

ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО ЗА ЖЕНИ



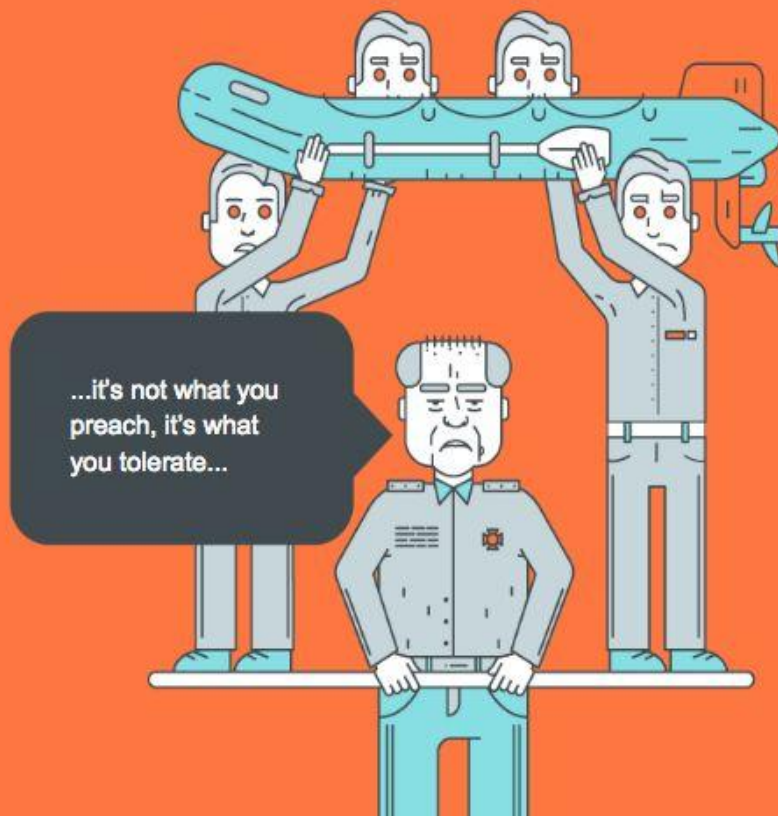
ОНЛАЙН
ОБУЧИТЕЛНА
ПРОГРАМА

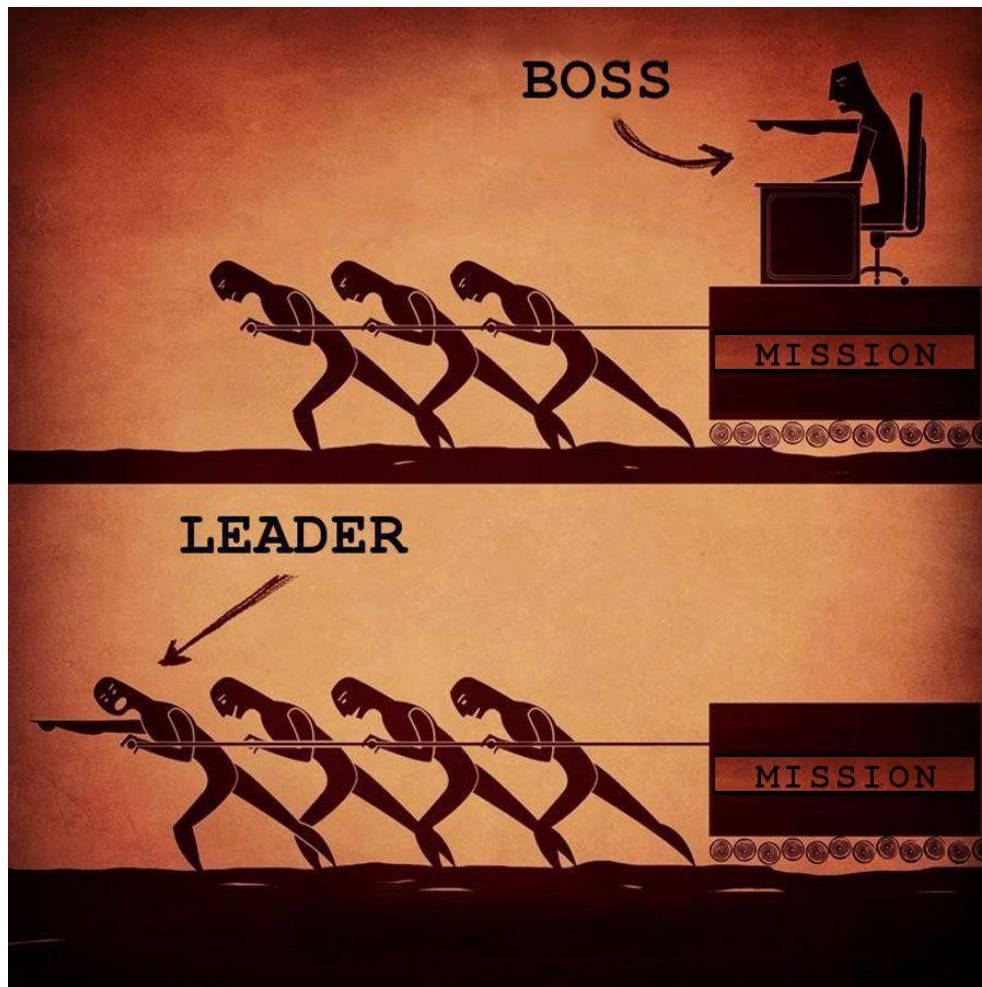


Принцип на изключителна отговорност

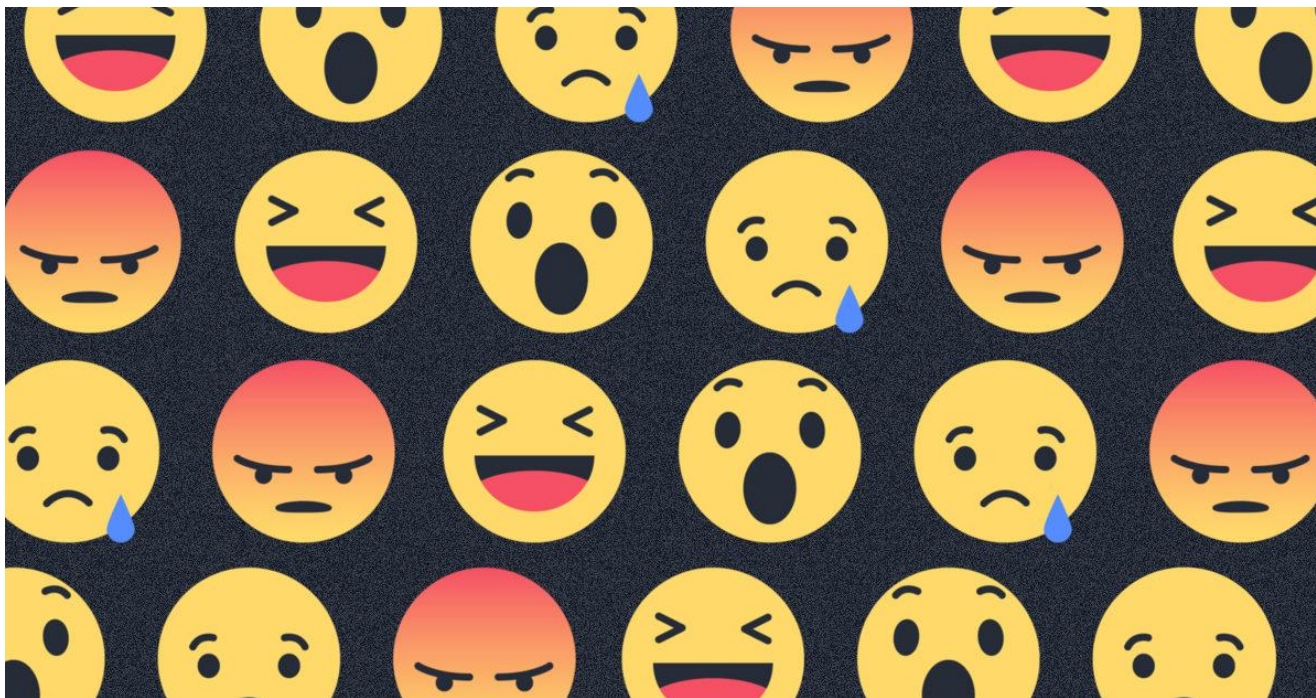
Team is
as strong as
a leader is

No Bad Teams, Only Bad Leaders





Предизвикайте емоция



Storytelling

<https://www.slideshare.net/buckpost/discovering-your-brand-story>



SIX STORYTELLING THEMES



По-добър уебсайт 1 част

Дигиталното ни присъствие започва с хубав сайт. Хората винаги отиват на сайта ни - да ни проверят и да научат повече. Пет неща са важни:

1. Конкретно предложение на водеща позиция - преди скрол. Предложението е кратко, привлекателно и customer-centric.
 - 1.1. Предложете желана идентичност.
 - 1.2. Обещавате да решите проблем.
 - 1.3. Казвате точно какво правите и предлагате.
2. Call to action - горе вдясно или в центъра на водеща позиция.

По-добър уебсайт 2 част

3. Картинки на успеха -те комуникират ефективно и убедително.

4. Ценова листа, абонаментен план, пакетни оферти - разделяме ясно това, което предлагаме.

5. Много малко текст.

Метрики

Ако не знаете числата си - не може да управлявате
бизнеса си.

Метрики



TCV

Total Contract Value
value of one-time and recurring charges



ACV

Annual Contract Value
value of a contract over a year



LTV

Lifetime Value
prediction of the net profit from the entire future relationship with a customer



Deferred Revenue
amount that was received by a company in advance of earning it



Billings

current quarter revenue + deferred revenue from previous quarter



CAC

Customer Acquisition Cost
full cost of acquiring one user



Customer Concentration Risk
revenue from largest customer / total revenue



DAU

Daily Active Users
users other than one-time users per day

Метрики

TYPES OF STARTUP METRICS

by Anna Vital



MRR

Monthly Recurring Revenue
monthly total of paid customer fees



ARR

Annual Recurring Revenue
recurring revenue on an annual basis



ARPA

Average Revenue per Account
 $MRR / \text{Total \# of Customers}$



Gross Profit
total revenue minus the cost of goods sold



TCV



ACV



LTV



АВТЕНТИЧНОСТ



Recurring revenue

Абонамент или други редовни плащания на периоди са винаги предпочитани.

Не разчитайте на един клиент за повече от 25-30% от приходите си.

В зависимост от бизнеса - включете такси за поддръжка, допълнителни свързани услуги и др.

Upselling - какво допълнително можете да продадете?

Social media

Следете какво правят другите и какво работи, но търсете и уникалност.

Видеото се гледа най-много. Но какво видео - нещо лично, емоционално, автентично, полезно, забавно, качествено.

Изберете не повече от две социални мрежи за начало. Качеството е по-важно от обема.

Позиционирането като експерт изисква време и усилия. Quora, Medium, Reddit - следене на теми, свързани с интересите ти.

Social media

Презентации - качени в SlideShare.

PDF с полезна информация - качен в LinkedIn.

Задавайте въпроси към вашата аудитория - вкл. с polls.

По-комплексна информация се представя с инфографики.

Споделяйте интересни факти от кухнята.

Social media

Измервайте engagement редовно за по-ефективни кампании.

Напомняйте на хората какво да направят ако харесват вашето съдържание - follow, like, rate, share, etc.

See first - е много мощен инструмент във Facebook.

Дайте първо вие - следвайте, направете комплимент, напишете коментар, споделете с позитивни думи, дайте препоръка и т.н.

Провокирайте с нещо изненадващо. Създайте напрежение.

Social media

Интервюта с други колеги от вашата област.

Създаването на репутация на експерт отнема много време и усилия.

Изберете си микро ниша и я покрийте отлично.

Групите са с много повече engagement от страниците.

Помнете, че ако нещо работи супер собственикът на платформата и социалната мрежа ще го таксува и/или ограничи.

Social media

Всичко е борба за предлагане на повече стойност на аудиторията.

От време на време правете download на съдържанието.

Вземете имейлите на важни контакти от LinkedIn.

Не работете с рекламни инструменти, които не разбирате.

Една рекламна кампания трябва да преследва конкретни измерими цели.

Не забравяйте Call to Action.

Social media

Тагване, тагване, тагване.

Хората са супер суетни - използвайте го.

Показвайте вашата автентичност в искрени постове.

Не се борете с хейтъри и тролове.

Прехвърлете комуникацията от социална мрежа върху канал, който ви дава повече контрол и собственост върху връзката с човека и комуникацията. Особено имейл.

Social media

Следете кое е следващото голямо нещо. Discord, Voice?
Ако правите нещо за нов пазар - съобразете каква мрежа използват - WeChat, Xing, ВКонтакте.

След всяко събитие или среща БЪРЗО добавете новите познати в LinkedIn като контакти.

Когато се свързвате за първи път с някого - никога не искайте нещо, а предложете стойност и услуга.

Social media

Ценете privacy на другите.

Не става само със социални мрежи - хората веднага ви проучват с името на бранда ви или вашето име в Google. И очакват да попаднат на хубава интернет страница.

Пробвайте Telegram за комуникация.

Тук също важи закона за постепенното натрупване.

Network effect е мега силно нещо.

Mirroring, labeling, anchoring

Mirroring - повторете последните няколко думи на вашият партньор в комуникацията.

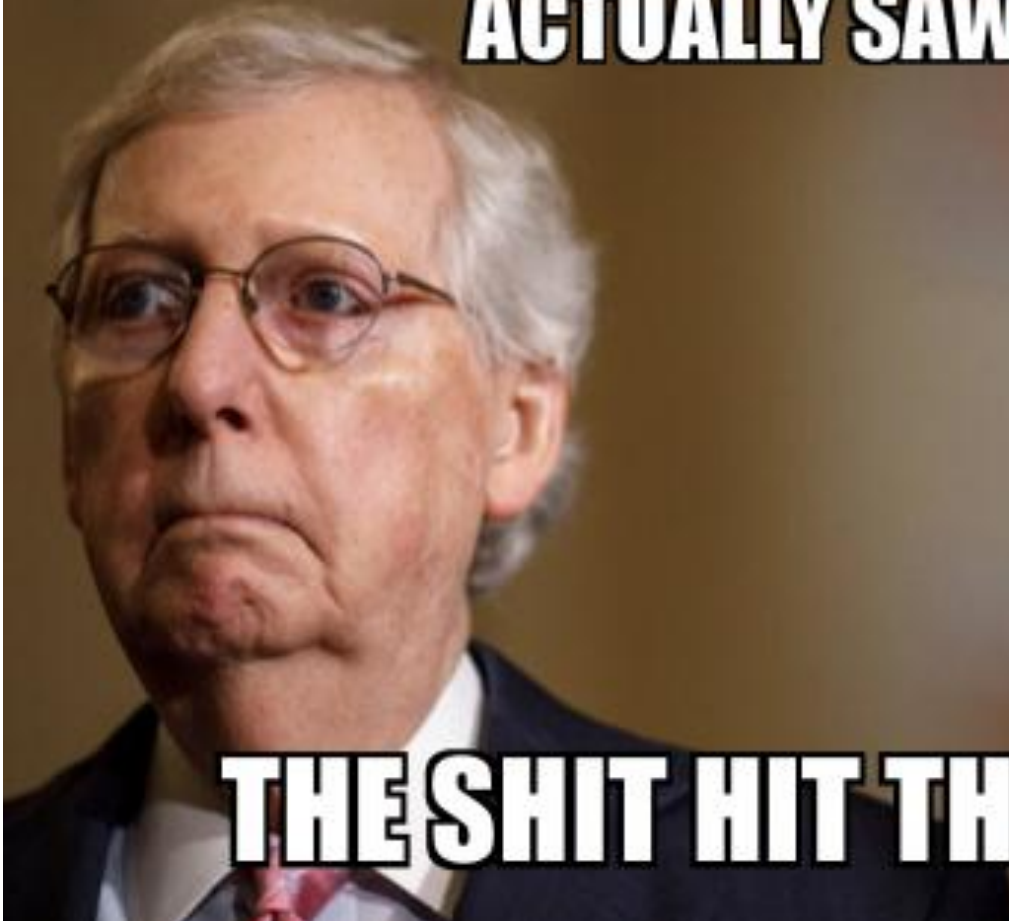
Labeling - “Изглежда, че условията в последната ни оферта не са благоприятни за вас?”

Anchoring - “Изключителното ниво на обслужване и и скорост не позволяват цена по-ниска от 12 000”



DARK SIDE OF ENTREPRENEURSHIP

**THAT MOMENT WHEN YOU
ACTUALLY SAW**



THE SHIT HIT THE FAN

makeameme.org



**IT'S ONLY BY SAYING "NO"
THAT YOU CAN CONCENTRATE
ON THE THINGS
THAT ARE REALLY IMPORTANT.**

trench by design

STEVE JOBS

Just Enjoy The Ride.



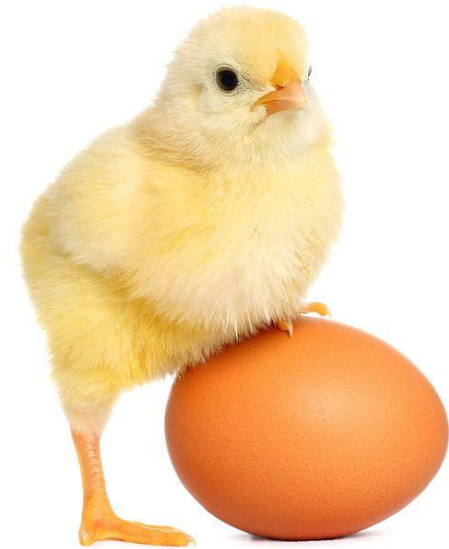


??

Кое е по-ценно при стартиране на бизнес - парите или времето?

Chicken and egg problem

Едно от най-големите предизвикателства при развитието на платформи.



Platforms and marketplaces

Check out this guy:

Andrew Chen

<https://andrewchen.co/>

Благодаря!

Емилиян Енев