

# 1. Описание бизнес-идеи.

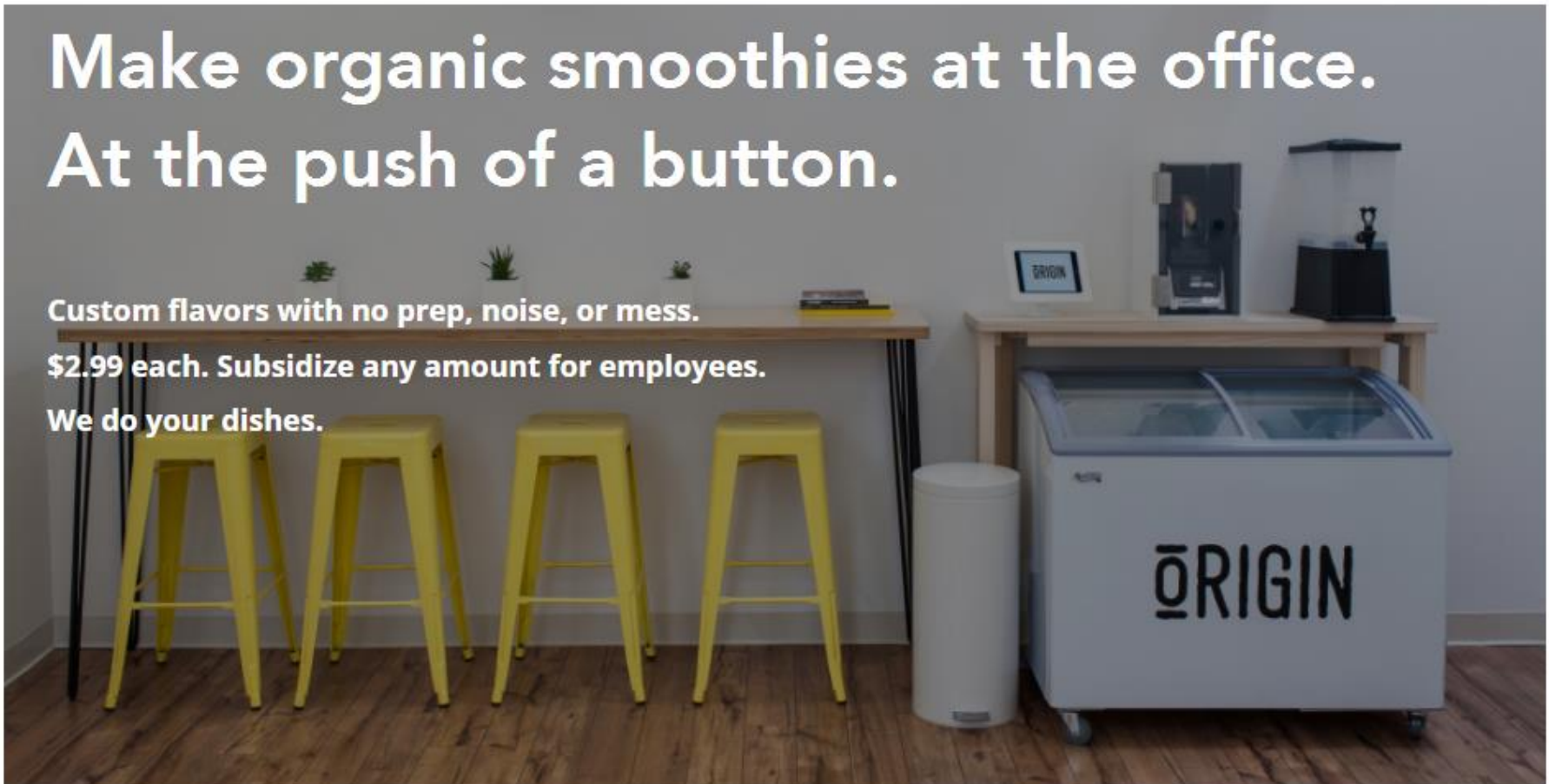
Опишите в чем суть бизнеса/сервиса/продукта.  
Какую ключевую проблему на рынке (боль) и как вы решаете. Ваше видение (большая идея).  
Визуализируйте (если возможно).

# Make organic smoothies at the office. At the push of a button.

Custom flavors with no prep, noise, or mess.

\$2.99 each. Subsidize any amount for employees.

We do your dishes.



100+ Smoothie parties thrown!

# 2. Потребности потребителей.

«Если бы мне пришлось начинать все сначала, то я снова отыскал бы какую-либо насущную потребность людей, которая еще не удовлетворена и удовлетворение которой можно было бы поставить на широкий поток. И будьте уверены, я удовлетворил бы ее гораздо лучше других и в короткие сроки (пять - десять лет) опять стал бы миллионером»

Генри Форд

**Проблема:** Какая острая проблема есть на рынке? Какая неудовлетворенная потребность? Аргументация – **измерить проблему.**

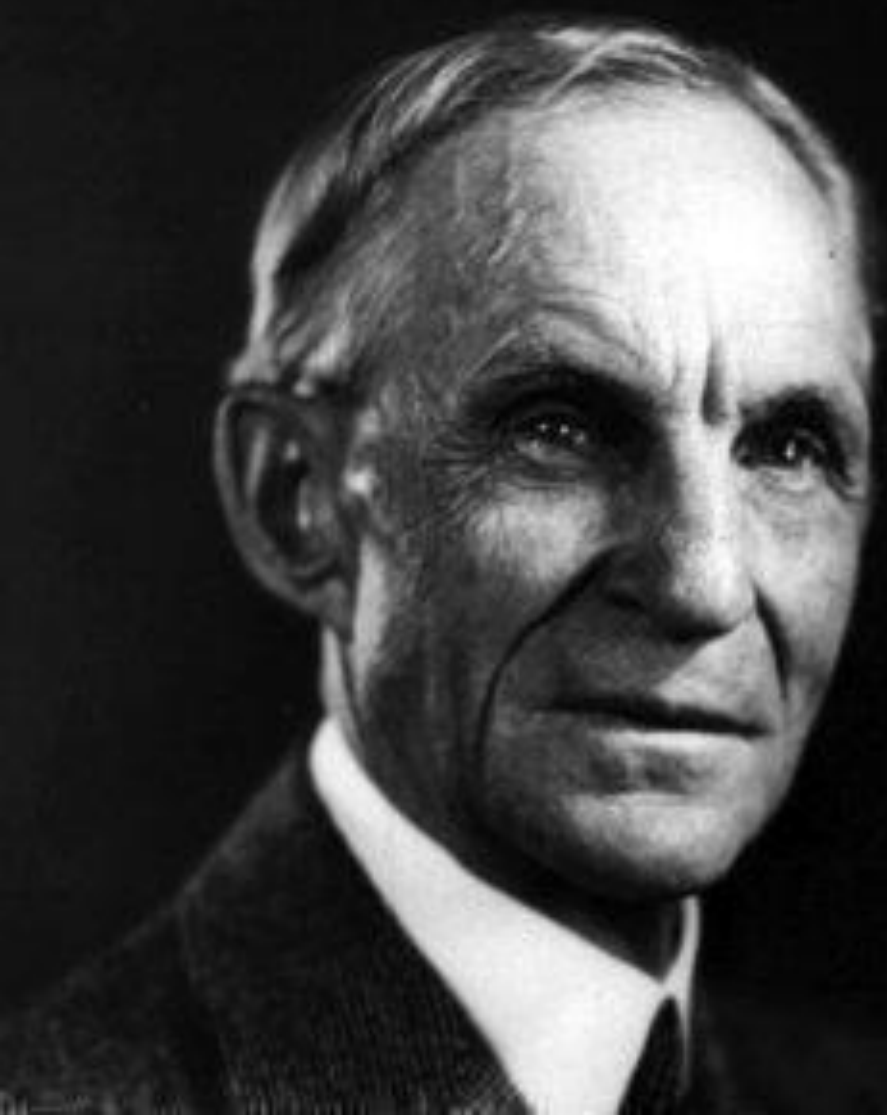
«Продавайте проблему, а не решение» – Дэйв МакКлюр. «Решайте 1-ую проблему клиента» – Сайрус Массоми (CEO ZocDoc).

От чего клиенты просыпаются по ночам?

Альтернативные (существующие) решения: В чем самое большое ограничение на рынке и с каким решением вы конкурируете больше всего? Вывод: Рынок настолько большой, что текущие решения не удовлетворяют / не решают существующие потребности /проблемы клиентов, поэтому для нас есть большая

**ВОЗМОЖНОСТЬ.**

**Сторителлинг:** Расскажите историю про будущее вашего клиента или про текущий кейс клиента/пользователя (Airbnb)



**“If I had asked people  
what they wanted,  
they would have said  
faster horses.”**

—Henry Ford

A close-up photograph of a hand using a grey and red IceShield scraper to clear snow from a dark surface. The scraper has a red top edge and a grey body with a series of small, pointed protrusions along its bottom edge. The background is a bright, snowy outdoor scene.

# Never scrape your windshields again.

IceShield™ forms an

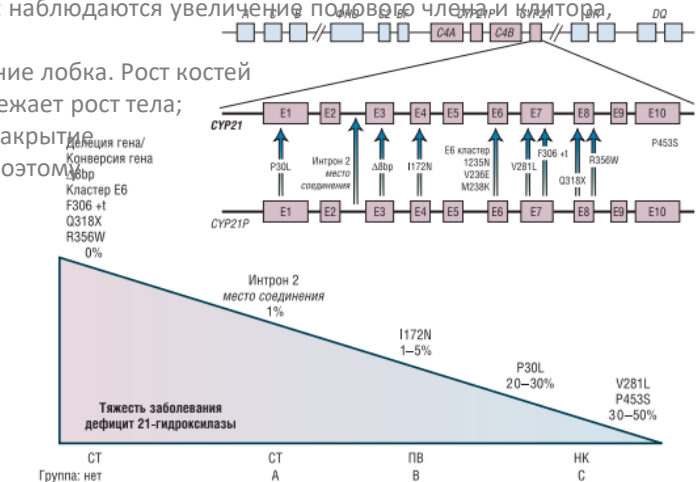
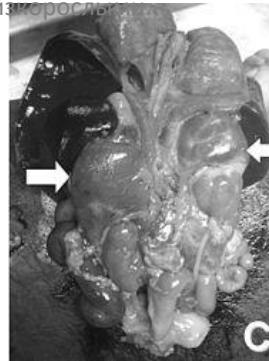
*invisible barrier*

to keep surfaces  
clear of ice and frost.

# Существующая проблема

- Врождённая гиперплазия надпочечников вследствие
- недостаточности 21-гидроксилазы - самое распространённое заболевание из группы расстройств стероидогенеза, причина заболевания — мутации гена CYP21A2, кодирующего фермент 21-гидроксилазу. В зависимости от тяжести мутации заболевание подразделяют на 4 формы: сольтерную, простую вирильную, неклассическую с поздним дебютом, и скрытую
- В 90% случаев врожденная гиперплазия надпочечников (ВГН) обусловлена дефицитом 21-гидроксилазы
- 98% надпочечниковых дисфункций - недостаточность фермента 21 гидроксилазы
- Распространённость 1:1000
- Большое количество мутаций и сложный молекулярно-
- генетический механизм их наследования
- - Возникновение новых мутаций из-за близости к региону HLA

**Клиническая картина.** Вирилизация у девочек начинается еще во внутриутробном периоде. Степень вирилизации может быть разной: от гипертрофии клитора с частичным сращением губно-мошоночных складок - до полного сращения губно-мошоночных складок и формирования уретры, открывающейся в тело полового члена. После рождения признаки избытка андрогенов проявляются сильнее как у мальчиков, так и у девочек: наблюдаются увеличение полового члена и клитора, ускоренный рост, угри, раннее оволосение лобка. Рост костей от 3 до 10 лет обычно опережает рост тела; к 11-12 годам происходит закрытие эпифизарных зон роста, и поэтому нелеченные дети остаются низкорослыми.



**Рис. 32.** Корреляция между генотипом и фенотипом при дефиците 21-гидроксилазы. На основании ферментативной активности *in vitro* мутации, инактивирующие ген CYP21A2, можно разделить на четыре основные группы. Хотя возможны вариации при более легких мутациях, в целом корреляция достаточно выраженная. СТ — сольтерная; ПВ — простая вирилизация; НК — неклассическая врожденная гиперплазия надпочечников.

# 3. Продукт.

Решение: Расскажите о вашем решении, а лучше **покажите** ваш сервис или продукт – **демонстрация прототипа**.

Расскажите про ключевое **ценностное предложение** для клиента (на сколько ваше решение эффективнее альтернативных решений: быстрее, лучше, дешевле или сколько позволяет заработать).

**Технология вашего продукта.**


Собственная или заимствованная **технология**?

Почему данная технология является уникальной (если является)?

Кто в команде обладает уникальной технологической экспертизой, которая делает вашу технологию прорывной (если делает)?


Благодаря каким партнерским соглашения у вас появилось технологическое преимущество

«Секретный соус»: Ваше нерыночное конкурентное преимущество, что делает вас уникальным и дает отрыв от конкурентов более, чем на 6 месяцев



Energy savings  
now come in four colors.

[Nest Learning Thermostat >](#)




Step away from the screwdriver.  
Nest Pro Works installation services

[Find a Pro >](#)

Explore the Nest app.

With the Nest app, your thermostat lives on your wall and in your pocket. Once you connect your thermostat to Wi-Fi, you can control it from anywhere. Adjust the temperature from the app, and the Nest Thermostat adjusts quickly back at home.



Home screen   Schedule   Eco Temperatures   Advanced Fan Control   Family Accounts

## What is Airwave?


**Affected products:** Nest Learning Thermostat

Airwave™ uses exclusive software algorithms running inside the Nest Learning Thermostat to automatically lower air-conditioning costs. Airwave only works in homes that have air-conditioning.

To understand Airwave, you need to understand your AC.

Your air conditioner is made up of two energy consuming parts: the compressor and the fan. The compressor uses a lot of electricity while the fan uses very little.

Many other thermostats keep the air conditioner running until your target temperature is reached, then turn it off. They ignore the fact that the compressor coils can generate cold air for 5-10 minutes after the compressor is off.





# 4. Конкуренты.

	Конкуренты 1			Конкуренты 2			Конкуренты 3		Проект
	Логотип	Логотип	Логотип	Логотип	Логотип	Логотип	Логотип	Логотип	
Название									
Критерий 1									
Критерий 2									
Критерий 3									
Критерий 4									
Критерий 5									
Критерий 6									
Критерий 7									

	Частотный диапазон	Bluetooth	Батарея	Время работы	Вес	Цена
Aftershokz Bluez 2	20Гц – 20кГц	3.0	литий-ионная	6 часов	41 г	100\$
Aftershokz Trekz	20Гц – 20кГц	4.1	литий-ионная	6 часов	36 г	129\$
Damson headbones	50 Гц – 20 кГц	3.0	литий-ионная, 320 мА	До 8 часов	80 г	100\$
DigiCare DO	20 Гц – 20 кГц	3.0	литий-ионная	До 6 часов	45 г	100\$
KOAR K-BONE	20 Гц – 20 кГц	4.0	литий-ионная, 1000 мА	6 часов	50 г	120\$
KSCAT	100 гЦ – 15 кГц	4.1	литий-ионная, 260 мА	5,5 часов		45\$
Beason ZD100	20гЦ - 20кГц	4.0	литий-ионная, 360 мА	8 часов	49 г	70\$
SainSonic BM-07		4.0	литий-ионная, 250 мА	8 часов	41 г	100\$
Batband	20Гц – 20кГц	4.1	2x300 мА	Более 4 часов	140 г	199 фунтов стерлингов
Zungle	20Гц – 20кГц	4.1	Литий-полимерная, 300мА	4 часа	45 г	119\$
OXA	100гЦ-18кГц	4.0		До 5 часов		33\$

Во всех основных моделях наушников с костной проводимостью, представленных на рынке отсутствует FM-модуль, сменный аккумулятор и модульная конструкция.

Основные производители: AfterShokz, Panasonic, Marsboy, Audio Bone, INVISIO, Damson Audio, SainSonic, Kscat, Abco Tech, AKG, Koss, Panasonic, Audio Bone Headphones, FINIS, Ear Hero Sales, Weksi, Shure

# 5. РЫНОК.

TAM



SAM



SOM



Студент



Value



**80 million**  
cars/year



**2000 million**  
devices/year



**80,000 million**  
pieces/year



**10,000,000 million**  
packages/year

Value ↑



**80 million**  
cars/year



**2000 million**  
devices/year



**80,000 million**  
pieces/year

**\$100+ billion**  
**OPPORTUNITY**  
**Internet of Everything**

**10,000,000 million**  
packages/year

# Тренды: почему сейчас?

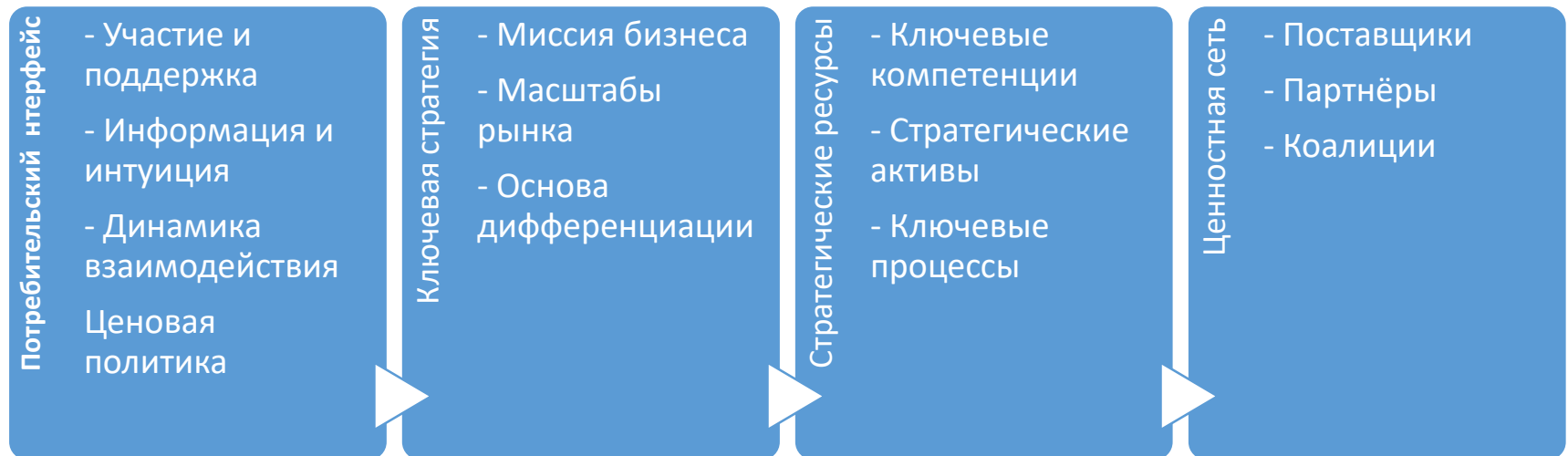
- Ключевые тренды, поддерживающие бизнес-идею
- Готов ли рынок технологически и морально?
- Что является предпосылкой для выхода вашего продукта на рынок: законодательство, связанные рынки, аналогии, нарастание проблемы, снятие технологических барьеров, социальные, демографические, политические предпосылки

# 6. Бизнес-модель.

Вызов для социального предпринимательства: комбинация социальной и экономической ценности.

Основные компоненты бизнес-модели социального предпринимательства:

- 1) Ключевая стратегия
- 2) Ключевые стратегические ресурсы
- 3) Потребительский интерфейс
- 4) Ценностная сеть





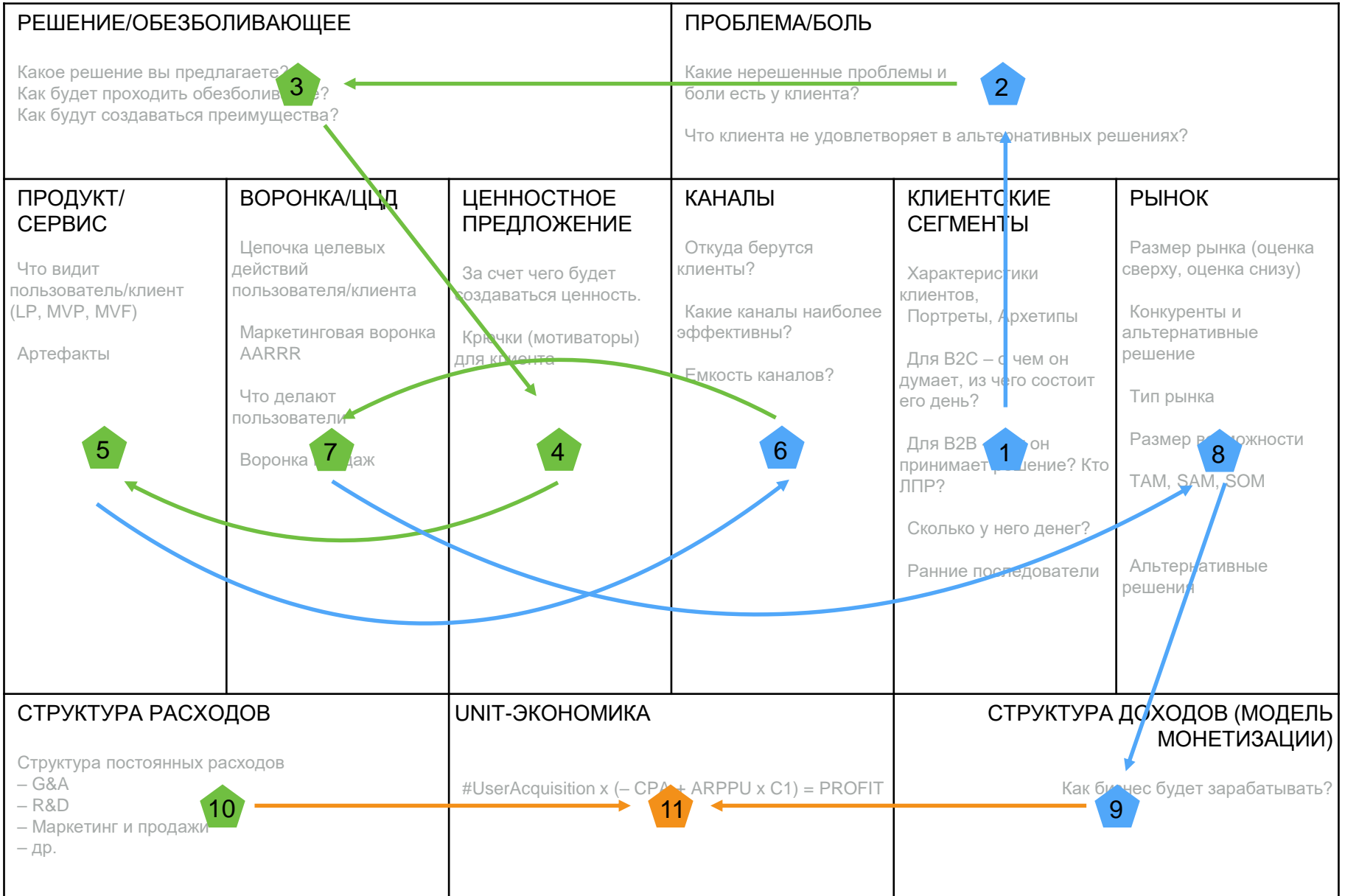
# КАРТА БИЗНЕС-МОДЕЛИ (BUSINESS MODEL MAP)

<b>РЕШЕНИЕ/ОБЕЗБОЛИВАЮЩЕЕ</b>  Какое решение вы предлагаете? Как будет проходить обезболивание? Как будут создаваться преимущества?			<b>ПРОБЛЕМА/БОЛЬ</b>  Какие нерешенные проблемы и боли есть у клиента?  Что клиента не удовлетворяет в альтернативных решениях?		
<b>ПРОДУКТ/ СЕРВИС</b>  Что видит пользователь/клиент (LP, MVP, MVF)  Артефакты	<b>ВОРОНКА/ЦЦД</b>  Цепочка целевых действий пользователя/клиента  Модель продвижения воронки продаж (мотиваторы) для клиента  Что делают пользователи  Воронка продаж	<b>ЦЕННОСТНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ</b>  За счет чего будет создаваться ценность.  Крючки (мотиваторы) для клиента	<b>КАНАЛЫ</b>  Откуда берутся клиенты?  Какие каналы наиболее эффективны?  Емкость каналов?	<b>КЛИЕНТСКИЕ СЕГМЕНТЫ</b>  Характеристики клиентов, Портреты, Архетипы  Для B2C – с чем он думает, из чего состоит его день?  Для B2B – Как он принимает решение? Кто ЛПР?  Сколько у него денег?  Ранние последователи	<b>РЫНОК</b>  Размер рынка (оценка сверху, оценка снизу)  Конкуренты и альтернативные решение  Тип рынка  Размер возможности  TAM, SAM, SOM  Альтернативные решения
<b>СТРУКТУРА РАСХОДОВ</b>  Структура постоянных расходов – G&A – R&D – Маркетинг и продажи – др.			<b>СТРУКТУРА ДОХОДОВ (МОДЕЛЬ МОНЕТИЗАЦИИ)</b>  Как бизнес будет зарабатывать?		

ПРОДУКТ РЫНОК

# КАРТА БИЗНЕС-МОДЕЛИ

1 – РЫНОЧНЫЕ ГИПОТЕЗЫ    1 – ПРОДУКТОВЫЕ ГИПОТЕЗЫ    1 – ГИПОТЕЗЫ УНИТ-ЭКОНОМИКИ



## Примеры бизнес-моделей

**Краудсорсинг-аутсорсинг** создания контента пользователям в обмен на доступ к контенту других пользователей (Википедия и видеохостинг YouTube)

**Обратный цикл производства** подразумевает предзаказ товаров и услуг, оплату прежде получения. Amazon.com

**Freemium** – предоставление ограниченного функционала бесплатно, плата взимается за дополнительный функционал.

**Лизинг** – например Xerox, предлагающая инфраструктуру печатного документооборота как услугу.

Модель «**Бритва и лезвия**» – продажа товара с высокой себестоимостью с низкой маржой и доход от продажи расходных материалов. Принтеры и картриджи.

**Подписная модель** – пользователь регулярно вносит фиксированную плату за доступ к продукту или услуге. Netflix.

## Что почитать

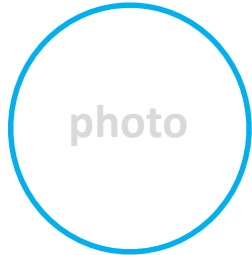
Построение бизнес-моделей:

Настольная книга ...

Книга, Александр Остервальдер



# 7. Команда проекта.



**Имя Фамилия**

Должность

**Образование:**

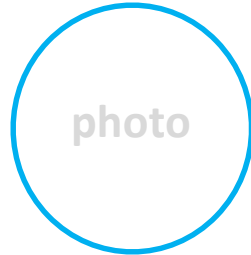
...

**Опыт:**

10 ...

10 ...

10 ...



**Имя Фамилия**

Должность

**Образование:**

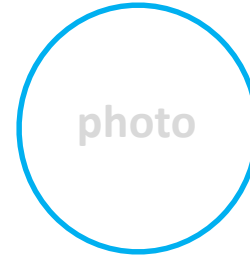
...

**Опыт:**

10 ...

10 ...

10 ...



**Имя Фамилия**

Должность

**Образование:**

...

**Опыт:**

10 ...

10 ...

10 ...

# 8. Финансовый план.

## Е.1. Бюджет расходов

Определить ключевые точки развития проекта

- команда, Model-View-Presenter, MOU, первые продажи
- маркетинговый канал, его понимание, выход на малую серию
- масштабирование стартапа, определение точек роста

Точки роста (то что может увеличить CF)

- выход на новые сегменты рынка
- выявление узких мест
- оптимизация каналов продаж
- изменение продукта или бизнес модели
- увеличение штата менеджеров по продажам

На выходе

- понимание необходимых ресурсов для каждого раунда (Seed, Preseed, Series A)
- смета и потребность в финансах на каждом раунде
- консолидированный бюджет структуры инвестиций в проект (CapEx, OpEx, VC, FC)

I. Бюджеты проекта		Preseed	Seed	Series A
	OpEx	Ед.	Расходы	Расходы
	Перемен	руб.		
Фонд оплаты труда (прямой)				
Отчисления на ЗП	руб.			
Закупка материалов	руб.			
<b>Постоянные расходы</b>	руб.			
Инструмент и комплектующие	руб.			
Аренда оборудования	руб.			
Аренда офиса/производственных помещений	руб.			
Технологические/проектные услуги сторонних организаций	руб.			
Производственные услуги сторонних организаций	руб.			
Расходы на лицензирование/сертификацию/патентование	руб.			
Маркетинговое продвижение/реклама	руб.			
Фонд оплаты труда (управленческий, административный персонал)	руб.			
Отчисления на ЗП	руб.			
<b>Итого операционные расходы</b>	<b>руб.</b>			
<b>CapEx</b>				
Закупка оборудования	руб.			
Закупка программного обеспечения	руб.			
<b>Итого капитальные расходы</b>	<b>руб.</b>			
<b>Итого необходимый объем инвестиций</b>		I1	I2	I3

\*см. вкладку Предпосылки шаблона ФМ

## Е.И. План продаж

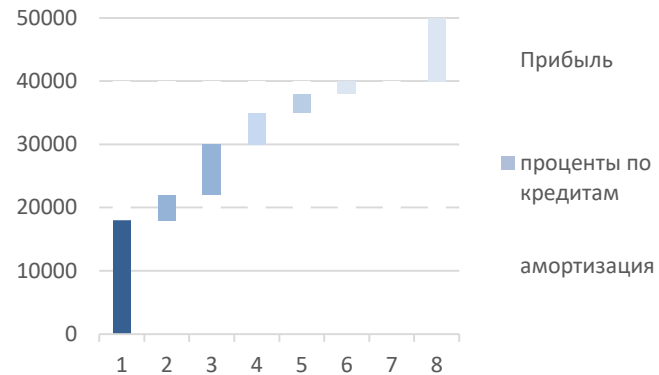
### Построение плана продаж

- выделить основные группы продуктов/сервисов, генерирующих выручку
- оценить емкость рынка, планируемую долю, динамику ее изменения
- определить основных игроков рынка и их торговые и ценовые предложения
- рассчитать себестоимость продукта
- определить каналы и способы маркетингования
- с учетом анализа рынка сформировать план продаж и ценовое предложение

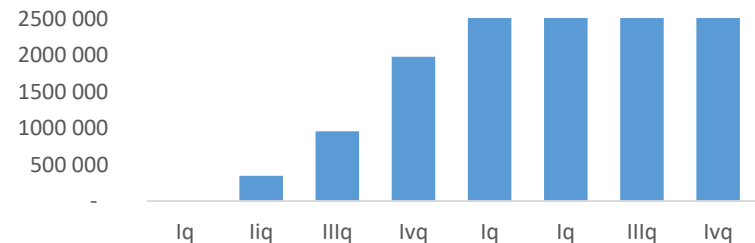
### На выходе

- план продаж в штуках
- цена группы товаров/сервиса, себестоимость и рентабельность продаж
- план выручки стартапа

Структура цены сервиса (Пример)



Динамика выручки



### Е.III. Финансовые показатели

В презентации привести

- DCF модель на 3-4 года
- Значение NPV, IRR, PI, DPBP
- Объемы и сроки необходимых инвестиций
- Источники инвестиций
- Расчет стоимости стартапа на разных этапах (можно использовать любой способ расчета, пример приведен ниже)

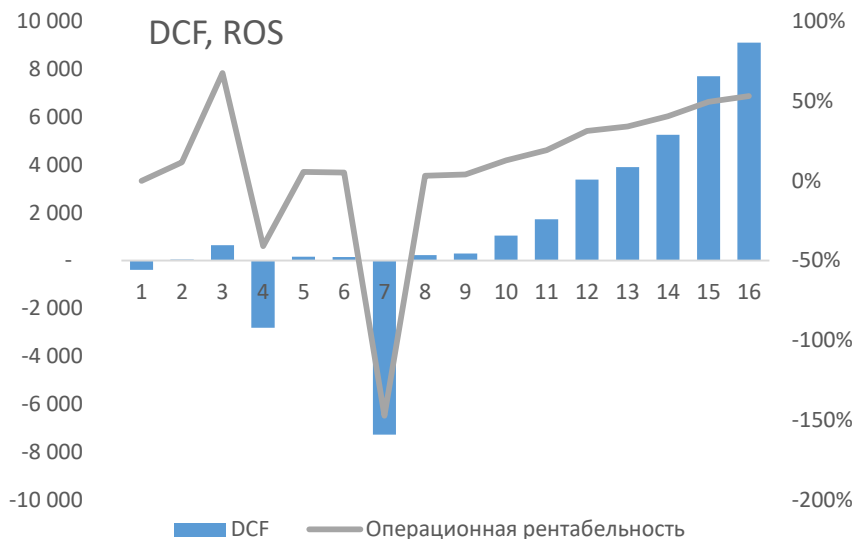
$$EV_n = \frac{\sum_i CF_i}{(1+r)^i} + \frac{Revenue_n * \left(\frac{P}{S}\right) ratio}{(1+r)^n}$$

$r$  – ставка дисконтирования

$Revenue_n$  - значение выручки в расчетном периоде

$P/S$  ratio – мультипликатор отношения цены компании к ее годовому обороту, для расчета брать значения 2,5-4

$EV$  – стоимость бизнеса



\*см. вкладку DCF шаблона ФМ