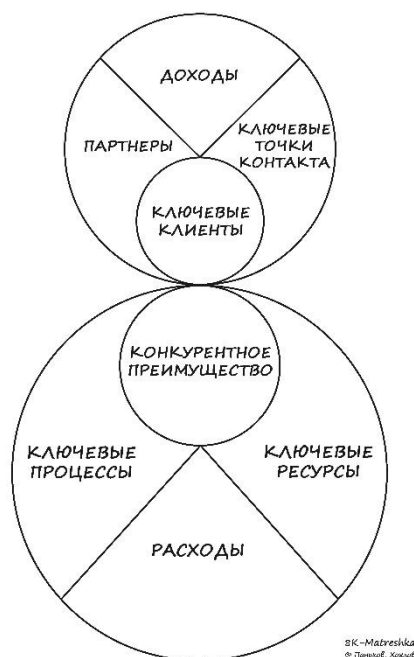


Алгоритм описания бизнес-модели с использованием методики «8К-матрешка»

Этот алгоритм поможет вам самостоятельно разработать бизнес-модель или кардинально пересмотреть подход к формированию ценности для своих клиентов. Он предназначен для оценки потенциала новых направлений, рынков. Также, если вы никогда не описывали бизнес модель текущего бизнеса, то вам лучше воспользоваться этим алгоритмом.

С использованием авторской методики Александра Панькова «8К-матрешка» вы сможете структурировать все ключевые элементы, выявить взаимосвязи между ними и построить устойчивую модель, которая станет основой вашей стратегии.

Прочитать об этой методике подробнее можно в [статье](#).



[Скачать шаблон](#) разработки бизнес-модели «8К-матрешка»

ШАГ 1. ОПРЕДЕЛЕНИЕ КЛЮЧЕВЫХ КЛИЕНТОВ

Цель: Выявить, кто является основной аудиторией вашего бизнеса и будет генерировать основную прибыль, понять их потребности.

Что делать:

1. Сформируйте группы клиентов, с которыми вы планируете работать:

- Кто генерирует основную прибыль?
- Чьи потребности вы удовлетворяете напрямую или косвенно?

2. Проработайте портрет ключевых клиентов:

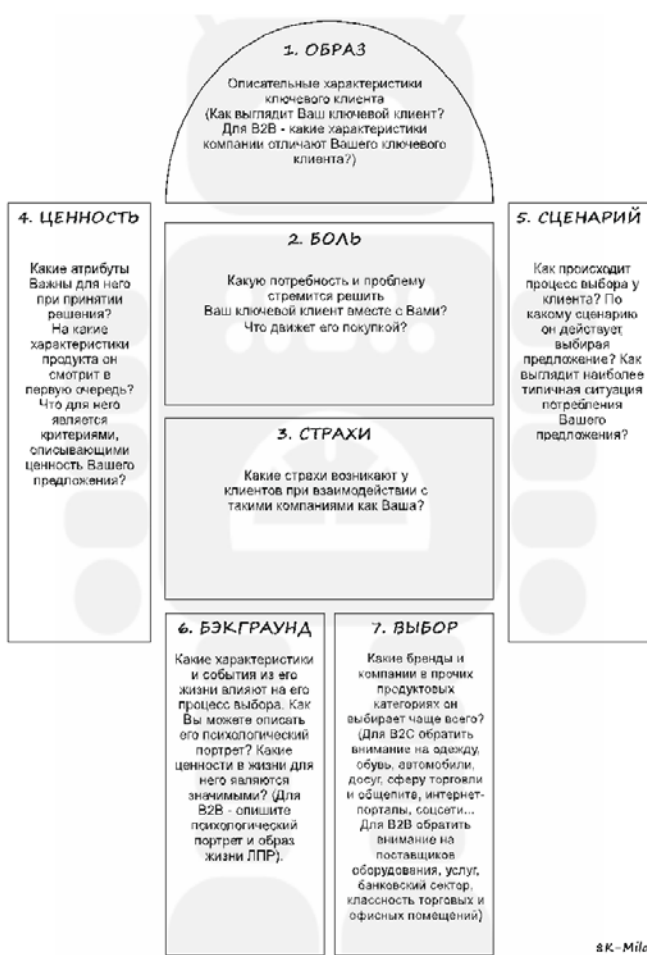
- Какие у них основные боли и ожидания?
- Как они принимают решение о покупке?

Нюансы:

- Учитывайте не только тех, кто непосредственно платит, но и тех, кто влияет на процесс покупки.
- Используйте инструменты анализа, такие как анкеты, интервью и фокус-группы.

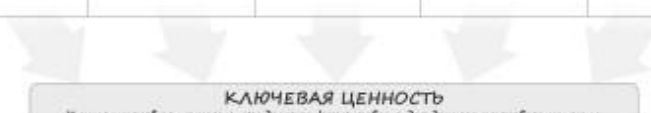
Результат: Понимание целевой аудитории и формирование фокуса на ключевые группы клиентов.

[Скачать шаблон 8K-Milo](#) для описания портрета клиента:



[Скачать шаблон «Клиент»](#) для формирования ценности для клиентов:

КЛИЕНТ	Осознавание потребности	Оценки альтернатив	Выбор	Покупка	После покупки
ЦЕЛИ – что клиент ожидает достичь на данном этапе?					
ДЕЙСТВИЯ – что делает клиент на данном этапе?					
ТОЧКИ КОНТАКТА – где вы можете повлиять на клиента на данном этапе?					
ВЛИЯНИЕ – что или что может повлиять/ослабить на выбор и решение клиента на данном этапе?					



КЛЮЧЕВАЯ ЦЕННОСТЬ
 Какую ключевую ценность мы должны сформулировать для данного ключевого клиента

ШАГ 2. ФОРМУЛИРОВКА КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ

Цель: Определить уникальность вашего предложения.

Что делать:

1. Опишите, какие боли или потребности клиентов вы решаете лучше конкурентов.
2. Составьте список ваших сильных сторон и оцените их значимость для клиента.
3. Выделите ключевое конкурентное преимущество, на котором вы будете строить коммуникацию с рынком.

Нюансы:

- Изучите конкурентов и их предложения.
- Убедитесь, что ваши преимущества понятны клиентам.

Результат: Сформированное и четко сформулированное конкурентное преимущество.

ШАГ 3. ФОРМИРОВАНИЕ КЛЮЧЕВЫХ ТОЧЕК КОНТАКТА С КЛИЕНТАМИ

Цель: Обеспечить эффективное взаимодействие с клиентами на всех этапах.

Что делать:

1. Перечислите все точки контакта: от первого взаимодействия до продажи.

2. Определите, какие из них являются критически важными для привлечения и удержания клиентов.
3. Разработайте идеи для усиления ключевых точек контакта.

Нюансы:

- Сосредоточьтесь на самых важных точках взаимодействия.
- Тестируйте разные подходы для улучшения клиентского опыта.

Результат: Эффективные точки взаимодействия с клиентами.

ШАГ 4. ФОРМИРОВАНИЕ КЛЮЧЕВЫХ ПАРТНЕРСТВ

Цель: Выстроить отношения с партнёрами, которые будут поддерживать вашу бизнес-модель.

Что делать:

1. Определите, какие партнеры необходимы для:
 - Доступа к клиентам.
 - Снижения рисков.
 - Укрепления конкурентных преимуществ.
2. Определите, потеря каких партнеров может привести к потере доходов компании
3. Составьте план сотрудничества и разделения обязанностей
4. Определите кто с вашей стороны отвечает за работу с партнерами

Нюансы:

- Партнеры могут обеспечивать доступ к новым клиентам или технологиям.
- Формализуйте отношения через договоры.

Результат: Установлены связи с партнерами, которые укрепляют бизнес.

ШАГ 5. ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ ДОХОДОВ

Цель: Определить, как и за счет чего вы зарабатываете.

Что делать:

1. Опишите, как компания будет зарабатывать деньги: модели доходов, типы оплат (подписка, предоплата, комиссии и т. д.).

2. Проведите расчеты для оценки финансовой эффективности.
3. Протестируйте выбранные модели на пилотной группе клиентов.

Нюансы:

- Учитывайте маржинальность различных видов доходов.
- Рассмотрите возможность создания дополнительных источников прибыли.

Результат: Понимание финансовой устойчивости модели.

ШАГ 6. ОПРЕДЕЛЕНИЕ КЛЮЧЕВЫХ ПРОЦЕССОВ

Цель: Выявить, какие процессы являются основой успешной бизнес-модели.

Что делать:

1. Перечислите все процессы компании и выделите те, которые необходимы для создания и доставки ценности клиентам.
2. Оцените, какие процессы нужно развивать с самого начала, а какие можно отложить.
3. Разработайте план управления ключевыми процессами.
4. Обеспечьте контроль ключевых этапов выполнения.

Нюансы:

- Фокусируйтесь на процессах, критически важных для успеха модели.
- Используйте системы автоматизации для повышения эффективности.

Результат: Сильные процессы, которые обеспечат успешное функционирование модели.

ШАГ 7. ОПРЕДЕЛЕНИЕ КЛЮЧЕВЫХ РЕСУРСОВ

Цель: Понять, какие ресурсы необходимы для запуска и функционирования модели.

Что делать:

1. Разделите ресурсы на категории:
 - материальные
 - интеллектуальные
 - Человеческие.

- Финансовые.
2. Определите, какие ресурсы у вас есть, каких не хватает и как их можно получить.
 3. Разработайте план их привлечения и развития.

Нюансы:

- Определите, какие ресурсы являются критически важными.
- Заблаговременно планируйте наращивание недостающих ресурсов.

Результат: Определенный набор ресурсов, необходимых для реализации бизнес-модели.

ШАГ 8. КОНТРОЛЬ КЛЮЧЕВЫХ РАСХОДОВ

Цель: Оптимизировать затраты, чтобы они поддерживали создание и доставку ценности.

Что делать:

1. Составьте перечень всех типов расходов, связанных с вашей моделью:
 - Фиксированные.
 - Переменные.
 - Инвестиционные.
2. Определите, какие расходы можно оптимизировать без ущерба для качества.
3. Разработайте меры по их оптимизации.

Нюансы:

- Сосредоточьтесь на крупных статьях затрат, которые влияют на маржинальность.
- Регулярно пересматривайте бюджеты.

Результат: Устойчивость бизнес-модели за счет контроля затрат.

ИТОГ

После прохождения всех шагов у вас будет четкая и детализированная бизнес-модель, которая отражает ключевые элементы вашего бизнеса и их взаимосвязи. Однако, важно помнить: каждая бизнес-модель уникальна и требует индивидуального подхода, учитывающего специфику рынка и вашей компании. И мы можем в этом помочь.

Мы предлагаем услугу [«Разработка бизнес-модели»](#), чтобы:

- Создать модель, которая будет работать на ваши стратегические цели.
- Глубоко проработать все ключевые элементы, минимизируя риски.
- Учесть особенности вашего рынка, конкурентов и клиентов.
- Подготовить бизнес-модель к реализации и сопровождать на всех этапах ее внедрения.

Готовы вывести ваш бизнес на новый уровень?

Начните работу самостоятельно или [свяжитесь с нами](#), чтобы разработать эффективную бизнес-модель, способную обеспечить долгосрочный успех!