

## ROZWIJANIE SWOICH POMYSŁÓW

Jeżeli decydujemy się na założenie nowego biznesu, powinniśmy poświęcić trochę czasu na rozwinięcie naszych pomysłów z tym związanych. Jedną z największych zalet bycia przedsiębiorcą jest możliwość pracy nad czymś, co nas interesuje lub nawet pasjonuje. Niestety, pasja nie zawsze przekształca się w zyski.

**Badania, badania, jeszcze raz badania!** Czym więcej informacji możemy zebrać na temat potencjalnego zapotrzebowania na nasz produkt lub usługę, na temat konkurencji oraz na temat preferencji i potrzeb potencjalnych klientów, tym większy sukces możemy odnieść.

Zanim rozpoczniemy działalność, powinniśmy ocenić nasz pomysł i stwierdzić, jakie mamy szanse osiągnięcia z niego zysku. Poniższy dokument przedstawia szereg czynników, które należy wziąć pod uwagę przy ocenie swojej idei.

### CZY NASZA IDEA JEST RZECZYWIŚCIE ORYGINALNA?

Należy przeprowadzić badania w celu stwierdzenia, czy nasza idea jest rzeczywiście oryginalna, czy może ktoś inny miał już kiedyś podobny produkt lub usługę. Uchwycenie nowego rynku, to znaczy czegoś, czego nikt inny jeszcze nie robi, może być bardziej zyskowne niż konkurowanie z podobnym produktem czy usługą. Ekspert lub mentor może pomóc nam w ocenie lub ulepszeniu naszej idei.

### CZY LUDZIE BĘDĄ SKŁONNI PŁACIĆ ZA NASZ PRODUKT LUB USŁUGĘ?

Wspaniałe pomysły przekształcają się w dobrze działający biznes tylko wtedy, gdy ludzie są skłonni płacić za jego produkt lub usługę.

- Po pierwsze, należy stwierdzić jaki jest główny rynek dla naszego produktu. Czy planujemy sprzedawać go młodym ludziom czy emerytom? Czy produkt nasz jest przeznaczony głównie dla kobiet, dla mężczyzn, czy dla obu płci? Czy będziemy sprzedawać go osobom indywidualnym, biznesom czy też rządowi? Jaki poziom dochodów powinni mieć klienci aby być w stanie kupić nasz produkt czy usługę?

- Gdy już wiemy komu będziemy produkt sprzedawać, powinniśmy pomyśleć o wykonaniu nieco badań rynkowych, aby dowiedzieć się czy nasz rynek główny byłby zainteresowany kupnem naszego produktu lub usługi oraz ile potencjalni klienci byliby skłonni zapłacić.
- Jeśli nasz produkt lub usługa jest czymś, czym ludzie byliby zainteresowani ale nie są oni skłonni za to płacić, można wziąć pod uwagę alternatywne modele prowadzenia biznesu. Niektóre firmy, szczególnie w branży usługowej, oferują swoje usługi za darmo albo za bardzo niską cenę, ale są w stanie uzyskiwać dochody z innych źródeł, jak na przykład z reklam.

Zanim coś sprzedamy, powinniśmy wiedzieć komu to chcemy sprzedać. Jeśli nie ustalimy, jaki jest nasz rynek główny, możemy próbować zaspokoić potrzeby zbyt wielu różnych grup klientów i w końcu mieć produkt, który nikomu się nie podoba lub usługę, której nikt nie potrzebuje.

Przeprowadziwszy badania, możemy zidentyfikować grupę wiekową, płeć, styl życia oraz inne charakterystyki demograficzne ludzi, którzy zainteresowani są naszym produktem lub usługą. Ważne jest, aby podać dane statystyczne, analizy, liczby oraz inne odpowiednie fakty, które wskażą czytelnikowi, że istnieje zapotrzebowanie na nasz produkt lub usługę.

Gdy ustalamy ogólny profil naszej klienteli, możemy zdefiniować ją według:

- wieku, zazwyczaj podając grupy wiekowe (20-35 lat)
- płci
- stanu cywilnego
- miejsca zamieszkania
- rozmiaru rodziny i jej opisu
- poziomu dochodów, zwłaszcza dochodu rozporządzalnego (pieniędzy przeznaczonych na wolne wydatki)
- poziomu wykształcenia, zazwyczaj podanego jako najwyższy osiągnięty poziom
- zawodu
- zainteresowań oraz profilu kupujących (czego chcą nasi klienci?)
- pochodzenia kulturowego, etnicznego i rasowego

Jako przykład, producent ubrania może brać pod uwagę wiele różnych możliwych rynków głównych: niemowlęta, sportowców, nastolatki, itd. Po ustaleniu ogólnego profilu każdego z tych możliwych rynków będziemy mogli zdecydować, który jest najbardziej realistyczny, najmniej ryzykowny albo daje największą perspektywę zysku. Próbną ankietą, przeprowadzoną wśród najbardziej prawdopodobnej grupy klientów, może pomóc oddzielić rzeczywiste rynki główne od tych mniej prawdopodobnych.

Gdy już stwierdziliśmy kim jest nasza główna klientela, powinniśmy dowiedzieć się więcej na temat jej potrzeb i gustów. Poniżej jest lista niektórych z wielu elementów, których warto dowiedzieć się na temat swoich potencjalnych klientów:

- Jakim przeciwnościom muszą oni stawić czoła i czy nasz produkt lub usługa mogą ten problem rozwiązać?
- Jakie są ich potrzeby i oczekiwania wobec tego produktu lub usługi?
- Jakie są ich pragnienia?
- Na co wydają oni pieniądze?
- Gdzie robią zakupy?
- W jaki sposób podejmują decyzje na temat wydatków?

Pamiętajmy, że jeżeli chcemy ustalić profil naszej klienteli i zrozumieć jej potrzeby, będziemy musieli przeprowadzić pewne badania rynku.

## **CZY BĘDZIEMY W STANIE KONKUROWAĆ Z ISTNIEJĄCYMI BIZNESAMI?**

Gdy już dowiemy się, kim są nasi klienci, dobrze jest zobaczyć kto inny i gdzie sprzedaje podobne produkty. Czy będziemy konkurowali z produktem, który jest już na rynku? Jeżeli nasza idea dotyczy produktu dla konsumenta, należy sprawdzić w sklepach i katalogach albo wybrać się na targi branżowe aby zobaczyć, jakie inne produkty są dostępne i jakie inne firmy je oferują. Musimy ustalić, dlaczego klienci będą kupowali od nas a nie od konkurencji. Czy nasz produkt jest lepszy, czy nasza cena jest niższa niż cena oferowana przez inne biznesy? Najlepszym sposobem jest przeprowadzenie badań rynku używając istniejących danych, ale można też przeprowadzić własną ankietę.

## **JAK BĘDZIEMY PROWADZIĆ DYSTRYBUCJĘ NASZEGO PRODUKTU LUB USŁUGI?**

Aby rozpocząć dystrybucję produktu lub usługi, można albo założyć własną firmę, albo poszukać istniejącej firmy, która kupi od nas produkt lub pomysł na produkt. Łatwiej może być założyć własną firmę niż przekonać inną do podjęcia dystrybucji naszego produktu lub usługi. Wielu potencjalnych kupców chętniej poprowadzi interesy z firmą dostarczającą im produkt, niż przyjmuje produkt lub wynalazek od osoby niezależnej.

## **JAK BĘDZIEMY PROWADZILI PROMOCJĘ SWOJEGO PRODUKTU LUB USŁUGI?**

Pomysł lub wynalazek przyniesie zysk tylko wtedy, kiedy mamy klientów gotowych go kupić. Czy wzięliśmy pod uwagę, jak klienci dowiedzą się o naszym produkcie lub jak go znajdą? Oto kilka sposobów wprowadzenia produktu na rynek:

- na Internecie poprzez witrynę internetową
- na targach branżowych i poprzez stowarzyszenia handlowe
- ogłoszenia w gazetach, radiu lub telewizji
- rozprowadzanie broszur

## **CZY POTRZEBUJEMY OCHRONY NASZEGO POMYSŁU LUB WYNALAZKU JAKO WŁASNOŚCI INTELEKTUALNEJ?**

Możemy spróbować poddać swój pomysł, wynalazek lub produkt ochronie, aby nie skopiowali go inni. Należy dowiedzieć się, czy rzeczywisty, namacalny rezultat naszej działalności intelektualnej może być chroniony oraz jak tę ochronę uzyskać.

## **CZY ISTNIEJĄ PRZEPISY RZĄDOWE LUB OBOWIĄZKI, KTÓRE MOGŁYBY OGRANICZYĆ NASZĄ IDEĘ?**

Zanim ruszymy naprzód z naszym pomysłem na biznes, dowiedzmy się, czy istnieją jakieś przepisy, które mogłyby zabraniać lub ograniczać sprzedaż naszego proponowanego produktu lub usługi, albo ograniczać działalność naszej firmy.

## **JAKICH ŚRODKÓW POTRZEBA, ABY ROZPOCZĄĆ DZIAŁALNOŚĆ?**

Przygotowanie dobrego planu działalności gospodarczej jest bardzo istotne dla sukcesu firmy. Plan pozwoli nam na ustalenie, jak wiele pieniędzy potrzebujemy na rozpoczęcie działalności. Pożyczkodawca lub inwestor także będzie chciał go zobaczyć, aby stwierdzić czy możemy uzyskać finansowanie. Plan powinien jasno pokazać, w jaki sposób zamierzamy zrobić pieniądze, oraz zawierać szacunkową sumę planowanych sprzedaży w pierwszym roku działalności. Oceny można oprzeć na rozmiarach rynku, konkurencji, cenach, planie marketingu oraz trendach w branży. Należy również dołączyć spodziewane wydatki na rzeczy takie jak materiały biurowe, wynajem lokalu, pensje oraz ubezpieczenie.

## **GDZIE MOŻNA UZYSKAĆ POMOC PRZY EWALUACJI I ROZWOJU IDEI?**

Gdy wciąż jeszcze myślimy o swojej idei, można postarać się o pomoc. Można ją uzyskać od profesjonalnych doradców, takich jak prawnicy, księgowi i konsultanci biznesowi. Aby znaleźć kogoś blisko naszego miejsca zamieszkania, należy poszukać w spisie kanadyjskich firm.