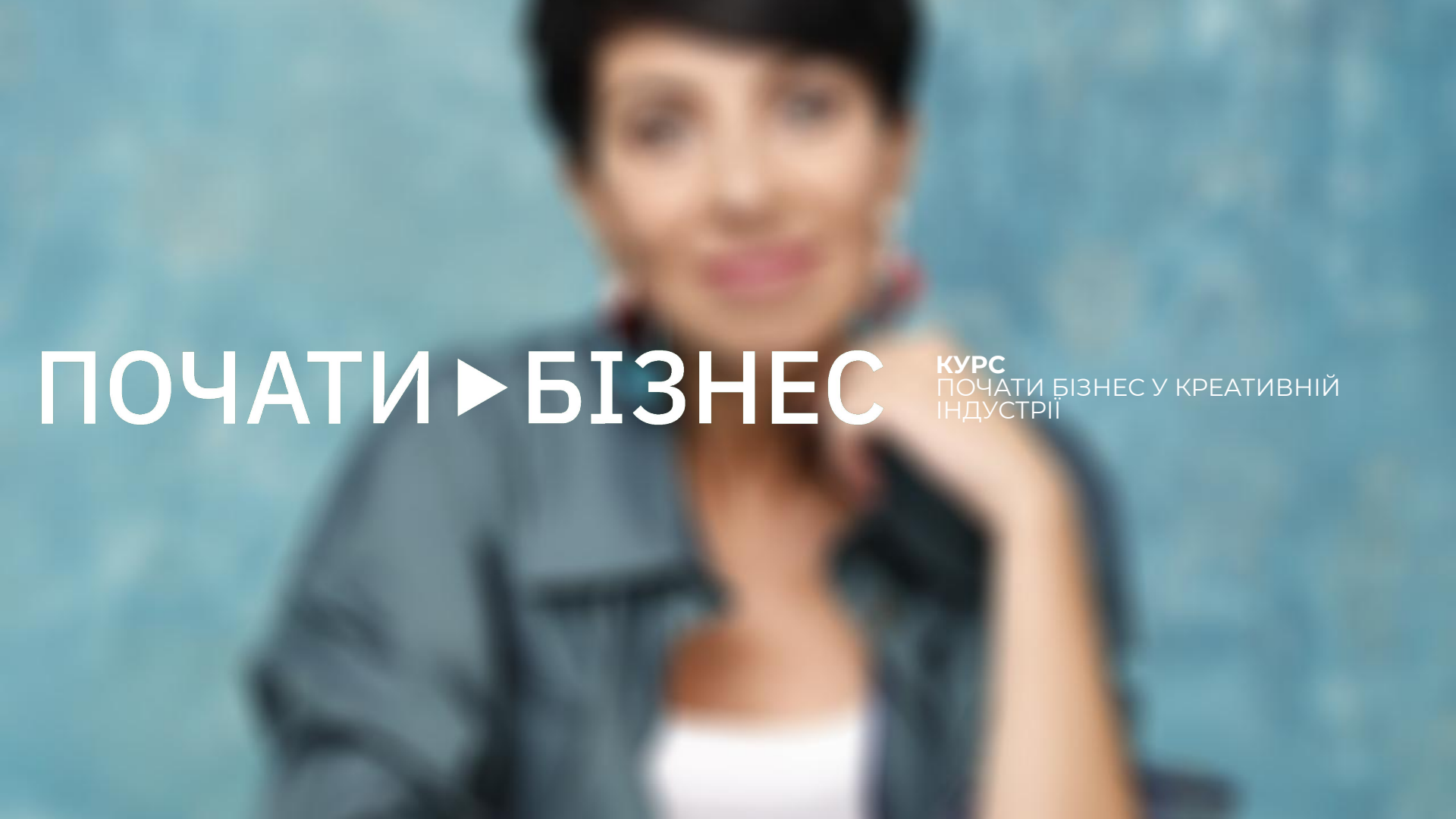




ПОЧАТИ ► БІЗНЕС

КУРС
ПОЧАТИ БІЗНЕС У КРЕАТИВНІЙ
ІНДУСТРІЇ

Лекторка:
Ірина Муштіна
агентство *CF.Digital*

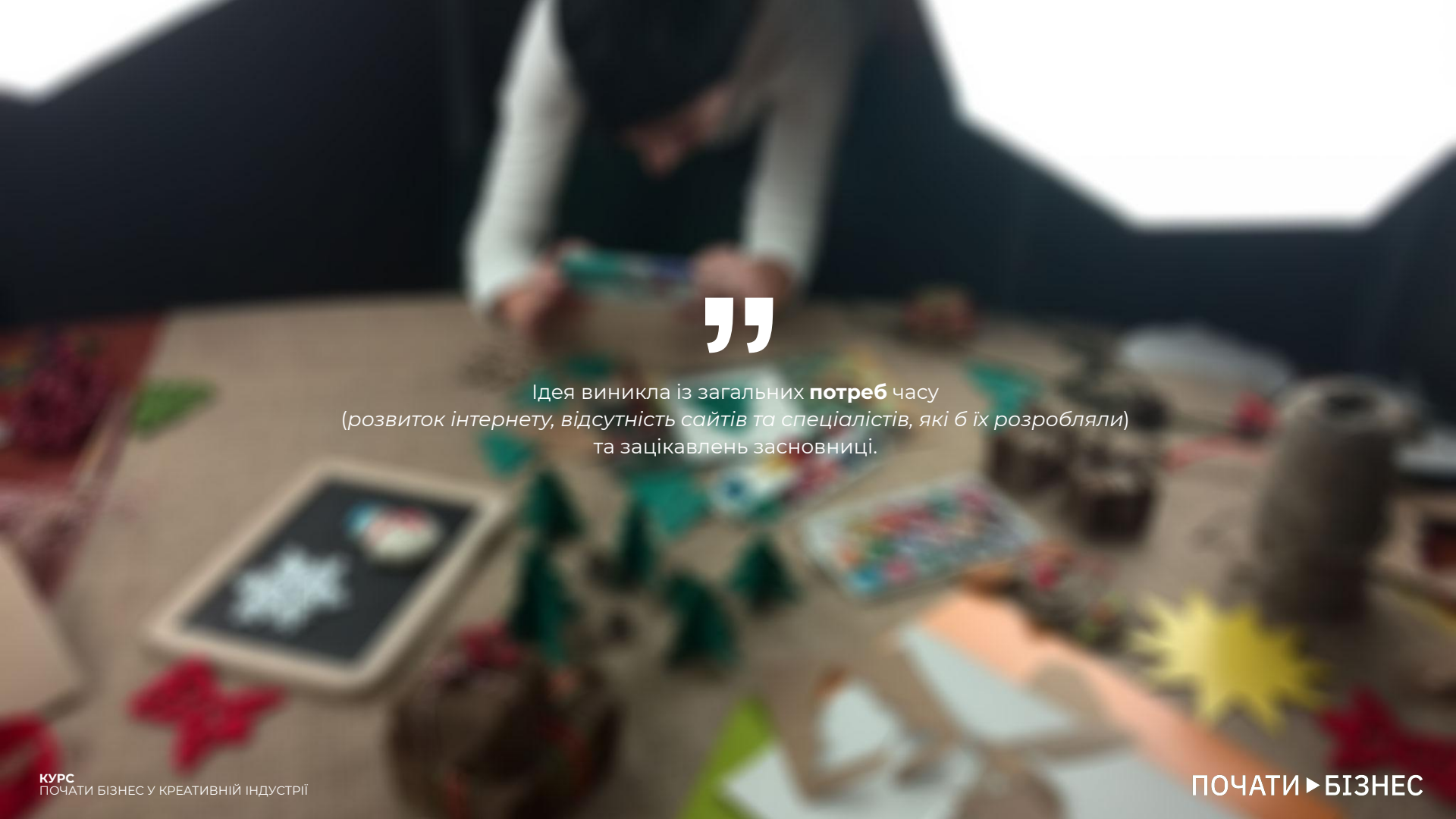


CF.Digital

Агентство з ефективної інтеграції бізнесу в digital-середовище. Спеціалізується на розробці бізнес-рішень та надає повний спектр промо-послуг.

Стартувало у 2002 році як ініціатива двох студентів і за 18 років виросло у потужне агентство.

ІДЕЯ

A blurred background image showing a person from the chest down, wearing a white long-sleeved shirt and a dark vest, leaning over a wooden table. They are holding a small green object. The table is covered with various craft supplies, including a framed piece of fabric with a white snowflake design, several small green felt Christmas trees, a yellow star-shaped object, and other colorful materials. The scene is lit with soft, natural light from a window in the background.

”

Ідея виникла із загальних **потреб** часу
(розвиток інтернету, відсутність сайтів та спеціалістів, які б їх розробляли)
та зацікавлень засновниці.

СТАРТ

Бізнес Ірини Муштіної
стартував із
випадкової життєвої
ситуації та вдалої
комунікації: вона не
мала грошей на
весільну сукню і
запропонувала
власниці салону
поміняти сукню на
сайт. Із весільним
агентством вони
співпрацюють і досі.

Перший важливий бізнес-урок компанія
отримала під час кризи 2008-2009 - не можна
будувати бізнес без фінансового планування.

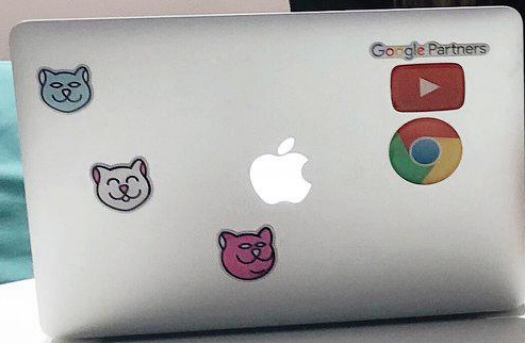
Важливо розуміти також, на чому ви
найбільше заробляєте (*маржинальність*),
що є вашим ключовим товаром чи
послугою, яка рентабельність вашого
бізнесу, який відсоток йде у фонд оплати
праці.

Важливо знати **собівартість** компанії та
коректну вартість години послуг її працівників.

P&L (*profit & loss report -
звіт про прибуток і
збитки*) входить до
трійки ключових
фінансових звітів для
бізнесу, які обов'язково
повинна мати компанія.

Разом із ним у зв'язці
зазвичай ідуть звіт про
рух грошових коштів
(*cash flow*) і баланс
(*balance sheet*).

КОМАНДА



Правила для команди:

- чесність;
- розвиток;
- відповідальність.

Варто розуміти, що може стати суттєвим мінусом для роботи колективу, тому на співбесіді керівниця завжди ставить питання *“що ми маємо зробити такого, щоб ви більше не захотіли у нас працювати?”*

Новим співробітникам важливо приділяти достатньо **часу**, щоб вони не почувалися покинутими та дезорієнтованими.

На **ефективність** роботи команди впливає ще кілька чинників. Зокрема, чіткі бізнес-процеси та функціонал: кожен має знати, за який етап відповідає і яка у нього/неї послідовність дій.

Керівник повинен об'єднувати довкола себе людей: і колег, і клієнтів. Поки ви горите своєю справою, нею горять і ваші колеги. Також керівник повинен завжди шукати щось нове: нові рішення, нові ніші, нові проекти. А також розвивати свій бренд.





Одне з ключових вмінь керівника - правильно ставити **задачі**.

(щоб перевірити чи зрозумів ваш колега, що має робити, можна скористатися класичним методом: попросити його переказати задачу і етапи її виконання)

Виконання задачі важливо поділити на певні етапи з контрольними точками.

Якщо керівник не перевіряє виконання задачі, це **демотивує** колег.

Наступний крок - система обліку. Спочатку це може бути просто **Excel-файл**, де фіксуються етапи роботи, задачі, витрачений час тощо.

Пізніше компанія пані Ірини залучила **CRM**-систему. Вона допомагає із віддаленим документообігом, збереженням контактів, постановкою задач тощо.

Це також допомагає команді працювати продуктивно навіть віддалено.

”

Важливо правильно ставитися до **факапів** у колективі.

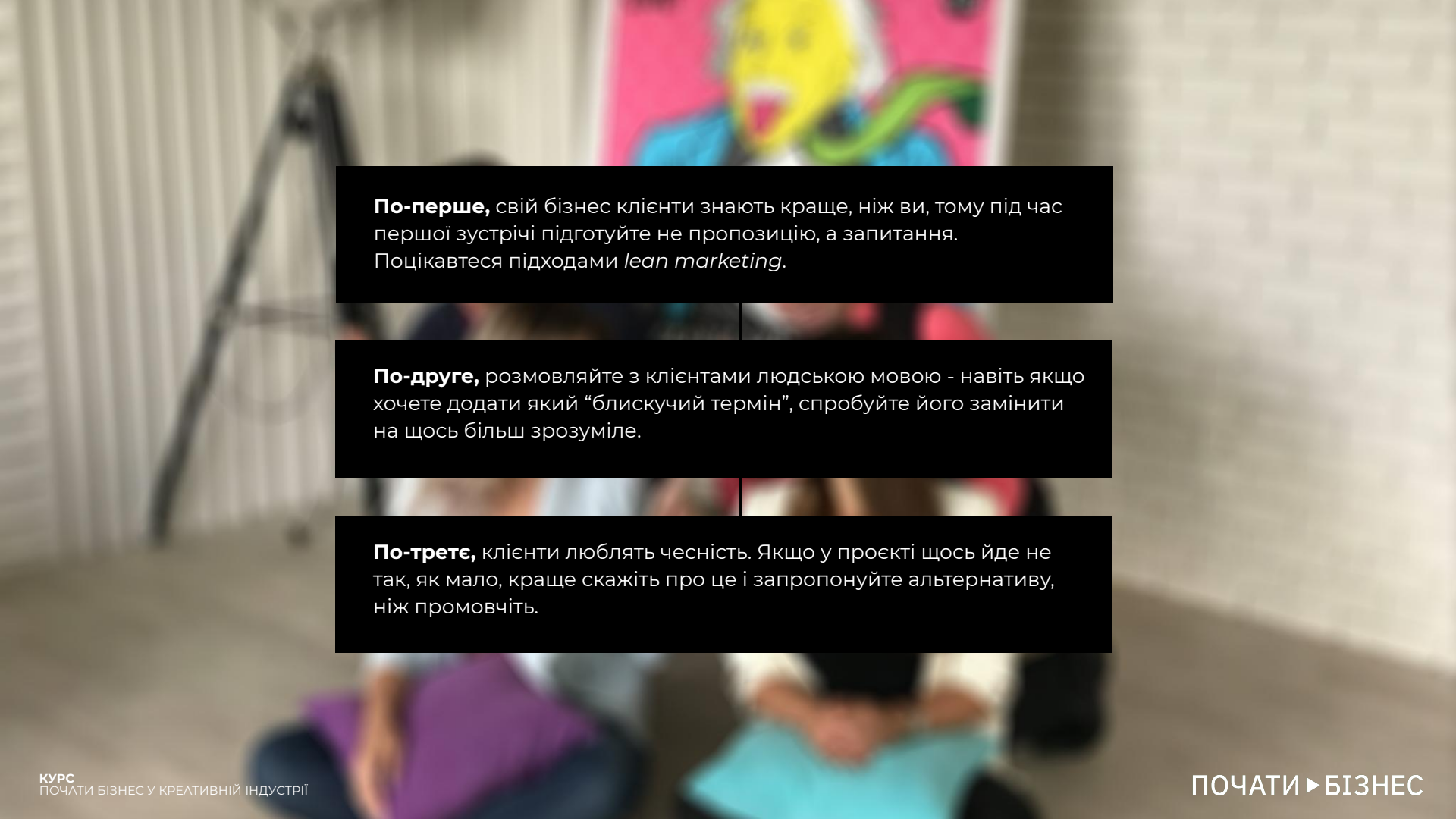
Пані Ірина ділить їх на помилки і проступки.

Помилку роблять через відсутність знань чи досвіду. Їх варто аналізувати та робити висновки.

А проступок - це **свідоме** порушення своїх обов'язків. За нього варто звільняти.



КЛІЄНТИ



По-перше, свій бізнес клієнти знають краще, ніж ви, тому під час першої зустрічі підготуйте не пропозицію, а запитання. Поцікавтеся підходами *lean marketing*.

По-друге, розмовляйте з клієнтами людською мовою - навіть якщо хочете додати який "блискучий термін", спробуйте його замінити на щось більш зрозуміле.

По-третє, клієнти люблять чесність. Якщо у проєкті щось йде не так, як мало, краще скажіть про це і запропонуйте альтернативу, ніж промовчіть.



КРИЗОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

”

У період кризи варто в першу чергу зменшувати свої витрати. **Оптимізувати** все, що можете оптимізувати. Варто зайняти проактивну позицію і розповідати про себе і свій бізнес. А також уміти домовлятися. Перед переговорами варто запитати себе, яка стоїть перед вами **задача:** бути правим чи домовитися.

КОРИСНІ ПОСИЛАННЯ

[CRM система Onebox](#)

одна із можливих систем для управління бізнес-процесами, яку ви можете залучити.

Книги:

Ерік Ріс

«The Lean Startup»

Марк Джефрі

«Маркетинг, заснований на даних»

