

Алгоритм прокачки текущей бизнес-модели с использованием методики «8К-матрешка»

Этот алгоритм предназначен для компаний, которые хотят повысить свою операционную эффективность, оценить влияние внешних изменений на текущий бизнес, свериться с рынком и определить вектор движения.

Авторская методика разработки и оценки бизнес-модели Александра Панькова «8К-матрешка» поможет выявить слабые места, устранить барьеры для роста и раскрыть потенциал вашей бизнес-модели.

Прочитать об этой методике подробнее можно в [статье](#).



[Скачать шаблон](#) разработки бизнес-модели «8К-матрешка»

ШАГ 1. АУДИТ ТЕКУЩЕЙ БИЗНЕС-МОДЕЛИ

Цель: Понять, насколько текущая модель соответствует стратегическим целям компании.

Что делать:

1. Опишите текущую бизнес-модель по 8К-элементам (для этого вы можете воспользоваться алгоритмом [по ссылке](#)):
 - o Ключевые клиенты.
 - o Конкурентные преимущества.

- o Доходы.
 - o Точки контакта.
 - o Партнеры.
 - o Ресурсы.
 - o Процессы.
 - o Расходы.
2. Определите сильные стороны модели, которые помогут в достижении стратегических целей и области, которые требуют улучшений или принципиальных изменений.
 3. Составьте карту ключевых процессов и взаимосвязей между элементами бизнес-модели.

Нюансы:

- Убедитесь, что каждый элемент бизнес-модели (клиенты, процессы, доходы, ресурсы и т. д.) учтён.
- Включите в анализ мнения сотрудников и обязательно ключевых клиентов.

Результат: Полная карта текущей бизнес-модели и список зон для доработки.

ШАГ 2. ПЕРЕСМОТР КЛЮЧЕВЫХ КЛИЕНТОВ

Цель: Оценить, насколько хорошо вы понимаете свою аудиторию и удовлетворяете ее потребности.

Что делать:

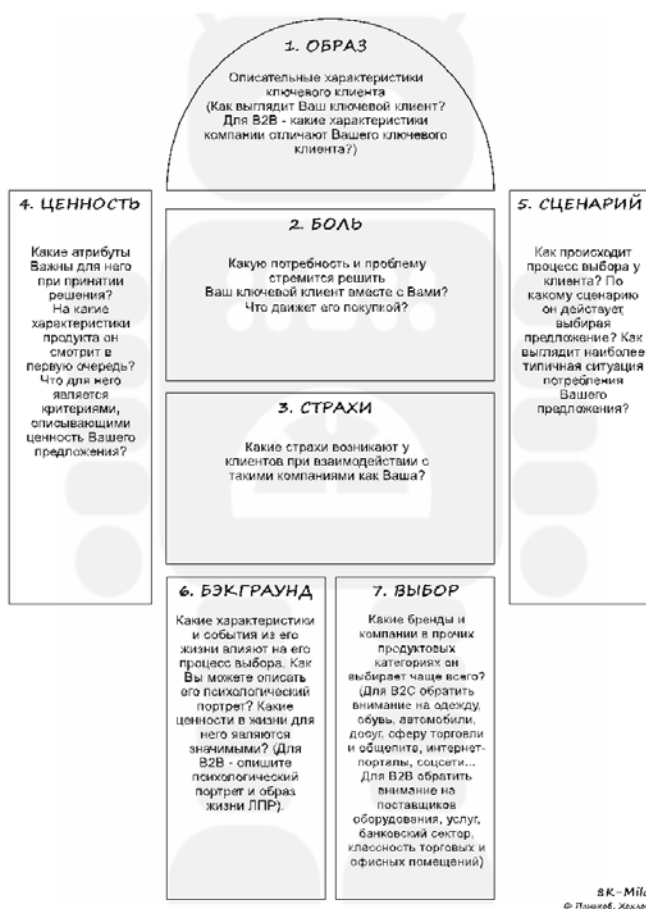
1. Проверьте, кто сейчас приносит основную прибыль.
2. Определите, изменились ли потребности, боли клиентов или их ожидания.
3. Определите, изменилась ли модель потребления у ключевых клиентов
4. Разработайте план адаптации продуктов/услуг под эти изменения.

Нюансы:

- Используйте данные из опросов, аналитики продаж и поведения клиентов.
- Рассмотрите возможность расширения аудитории или фокусировки на более узких сегментах.

Результат: Актуализированный портрет ключевых клиентов и скорректированный фокус.

[Скачать шаблон 8K-Milo](#) для описания портрета клиента:



1. ОБРАЗ
Описательные характеристики ключевого клиента
(Как выглядит Ваш ключевой клиент?
Для B2B - какие характеристики компании отличают Вашего ключевого клиента?)

2. БОЛЬ
Какую потребность и проблему стремится решить Ваш ключевой клиент вместе с Вами?
Что движет его покупкой?

3. СТРАХИ
Какие страхи возникают у клиентов при взаимодействии с такими компаниями как Ваша?

4. ЦЕННОСТЬ
Какие атрибуты важны для него при принятии решения?
На какие характеристики продукта он смотрит в первую очередь?
Что для него является критериями, описывающими ценность Вашего предложения?

5. СЦЕНАРИЙ
Как происходит процесс выбора у клиента? По какому сценарию он действует, выбирая предложение? Как выглядит наиболее типичная ситуация потребления Вашего предложения?

6. БЭКГРАУНД
Какие характеристики и события из его жизни влияют на его процесс выбора. Как Вы можете описать его психологический портрет? Какие ценности в жизни для него являются значимыми? (Для B2B - опишите психологический портрет и образ жизни ЛПР).

7. ВЫБОР
Какие бренды и компании в прочих продуктовых категориях он выбирает чаще всего? (Для B2C обратить внимание на одежду, обувь, автомобили, досуг, сферу торговли и общепита, интернет-порталы, соцсети... Для B2B обратить внимание на поставщиков оборудования, услуг, банковский сектор, классность торговых и офисных помещений)

8K-Milo
© Пичаев, Халеев

[Скачать шаблон «Клиент»](#) для формирования ценности для клиентов:

КЛИЕНТ	Осознание потребности	Оценка альтернатив	Выбор	Покупка	После покупки
ЦЕЛИ – что клиент стремится достичь на данном этапе?					
ДЕЙСТВИЯ – что делает клиент на данном этапе?					
ТОЧКИ КОНТАКТА – где вы можете общаться с клиентом на данном этапе?					
ВЛИЯНИЕ – что или что может изменить/повлиять на решение и поведение клиента на данном этапе?					

↓ ↓ ↓ ↓ ↓

КЛЮЧЕВАЯ ЦЕННОСТЬ
Какую ключевую ценность мы должны формировать для данного ключевого клиента

ШАГ 3. ОЦЕНКА КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ

Цель: Убедиться, что ваши конкурентные преимущества остаются актуальными.

Что делать:

1. Проверьте, в чем заключается ваша уникальность по сравнению с конкурентами.
2. Сравните свою ценность с тем, что предлагают конкуренты.
3. Подумайте, как можно усилить существующие преимущества или создать новые.
4. Ответьте себе на главный вопрос: за что вас выбирает клиент и за что он готов платить.

Нюансы:

- Постоянно тестируйте гипотезы, чтобы убедиться в актуальности конкурентных преимуществ.
- Используйте обратную связь от клиентов для доработки предложений.

Результат: Уточненные конкурентные преимущества, которые укрепляют вашу позицию на рынке.

ШАГ 4. ОПТИМИЗАЦИЯ СИСТЕМЫ ДОХОДОВ

Цель: Убедиться, что модель доходов максимизирует прибыль и устойчива к рискам.

Что делать:

1. Проверьте текущие источники доходов:
 - о Какие из них самые рентабельные?
 - о Какие приносят риски?
 - о Какая динамика по каждому источнику доходов?
2. Найдите возможности для создания новых источников дохода или повышения рентабельности существующих.

Нюансы:

- Оцените рентабельность каждой модели доходов.
- Убедитесь, что новые источники доходов соответствуют основной стратегии компании.

Результат: Оптимизированная система доходов.

ШАГ 5. АНАЛИЗ КЛЮЧЕВЫХ ПРОЦЕССОВ

Цель: Обеспечить эффективность процессов, которые поддерживают вашу бизнес-модель.

Что делать:

1. Оцените текущие процессы:
 - o Какие из них создают ценность для клиентов?
 - o Какие неэффективны?
2. Разработайте план по устранению слабых мест и автоматизации.

Нюансы:

- Не стремитесь сразу автоматизировать все процессы; начните с наиболее ресурсоёмких.
- Убедитесь, что изменения не ухудшают качество клиентского опыта.

Результат: Укрепленные процессы, которые поддерживают вашу бизнес-модель.

ШАГ 6. ОЦЕНКА ТОЧЕК КОНТАКТА

Цель: Проверить, насколько эффективно вы взаимодействуете с клиентами.

Что делать:

1. Перечислите все точки контакта с клиентами.
2. Проверьте, какие из них приносят результаты, а какие нуждаются в улучшении.
3. Определите новые точки контакта, которые помогут привлечь клиентов или удержать существующих.

Нюансы:

- Сосредоточьтесь на самых важных точках взаимодействия.
- Тестируйте новые подходы для улучшения клиентского опыта.

Результат: Улучшенные и усиленные точки взаимодействия с клиентами.

ШАГ 7. РЕВИЗИЯ ПАРТНЕРСКИХ ОТНОШЕНИЙ

Цель: Убедиться, что ваши партнеры действительно усиливают вашу модель.

Что делать:

1. Составьте список текущих партнеров.
2. Оцените их вклад в ваш бизнес и возможные риски при уходе партнера.
3. Оцените насколько легко заменить вашего партнера.
4. Найдите возможности для новых партнерств или пересмотрите текущие договоренности.

Нюансы:

- Партнёры могут обеспечивать доступ к новым клиентам или технологиям.

- Формализуйте отношения через договоры.

Результат: Стабильная и эффективная партнерская сеть.

ШАГ 8. ОПТИМИЗАЦИЯ РЕСУРСОВ И РАСХОДОВ

Цель: Минимизировать издержки и максимально использовать доступные ресурсы.

Что делать:

1. Проверьте, хватает ли у вас ресурсов для поддержания модели.
2. Оцените, какие ресурсы можно использовать более эффективно.
3. Проанализируйте структуру расходов:
 - o Что можно оптимизировать без потери качества?
 - o Какие расходы наиболее значимы?
 - o Какие расходы должны быть в фокусе постоянного контроля ?

Нюансы:

- Регулярно пересматривайте бюджеты.
- Используйте технологии для анализа и контроля расходов.

Результат: Сбалансированная система ресурсов и расходов.

ШАГ 9. ВНЕДРЕНИЕ ИЗМЕНЕНИЙ

Цель: Реализация улучшений для интеграции их в повседневную деятельность компании.

Что делать:

1. Разработайте план реализации улучшений, включая временные рамки и ответственных.
2. Обучите сотрудников новым процессам и подходам.
3. Постепенно внедряйте изменения, отслеживая результаты на каждом этапе.
4. Измените систему мотивации сотрудников под изменения бизнес-модели

Нюансы:

- Акцентируйтесь на постоянной коммуникации с сотрудниками, чтобы объяснять цели изменений.
- Используйте пилотные проекты для тестирования крупных инициатив.

Результат: Реализованные улучшения, интегрированные в работу.

ШАГ 10. МОНИТОРИНГ И АДАПТАЦИЯ

Цель: Обеспечить устойчивость бизнес-модели за счёт регулярного контроля и адаптации к изменениям внешней и внутренней среды.

Что делать:

1. Установите ключевые показатели эффективности (KPI) для оценки результата изменений.
2. Проводите регулярный мониторинг, чтобы вовремя адаптироваться к новым условиям.
3. Будьте готовы пересматривать модель при изменении внешних условий.

Нюансы:

- Основывайтесь на метриках, связанных с клиентским удовлетворением, прибыльностью, эффективностью процессов.
- Используйте инструменты визуализации данных (дашборды, графики) для принятия решений.
- Постоянно тестируйте и улучшайте элементы модели.

Результат: Устойчивая и адаптивная бизнес-модель, готовая к новым вызовам.

ИТОГ

После выполнения всех шагов ваша бизнес-модель станет более эффективной, устойчивой и гибкой. Вы сможете быстрее реагировать на изменения, лучше удовлетворять потребности клиентов и укреплять свою позицию на рынке.

Мы предлагаем услугу [«Прокачка бизнес-модели»](#), чтобы:

- Помочь глубже проанализировать каждый элемент вашей модели.
- Подготовить ее к новым вызовам и возможностям.
- Сопроводить вас на этапе внедрения изменений.

Готовы вывести ваш бизнес на новый уровень?

Начните работу самостоятельно или [свяжитесь с нами](#), чтобы разработать эффективную бизнес-модель, способную обеспечить долгосрочный успех!