



## Модели монетизации технологического продукта.фТП\_СПО\_230914

- 1 ... - продукт смешения программных и аппаратных технологий.
- 2 ... - последовательность действий, связанных между собой, которые направлены на получение продукта.
- 3 ... - аудитория потенциальных потребителей какого-либо товара или услуги.
- 4 Одним из важных критериев определения целевой аудитории является деление на:
- 5 ... заинтересован в длительных, стабильных отношениях, в максимальном доверии и соблюдении договорённостей.
- 6 ... - это один из самых сложных сегментов для входа, но более стабильный в долгосрочной перспективе.
- 7 ... - это простое изложение преимуществ, которые потребители получают при покупке продукта или услуги.
- 8 Для разработки ценностных предложений используется специальный:
- 9 ... - это фактическое описание того, как продукт работает и какую пользу приносит.
- 10 ... - это то, чем полезен продукт и как он облегчает жизнь клиента.
- 11 ... - это ядро ценностного предложения.
- 12 ... - это эмоциональная движущая сила принятия решений.
- 13 ... - это разумные нужды клиента, которые ему надо удовлетворить.
- 14 ... - это стандартная модель монетизации, которая предполагает получение денег в результате продажи физического или виртуального продукта.
- 15 ... - это модель, которая предусматривает не разовую, а регулярную оплату за продукт.
- 16 ... - это модель, которая заключается в получении дохода за передачу товара во временное пользование.





- 17) ... - это модель, которая предполагает посредничество, обеспечение сделки между продавцом и покупателем.
- 18) ... - это модель, которая заключается в бесплатном предоставлении пробной версии продукта.
- 19) ... - это модель редко используется у стартапов, поскольку предполагает создание востребованного продукта, обладающего уникальными преимуществами.
- 20) ... - это способ монетизации, который обусловлен привязанностью клиента к продукту или бренду.
- 21) Представьте ситуацию, где стартап выходит на международные рынки, и вы сталкиваетесь с такой проблемой, где существенно отличается целевая аудитория и поведенческие модели пользователей от текущих. Какие действия необходимо предпринять стартапу, чтоб выход на международный рынок имел успех:
- 22) Представьте ситуацию, где существует привязанность клиента к продукту или бренду. При этом основной причиной зависимости является нежелание пользователя переходить к конкуренту из-за дополнительных затрат, трудоемкости. Какую модель монетизации необходимо использовать в данной ситуации:
- 23) ... - это временная структура, существующая для поиска воспроизводимой и масштабируемой бизнес-модели для нового продукта или технологии.
- 24) ... - возможность взрывного роста без пропорционального увеличения количества затраченных ресурсов.
- 25) ... - это стадия, при которой реализуется поиск бизнес-идеи и способы ее реализации.
- 26) ... - это стадия, при которой происходит разработка MVP и осуществляются первые продажи.
- 27) ... - это стадия, при которой уверенно растут метрики и капитализация компании.
- 28) ... - это стадия, при которой компания укрепляется на рынке или нескольких рынках как лидер в своей нише, имея существенную долю и уверенно растущие показатели.
- 29) ... - это стадия, при которой доля в бизнесе может быть сохранена инвестором в качестве источника стабильного дохода.





- 30 ... - учитываются расходы на всех этапах жизни стартапа: инвестиции, зарплата команды, покупка материальных активов, затраты на рекламу.
- 31 ... - прогноз будущих денежных потоков компании.
- 32 ... — соглашение о намерениях или основных условиях сделки.
- 33 ... - это комплексная и независимая оценка бизнеса
- 34 ... - это стратегия найма за счет переманивания специалиста, работающего в другой компании.
- 35 Какой потенциальный покупатель стартапа воспринимает приобретение в качестве получения новых клиентов?
- 36 Что нужно продавать, чтобы убедить потенциальных покупателей?
- 37 Когда лучше оповестить общественность о продаже стартапа?
- 38 Что необходимо сделать для расширения базы потенциальных покупателей?
- 39 Что должно быть в арсенале стартапа для презентации?
- 40 На каком этапе необходимо рассчитать стоимость стартапа?
- 41 Что нужно делать основателю стартапа, после заключения основного договора о его продаже?
- 42 Какой шаг является необходимым для успешного запуска стартапа?
- 43 Представьте ситуацию, где ваш продукт основан на предоставлении очень ценной информации, где пользователи или другие заинтересованные лица платят за ценность этого контента. К какой модели монетизации стартапа вы отнесете свой продукт?
- 44 Представьте ситуацию, вы приглашены в команду стартапа, и вам как новому сотруднику важно понять, на каком этапе развития находится технологический стартап. При этом вам рассказали, что сейчас происходит поиск ключевых сотрудников и поиск финансирования проекта, бизнес-план уже разработан. Назовите этап развития стартапа:
- 45 ... - продукт смешения программных и аппаратных технологий.





- 46 ... - последовательность действий, связанных между собой, которые направлены на получение продукта.
- 47 ... - аудитория потенциальных потребителей какого-либо товара или услуги.
- 48 Одним из важных критериев определения целевой аудитории является деление на:
- 49 ... заинтересован в длительных, стабильных отношениях, в максимальном доверии и соблюдении договорённостей.
- 50 ... - это один из самых сложных сегментов для входа, но более стабильный в долгосрочной перспективе.
- 51 ... - это простое изложение преимуществ, которые потребители получают при покупке продукта или услуги.
- 52 Для разработки ценностных предложений используется специальный:
- 53 ... - это фактическое описание того, как продукт работает и какую пользу приносит.
- 54 ... - это то, чем полезен продукт и как он облегчает жизнь клиента.
- 55 ... - это ядро ценностного предложения.
- 56 ... - это эмоциональная движущая сила принятия решений.
- 57 ... - это разумные нужды клиента, которые ему надо удовлетворить.
- 58 ... - это стандартная модель монетизации, которая предполагает получение денег в результате продажи физического или виртуального продукта.
- 59 ... - это модель, которая предусматривает не разовую, а регулярную оплату за продукт.
- 60 ... - это модель, которая заключается в получении дохода за передачу товара во временное пользование.
- 61 ... - это модель, которая предполагает посредничество, обеспечение сделки между продавцом и покупателем.
- 62 ... - это модель, которая заключается в бесплатном предоставлении пробной версии продукта.





- 63 ... – это модель редко используется у стартапов, поскольку предполагает создание востребованного продукта, обладающего уникальными преимуществами.
- 64 ... - это способ монетизации, который обусловлен привязанностью клиента к продукту или бренду.
- 65 ... - это временная структура, существующая для поиска воспроизводимой и масштабируемой бизнес-модели для нового продукта или технологии.
- 66 ... - возможность взрывного роста без пропорционального увеличения количества затраченных ресурсов.
- 67 ... - это стадия, при которой реализуется поиск бизнес-идеи и способы ее реализации.
- 68 ... - это стадия, при которой происходит разработка MVP и осуществляются первые продажи.
- 69 ... - это стадия, при которой уверенно растут метрики и капитализация компании.
- 70 ... - это стадия, при которой компания укрепляется на рынке или нескольких рынках как лидер в своей нише, имея существенную долю и уверенно растущие показатели.
- 71 ... - это стадия, при которой доля в бизнесе может быть сохранена инвестором в качестве источника стабильного дохода.
- 72 .... - учитываются расходы на всех этапах жизни стартапа: инвестиции, зарплата команды, покупка материальных активов, затраты на рекламу.
- 73 ... - прогноз будущих денежных потоков компании.
- 74 ... — соглашение о намерениях или основных условиях сделки.
- 75 ... - это комплексная и независимая оценка бизнеса
- 76 ... - это стратегия найма за счет переманивания специалиста, работающего в другой компании.
- 77 Какой потенциальный покупатель стартапа воспринимает приобретение в качестве получения новых клиентов?
- 78 Что нужно продавать, чтобы убедить потенциальных покупателей?
- 79 Когда лучше оповестить общественность о продаже стартапа?





- 80) Что необходимо сделать для расширения базы потенциальных покупателей?
- 81) Что должно быть в арсенале стартапа для презентации?
- 82) На каком этапе необходимо рассчитать стоимость стартапа?
- 83) Что нужно делать основателю стартапа, после заключения основного договора о его продаже?
- 84) Какой шаг является необходимым для успешного запуска стартапа?
- 85) Представьте ситуацию, вы пришли в команду технологического стартапа, где создают продукт в котором коммерческим результатом является программный код, который предназначен для встраивания в готовое программное обеспечение. К какому виду и типу относится этот продукт?
- 86) Представьте ситуацию, вы приглашены в команду стартапа, где разрабатывают новый технологический продукт, при этом дохода от продукта не предусмотрено. Определите цель создания продукта:

