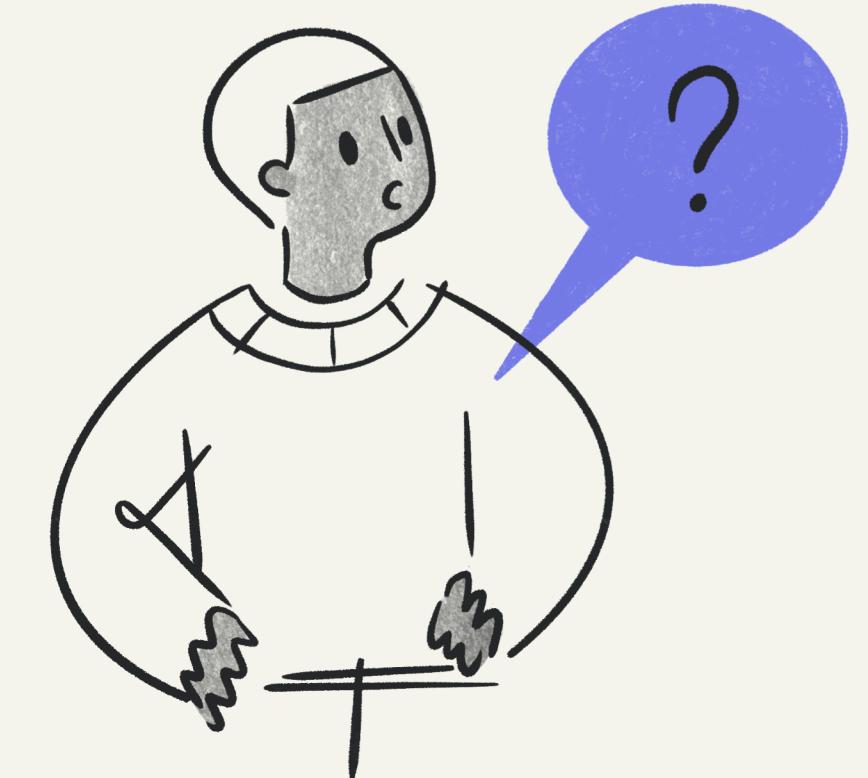


ВВЕДЕНИЕ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

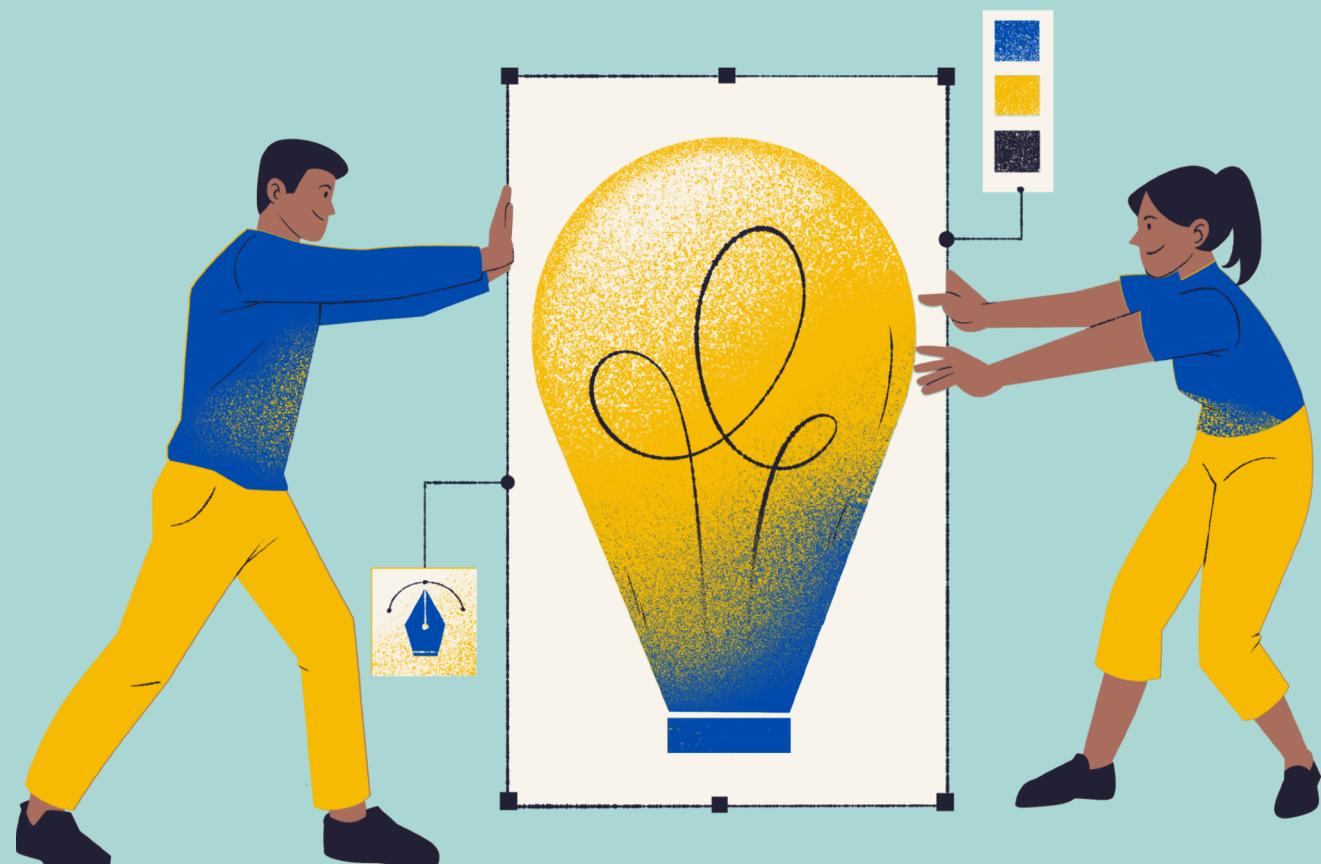




**Какими
качествами обладает
предприниматель?**



Что такое предпринимательство?



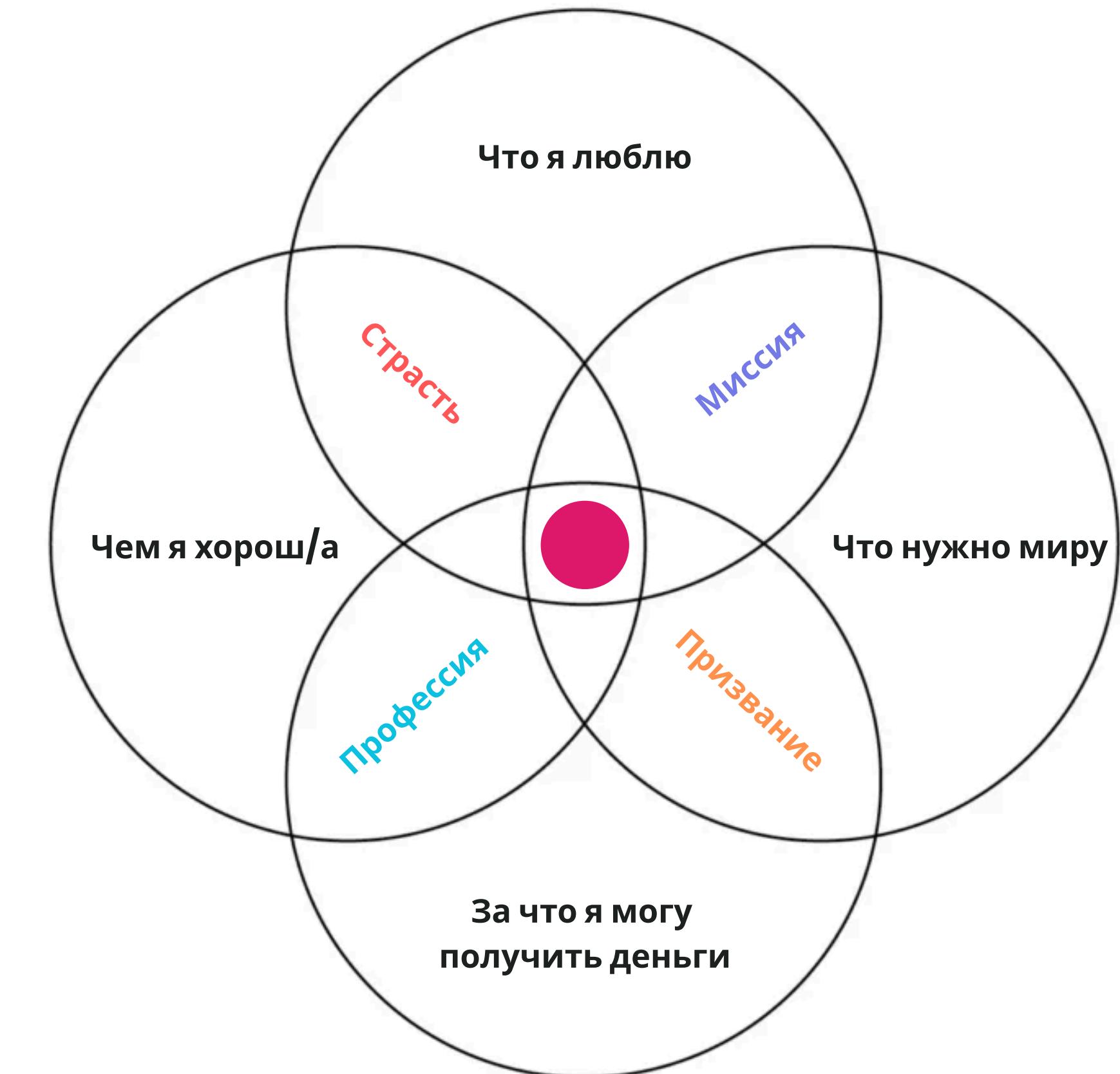
Предпринимательство – это умение видеть проблему и находить решение, приносящее пользу людям. Успех и деньги приходят в результате той ценности, которую вы предоставляете.

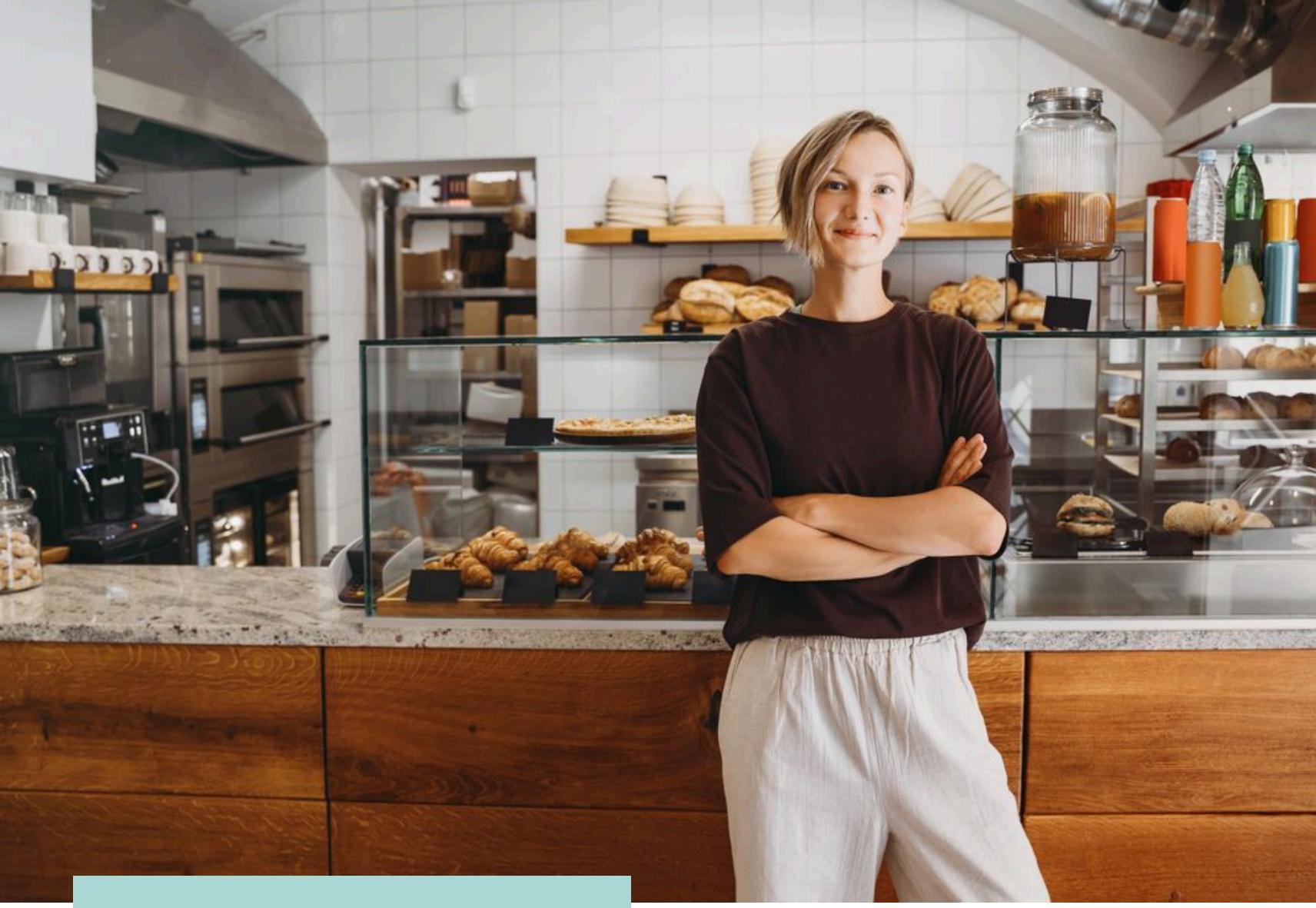


**Самопознание
первый шаг на пути предпринимательства**

**Японское понятие,
означающее
ощущение собственного
предназначения в
жизни**

ИКИГАЙ диаграмма





Инновация

Риски

Масштабируемость

Корпоративная культура

Традиционный бизнес vs Стартап



Как сгенерировать бизнес-идею?



Идеация

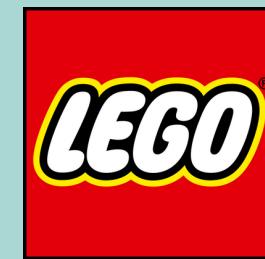
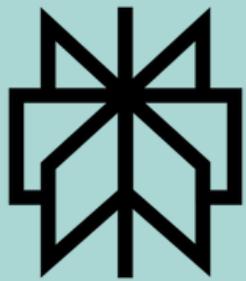
Три направления,
с которых можно начать
бизнес-идею:



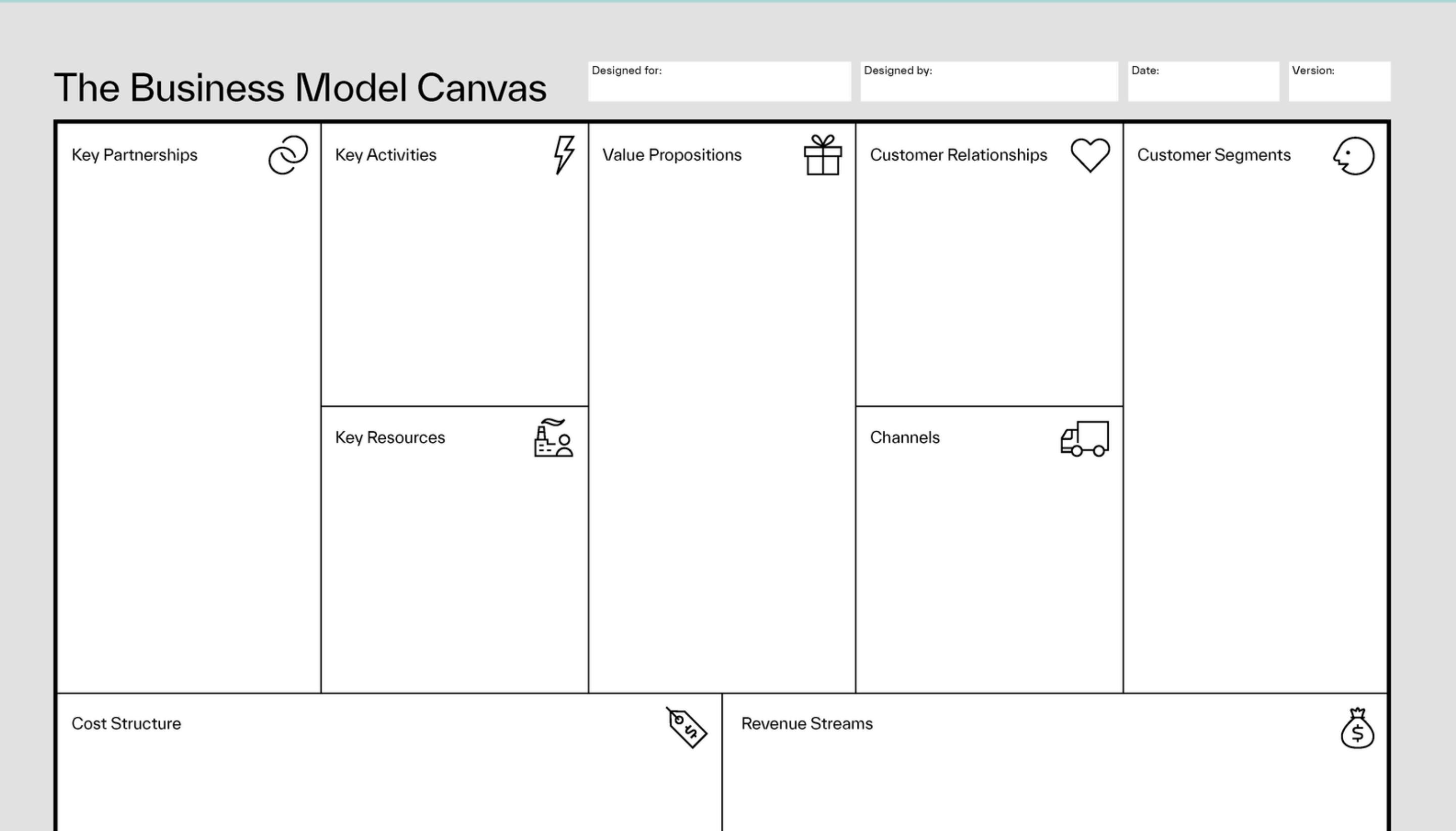
Идеация

Три направления, с которых можно начать бизнес-идею:

- Проблема
- Тенденция – Рыночная возможность
- Страсть

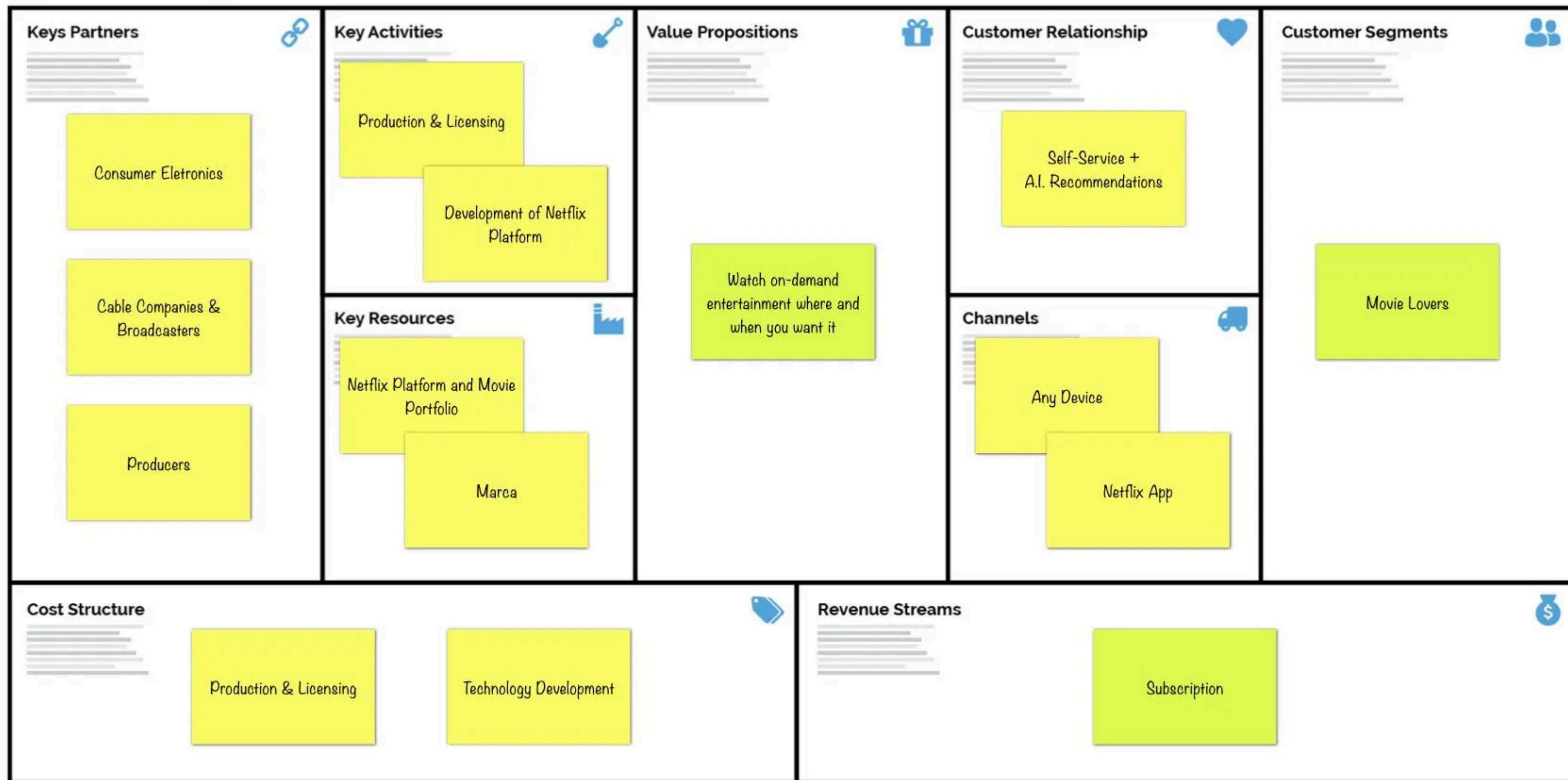


Business Model Canvas





NETFLIX - Business Model Canvas



Профиль клиента



Имя – Эдуард

Возраст – 27

Пол – М

**Расположение –
Кишинёв**

Целевой клиент кофейни – удаленный специалист, любитель кофе, ценящий аутентичный вкус и теплую атмосферу. Он внимателен к деталям, предпочитает места с дружелюбной атмосферой, доступом в Интернет и качественными продуктами – от крафтового кофе до десертов или полезных закусок. Чаще всего он возвращается за комфортом, общением и моментами передышки посреди напряженного дня.

Род занятий – Фрилансер

Уровень образования – аспирантура

Годовой доход – 300 000 лей

Цели и мотивы:

Расслабиться, пообщаться или поработать в приятной обстановке. Им движет желание насладиться хорошим кофе, изменить свою повседневную рутину или найти вдохновение в удобном и гостеприимном пространстве.

Проблемы и препятствия:

- Шум или толпа, которые влияют на концентрацию
- Непостоянное качество кофе или обслуживания
- Отсутствие розеток или стабильного подключения к Wi-Fi
- Слишком высокие цены для такого опыта
- Длительное время ожидания заказов

Каналы коммуникации:

SM, подкасты, уличная реклама

Продукт или Услуга

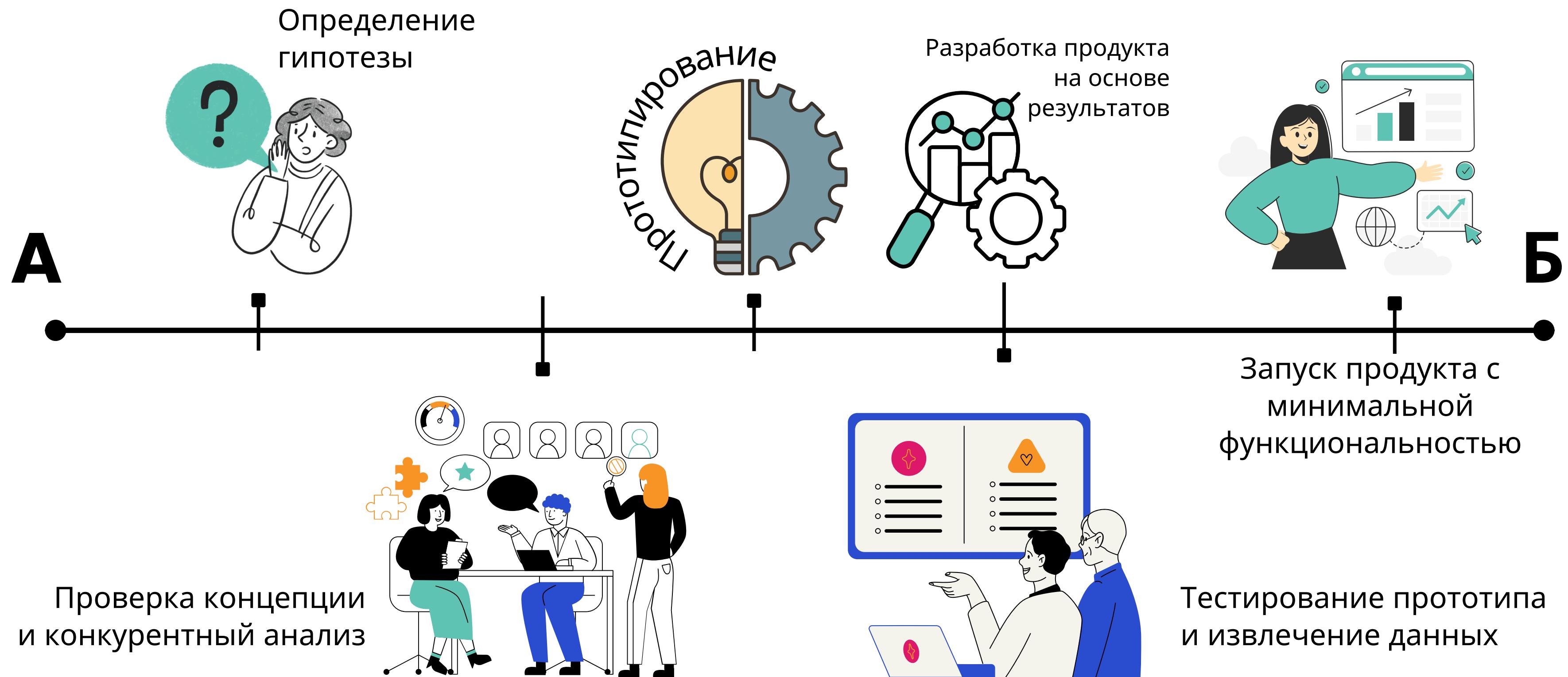


- Осязаемость
- Ценность продукта определяется потребителем
- Производство (массовое)

**Первоначальная
стоимость**

- Взаимодействие
- Ценность услуги предоставляется поставщиком услуг
- Срок годности

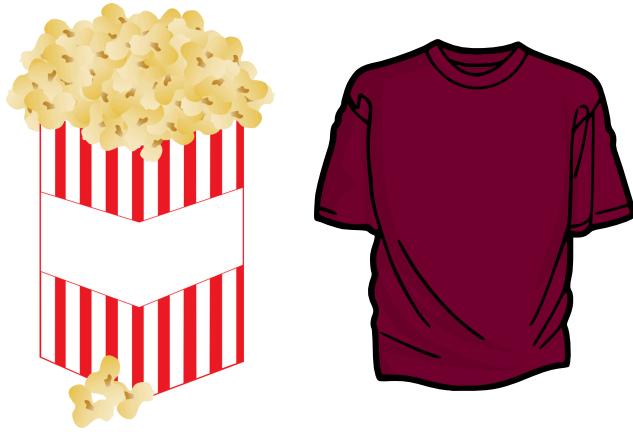
Dezvoltarea produsului



Бизнес-модель

Некоторые из наиболее распространенных моделей:

**Разовая
покупка**



**Комиссия
% от транзакции**



Подписка



Реклама

Оплата за просмотры



+

Установление цены

Что такое маркетинг?

Маркетинг – это стратегический и комплексный процесс, посредством которого организация выявляет, понимает и реагирует на потребности и желания клиентов, создавая и предоставляя им реальную ценность. Она не ограничивается только продвижением, но и объединяет все функции бизнеса для построения долгосрочных отношений.



Золотой круг – Simon Sinek

«Почему»

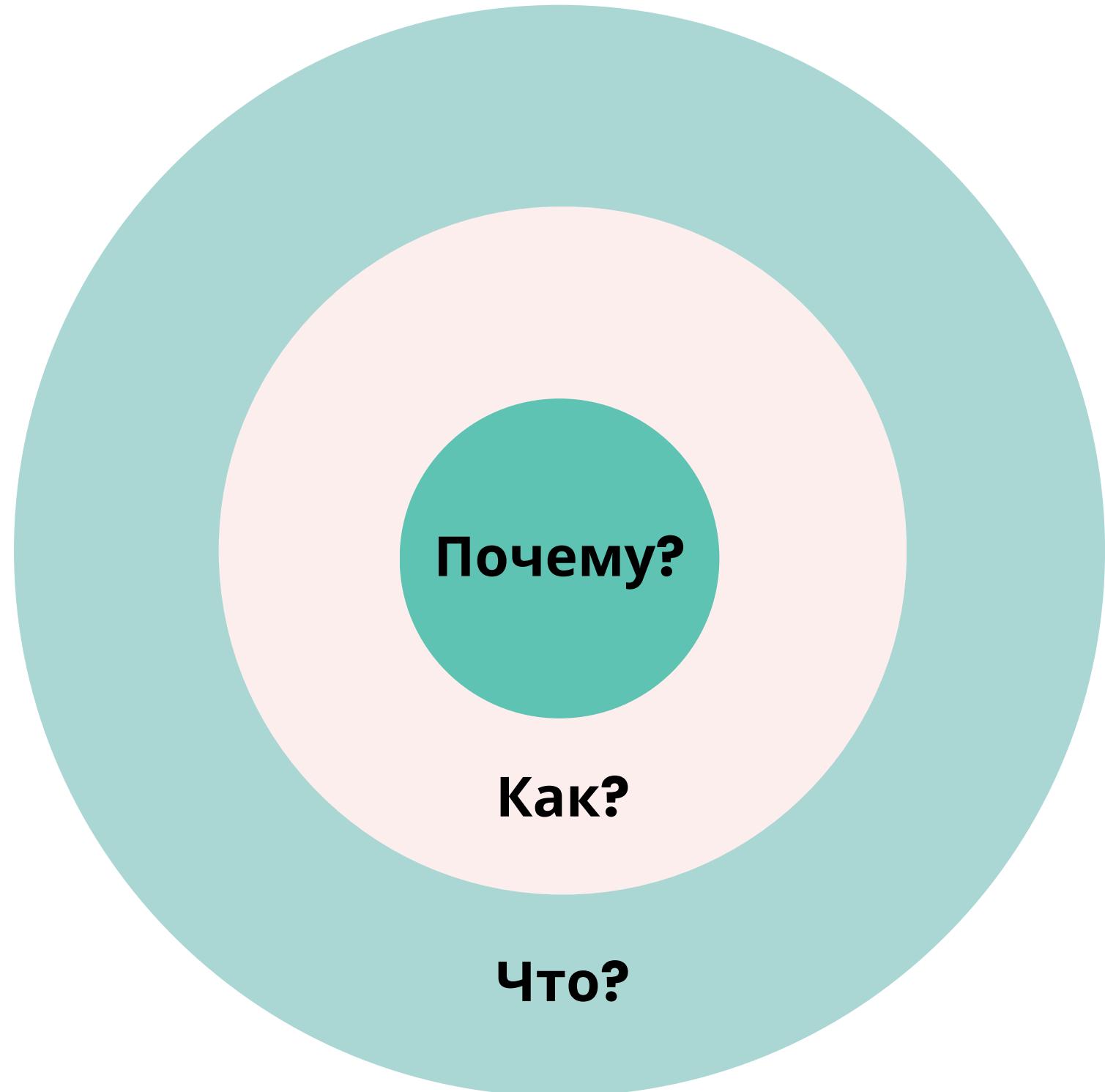
Очень немногие компании знают, ПОЧЕМУ они делают то, что делают. Но это цель, причина или убеждение, которое движет организацией.

«Как»

Конкретные действия и процессы, которые организация использует для достижения своей цели.

«Что»

Все компании на планете знают, что они делают – это конечные продукты, услуги или результаты, которые организация предлагает.





Apple

Почему: Всё, что мы делаем, основано на убеждении, что текущую ситуацию нужно бросать вызов. Мы верим в силу нестандартного мышления.

Как: Мы воплощаем это в жизнь, создавая продукты с элегантным дизайном, интуитивно понятные и простые в использовании.

Что: Мы производим отличные компьютеры.

Tesla

Почему: Наша миссия — ускорить переход мира к устойчивой энергетике.

Как: Мы постоянно разрабатываем решения, которые делают зелёную энергию доступнее, эффективнее и выгоднее.

Что: Наши продукты — это электромобили: умные, мощные и экологичные.

Маркетинговый микс

Продукт (Product)

Товар или услуга, которые отвечают потребностям и желаниям клиентов.

Цена (Price)

Сумма денег, которую клиент должен заплатить за приобретение продукта.

Место (Place)

Каналы дистрибуции, используемые для доставки продукта до клиента.i.

Продвижение (Promotion)

Деятельность и стратегии, направленные на повышение узнаваемости продукта и убеждение клиентов в его покупке.



Источники финансирования



- Собственный капитал и заемные средства от семьи и друзей
- Банковский кредит
- Безвозмездные средства или специальные программы финансирования
- Венчурный капитал
- Лизинг
- Кредиты от поставщиков и клиентов



Предпринимательское мышление

- Инициатива
- Ориентация на поиск решений
- Способность выявлять возможности
- Желание создавать ценность – не только экономическую, но и социальную или культурную



Спасибо за внимание!

