маркетологом?

8. Онлайн – це актуально, вигідно, приносить більше прибутку?

9. Що робити, щоб інвесторами проекту були не лише друзі та родина?

10. Ви готові просто зараз йти реалізовувати вашу ідею?

- НАСКІЛЬКИ ЗМІНИЛИСЬ ВАШІ ВІДПОВІДІ ПОРІВНЯНО З ТИМИ, ЯКІ ВИ НАПИСАЛИ, ЩОЙНО ВІДКРИВШИ БЛОКНОТ?
- ЩО ВАМ НАЙБІЛЬШЕ ЗАПАМ'ЯТАЛОСЬ ТА ЗДИВУВАЛО В ПРОЦЕСІ ЗАПОВНЕННЯ БЛОКНОТА? ЩО ПЛАНУЄТЕ ЗАСТОСОВУВАТИ В РЕАЛІЗАЦІЇ ВАШОЇ ІДЕЇ ТА В ЖИТТІ, В ЦІЛОМУ?
- ПОРЕФЛЕКСУЙТЕ, НА ЯКІ АСПЕКТИ В РЕАЛІЗАЦІЇ ВАШОЇ ІДЕЇ ЩЕ ТРЕБА АКЦЕНТУВАТИ УВАГУ?

Будемо вам дуже вдячні, якщо поділитесь своїми результатами з нашою командою, аби ми розуміли, наскільки корисним вам був цей блокнот!

Також у вас буде можливість отримувати персональні дайджести актуальних подій, вакансій та інших можливостей на вашу пошту.



info@careerhub.in.ua



<http://careerhub.in.ua/>



CareerHubUkraine



careerhub.in.ua

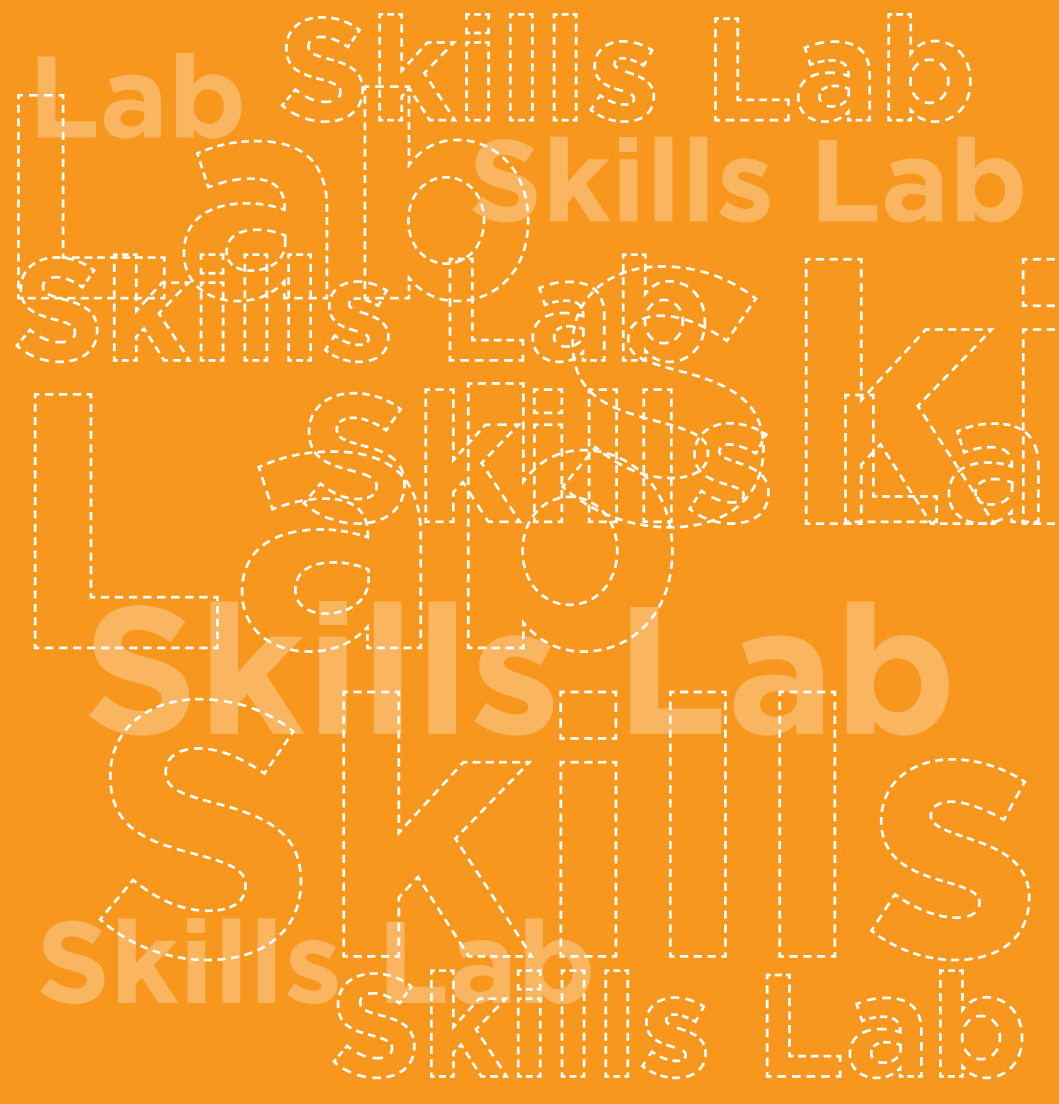
БАЖАЄМО ВАМ УСПІХУ В РЕАЛІЗАЦІЇ ВАШИХ БІЗНЕС-ІДЕЙ! ЗМІНЮЙТЕ НАШ СВІТ НА КРАЩЕ!

З НАТХНЕННЯМ, КОМАНДА
ЦЕНТРУ «РОЗВИТОК КСВ» І CAREERHUB



ПОСИЛАННЯ НА ВИКОРИСТАНІ ДЖЕРЕЛА:

1. Тест на здатність до ведення підприємницької діяльності: http://ekonom-yrok.blogspot.com/2013/01/blog-post_7.html
2. Ануфрієва О. Л., Пальчевська Т.Г., Лагоцька Г.М. «Підприємницька діяльність»: http://umo.edu.ua/images/content/depozitar/navichki_pracevlasht/pidpryemn_diyaln.pdf
3. Притча про те, як досягти успіху: <http://narodua.com/dajdzhest-svit/prytcha-pro-te-jak-dosjahty-uspichu.html>
4. Proven Rules for Successful Business from People Who Have Made it: <https://thenextscoop.com/rules-successful-business-people/>
5. 50 Ways to Find Inspiration: <https://tinybuddha.com/blog/50-ways-to-find-inspiration-create-explore-expand/>
6. Business trends for 2019 and beyond: <https://channels.theinnovationenterprise.com/articles/business-trends-for-2019-and-beyond>
7. 10 business trends that will define the startup ecosystem in 2019: <https://yourstory.com/2019/01/startup-business-trends-2019/>
8. Мир VUCA и подходы выживания в нем: <http://becmology.ru/blog/management/vuca.htm>
9. Ready to shift your vuca to vuca prime: <http://agilityconsulting.com/your-agility-advantage/ready-to-shift-your-vuca-to-vuca-prime/>
10. ТОП-10 успішних людей, кар'єра яких почалася з невдач: <https://ukr.media/business/265058/>
11. Робота над помилками: 5 книг від Річарда Бренсона, що надихають на створення нового: <https://kfund-media.com/roboata-nad-pomykamy-5-knyg-vid-richarda-brensona-shho-nadyhayut-na-stvorennya-novogo/>
12. LABA_BOOKS #12: <https://l-a-b-a.com/blog/show/344>
13. What makes entrepreneurs successful: <https://www.forbes.com/sites/scottshane/2012/05/24/what-makes-entrepreneurs-successful/#6412d18294e2>
14. Бізнес-модель CANVAS: <https://www.prostir.ua/?kb=biznes-model-canvas-dlya-hromadskiyh-orhanizatsij>
15. Блиц-резюме компанії: <http://donskih.ru/2017/03/blits-rezyume-kompanii/>
16. Two Tools that Help Link Processes with Strategy: <http://www.bpminstitute.org/resources/articles/two-tools-help-link-processes-strategy>
17. 25 предпринимателей младше 25 лет: <https://mc.today/rejting-redaktsii-novyeh-imenachitateli-vybirayut-samyh-yarkih-predprinimatelej-vozzrastom-do-25-let/>
18. Як почати свій бізнес ще під час навчання у школі: <https://lemarbet.com/ua/biznes-v-ukraine/kak-nachat-svoy-biznes-esche-vo-vremya-uchebyi-v-shkole/>
19. Юридична грамотність від ВК partners: <https://legalaidd.com>
20. Tips on how to negotiate effectively: <http://www.bbraham.com/downloads/TipNegotiation.pdf>
21. 6 правил презентации для лифта: <https://www.work.ua/articles/job-interview/1087/>
22. Правило п'яти секунд: <https://style.nv.ua/ukr/blogs/pravilo-pjati-sekund-jak-lakonichnist-prizvodit-do-uspikhu-bloh-marketoloha-2471506.html>
23. Как искать клиентов: <http://dnevnyk-uspeha.com/rabota-i-karera/kak-iskat-klientov.html>
24. 5 необычных способов найти новых клиентов: <https://cutt.ly/Owif3i>
25. Що таке Брендбук: <https://webera.com.ua/frmovij-stil/45-brendbuk-profesyna-rozrobka.html>
26. 10 брендбуков и гайдлайнов известных компаний: <http://www.lookatme.ru/mag/live/inspiration-lists/196757-brandbooks>
27. Scrum Board: <https://www.mountangoatsoftware.com/uploads/articles/MockedTaskBoard.jpg>
28. Illustration of Scrum task board: <https://sp.depositphotos.com/165632166/stock-illustration-scrum-task-board-agile-process.html>
29. Як створити сайт самостійно та безкоштовно: <https://pbb.lviv.ua/statti-i-novyny/statti-shchodo-stvorennia-saitu/jak-stvoryty-sajt-samostiyno-i-bezkoshtovno>
30. 7 стратегий продаж в інтернеті: <https://geniusmarketing.me/lab/7-strategiy-prodazh-v-internete/>
31. Як і де знайти інвестора для бізнесу: <http://bestinvestpro.com/uk/yak-i-de-znajti-investora-dlya-biznesu-gramotno-pidhodimo-do-poshuku/>
32. Де взяти гроші на бізнес в Україні і що для цього потрібно: <http://asn.in.ua/ua/news/publishing/112225-gde-vzjat-dengichto-dlja-eh458445.html>
33. 96 забійних ідей контенту для соціальних мереж: <http://slaidik.com.ua/96-zabijnih-idej-kontentu-dlya-sotsialnih-merezh/>
34. 5 Stages in the Design Thinking Process: <https://www.interaction-design.org/literature/article/5-stages-in-the-design-thinking-process>
35. Як відкрити та розпочати свій бізнес із нуля за 30 днів: <https://lemarbet.com/ua/biznes-v-ukraine/kak-otkryt-i-nachat-svoj-biznes-s-nulya-za-30-dnej/>
36. Ти потрібен шефу, а він тобі – ні!: <https://biggggidea.com/practices/1328>



Skills Lab:

ВЛАСНА СПРАВА

Блокнот-помічник у створенні власного бізнесу

careerhub.in.ua