



V3 PARTNERS

ÜZLETI MODELLEZÉS

FÓKUSZ, MÓDSZEREK, ESZKÖZÖK

TISZTELET & TELJESÍTMÉNY



MOTIVÁCIÓ

Egyedül nem megy! A megvalósítás során többen lesznek körülötted, mint gondolnád:

Azért mert TE „érzed” még nem biztos hogy MÁS is „érti”

Az írás, egy rajz, segít letisztítani a gondolataidat. A számok megmutatják az összefüggéseket

Rendet vág, megmutatja hol tartasz, mi következik

Modell nélkül nincs Terv, Terv nélkül nincs Üzlet



ÜZLETI MODELL

Az értékteremtés folyamatának leírása



ÜZLETI MODELL KÉSZÍTÉS

A folyamat, ahogy az ötletből üzlet lesz. Az elképzelés

környezetbe

kerül, a nehéz kérdések felszínre jönnek. Letisztul a tevékenységi kör, az Ajánlat, a

megcélzandó piac szegmens.

Felrajzolásra kerül az

értékteremtés folyamata,

és a működés tervezett módja, mérete, kellékei.

Rendszerré állnak az elvárások, ismertté válnak a meghatározó szabályok, szerepek

és

játékosok.

A számok kapcsolata megmutatja a határértékeket, a kritikus

összefüggéseket,

és kockázatokat. Vizualizálva, egyszerűen

bemutatható

lesz az ötlet, és összehasonlítható saját alternatíváinkkal, és a versenytársak gyakorlatával szemben. Alapja az üzleti tervnek, leírja a prioritásokat, mérhetővé

teszi a megvalósítást.



A HELYES HOZZÁÁLLÁS

A TERVEZÉS FONTOSSÁGA

70%
Tervezés

30%
Kivitelezés

Jól nézz körül!



METODIKA

ÉS KRÓNIKUS FUKARSÁG

Mit?

Fehér papír

Írd le a gondolataid

Számold ki

Modellezd

Ellenőrizd

Ellenőriztesd

Támaszd alá

Minősítsd

Kritikus pontok

Mutasd be illusztrálva



Hogyan?

Munkaerőd fektesd be NE a
pénzed

Fertőzz másokat, ne egyedül
csináld

Internet – kutass

Részletek

JPÉ + kritikus gondolkodás

Józan Paraszti Ész

Csak akkor barkácsolj, ha bírod pénzzel, ha szórakoztat, és főképp ha valóban egyszerűbb egy próba
Feltételezzük, hogyha érdemes, meg tudod építeni (ez a következő megmértetés lesz)



RAJZOLD LE AZ ÜGYFELED!

TÉNYLEGES ELVÁRÁSOK KIGYŰJTÉSE

Mit gondol?

Elvárások?

Mi az ami IGAZÁN számít?

Mi motiválja?

Aggodalmak?

Mit lát?

Milyenek látszik?

Baráti kör / környezet

Piaci kínálat

Mit mond?

Mit Tesz?

Hogyan viselkedik?

Milyen a hozzáállása?

Beszéd<>Érzések



Mit hall?

Mit mondanak a:

Barátok / Család

Főnök

Véleményvezérek

Fájdalmak

Akadályok

Frusztráció

Féltelmek

Nyereségek

Szükségletek

Vágyak

Siker fokmérői

Empátia térkép, XPLANE



ÉS ŐK HÁNYAN VANNAK?

PIAC MÉRETE, JELLEMZŐI

Mutasd be!

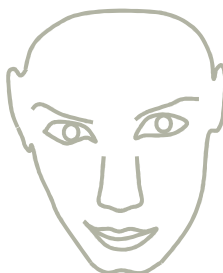
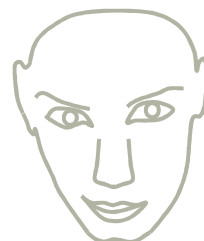
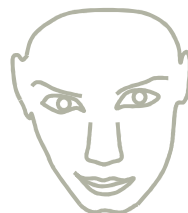
Hogyan működik most?

Mekkora az igény?

Milyen csoportok?

Mik a szabályok?

Mi várható?



Hogyan?

Számok

Ábrák, grafikonok

Hivatkozások

Elemzések, becslések

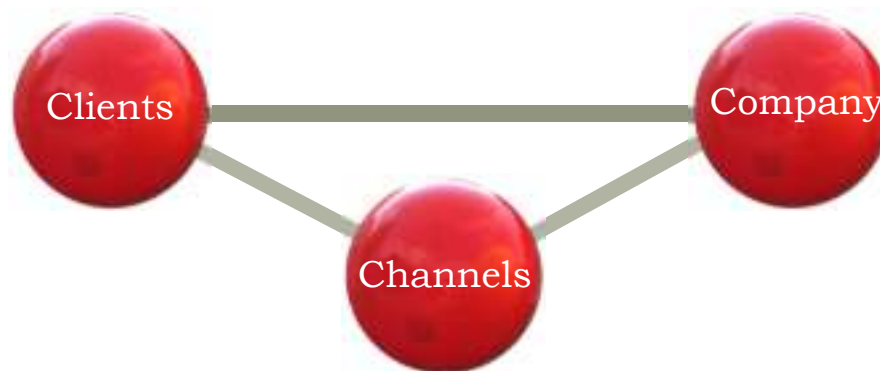
Vizualizálj!

Táltos piacokat keress, azok több teret adnak a kísérletezésre!



ÉRTÉKEK – ÉRDEKEK

EGYENSÚLY



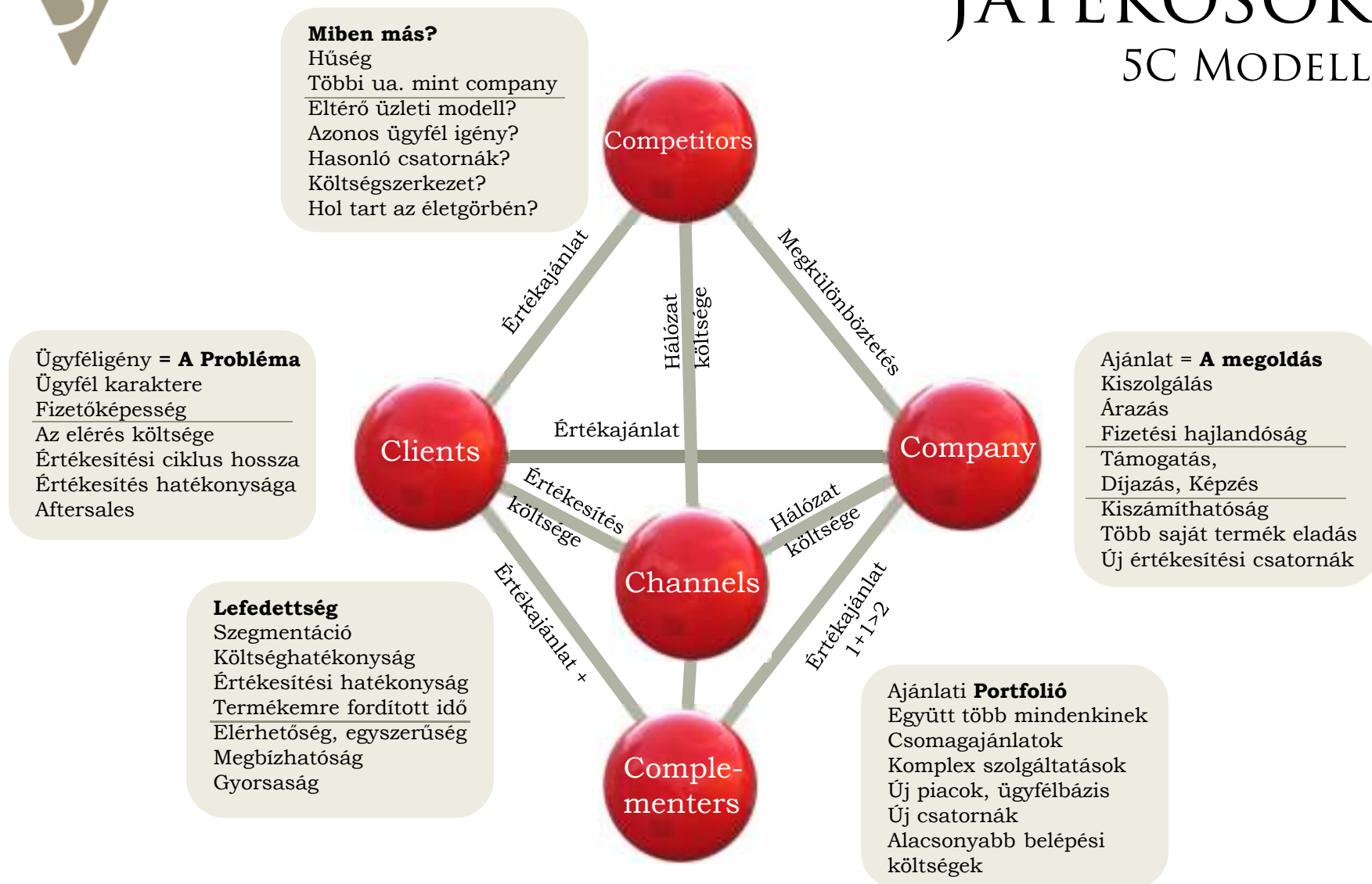
Alapelvek:

- a teremtett érték felosztása
- mindenki nyer - arányok
- elvárások és pozíciók



JÁTÉKOSOK

5C MODELL





KÜLÖNBÖZTESD MEG MAGAD!

„ÉSZREVEHETŐ” VÁLASZ AZ ÜGYFÉL IGÉNYÉRE

Ügyfél felé
A válaszok...
Miérték...
Mitől jobb
Mitől olcsóbb
Mitől más...

Befektető,
Tulajdonos felé
Mutasd be
Magyarázd el
Összehasonlítások
Számok
Trendek...



Értékesítők,
Partnerek felé
Hogyan...
Mennyivel...
Mikortól...
Megéri...

Mutasd be!
Érthetően az ajánlatot
A lényeges előnyöket
A versenytársakhoz
képesti előnyöket
Miért most, miért így

Mindenki kérdez - Az eladás itt kezdődik !



ÉRTÉKEK/ELŐNYÖK

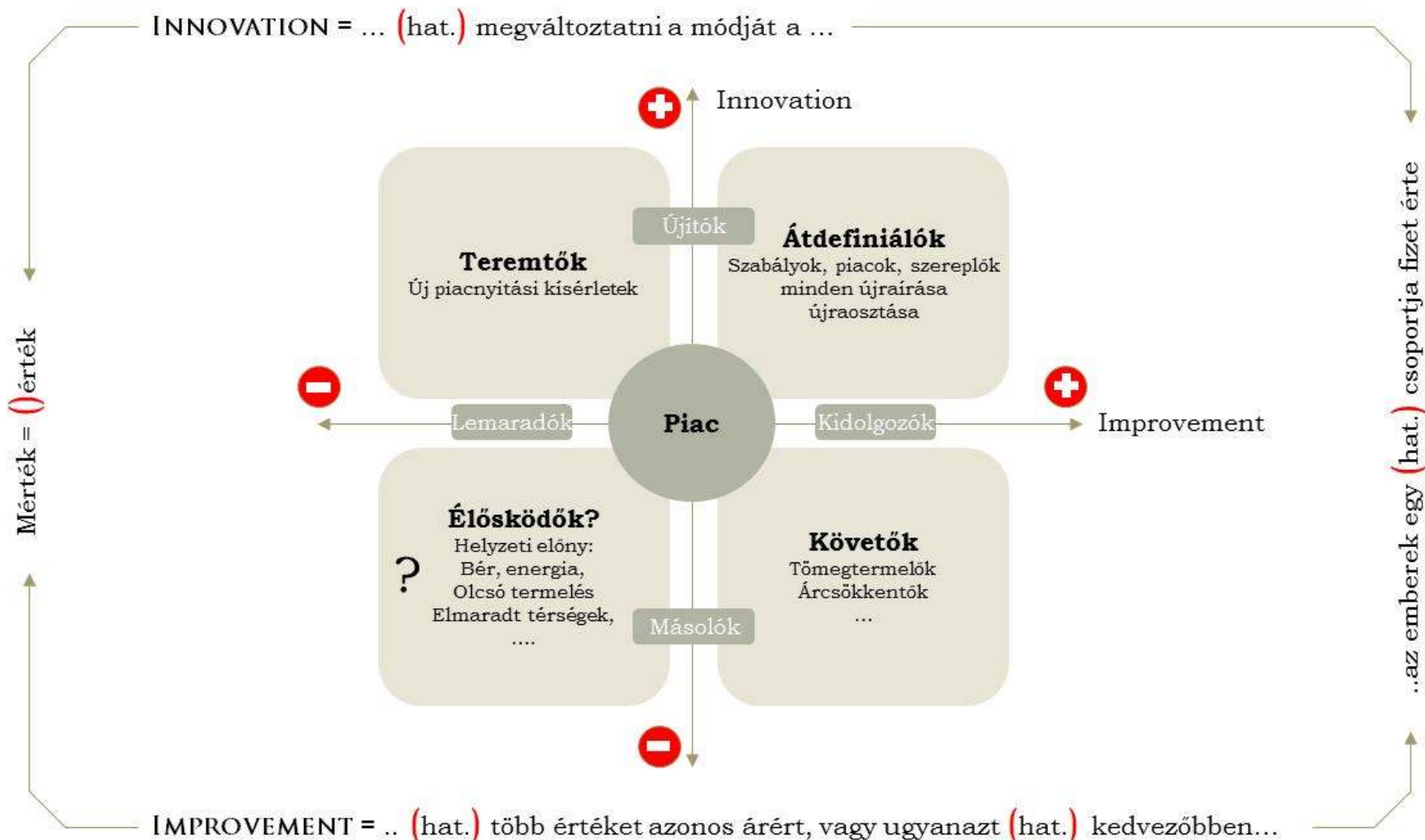
TALÁLD MEG ÉS VÁLASZOLD MEG AZ ÜGYFÉL IGÉNYÉT!

Igény:		
Tulajdonság/érték	Előny	Előny a versenytársakkal szemben



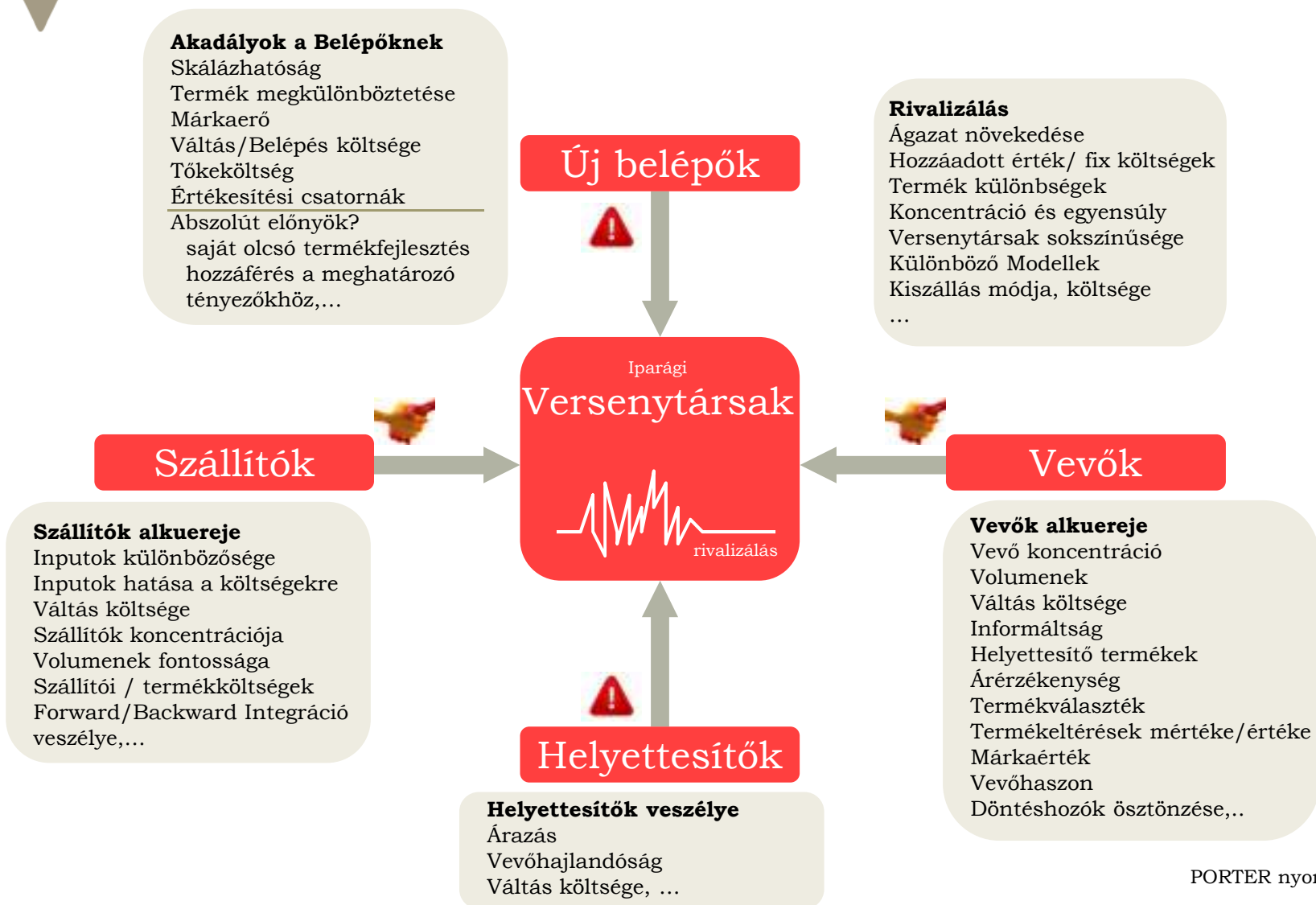
MIBEN MÁS?

2IS-MODELL, HELYEZD EL MAGAD!





MOZGÁSTÉR – A PÁLYA



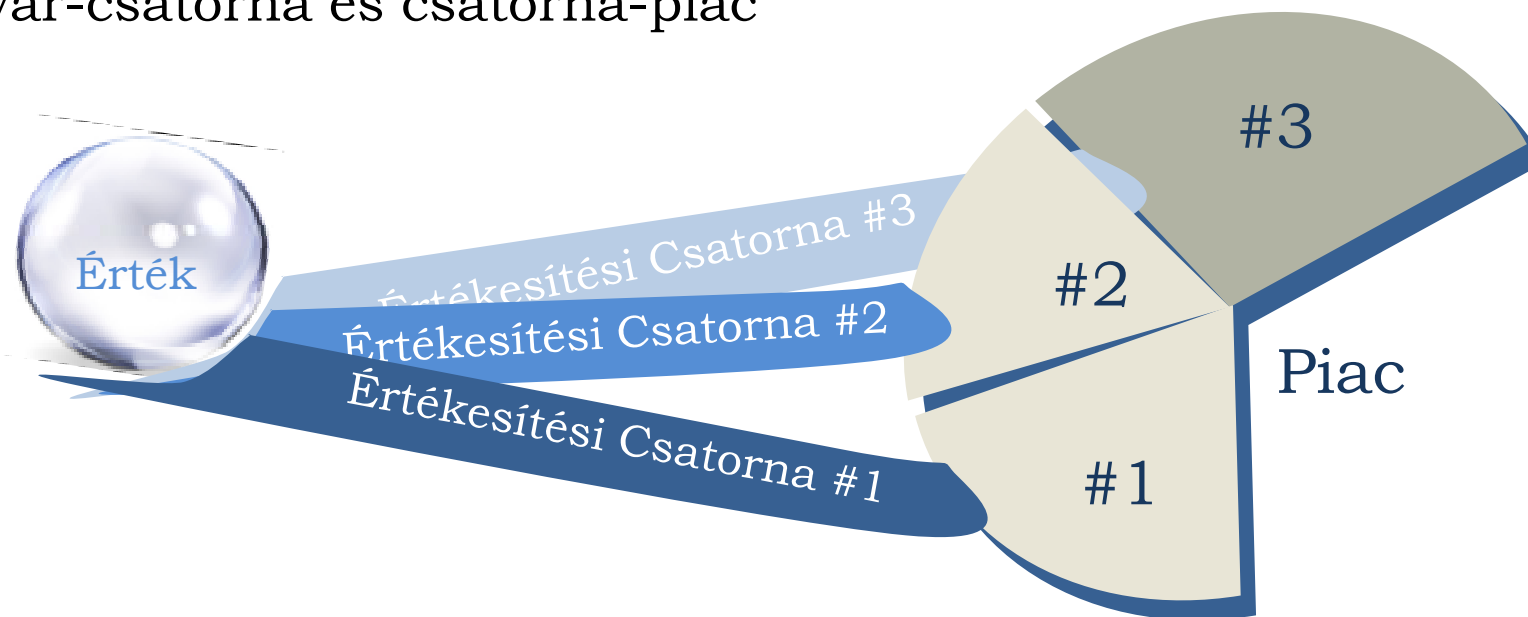
PORTER nyomán



ÚT A PIACRA

SZERVEZZ ÉRTÉKESÍTÉSI CSATORNÁKAT!

- Minél változatosabb, annál finomabban, gazdaságosabban tudsz „célozni”
- Bármily jó terméket el kell adni: költsége=értékesítési erőfeszítés mértéke + csatornaszervezés költsége
- A csatornát mindkét végén illeszteni kell: termék sajátosságok, gyár-csatorna és csatorna-piac





A MODELL

A MŰKÖDÉS BEMUTATÁSA

- Válassz egy módszert (néhányat itt is találsz...)
- Tedd bele az eddigieket (ügyfél, ajánlat, játékosok...)
- Kapcsold össze őket
- Jelöld az összefüggéseket
- Mutasd be a folyamatot
- A lényeges pontokra koncentrálj
- Kellenek számok (méretek, díjak, arányok,...)
- Tisztítsd le
- Csapatban a leghatékonyabb
- Ne félj az újtól, de indokold
- Cél:egy teljes kép, átlátható, bemutatatható, megérthető



ÉRTÉKTEREMTÉS

RAJZOLJ! DÖNTÉSEK ÉS KÖVETKEZMÉNYEK

Rajzkészlet

Döntések

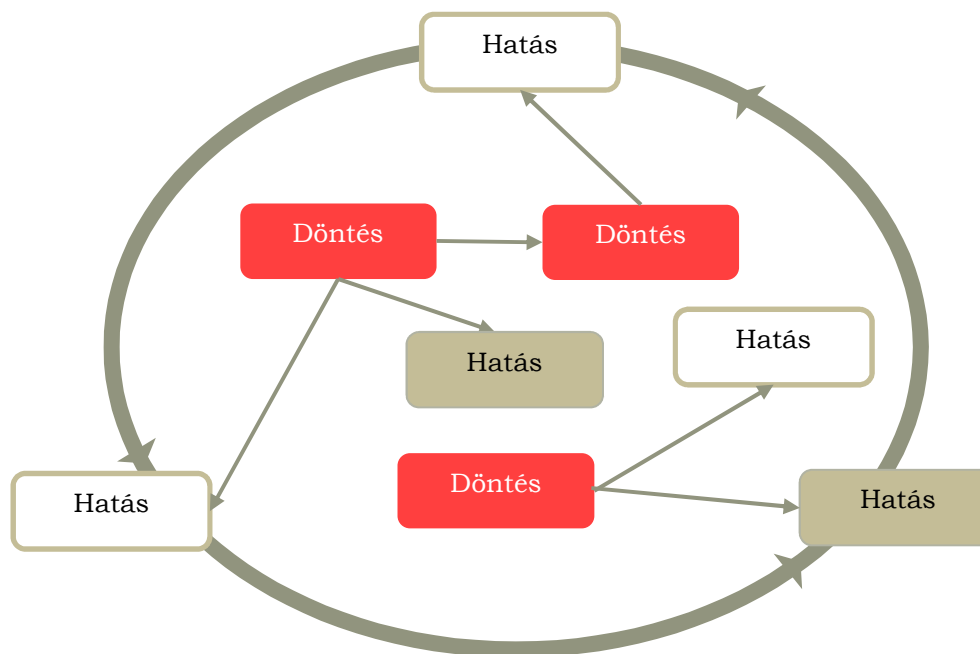
- Szabályok
- Eszközök
- Irányítás

Hatásuk

- Lomha
- Azonnali

→

→



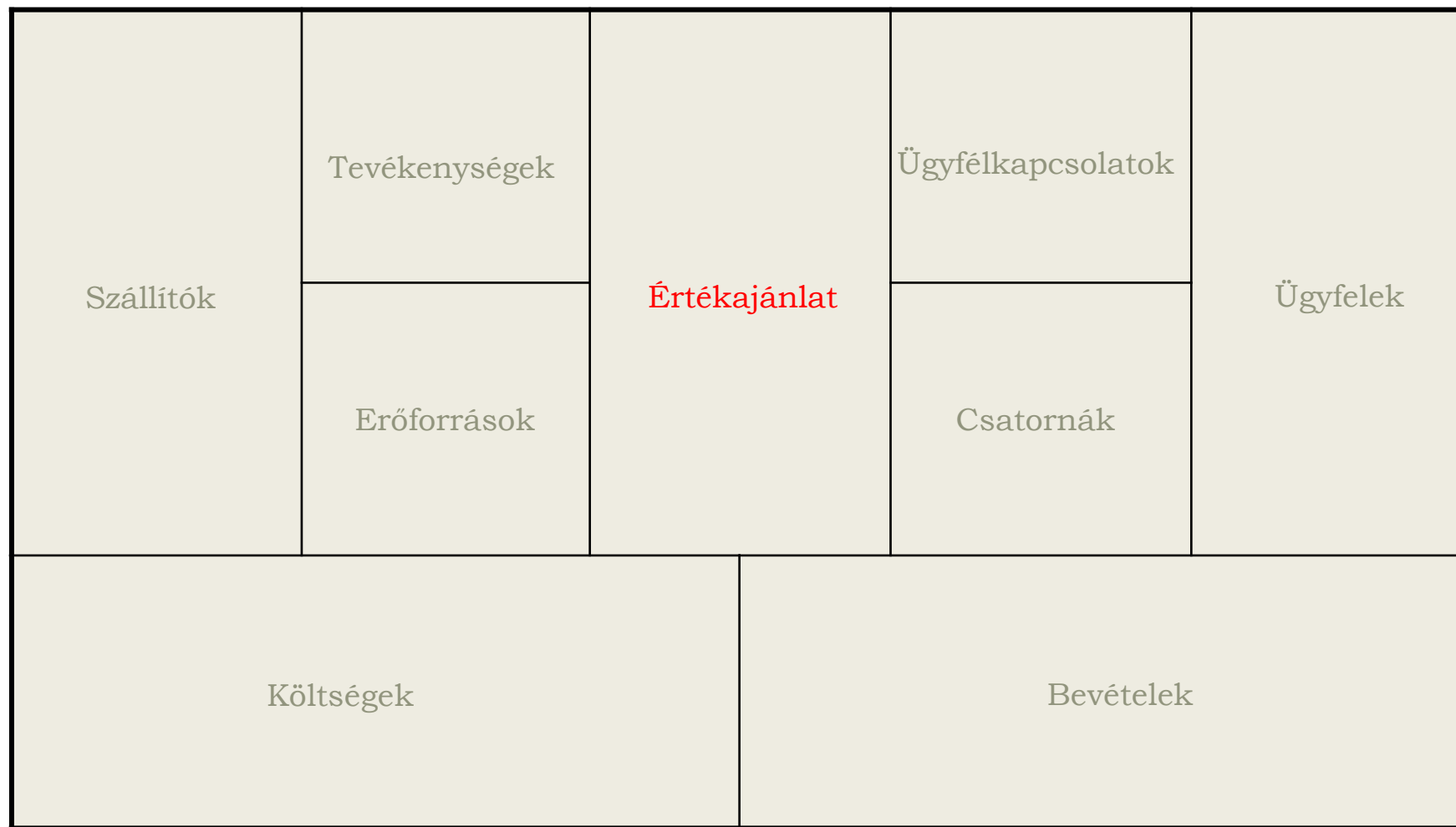
1. Hozz döntést a jelölt témákban. Írd a piros boksza!
2. Jelöld a következményeket: azonnali, vagy lassan reagáló. Írd a „pezsgő” boksza!
3. Emeld ki a lényegét! Húzd ki a szélére!

lavina effektus = versenyképességet erősítő, pozitív hurkok



ÉRTÉKTEREMTÉS

TÖLTSD KI, AHOGY AZ ÜZLET MŰKÖDIK!



BMC tool

MODELL

MÓRUCZ LÁSZLÓ

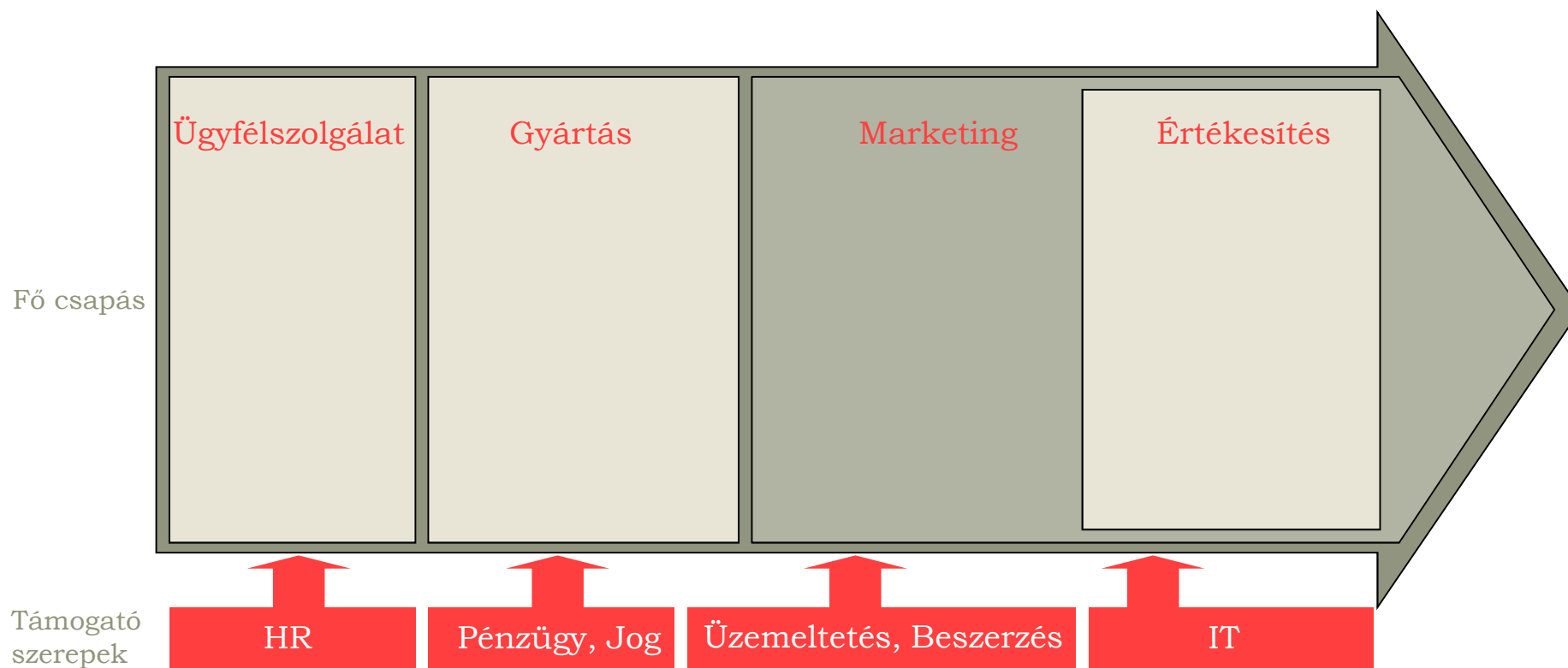
V3 PARTNERS INC.
COPYRIGHT 2013

18



ÉRTÉKTEREMTÉS - A VÁLLALAT

MI AZ AMI „CORE”? MEDDIG?



Jelöld a kritikus egységeket, erőforrásokat !

MODELL

MÓRUCZ LÁSZLÓ

V3 PARTNERS INC.
COPYRIGHT 2013

19



ÉRTÉK-MAXIMALIZÁCIÓ

TÉNYLEG MINDEN KELL? ELBÍROD?

Kihúzni / Megszüntetni

Versenytársaknál „szokásos” újragondolása
Érték-e ez a Vevőknél? Használják -e?

Iparági standardok újragondolása

Csökkenteni

Versenytársak szintje alá!
Legyen fenntartható!
Fukarság! Ésszerűség! Szolgáltatási szint!
Próbáld folyamatosan! (JPÉ, LEAN,...)



Létrehozni

Kavard meg a paklit!
Hozz be eddig nem ismert tényezőket!
Fogadtasd el!
Szedd be az érték ellenértékét!

Növelni

Versenytársak szintje fölé emelt
ügyfél által elismert(!)
érték, szolgáltatás, termék

Kim, Mauborgne nyomán



KÜLSŐ HATÁSOK

LÉGY PARANOID! – MINDEN VÁLTOZIK!





SWOT

INTEGRÁLD A MODELLBE!

- SWOT: Erősségek **S** – Gyengék **W**– Lehetőségek **O** – Veszélyek **T**
- Ha az eddigieket elvégezted, a SWOT már összeállt
- Nem önmagáért való, nem kell külön, építsd a Modellbe!
- Csak a lényegét - nem tudsz, nem kell mindnek azonnal nekiesni!
- A Cél dönt a sorrendről
 - Értékteremtést meghajtó
 - Értékteremtést veszélyeztető
- Kevés jelet használj! – és csak ott, ahol fel akarod hívni rá a figyelmet

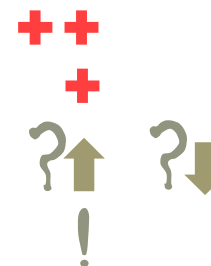
Például:

kiváló: megkülönböztet

Jó: elvárásaink szerint teljesít

Munka van vele: még dolgozni kell rajta

Kritikus: nagy gond lehet belőle





FÓKUSZ

ÖSSZEGEZZ! EMELD KI A LÉNYEGET!

- + Biztos pontok
Erősebbek, mint máshol
Már léteznek

- ?↑ Kihívások
Kritikus sikertényezők
Mérföldkövek
Mi az, ami hiányzik
Kiemelt kockázatok

- Válaszok
Elképzelés a kezelésükre
„B” tervek, alternatívák
Mérés, riportok

Jelöld a modellben színekkel, jelekkel!



TESZTEK

AZ ÜGYFÉL MAGA, ÉLŐBEN

A sikerhez elengedhetetlen az a
képeség, hogy alacsony
költségekkel kísérleteket végezzünk
és tanulságait felhasználjuk a modell
tökéletesítéséhez.



NEVEZD EL A MODELLED!

ELLENŐRZÉS, ITERÁCIÓ, JOBBÁTÉTEL

Mit játszol?
 Melyik térfélen?
 Jelek
 Viselkedés

az üzlet sajátosságai
 szabályok, amihez tartod magad
 amikor újra tervezel
 szervezd rá a cégekultúrát!



Írd ki mindenhova, hogy emlékezz, emlékeztess!



ÜZLETI TERV

Az üzleti modell egy végrehajtható változata:

- Részletekig kidolgozva
- Számokkal, feltételezésekkel, vállalásokkal
- Értékesítési tervvel
- Pénzügyi táblákkal
- Kockázati térképpel
- Erőforrásokkal
- Ütemezéssel
- Tesztfunkciókkal

Az üzleti tervről, és tervezésről, formájáról bővebben:

Vállalkozói Technikák, 5. fejezet, Üzleti tervezés, v3partners.hu, 2011

Írj egy üzleti tervet!, v3partners.hu, 2014



HAJRÁ!