

ПОДБОРКА

# СВОЕ ДЕЛО



GOETHE  
INSTITUT

Заняться своим делом как предприниматель или фрилансер – это шаг, даже прыжок.

Чтобы превратить увлечение в работу, вам понадобится ряд навыков, которые вы скорее всего развили в колледже: тайм-менеджмент, самомотивация и творческое мышление. Они понадобятся, чтобы структурировать свою работу и переформулировать свое умение в услугу или продукт. Если вы обучились ювелирному делу, подумайте о том, чтобы продавать свои творения через онлайн-рынок или изготавливать их на заказ.

Если у вас есть идея своего продукта или сильное увлечение, открытие собственного бизнеса может быть лучшим способом получить работу своей мечты – создать ее. В таком случае вам придется разобраться с созданием продукта, отладкой продаж и юридическими вопросами – выбором формы организации и налоговыми нюансами.

## ПРОДУКТ

Для начала сформулируйте, что из занятий, которые вам нравятся, можно монетизировать. Подумайте о проблемах, с которыми сталкиваются люди и которые вы можете решить, и о том, как эти проблемы решаются прямо сейчас.

Определите, нужны ли вам дополнительные ресурсы или навыки для решения этих проблем. Скажем, если вы хотите начать ремонтировать электронику и уже умеете это делать, вам все равно понадобится ремонтный комплект с инструментами и запчастями.

Может оказаться, что решать интересные задачи приятно, но невыгодно. Исследуйте, сколько денег люди готовы платить за решение подобных задач, посчитайте, сколько времени и денег придется потратить на эту работу вам. Возможно, от некоторых идей придется отказаться, поскольку они не принесут денег. Заранее предугадать, насколько выгодной окажется идея, сложно, но будет полезно перед тем, как открывать свое дело с нуля, почитать обзоры идей в интернете, поговорить со знакомыми, сделать свои расчеты. Наиболее провальные сценарии вы сможете отбросить уже на этапе выбора.

## АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОВ

Если никто не делает то, что вы придумали, скорее всего это означает, что это никому не нужно. Наличие конкурентов, предлагающих такие же или подобные продукты, – хороший знак. При анализе конкурентов обратите внимание на:

- Стоимость и состав услуги / продукта;
- Позиционирование (что и как они доносят о себе клиентам);
- Способы рекламы (интернет, социальные сети, объявления, телевизионная реклама и т. д.);
- Воронка продаж;

- Наличие акций и других инструментов событийного маркетинга и стимулирования продаж (карты лояльности, дисконтные карты и т. д.).

## АНАЛИЗ СПРОСА

Любая идея может стать бизнесом, если есть кто-то, кто готов платить за услугу. Анализ конкурентов помогает косвенно понять – есть ли желающие платить. Но помимо этого будет полезно получить ответы на следующие вопросы:

1. Насколько продукт или услуги востребованы (сколько запросов в поисковике, есть ли аналитика объема продаж);
2. Сезонный ли спрос или постоянный;
3. Сколько конкурентов и есть ли явный лидер;

4. Какие товары и услуги покупают, какой средний чек на основные позиции;
5. Какие особенности у целевой аудитории (боли, интересы, образ жизни, способы получения информации о товаре, уровень дохода и т. д.)

## БИЗНЕС-МОДЕЛЬ И ДЕНЬГИ

Большинство начинающих предпринимателей не уделяют достаточно внимания планированию, потому что невозможно все предугадать. И это правда. Но в процессе размышления и разбора деталей будущего дела вы зададите себе ряд неудобных вопросов и обезопасите себя от потери времени и денег.

Размышления на тему могут помочь структурировать разные шаблоны, например:

Ключевые партнеры	Ключевые деятельности	Ценностные предложения	Отношения с клиентами	Потребительские сегменты
	Ключевые ресурсы		Каналы сбыта	
Структура издержек			Потоки доходов	

*Бизнес-модель Остервальдера (или Geschäftsmodellplan) – это классический шаблон, заполняя который можно ответить на множество важных вопросов про бизнес.*

## ПРОДАЖИ

Когда работаешь один, весь цикл поиска клиентов и продвижения ложится на тебя. И этот процесс занимает много времени и внимания. Эффективность продаж зависит от того, насколько полно и качественно получилось проанализировать спрос и целевую аудиторию.

Первыми клиентами скорее всего станут семья, друзья и знакомые. Они будут наиболее лояльными клиентами, на которых можно протестировать продукты и услуги. Их обратная связь поможет отточить предложение и переходить к привлечению клиентов. Первым делом будет полезно посмотреть, как продают ваши конкуренты, и сделать так же, ну и не забыть об очевидном:

- **Объявления на досках объявлений и в почтовых ящиках** донесут информацию до клиентов, которые живут рядом с вами, если ваша услуга привязана к месту.
- **Социальные сети** для интернет-проектов (электронной коммерции) и всех проектов вообще.
- **Специализированные площадки**, на которых происходит торговля продуктами и услугами вашей категории.
- **Контекстная реклама** подходит для интернет-проектов, но может быть использована и для бизнеса в оффлайн. Вряд ли хороший инструмент для запуска, но рано или поздно вы до нее доберетесь.

Первые продажи вам предстоит сделать лично, разговаривая с клиентами, задавая вопросы и предлагая решение. Эти контакты могут вызывать разные эмоции, а неизбежные отказы – однозначную грусть, но именно так вы поймете, что нужно клиентам, и сможете сформулировать свое предложение.

## НАЛОГИ

Во всех странах граждане и бизнесы платят налоги. Обычно доступно несколько налоговых режимов, отличающихся логикой расчета и сферами применения. Это не самое простое поле, в котором может потребоваться помощь бухгалтера или команды банка (многие современные Fintech проекты умеют поддерживать почти все взаимодействие с налогами). Если захочется разобраться самим, читайте на официальных и государственных сайтах страны, в которой вы открываете дело.

## ПРОВЕРКА СОБСТВЕННОЙ ГОТОВНОСТИ

В конце мы прилагаем небольшой чек-лист, который поможет узнать, насколько вы готовы к открытию собственного дела.

### Материальный мир

- Знаю основные законы и регулирующие документы в своем деле.
- Морально и физически готов/-а к работе с госорганами (налоговая, СЭС, тендерные площадки, пожарная служба и прочие).
- Запасся/-лась необходимыми ресурсами для дела (помещением, инструментами, технологиями).
- Есть деньги на определенный период, которые позволят сделать первые шаги.

- Понимаю, как организовать деятельность.
- Понимаю влияние внешней среды (законы, санкции).
- Понимаю механизм работы бизнеса (модель монетизации, каналы продажи, партнеры, каналы информирования клиентов).

### Межличностные отношения

- Знаю, кто наши клиенты.
- Понимаю, как привлечь первых клиентов.
- Могу найти тех, кто будет заинтересован в моем деле.
- Знаю конкурентов и изучаю их деятельность.
- У меня есть партнеры, помощники, сотрудники – те, кто понадобятся, чтобы делать свое дело.

### Внутреннее состояние

- Я в ресурсном состоянии, у меня есть энергия, и я хочу идти вперед.
- Я дисциплинированно следую намеченному пути.
- Я действую согласно своим мотивам, ценностям и целям.
- Я чувствую силы, чтобы осуществить задуманное.

ПОДБОРКА

# СВОЕ ДЕЛО

