

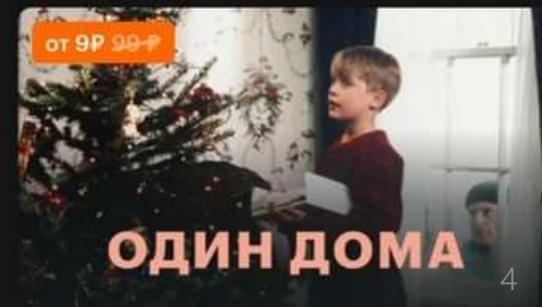
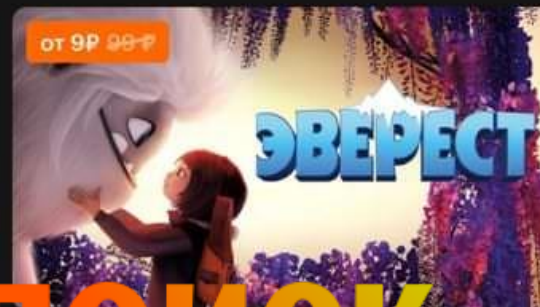
Внешняя среда

Продуктоцентричность/клиентоцентричность

Продуктоцентричность/ клиентоцентричность

Продуктоцентричность – ориентация на продукт (как улучшить характеристики продукта? Как продать как можно больше?)

Клиентоцентричность – ориентация на клиента (а что хочет клиент?)



КИНОПОИСК

Емкость рынка

Суммарный объем денег, который может заработать проект

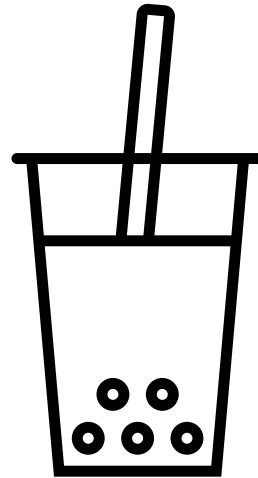
Большой рынок/маленький рынок





Маленький рынок

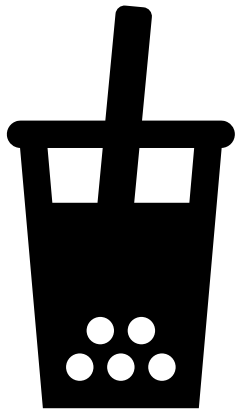
- Потребление мате в месяц – 200
- Стоимость мате – 200
- (200×200) -переменные расходы-постоянные расходы=10 000



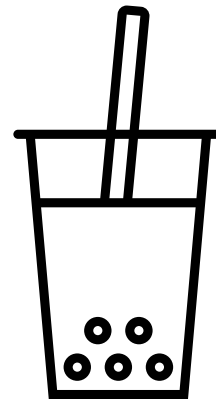
Fernando

Маленький рынок

- Потребление мате в месяц – 200
- Стоимость мате – 200
- $(200 \cdot 100)$ -переменные расходы-постоянные расходы=?

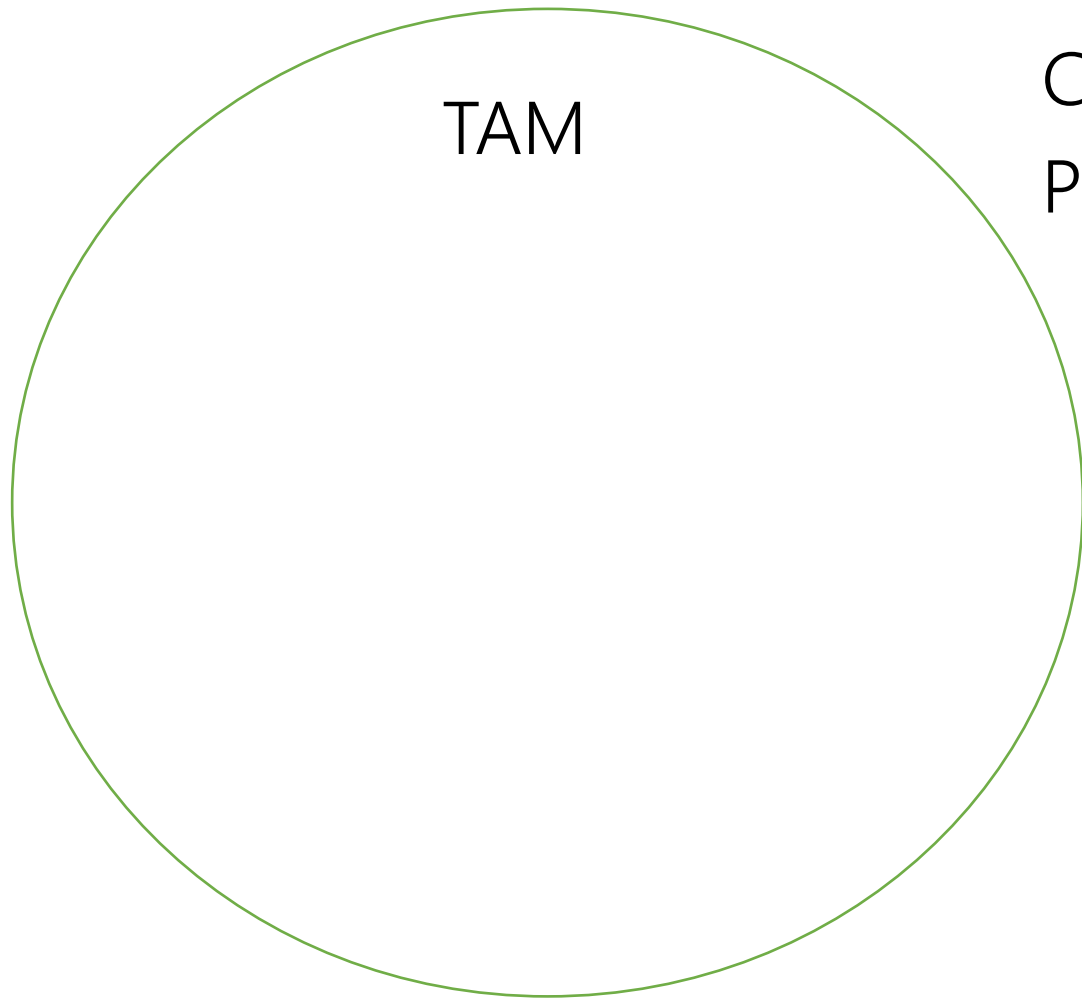


Roberto



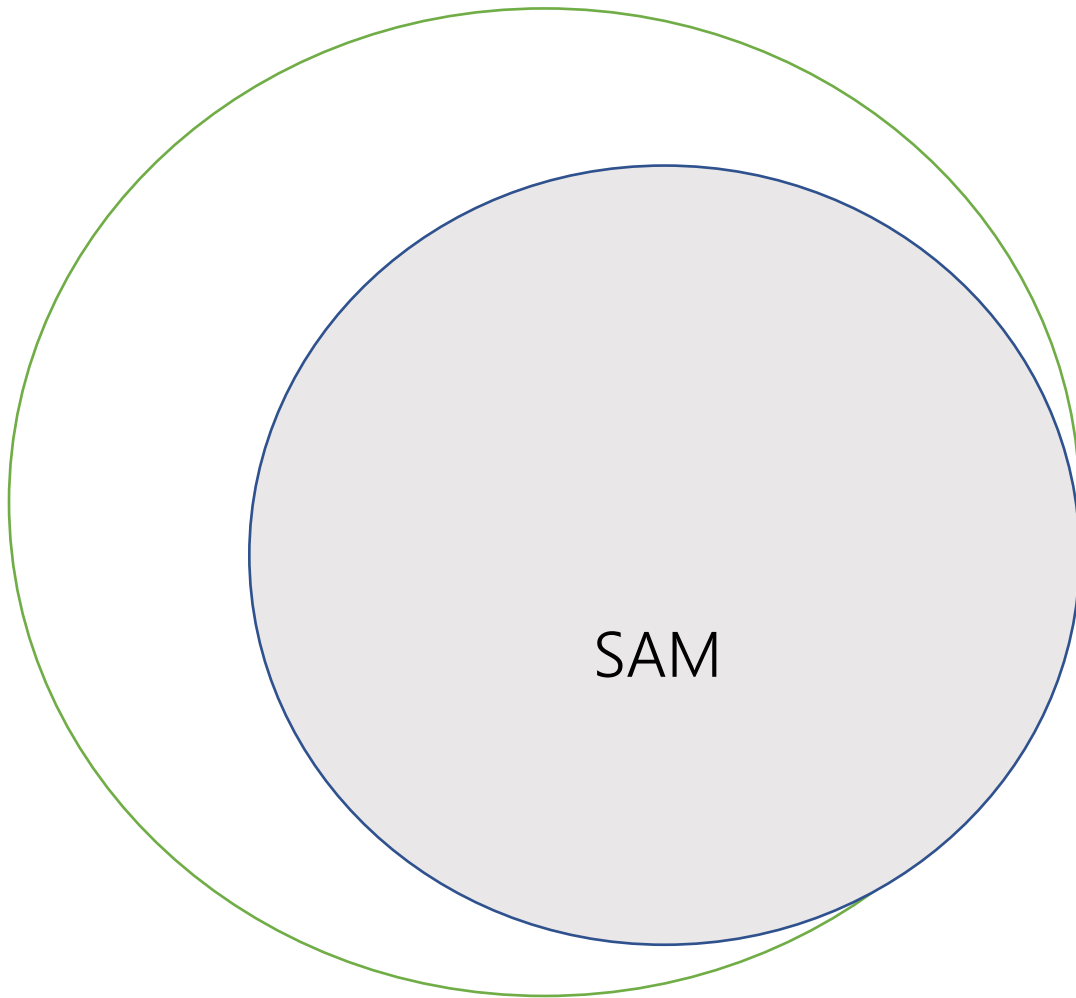
Fernando

TAM



Суммарный рынок спроса для продукта
Рынок онлайн-образования

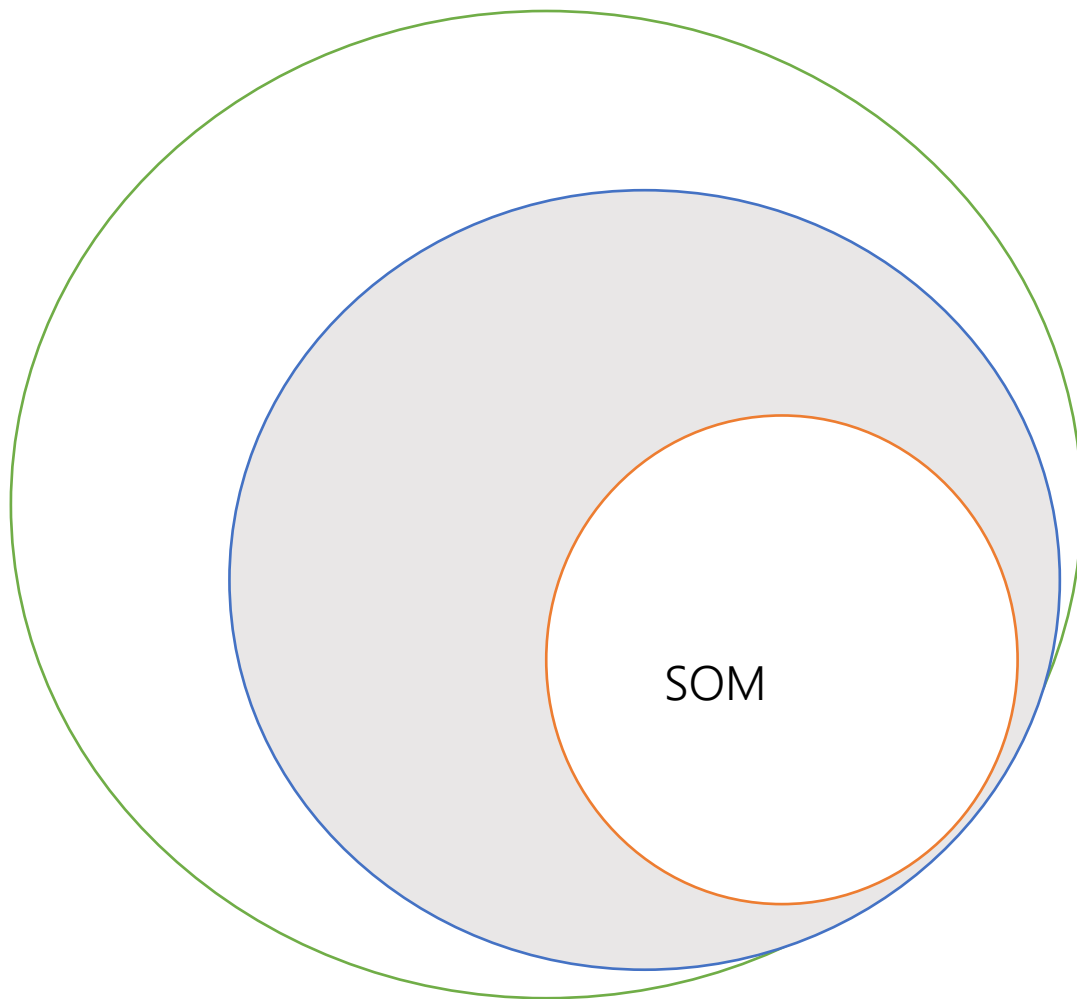
SAM



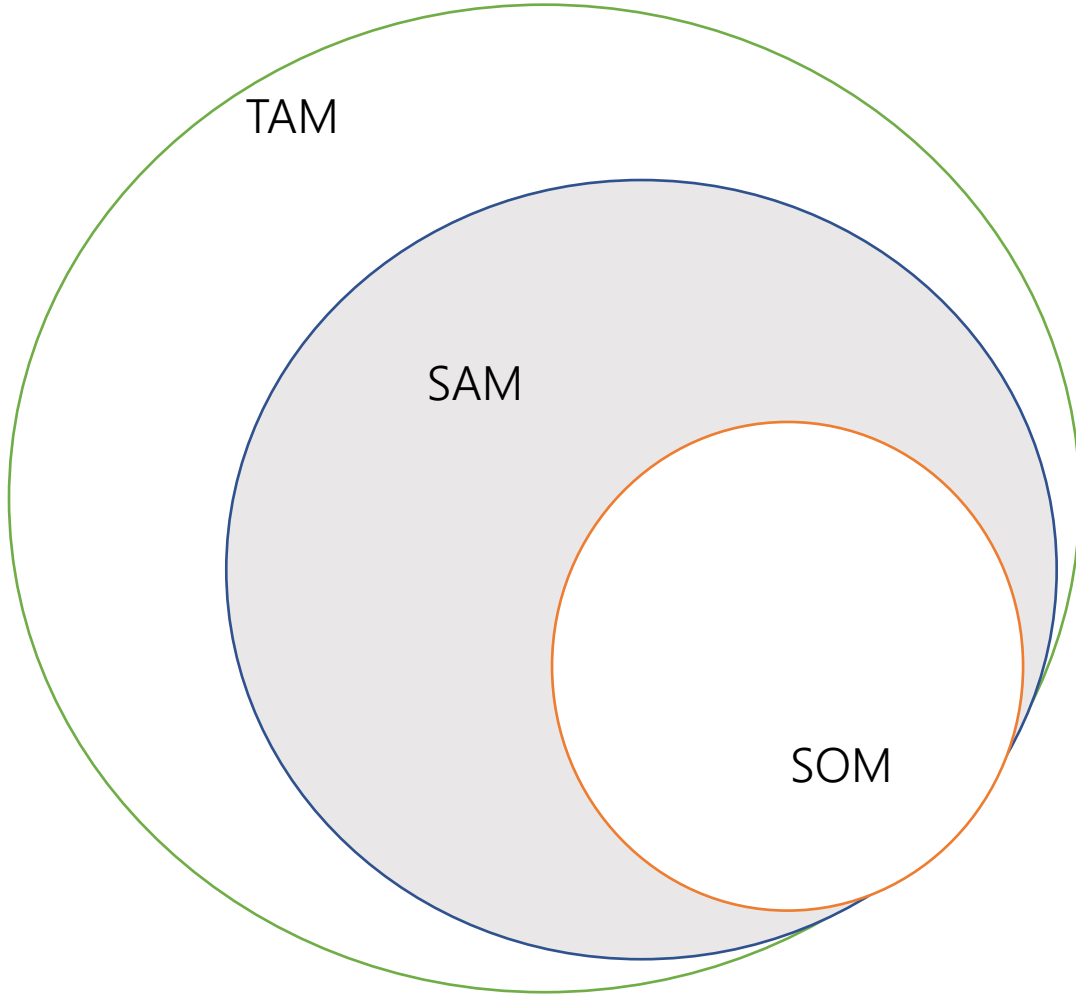
Сегмент, на который нацелен ваш продукт или географически достижимый рынок

Онлайн-курсы математического анализа для школьников и студентов

SOM



Часть SAM, достижимая в рамках текущей бизнес-модели



TAM Все люди, которые
хотят изучать
математический анализ

SAM Студенты, которым
необходимо
подготовиться к сдаче
экзамене по матанализу

SOM Количество покупок
онлайн-курса в год

Что необходимо для оценки рынка?

- Кто клиент?
- Сколько таких потенциальных клиентов?
- Сколько в среднем можно заработать на каждом?
- Какие есть ограничения?
- Какие специфические характеристики есть у клиента именно этого продукта/услуги?

Емкость рынка

- Потенциальная
- Фактическая
- Доступная

Потенциальная

Максимальный спрос

Какой доход будет получать продукт, если все потенциальные покупатели будут его покупать

Норма потребления молока – 239 л на человека, 239 бутылок, 1 бутылка молока – 100 руб

Целевая аудитория – все люди, способные купить бутылку молока, 500 000 человек

Емкость в количественном выражении в год: $500\,000 \times 239$ бутылок = 119,5 млн бутылок

В деньгах: $119,5 \text{ млн бутылок} \times 100 \text{ руб.} =$ почти 12 млрд руб.

В объеме = $500\,000 \times 239 \text{ л} = 119,5 \text{ л}$

Фактическая

Текущее развитие спроса

Например, все люди, которые сейчас пользуются товарами и услугами именно вашего потребительского сегмента

Доступная

Это количество потребителей, на которые может претендовать ваша компания

Типы конкурентов

- Прямые
- Косвенные
- Товарные
- Неявные

Прямые

– это компании, которые торгуют схожими товарами или оказывают схожие услуги, и потребители данных компаний также являются схожими.





Косвенные

- это компании, которые работают для схожих потребителей, но продают другой товар





Товарные

- у компаний схожие товары, но разные потребители





Неявные конкуренты

- это те, у которых и товары, и потребители разные



WILDBERRIES



Сформулируйте несколько преимуществ, которые, на ваш взгляд, можно было бы рассмотреть в качестве потенциальных уникальных конкурентных преимуществ для вашего продукта/услуги?