

# 《一人企业方法论》

## 了解一人企业

### 什么是一人企业

- 以个人品牌为核心的企业
- 不一定只有一个人，也可以是两三人的小团队，再加上兼职和外包
- 「一人」是强调创始人的个人品牌、风格和信誉，不是强调人数

### 一人企业的规模

- 从月入几千到年入百万
  - 不同的发展阶段有不同的规模
- 《百万美元的一人公司》Elaine Pofeldt 2018
- 统计数据
  - 根据美国人口普查局最近发布的统计数据,2015年有35,584家“非雇主”公司(即除了所有者之外不雇用任何人)的年收入为 100 万美元至2,499,999 美元比 2014 年增长 5.8%,比2013 年增长 18%,比2012 年增长 21%,比 2011年增长33%。
  - 一些精英非雇主企业的收入甚至超过了这些收入。2015 年,2,090 家企业的年收入在 250 万美元至 499 万美元之间,355 家企业的年收入在 500 万美元或500 万美元之间。更多的。虽然这些数字仍然相对较小,但更多的小型企业已接近 100 万美元大关许多人都有突破 100 万美元的巨大潜力:258,148 家公司带来了500,000 美元至999,999 美元的收入。584,586 产生了250,000 美元至499,999 美元的收入。1,861,656 家企业收入在 100,000 美元至 249,999 美元之间
- 六大类型
  - 电子商务
  - 制造
  - 数字内容创作
  - 专业服务和创意服务 (营销公司、咨询公司)
  - 专业技能辅导 (健身)
  - 房地产
- 三大手段
  - 外包
  - 自动化
  - 移动互联网

### 一人企业的特点

- 优点
- 缺点
- 参考
  - 《COMPANY OF ONE: WHY STAYING SMALL IS THE NEXT BIG THING FOR BUSINESS》
  - Jarvis Paul (2020)

## 规划一人企业

### 为什么是现在

- 个体崛起时代
  - 从观察数据看，个体正在崛起
- 商业关键环节
  - 价值传播
    - 媒体杠杆
      - 社交媒体
      - 覆盖全球受众
    - 价值创造
      - 全球化
        - 生产和非核心业务外包
      - 基础设施可以低成本的租用
    - 劳动力的放大
      - AI和自动化
      - 人力杠杆松动

### 从商业本质角度看一人企业

- 商业的本质是价值交换
  - 「获得财富的一个途径，就是为社会提供其有需求但无从获得的东西，并实现规模化。」
  - 核心
    - 创造价值
    - 交易价值
    - 规模化
  - 纳瓦尔宝典
    - 埃里克·乔根森
  - 依靠出租时间是不可能致富的
    - 时间片限制
    - 持有资产才是
  - 资产
    - 定义：「在你睡觉时能把钱放进你钱包的东西」
    - 被动收入
      - 资产的耐久度
    - 《穷爸爸富爸爸》
      - 罗伯特·清崎
    - 持有资产
      - 企业股份
        - 投资
      - 有现金流的产品或服务
        - 副业
        - 创业
      - 版权
        - 购买
        - 创造
      - 有租金收入的房产
        - 前提是租售比够高
      - 资产的选品
        - 标准
          - 复利
            - 自组织、自营销
          - 红利
            - 需求趋势
          - 低投入
            - 高产出
          - 耐久度
            - 维护周期
          - 副产品优势
            - 主业或生活方式
          - 专长匹配度
            - 低谷能否坚持
          - 品类
            - 版权
              - 视频课
              - 专栏
            - 图书
            - 自有产品和服务
              - APP市场
              - 网页模版
              - 前端库
              - wordpress插件

### 竞争策略

- 核心：个体如何应对竞争
  - 如何以小博大，以弱胜强？
- 竞争策略
  - 策略上的快
    - 快鱼吃慢鱼，快是打法上的快
  - 针对固有弱点
    - 普通弱点可以改进
    - 固有弱点是商业模式、组织方式、资源结构带来的，不能轻易更改
      - 商业软件VS开源软件
- 竞争的类型
  - 和大企业
    - 对大厂固有弱点的优势
      - 小规模
        - 保持小规模作为企业目标
          - 大企业必须增长以回应资本的要求
          - 足够细分的小市场已经可以获得丰厚回报
          - 控制规模以获得最好的投入产出比/工作生活的平衡
        - 更好而不是更多
          - 大厂很难为每一少数群体开发功能
            - 成本不够覆盖收益
            - 规模化时的负面效应
        - 精简
          - 非核心业务的断舍离
            - 放弃一部分用户以维持极高的性价比
              - iOS专有APP
              - 放弃Android市场
            - 以租代建
              - 不用考虑平台的竞争风险
          - 速度
            - 新技术和新趋势的跟进速度
              - 大厂原有技术架构的迁移需要时间
              - 前景不明朗时会进行观望
            - 组织流程的复杂性
              - 团队组建需要时间
              - 资源划拨的审批和讨论
            - 适应力
              - 对亏损耐受度更高
                - 转为副业运作
            - 成为大企业平台或者生态的一部分
              - why：打不过就加入
            - how
              - 第三方软件供应商
              - MicroSaas
                - 基于平台的小应用
                  - Notion
                  - AirTable
                  - Wordpress
        - 其他个体和小企业
          - 不竞争策略
            - 从标准品到非标准品
              - 品类混搭和创造
                - 福利单词
                - 萌猫、室友、前端课
              - 创始人个人品牌和风格
            - 副产品策略
              - 来自主业和生活的副产品
              - 每个人的主业和生活方式不同，竞争面会变小很多

### 总结

- 「把自己产品化」
- 关键字：自己
  - 以个人品牌和个体风格为核心
  - 保证了企业的独特性
    - 减少了竞争
- 关键字：产品化
  - 自动化
  - 规模化

## 开始一人企业

### 即刻开始

- 无需一开始就注册公司，先把产品做出来，让用户用起来，从副业开始
- 个体工商户，可以申请微信等资质，在盈利之前可以考虑
- 注册公司，要考虑记账和场地费用

### 定义价值

#### 了解你自己

- 专长
  - 兴趣爱好
  - 轻松领先
  - 信念驱动
  - 玩着工作
- 资源
  - 主业和副产品
  - 人脉和社交资本

#### 了解市场

- 趋势
  - 报告
    - Trends.vc
    - MicroSaas
    - 艾瑞网
  - 融资
    - IT橘子
    - AI Native
  - 规模和品类选择
    - 适合个体的品类
    - 从3K的MMR开始
- 商业模式
  - 《价值主张设计》
    - 亚历山大·奥斯特瓦德 (Alexander Osterwalder)
    - 2015
  - 《商业模式新生代》
  - 精益画布
    - 《精益创业实战》阿什·莫瑞亚(AshMaurya, 2013)
    - 着重杠杆和竞争力分析

### 构建价值

#### 场景和功能

- 根据精益画布「用户细分」做出用户画像
- 根据用户画像和价值主张设计价值交付场景
- 根据场景设计功能
- 根据功能优先级进行分期
- 第一个最小可行产品作为MVP

#### MVP

- 定义
  - 什么是MVP
- 分类
  - 贵宾式
  - 视频式
- 构建
  - 形态
    - 视频
    - 落地页
    - 早期产品
  - 工具
    - NoCode建站工具
    - webflow
    - membership
  - 众筹工具
    - 视频+落地页+支付测试
- PMF测试
  - 什么是 PMF
  - 如何判断 PMF
  - 迭代或转型？

## 经营一人企业

### 运营

- 内容运营
- 活动运营
- 用户运营

### 规模化

#### 增长变现

- 《增长黑客》肖恩

#### PMF的达到

- 确定增长杠杆
  - 快节奏实验
- AARRR漏斗

#### 获客

- 渠道投放
  - ROI
  - 调性匹配
  - SEO/ASO
- 内容营销
  - 链式传播
    - 《引爆点》
      - 个别人物法则
      - 附着力因素法则
      - 环境威力法则
    - 《疯传》
      - 社交货币
      - 诱因
      - 情绪
      - 公共性
      - 实用价值
      - 故事
  - 自传播
    - 《病毒营销》
  - 激活
    - 啊哈时刻路线图
  - 行为=动机+能力+触发物
    - 《影响力》
      - 互惠
      - 承诺一致
      - 社会认同
      - 喜好
      - 权威
      - 稀缺
      - 《稀缺》
  - 留存
    - 让用户养成习惯
      - 上瘾模型
        - 触发
        - 行动
        - 多变的回报
        - 投入
      - 让用户养成习惯
        - 21天
  - 变现
    - 定价和优化
  - 支付
    - 服务商
    - 支付周期
  - 推介
    - 转介绍系统
      - 返现
      - 积分
      - 购物卡

#### 杠杆

- 资本杠杆
  - 传统媒体杠杆
    - 巨大的市场费用
  - 人力杠杆
- 新媒体杠杆
  - 解决价值传播的问题
    - 人格化
    - 具象化
  - AI和自动化杠杆
    - 解决人力杠杆的问题
      - 约等于解决了价值创造的问题
        - 在数字内容方向上
      - 问题一：人不够
      - 问题二：技能链断裂
    - 自动化
      - 能自动化的要自动化
        - 不能自动化的半自动化
      - RPA软件
      - AI+众包
- 规模化不成功？系统思维
  - 从单个项目视角脱离
  - 正视失败率，以退为进，厚积薄发
    - 通过一系列项目达到总目标
      - 种子用户累计
      - 将失败项目中的资源累积重用