

Теми 6–7. Вибір продукту чи послуги мінікомпанії.

Формування бізнес-ідеї

Питання для обговорення:

1. У чому полягає основна відмінність між товаром і послугою? Наведіть власні приклади.
2. Які фактори необхідно враховувати команді під час остаточного вибору товару або послуги для міні-компанії?
3. Чому наявність цікавої бізнес-ідеї ще не гарантує, що продукт буде користуватися попитом?
4. Як визначити, хто буде потенційним клієнтом міні-компанії?
5. Чому перед запуском продукту необхідно дослідити конкурентів та їхні пропозиції?
6. Що таке унікальна торгова пропозиція (УТП) та яку роль вона відіграє у просуванні продукту?
7. Чи обов'язково продукт повинен бути абсолютно новим, щоб мати конкурентну перевагу?
8. Яким чином метод «Шести капелюхів мислення» може допомогти команді оцінити обрану бізнес-ідею?
9. Що таке *Elevator Pitch* та чому підприємцю важливо вміти коротко презентувати власну бізнес-ідею?
10. Яку інформацію обов'язково потрібно повідомити потенційному інвестору або партнеру під час 60-секундної презентації?
11. Якою має бути вдала назва міні-компанії? Чи впливає назва на сприйняття продукту потенційними клієнтами?
12. У чому полягає різниця між місією та візією міні-компанії? Чому команді важливо сформулювати їх ще на початку діяльності?

Практичні кейси

Кейс 1. Який продукт обрати?

Команда міні-компанії розглядає три можливі напрями діяльності: виготовлення екологічних багаторазових пакетів, створення дизайнерських блокнотів та надання послуг із розробки якісних презентацій. Ресурси команди обмежені, тому реалізувати одночасно всі три ідеї неможливо.

- За якими критеріями ви рекомендували б команді обрати товар або послугу?
- Яку інформацію необхідно зібрати про потенційних клієнтів перед остаточним рішенням?

Кейс 2. Продукт є, але чим ми відрізняємося?

Підприємці вирішили виготовляти ароматичні свічки ручної роботи. Після невеликого дослідження вони з'ясували, що в соціальних мережах уже працює багато продавців аналогічної продукції. Частина команди пропонує відмовитися від бізнес-ідеї через високу конкуренцію.

- Які виклики можуть виникнути при організації такого виробництва?
- Як поєднати економічну ефективність та соціальну місію, які переваги для репутації матиме такий бізнес?

Кейс 3. 60 секунд для інвестора

Представник студентської міні-компанії випадково зустрічає підприємця, який потенційно може підтримати їхній проєкт. Підприємець поспішає і говорить: «У вас є одна-дві хвилини. Розкажіть, що ви пропонуєте...».

- Яку інформацію необхідно повідомити протягом цієї хвилини?
- Яких помилок потрібно уникати під час короткої презентації?

Кейс 4. Назва, місія та візія міні-компанії

Команда розробників створює онлайн-сервіс, який допомагає літнім людям планувати їхні справи та контролювати свій бюджет. Продукт уже визначено, але команда поки не має назви, місії та візії.

- Запропонуйте назву для такого проєкту.
- Сформулюйте одним–двома реченнями його місію.
- Якою може бути візія розвитку цього проєкту?