**Навчальний модуль 1. Основні концепти бізнес-моделей**

**Словник**

**Revenue** – виручка, сукупний об’єм продаж вашого бізнесу

**Monthly Recurring Revenue (MRR)** – об’єм місячної виручки (продажів), яка повторюється з місяця в місяць.

**Annual Recurring Revenue (ARR)** - об’єм річної виручки (продажів), яка повторюється з місяця в місяць.

**Фокус-група** – метод якісного дослідження, який передбачає інтерв’ювання малої групи людей (5-10 людей) для оцінки концепцію, продукт, послугу. Тривалість фокус-групи може становити від 30 до 120 хвилин, впродовж яких можуть демонструватись додаткові матеріали або проводитись тестування продукту.

**Глибинне інтерв’ю** – метод дослідження, який передбачає тривалу розмову з користувачем за неструктурованим опитником з відкритими питаннями.

**Churn Rate** – чатска клієнтів, яка перестала користуватись вашим сервісом чи продуктом.

**Profit** – чистий дохід вашого бізнесу, розраховується за формулою, де від сукупних надходжень ви віднімаєте ваші витрати

**Cash Flow** – обіг коштів на рахунках вашої компанії.

**Pivot** – суттєва зміна продукту чи бізнес-моделі стартапу  
  
**Key Performance Indicators** – ключові показники ефективності (метрики) проєкту, стартапу, бізнесу

**B2B** – модель, коли клієнтами компанії є інші бізнеси та юридичні особи

**B2C –** модель за якої клієнтами компанії є люди (фізичні особи)

**B2b –** модель, коли клієнтами компанії є малий бізнес або департаменти великих компаній

**B2G –** модель, за якої клієнтом компанії є державні органи тощо

**Підписка (Subscription)** – модель монетизації, за якої користувач здійснює регулярний (місячний, квартальний, річний) платіж за продукт чи сервіс.

**Ранні адоптери (Early Adopters)** – категорія людей, які стають першими користувачами інноваційних сервісів.