

## Статья «Как оценить идею для бизнеса»

Пошаговая инструкция оценки идеи перед запуском бизнеса или нового направления. Пройдя описанные ниже этапы вы узнаете, стоит ли ваша идея реализации или лучше искать получше.

Для кого-то найти идею для бизнеса настоящая проблема. Но есть и те, которых разрывают сразу множество вариантов: хочется заняться и продажей товаров, и услугами населению, а лучше всем и сразу! Оба варианта могут привести к плачевным результатам. Чтобы избавить себя от страха и неуверенности, что бизнес-идея не выгорит, чтобы не сделать ставку на заведомо обреченный бизнес, мы составили инструкцию из 10 этапов. Если ваша идея выдержит проверку на каждом этапе, можете с уверенностью приступать к активным действиям — шансы на успех выше среднего!

Прежде чем вы начнете читать дальше, напоминаем: идеи всего лишь идеи. Они могут быть хорошими, но не обязательно превратятся в процветающий бизнес. Относитесь к ним проще и проверяйте каждую по инструкции ниже.

Этап 1. Определите проблему, которую решает бизнес

Любому бизнесу нужно решать проблему клиента. У вас не будет жизнеспособного бизнеса пока вы не сможете четко определить, объяснить и сформулировать реальную проблему людей, которую ваш бизнес решит.

Часто предприниматель загорается идеей выпустить на рынок свой продукт. Ему очень нравится его идея — она кажется ему инновационной и, однозначно, нужной всем. Предприниматель вкладывает деньги, время, силы, а продукт не выстреливает и не находит своего покупателя.

Чтобы такой ситуации не возникало Павел Курьянов, генеральный директор Black Star, предлагает любому предпринимателю ответить себе на следующие вопросы:

1. Кто будет использовать товар или услугу?
2. Для чего?
3. При каких обстоятельствах?

«Если вы не можете дать ответ хотя бы на один вопрос, значит нет гарантии, что у продукта есть покупатель,» — уверен Павел Курьянов.

Этап 2. Составьте список преимуществ

Клиентам нужно понимать преимущества вашего продукта или услуги перед тем, как купить. Выпишите как можно больше преимуществ, которые могут привлечь целевую аудиторию и помните, что продают именно преимущества.

Список преимуществ поможет сформулировать уникальное торговое предложение, которое будет отличать вас от конкурентов.

В курсе «120 секунд. Woman» основатель агентства детских праздников «Море шоу» Влада Чижевская рассказала, как разработать и упаковать УТП, чтобы вызвать вау-эффект на конкурентном рынке. Самое главное правило по мнению Влады Чижевской: «Создавая уникальное торговое предложение, спрашивайте себя: “Почему из всех компаний, которых на рынке десятки или сотни, клиент должен прийти именно ко мне? Что особенного я могу ему дать?” Это должна быть сильная, явная причина обратиться именно к тебе».

Этап 3. Привлекайте первых клиентов как можно раньше

Один из самых быстрых способов проверить правильность идеи бизнеса это поговорить и пообщаться с целевой аудиторией как можно раньше. Обратитесь к имеющимся клиентам, посещайте профильные мероприятия и выставки, появляйтесь там, где обитают ваши клиенты. Спрашивайте их и собирайте обратную связь. Когда вы получите обратную связь о своем продукте, определите, сможете ли вы сделать макет продукта или MVP

(минимально жизнеспособный продукт), чтобы получить предзаказы и получить первые деньги.

Таким образом однажды поступил Олег Баша, генеральный директор компании GetResponse в России. Команда Олега приняла участие на выставке как действующий поставщик определенного решения. Когда потенциальные клиенты подходили узнавать, стендисты, естественно, рассказывали о том, что запуск продукта только планируется через пару месяцев. На месте клиентам предлагалось оставить контактный телефон или email и встать в лист ожидания. Клиентам обещали, что как только продукт будет готов, с ними свяжутся и предоставят определенные преимущества, например, бесплатный период обслуживания.

По словам Олега Баши, который поделился лайфхаком в курсе «120 секунд», этот способ дал возможность интервьюировать потенциальных клиентов, задавая необходимые вопросы: что бы вы хотели получить в виде такого продукта? Какие вещи для вас самые важные? Какими решениями вы пользуетесь сейчас? Что вам в них нравится? Люди охотно давали обратную связь.

Этап 4. Выясните, сколько клиенты готовы платить

Нет смысла назначать цену на продукт до того, как вы выясните сколько на самом деле клиенты готовы за него платить. Предзаказы – отличный способ это выяснить.

А если у вас появились первые продажи и вы убедились в финансовой выгоде своей идеи, нужно официально зарегистрировать свою деятельность.

Этап 5. Оцените конкуренцию

Оценка конкурентов – эффективный способ выяснить насколько большой и перспективный рынок. Если на рынке нет конкуренции, возможно, ваш продукт или сервис вообще никому не нужен. Когда будете исследовать конкурентов, обратите внимание на то, сколько конкуренты уже в бизнесе, кто их клиенты, как они их привлекают и какие инструменты или способы работают.

К тому же изучение конкурентов помогает с формированием УТП. [Игорь Мгеладзе](#), сооснователь торгово-монтажной компании «Тандем Групп», в одном из своих лайфхаков [курса «120 секунд»](#) рассказал о том, как составить карту конкурентов. Для этого нужно определить ключевые параметры рынка: скорость доставки, наличие товара на складах, цена либо что-то другое. Затем нужно изучить рынок и определить компании, с которыми вы будете конкурировать за клиента. Далее определить, кто из конкурентов занимает первое место по каждому параметру. Подобная карта конкурентов поможет понять место бизнеса в среде конкурентов и поможет найти конкурентное преимущество.

Этап 6. Определите свою страсть

Вы увлечены идеей бизнеса как таковой или все-таки ее реализацией? Грезы о потрясающей идее, о том, как она может повлиять на вашу жизнь, и неизбежные сложности и трудности реального бизнеса — две разные вещи. Убедитесь, что вы действительно хотите заниматься всей «грязной» ежедневной работой по запуску и функционированию бизнеса прежде чем нырять в дело, которым вы не «горите».

Этап 7. Найдите наставника или ментора

Попросите совета у ментора, который работал в сфере вашего потенциального бизнеса и знает особенности и подводные камни. У таких наставников есть достаточный опыт, чтобы указать что нужно сделать и дать детальную обратную связь. Этот шаг даст всю нужную информацию, чтобы понять, стоит ли воплощать бизнес-идею в реальность и заниматься ей.

Этап 8. Подсчитайте затраты на производство

Чтобы узнать, сколько бизнес будет вам стоить, нужно начать с затрат на производство продукта — себестоимости. Есть главное правило: расходы на создание продукта не должны быть больше, чем выручка с него. Чтобы не ввязываться в заведомо убыточный бизнес, нужно просчитать стоимость производства одной услуги или товара.

Постарайтесь учесть все возможные расходы.

## **Себестоимость: что это и из чего она складывается**

---

### **Себестоимость**

Сумма всех издержек, которые несет фирма на производство товара и его реализацию. Складывается из прямых и косвенных затрат, которые могут быть постоянными и переменными

### **Прямые затраты**

Те, что непосредственно относятся к производству продукции. Это стоимость сырья, оплата труда работников, напрямую участвующих в производственном процессе

### **Косвенные затраты**

Затраты, которые нельзя напрямую отнести к товару. Например, расходы на аренду помещения, уборку офиса, зарплату руководителей

### **Постоянные затраты**

Заранее известные и регулярные траты — арендная плата, зарплата сотрудников, регулярные взносы

### **Переменные затраты**

Расходы, которые зависят от объема выпускаемой продукции и жизни компании, — на материалы, временных работников, организацию мероприятий

## **Этап 9. Оцените потребности в финансировании**

Когда вы поняли, сколько средств нужно на старт, рассчитали себестоимость производства, приходит время определить потребность в дополнительном финансировании. Сколько вам нужно дополнительных денег на старт и какой план по возврату инвестиций вы предложите потенциальным инвесторам или партнерам?

## **Этап 10. Определите точку окупаемости**

Когда вы запускаете бизнес, первые успехи окрыляют. Но не стоит рано расслабляться. Если вы не знаете точку окупаемости, вас может ждать банкротство.

Задайтесь вопросом: как долго нужно работать, чтобы доход бизнеса начал покрывать расходы?

Составьте финансовую модель бизнеса или бизнес-план прежде, чем тратить средства на запуск. Путь к точке окупаемости может занять месяцы или даже годы, и все это время нужно подпитывать бизнес дополнительными финансовыми вливаниями. Будете ли вы все это время также увлечены идеей бизнеса или уже будете готовы двигаться дальше и проходить все эти этапы, но уже с другой идеей?

Вместо заключения

Если ваша идея выстояла проверку на всех этапах — действуйте! Начните например с официальной регистрации бизнеса. Стать ИП или ООО можно не выходя из дома с помощью сервиса Деловой среды.

А если после всех этапов первоначальная идея оказалась не такой прочной и перспективной, не отчаивайтесь. Проверяйте и тестируйте новые идеи и вы найдете ту, которая поможет создать успешный бизнес.

