

# **ЭКСПРЕСС-АНАЛИЗ РЫНКА**

# Почему это важно?

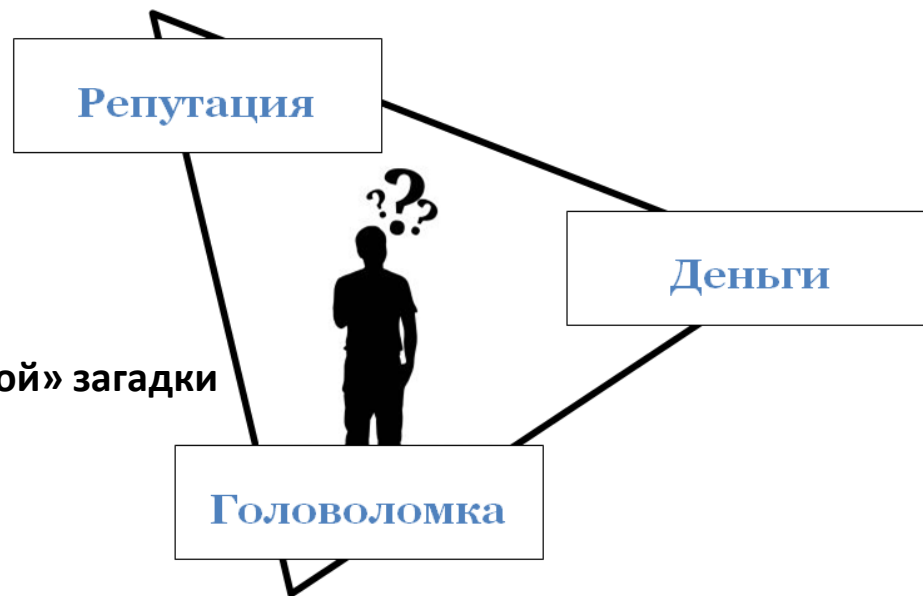


Матрица удовлетворенности Пирса

# Почему так происходит?

По мнению социолога Роберта Мёртона,  
исследователем движут три типа мотивации:

- репутация (статус)
- деньги (материальные блага)
- поиск решения для «неразрешимой» загадки (головоломка)



# Зачем проводить анализ рынка?



**Неконкурентный проект должен умирать быстро,  
освобождая место для другого в жизни предпринимателя!**

# Общая схема



# Потребитель

Важно понимать  
потребителя проекта!

Для этого могут  
использоваться  
различные методики:

- «Customer development»
- «Jobs to be done»
- «User story mapping»





# Счёт «по головам»

## Объём рынка

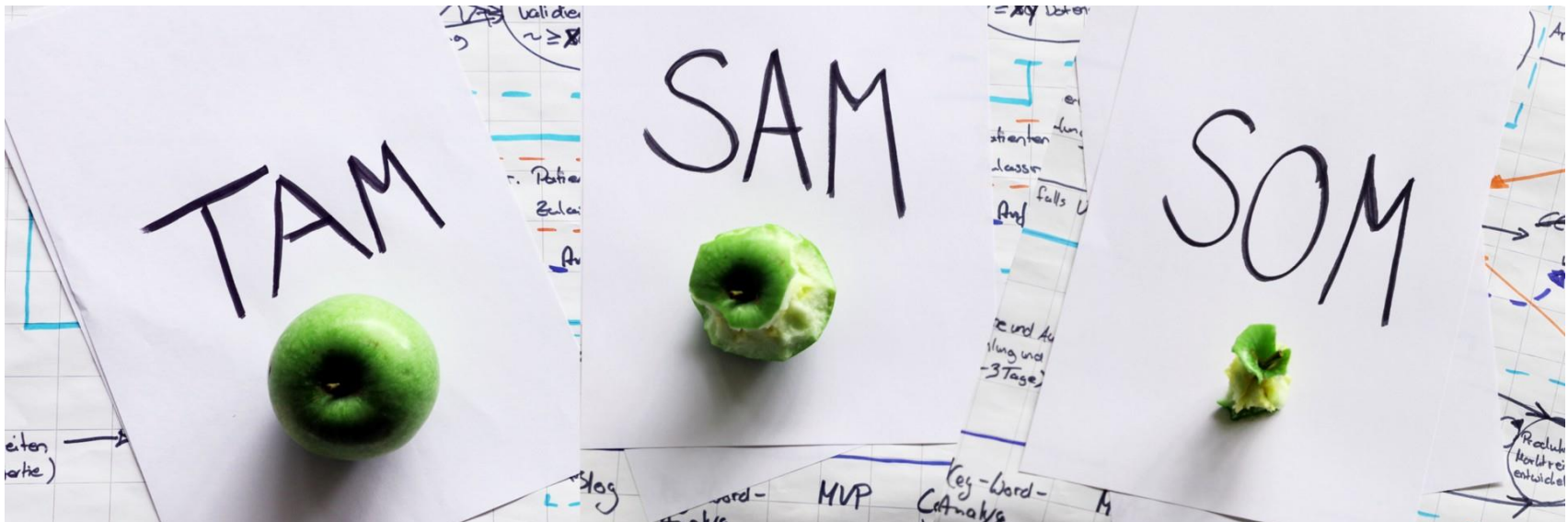
(в людях, компаниях, средних затратах на подобные услуги/товары)

PAM = Potential Available Market = потенциальный объём рынка (какой он может быть, если будет продолжать развиваться)

TAM = Total Available Market = общий объём целевого рынка (все, кто могут купить)

SAM = Serviceable Available Market = доступный (географически, организационно или из-за других ограничений) объём рынка

SOM = Serviceable Obtainable Market = реально достижимый объём рынка (обычно в процентах от SAM)



# Как узнать всё за один вечер?!

- *Используем поисковые системы*

- Wordstat от Яндекс!  
<https://wordstat.yandex.ru>  
видно, сколько запросов, какие они, иногда сразу видны сегменты спроса
- GoogleTrends от Google  
<https://trends.google.com/trends/explore>  
разные виды динамики целевого рынка, краткосрочные изменения, чаще всего обусловленные сезонностью, и среднесрочные изменения
- Статистика запросов от Mail.RU  
<https://webmaster.mail.ru/querystat>  
довольно точно показывает пол и возраст тех, кто ищет тот или иной продукт, или услугу, подходит для проверки гипотез сегментирования аудитории

- *Используем банки данных*

- Открытые отчёты аналитических компаний <https://www.statista.com/markets/>
- Каталог Всемирного банка  
<http://datacatalog.worldbank.org/>



# Экономика должна быть экономной

- **Экономика благосостояния** – система, в которой абсолютный доход рассматривается адекватный индикатор индивидуального или семейного благополучия
- **Экономика счастья** – парадокс Р. Истерлина (середина 1970-х)
  - **деньги тоже обладают предельной полезностью!**
  - счастливой себя ощущает только определенная доля людей, считающих себя относительно богаче (то есть успешнее) других; при этом абсолютный уровень богатства общества может быть разным, но пока наблюдается дифференциация доходов, средний уровень «счастья» в обществе будет постоянным
  - уровень богатства страны не влияет на долю людей, которые считали себя счастливыми
  - самая счастливая страна – это Бутан!
- **Экономика красоты – счастье зависит от красоты**
  - Собственная красота влияет на ощущение счастья
  - «Мужчина с широкими плечами и длинными конечностями более успешен»
  - «Более высокие люди более успешны, более образованы и более счастливы»

# Ловись, рыбка большая и...

## ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТЬ ПОТРЕБНОСТЕЙ

- Первый релиз критически важен, он дает понять, что еще необходимо сделать для того, чтобы продукт стал привлекательнее для целевой аудитории!
- Важно как можно скорее представить его рынку
- Модель MVP помогает собрать эти данные и двигаться дальше
- Продаём идею!
- Успех означает правильный выбор модели, а вот провал ничего не означает!



## НЕДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТЬ МОДЕЛИ

- Первое впечатление имеет огромное значение!
- Часть технологических компаний создают EVP (exceptional viable product, исключительный жизнеспособный продукт), предлагая рынку MVP более «богатый» функциями, чем финальный продукт
- Модель MVP помогает собрать исключительный продукт
- Продаём лучший продукт!
- Успех ничего не означает, а вот провал означает, что модель надо менять!

# Анализ конкуренции

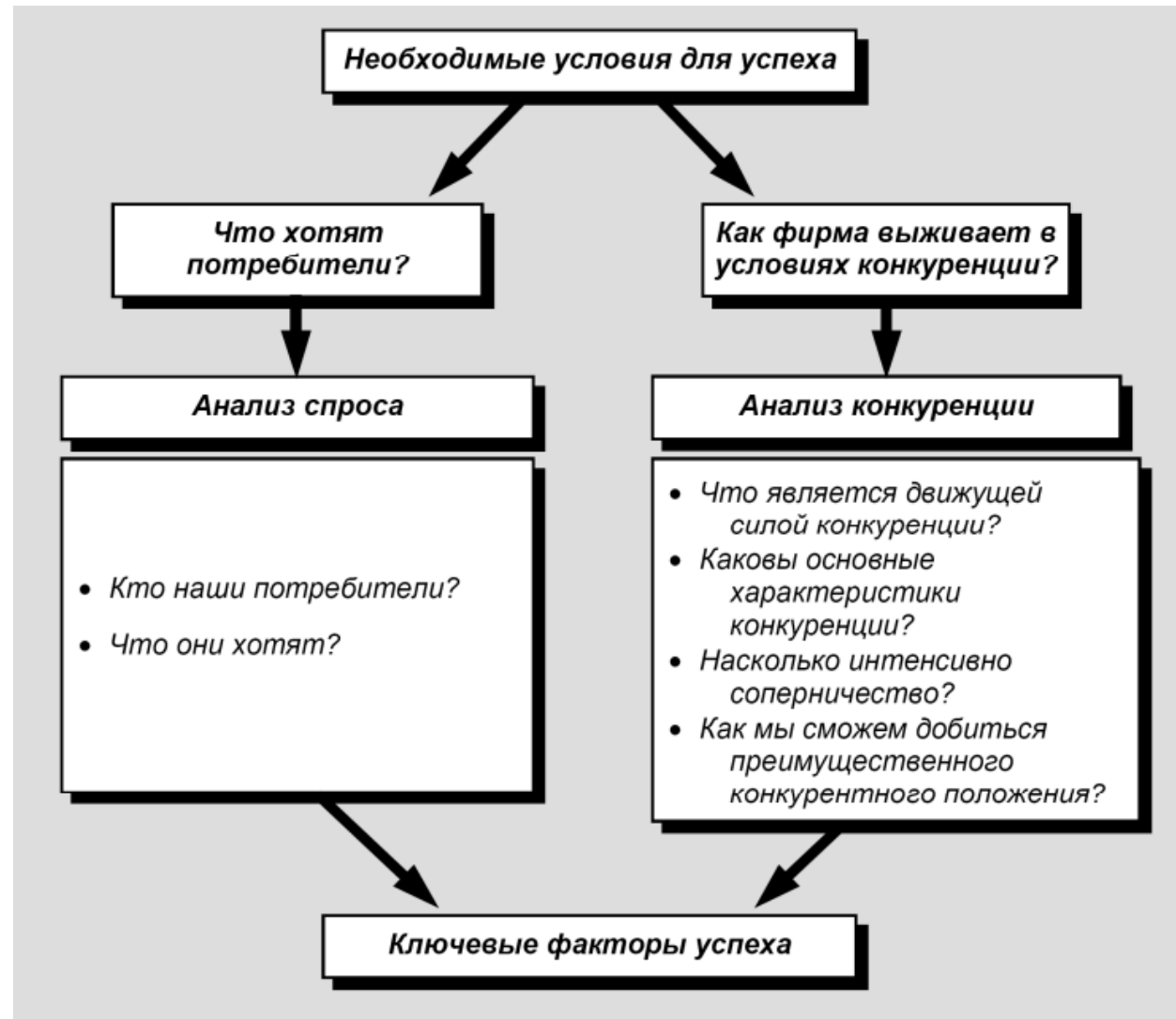
- **Конкуренты** – это организации, которые оказывают услуги из этой же сферы и, возможно, тем же потребителям
  - отрасль (где работают)?
  - сегмент отрасли (чем там занимаются)?
  - **стратегическая группа** (ведут себя определенным образом)?
  - особенности?
  - **аналогичные товары и товары-заменители?**
- Стратегическая группа состоит из соперничающих предприятий с близкими конкурентными подходами и позицией на рынке
- **Конкурентное преимущество** – способность создавать такие ценности, необходимые потребителям, которые не могут создать другие участники рынка
  - стратегия «голубого океана»
- **Рыночный квалификатор** – это конкурентное преимущество, которым стало обладать большинство участников рынка
  - каждое конкурентное преимущество рано или поздно становится рыночным квалификатором

# Ключевые факторы успеха

Оценка ключевых факторов успеха даёт возможность понять, что нужно сделать, чтобы войти на рынок и занять там долю.

## Важно!

Модель не оценивает проект, она оценивает всю отрасль сразу!



# 55 способов монетизации

- **Атлас способов монетизации**  
**The St. Gallen Business Model Navigator**
- Прямые продажи
  - продаю товар/услугу сам за деньги
- Продажа ценности вместо продукта
  - продаю принтер дёшево, а потом картриджи к нему дороже принтера
- Аренда оборудования вместо продажи (и облачные сервисы)
  - аренда колбасы, как способ борьбы с низкой покупательской способностью
- Уберизация (многосторонний рынок)
  - зарабатываю как владелец рынка (продавцы арендуют место на рынке, покупатели платят за вход, а рекламщики – за прошедших мимо вывески посетителей)
- Freemium
  - вход на рынок бесплатный, но в некоторые павильоны только за деньги