

VIRTUAL TECHNOCRATS

Л. Джошуа Айков, Патриция А. Рорабо

РАБОЧАЯ ТЕТРАДЬ

ПО СОСТАВЛЕНИЮ

*БИЗНЕС-ПЛАНА ДЛЯ КОММЕРЧЕСКОГО
INTERNET-ПРОЕКТА*

**ПРИВЕТСТВУЕТСЯ СВОБОДНОГО РАСПРОСТРАНЕНИЕ ДАННОГО ИЗДАНИЯ
ПРИ УСЛОВИИ СОХРАНЕНИЯ ЕГО ЭЛЕКТРОННОГО ФОРМАТА.**

ПРОДАЖА ДАННОГО ИЗДАНИЯ ЗАПРЕЩАЕТСЯ !!!

© Virtual Technocrats, 2004.
© Павел Берестнев, 2004

СОДЕРЖАНИЕ:

От переводчика	3
Введение	4
1. Постановка целей и задач	5
2. Анализ аудитории	8
3. Маркетинговая стратегия	10
4. Финансовый анализ	12
5. Разработка INTERNET-представительства	13
6. Анализ конкуренции	14
7. Описание сайта	15
8. Определение приоритетов в предложении товаров (услуг)	16
9. Персонал разработки и обслуживания сайта	18
О переводчике	19
Рекомендуем посетить	20

От переводчика

Дорогой читатель!

Издание, которое Вы в настоящее время держите в руках, не похоже на все остальные электронные книги, какими мы привыкли их видеть. Ибо это – не книга в прямом понимании этого слова, а настоящая рабочая тетрадь, вернее, ее заготовка. Умелое использование данной тетради сможете уберечь Вас от принятия необдуманных решений, совершения лишних и губительных шагов на пути к успеху в Вашем электронном бизнесе.

На что следует обратить внимание при закладке основ собственного коммерческого INTERNET-проекта? Этот вопрос чаще всего задают и мне, и другим специалистам и консультантам в области электронного бизнеса авторы новых перспективных INTERNET-проектов. Ответ здесь может быть только один: конечно же, планирование! Причем планирование на научной и практической основе. Именно этому вопросу посвящено издание, которые Вы сейчас держите в руках.

Комментируя содержание данной рабочей тетради могу сказать только одно: если бы на тот момент, когда я начинал работу по развитию собственного электронного бизнеса у меня была данная тетрадка, многое сложилось бы по-другому. Достичь успеха, хорошей и достойной прибыли, а также результативности всех предпринимаемых шагов я сумел бы гораздо раньше. Я гораздо меньше потратил бы времени и сил впустую, гораздо раньше бы понял, где следует искать истину и над чем в первую очередь нужно усиленно поработать.

Выражаю надежду на то, что данное издание попало к Вам вовремя и своевременно, и сумеет оказать Вам столь необходимую помощь на первых порах развития собственного электронного бизнеса, а также на этапе совершенствования уже существующего. Уверен, что Вы сумеете достаточно проникнуть в смысл всех записей в этой коротенькой тетрадке и на ее основе принять наиболее разумные и полезные решения в дальнейшем.

Искренне Ваш,
Директор Виртуального Колледжа
электронной коммерции,



Stavros Tsakalopoulos

Введение

Крах большого количества не оправдавших надежд INTERNET-проектов наглядно показал, что успешное развитие предпринимательской деятельности в Сети подразумевает нечто большее, нежели просто загрузка на удаленный сервер определенного контента. Для большинства компаний электронный бизнес представляет собой не непосредственно осуществление предпринимательской деятельности, а дополнительную возможность получения интенсивной и недорогой рекламы, а также освоение новых рынков сбыта. Но как бы то ни было, для того, чтобы добиться хорошего успеха в онлайн-предпринимательской деятельности, необходимо проанализировать большое количество показателей и предпринять довольно сложные шаги в области планирования. Очевидно, что любой предприниматель должен, прежде всего, разбираться в собственных товарах (услугах), знать свой рынок и методику работы с ним. Точно также для достижения успеха в онлайн-предпринимательской деятельности нужно четко понимать, зачем Вам нужен сайт и каких целей Вы стремитесь с его помощью достичь. Сэкономить Ваше время, средства, а также добиться высокой конкурентоспособности, так необходимой любому онлайн-бизнесмену, возможно лишь приложив требуемые усилия на стадии планирования Вашего проекта.

Для того, чтобы предоставить в распоряжение предпринимателей целостный алгоритм составления качественного бизнес-плана для коммерческого INTERNET-проекта, мы и разработали настоящую рабочую тетрадь. И высокую результативность данного алгоритма мы доказали путем применения его в деятельности собственной фирмы - **Virtual Technocrats**. В частности, данная тетрадь позволила нам существенно сэкономить расходы на web-дизайн и ускорить развитие проекта. Поэтому если Вы собираетесь заниматься электронным бизнесом, мы очень рекомендуем тщательно и полно ответить на все нижеприведенные вопросы.

Дополнительную бесплатную информацию о планировании INTERNET-бизнеса Вы можете найти на нашем сайте по адресу: <http://www.virtualtechnocrats.com/selfhelp>

1. Постановка целей и задач

Постановка целей и задач – самостоятельный и очень важный шаг в разработке Вашего бизнес-плана. Цели и задачи должны быть четко и ясно определены задолго до того, как начнется деятельность по разработке и оформлению сайта. Судите сами: если Вы толком не представляете себе, для чего Вам нужен сайт, как поймут его предназначение Ваши реальные и потенциальные клиенты, от действий которых зависят Ваш успех или поражение?

Обеспечение потока новых клиентов через имеющийся канал сбыта

Задачи: опишите те действия, которые необходимо предпринять для достижения данной цели

Оценка: опишите, на основе каких критериев Вы будете оценивать результативность предпринятых действий.

Обеспечение запросов дополнительной информации

Задачи: опишите, те действия, которые необходимо предпринять для достижения данной цели

Оценка: опишите, на основе каких критериев Вы будете оценивать результативность предпринятых действий.

Укрепление и повышение корпоративного имиджа

Задачи: опишите те действия, которые необходимо предпринять для достижения данной цели

Оценка: опишите, на основе каких критериев Вы будете оценивать результативность предпринятых действий.

Обеспечение интернационального охвата рынков

Задачи: опишите те действия, которые необходимо предпринять для достижения данной цели

Оценка: опишите, на основе каких критериев Вы будете оценивать результативность предпринятых действий.

Расширение пользовательской осведомленности о товарах (услугах)

Задачи: опишите те действия, которые необходимо предпринять для достижения данной цели

Оценка: опишите, на основе каких критериев Вы будете оценивать результативность предпринятых действий.

Повышение качества обслуживания клиентов

Задачи: опишите те действия, которые необходимо предпринять для достижения данной цели

Оценка: опишите, на основе каких критериев Вы будете оценивать результативность предпринятых действий.

Информирование клиентов о новых товарах, скидках, новостях и т.п.

Задачи: опишите те действия, которые необходимо предпринять для достижения данной цели

Оценка: опишите, на основе каких критериев Вы будете оценивать результативность предпринятых действий.

Продажа товаров (услуг) непосредственно с сайта

Задачи: опишите те действия, которые необходимо предпринять для достижения данной цели

Оценка: опишите, на основе каких критериев Вы будете оценивать результативность предпринятых действий.

Тестирование новых рыночных ниш

Задачи: опишите те действия, которые необходимо предпринять для достижения данной цели

Оценка: опишите, на основе каких критериев Вы будете оценивать результативность предпринятых действий.

Снижение расходов за счет сокращения цепочки реализации

Задачи: опишите те действия, которые необходимо предпринять для достижения данной цели

Оценка: опишите, на основе каких критериев Вы будете оценивать результативность предпринятых действий.

Реорганизация и улучшение работы внутри компании

Задачи: опишите те действия, которые необходимо предпринять для достижения данной цели

Оценка: опишите, на основе каких критериев Вы будете оценивать результативность предпринятых действий.

Предоставление информации клиентам и партнерам о товарах

Задачи: опишите те действия, которые необходимо предпринять для достижения данной цели

Оценка: опишите, на основе каких критериев Вы будете оценивать результативность предпринятых действий.

Размещение виртуальных торговых залов

Задачи: опишите те действия, которые необходимо предпринять для достижения данной цели

Оценка: опишите, на основе каких критериев Вы будете оценивать результативность предпринятых действий.

Предоставление клиентам возможности совершения заказа в онлайн

Задачи: опишите те действия, которые необходимо предпринять для достижения данной цели

Оценка: опишите, на основе каких критериев Вы будете оценивать результативность предпринятых действий.

Поиск и вербовка новых сотрудников

Задачи: опишите те действия, которые необходимо предпринять для достижения данной цели

Оценка: опишите, на основе каких критериев Вы будете оценивать результативность предпринятых действий.

Иные цели

Задачи: опишите те действия, которые необходимо предпринять для достижения данной цели

Оценка: опишите, на основе каких критериев Вы будете оценивать результативность предпринятых действий.

Иные цели

Задачи: опишите те действия, которые необходимо предпринять для достижения данной цели

Оценка: опишите, на основе каких критериев Вы будете оценивать результативность предпринятых действий.

2. Анализ аудитории

Для того, чтобы уметь удовлетворять нужды клиентов, Вам необходимо хорошо знать собственную аудиторию. Коммерческий сайт создается не только для того, чтобы с его помощью извлекать прибыль, но и для того, чтобы клиентам было удобно Вам ее приносить. Каждая мелочь и деталь в оформлении сайта должна от начала до конца отвечать вкусам, предпочтениям, уровню образования и другим показателям, характерным для Ваших клиентов.

Исследование имеющейся клиентской базы

- Если у Вас уже есть клиенты, используют ли они INTERNET (да/нет)
- У всех ли есть e-mail адрес? (да/нет)
- Как часто они пользуются Сетью? (ежедневно, раз в неделю и т.п.)
- Какой у них уровень овладения Сетью? (новички, пользователи и т.п.)
- Где они выходят в Сеть? (дома, на работе, в INTERNET-кафе и т.п.)

Демографические характеристики Вашей INTERNET-аудитории

(Внимание! Разработайте данную секцию перед тем, как начнете раздавать формы и анкеты для опросов, а не наоборот!!!)

- интересы: опишите, чем интересуется Ваша целевая аудитория.
- предпочтения: опишите, что нравится Вашим клиентам.
- неприязни: опишите, чего Ваши клиенты не любят.
- демография (пол, возраст, семейное и социальное положение и т.п.).
- образование: Каков уровень образования у Ваших клиентов?

Кто может составить Вашу дополнительную аудиторию?

- интересы: опишите, чем интересуется Ваша дополнительная аудитория.
- предпочтения: опишите, что нравится ее представителям.
- неприязни: опишите, чего они не любят.
- демография (пол, возраст, семейное и социальное положение и т.п.).
- образование: Каков уровень образования у этих людей?

Технографические характеристики онлайн-аудитории

- Как часто они пользуются Сетью? (ежедневно, раз в неделю и т.п.)
- Какой у них уровень овладения Сетью? (новички, пользователи и т.п.)
- Где они выходят в Сеть? (дома, на работе, в INTERNET-кафе и т.п.)

3. Маркетинговая стратегия

Большинство начинающих предпринимателей абсолютно уверены в том, что если они выложат в Сети сайт, на него автоматически начнут приходить толпы посетителей. Это глубокое заблуждение. Посетители, которые являются Вашими потенциальными клиентами, начнут приходить на Ваш сайт только при одном условии: правильном выполнении маркетинговой работы. И успех Вашего онлайн-бизнеса во многом зависит от эффективности той маркетинговой стратегии, которую Вы разработаете.

Временной порог разработки сайта

Когда Вам необходим собственный сайт?

- уже имеется;
- нужен немедленно;
- через три месяца;
- через полгода;
- через год.

Интеграция сайта с Вашим бизнесом с точки зрения маркетинга

- публикация пресс-релизов и иной новостной информации
- включение адреса сайта и электронной почты в печатные материалы
- публикация информации о специальных предложениях
- сбор адресов потенциальных клиентов для их последующего информационного сопровождения
- публикация расписаний торговых мероприятий
- размещение презентаций
- размещение сайта в тематических каталогах
- иные направления

Каким образом Вы поведаете своей аудитории о сайте

- реклама в почтовых рассылках
- принятие участия в тематических дискуссионных листах
- регистрация на поисковых системах

- размещение рекламы в группах новостей
- использование чатов
- обмен ссылками со сходными сайтами
- баннерная реклама
- использование файлов подписи в корреспонденции
- написание и размещение в онлайн соответствующих публикаций
- размещение информации на тематических порталах
- осуществление аффилиат-программ
- иные способы

4. Финансовый анализ

Как и абсолютное большинство земных благ, осуществление своего электронного бизнеса не является бесплатным занятием. Стоимость создания и содержания Вашего коммерческого ресурса всецело зависит от уровня и размаха Вашего бизнеса. Кроме того, рынок INTERNET-услуг, которыми Вам будет необходимо воспользоваться достаточно динамичен и цены подвержены колебаниям, хотя и не слишком заметным. Но как бы то ни было, Ваш бюджет должен быть тщательным образом просчитан и спрогнозирован, Вы должны иметь необходимые резервы на всякие «непредвиденные» случаи.

Расходы на Web-дизайн

- способны разработать сайт самостоятельно (расходы = 0)
- требуются услуги профессионального вебмастера.

Бюджет на разработку сайта (от объема информации):

1 Mb = ... \$

5 Mb = ... \$

25 Mb = ... \$

50 Mb = ... \$

100 Mb = ... \$ и так далее. Размер сайта зависит не только от количества размещаемой на нем информации, но и от используемых в его дизайне INTERNET-технологий.

Расходы на содержание сайта

Регистрация доменного имени = ... \$

Оплата дискового пространства = ... \$

(Как единовременно, так и ежемесячно или с иными интервалами)

Организация продаж на сайте

Оплата разработки и обслуживания виртуального магазина

Оплата установки и поддержки процессора приема электронных платежей

Оплата лицензий на размещение контента

Название компании – владельца лицензии

Тип контента

Плата за лицензию

5. Разработка INTERNET-представительства

После того, как Вы определили свои статьи расходов, пришло время технической реализации проекта. Здесь необходимо принять во внимание следующие показатели.

Наличие собственного доменного имени

Есть ли у Вас собственное доменное имя?

Если нет, его необходимо тщательно продумать и зарегистрировать

Выбор провайдера хостинга

На сервере какой компании Вы разместите собственный сайт?

Выбор службы Web-дизайна

Какой компании Вы поручите разработку и оформление сайта?

6. Анализ конкуренции

INTERNET – среда с очень высокой конкурентностью. Поэтому ключом к успеху любого электронного проекта является знание своих конкурентов и непрерывное слежение за их поведением и складывающейся вокруг них ситуацией.

Основные конкуренты на текущий момент

Название компании

Адрес сайта

Предпочтения *опишите, что предпочитает делать конкурент*

Неприятности *опишите, чего предпочитает не делать конкурент*

Мета-теги, используемые конкурентом в своем сайте

Текущие рейтинги поисковых систем

5 первых позиций по ключевым словам Вашей категории

Описание технологии поиска

Каким образом клиенты в Вашей сфере ищут продавцов?

Подробно опишите критерии поиска, оцените, в чем сила и слабость Ваших конкурентов, а также как их можно опередить на данном поприще

7. Описание сайта

Как ни крути, а поисковые системы по-прежнему остаются одним из важнейших инструментов поиска клиентами предпринимателей, способных удовлетворить их нужды. Поэтому при работе над сайтом важное внимание следует уделять его описанию, прежде всего – подбору правильных ключевых слов.

Список ключевых слов и фраз

Выпишите все специфические и тематические ключевые слова и фразы, по которым Вас может искать потенциальный клиент

Отбор важнейших слов и фраз

Из полученного списка выпишите самые популярные и точные слова и фразы, которые чаще всего используются аудиторией

Составление описания

Составьте краткое, но красочное описание Вашего сайта с использованием полученного в предыдущем шаге списка (описание должно представлять собой связный текст из 20 – 25 слов общей длиной не более 200 символов).

8. Определение приоритетов в предложении товаров (услуг)

Как правило, начинающие предприниматели пытаются продавать через Сеть все подряд любыми способами, вкладывая солидные суммы в непродуманные проекты. Для того, чтобы избежать лишних трат сил, времени и средств, в Вашем бизнес-плане обязательно должны быть проделаны следующие шаги. Прежде всего, успех в онлайне достигается за счет уникальности предложения. Пришло время продемонстрировать Вашу уникальность широким массам.

Составление характеризующего списка

Составьте список товаров (услуг), которые собираетесь продавать

- название товара (услуги)
- уникальность (что делает Ваше предложение уникальным)
- способ продвижения данного товара через Сеть

Составление конфликтного списка

Для каждого пункта характеризующего списка отдельно выпишите:

- каким образом традиционная схема реализации данного товара конфликтует с той, которую Вы намерены применить в своем электронном бизнесе?
- каким образом традиционная схема реализации данного товара согласовывается с той, которую Вы намерены применить в своем электронном бизнесе?

Генераторы клиентских возвратов

Какие шаги Вы намерены предпринять, чтобы клиенты как можно чаще возвращались на Ваш сайт?

- специальные мероприятия «только для клиентов»
- конкурсы и лотереи между клиентами
- раздача купонов
- постоянное обновление ассортимента
- новостные презентации
- бесплатные инструменты работы в Сети
- бесплатную информацию

- бесплатные услуги на сайте
- иные средства и способы.

Подробно опишите каждый пункт

Оценка размещаемой на сайте информации

Ответьте на вопрос, который постоянно задают пользователи Сети (в частности – Ваши потенциальные клиенты): почему я должен посетить этот сайт? С этой точки зрения оцените:

- пользовательские желания
- способы удовлетворения Вами пользовательских желаний (какую информацию соответственно какому желанию Вы будете на сайте размещать).

Руководство пользовательскими действиями

Каких действий Вы ждете от Ваших посетителей и как Вы стремитесь эти действия обеспечить? Составьте подробный список их следующих пар пунктов:

- желаемое действие
- способ побудить посетителя совершить желаемое действие.

9. Персонал разработки и обслуживания

К несчастью, Ваш сайт не в состоянии возникнуть из воздуха. Если Вы не сочетаете в себе все необходимые умения и навыки для реализации Вашего проекта на практике, придется обзавестись командой сотрудников. Если Вы занимаетесь развитием малого или домашнего бизнеса, то Ваша команда может вполне сформироваться из двух-трех человек и не повлечь за собой никаких управленческих проблем. Но вот если количество работников переваливает за пять, тут без планирования не обойтись. К тому же практика показывает, что гораздо более внушительные результаты достигаются именно командными, а не единоличными усилиями.

Заведующий проектом

Кто будет возглавлять разработку сайта?

Заведующие направлениями

Кто будет контролировать отдельные направления работы над сайтом?

Технические работники

Кто будет выполнять техническую работу по созданию сайта, подчиняясь заведующим направлениями?

Субъекты приемки-передачи

Кто будет отчитываться перед Вами за выполнение технических работ по проекту?

О переводчике



Павел Берестнев – основатель, Директор и продюсер [Виртуального Колледжа электронной коммерции](http://www.berestneff.com) (<http://www.berestneff.com>) — коммерческого образовательного INTERNET-ресурса, посвященного анализу, обобщению и внедрению передового опыта зарубежных специалистов в российский онлайн-бизнес, а также разработке наиболее перспективных направлений отечественного INTERNET-маркетинга.

Павел Берестнев родился 09 августа 1979 года в г. Борисоглебске Воронежской области, затем вместе со своей семьей переехал в г. Коломну Московской области, где проживает и работает по настоящий день. В 2001 году закончил юридический факультет Коломенского государственного педагогического института и получил диплом с отличием с квалификацией «юрист».

С детства отличался повышенным интересом к английскому языку, который в 2000 году был логически совмещен с увлечением теорией и практикой электронного бизнеса на Западе, главным образом в США. За три года напряженной работы по отделению зерен от плевел в данном вопросе накопил колоссальный теоретический и практический материал, который решил в 2003 году сделать достоянием широкой российской общественности. Так появился Виртуальный Колледж электронной коммерции.

В настоящее время активно работает по развитию Колледжа, ведет активную переписку с ведущими американскими специалистами в области малого электронного бизнеса. Автор большого количества статей и других публикаций по вопросам электронной коммерции, ведущий бесплатной рассылки «E-commerce-статья недели», автор и ведущий нескольких онлайн-тренингов.

РЕКОМЕНДУЕМ ПОСЕТИТЬ

Дорогие друзья!

[Виртуальный Колледж электронной коммерции](#) приглашает Вас на свои страницы, где для Вас доступны следующие разделы, содержащие качественную, отобранную и отфильтрованную, а главное – **БЕСПЛАТНУЮ** – информацию, причем в очень больших количествах:

Статьи и отчеты по всем вопросам, касающимся открытия и ведения собственного электронного бизнеса! Более 200 эксклюзивных статей зарубежных специалистов в области электронной коммерции в более чем 10 разделах. Данные статьи Вы не найдете нигде по той простой причине, что они переведены с английского языка на русский лично Павлом Берестневым. Если Вы видели их где-то еще, это означает только одно: они перепечатаны с нашего сайта.

Поэтому не раздумывая приходите и читайте, пока эта информация не попала в руки ваших конкурентов! Самое горячее и свежее из первых рук!

<http://berestneff.com/articles.htm>

Электронные книги зарубежных специалистов в области электронного бизнеса переведены для Вас с английского языка на русский Павлом Берестневым совершенно бесплатно!

<http://berestneff.com/books.htm>

Курсы обучения – качественная, систематизированная и подаваемая на четкой временной основе обучающая информация. Это именно то, что Вам нужно! Эксклюзивные переводы трудов зарубежных авторов!

<http://berestneff.com/courses.htm>

Интервью и письма. Читайте интервью российских и зарубежных специалистов в области электронного бизнеса! Интервью взято у специалистов самим Павлом Берестневым, больше этой информации Вы не найдете нигде!

<http://berestneff.com/interview.htm>

Спешите, пока Вас не опередили конкуренты, на сайт Виртуального Колледжа электронной коммерции (<http://www.berestneff.com>) !!!

Вся перечисленная информация переведена на русский язык с учетом российской специфики предпринимательской деятельности в Сети, строго отобрана и адаптирована к условиям RuNET'a!!!



Я очень рад предоставить все это в Ваше распоряжение совершенно бесплатно. Желаю всяческих успехов, крепкого здоровья и процветания Вашему бизнесу! Всегда жду Вас на страницах моего Колледжа и рад встрече с Вами в выпусках моей бесплатной рассылки!

*Искренне Ваш,
Директор Виртуального Колледжа
электронной коммерции*

Павел Павлович
Павел Павлович