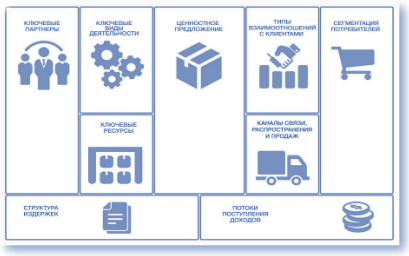
Чек-лист: Аудит уязвимостей бизнес- модели



Автор: Наталья Дроздова @drozdnpsy

Инструкция: Отметьте пункты, в которых вы узнаете свою компанию. Каждый маркер — это «черная дыра», куда утекают ваши ресурсы.

Блок 1. Клиенты и Ценность. Уязвимости правой стороны

1. **Ваши товары и услуги «для всех».** Вы описываете своего клиента размыто (например, «МСБ», «женщины 25–45» или «все, кому нужен ремонт»). Из-за этого маркетинг бьет из пушки по воробьям.
2. **Скидкомания / Ценовая ловушка.** Единственный весомый аргумент в споре с конкурентами — «у нас дешевле». Попытка поднять чек вызывает у вас панический страх, что все клиенты уйдут.
3. **Продукты-одиночки.** У вас нет продуктовой матрицы (нет доступного по цене продукта для знакомства, нет флагмана, нет комплексного предложения). Каждый раз заново привлекаете клиента дорого.
4. **«Одноногий табурет» в маркетинге.** Почти весь поток клиентов идет из одного источника. Например, только сарафанное радио или только один рекламный канал. Если этот канал отключится — бизнес встанет.

Блок 2. Процессы и Инфраструктура. Уязвимости левой стороны

5. **Много замкнуто на одном лице.** Человек-оркестр - это очень привлекательно, но делают систему неавтономной и чувствительной к изменениям.
6. **Балласт оплаченных ресурсов.** Вы платите за сервисы, автоматизацию, или аренду помещений, которые почти не используются.
7. **Раздутые и/ или неэффективные Виды деятельности.** Вы или ваши ключевые сотрудники тратите до 80% времени на рутину и исправление ошибок. На стратегию сил уже не остается.
8. **Токсичные / незаменимые партнеры.** Бизнес жестко зависит от одного подрядчика или поставщика, который знает это и начинает диктовать свои условия или саботировать процессы.

Блок 3. Финансы. Уязвимости нижнего уровня

9. **Кассовый разрыв как образ жизни.** На бумаге (или в голове) вы прибыльны, но на расчетном счету регулярно нет денег на зарплаты или закупки. Приходится перехватывать из личных средств.
10. **Слепая зона в учете.** Ведете бухгалтерский, но не управленческий учет. Финансы оцениваются по принципу «сколько на карте осталось».
11. **Высокая доля постоянных расходов.** Ваши фиксированные косты (офис, оклады, обязательные платежи) вынуждают генерировать огромный оборот просто ради выживания.
12. **Неэффективная модель монетизации.** Способ получения дохода не соответствует Потребительским сегментам или продукту.

Блок 4. Ограничения Собственника. Психологические уязвимости

13. **Синдром спасателя.** Вы держите в штате неэффективных сотрудников («жалко уволить, у него ипотека») или годами тащите клиентов, которые мотают нервы за копейки.
14. **Иллюзия контроля.** Вам кажется, что никто не сделает задачу лучше вас. И вместо полноценного делегирования наблюдается микроменеджмент.
15. **«Синдром самозванца» при формировании цены.** Вы боитесь поднимать цены на свои продукты или услуги, даже когда себестоимость выросла.
16. **Эмоциональное выгорание.** Вы испытываете глухое раздражение к собственному бизнесу. Мысль о новых клиентах вызывает не радость от прибыли, а усталость от предстоящей работы.

🛠 Подсчет результатов:

- **0–3 отметки:** Ваш бизнес устойчив, но, возможно, вы упускаете скрытые точки масштабирования.
- **4 –7 отметок:** Система начинает «сыпаться». Вы тратите слишком много энергии на удержание позиций вместо роста.
- **8+ отметок:** Бизнес находится в глубоком кризисе модели. Вам срочно нужна пересборка с помощью канвы А. Остервальдера, чтобы не довести компанию до банкротства, а себя — до клинического выгорания.
- **В каком блоке канвы бизнес-модели отметок больше.**