Politechnika Warszawska

Kanwa propozycji wartości (2/2) Kanwa modelu biznesowego

Zajęcia # 6

SEMESTR LETNI 2023/2024

Większość startupów, które odniosły sukces, zrealizowała mocno inny pomysł niż ten, z którym zaczynała

Paul Graham



Kim są przyszli klienci, jak działają/zachowują się obecnie, jakie mają problemy/potrzeby?

Jeżeli hipotezy zostaną potwierdzone można dalej pracować – z dużo większym prawdopodobieństwem nad czymś, czego klienci faktycznie chcą

- wymaga to czasu, wysiłku, determinacji i czasem odwagi, ale dodaje naprawdę wielką wartość (biznesową, ale i osobistą)
- według psychologów społecznych ludzie są znacznie bardziej skłonni do spełniania takich próśb o ich czas i wiedzę niż nam się wydaje
- zwłaszcza jeżeli zostaną spełnione pewne warunki

spersonalizowana, konkretna i zwięzła

wzmocnienie prośby porządnym uzasadnieniem

kontakt przez lub polecenie lubianego znajomego

ludzie spełniają prośby ludzi, których lubią

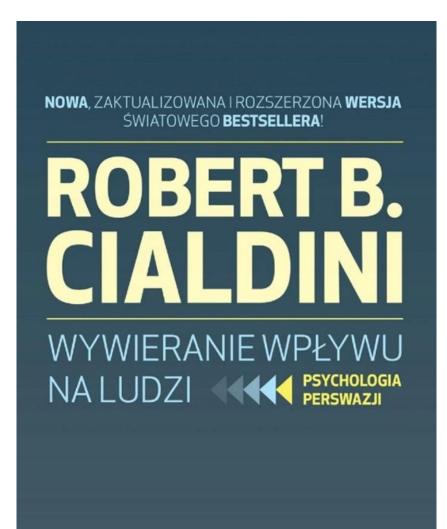


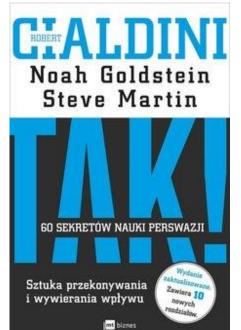
lubi się ludzi, którzy są do nas podobni lub mają coś z nami wspólnego (zainteresowania, wartości, pochodzenie, doświadczenia)

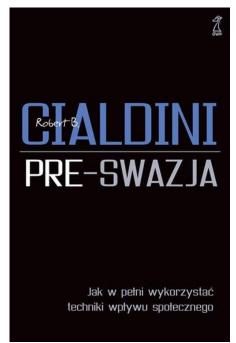
Nawet wtedy, jeżeli nie poznało się ich osobiście

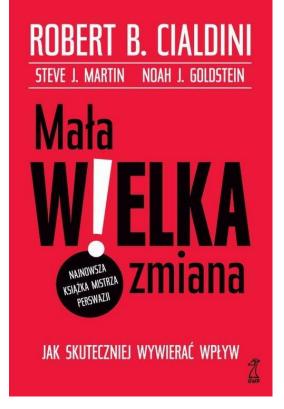
komplementy

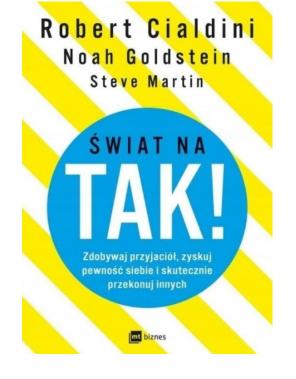
w terenie, offline











Jaka jest twoja ulubiona książka lub książki? Niech to będą maksymalnie trzy tytuły. Chciałbym też, abyś uzasadnił swój wybór.

Jest jedna książka, którą uważam za najlepszą, najbardziej godną polecenia i myślę, że powinna ona zostać przetłumaczona na wszystkie języki, jakie istnieją. Mało tego, uważam, że gdyby istniała religia, w której w miejscu Biblii byłaby ta książka, to chyba bym ją wyznawał. Mówię o książce autorstwa Dale'a Carnegie pt. "Jak zdobyć przyjaciół i zjednać sobie ludzi". Jest to książka po prostu o tym, jak wchodzić w interakcje z innymi ludźmi i w jaki sposób być lepszym człowiekiem w relacjach z nimi. Wiedza zawarta w tej książce poprawia tak naprawdę wszystkie aspekty życia. Można się z niej dowiedzieć, jak prostymi technikami budować relacje i przenieść je na inny poziom poprzez unikanie pewnych pomyłek. Przeczytałem tę książkę już chyba z dziesięć razy, bo co pół roku do niej wracam, żeby sobie utrwalić wiedzę i sprawdzić, czy żyję w zgodzie z zasadami, które są w niej zawarte. Naprawdę, ta książka to pozycja, której nie da się przecenić. Myślę, że gdyby każdy na świecie ją przeczytał i wziął sobie do serca to, co jest tam napisane, to już pomijam, że świat byłby lepszy, ale naprawdę myślę, że znacznie mniej kłócilibyśmy się z rodziną, z przyjaciółmi, z otoczeniem i podchodzilibyśmy z większym zrozumieniem do otaczającego nas świata. Oczywiście dzięki tej książce więcej byśmy też sprzedawali.

Wiem, że może to brzmi jak takie uduchowione *mumbo-jumbo*, ale ta pozycja jest też bardzo merytoryczna i pełna konkretnych, wręcz technicznych porad. Wiem, jak brzmi w tym kontekście słowo «technicznych» pewnie trochę jak *hackowanie* systemu, jakieś naciąganie ludzi na sympatię, ale to zupełnie nie o to chodzi. W uproszczeniu, ta książka pokazuje, że warto słuchać, a nawet pewnie lepiej słuchać niż mówić.

Michał Sadowski CFO Brand24 S.A.

DALE CARNEGIE

ponad 13.000.000 sprzedanych egzemplarzy

JAK ZDOBYĆ PRZYJACIÓŁ I ZJEDNAĆ SOBIE LUDZI

Książkę tę przetłumaczono już na 37 języków, a przeczytało ją ponad 50 milionów ludzi

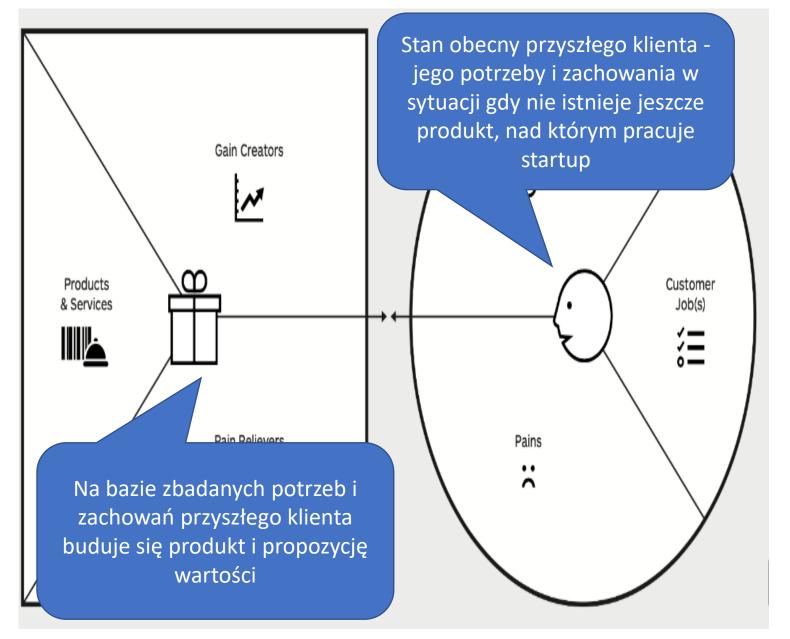
DALE CARNEGIE

& ASSOCIATES

JAK ZDOBYĆ PRZYJACIÓŁ I ZJEDNAĆ SOBIE LUDZI W EPOCE CYFROWEJ

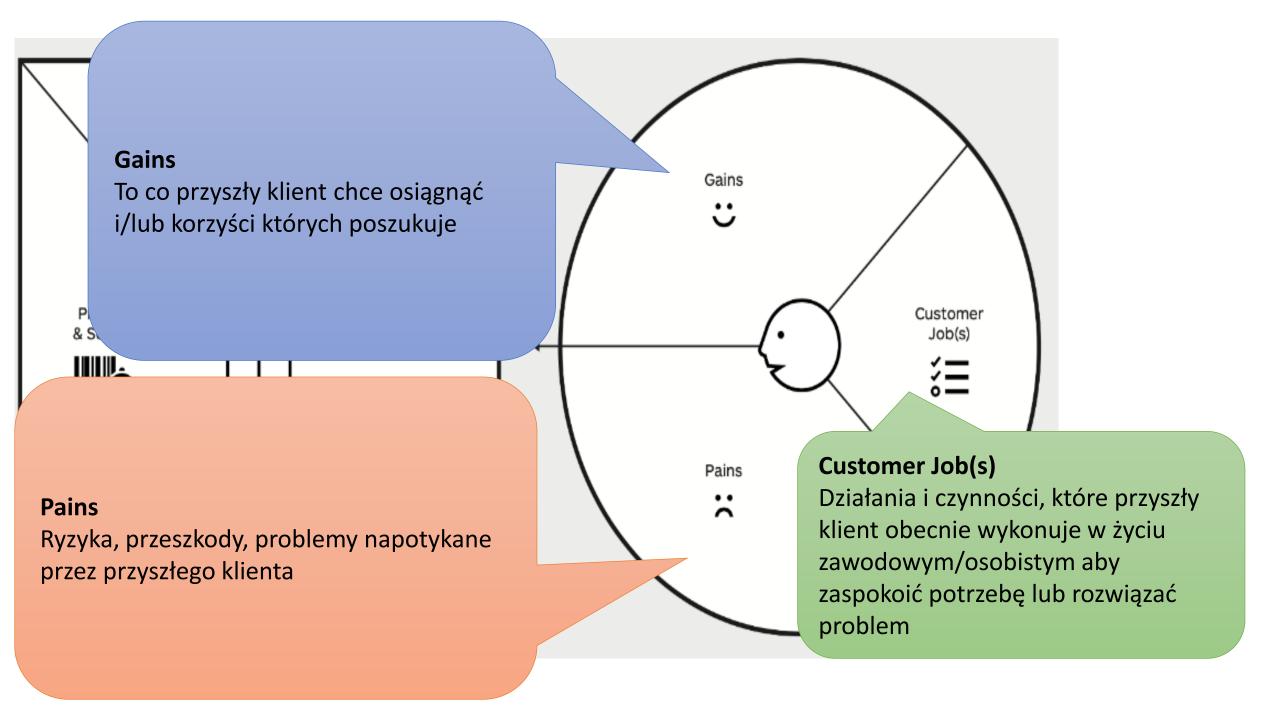


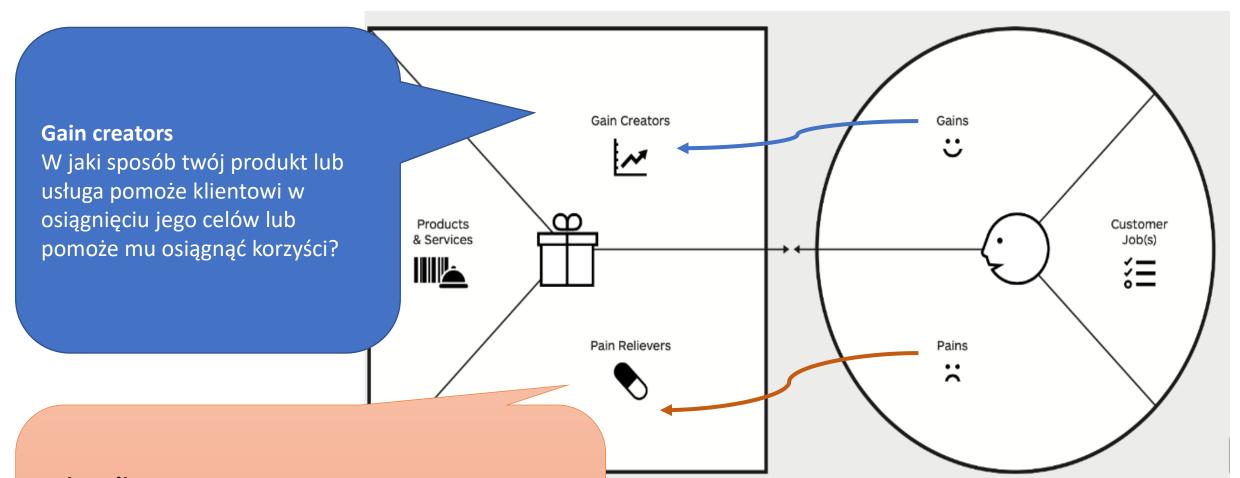
Kanwa propozycji wartości



Składa się z dwóch części: przyszłego klienta (segmentu przyszłych klientów) i propozycji wartości (wstępnej listy najważniejszych cech produktu)

Kluczowe jest dopasowanie obu części





Pain relievers

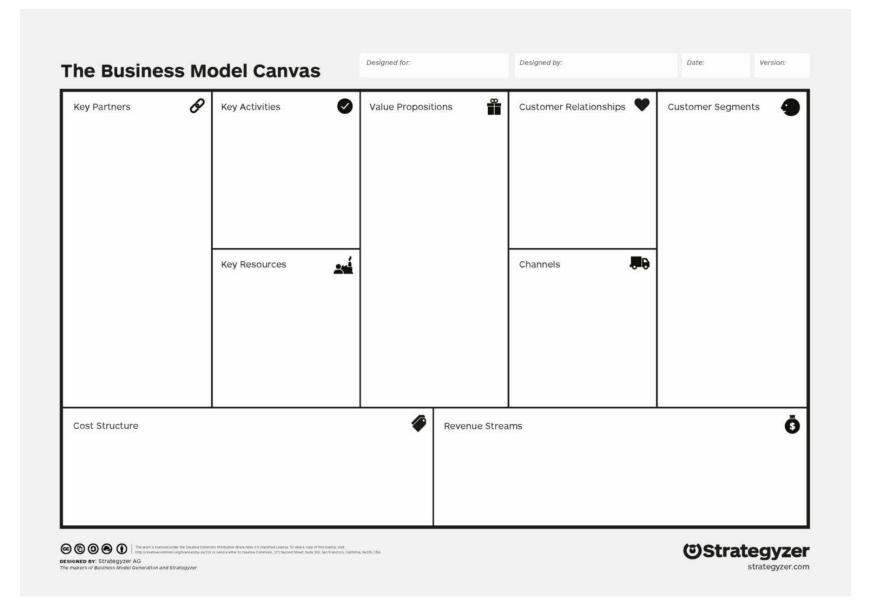
Jak twój produkt lub usługa ograniczą lub wyeliminują ryzyka, przeszkody, problemy napotykane przez przyszłego klienta?

Kanwa modelu biznesowego

Nie ma jednej, precyzyjnej definicji modelu biznesowego

Dla ekonomistów model biznesowy określa jak przedsiębiorstwo zarabia pieniądze tworząc wartość dla klienta. Co wpływa na jego przychody i koszty – czyli na to, że jest zyskowne

BMC jest podzielony na 9 części

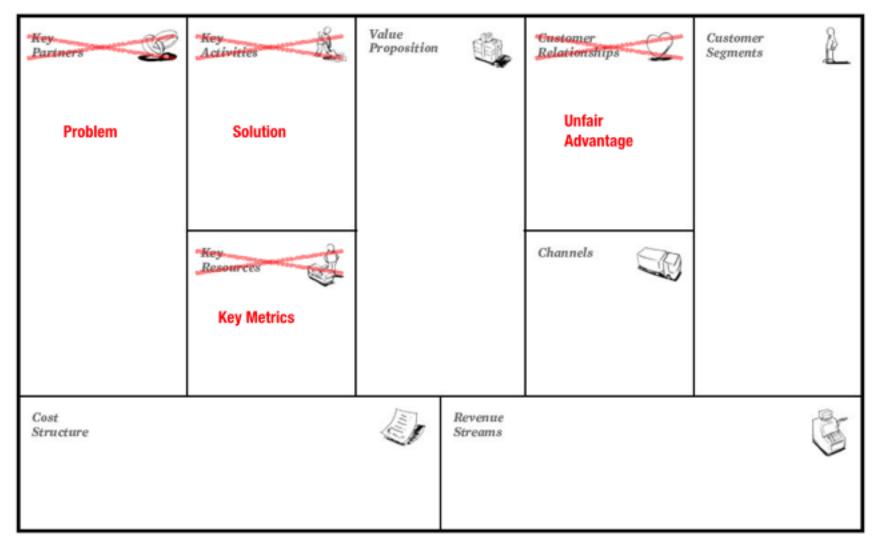


BMC składa się z 9 elementów

Element	Zakres
Segmenty klientów	Jednorodne grupy klientów, dla których startup będzie tworzył wartość
Relacje z klientami	Relacje, które startup chce zbudować z klientami w celu pozyskiwania nowych i utrzymywania tych już pozyskanych oraz tego, żeby nadal korzystali z zakupionych produktów (usług) i kupowali ich więcej
Kanały	Kanały (sprzedaży, dystrybucji. komunikacji) wykorzystywane do dostarczania wartości klientom
Propozycja wartości	Wartość oferowana klientom. Sposób, w jaki startup rozwiązuje ich problemy lub zaspokaja ich potrzeby
Kluczowe zasoby	Najważniejsze zasoby (ludzkie, finansowe, aktywa) niezbędne do dostarczania wartości
Kluczowe działania	Najważniejsze działania podejmowane przez startup, aby model biznesowy był skuteczny
Kluczowi partnerzy	Partnerzy (głównie dostawcy), dzięki którym startup może dostarczać wartość klientom
Strumienie przychodów	Strumienie przychodów uzyskiwanych dzięki realizacji propozycji wartości
Struktura kosztów	Koszty ponoszone w związku z realizacją modelu biznesowego

Źródlo: oprac na podstawie: A. Osterwalder, Y. Pigneur, Tworzenie modeli biznesowych. Narzędzie wizjonera, Wydawnictwo Helion, Gliwice 2012, s. 20–48; David S. Rose, The Startup Checklist, Wiley, Hoboken 2016, s. 18–19.

Lean Canvas (by Ash Maurya)



Ash Maurya, https://blog.leanstack.com/what-is-the-right-fill-order-for-a-lean-<u>canvas/</u>

Nazwa projektu: Uavin - konstrukcja wirnikowców i samolotów bezzałogowych oraz świadczenie usług fotogrametrycznych

2.Problem:

- Kosztowność zdjęć lotniczych zdjęcia lotnicze mają duży potencjał w usprawnianiu pracy wielu sektorów gospodarki, jednak nie mogą być wykorzystywane ze względu na swój koszt. Podobnie wygląda sytuacja z wykorzystaniem śmigłowców
- Duży potencjał fotogrametrii i niecfektywność tradycyjnych metod

 wykonywanie ortofotomap, zdjęć dokumentujących stan techniczny budynków, masztów, kominów farm fotowoltaicznych, elektrowni wiatrowych, nadzór inwestycyjny wykonywany przy pomocy samolotów i śmigłowców jest często nieopłacalne. Wykonywanie częśći z tych prac przez ludzi wymaga specyficznych kompetencji i jest niebezpieczne.
- Ograniczony wybór wirnikowców oraz samolotów bezzałogowych – monopol na rynku wirnikowców ma chińska firma DJI, natomiast wybór samolotów UAV jest bardzo ograniczony, co wpływa na ich wysokie ceny i małą różnorodność oferty.

Istniejace alternatywy:

- Zdjęcia i nagrania wykonywane przez samoloty i śmigłowce załogowe
- Inspekcje techniczne wykonywane przez specialistów.
- Wirnikowce firmy DJI oraz samoloty polskich producentów

3.Rozwiazanie:

- Opracowaliśmy prototyp wirnikowca, który konkuruje z jednym z wirnikowców z oferty DJI o specyfikacji typowo przemysłowej.
- Opracowaliśmy prototyp samolotu bezzałogowego, przystosowanego do wykonywania opracowań fotogrametrycznych
- Opracowaliśmy system świadczenia usług fotogrametrycznych przy wykorzsytaniu bezałogowych wimikowców i samolotów.

7.Kluczowe mierniki:

- Ilość przychodów na operatora
- Koszty stałe jako procent przychodów
- Odsetek polskich firm świadczących usługi geodezyjne i fotogrametryczne, które posiadają nasz wirnikowiec lub samolot
- Odsetek klientów składających reklamacje
- Oceny samolotów i wirnikowców w branżowych czasopisamach oraz stronach internetowych
- Wskaźnik rezygancji z usług fotogrametrycznych

5.Propozycje wartości

- Wirnikowce będą proponowane w cenie o 25% niższej niż bezpośrendni konkurent
- Wirnikowiec będzie o około 15% tańszy w ekspoloatacji, dzięki uwzględnieniu specyfiki odbiorcy europejskiego w dobiorze podzespołów
- Samoloty bezzałogowe będą posiadały wersje, dzięki czemy odbiorca będzie mógł wybrać, na jakie parametry chce postawić akcent
- Jedna z wersji samolotu bezzałogowego będzie posiadała unikalną specyfikację, dzięki której odbiorcy nabędą produkt tańszy, a jednocześnie o dłuższej długości lotu (o około 20%) i bardziej trwały ze względu na zastosowane materiały
- Usługi będą nadzorowane przez geodetów, co zapewni poprawność materiałów przekazywanych odbiorcom
- Standaryzacja wykonania usług wpłynie pozytywnie na strukturę kosztów, dzięki czemu nasze usługi będą tańsze niż obecnie oferowane na rynku.

9.Przewaga konkurencyjna

- Wirnikowiec i samoloty bezzałogowe będą posiadają oryginalną specyfikację, adresując potrzeby klientów na ten moment nie zaadresowane
- Synergie pomiędzy działem konstrukcyjnym a usługowym, umożliwiające lepsze segmentowanie statków bezzałogowych.
- Założyciel posiada wiedzę zarówno z zakresu konstruowania statków bezzałogowych jak i świadczenia usług, co wpływa na lepsze rozumienie rynku oraz jest unikatowe w skali Polski
- Współpraca z kardą naukową Politechniki Lubelskiej oraz Politechniki Warszawskiej.

6.Kanaly dostępu

- Istniejące kontakty z firmami oferującymi usługi fotogrametryczne w Polsce
- Wydarzenia branżowe
- Własny sklep internetowy oraz współpraca z innymi stacjonarnymi i internetowymi
- Wykorzystanie istniejących kontaktów z firmami zajmującymi się inspekcją industrialną oraz inwestycji w zakresie usług

1.Segmentacja klientów

- Z usług fotogrametrycznych korzystają branże: deweloperska i pośrednictwa w obrocie nieruchomościami; budownictwo w inspekcji inwestycji; audyt techniczny budynków, masztów, kominów i mostów; energetyka w zakresie inspekcji technicznej farm wiatrowych i fotooltaicznych oraz linii przesyłowych; ubezpieczeniowa w zakresie oceny ryzyka oraz oceny stopnia szkody na nieruchomościach;
- W polsce działa kilkadziesiąt firm oferujących usługi fotogramertyczne, używające wirnikowców i samolotów bezzałogowych. Ich przychody wachają się od kilkuset tysięcy do kilku milionów rocznie
- Z wirnikowców i samolotów bezzałgowych korzystają także instytucje praństowe oraz służby, a także firmy niezwiązane bezpośrednio z fotogramterią jak np. operatorzy komórkowi czy firmy energetyczne
- Globalny rynek komercyjnych zastosowań dronów z ponad 7 mld dolarów w 2018 r .ma osiągnąć rozmiar ponad 120 mld dolaróww 2025.

8.Struktura kosztów

- Koszt wytworzenia usługi to około 15% przychodu z tej usługi, dlatego głównym ociążeniem są koszty stałe
- Na koszty zmienne składają się: a) dla konstrukcji: koszty materiałów (głównie importowane z Chin kompozyty
 oraz elektronika silniki elektryczne, akumulatory, czujniki, kamery; komputery pokładowe) b) dla usług: koszty
 podróży służbowych (na które składaja się koszty paliwa, noclegów oraz diet) oraz usługi zewnętrzne
 (współpraca z geodetami).
- Do najważniejszych pozycji w kosztach stałych zaliczamy: wynagrodzenia (od 22 tys. zł. w pierwszym miesiącu działalności do 67 tys. zł. w dwunastym miesiącu działalności), czynsz za najem powierzchni biurowych i warsztatu (od 1 tys. zł w pierwszym mesiącu działalności do 4 tys. zł. w dwunastym miesiącu działalności) oraz leasing samochodów (7 tys. zł. w dwunastym miesiącu działalności).
- W pierwszym roku działalności szacujemy, że koszty sprzedanych towarów i usług wyniosą 48% przychodów ze sprzedaży, koszty sprzedaży wyniosą 4% przychodów ze sprzedaży, a koszty ogólnego zarządu wyniosą 5% przychodów ze sprzedaży (razem 57% przychodów ze sprzedaży). Nie przewidujemy pozostałej działalności operacyjnej oraz finansowej w pierwszym roku działaności.

3.Struktura przychodów

- Spółka generuje przychody z tytułu sprzedaży usług oraz produktów (wirnikowce oraz samoloty bezzałogowe)
- Ceny brutto produktów zawierają się w przedziale od 20 do 30 tys. zł.
- Przychody z tutłu sprzedaży produktów w pierwszym roku działalności estymujemy na 1,146 mln. zł., przy 45 sprzedanych produktach.
- Ceny sprzedaży usług zawierają się w przedziale od 1,5 do 4 tys. zł. za dzień pracy.
- W pierwszych dwunastu miesiącach działalności przychody ze sprzedaży usług estymujemy na 2,083 mln. zł., przy 773 dniach świadczenia usług.
- W pierwszych dwunastu miesiącach działalności prognozujemy wygenerowanie przychodów na poziomie 3,229 mln. zł., przy kosztach na poziomie 1,856 mln. zł i podatku CIT w wysokości 124 tys. zł. (9% podatek CIT), co daje zysk na poziomie 1,249 mln. zł (39% przychodów).

"For students, founders, investors, corporates or anyone with a passing interest in startups – you're going to want a copy of this."

Jenny Fielding, General Partner at The Fund

KEN VALLEDY & EAMONN CAREY

The Startup Lexicon

Demystifying the everyday language of startups

KPIs

key performance indicators / kluczowe wskaźniki efektywności

CAC

customer acqusition cost / koszt pozyskania klienta

MAU

monthly active users / liczba aktywnych użytkowników w miesiącu

MRR/ARR (monthly/annual recurring revenue / miesięczny/roczny powtarzalny przychód

LTV/CLV (lifetime value/customer lifetime value / całkowity przychód uzyskany z klienta

churn rate (wskaźnik rezygnacji klientów)

testimonial



"Zendesk Sell has improved our sales productivity. We have redistributed sales force efforts to more promising projects and the accuracy of the monthly revenue forecast increased from 30% to 10% deviation."

Nataliya Agafonova

Chief Operating Officer at Intermind

smart money

SMED-owe podejście do przygotowania pitch decka



Competition

Pitch is the only all-in-one pitch deck solution

	Pitch	Consultants, Designers	Presentation softwares	Do-It-Yourself (DIY)
Structure	✓	✓	×	✓
Design	✓	✓	✓	×
User friendly	✓	×	✓	×
Support	✓	√	×	×
Pricing	\$79	From \$500	From \$20 per month	Free

bezpośrednia pośrednia Naava Respira oczyszczacze () airflo Finlandia Kanada powietrza lampy UVC, zielony mebel zielony mebel oczyszczający ozonatory, HEPA oczyszczający powietrze powietrze **OCZYSZCZANIE POWIETRZA PATOGENY** BEZPIECZEŃSTWO UŻYTKOWNIKA BENEFIT **ROŚLINNOŚCI**

TAM (SAM (SOM)

Politechnika Warszawska

Biblioteka Główna

Start » Zasoby » Lista e-baz

Lista e-baz

& Odslony: 653973

Zasady korzystania z e-zasobów

W przypadku trudności w dostępie należy (zwłaszcza w przeglądarce Firefox) usunąć cookies (ciasteczka) oraz ustawić w opcjach akceptowanie ciasteczek.

Oddział Informacji Naukowej i Analiz Bibliometrycznych, BG PW, Gmach Główny, I piętro, p. 161 email: oin.bg@pw.edu.pl; tel. 22 628 7184 lub 22 234 7300



Wyświetl 100 ✔ rekordów na stronę

Przeszukaj listę:

Nazwa bazy	Dziedzina	Typ bazy	Dostęp 🖣	Język 🏺	Szczegóły	0
	~	•	~			
ACM Digital Library	informatyka, techniki informatyczne	pełnotekstowa	a		➡ Rozwiń szczegóły	
ACS Publications	chemia	pełnotekstowa	a	**	Rozwiń szczegóły	
AIP	fizyka	pełnotekstowa	6		Rozwiń szczegóły	
Akty prawne Internetowy System Aktów Prawnych - ISAP	interdyscyplinarna	pełnotekstowa	a	-	♣ Rozwiń szczegóły	





Empowering people with data

Insights and facts across 170 industries and 150+ countries

