**ПАМЯТКА**

**на тему: «Азбука предпринимателя»**

**Памятка для начинающего предпринимателя**

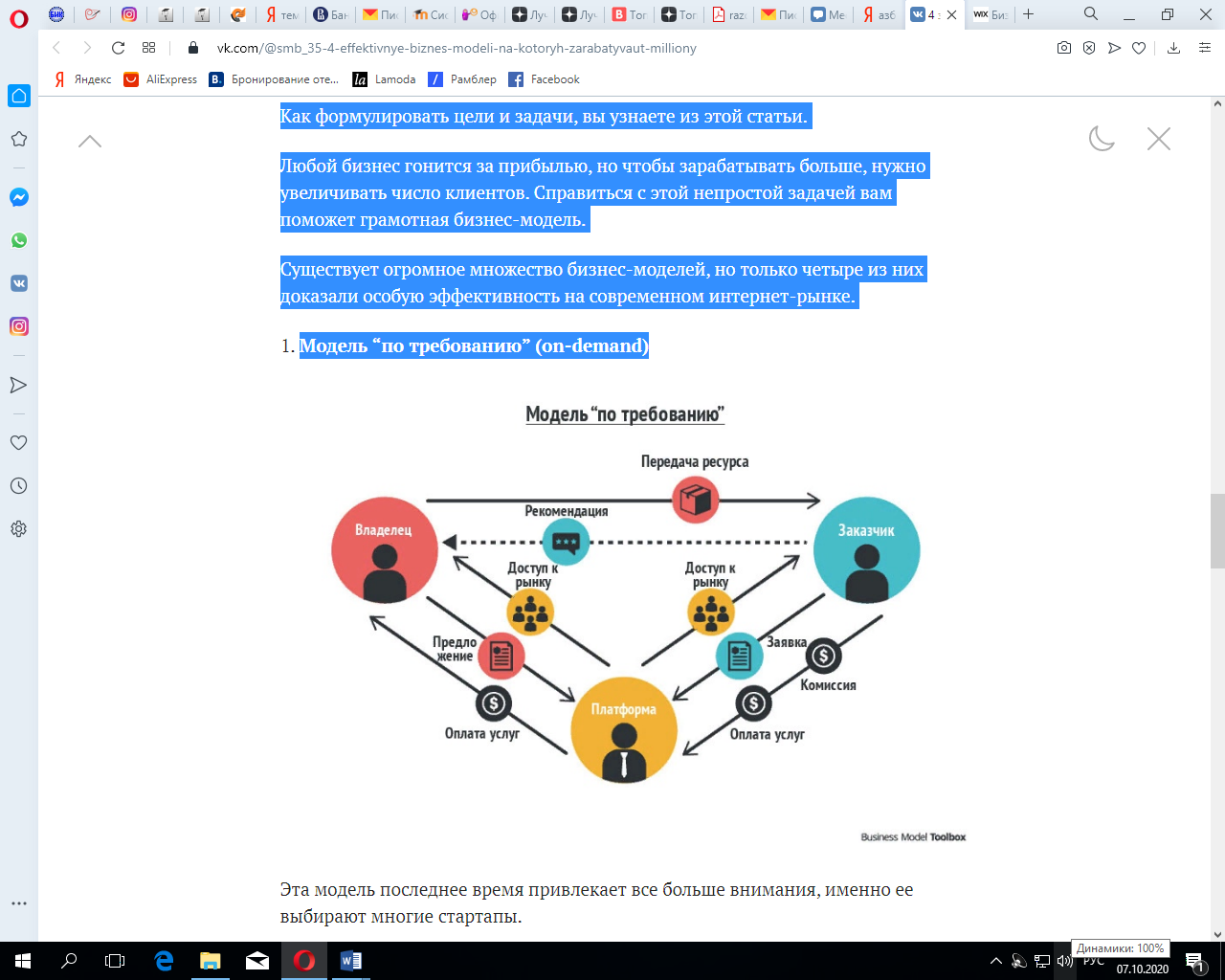
Для тех, кто хочет начать свой бизнес или реализовать новую бизнес-идею, прежде всего нужно понять, что к чему. Как запустить свой проект, какие нюансы нужно учесть при регистрации бизнеса и где взять на это деньги?

Чтобы построить успешный бизнес, одной идеи недостаточно. Для начала необходимо составить подробную «дорожную карту» и поставить перед собой конкретную цель.

Любой бизнес гонится за прибылью, но, чтобы зарабатывать больше, нужно увеличивать число клиентов. Справиться с этой непростой задачей вам поможет грамотная бизнес-модель.

Существует огромное множество бизнес-моделей, но только четыре из них доказали особую эффективность на современном интернет-рынке.

1. **Модель «по требованию» (on-demand)**



Эта модель последнее время привлекает все больше внимания, именно ее выбирают многие стартапы.

В рамках подхода потребителю достаточно оформить заказ на товар или услугу и дождаться его выполнения. Все предельно просто.

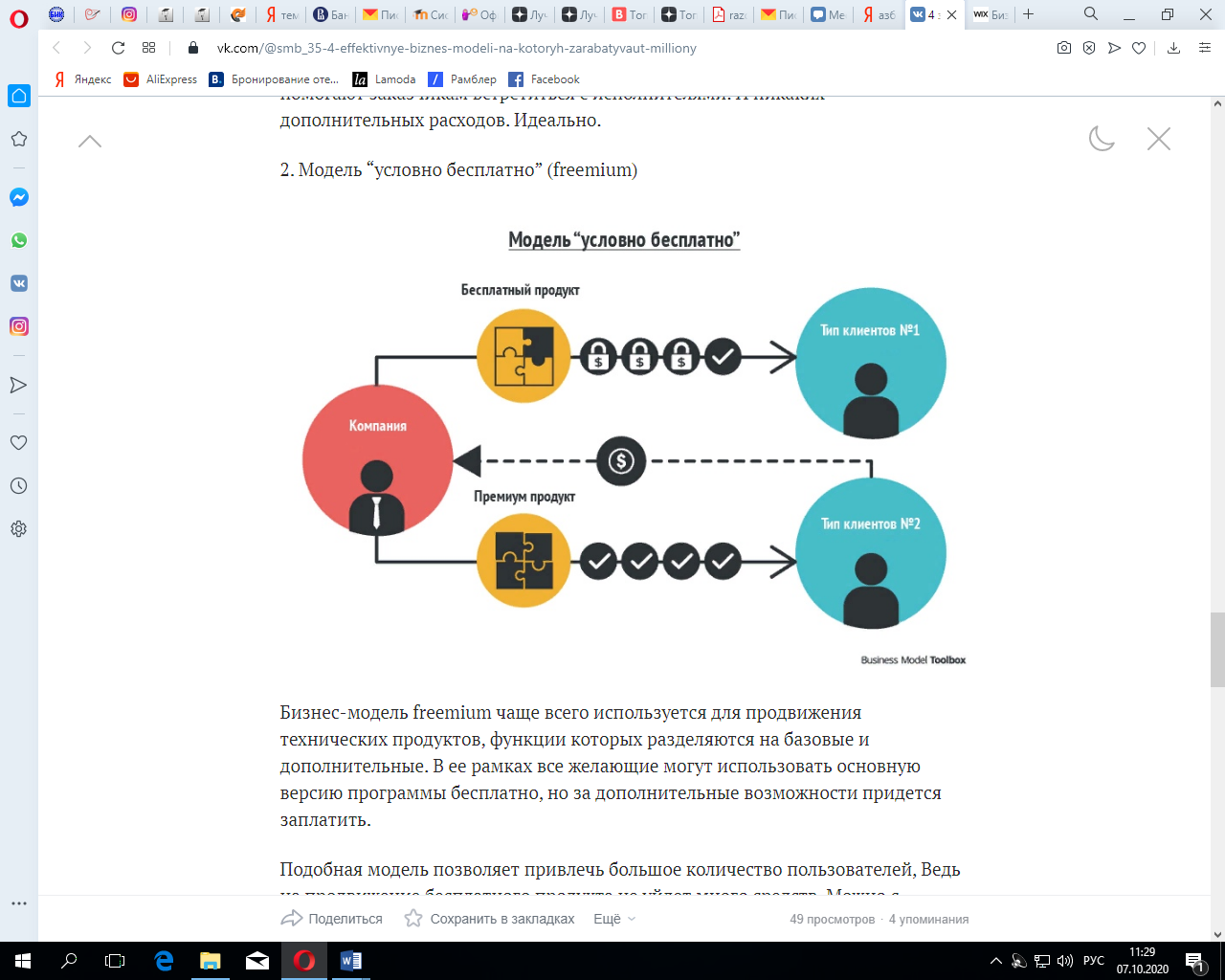
Но почему тогда об этой бизнес-модели все говорят? Дело в привычке современных потребителей получать немедленное вознаграждение. Подобный образ жизни стал возможен только благодаря новым технологиям.

Модель «по требованию» удобна не только потребителям, но и бизнесу. Она создана для компаний, которые используют устоявшуюся инфраструктуру для решения проблемы.

Например, у Uber нет собственного автопарка. Бренд сотрудничает с независимыми водителями, что позволяет ему существенно экономить. Только представьте, в какую кругленькую сумму ему обошлась бы покупка и содержание огромного числа автомобилей по всему миру.

Почти каждую неделю запускается новый проект-агрегатор услуг, помогающий тем, у кого есть деньги, но нет времени. Они зарабатывают на том, что помогают заказчикам встретиться с исполнителями. И никаких дополнительных расходов. Идеально.

**2. Модель «условно бесплатно» (freemium)**



Бизнес-модель freemium чаще всего используется для продвижения технических продуктов, функции которых разделяются на базовые и дополнительные. В ее рамках все желающие могут использовать основную версию программы бесплатно, но за дополнительные возможности придется заплатить.

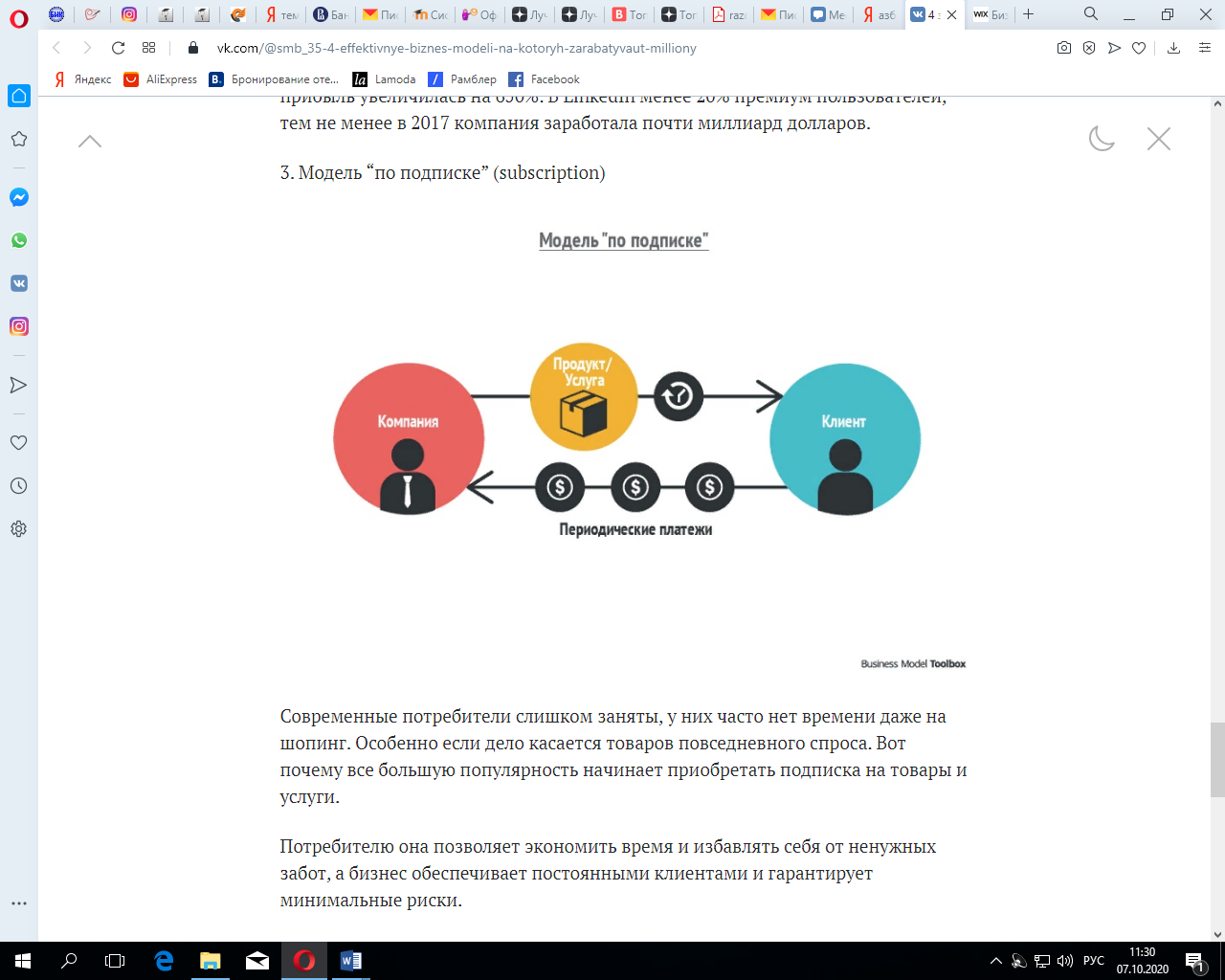
Подобная модель позволяет привлечь большое количество пользователей, ведь на продвижение бесплатного продукта не уйдет много средств. Можно с успехом использовать рекомендации клиентов, органический поиск, реферальные сети. Чем шире будет база клиентов, тем больше пользователей захотят заплатить за премиум доступ.

Dropbox, Evernote, MailChimp и многие другие компании построили свой бизнес на этой модели.

Почему работает подход «условно бесплатно»? Все дело в психологии потребителей. Благодаря предложению бесплатного качественного продукта можно быстро захватить долю рынка. А когда клиенты поймут, что вы предлагаете уникальный сервис, они начнут платить за использование дополнительных функций. В результате 5% премиум пользователей смогут поддержать 95% бесплатных.

По факту же конверсии намного выше. Например, после перехода на freemium модель всего за год число платящих клиентов MailChimp выросло на 150%, а прибыль увеличилась на 650%. В LinkedIn менее 20% премиум пользователей, тем не менее в 2017 компания заработала почти миллиард долларов.

1. **Модель «по подписке» (subscription)**



Современные потребители слишком заняты, у них часто нет времени даже на шопинг. Особенно если дело касается товаров повседневного спроса. Вот почему все большую популярность начинает приобретать подписка на товары и услуги.

Потребителю она позволяет экономить время и избавлять себя от ненужных забот, а бизнес обеспечивает постоянными клиентами и гарантирует минимальные риски.

Эта бизнес-модель отлично подходит для ecommerce, особенно если предлагаемый вами товар имеет свойство быстро заканчиваться.

Dollar Shave Club и просто клуб бритв предлагают бритвенные станки. PetCircle и Покорми зверя доставляют корма для животных. Healthy Surprise и Местная еда балуют подписчиков вкусностями.

Давно популярна модель subscription и в сфере услуг. Ей отдали предпочтение такие гиганты, как Netflix, Ivi и Microsoft Office.

**4. Модель виртуальных товаров (hook and bait)**



Если вам доводилось играть в онлайн-игры, то вы знакомы с моделью hook and bait. В ее рамках потребителю предлагается бесплатный или недорогой продукт, чаще всего развлекательный, со встроенными покупками.

Так, можно совершенно бесплатно играть в Candy Crush, но для прохождения сложных уровней нужно приобрести виртуальные предметы, причем за реальные деньги.

Если вы создаете приложение или игру, модель виртуальных товаров то, что вам нужно. Ведь благодаря покупкам пользователи смогут пережить еще более захватывающий опыт.

Возможно, одна из этих бизнес-моделей принесет и вам заветный миллион. Дерзайте!