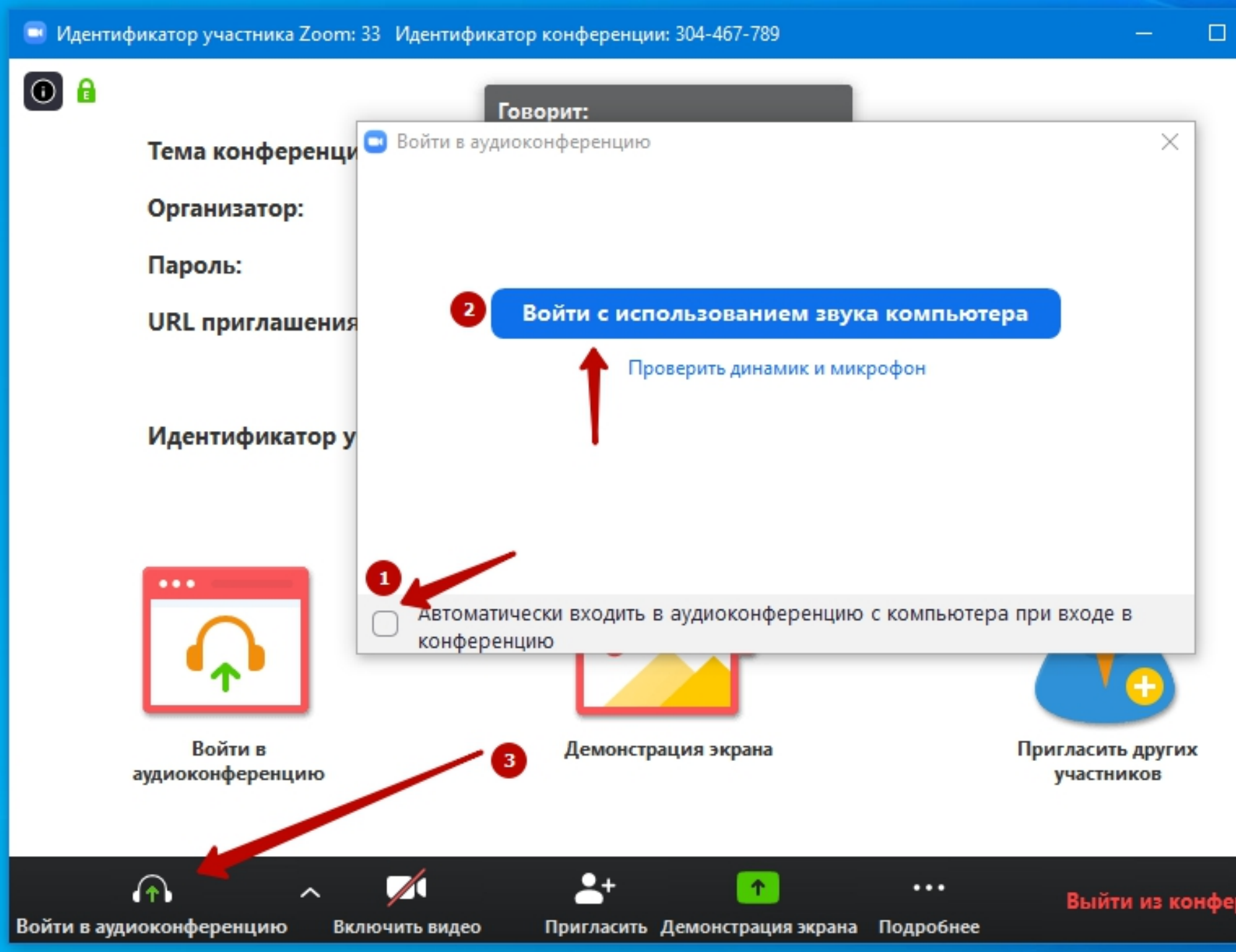
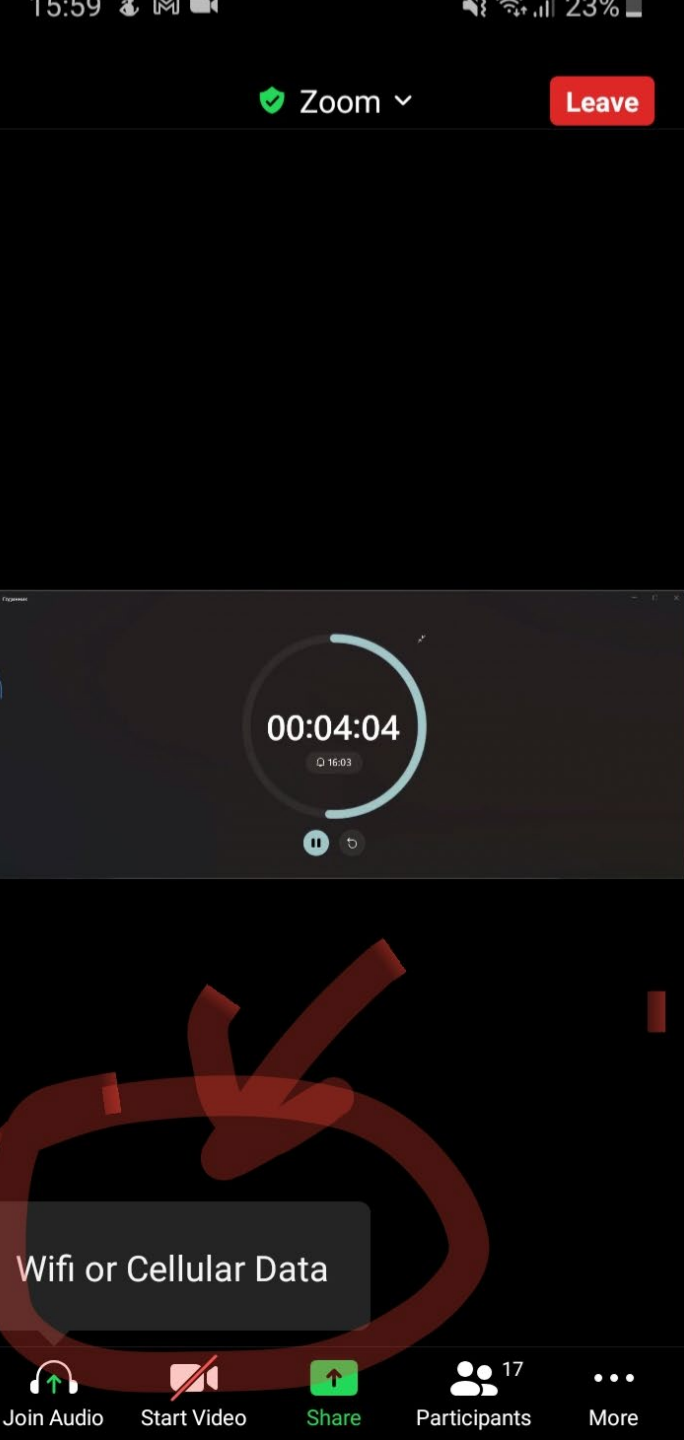




Проект

# БІЗНЕС-ОСВІТА ДЛЯ ПТО

«Розвиток навичок  
самозайнятості та  
підприємництва молоді»  
Заняття 1



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



ВОЛИНСЬКИЙ  
РЕСУРСНИЙ  
ЦЕНТР  
VOLYN  
RESOURCE CENTRE

Стало можливим завдяки підтримці американського народу, наданій через Агентство США з міжнародного розвитку (USAID) у рамках Програми USAID з аграрного і сільського розвитку (АГРО), яка виконується компанією Chemonics

# Хто впроваджує?

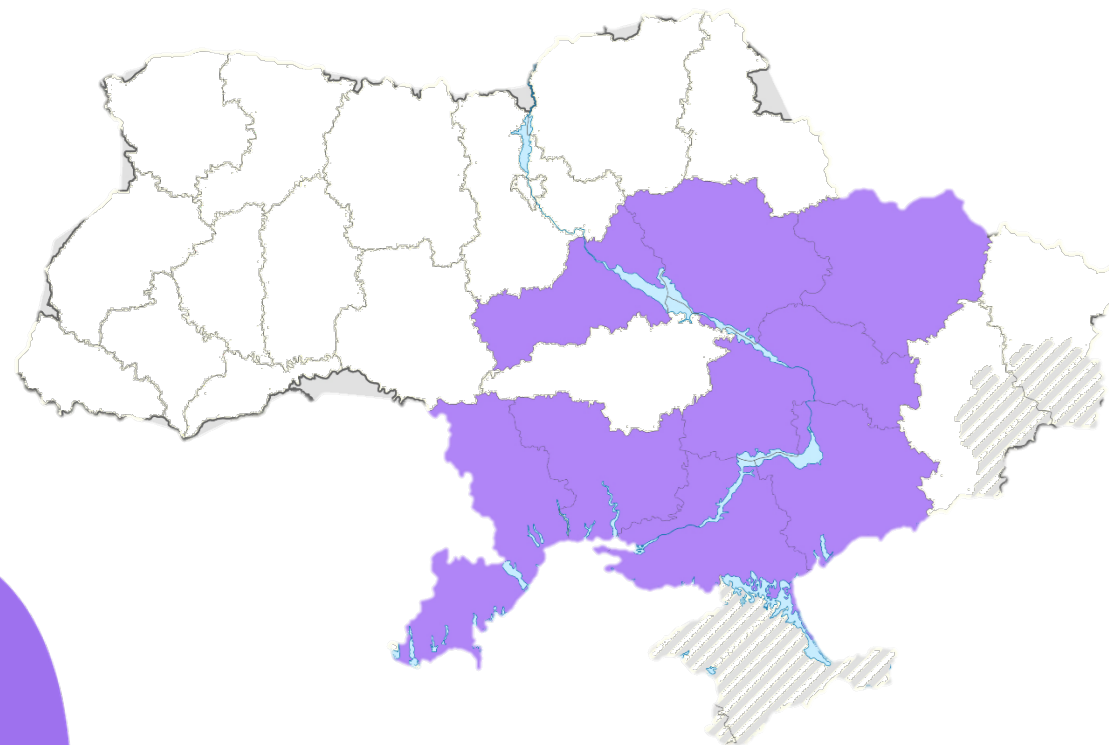
Донори:



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



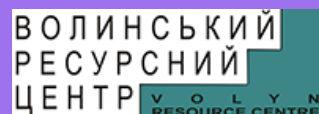
Виконавець:



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



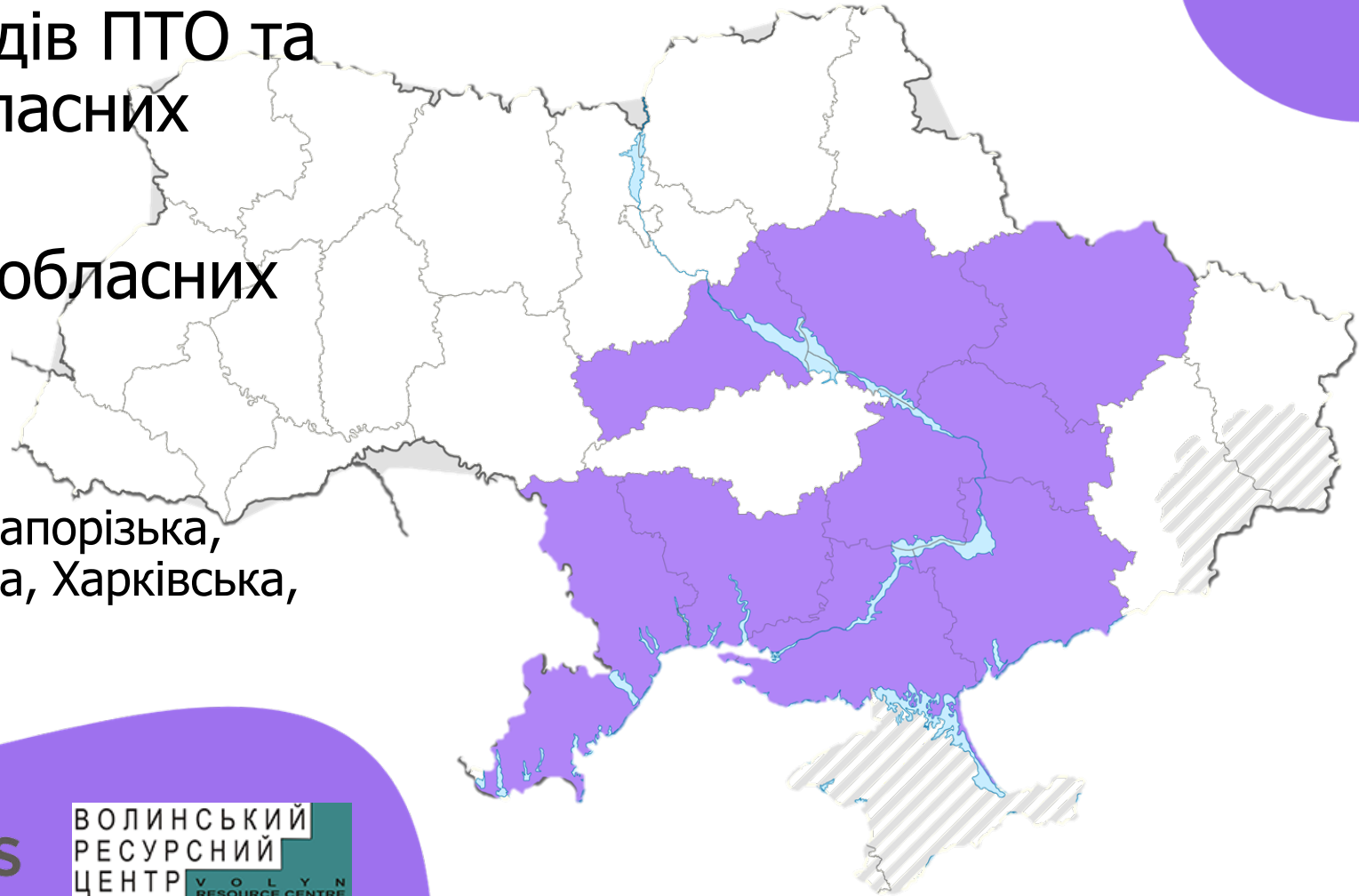
**Chemonics**



# Для кого заходи проекту?

- Учні + викладачі закладів ПТО та ФПО з громад (крім обласних центрів)
- Молодь з громад (крім обласних центрів)

Територія дії: Дніпропетровська, Запорізька, Миколаївська, Одеська, Полтавська, Харківська, Херсонська, Черкаська області



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**

ВОЛИНСЬКИЙ  
РЕСУРСНИЙ  
ЦЕНТР  
VOLYN  
RESOURCE CENTRE



# Перший етап проєкту Генеруємо бізнес-ідеї

200

учасників

8

навчальних груп

4

онлайн-навчань



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**

ВОЛИНСЬКИЙ  
РЕСУРСНИЙ  
ЦЕНТР  
VOLYN  
RESOURCE CENTRE

# Другий етап проєкту Розвиваємо свій бізнес

**150**

учасників

**6**

навчальних груп

**5**

онлайн-навчань



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**

ВОЛИНСЬКИЙ  
РЕСУРСНИЙ  
ЦЕНТР  
VOLYN  
RESOURCE CENTRE

# На фініші проєкту



# 75

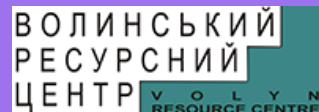
бізнес-планів  
переможців відбору



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**



# На фініші проєкту

# 25

викладачів пройдуть  
офлайн-навчання



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



ВОЛИНСЬКИЙ  
РЕСУРСНИЙ  
ЦЕНТР  
VOLYN  
RESOURCE CENTRE

# Наш проєкт – можливість навчитися мислити як підприємець

Чим більше бажаючих на початку проєкту – тим якісніші бізнес-ідеї будуть відібрані

Плани на майбутнє (після проєкту) – інструменти фінансової підтримки переможців конкурсу бізнес-планів (з місцевих бюджетів, спецфонд...)



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



ВОЛИНСЬКИЙ  
РЕСУРСНИЙ  
ЦЕНТР  
VOLYN  
RESOURCE CENTRE

## Перевірка зв'язку

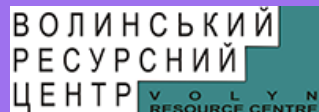
- Напишіть у чат чи вам:
- Чутно
- Видно
- Як ви плануєте брати участь:
- Камера/голос/чат



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**





# Додаток ZOOM

Основні функції, які нам необхідні

- Підняття руки
- Мікрофон
- Відео
- Чат
- Групи
- Смайли



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**

ВОЛИНСЬКИЙ  
РЕСУРСНИЙ  
ЦЕНТР  
VOLYN  
RESOURCE CENTRE

# ПРАВИЛА

- Всі камери увімкнені
- Мікрофон завжди вимкнено
- Перед виступом підняти руку та увімкнути мікрофон
- Виступ до 2 хв.
- Тренер може забрати слово.



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



ВОЛИНСЬКИЙ  
РЕСУРСНИЙ  
ЦЕНТР  
VOLYN  
RESOURCE CENTRE

# План занять

**Сесія 1: Перевірка  
готовності та формування  
плану дій для  
започаткування власної  
справи.**

Час: 16:00

**Сесія 2: Принципи  
генерування бізнес-ідей:  
аналіз ланцюгів доданої  
вартості.**

Час: 16:00

**Сесія 3: Як скласти  
власний список бізнес-  
ідей?**

Час: 16:00

**Сесія 4: Як обрати  
найкращу бізнес-ідею для  
її втілення в життя?**

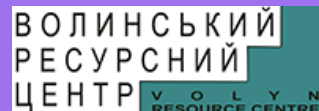
Час: 16:00



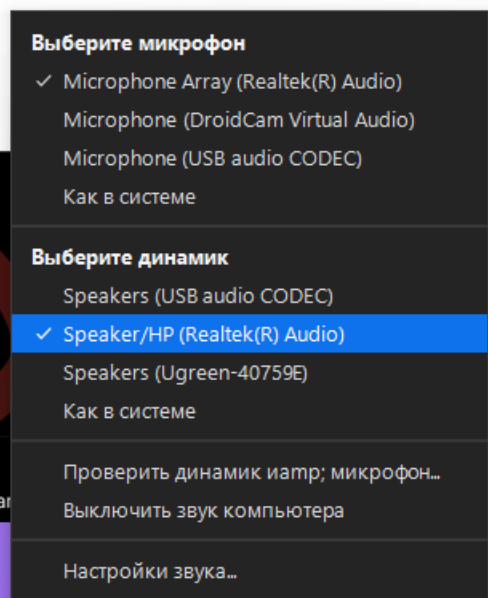
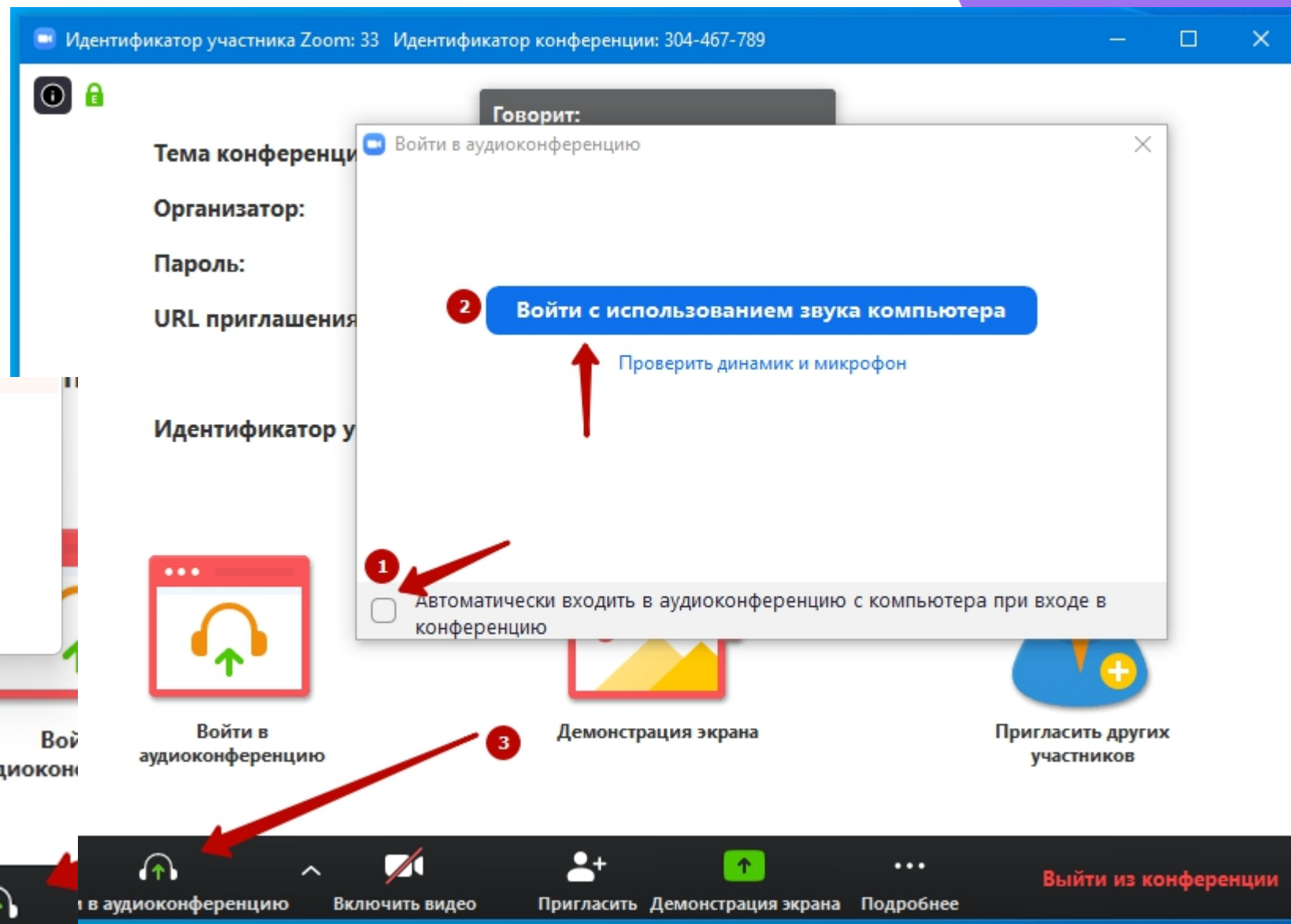
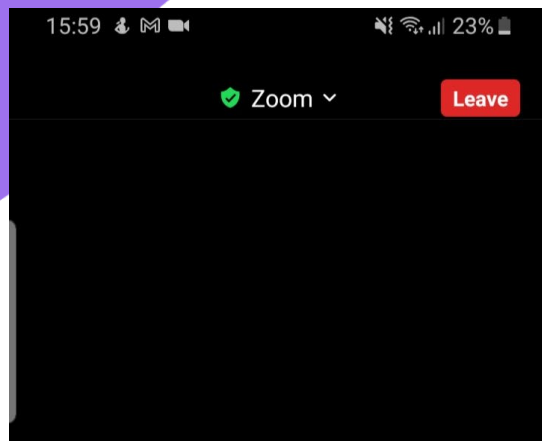
**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**



Одне посилання для всіх сесій



Проект

# БІЗНЕС-ОСВІТА ДЛЯ ПТО

«Розвиток навичок  
самозайнятості та  
підприємництва молоді»  
Заняття 1



BIZ-UP

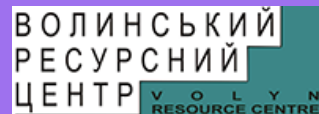
# Навички самозайнятості для молоді



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

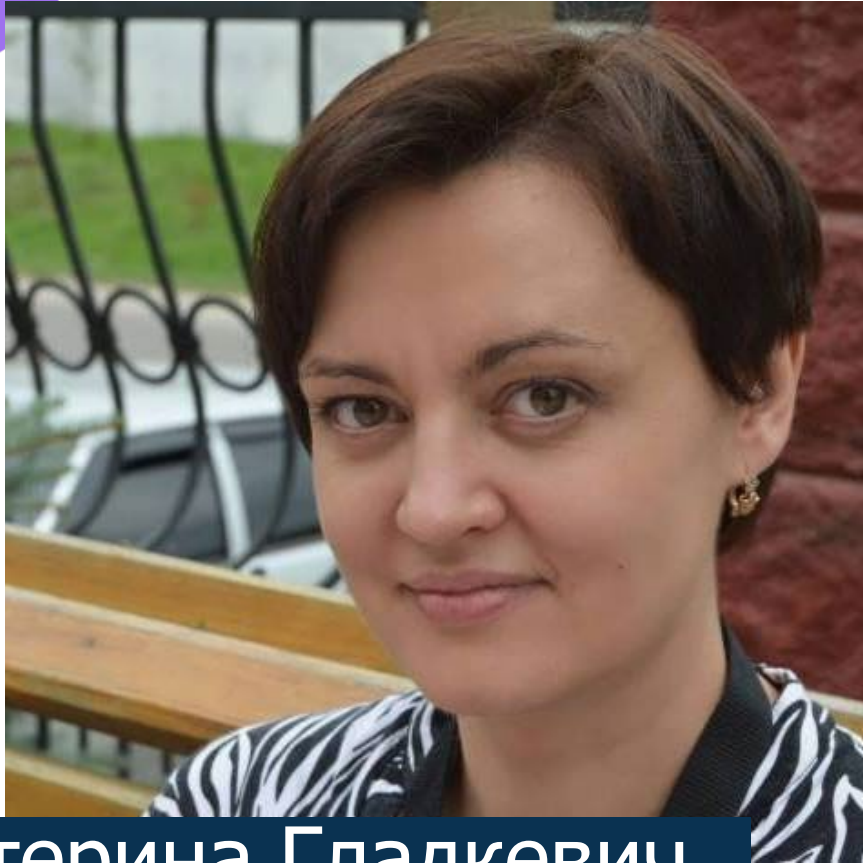


**Chemonics**





# Команда тренерів



Катерина Гладкевич



Сергій Ващук



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**

ВОЛИНСЬКИЙ  
РЕСУРСНИЙ  
ЦЕНТР  
VOLYN  
RESOURCE CENTRE



## Знайомство

1. Ваше ім'я. ☺
2. Що очікуєте від курсу та від тренерів?
3. Що бажаєте отримати для себе?

*Не більше 30 секунд)*



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**

ВОЛИНСЬКИЙ  
РЕСУРСНИЙ  
ЦЕНТР  
VOLYN  
RESOURCE CENTRE

# Модуль 1. Підприємницькі навички

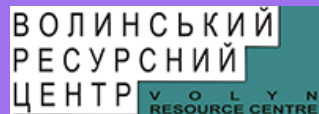
- **Що таке самозайнятість**
- **Підприємницькі якості**
- **Чи підходить самозайнятість саме вам?**



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**





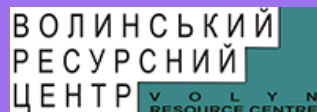
Чи може людина у  
вашому віці **заробляти**  
більше, ніж її батьки?  
Чи відомі вам такі  
**приклади**?  
Що потрібно робити, щоб  
це стало **МОЖЛИВИМ**?



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**



## МОЖЛИВІ ВАРІАНТИ:

**Наймана праця** на повний робочий день

**Тимчасова робота** за контрактом

**Фріланс** – робота на позаштатній основі з одним або кількома замовниками

**Підприємництво** – продаж товарів чи послуг самостійно або у складі невеликої групи

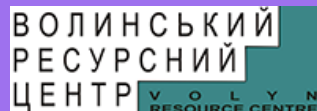
**Підприємство** – виробництво товарів або надання послуг на постійній основі, структура із найманими працівниками



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**



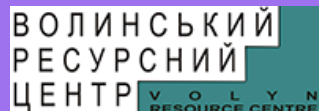
Термінами «самозайнята особа», «підприємець» і «власник бізнесу» позначають будь-яку особу, яка отримує дохід шляхом провадження підприємницької діяльності, виконання роботи за контрактом або роботи на позаштатній основі. Кажучи конкретніше, «самозайнята особа» - це особа, яка виконує роботу або проваджує діяльність самостійно або з невеликою групою осіб, з оплачуваними працівниками або без них, а «підприємство» - це суб'єкт господарювання, головними функціями якого є виробництво товарів або надання послуг із метою їх реалізації задля отримання прибутку.



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**



# Еміль Мотика, Motycka Enterprises



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**

ВОЛИНСЬКИЙ  
РЕСУРСНИЙ  
ЦЕНТР  
VOLYN  
RESOURCE CENTRE



# Еван, EvanTube



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**

ВОЛИНСЬКИЙ  
РЕСУРСНИЙ  
ЦЕНТР  
VOLYN  
RESOURCE CENTRE

**Дмитро  
Макаров,  
Zlodei**



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**

ВОЛИНСЬКИЙ  
РЕСУРСНИЙ  
ЦЕНТР  
VOLYN  
RESOURCE CENTRE

Обговорення

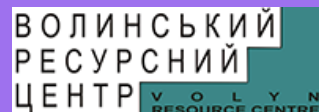
# ЩО ЗАВАЖАЄ УКРАЇНСЬКІЙ МОЛОДІ РОЗПОЧАТИ ВЛАСНИЙ БІЗНЕС?



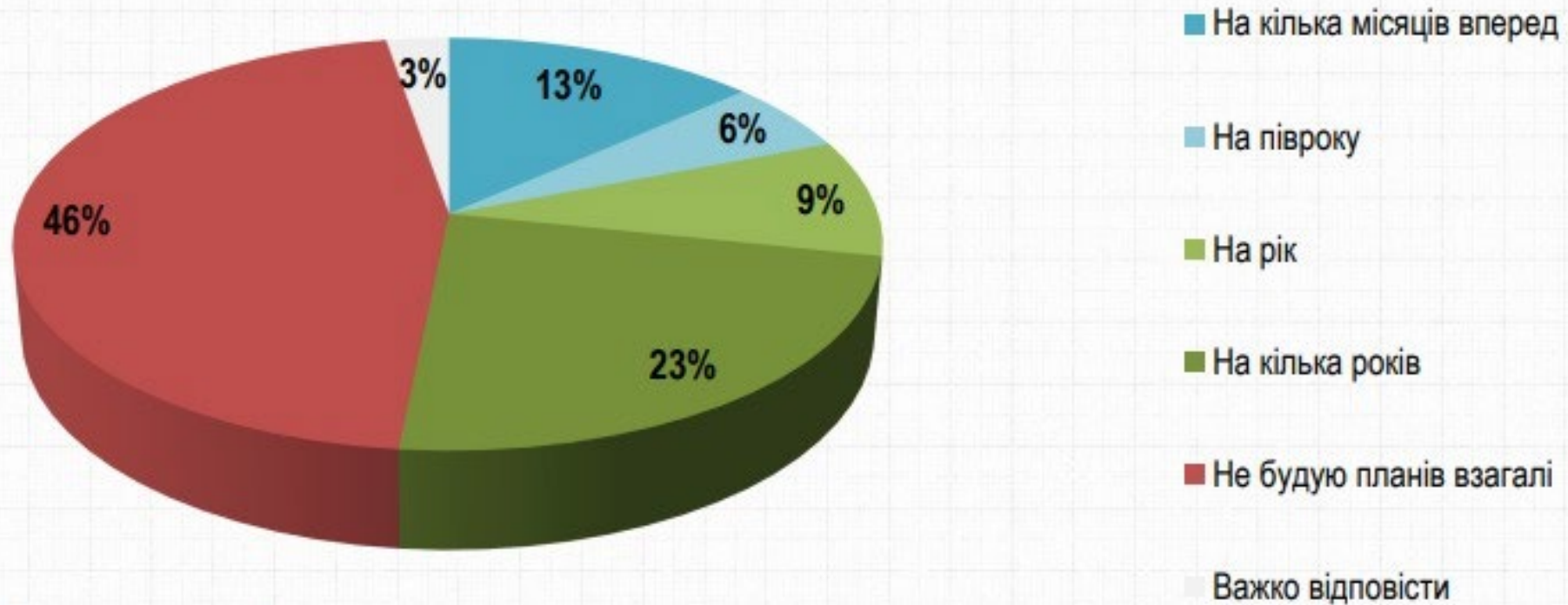
**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**



## Як планують життя українці



Джерело: група Рейтинг.  
11.11.20201



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**

ВОЛИНСЬКИЙ  
РЕСУРСНИЙ  
ЦЕНТР  
VOLYN  
RESOURCE CENTRE

Знайомтеся, Антон, 24 роки, народився у Києві.



Минулого року почав навчання у професійно-технічному ліцеї, вчиться на сисадміна. Вже виконує деякі роботи, як фрілансер. Налаштовує і ремонтує комп'ютери, смартфони друзям і знайомим. Поки що навчається, але далі хоче працювати, як фрілансер, надаючи послуги мешканцям Києва. Планує купити машину, щоб доставляти обладнання до помешкань клієнтів.

Зараз проходить самооцінку онлайн, щоб зрозуміти, чи достатньо в нього підприємницьких компетенцій. Він розуміє, що лише навичок системного адміністрування недостатньо для самозайнятості.

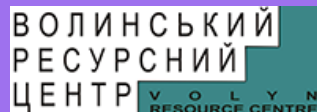
Отже, спочатку потрібно набагато більше дізнатися про себе самого. Але сприймає це, як цікаву задачу, яка допоможе йому займатися улюбленою справою і гарно заробляти.



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**





Знайомтеся, Віка, 20 років, народилася у Рівному.



Віка завжди була упевненою, чим хоче займатися в житті: це кава! Кава їй подобається ще з підліткового віку. Вона згадує, як гуляла з мамою Львовом, вони заходили до різних чудових кав'ярень і дивилися, як там готують різні види кави.

У старших класах багато хто з її друзів мріяв вступити до університету. А коли в неї запитували, в якій сфері вона хоче працювати, вона казала, що хоче отримати професійно-технічну освіту в галузі харчової продукції і напоїв.

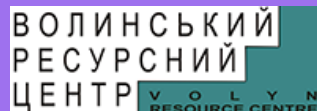
З 16 до 19 років вона працювала з мамою, яка має невелику кав'ярню. Під час навчання в училищі вона змогла заощадити трохи грошей. А коли їй виповнилося 20 років, попросила маму виділити їй місце, до якої вона б могла обсмажувати власну каву. А згодом, і продавати. Зараз їй потрібно знайти кілька надійних імпортерів кави.



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**





Знайомтеся, Софія, 22 роки, народилася у Тернополі.

Софія любить автомобілі. Вона підприємець у галузі, яка є нетиповою для дівчини. Вона – автомеханік. Родичі дуже її у цьому підтримують, тому що це також родинний бізнес.

Її дідусеві належала автомайстерня, розташована поблизу дороги у Тернополі. А коли він помер, вона вирішила взяти справу на себе і модернізувати послуги.

Її батьки дуже пишалися тим, що вона взяла на себе сімейний бізнес, попри юний вік.



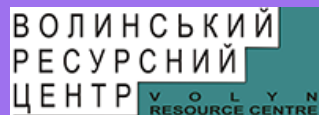
# ЧИ ПІДХОДИТЬ САМОЗАЙНЯТІСТЬ САМЕ ВАМ?



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**



# Якості підприємця

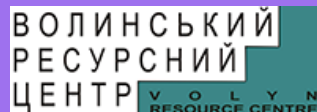
Якими якостями має володіти  
успішний підприємець



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**



# Особисті якості та навички підприємців

**Практичне завдання**

**Зафіксуйте по 5 особистих якостей успішного підприємця**

**Обговоріть їх в групі**

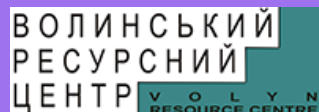
**Сформуйте 9 основних якостей успішного підприємця**



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**



# Особисті якості підприємця

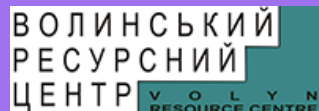
1. Ентузіазм
2. Цілеспрямованість
3. Прийняття рішень
4. Уміння брати на себе ризики
5. Стресостійкість
6. Підтримка оточення
7. Фінансове становище
8. Навички ведення бізнесу
9. Зобов'язання перед місцевою громадою



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**



# Особисті якості та обставини

## 1. Самовіддача

- Щоб ваш бізнес втілювався в реальність і приніс успіх, від вас потрібна самовіддача. Це означає готовність ставитися до свого бізнесу як до однієї із найважливіших справ у житті. Чи надовго ви маєте намір присвятити себе бізнесу? Чи готові віддавати йому більшу частину часу і сил?

## 2. Мотивація

- Якщо ви по-справжньому мотивовані до того, щоб випробувати свою бізнес-ідею, поліпшити свій добробут і домогтися того, щоб ваші гроші працювали на вас, це підвищує шанси вашого підприємства на успіх. Чи є у вас ясне розуміння того, заради чого ви хочете мати власну справу?

## 3. Уміння брати на себе ризики

- Безпрограшних бізнес-ідей не існує. Завжди є ризик зазнати невдачі. Чи готові ви ризикувати? Чи хочете ризикнути своїми грошима і вкласти їх у свій бізнес?



# Особисті якості та обставини

## 4. Прийняття рішень

- Керувати власною справою – означає приймати рішення, які можуть привести як до успіху, так і до невдачі. Важливі рішення не можна ні відкладати, ні перекладати на інших. Чи здатні ви самостійно приймати складні рішення?

## 5. Стресостійкість

- Підприємці піддаються сильному стресу. Він може виникати через необхідність приймати складні рішення, мати справу з різними учасниками бізнесу, працювати допізна. Наскільки вас надихають ваші перспективи в бізнесі? Чи отримуєте ви щире задоволення від своєї роботи?

## 6. Вирішення проблем

- Ведення бізнесу вимагає вміння вирішувати проблеми, що виникають. Чи є у вас здатність до конструктивного усунення їхніх першопричин?

## 7. Цілеспрямованість

- Якість, що відрізняє підприємця від найманого працівника, – здатність ставити цілі і досягати їх. Ви повинні чітко уявляти собі, в якому напрямі розвивається ваш бізнес, і бачити картину в цілому, не відволікаючись на дрібниці. Чи склали ви концепцію свого бізнесу? Чи поставили перед собою мету?

## 8. Підтримка оточення

- Заняття бізнесом буде віднімати у вас багато часу і сил. Тут важливо мати належну підтримку з боку рідних, друзів та інших підприємців. Чи є у вас необхідні зв'язки в особі окремих людей і організацій, готових допомогти у здійсненні вашої мрії?

## 9. Фінансовий стан

- Для запуску вашого бізнесу важливим є доступ до фінансових ресурсів. Чи маєте ви заощадження, щоб почати свою справу? Якщо вам потрібні додаткові кошти, то чи є у вас рідні або друзі, готові та здатні позичити вам гроші або надати свої активи в якості застави за вашою позикою у однієї із фінансових установ? Чи перебуваєте ви в клієнтських або кредитних відносинах з будь-яким фінансовим закладом, що надає позики на відкриття бізнесу?

# Як започаткувати власну справу?

Ты молод, креативен, талантлив?  
Амбициозен, уверен в себе, полон  
свежих идей? А делать хоть что-нибудь  
умеешь?!

Atkritka.com



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**

ВОЛИНСЬКИЙ  
РЕСУРСНИЙ  
ЦЕНТР  
VOLYN  
RESOURCE CENTRE

# Технічні навички

## 10. Технічні навички

- Це практичні навички, необхідні для того, щоб ваша бізнес-ідея втілилася у вироблені товари або надані послуги. Наприклад, якщо ви хочете відкрити майстерню з обслуговування та ремонту стільникових телефонів, вам слід уміти їх ремонтувати. Чи є у вас технічні навички, необхідні для передбачуваного бізнесу?

## 11. Навички ведення бізнесу

- Навички ведення бізнесу означають здатність ефективно управляти своєю справою. Чи є у вас навички в сфері маркетингу, розрахунку витрат, бухгалтерії, мотивації персоналу тощо?

## 12. Знання сфери вашого бізнесу

- Чим більше ви знаєте про ту сферу діяльності, якою плануєте зайнятися, тим вищими є ваші шанси уникнути дорогих помилок. Наскільки глибоко ви розбираєтеся в тому конкретному виді бізнесу, яким маєте намір зайнятися?

## 13. Навички ведення переговорів

- Навичка ведення переговорів означає здатність спілкуватися з іншими, нікого не зачіпаючи. Ведучи переговори, ви повинні враховувати не тільки те, що вигідно вам, а й те, що вигідно вашому співрозмовнику. Чи зумієте ви домогтися в переговорах бажаного результату і при цьому зробити так, щоб у виграші залишилися обидві сторони?

## ДОМАШНЄ ЗАВДАННЯ



- 1) Поговоріть з трьома знайомими підприємцями і визначіть, що, окрім суто професійних компетенцій потрібно вміти для успішної самозайнятості.
- 2) Подумайте, який з варіантів самозайнятості підійде вам найкраще і напишіть список необхідних компетенцій.
- 3) Складіть список з трьох підприємців, які надихають саме вас і є для вас прикладом: хто, у якій сфері працює, що такого робить, що дозволяє йому бути успішним.

# Самостійна робота

Проведіть самооцінку власних підприємницьких навичок, заповнивши анкети.

Якщо з'ясується, що не усіма навичками ви володієте – не проблема.

Компетенції можна «прокачати», або працювати з людьми, в яких ваші слабкі сторони є сильними.





# Перерва

## 10 хвилин

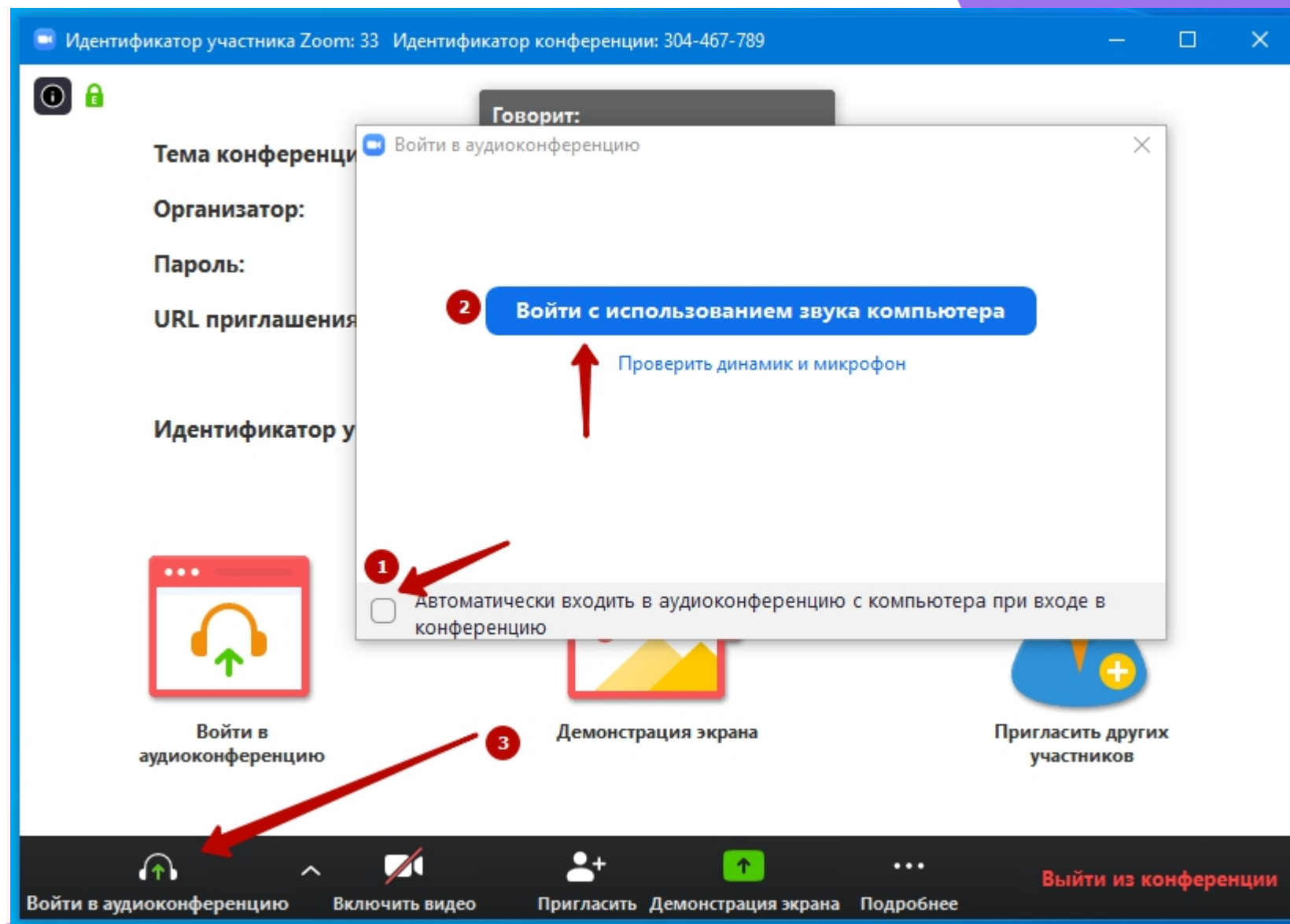
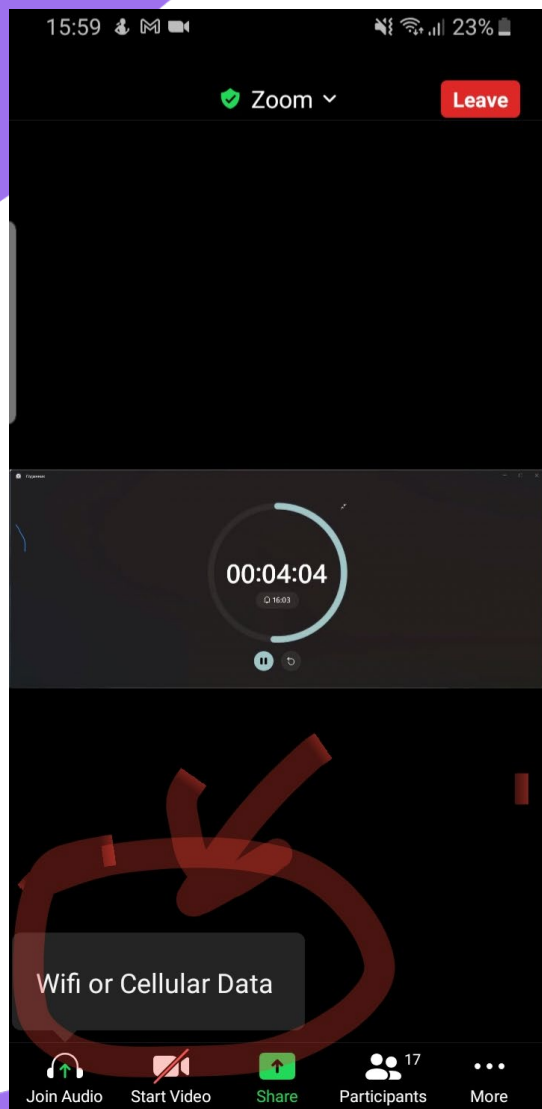


**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**

ВОЛИНСЬКИЙ  
РЕСУРСНИЙ  
ЦЕНТР  
VOLYN  
RESOURCE CENTRE



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



ВОЛИНСЬКИЙ  
РЕСУРСНИЙ  
ЦЕНТР  
VOLYN  
RESOURCE CENTRE

Проект

# БІЗНЕС-ОСВІТА ДЛЯ ПТО

«Розвиток навичок  
підприємництва молоді»  
Заняття 2



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



ВОЛИНСЬКИЙ  
РЕСУРСНИЙ  
ЦЕНТР  
VOLYN  
RESOURCE CENTRE

Стало можливим завдяки підтримці американського народу, наданій через Агентство США з міжнародного розвитку (USAID) у рамках Програми USAID з аграрного і сільського розвитку (АГРО), яка виконується компанією Chemonics

# Модуль 2.

## Бізнес-ідеї та можливості

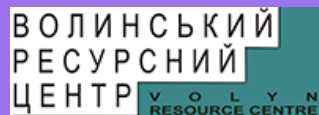
- **Як придумувати бізнес-ідеї**
- **Оцінка бізнес-ідей**
- **Створення мережі контактів**



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**



# БІЗНЕС-ІДЕЯ

Короткий і точний опис основних видів діяльності бізнесу. Вона пояснює, чого стосується така діяльність, ким є клієнти і яким чином товари і послуги виводяться на ринок.



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**

ВОЛИНСЬКИЙ  
РЕСУРСНИЙ  
ЦЕНТР  
VOLYN  
RESOURCE CENTRE

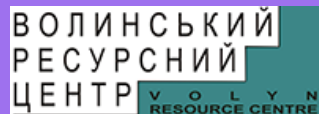
# ЯК ГЕНЕРУВАТИ БІЗНЕС-ІДЕЇ?



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**







## **СПОСІБ 1.**

### **Спостереження**

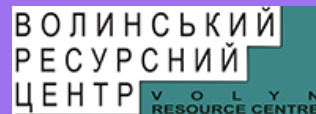
Поспостерігайте за предметами загального користування на вулиці, дома, в магазині. І придумайте вдосконалення, за яке люди готові платити. Більшість успішних бізнесів вдосконалили існуючі продукти.



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**





**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**

ВОЛИНСЬКИЙ  
РЕСУРСНИЙ  
ЦЕНТР  
VOLYN  
RESOURCE CENTRE

# ПРОБЛЕМА АВТОМОБІЛЬНОГО ПУЛЬТА СИГНАЛІЗАЦІЇ



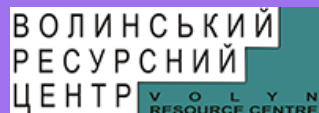
У підприємця постійно виникала та сама проблема. Його діти дуже любили бавитися пультом від автомобільної сигналізації і постійно його розбивали. Яке вирішення цієї проблеми придумав підприємець?



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**





# ВИРІШЕННЯ: СИЛІКОНОВИЙ ЧОХОЛ ДЛЯ ПУЛЬТА

Підприємець почав виготовляти силіконові чохли для пульта сигналізації і продавати його іншим людям. Цей бізнес ще досі приносить йому доходи, попри появу китайських аналогів.



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



ВОЛИНСЬКИЙ  
РЕСУРСНИЙ  
ЦЕНТР  
VOLYN  
RESOURCE CENTRE

## ПРОБЛЕМА ТІСТА, ЯКЕ ЛИПНЕ ДО РУК



Ми любимо смачні вироби з тіста. Але момент, коли на початку вимішування воно липне до рук дуже дратує. Підсипати борошно не можна, тому що вироби вийдуть неякісні.



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**



## ВИРІШЕННЯ: СИЛІКОНОВИЙ МІШОК ДЛЯ ВИМІШУВАННЯ

У кондитерському цеху проблема вирішується за допомогою тістоміса або планетарного міксера. Але для домашнього вжитку силіконовий мішок підійде ідеально. Не займає багато місця, легко миється, дешевий.



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



ВОЛИНСЬКИЙ  
РЕСУРСНИЙ  
ЦЕНТР  
VOLYN  
RESOURCE CENTRE

# ПРОБЛЕМА ПОРІЗКИ ПЛИТКИ ТА АКУРАТНОГО ЇЇ УКЛАДАННЯ



Укладання лицювальної плитки – трудоємний процес. Плитку потрібно різати, шліфувати зрізи, акуратно її укласти. Це займає багато часу і зусиль і потребує досвіду і професійності.



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

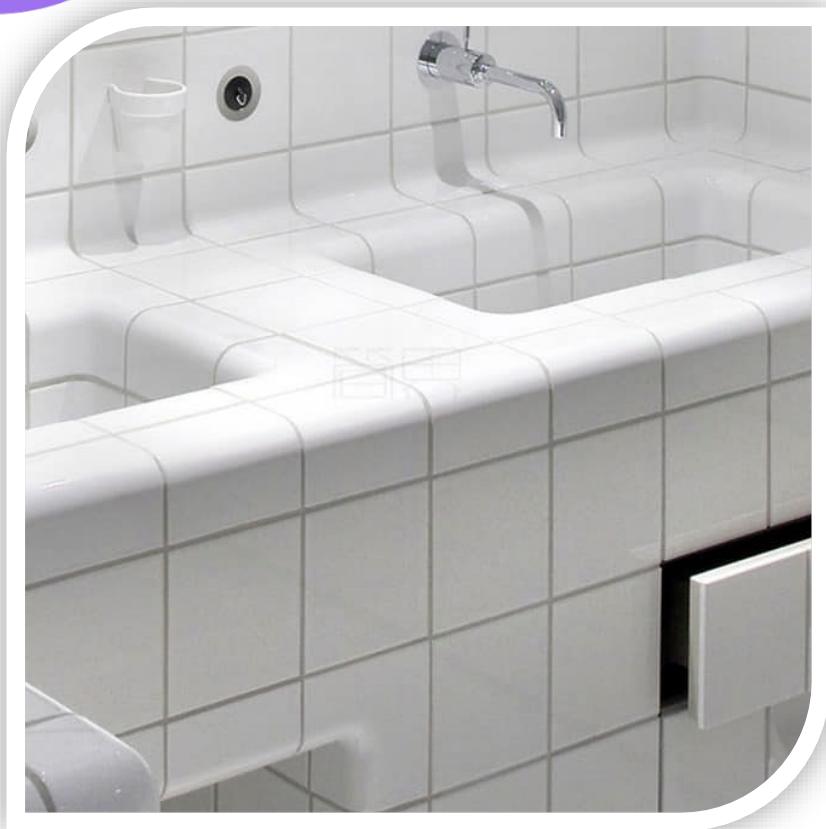


**Chemonics**





# ТАКУ ПЛИТКУ ВИПУСКАЄ ЗАВОД В ГУАНЬДЖОУ



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**

ВОЛИНСЬКИЙ  
РЕСУРСНИЙ  
ЦЕНТР  
VOLYN  
RESOURCE CENTRE

# ПРОБЛЕМА ВИРОЩУВАННЯ РОЗСАДИ НА ПІДВІКОННІ



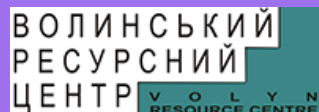
Багато культур вирощуються не з насіння, а з розсади. Дачники хотіли б вирощувати більше культур або сортів. Проте мають проблему: місце на підвіконнях обмежене. Що можна їм запропонувати?



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**





# ВИРІШЕННЯ: СТЕЛАЖІ ДЛЯ РОЗСАДИ З ПІДСВІТКОЮ



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**

ВОЛИНСЬКИЙ  
РЕСУРСНИЙ  
ЦЕНТР  
VOLYN  
RESOURCE CENTRE

# ПРОБЛЕМА МИТТЯ ВІКОН ЗЗОВНІ НА ВИСОКИХ ПОВЕРХАХ

Кожної весни ми самі стикаємося з подібною проблемою і постійно бачимо її в інших. По-перше, це небезпечно. По-друге – так вікна миються неякісно. Як можна вирішити таку проблему?



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**

ВОЛИНСЬКИЙ  
РЕСУРСНИЙ  
ЦЕНТР  
VOLYN  
RESOURCE CENTRE



## ВИРШЕННЯ: МАГНІТНА ЩІТКА ДЛЯ МИТТЯ ВІКОН



Магнітна щітка для миття вікон одночасно працює і з середини приміщення і ззовні. Можна продавати такі щітки, а можна надавати послуги з миття вікон за допомогою подібних покращень.

# ЛАЙФХАК ПРО ТЕ ЯК КОРИСТУВАТИСЯ ЛАЙФХАКАМИ

У спільнотах по інтересах завжди є люди, які давно полегшують собі життя за допомогою винаходів. Достатньо підписатися на такі спільноти і оцінювати, чи мають представлені там ідеї комерційний потенціал.



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**

ВОЛИНСЬКИЙ  
РЕСУРСНИЙ  
ЦЕНТР  
VOLYN  
RESOURCE CENTRE



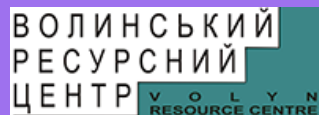
# ОТЖЕ, ПЕРШИЙ СПОСІБ – ПОКРАЩИТИ ТЕ, ЩО Є



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**





## СПОСІБ 2. Якби я мав

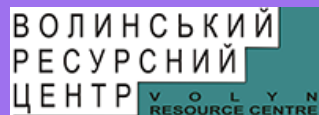
Просто помрійте. Уявіть:  
«якби я тільки мав»... що  
вказує на потребу чи бажання  
отримати товари чи послуги,  
що відсутні чи важко їх  
отримати.

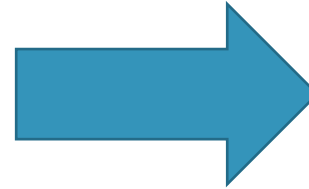


**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**





**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**

ВОЛИНСЬКИЙ  
РЕСУРСНИЙ  
ЦЕНТР  
VOLYN  
RESOURCE CENTRE

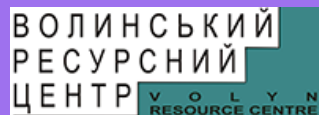
# ПРО ЩО МРІЄТЕ ВИ?



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**



# ПЕРСОНАЛЬНИЙ ГЕЛІКОПТЕР

У липні цього року компанія NeXt представила персональний повітряний транспорт iFLY, який по своїх характеристиках не гірший за повітряні таксі і є цілковито безпечним і доступним



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**

ВОЛИНСЬКИЙ  
РЕСУРСНИЙ  
ЦЕНТР  
VOLYN  
RESOURCE CENTRE



# ІНДУСТРІЯ КРАСИ

Уся індустрія краси базується на жіночих мріях. Жінкам важливо виглядати гарними, завжди хочеться мати більше, ніж подарувала природа. Вічний бізнес, у якому ідеї генеруються за методикою «Якби я мала»...



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**

ВОЛИНСЬКИЙ  
РЕСУРСНИЙ  
ЦЕНТР  
VOLYN  
RESOURCE CENTRE

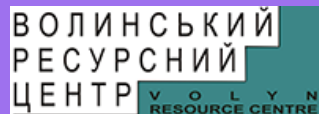
**ОТЖЕ, ДРУГИЙ  
СПОСІБ –  
ПРИДУМАТИ ТЕ,  
ЧОГО НЕМАЄ**



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**



## СПОСІБ 3. Проведення МОЗКОВИХ ШТУРМІВ

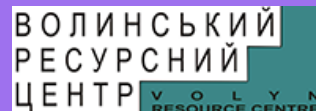
Одна голова – добре, дві – краще, а багато голів здатні придумувати чудові бізнес-ідеї. Мозковий штурм – метод колективного генерування ідей, коли люди з різних сфер і з різним досвідом підсилюють один одного.



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**





# ПРАКТИЧНА РОБОТА З ГЕНЕРУВАННЯ БІЗНЕС-ІДЕЙ. МОЗКОВИЙ ШТУРМ



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**

ВОЛИНСЬКИЙ  
РЕСУРСНИЙ  
ЦЕНТР  
VOLYN  
RESOURCE CENTRE



**ПРАКТИЧНА РОБОТА З  
ГЕНЕРУВАННЯ БІЗНЕС-  
ІДЕЙ.  
«Я КОРОЛЬ»**





# ПРАВИЛА МОЗКОВОГО ШТУРМУ

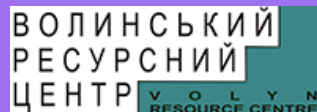
1. Висловлюємо максимальну кількість ідей, не обмежуючи фантазію
2. Ніякої критики чи обговорення ідей. Висловлюємо лише ідеї.
3. Час такту обмежений – 10 хвилин.



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**

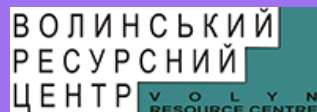


# НЕВІДКЛАДНІ МОЗКОВІ ШТУРМИ

Як тільки з'являється новий тренд, вікно можливостей – варто проводити мозкові штурми про те, що ми можемо запропонувати на цій хвилі. Найкраще запрошувати на мозкові штурми різних фахівців, дотичних до теми.



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



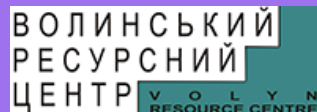
**ОТЖЕ, ТРЕТІЙ СПОСІБ –  
ВИКОРИСТОВУВАТИ  
МОЖЛИВОСТІ, ЯКІ  
ПОСТІЙНО З'ЯВЛЯЮТЬСЯ**



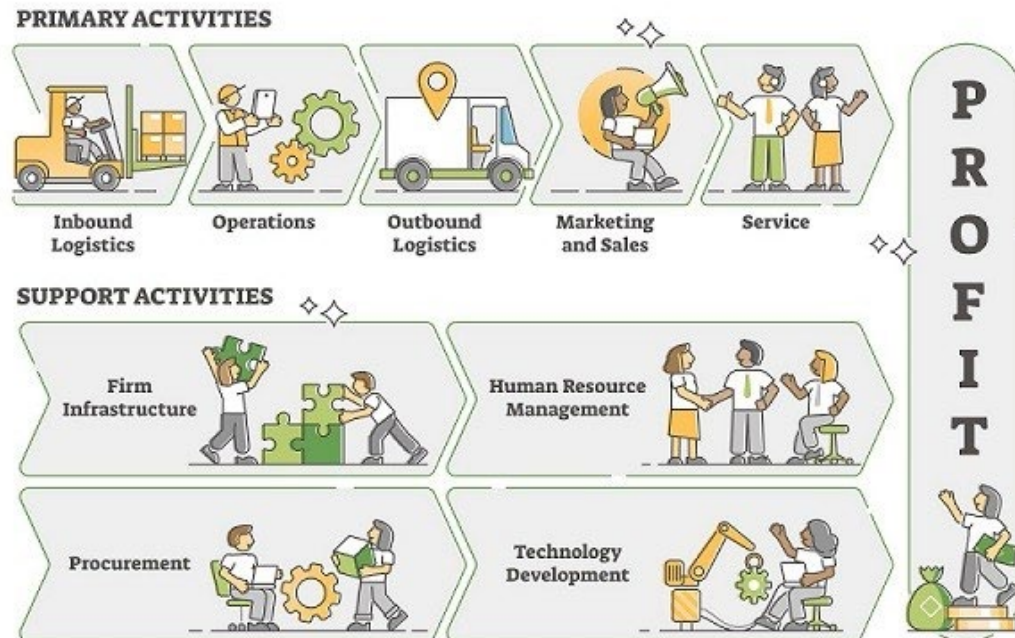
**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**



## VALUE CHAIN



## СПОСІБ 4. Досліджуємо ланцюги доданої вартості

Досліджуємо ланцюги доданої вартості і придумуємо, до якої ланки ланцюга ми можемо «пристроїтися». Нас цікавлять розриви і слабкі ланки ланцюгів.

# ЩО ТАКЕ ЛАНЦЮГ ДОДАНОЇ ВАРТОСТІ

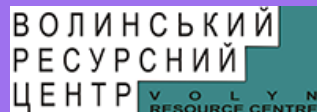
ЛДВ – послідовність процесів зі створення продукту. Продукт проходить усі процеси у ланцюгу і на кожному з них його вартість зростає, продукт отримує додаткову цінність. Аналіз ЛДВ дозволяє зрозуміти, яку вартість кожен процес додає до продукту. А також – визначити розриви, вузькі місця і дублювання процесів у ЛДВ.



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**





# АНАЛІЗ ЛАНЦЮГІВ ДОДАНОЇ ВАРТОСТІ

Для аналізу нам потрібно зібрати максимум інформації про те, як відбуваються процеси створення продуктів. Намалювати ланцюги доданої вартості, прописати маршрут, яким рухається продукт. І визначити, де у ланцюгу є слабкі ланки або розриви. Саме з цього приводу можна пропонувати ідеї товарів і послуг.



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**

ВОЛИНСЬКИЙ  
РЕСУРСНИЙ  
ЦЕНТР  
VOLYN  
RESOURCE CENTRE

|                   |                                                                                                                                                                                           |                                                                                                            |                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                            |
|-------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Допоміжні процеси | Інфраструктура фірми (Firm Infrastructure) керівництво, загальне керівництво, стратегічне та операційне планування, управління якістю, бухгалтерський облік, юридичні процеси і так далі. |                                                                                                            |                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                            |
|                   | Управління людськими ресурсами (Human Resources management) – дії, пов'язані із рекрутингом, освітою, компенсаціями та утриманням співробітників.                                         |                                                                                                            |                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                            |
|                   | Розвиток технології (Technology Development) наукові дослідження і розробки, автоматизація процесів, створення та поліпшення архітектури інформаційних систем і так далі.                 |                                                                                                            |                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                            |
|                   | Постачання (Procurement) закупівля сировини, сервісних послуг, запасних частин, обладнання та навіть цілих заводів.                                                                       |                                                                                                            |                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                            |
|                   | Вхідна логістика (inbound logistics) отримання та зберігання матеріалів необхідних для виробництва готового товару                                                                        | Операції (operations) – обробка, збірка, упаковка та інші дії, спрямовані на створення кінцевого продукту. | Вихідна логістика (outbound logistics) зберігання готового продукту, виконання замовлення, доставка всі процеси, пов'язані з доставкою кінцевому споживачеві. | Маркетинг і продажі (marketing and sales) – діяльність, пов'язана зі спонуканням споживачів зробити покупку: вибір каналів збуту, реклама, промо активності, продажі, ціноутворення. | Сервіс (service) процеси які підвищують цінність готового товару, включаючи: ремонт, установку, тренінги, клієнтську підтримку і так далі. |
| Основні процеси   |                                                                                                                                                                                           |                                                                                                            |                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                            |

маржа



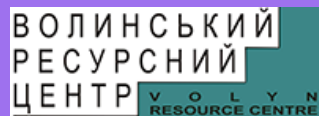
# ПРАКТИЧНА РОБОТА З АНАЛІЗУ ЛАНЦЮГІВ ДОДАНОЇ ВАРТОСТІ



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**



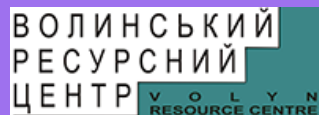
# ОТЖЕ, ЧЕТВЕРТИЙ СПОСІБ – ПОКРАЩУВАТИ ОКРЕМІ БІЗНЕС-ПРОЦЕСИ АБО ОПЕРАЦІЇ



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



Chemonics



# Перерва

## 10 хвилин



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**

ВОЛИНСЬКИЙ  
РЕСУРСНИЙ  
ЦЕНТР  
VOLYN  
RESOURCE CENTRE



# ОЦІНКА БІЗНЕС-ІДЕЙ

- Що підходить мені найбільше?
- Чи є в мене усі ресурси для старту бізнесу?
- Сильні та слабкі сторони ідеї



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**

ВОЛИНСЬКИЙ  
РЕСУРСНИЙ  
ЦЕНТР  
VOLYN  
RESOURCE CENTRE



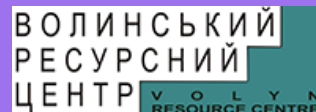
Перегляньте увесь список бізнес-ідей і визначіть потенціал успіху кожної. Яка з них підходить вам найбільше по ваших навичках?



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**





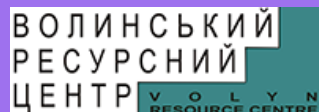
- Як це виробляється?
- Яке обладнання та матеріали потрібні для виробництва товарів та надання послуг?
- Де ви можете купити матеріали і скільки це коштує?
- Чи є фактори, що призводять до дефіциту потрібних ресурсів?



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**



# ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ

- Сильні сторони
- Слабкі сторони
- Можливості
- Загрози



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**

ВОЛИНСЬКИЙ  
РЕСУРСНИЙ  
ЦЕНТР  
VOLYN  
RESOURCE CENTRE

## Доставка їжі

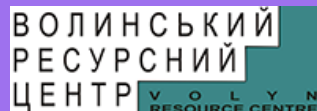
| Сильні сторони                                                                                                                                                                                                                                       |                   | Слабкі сторони                                                                                                                                                                              |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"><li>- Можемо пропонувати їжу за рецептами здорового харчування</li><li>- Великий вибір страв</li><li>- Презентація страв</li><li>- Індивідуальна рецептура</li><li>- Пунктуальність виконання замовлення</li></ul> | Внутрішні фактори | <ul style="list-style-type: none"><li>- Небезпека доставки «пом'ятої» охолодженої їжі</li><li>- Залежність від заторів на дорозі</li><li>- Високий рівень витрат (сировина, тощо)</li></ul> |
| Можливості                                                                                                                                                                                                                                           |                   | Загрози                                                                                                                                                                                     |
| <ul style="list-style-type: none"><li>- Великий попит під час карантину</li><li>- Зростає кількість платоспроможних клієнтів</li></ul>                                                                                                               | Зовнішні фактори  | <ul style="list-style-type: none"><li>- Велика кількість «конкуруючих доставок»</li><li>- Підвищення закупівельних цін</li></ul>                                                            |



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**





# ПРАВИЛО 10/8/5

Розкажіть про свою ідею 10 знайомим, які можуть бути зацікавлені у такому продукті. Якщо позитивно її оцінять 8 з 10 – розвивайте ідею далі. Якщо 5 і менше – викресліть ідею зі списку.



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



ВОЛИНСЬКИЙ  
РЕСУРСНИЙ  
ЦЕНТР  
VOLYN  
RESOURCE CENTRE

# КОНСУЛЬТАЦІЯ З ЕКСПЕРТОМ



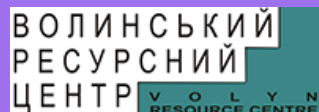
Поговоріть з експертами у галузі, до якої належить ваша бізнес-ідея. Ви можете знайти експертів на бізнес-зустрічах, цільових форумах, в інституціях оточення бізнесу.



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**



# ЧИ НЕ ВІНАЙШОВ Я ВЕЛОСИПЕД?

Вивчіть діяльність прямих конкурентів, принципові рішення, які існують у світі і продукти-замінники. І вирішіть: чи зможете ви реалізувати свою ідею в очах клієнтів краще, ніж конкуруючі бізнеси.



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**

ВОЛИНСЬКИЙ  
РЕСУРСНИЙ  
ЦЕНТР  
VOLYN  
RESOURCE CENTRE

# СТВОРЕННЯ МЕРЕЖІ КОНТАКТІВ



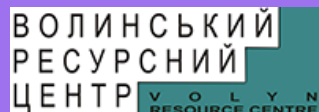
Пошук, розвиток і розширення кола корисних контактів. Подумайте, хто має необхідні інформацію та знання. Підготуйте список мереж, вказавши усіх кого ви знаєте: чим вони займаються та можуть бути корисні. А потім розбийте по категоріях. Наприклад: започаткування бізнесу, працевлаштування, фінансування, експертиза, тощо.



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**





## ДОМАШНЄ ЗАВДАННЯ. ЗГЕНЕРУЙТЕ БІЗНЕС-ІДЕЇ МЕТОДАМИ:



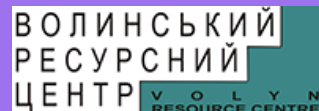
- 1) Копіювання – знайдіть в інтернеті бізнес ідеї, які можна адаптувати до вашої місцевості.
- 2) Покращення існуючих продуктів. Пospостерігайте, що людям дошкуляє чи дратує. Що можна покращити.
- 3) Створення того, чого ще не було. Напишіть ідеї продуктів, про які мрієте.
- 4) Використання актуальних трендів. Вірусні хвилі.
- 5) Дослідження ланцюгів доданої вартості.



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**





## ДОМАШНЄ ЗАВДАННЯ. ОЦІНІТЬ ЖИТТЄЗДАТНІСТЬ БІЗНЕС-ІДЕЙ І ОБЕРІТЬ ОДНУ ДЛЯ РЕАЛІЗАЦІЇ:



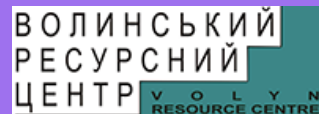
- 1) Перегляньте усі згенеровані бізнес-ідеї. Зі списку оберіть ті, які найкраще підходять вам за навичками і доступністю ресурсів.
- 2) Оцініть обрані ідеї за допомогою SWOT-аналізу
- 3) Якщо потрібно – проконсультуйтеся з експертами
- 4) Продумайте мережу контактів, яка необхідна вам, щоб вже зараз почати реалізовувати бізнес-ідею.



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**



## ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ. МЕРЕЖА КОНТАКТІВ

Розглядаючи різні кейси, визначіть, яку мережу контактів треба побудувати, щоб допомогти героям історій.

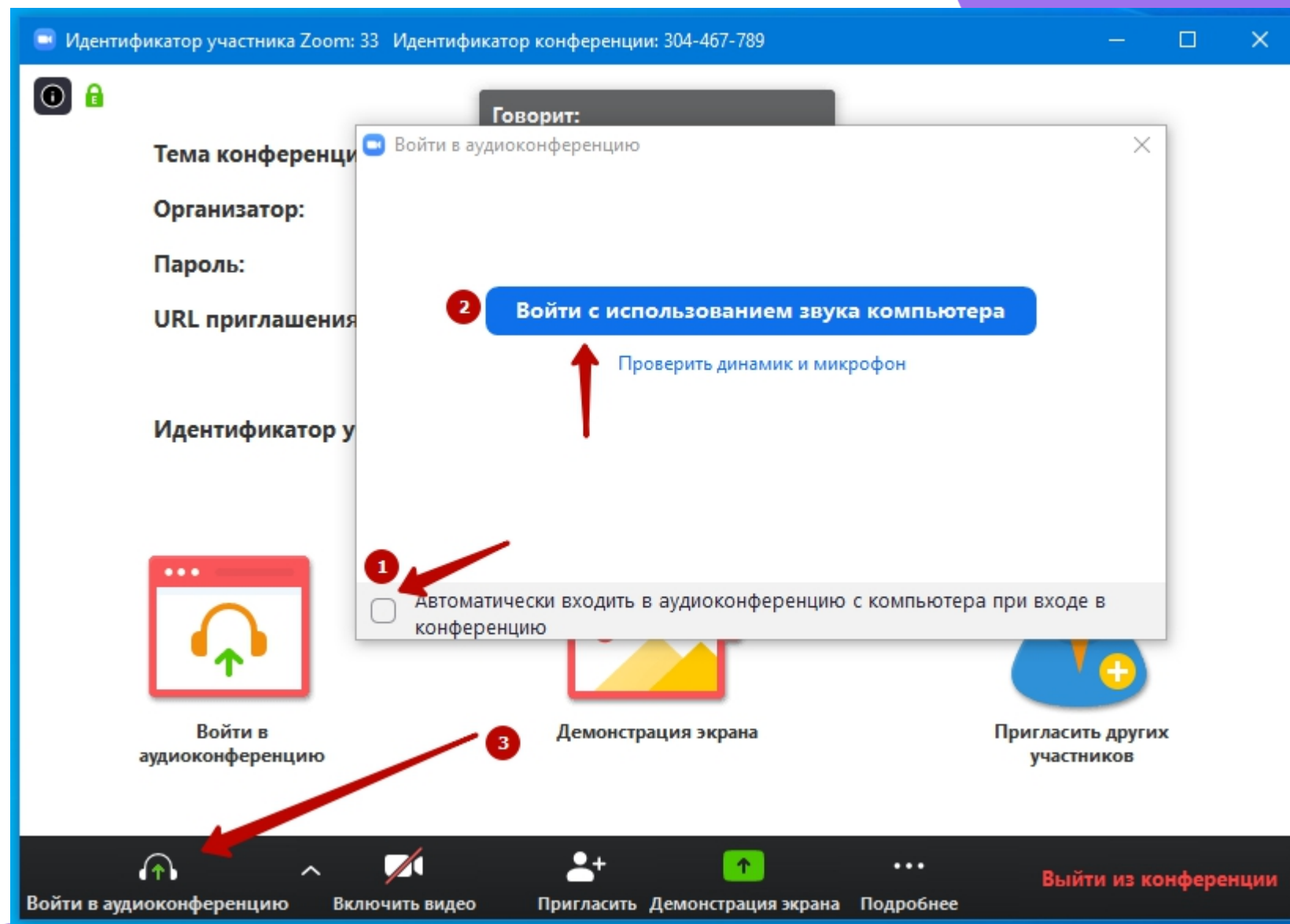
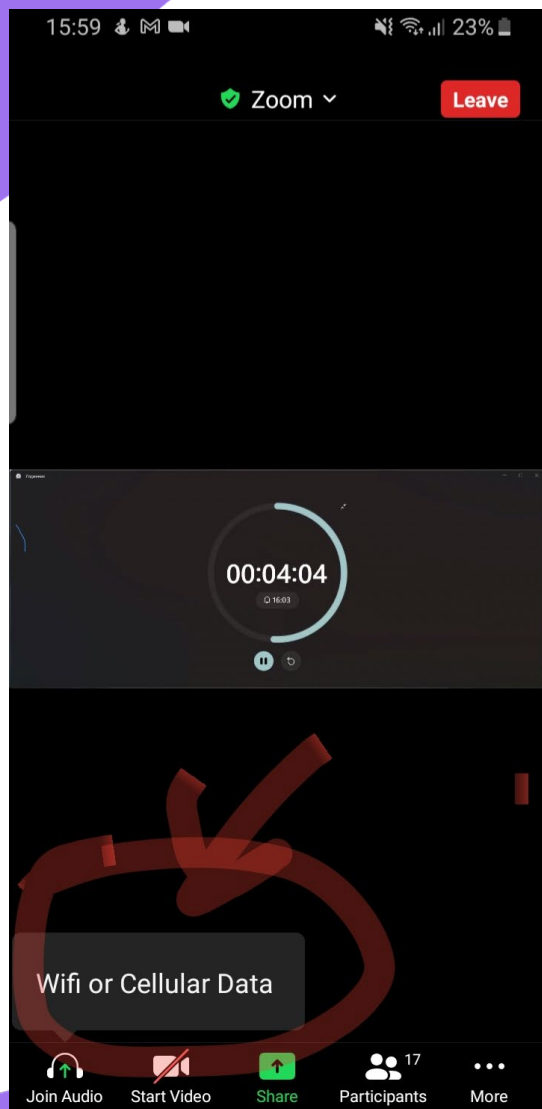


**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**

ВОЛИНСЬКИЙ  
РЕСУРСНИЙ  
ЦЕНТР  
VOLYN  
RESOURCE CENTRE



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**

ВОЛИНСЬКИЙ  
РЕСУРСНИЙ  
ЦЕНТР  
VOLYN  
RESOURCE CENTRE

Проект

# БІЗНЕС-ОСВІТА ДЛЯ ПТО

«Розвиток навичок  
підприємництва молоді»  
Заняття 3



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



ВОЛИНСЬКИЙ  
РЕСУРСНИЙ  
ЦЕНТР  
VOLYN  
RESOURCE CENTRE

Стало можливим завдяки підтримці американського народу, наданій через Агентство США з міжнародного розвитку (USAID) у рамках Програми USAID з аграрного і сільського розвитку (АГРО), яка виконується компанією Chemonics



# Модуль 3.

## Аналіз ринку

- Що таке аналіз ринку
- Класифікація клієнтів
- Карта цінності
- Дослідження ринкової екосистеми



Потреби  
клієнтів



Ідеї  
підприємців



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**

ВОЛИНСЬКИЙ  
РЕСУРСНИЙ  
ЦЕНТР  
VOLYN  
RESOURCE CENTRE



# НАВІЩО ПОТРІБНИЙ АНАЛІЗ РИНКУ?

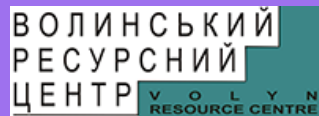
Щоб з'ясувати, чи існує ринок для бізнес-ідеї, необхідно знати потенційних клієнтів, їхні потреби і бажання, а також ціну, яку вони готові заплатити за ваші товари і послуги.



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**



# ЯКІ ДАНІ НЕОБХІДНО ЗІБРАТИ?

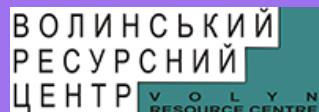
1. Чітко розуміти, який продукт ви збираєтеся пропонувати ринку, як він виробляється.
2. Обладнання та витратні матеріали, необхідні для початку стартапу, а також – навички, потрібні для діяльності.
5. Ваші основні клієнти: хто купуватиме продукт або послугу і причини придбання.
4. Ваші основні конкуренти, хто продає аналогічний продукт чи продукт-замінник.



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



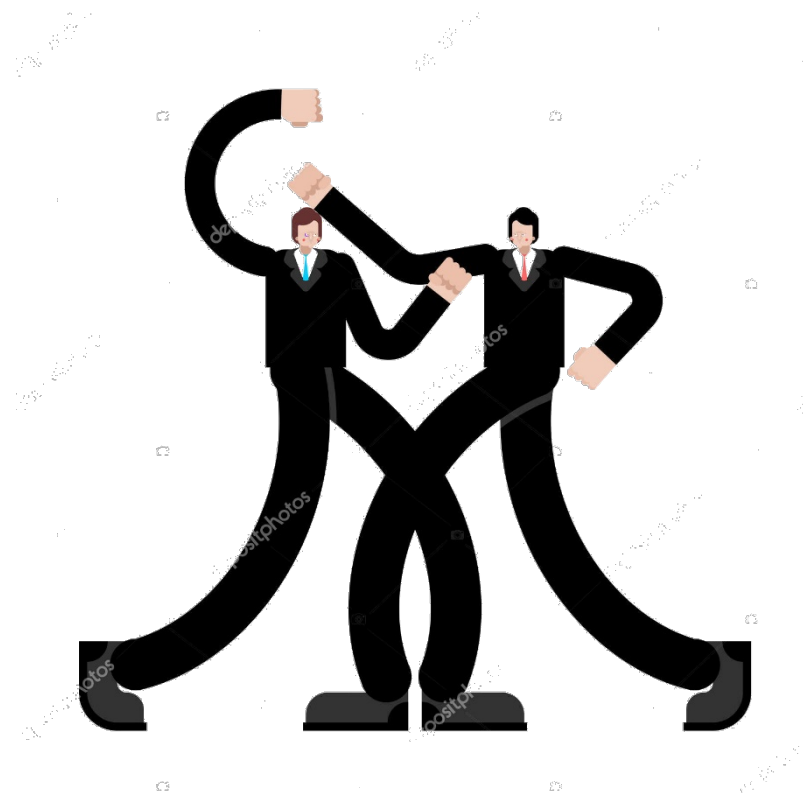
**Chemonics**



# Клієнти



# Конкуренти



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**

ВОЛИНСЬКИЙ  
РЕСУРСНИЙ  
ЦЕНТР  
VOLYN  
RESOURCE CENTRE



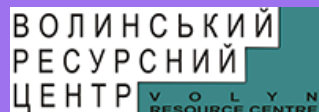
**Клієнти** – головний ресурс для бізнесу. Якщо у вас є постійні клієнти, які вам довіряють, регулярно купують ваш продукт і рекомендують вас іншим – в вас будуть стабільні продажі, а у вашого бізнесу – можливість для отримання прибутків і подальшого розвитку.



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**





# ПРАКТИЧНА РОБОТА З ВИЗНАЧЕННЯ КЛІЄНТІВ БІЗНЕСУ



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**

ВОЛИНСЬКИЙ  
РЕСУРСНИЙ  
ЦЕНТР  
VOLYN  
RESOURCE CENTRE



# СЕГМЕНТУВАННЯ РИНКУ

Поділ споживачів, які мають  
однакові або схожі потреби,  
на групи



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**

ВОЛИНСЬКИЙ  
РЕСУРСНИЙ  
ЦЕНТР  
VOLYN  
RESOURCE CENTRE



## Групування

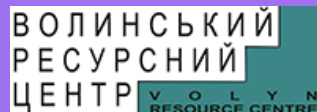
потенційних **клієнтів** за  
їхніми характеристиками  
дасть вам змогу зібрати  
докладну та конкретну  
інформацію про їхні  
**вподобання** щодо  
продукту



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

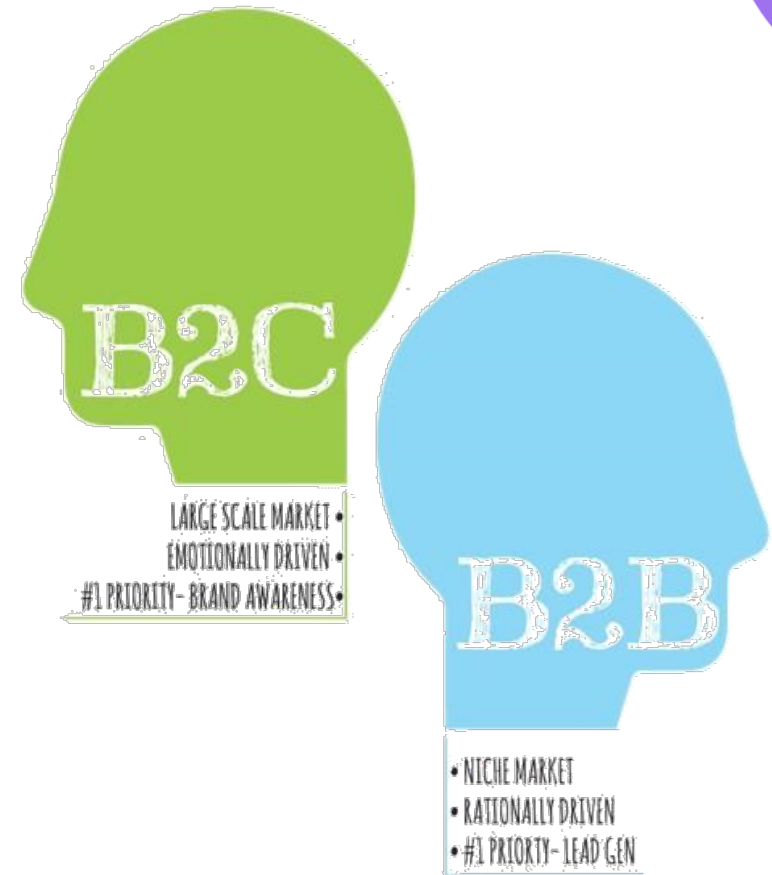


**Chemonics**



# МЕТОДИ СЕГМЕНТУВАННЯ КЛІЄНТІВ. СТРАТЕГІЯ ПРОДАЖІВ

- B2C – продаємо товари і послуги кінцевим споживачам
- B2B – продаємо товари і послуги іншому бізнесу
- B2G – продаємо товари і послуги державі
- C2B – клієнти збирають консолідоване замовлення і замовляють оптову партію або послугу на всіх



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**

ВОЛИНСЬКИЙ  
РЕСУРСНИЙ  
ЦЕНТР  
VOLYN  
RESOURCE CENTRE

# МЕТОДИ СЕГМЕНТУВАННЯ КЛІЄНТІВ. СОЦІАЛЬНО-ДЕМОГРАФІЧНИЙ АНАЛІЗ



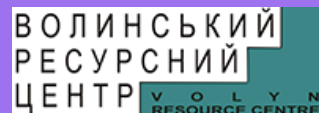
- Стать
- Вік
- Освіта
- Зайнятість
- Дохід
- Сімейний стан
- Місце проживання
- Національність або раса



# ЩО СПІЛЬНОГО В ЦИХ ЖІНОК? ЧИМ ВІДРІЗНЯЮТЬСЯ ЦІ ЖІНКИ?



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE





# МЕТОДИ СЕГМЕНТУВАННЯ КЛІЄНТІВ. ТРАЙБ-МАРКЕТИНГ

Трайб – «плем'я», або клуб по інтересах, спільнота в соцмережах. Люди спілкуються на тему спільного інтересу часто незалежно від того, які в них вік, стать, освіта, підприємці вони чи наймані, сходяться вони в інших інтересах чи ні. Можна працювати з існуючими спільнотами, можна створювати свою довкола вас як експерта або вашого продукту.



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**

ВОЛИНСЬКИЙ  
РЕСУРСНИЙ  
ЦЕНТР  
VOLYN  
RESOURCE CENTRE

# Перерва

15 хвилин



**ЩО КУПУЮТЬ  
КЛІЄНТИ? ТОВАР,  
ПОСЛУГУ ЧИ  
ЦІННІСТЬ?**



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**

ВОЛИНСЬКИЙ  
РЕСУРСНИЙ  
ЦЕНТР  
VOLYN  
RESOURCE CENTRE



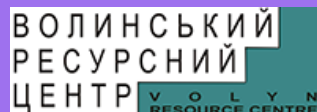
Після сегментування  
для кожного  
клієнтського сегменту  
нам потрібно розробити  
**карту цінності**.  
Ретельно вивчити  
задачі, проблеми і  
вигоди клієнтів і  
запропонувати їм  
цінність, яка їх влаштує.



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



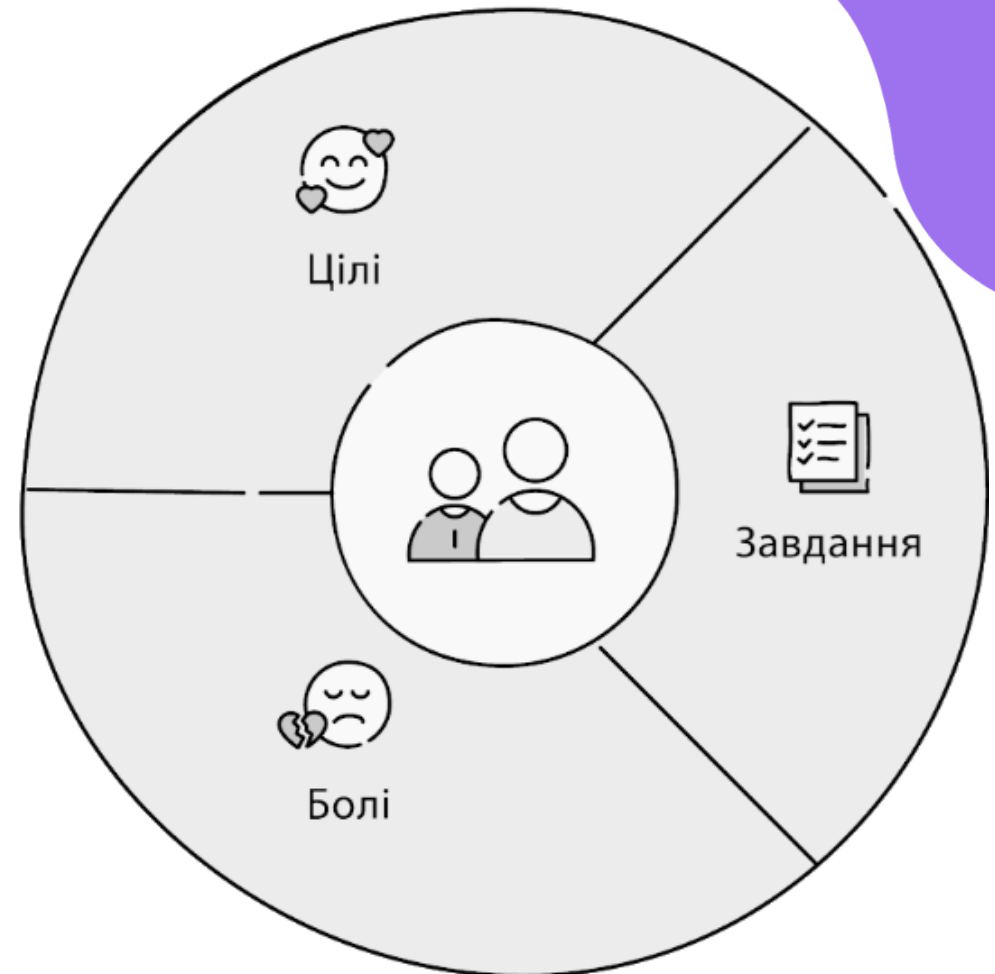
**Chemonics**



ЩО ПРОПОНУЄТЬСЯ?



ДЛЯ КОГО?



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

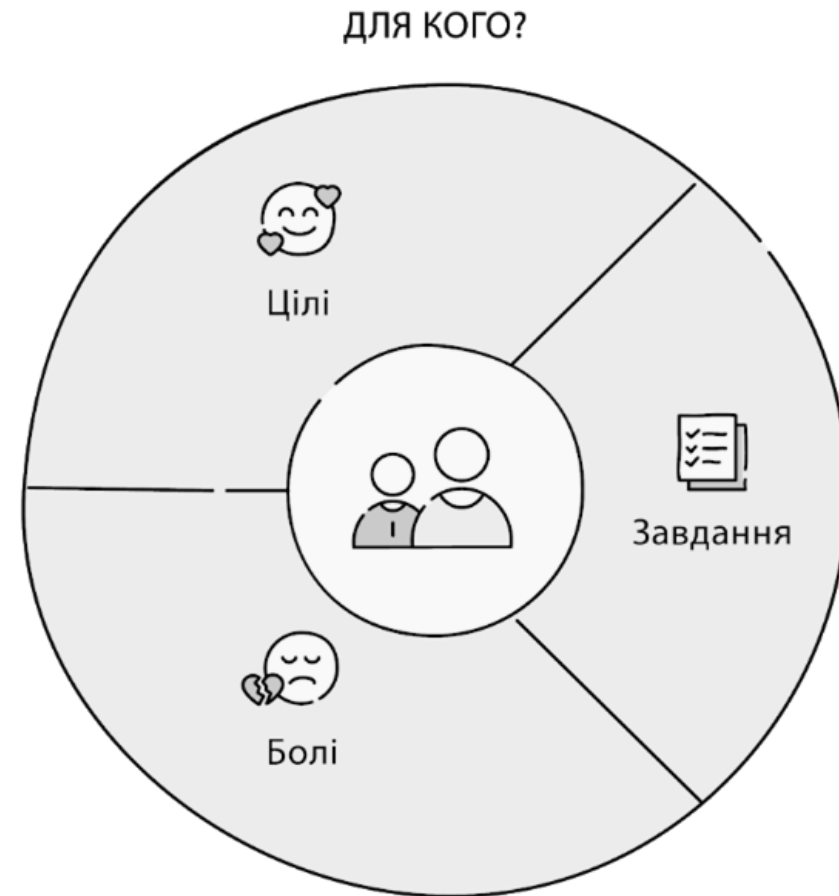


**Chemonics**

ВОЛИНСЬКИЙ  
РЕСУРСНИЙ  
ЦЕНТР  
VOLYN  
RESOURCE CENTRE



**Шаблон ціннісної пропозиції дозволяє нам “залісти в голову споживача” і подивитися на нашу ідею його очима. Люди купують не товар або послугу, вони купують цінність.**



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**

ВОЛИНСЬКИЙ  
РЕСУРСНИЙ  
ЦЕНТР  
VOLYN  
RESOURCE CENTRE

# Профіль споживача містить задачі, проблеми і вигоди споживача.

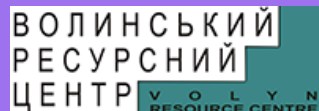
- **Задачі** - що споживачі хочуть здійснити у професійному або особистому житті.
- **Проблеми** - все, що хвилює споживача до, під час і після виконання задачі або просто заважає її виконати.
- **Вигоди** - результати і переваги, які бажає отримати споживач.



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**



## Вигоди/цілі споживача

Вигода це результати і переваги, які бажає отримати споживач. Вигода буває необхідною, очікуваною або бажаною для споживача, але може виявитися і несподіваною. До вигод відносяться функціональна зручність, соціальні переваги, позитивні емоції і скорочення витрат.

Вигоди споживача можна розділити на чотири категорії з точки зору результатів і переваг.



## Проблеми споживача

Це все, що хвилює споживача до, під час і після виконання завдання або просто заважає його виконати. До проблем також відносяться ризики, тобто можливість невдалого результату, пов'язаного із тим, що завдання виконане погано або зовсім не виконане.



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

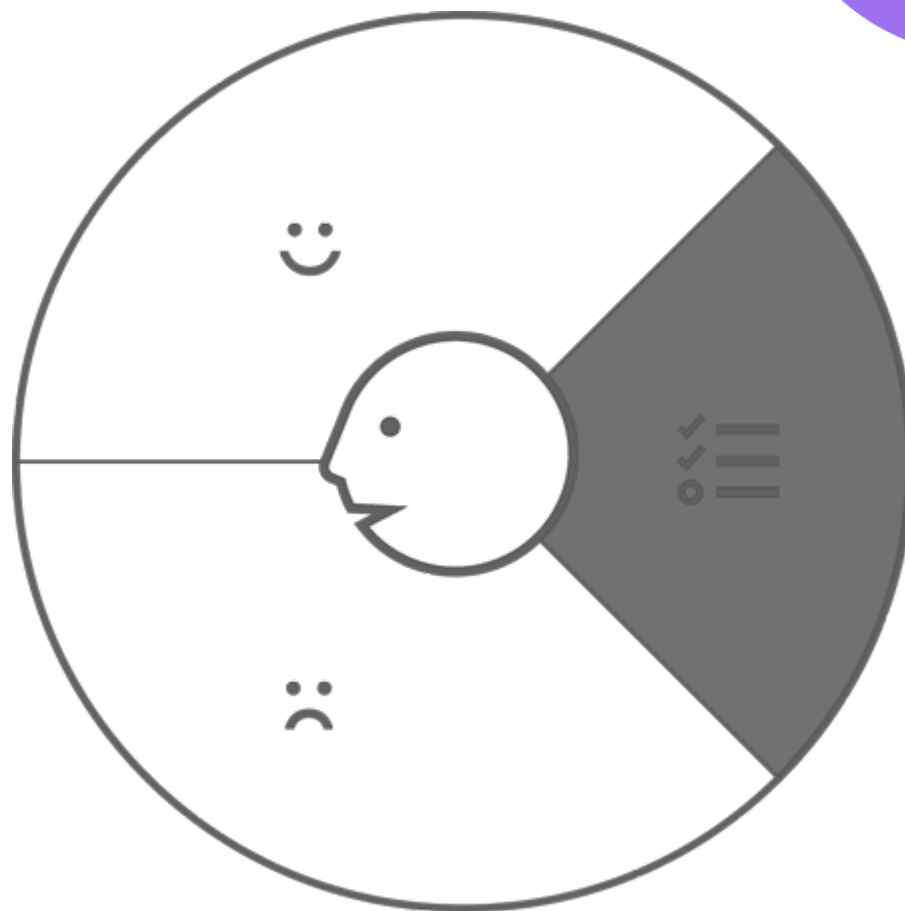


**Chemonics**

ВОЛИНСЬКИЙ  
РЕСУРСНИЙ  
ЦЕНТР  
VOLYN  
RESOURCE CENTRE

## Завдання споживача

До завдань відноситься те, що споживачі хочуть здійснити у своєму професійному або особистому житті. Це можуть бути проекти, які вони прагнуть здійснити, проблеми, які вони намагаються вирішити, чи бажання, які вони хочуть задовольнити. При дослідженні завдань споживачів необхідно встати на їхнє місце. Те, що здається важливим для вас, зовсім не обов'язково буде тим завданням, яке прагнуть виконати ваші клієнти.



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**

ВОЛИНСЬКИЙ  
РЕСУРСНИЙ  
ЦЕНТР  
VOLYN  
RESOURCE CENTRE





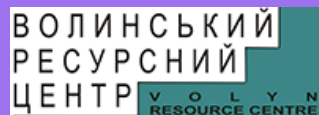
# ПРАКТИЧНА РОБОТА З ПОБУДОВИ КАРТИ ЦІННОСТІ



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**



# Карта цінності містить дані про

**Товари та послуги** - перелік того, що ви пропонуєте.

**Фактори допомоги** - опис того, як саме ваші товари і послуги допомагають споживачам справлятися з конкретними проблемами.

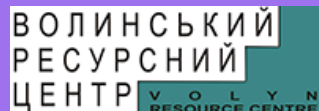
**Фактори вигоди** - це опис того, яку вигоду дають споживачеві ваші товари і послуги.



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**



# Практична робота “Формування карти цінності”

ЩО ПРОПОНУЄТЬСЯ?



## Завдання:

Заповнити сектори  
Товари та послуги,  
Фактори допомоги та  
Фактори вигоди і  
рейтингувати їх

# Ознака якісної ціннісної пропозиції - відповідність

Споживачі чекають багато, але розуміють, що це неможливо. Концентруйтеся на основному.

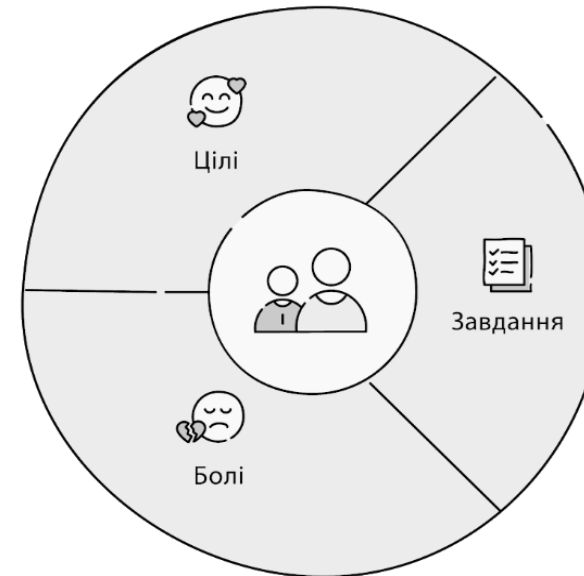
ЩО ПРОПОНУЄТЬСЯ?



У споживачів багато проблем. Ніхто не може вирішити всі і відразу. Сконцентруйтеся на основних із них.

Допомагає отримати вигоду

ДЛЯ КОГО?



Вирішує проблеми клієнта



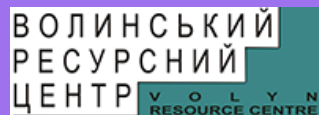
# ПРАКТИЧНА РОБОТА З ПОБУДОВИ КАРТИ ЦІННОСТІ



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**

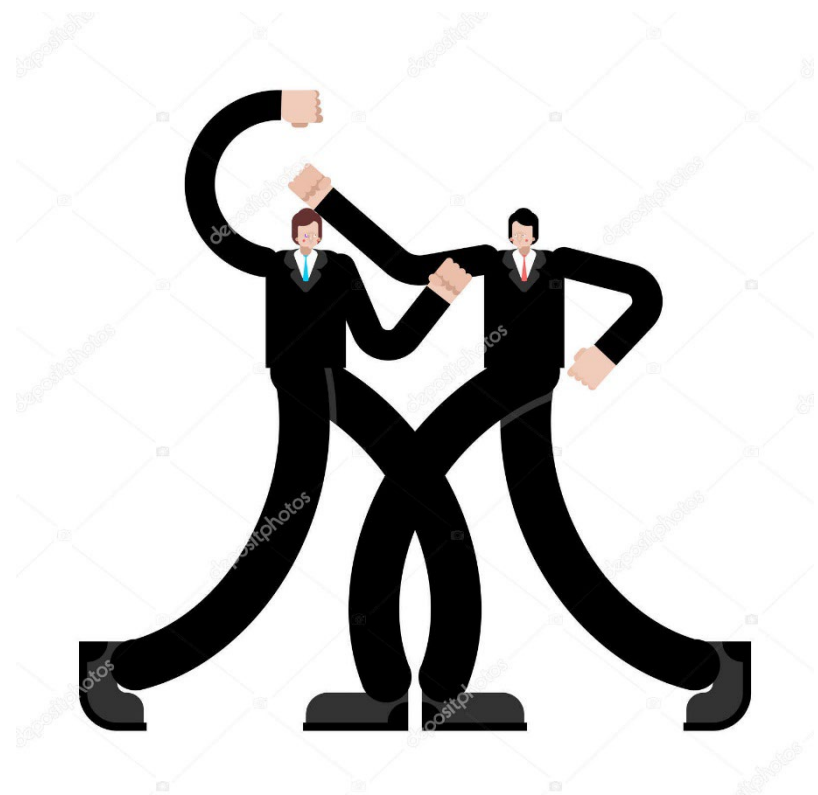




# Клієнти



# Конкуренти



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



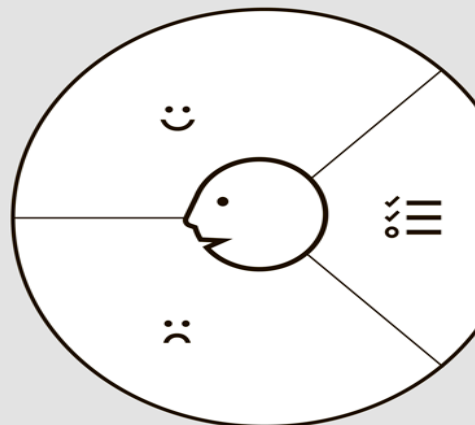
**Chemonics**

ВОЛИНСЬКИЙ  
РЕСУРСНИЙ  
ЦЕНТР  
VOLYN  
RESOURCE CENTRE

**Ви**



**Профиль потребителя**



**Конкурент**



**Конкурент**



**Конкурент**



**Конкурент**



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



ВОЛИНСЬКИЙ  
РЕСУРСНИЙ  
ЦЕНТР  
VOLYN  
RESOURCE CENTRE

# Ціннісна пропозиція в сегменті B2B

Якщо ви робите ціннісну пропозицію не окремій людині, а компанії, слід скласти профілі споживача для усіх її зацікавлених гравців.

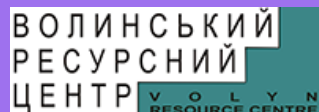
І, відповідно, під кожен профіль створити окрему ціннісну пропозицію.



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**



# Ціннісна пропозиція, як основа правильної комунікації

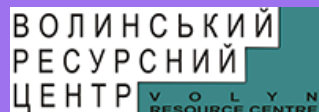
Будь-яка особа, яка може вплинути на прийняття рішення на користь вашого продукту або проекту, потребує аналогічного підходу. Для кожної з груп потрібно скласти профіль споживача і звертатися до них, маючи ціннісні пропозиції згідно профілів.



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**



# Типажі, які впливають на прийняття рішень у компанії

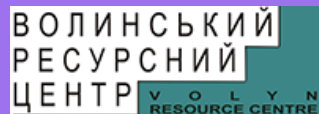
- Авторитети
- Радники
- Управлінці
- Господарники
- Кінцеві споживачі
- Противники



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**

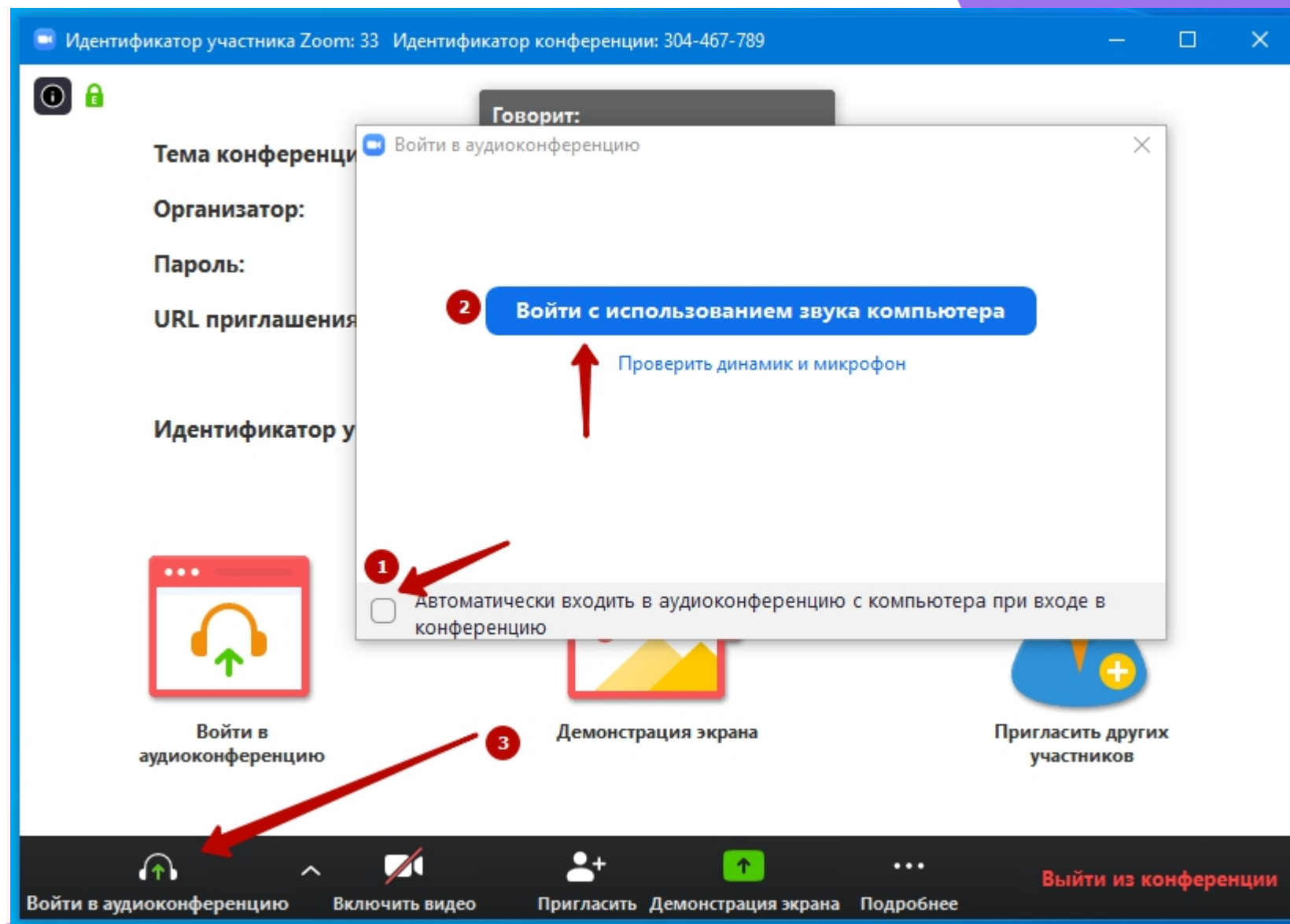
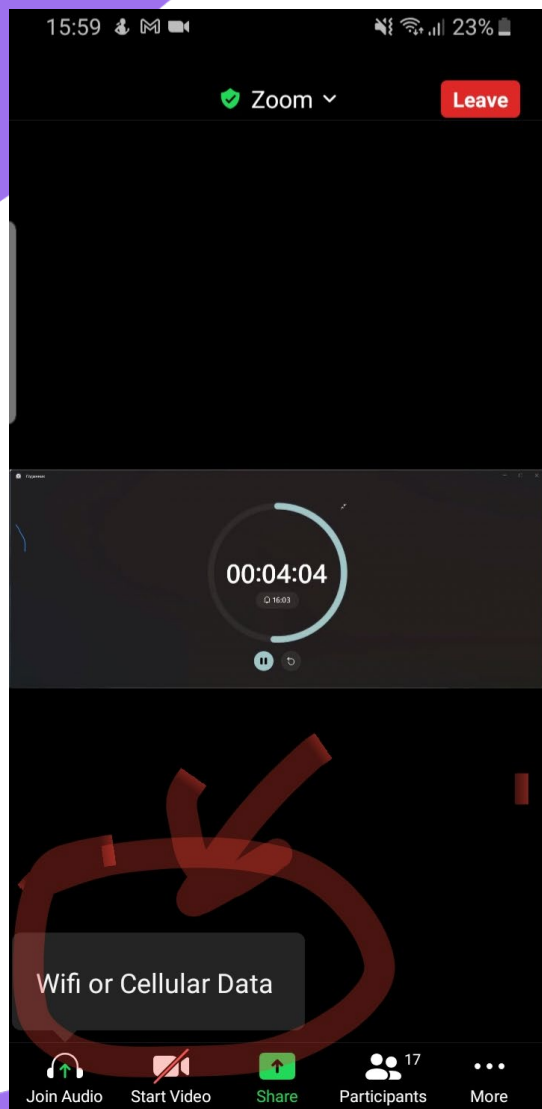




## ДОМАШНЄ ЗАВДАННЯ. АНАЛІЗ РИНКУ І ПОТРЕБ КЛІЄНТІВ:



- 1) Для своєї бізнес – ідеї складіть список можливих клієнтів і сегментуйте їх.
- 2) Побудуйте профіль кожного клієнтського сегменту.
- 3) Побудуйте ціннісну пропозицію для кожного профілю.
- 4) Співставте профіль та ціннісну пропозицію і переконайтеся, що те, що ви пропонуєте, допомагає клієнту вирішувати задачі, справлятися з проблемами та отримувати вигоди.



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**

ВОЛИНСЬКИЙ  
РЕСУРСНИЙ  
ЦЕНТР  
VOLYN  
RESOURCE CENTRE

Проект

# БІЗНЕС-ОСВІТА ДЛЯ ПТО

«Розвиток навичок  
підприємництва молоді»  
Заняття 4



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**

ВОЛИНСЬКИЙ  
РЕСУРСНИЙ  
ЦЕНТР  
VOLYN  
RESOURCE CENTRE

Стало можливим завдяки підтримці американського народу, наданій через Агентство США з міжнародного розвитку (USAID) у рамках Програми USAID з аграрного і сільського розвитку (АГРО), яка виконується компанією Chemonics

# Модуль 4.

## Бізнес-моделювання

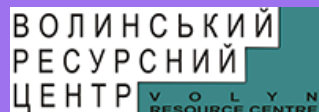
- **Експерименти при запуску стартапу**
- **Поняття про MVP**
- **Бізнес-модель Канвас**



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**



# ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНИЙ ТАКТ ЗАПУСКУ СТАРТАПУ

Після побудови профілю і ціннісної пропозиції ми вже можемо почати робити перші практичні кроки в напрямку контакту з нашими клієнтськими сегментами. На цьому етапі не варто захохуватися в перші ідеї. Контакт з клієнтами може призвести до перегляду ідей. З тієї ж причини перші версії продукту мають бути дешевими, демонстраційними.



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



ВОЛИНСЬКИЙ  
РЕСУРСНИЙ  
ЦЕНТР  
VOLYN  
RESOURCE CENTRE



# МІНІМАЛЬНО ЖИТТЄЗДАТНИЙ ПРОДУКТ (MVP)

Мінімально життєздатний продукт – «пробник», який ви демонструєте клієнту, даєте покуштувати або покористуватися. Його задачі:

- Залучити клієнта у спільну розробку кінцевого продукту, підвищити його лояльність
- Забезпечити відгуки від клієнта, причому особливо цінні – критичні. Вони допоможуть покращити продукт.



MINIMUM VIABLE PRODUCT



PRODUCT!



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**

ВОЛИНСЬКИЙ  
РЕСУРСНИЙ  
ЦЕНТР  
VOLYN  
RESOURCE CENTRE



# ПОСТУПОВЕ ПОКРАЩЕННЯ MVP

Перші версії **MVP** робимо максимально дешевими. Наша задача – продемонструвати, що прототип виконує свою функцію. Спілкуючись з клієнтами, поступово покращуємо продукт і готуємо його до виведення на ринок. **MVP** можна давати клієнту, а можна розміщувати в соцмережах пости про нього.

## HOW **NOT TO BUILD** A MINIMUM VIABLE PRODUCT



1



2



3



4

## ALSO HOW **NOT TO BUILD** A MINIMUM VIABLE PRODUCT



1



2



3



4

## HOW **TO BUILD** A MINIMUM VIABLE PRODUCT



1



2



3



4

FRED VOORHORST

WWW.EXPRESSIVEPRODUCTDESIGN.COM



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**

ВОЛИНСЬКИЙ  
РЕСУРСНИЙ  
ЦЕНТР  
VOLYN  
RESOURCE CENTRE

# Перерва

15 хвилин



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**

ВОЛИНСЬКИЙ  
РЕСУРСНИЙ  
ЦЕНТР  
VOLYN  
RESOURCE CENTRE

# БІЗНЕС-МОДЕЛЬ КАНВАС

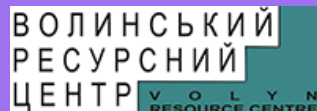
Бізнес-модель Канвас - проста таблиця на одну сторінку, у якій розміщені розділи, важливі для вашого бізнесу. Можна сказати, що це – «пробник бізнес-плану». Канвас містить інформацію про клієнтські сегменти, з якими ми працюємо і ціннісні пропозиції, які ми пропонуємо цим сегментам. Також – про канали збуту та наші взаємовідносини з різними сегментами. Про ключові види діяльності, ключові ресурси, основних партнерів. І головне – про потоки доходів і видатків, щоб ми розуміли, прибутковий наш стартап чи збитковий.



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**



# СИСТЕМНІСТЬ БІЗНЕСУ

## Тенденція:

- Тиск зовнішніх ринкових та ринкових факторів на бізнес – виживання системних стійких бізнесів

## Потреби:

- Наявність або вдосконалення бізнес-моделей;
- Розбудова бізнес-процесів;
- Продажі.

## Рекомендації:

- Мати розуміння та дотримуватись бізнес-моделі;
- Підвищувати власні капітали, зберігати та використовувати цінність бізнесу;
- Розбудовувати бізнес процеси.

# ІННОВАЦІЙСТЬ БІЗНЕСУ

## Тенденція:

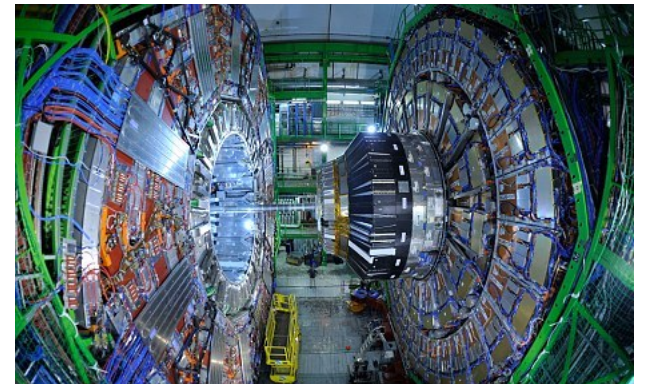
Стійкість бізнесу залежить від здатності постійно впроваджувати інновації

## Потреби:

- Інновації на рівні продуктів, процесів, організації та бізнес-моделі;
- Компетенції для інновацій;

## Рекомендації:

- Впровадження нових продуктів, інновації з бізнес-моделлю;
- Створення ринків, випередження ринків;
- Системні інновації - міжсекторність.



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**

ВОЛИНСЬКИЙ  
РЕСУРСНИЙ  
ЦЕНТР  
VOLYN  
RESOURCE CENTRE

# РЕСУРСОЕФЕКТИВНІСТЬ

## Тенденція:

- Зростання вартості, складності та утруднення доступу до ресурсів

## Потреби:

- Доступ до інформації та компетенцій
- Доступні можливості
- Потреба в підвищенні ліквідності

## Рекомендації:

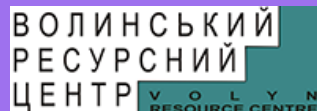
- використання нових фінансових інструментів
- оптимізація бізнес процесів
- підвищення продуктивності
- проведення аудитів



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**





# МЕРЕЖІ

## Тенденція

- Підвищення складності ринків
- Кооперація, побудова «ланцюжків» доданої вартості

## Потреби

- Збільшення співпраці та взаємодії
- Економія за рахунок співпраці
- Рейтинг довіри

## Рекомендації:

- Асоціації на різних рівнях, спільноти, кластери
- Моніторинг можливостей підтримки бізнесу
- Мотивація інших секторів



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**



# Бізнес-модель "Канвас"

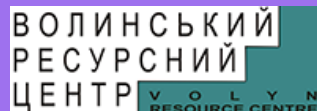
- Дозволяє експериментальним шляхом перевірити ідеї на реалістичність, потрібність споживачам і прибутковість.
- Ітеративні уточнення допомагають підприємцю нівелювати більшість ризиків, пов'язаних з ринковою невизначеністю.
- Тестування ідей та прототипів допомагає отримати перших "теплих клієнтів".



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**



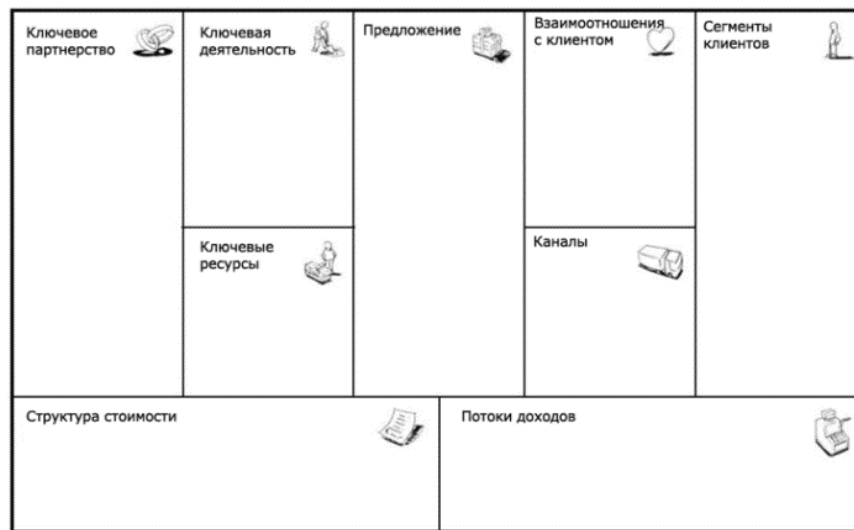
# Середовище бізнес-моделювання

## Ключові тенденції

- Законодачі тенденції
- Технологічні тенденції
- Суспільні і культурні тенденції
- Соціоекономічні тенденції

## Макроекономічні фактори

- Умови світового ринку
- Фондові ринки
- Сировина та інші ресурси
- Економічна інфраструктура



## Ринкові фактори

- Сегменти ринку
- Потреба і попит
- Рушійні сили ринку
- Витрати на переключання
- Залучення прибутку

## Галузеві фактори

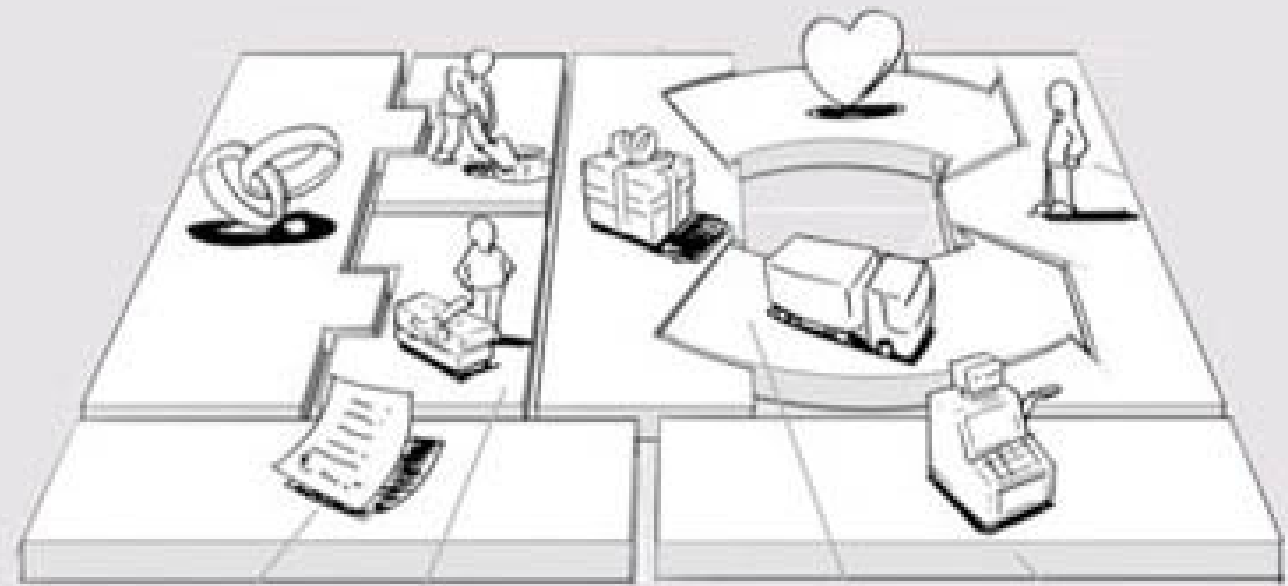
- Постачальники та інші учасники ланцюга створення вартості
- Зацікавлені сторони
- Конкуренти
- Новачки
- Замінники: товари та послуги

# Визначення: бізнес-модель

*Бізнес-модель служить для опису основних принципів створення, розвитку і успішної роботи організації.*

9 блоків бізнес-моделі, які направлені на отримання прибутку:

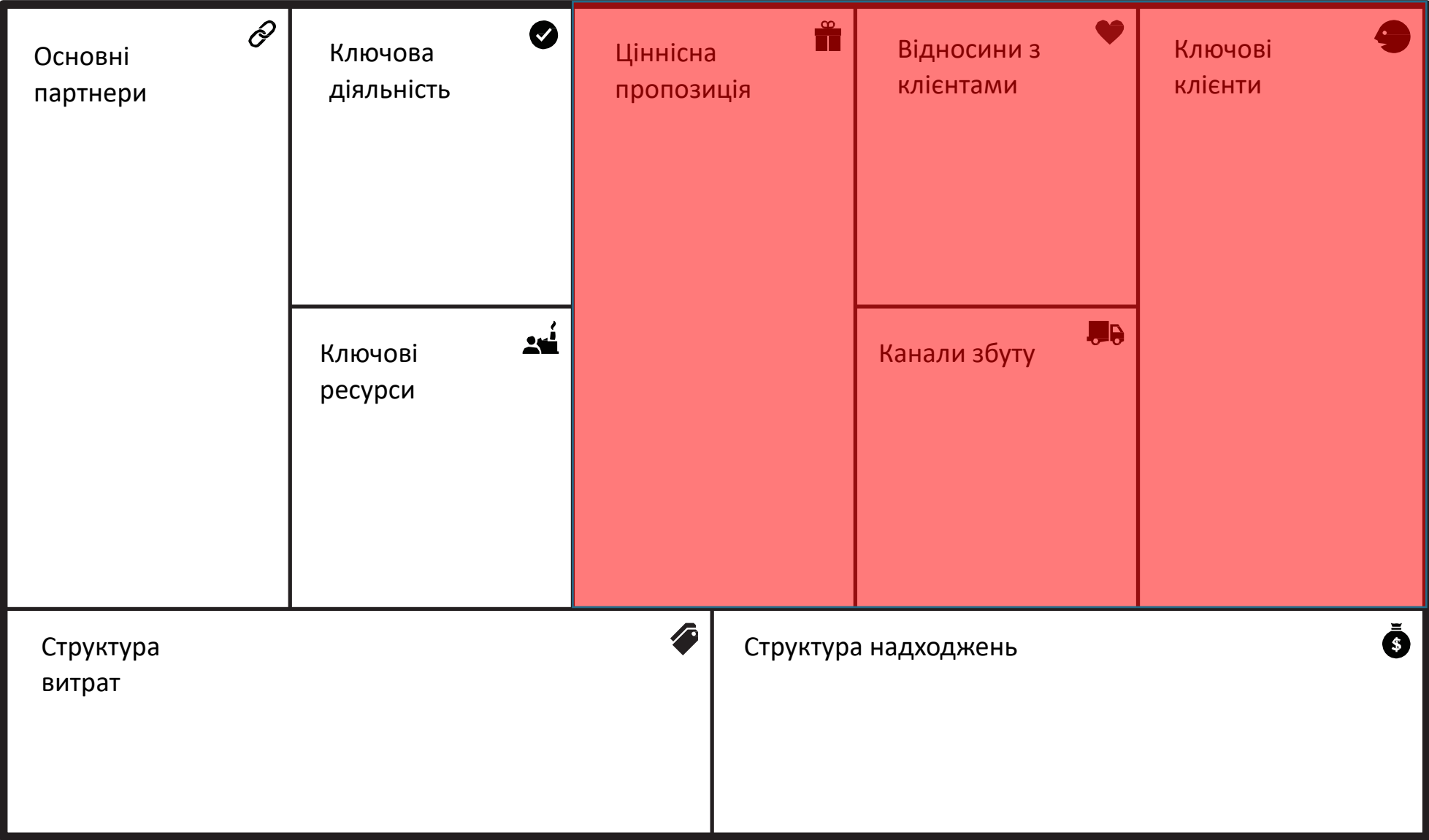
1. Споживацькі сегменти;
2. Ціннісні пропозиції;
3. Канали збуту;
4. Взаємовідносини з клієнтами;
5. Потоки отримання доходів;
6. Ключові ресурси;
7. Ключові види діяльності;
8. Ключові партнери;
9. Структура витрат



# Канва бізнес-моделі

|                                                                                                           |                                                                                                           |                                                                                                            |                                                                                                               |                                                                                                        |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Основні партнери<br>     | Ключова діяльність<br> | Ціннісна пропозиція<br> | Відносини з клієнтами<br>  | Ключові клієнти<br> |
|                                                                                                           | Ключові ресурси<br>    |                                                                                                            | Канали збуту<br>           |                                                                                                        |
| Структура витрат<br> |                                                                                                           |                                                                                                            | Структура надходжень<br> |                                                                                                        |

# Ринкові фактори





**Ціннісна пропозиція** - сукупність переваг, які компанія готова запропонувати споживачеві.  
Блок описує опис товарів і послуг, які представляють цінність для певного споживацького сегмента.

*Ціннісні пропозиції створюють переваги для конкретного споживацького сегменту за рахунок певної комбінації елементів, які відповідають вимогам цього сегменту. Переваги можуть бути кількісними (такі як ціна, швидкість обслуговування) чи якісними (наприклад, дизайн, позитивні емоції клієнта).*

Приклади, з яких складається цінність для споживача:

Новизна, продуктивність, виготовлення на замовлення, дизайн, статус  
Ціна, зменшення витрат чи ризику, доступність, зручність.

*Ціннісна пропозиція спрямована на вирішення проблем і задоволення потреб клієнтів!*



# Спожи

**Споживацькі сегменти** - одна або кілька груп клієнтів, охоплювана бізнес-моделлю.

В цьому структурному блоці визначається, які групи людей і організацій підприємство розраховує залучати і обслуговувати

Групи клієнтів представляють різні сегменти, якщо:

- відмінності в їх запитах обумовлюють відмінності в пропозиціях;
- взаємодія здійснюється по різних каналах збуту;
- взаємини з ними потрібно будувати по-різному;
- їх вигідність істотно розрізняється;
- їх приваблюють різні аспекти пропозиції

*Організація служить одному або декільком сегментам клієнтів!*



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**

ВОЛИНСЬКИЙ  
РЕСУРСНИЙ  
ЦЕНТР  
VOLYN  
RESOURCE CENTRE

# Канали збуту

Цей блок описує, як компанії взаємодіють із споживацькими сегментами і доносять до них свої ціннісні пропозиції.

## *Функції каналів збуту:*

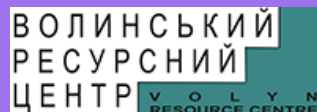
- Підвищують ступінь поінформованості споживача про товари і послуги компанії;
- Допомагають оцінити ціннісні пропозиції компанії;
- Дозволяють споживачу купувати певні товари і послуги;
- Знайомлять споживача з ціннісними пропозиціями;
- Забезпечують після продажне обслуговування.



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**



# 5 етапів просування товару до споживача

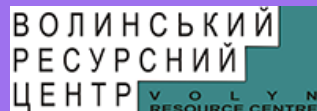
1. Інформаційний. Як ми підвищуємо поінформованість споживача про товари та послуги нашої компанії?
2. Оціночний. Як ми допомагаємо клієнтам оцінити ціннісні пропозиції нашої компанії?
3. Продажний. Яким чином ми надаємо клієнтам можливість купівлі певних товарів і послуг?
4. Доставка. Як ми доставляємо клієнтам наші ціннісні пропозиції?
5. Після продажний. Як ми забезпечуємо клієнтам після-продажне обслуговування?



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**



# Взаємодія з клієнтами

Блок описує типи відносин, які встановлюються з окремими споживацькими сегментами.

## Мотиви взаємовідносин з клієнтом:

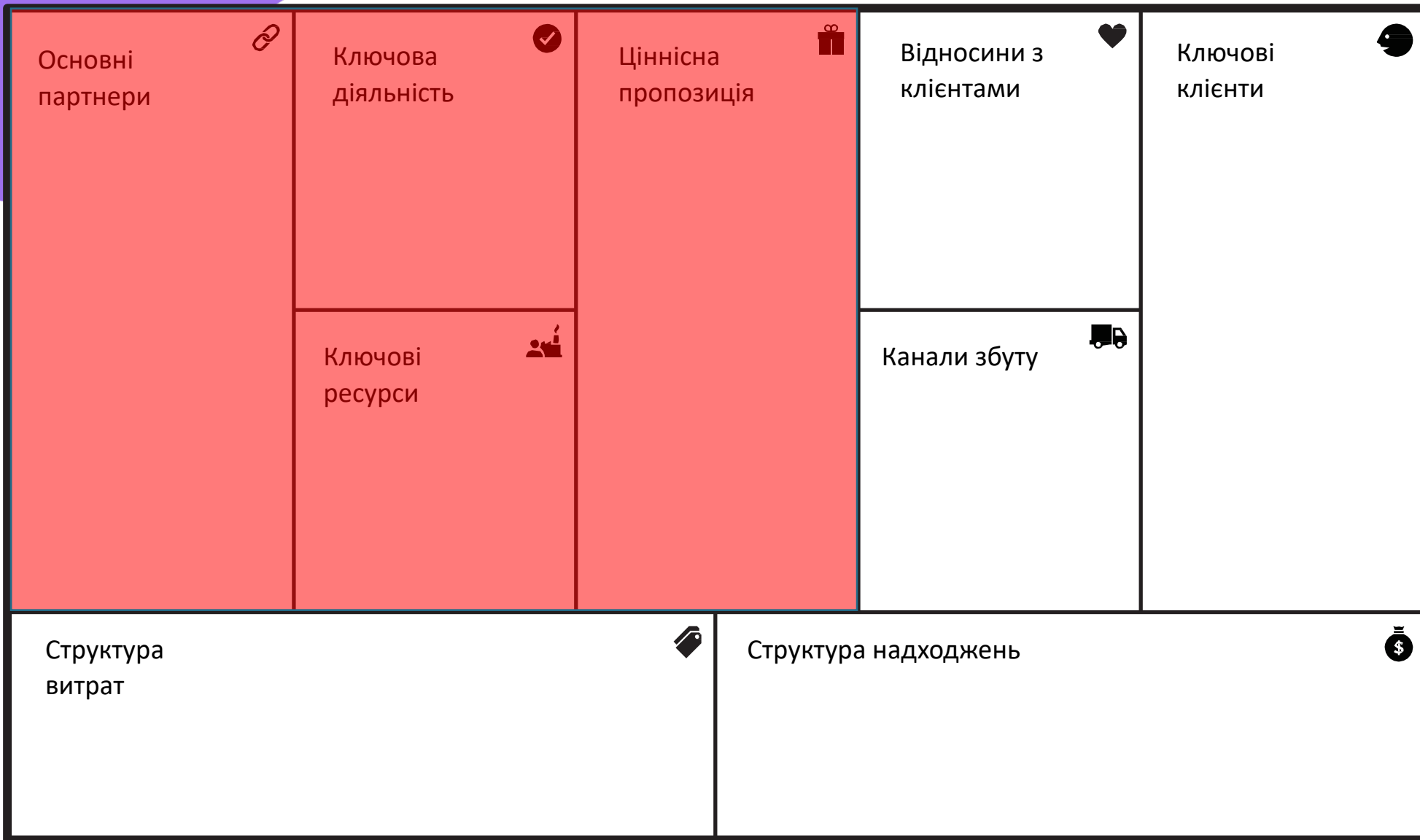
- Залучення нових клієнтів;
- Утримання клієнтів;
- Збільшення продажів.

## Типи взаємовідносин з клієнтами:

- Персональна підтримка;
- Самообслуговування;
- Автоматизоване обслуговування;
- Спільноти;
- Спільне створення



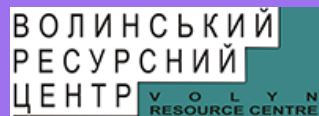
# Внутрішні фактори



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**





# Ключові види бізнес-діяльності

**Блок описує дії компанії, які потрібні для реалізації її бізнес-моделі.**

*Класифікація ключових видів діяльності:*

- Виробництво – включає розробку, створення і вивід на ринок продукту в необхідному об'ємі та/або найкращій якості;
- Вирішення проблем – полягає у вирішенні проблем конкретного клієнта;
- Платформи/мережі – управління, сервіс, просування відповідних платформ.



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**

ВОЛИНСЬКИЙ  
РЕСУРСНИЙ  
ЦЕНТР  
VOLYN  
RESOURCE CENTRE

# Ресурси бізнес-моделі

В цьому блоці описуються найбільш важливі активи, які необхідні для функціонування бізнес-моделі.

## *Класифікація ключових ресурсів:*

- Матеріальні ресурси (виробничі потужності, земля, обладнання, транспорт, мережі дистрибуції, точки продажу);
- Інтелектуальні ресурси (торгові марки, патенти, бази даних);
- Персонал;
- Фінанси (гроші, кредитні лінії, фондовий резерв).
- Компанія може бути власником цих ресурсів, брати їх в оренду або отримувати від ключових партнерів.



# Партнери бізнес-проекту

В Блок описує мережу постачальників і партнерів, завдяки яким функціонує бізнес-модель.

## Можна виділити 4 типи партнерських відносин:

1. Стратегічне співробітництво між неконкуруючими компаніями;
2. Соконкуренція: стратегічне партнерство між конкурентами;
3. Спільні підприємства для запуску нових бізнес-проектів;
4. Відносини виробника з постачальниками для гарантії отримання якісних комплектуючих.

## Три основних мотиви створення партнерських відносин:

- Оптимізація і економія в сфері виробництва;
- Зменшення ризику і невизначеності;
- Поставки ресурсів і спільна діяльність.



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**

ВОЛИНСЬКИЙ  
РЕСУРСНИЙ  
ЦЕНТР  
VOLYN  
RESOURCE CENTRE

# Практична вправа

1. Визначити ключову діяльність;
  2. Спрогнозувати необхідні ресурси;
  3. Ідентифікувати потенційних партнерів.
- *Які ключові ресурси потрібні для наших ціннісних пропозицій, каналів збуту, взаємовідносин з клієнтами, потоків доходів?*
  - *Яких видів діяльності вимагають: наші ціннісні пропозиції, канали збуту, взаємовідносини з клієнтами, потоки надходження доходів?*

# Фінансові фактори



# Потоки отримання доходів

*Блок потоків надходження доходів включає матеріальний прибуток, який компанія отримує від кожного споживацького сегменту.*

- Види та форми джерел отримання доходів
- Механізми ціноутворення
- Форми оплати
- Структура рахунка

Наприклад, продаж активів (товарів), плата за використання, оплата підписки, оренда / лізин / рента, ліцензії, агентські відсотки, реклама.

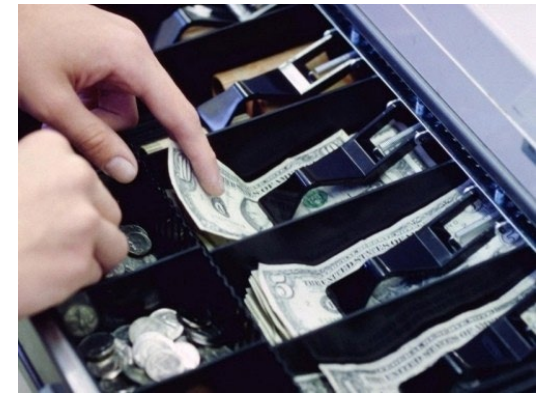
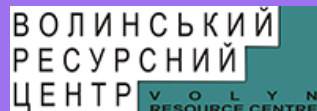
*Результат потоків доходів залежить від вартості успішного пропозиції клієнтам!*



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**





# Структура витрат бізнес-проекту

Структура витрат – це витрати, які пов'язані з функціонуванням бізнес-моделі. Блок описує найбільш суттєві витрати, які необхідні для роботи в рамках конкретної бізнес-моделі.

**По структурі витрат бізнес-моделі можна поділити на два класи:**

- З переважачою увагою на витрати чи на цінності.

**По структурі витрати можна поділити на такі категорії:**

- Фіксовані витрати (які незалежні від обсягів виробництва);
- Змінні витрати (які залежать від обсягів виробництва);
- Економія на масштабі (знижки при закупках у великому обсязі);
- Ефект диверсифікації (єдина маркетингова політика).



1. Ідентифікація можливих каналів отримання доходів;
2. З'ясувати структуру витрат діяльності.

- *За що клієнти дійсно готові платити? За що вони платять сьогодні? Яким чином платять? Як вони б хотіли платити?*
- *Яку частину прибутку приносить кожен потік надходження доходів?*

# Презентація бізнес-моделей учасниками



# Важливість прототипування та експериментів

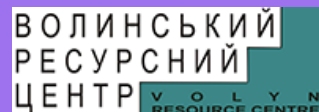
Тестування прототипів дозволяє трансформувати  
“паперових” споживачів в реальних



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**



# БІЗНЕС-МОДЕЛЬ КАНВАС - ДИНАМІЧНА

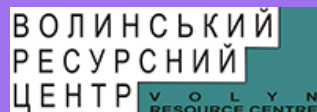
По мірі того, як ми тестуємо і змінюємо: продукт, клієнтські сегменти, канали просування, партнерів – вносимо зміни в Канвас. Все, що не пройшло тестування відкидаємо і додаємо нову інформацію. Канвас – робочий планшет, який дозволяє нам тримати всі аспекти бізнесу в фокусі уваги і порівнювати, як змінився наш стартап порівняно з попередніми періодами.



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**



# СТАРТАП УСПІШНИЙ, КОЛИ

Ваш продукт  
подобається людям,  
довкола вас – достатньо  
лояльних клієнтів, які  
купують ваші товари і  
послуги і рекомендують  
вас іншим.



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**

ВОЛИНСЬКИЙ  
РЕСУРСНИЙ  
ЦЕНТР  
VOLYN  
RESOURCE CENTRE



# СТАРТАП УСПІШНИЙ, КОЛИ

Ви отримали  
відтестовану, фінальну  
версію продукту, який  
вже готовий до серійного  
виробництва і виведення  
на ринок.



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**

ВОЛИНСЬКИЙ  
РЕСУРСНИЙ  
ЦЕНТР  
VOLYN  
RESOURCE CENTRE

# СТАРТАП УСПІШНИЙ, КОЛИ

Фінальна версія бізнес-моделі не містить ризиків. Пам'ятайте: інвестори не вкладуть кошти в ризикований проект.



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**

ВОЛИНСЬКИЙ  
РЕСУРСНИЙ  
ЦЕНТР  
VOLYN  
RESOURCE CENTRE

## ДОМАШНЄ ЗАВДАННЯ. АНАЛІЗ РИНКУ І ПОТРЕБ КЛІЄНТІВ:



- 1) Для своєї бізнес – ідеї складіть список можливих клієнтів і сегментуйте їх.
- 2) Побудуйте профіль кожного клієнтського сегменту.
- 3) Побудуйте ціннісну пропозицію для кожного профілю.
- 4) Співставте профіль та ціннісну пропозицію і переконайтеся, що те, що ви пропонуєте, допомагає клієнту вирішувати задачі, справлятися з проблемами та отримувати вигоди.



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**Chemonics**

