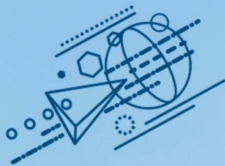


Коцарь Олег



# **35** КАРТ БИЗНЕСА ДЛЯ УСПЕХА

2023

# Олег Коцарь

## 35 карт бизнеса для успеха

*[http://www.litres.ru/pages/biblio\\_book/?art=69577102](http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=69577102)*

*SelfPub; 2023*

### **Аннотация**

В сборнике собраны 35 карт по темам бизнеса, которые необходимы для успеха. Карты составлены в форме тезисов, чтобы вы могли быстро их осмыслить. Дополнительно в сборнике представлены полезные советы для развития бизнеса из 30 популярных бизнес-книг.

# Содержание

Карты бизнеса для успеха.	5
Карта №1. Основные блоки бизнеса (7П).	6
Карта №2. Главные инструменты бизнеса.	7
Блок бизнеса 1 из карты №1. Продукт бизнеса. Создание продукта, упаковка продукта, поддержание гарантии продукта.	8
Карта №3. Требования к современному продукту (6Э).	8
Карта №4. Где брать новые идеи для создания или развития продукта. 10 источников.	9
Карта №5. Методы поиска креативных идей для придумывания или улучшения продукта.	10
Бизнес-совет. Пропустите вперед конкурентов.	12
Карта №6. Организация рабочего места. 5S система.	13
Блок бизнеса 2 из карты №1. Партнеры бизнеса. Это владельцы, сотрудники, поставщики.	14
Карта №7. Что необходимо сотрудникам от своей компании. 10 пунктов.	14

Карта №8. Неденежные инструменты вовлечения сотрудников в процесс развития фирмы.	15
Карта №9. 10 признаков идеального сотрудника.	15
Бизнес-совет. Большим целям нужны способы их достижений.	16
Бизнес-совет. Поединок для выбора лучшего сотрудника.	16
Карта №10. Как выяснить, можно ли фирме доверять. Проверка контрагента.	17
Карта №11. Основные задачи руководителя в фирме.	18
Карта №12. Действия руководителя в кризис.	19
Бизнес-совет. Двойной контроль.	19
Карта №13. Какие пункты должны быть в договоре с партнерами.	20
Карта №14. Методы поиска решения проблемы с сотрудниками или поставщиками.	21
Карта №15. Рекомендованная схема оплаты работы поставщиков.	22
Карта №16. Пятнадцать «У» успешных переговоров:	22
Конец ознакомительного фрагмента.	26

# **Олег Коцарь**

## **35 карт бизнеса для успеха**

### **Карты бизнеса для успеха.**

Успешный Бизнес, это полезные идеи и эффективное управление затратами на их воплощение.

Мы систематизировали информацию по основным бизнес-процессам для удобства быстрого ознакомления или для напоминания. Для вас в этом сборнике 35 бизнес-карт и дополнительно подборка практических советов из 30 популярных книг по бизнесу.

# **Карта №1. Основные блоки бизнеса (7П).**

1. **Продукт бизнеса.** Это создание продукта, упаковка продукта, поддержание гарантии на продукт.
2. **Партнеры в бизнесе.** Это участники создания продукта: владельцы, сотрудники, поставщики.
3. **Покупатели продукта.** Это ценители продукта, потенциальные и фактические.
4. **Прибыль в бизнесе.** Это плата бизнесу от благодарных покупателей и партнеров.
5. **Продвижение продукта.** Это способы убеждения покупателей в необходимости продукта.
6. **Продажи продукта.** Это передача продукта покупателям за деньги.
7. **Показатели бизнеса.** Это мониторинг эффективности всех важных блоков бизнеса: продукта, партнеров, покупателей, продвижения, продаж, прибыли.

# **Карта №2. Главные инструменты бизнеса.**

1. Команда 2. Финансы 3.Товар 4.Оборудование 5.Места продаж.

# **Блок бизнеса 1 из карты №1.**

## **Продукт бизнеса. Создание продукта, упаковка продукта, поддержание гарантии продукта.**

Создание продукта – это покупка готового продукта для перепродажи или изготовление продукта из сырья, материалов, из других товаров или создание продукта – услуги.

Продукт должен быть привлекательно упакован, в том числе и продукт- услуга. Привлекательность определяется вниманием к продукту потенциальных покупателей. Если упаковка заинтересовала ваших клиентов, если упаковка сохраняет продукт, если упаковка соответствует требованиям закона, значит у вас хорошая упаковка.

Продукт должен иметь заявленную гарантию – определенный период на сохранение своих качеств.

## **Карта №3. Требования к современному продукту (6Э).**

- Эффективность
- Экономичность
- Экологичность

- Эстетичность
- Эмоциональность
- Экстраординарность

## **Карта №4. Где брать новые идеи для создания или развития продукта. 10 источников.**

1. Книги от успешных предпринимателей. Если нет времени, слушайте их аудио книги во время дороги.
2. Конкуренты-коллеги-лидеры. Изучайте опыт своих коллег-конкурентов из других городов и из других стран. Заходите на их сайты, в их соцсети. Заходите в магазины конкурентов, особенно в других городах и странах. Периодически покупайте товары или услуги у конкурентов-лидеров, чтобы оценить качество их работы и перенять лучшее.
3. Записывайте удачные примеры обслуживания, с которыми вы сталкиваетесь в жизни в разных сферах. Думайте, как их применить у себя в компании. Не удачные примеры обслуживания исключайте у себя в компании.
4. Регулярно проводите опросы покупателей, клиентов.
5. Обращайтесь в консалтинговые агентства и к бизнес-консультантам за советом. Они аккумулируют опыт разных сфер и часто, могут предложить эффективную бизнес-новинку.
6. Чаще спрашивайте совета у сотрудников. Мотивируйте

их на поиск новых решений для роста эффективности компании.

7. Периодически проводите мозговые штурмы на поиск новых идей с креативными коллегами в оригинальной обстановке.

8. Посещайте выставки компаний профильных и смежных отраслей для поиска новых идей.

9. Подпишитесь в социальных сетях на новостийные каналы своего рынка.

10. Периодически наблюдайте за работой своих сотрудников со стороны. Подмечайте, что можно улучшить в их процессах.

## **Карта №5. Методы поиска креативных идей для придумывания или улучшения продукта.**

1. Метод SCAMPER (Substitute Combine Adapt Modify Put Eliminate Reverse), автор Боб Эберле 1997год. Применяется для разработки новых продуктов. Суть в поиске вариантов изменений:

Substitute – заменяем, например, специалистов, материалы, части.

Combine – комбинируем, например, с другими процессами, материалами и т.п.

Adapt – добавляем, например, продукты, функционал,

приспособления.

Modify – модифицируем, например, меняем форму, цвет, размер и т.п.

Put – берем у других, например, в другой отрасли или от другого механизма.

Eliminate – упрощаем, оставляем, например, одну функцию.

Reverse – меняем местами, переворачиваем, используем противоположное.

2. Метод создания идеального продукта. Насыщаем продукт всеми сопутствующими желаниями. Разделяем то, что невозможно разделить. Меняем функционал, вид товара, даже на противоположный. Отдельный элемент или функцию сильно увеличиваем. Ищем скрытые возможности, как можно дополнительно использовать упаковку или товар.

3. Мозговой штурм. Креативные участники, собранные вместе в нестандартной обстановке, по очереди излагают максимальное количество идей, не ограничивая себя технологическими рамками. Записываются все идеи. Затем отбираются наиболее подходящие.

4. Метод Дельфи: мозговой штурм, где участники-эксперты, находятся отдельно друг от друга и не могут влиять на идеи друг друга. Периодически организатор знакомит участников с идеями других, позволяя развивать их.

5. Метод ТРИЗ (теория решения изобретательских задач), при котором участники ищут способы как заполнить пробел

между стадиями «как есть» до стадии «как должно быть».

6. Метод латерального мышления де Боно: Участник по очереди как бы надевает на себя 6 шапок:

белая – аналитическое мышление, красная – эмоциональное мышление, чёрная – критическое мышление, жёлтая – оптимистическое мышление, зелёная – творческое мышление, синяя – мышление в большой перспективе. И с позиции каждой шапки ищет решение проблемы.

## **Бизнес-совет. Пропустите вперед конкурентов.**

Если вы увидели интересную, но потенциально опасную, чуть приоткрытую дверь, то вы, как человек ценящий себя, отправите туда на разведку кого-то не сильно для вас важного, но опытного.

Конкуренты, особенно конкуренты-лидеры, отлично могут подойти для этой миссии. Если рынок открывает очередную заманчивую, но не известную возможность, не торопитесь осваивать ее самостоятельно, если у вас нет для таких экспериментов лишних денег.

Пусть вперед себя на год-два более активных и внимательно наблюдайте за ними. Рассмотрите их ошибки, оцените плюсы и минусы нового направления, в новом для рынка бизнесе позиция второго, зачастую, приносит больше выгод, чем позиция первопроходца.

# Карта №6. Организация рабочего места. 5S система.

5S система рационализации рабочего пространства разработана в Японии.

- 1) сэири (##), организация, организуй рабочее место с учетом его предназначения;
- 2) сэитон (##), порядок, заведи постоянное место для каждого типа предметов, необходимых для работы;
- 3) сэисо (##), уборка, убери с рабочего места всё лишнее;
- 4) сэикэцу (##) улучшение, регулярно улучшай свое рабочее место и свою работу;
- 5) сицукэ (#), дисциплина, соблюдай дисциплину в выполнении работы.

Цели 5S системы: повышение эффективности работы, снижение количества несчастных случаев, создание хорошего психологического климата.

## **Блок бизнеса 2 из карты №1. Партнеры бизнеса. Это владельцы, сотрудники, поставщики.**

Бизнес создается и развивается с помощью партнеров. Это ваши сотрудники, поставщики, у некоторых и компаньоны-совладельцы.

Все ваши партнеры должны быть заинтересованы в общем результате – росте вашего бизнеса.

Вам нужно создать стимул для ваших партнеров, чтобы рост их доходов находился в зависимости от роста доходов вашего бизнеса.

## **Карта №7. Что необходимо сотрудникам от своей компании. 10 пунктов.**

1. Достойная оплата.
2. Комфорт.
3. Одобрение.
4. Саморазвитие.
5. Доверие.
6. Сопричастность.
7. Возможность выделиться.
8. Новизна.
9. Открытость.
10. Поддержка.

## **Карта №8. Неденежные инструменты вовлечения сотрудников в процесс развития фирмы.**

5 инструментов.

1. Понятный сотрудникам план развития компании.

2. Доступное для общения с сотрудниками руководство.

3. Канал для регулярного информирования сотрудников о новостях компании. Варианты: закрытая группа в соц. сетях, рассылка, стенд в офисе/магазине.

4. Корпоративный стиль: а) приятное внешнее оформление рекламы и офиса/магазина, б) хорошие традиции.

5. Позитивная атмосфера. Корректная работа со сложными сотрудниками. Уважительная поддержка сотрудников при проблемах. Психологическая мотивация успешных.

## **Карта №9. 10 признаков идеального сотрудника.**

1. Работа в команде. 2. Позитивные коммуникации. 3. Взаимопомощь. 4. Креативность. 5. Системность. 6. Гибкость. 7. Стрессоустойчивость. 8. Терпеливость. 9. Умение работать с многосоставными задачами. 10. Трудолюбие.

## **Бизнес-совет. Большим целям нужны способы их достижений.**

Большие цели, указанные без пояснения способа их достижения, могут напугать сотрудников. Большинство людей консервативны и стараются избегать заметных изменений в своей работе. Объединяйте людей по способам достижения целей. Способы должны быть понятны и выгодны сотрудникам.

## **Бизнес-совет. Поединок для выбора лучшего сотрудника.**

Попробуйте превратить рутину выбора нового сотрудника в увлекательное соревнование. Например, по резюме вы отобрали четырех потенциальных кандидатов и вам нужно понять, кто из них лучше всех подходит вам, предложите им поединок в два раунда.

Первый раунд: пара на пару, и это не должен быть ММА. По очереди и заданному таймингу одна пара задает другой вопросы и получает ответы по теме тех дел, которые им придется выполнять.

Задача – поставить соперников в трудную ситуацию. Следите как ведут себя игроки, насколько грамотно излагают вопросы и ответы, как работают в паре. Оценивайте канди-

датов не в одиночку, а с одним или парой ваших опытных коллег. По итогам первого раунда выберите лучших двух, не обязательно из одной команды и проведите второй раунд между ними.

В такой соревновательной энергичной форме потенциал кандидатов раскроется наиболее полно, и вы получите удовольствие от мероприятия). Отпустите кандидатов без итогового решения и обсудите с вашими коллегами плюсы и минусы каждого кандидата. Примите решение на следующий день.

Помните, что оценку кандидатов нужно делать на основе заранее составленных требований по профессиональным и по психологическим критериям. Не идите на компромисс, выбирайте тех, кто лучше вас сделает планируемую работу и с кем вам будет комфортно работать в одной команде.

## **Карта №10. Как выяснить, можно ли фирме доверять. Проверка контрагента.**

1. Проверьте финансовые данные по фирме по ИНН через [vo.nalog.ru](http://vo.nalog.ru), [egrul.nalog.ru](http://egrul.nalog.ru), уточните там данные учредителей и директора.
2. Проверьте учредителей и директора фирмы на предмет их участия в массовых фирмах через [rusprofile.ru](http://rusprofile.ru), [checko.ru](http://checko.ru) или на других подобных ресурсах.
3. Проверьте в [vestnik-gosreg.ru](http://vestnik-gosreg.ru) данные по измене-

ниям регистрационных документов фирмы. На ресурсе [kad.arbitr.ru](http://kad.arbitr.ru) можно уточнить судебные дела по фирме. Дела по банкротству можно проверить на [fedresurs.ru](http://fedresurs.ru). Исполнительные производства : [fssp.gov.ru](http://fssp.gov.ru)

3. Посмотрите отзывы о фирме на ресурсах: Яндекс-карты, 2Гис, Авито, Отзовик, Flamp и других подобных ресурсах.

4. Закажите и отправьте курьера в рабочее время по юридическому адресу фирмы с просьбой сделать и отправить вам фото вывески, и внутреннего вида фирмы/магазина.

5. Сделайте у фирмы тестовую покупку минимального по цене товара или услуги.

## **Карта №11. Основные задачи руководителя в фирме.**

1. Определение ассортимента продукции, цен на нее;
2. Общение с ключевыми клиентами;
3. Мотивация сотрудников;
4. Отношения с основными сотрудниками;
5. Организация взаимодействия между сотрудниками;
6. Контроль расходов, анализ финансовых результатов;
7. Согласование рекламной политики;
8. Развитие фирмы.

## **Карта №12. Действия руководителя в кризис.**

1. Когда рынок растет, специализируйте компанию, когда рынок падает, расширьте возможности компании и предлагайте действующим клиентам больше услуг.
2. Найдите варианты улучшения основных продуктов компании.
3. Сократите не коммерческие расходы, сократите аренду.
4. Усиьте работу с клиентами. Переведите на эту работу максимум толковых сотрудников.
5. Увеличьте общение с ключевыми сотрудниками.
6. Вместе с ключевыми сотрудниками найдите перспективные ниши и создайте план роста компании в период кризиса.

### **Бизнес-совет. Двойной контроль.**

В любой системе и в фирме каждый процесс должен иметь, как минимум, двойной контроль. В бухгалтерии – это ведение отчетности в виде двойной записи – баланса.

В фирме каждый участок работы должен контролироваться двумя независимыми друг от друга специалистами, у которых есть прямая заинтересованность в результате.

## **Карта №13. Какие пункты должны быть в договоре с партнерами.**

Обязательные пункты:

1. названия, адреса, реквизиты сторон;
2. предмет, смысл договора;
3. дата договора, город его заключения;
4. сроки, условия начала и окончания договора;
5. сумма договора;
6. обязательства сторон.

Желательные пункты:

1. город прохождения арбитражного суда, в случае судебных споров сторон;
2. контакты сторон;
3. штрафные санкции в случае нарушения обязательств сторон;
4. гарантийные обязательства и сроки их исполнения;

На что обратить внимание:

1. полномочия подписанта;
2. избегать двусмысленности, не ясности пунктов;
3. перепроверить реквизиты, данные по фирме на сайте налоговой, смотри выше бизнес-карту Проверка контрагента.

## **Карта №14. Методы поиска решения проблемы с сотрудниками или поставщиками.**

1. Метод «слона». Разбейте сложную проблему на части и решайте проблему по частям.

2. Метод «лягушки». Сложную проблему решайте с утра, первой.

3. Метод «5 почему». Обозначив проблему, попробуйте найти ее источник, ответив на пять «почему», переходя в этом вопросе от одного источника проблемы к другому. Пример: Заказ вовремя не сдан. Почему? Поставщик задержал поставку. Почему? Не выясняли. Почему? Были заняты другим заказом. Почему? У нас не хватает людей. Почему? Никто вовремя не занялся их поиском. Почему ?

4. Опросы независимых экспертов.

5. Диаграмма Исикавы (японская методика, применяемая на производстве Тойота): проблема обозначается в виде прямой. С разных сторон к прямой добавляются косые линии-причины. Факторы, ухудшающие проблему, рисуются с одной стороны, а факторы, улучшающие проблему, с другой стороны. К косым линиям могут добавляться свои косые линии-факторы, влияющие с двух сторон на данный фактор.

Таким образом получается карта-дерево всех причин, которые участвуют в изучаемой проблеме. В таком наглядном

виде легче найти лучшее решение вопроса.

Работа с диаграммой Исикавы выполняется в последовательности:

Обозначение всех причин, влияющих на проблему.

Группировка причин по типам.

Определение рейтинга каждой причины.

Выделение тех причин, на которые можно повлиять.

Определение причин, которыми нужно заняться в первую очередь .

## **Карта №15. Рекомендованная схема оплаты работы поставщиков.**

30+30+40. 30% – предоплата, 30% – выплачивается в процессе выполнения этапов работ, 40%– после завершения всех работ.

## **Карта №16. Пятнадцать «У» успешных переговоров:**

– Уверенность. Покажите спокойствие и ощущение надёжности. Заранее подготовьтесь к переговорам. Соберите максимальную информацию о второй стороне переговоров. Посмотрите их социальные сети, опросите общих знакомых.

Опишите результат, который вы хотите достичь, продумайте на какие уступки вы готовы пойти в случае сложно-

стей, продумайте план «Б», в случае если переговоры пройдут не удачно. Поймите желания второй стороны от переговоров.

Постарайтесь найти позиции, которые одинаковы выгодны обеим сторонам. Продумайте свой внешний вид, маршрут поездки на переговоры. Сделайте себе памятку важных моментов, которые нельзя забыть обсудить на переговорах.

– Узнаваемость. Заранее обеспечьте знание о вас и вашем предложении, желательно, из доверительного независимого от вас источника. Хотя бы в виде рекламы. А также, найдите, создайте как можно больше общего между вами и собеседником, чтобы в вас узнали своего.

– Успешность. Покажите успешные примеры использования вашего предложения.

– Уважение. Внимательно слушайте собеседника, постарайтесь его понять, ведите переговоры без давления. Не спорьте. Задавайте больше вопросов для лучшего понимания. Ваш собеседник должен говорить больше вас. Чем больше говорит вторая сторона, тем она больше открывается и больше дает вам возможностей для влияния на ход переговоров.

– Убедительность. Приведите веские аргументы в пользу вашего предложения. На переговорах используйте не только выгоды, а и потери для второй стороны, в случае если вторая сторона не примет ваших условий.

Постарайтесь понять крайний срок принятия решения

второй стороной. Это вам может помочь ограничить вторую сторону в сроках принятия решения по переговорам.

– Удивление. Используйте нестандартный подход в подаче предложения.

– Удобство. Выберите для переговоров подходящее для вас и собеседника время и место.

– Уединенность. Обеспечьте условия, чтобы вашим переговорам не мешали.

– Улыбка. В процессе переговоров ощущайте внутреннюю улыбку, будьте доброжелательны.

– Умеренность. Дозированно, в разумном объеме предлагайте клиентам свои услуги. Определите для себя разумные, справедливые результаты переговоров.

– Уступки. Завышайте/занижайте свою первоначальную цену, чтобы была возможность уступить до нужной вам цены. Каждую уступку со своей стороны увязывайте с уступкой второй стороны.

– Упаковка. Обеспечьте яркость и наглядность оформлению вашего предложения. Если переговоры идут по телефону, обеспечьте высокое качество связи. Если переговоры идут по видеосвязи, то используйте подходящий к теме фон за вами и свою одежду. Если у вас переговоры-встреча, продумайте свой вид, одежду, свои аксессуары.

– Упорядоченность. Задайте чёткую структуру подачи информации, логичность состава презентации. На перегово-

рах записывайте важные пожелания второй стороны и общие договоренности. По завершении переговоров, проговорите итоговые моменты переговоров и сроки следующих действий сторон.

В день переговоров вышлите второй стороне письменные итоги переговоров, и постарайтесь получить их письменное подтверждение.

– Усердие. Относитесь спокойно к проявлению давления, раздражения, к жесткой форме общения второй стороны. Как правило, это просто способ воздействия. В этой ситуации или перенесите переговоры или не обращайтесь внимание на эмоции.

# Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.