

***ПРАКТИКИ
CUSTOMER
DEVELOPMENT,
ИЛИ КАК УЗНАТЬ,
НУЖЕН ЛИ
ПРОДУКТ РЫНКУ***

Олег Ананьев

ИТ-предприниматель, ментор,
консультант

Mob.: +7 9169069790

E-mail: olegan01@yandex.ru

«Люди, которые
избегают
неудачи, также
избегают
успеха» .

Роберт Киосаки

СТАРТАП

"Стартап — это временная организация, созданная для поиска повторяемой, масштабируемой и устойчивой бизнес-модели».

С. Бланк

«Большинство стартапов погибло, не потому, что у них был плохой продукт, а потому что этот продукт был никому не нужен».

Э. Рис

ОТЛИЧИЕ СТАРТАПА ОТ ТРАДИЦИОННОГО БИЗНЕСА

Традиционный бизнес:

- проблема известна, решение известно.
- ценность (Value) создается за счет продажи продукта или предоставления услуг клиенту
- Продажи и маркетинг сфокусированы на выполнение плана, а не на поиск и изучение заказчика и рынка.

Стартап:

- **неизвестна** проблема и **неизвестно** решение,
- строим гипотезы, проверяем и тестируем их,
- можем доверять только опыту и "проверенному знанию о наших клиентах (пользователях)"

ЗАЧЕМ НУЖЕН CUSTDEV

- *С чего начать развитие стартапа и как повысить его шансы на успех*
- *Никак не связан с:*
 - *размером компании,*
 - *страной,*
 - *сектором экономики,*
 - *индустрией.*

ЗАДАЧИ CUSTOMER DEVELOPMENT

Как правильно выстроить ориентированность на покупателя?

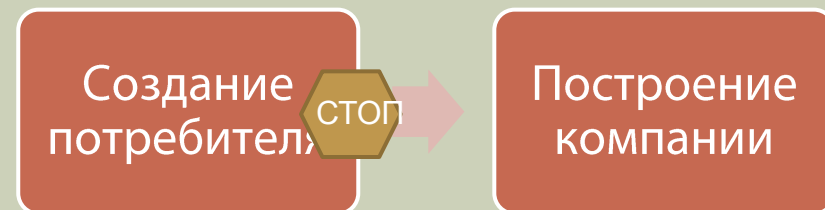
- Как приоритезировать различные аспекты ценности вашего продукта для вашего покупателя?
- За что платит покупатель?
- Что и как спросить у покупателя чтобы понять его потребности?
- Что делать на новом рынке, когда покупатель еще не знает, чего он хочет?

ЦИКЛ CUSTOMER DEVELOPMENT

Поиск



Исполнение



CUSTOMER DISCOVERY / ПОИСК ПОТРЕБИТЕЛЯ



- Проверить "БАЗОВУЮ ГИПОТЕЗУ"
(CPS = "Customer-Problem-Solution")
- Создать минимальный-
жизнеспособный продукт (MVP)
- Проверить рынок (Product-Market Fit)
- Спланировать развитие (разработка
и маркетинг)

ИНСТРУМЕНТЫ CUSTDEV

- Интервью (проблемные, экспертные и решенческие), аналитика отчетов
- Сценарное моделирование
- Опросы, Smoke test
- Трекшн-карты
- Excel-модели Unit-экономики

GET OUT OF THE BUILDING (S. Blanc)

ЦЕЛИ ИНТЕРВЬЮ

Цель – понять как думает потребитель, его мировоззрение.

1. Существует ли проблема?
2. Как клиент оценивает проблему?
3. Как клиент решает эту проблему сейчас?
4. *Есть ли рынок среди данного Клиентского сегмента, насколько он емкий?*

ПРАВИЛА ИНТЕРВЬЮ

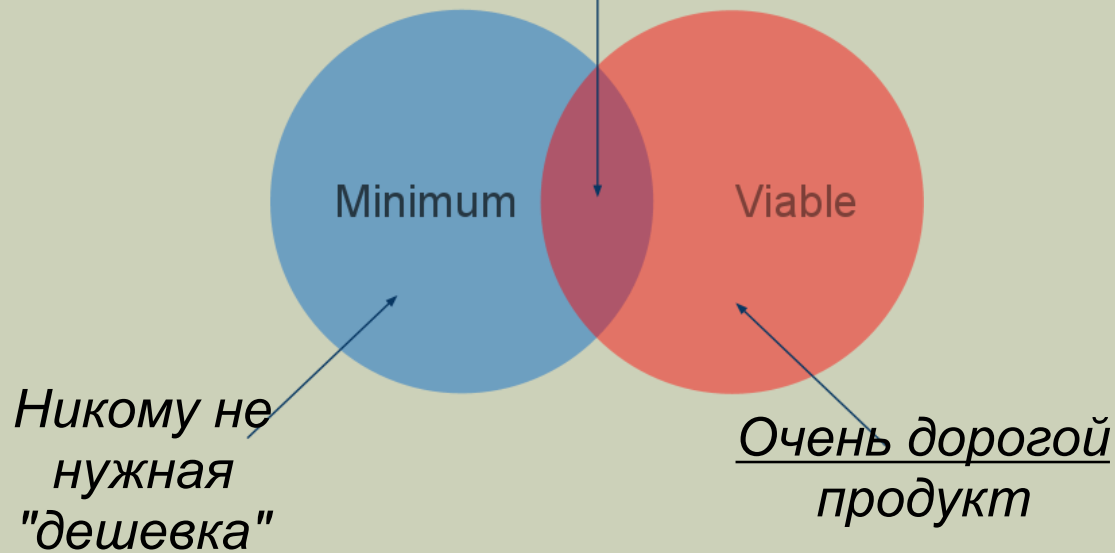
- Задавайте правильные вопросы,
- Фиксируйте и оценивайте идеи, не пытайтесь продавать,
- Спрашивайте о прошлом, а не о будущем (опыт),
- Важны не мнения и оценки, а факты и договоренности о следующем шаге,
- Ищите потенциальных ранних последователей,
- Фиксируйте паттерны поведения (выбирайте разные когорты пользователей) и инсайты,
- Включите эмоции,
- И СЛУШАЙТЕ!

MVP (MINIMUM VIABLE PRODUCT)

Минимальный Целесообразный продукт:

Продукт (сервис) с минимально-допустимым набором функций, достаточных чтобы пользователь за него заплатил (деньгами, вниманием, временем)

MVP = оптимальный
продукт



CUSTDEV – ПРОВЕРКА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

- Проверенные знания о клиенте и его потребностях
- Для чего нужна Проверка потребителей (Customer Validation)
 - Правильно определить рынок для своего продукта
 - Выявить верные свойства продукта, решающие проблемы пользователя
 - Найти корректные методы приращивания пользователей и конверсии
 - Правильно выстроить воронку продаж /удержания пользователей

PIVOT (РАЗВОРОТ)

***Pivot – процесс итерации с целью поиска
«Никогда не терять время на изобретение вещей,
которые люди не будут покупать» Томас Эдисон***



- Необходимо выяснить причину недостаточного масштабирования и изменить часть/части бизнес-модели «Клиент-Проблема-Решение».
- Сохраняем направление, меняем бизнес-модель, учитывая опыт.
- Уменьшая время между "разворотами" - мы увеличиваем свои шансы на успех!

ЦЕННОСТЬ ДЛЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ

- В чем заключается ценность для потребителя?
- Какие ценности отсутствуют у конкурирующих решений?
- Ваша ключевая идея
 - Цена
 - Удобство откупоривания банки
 - Отсутствие искусственных добавок
 - Простота в использовании

ТИП РЫНКА

- Существующий рынок
 - Быстрее/лучше = High end, удобство
- Ресегментированный рынок
 - Ниша = главное маркетинг и брэндинг
 - Дешевле = Low end
- Новый рынок
 - Дешевле/достаточно хорош для создания нового класса продуктов/заказчиков
 - Инновационный/до этого не существовал

БИЗНЕС-МОДЕЛЬ

Какова бизнес-модель вашего стартапа?

От выбора бизнес-модели зависит метрика, которой вы пользуетесь для нахождения и подтверждения заказчиков и для определения критериев завершения каждого шага.

- Традиционные
 - Товарная модель, включая e-commerce
 - Подписка,
 - Биржа/агрегация
 - Sharing revenue
- Нетрадиционные (не продают продукт/услугу "напрямую"):
 - Freemium (paid accounts)
 - Free (user growth)

МНОГОСТОРОННЯЯ БИЗНЕС-МОДЕЛЬ

- Многосторонняя бизнес-модель
- Можем ли мы привлечь достаточное кол-во клиентов для каждой стороны?
- Кому из них критичней цена?
- Покроют ли доходы с одной стороны субсидию другой?

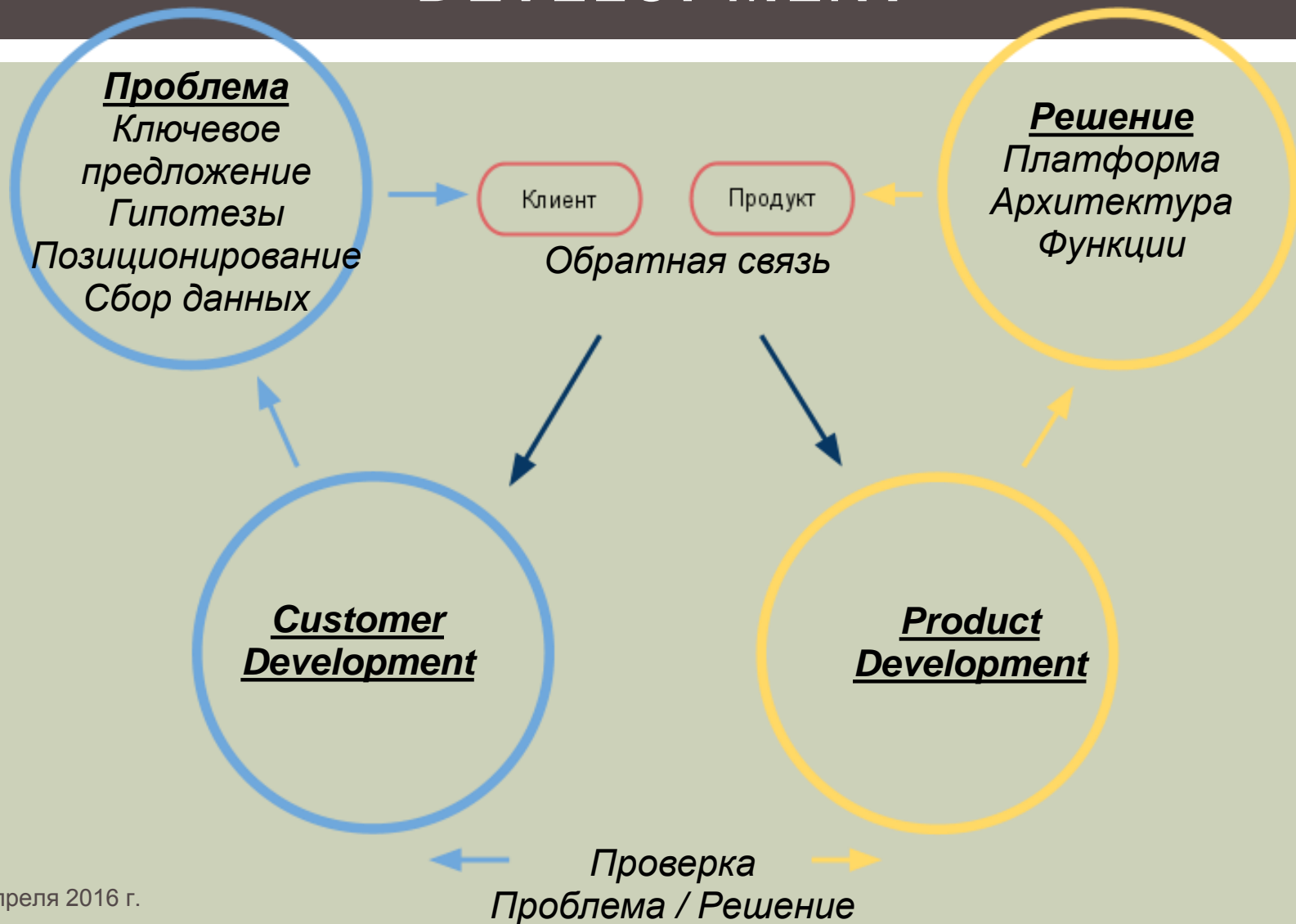
ПРОВЕРКА РЫНКА (P-M FIT)

- Протестировали технологию,
- Пользователь готов заплатить,
- Стоимость привлечения пользователя ниже стоимости продукта (сходимость U-экономики),
- Есть доказательства того что рынок достаточно большой,
- Убедились в масштабируемости бизнес-моделей.

СТАДИИ MVP



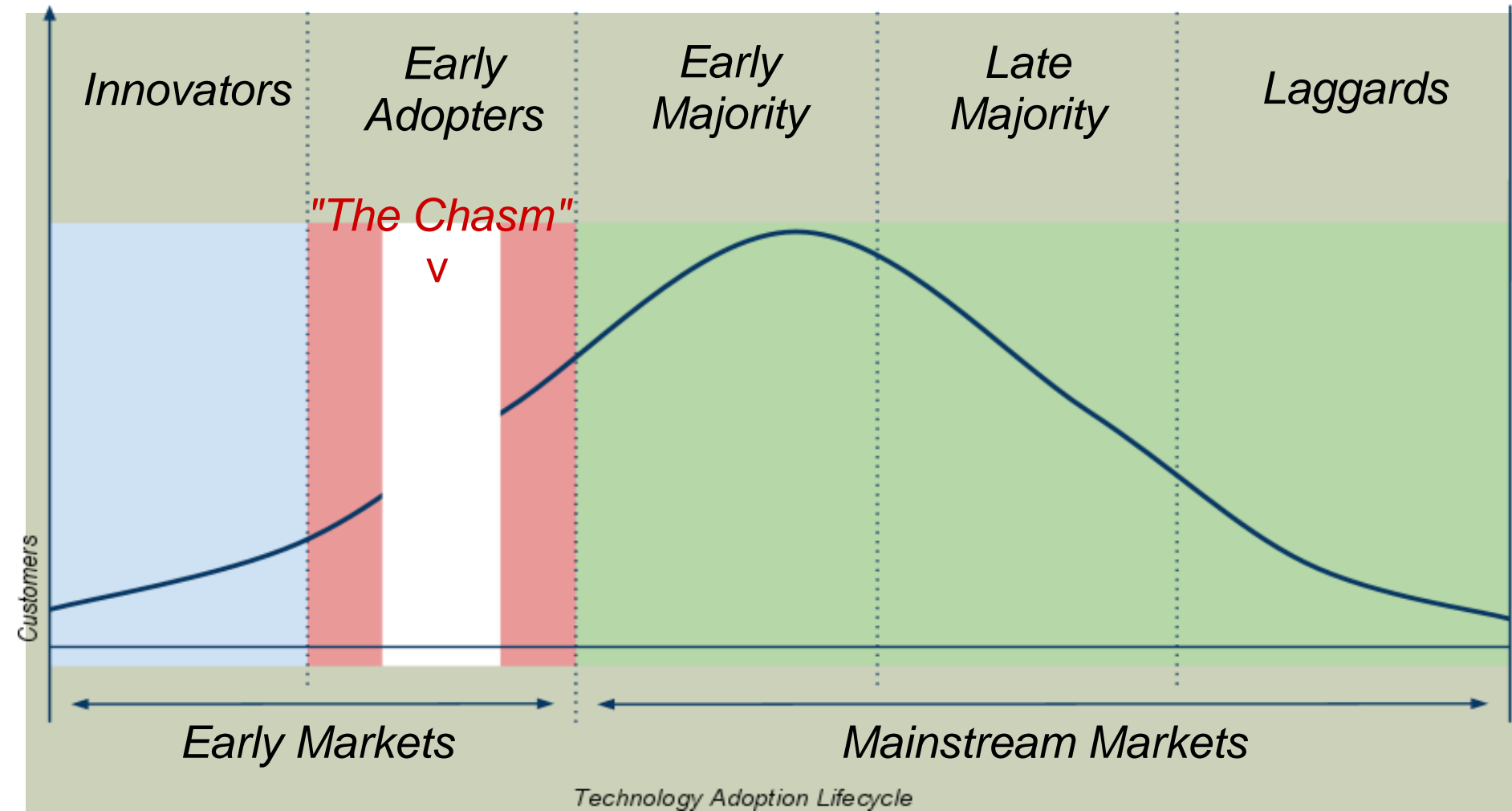
СВЯЗЬ PRODUCT&CUSTOMER DEVELOPMENT



РОСТ

- Широкий охват (freemium, low-cost)
- Максимальные продажи / дистрибуция
- Для сервисов: сначала пользователи – потом монетизация
- Помнить про MVP и Pivots

TECHNOLOGY ADOPTION LIFECYCLE



ТИПЫ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

Тип 1	<i>Ну... В принципе, мы думали о чем-то подобном. Вы пришлите нам предложение, мы посмотрим, сравним цены...</i>
Тип 2	<i>Мы уже пытались сделать такую штуку сами и столкнулись с целой кучей проблем...</i>
Тип 3	<i>Честно говоря, не совсем понимаю, что делает эта штука и зачем она мне нужна</i>
Тип 4	<i>Да, наверное, полезная вещь. Сколько, вы говорите, стоит? Понятно. А бесплатно скачать где-нибудь можно?</i>
Тип 5	<i>Ну наконец! Хоть кто-то догадался это сделать! Знаете что? Возьмите демо-образец и завтра подъезжайте к нам в офис.</i>

ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ЭНТУЗИАСТЫ

- В активном поиске новых технологий
- Ориентируются на собственный пользовательский опыт > сосредоточены на решении определенной потребности а не на затратах,
- Хотят помочь предпринимателю и поделиться удачным продуктом с другими энтузиастами (word of mouse),
- Хотят чтобы продукт развивался и был успешным.

ВАЖНЫЕ ЗАКОНОМЕРНОСТИ



КЛЮЧЕВЫЕ КОНЦЕПЦИИ

- В чем заключается ценность для потребителя?
- Какие ценности отсутствуют у конкурирующих решений?
- Ваша ключевая идея
 - Цена
 - Удобство откупоривания банки
 - Отсутствие искусственных добавок
 - Простота в использовании

СТАДИИ РАЗВИТИЯ ПРОДУКТА И МЕТРИКИ

<i>Воронка (Стадия)</i>	<i>Процесс (Покупатель)</i>	<i>Бизнес-задача</i>	<i>Ожидаемая реакция</i>	<i>Метрика</i>
<i>Suspect</i>	<i>В поиске лучшего продукта</i>	<i>SEO/SEM Соц.медиа Блоггеры Сообщества</i>	<i>Переход по ссылке</i>	<i>Количество: посетителей, просмотров</i>
<i>Lead</i>	<i>Находит страницу продукта</i>	<i>Показываем функции и преимущества</i>	<i>Изучение сайта</i>	<i>Переходы на "подробнее"</i>
<i>Prospect</i>	<i>Бесплатная пробная версия</i>	<i>Полноценная тестовая версия</i>	<i>Регистрация</i>	<i>Активность: прочтение имейлов, глубина использования</i>
<i>Customer</i>	<i>Покупает после пробного периода</i>	<i>Качественную поддержку, Удобная покупка</i>	<i>Покупка</i>	<i>Конверсия в платные пользователи</i>
<i>Reference</i>	<i>Рекомендует сервис коллегам</i>	<i>Инструменты для рекомендаций, Реферальная программа</i>	<i>Рекомендация</i>	<i>Количество рекомендаций</i>

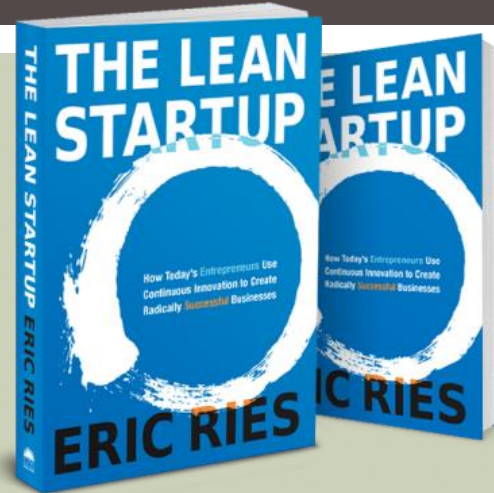
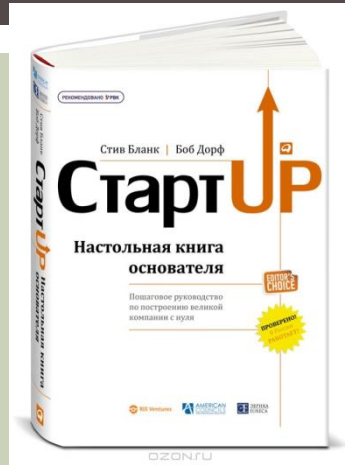
ВОПРОСЫ ПОЛЬЗОВАТЕЛЮ НА РАЗЛИЧНЫХ СТАДИЯХ ВОРОНКИ

<i>Воронка (Стадия)</i>	<i>Customer Discovery</i>
<i>Suspect</i>	<p><i>Насколько активно вы ищете инструмент для аналитики?</i> <i>Как вы ищете (каким способом, на что обращ. внимание)?</i> <i>Каким ресурсам (рекомендациям) вы доверяете?</i> <i>Переходите ли вы по рекламным ссылкам?</i> <i>Обращаете ли вы внимание на рекомендации в соц. сетях?</i></p>
<i>Lead</i>	<p><i>На что вы смотрите в первую очередь когда заходите на сайт?</i> <i>Нагляднее ли будет видео-демонстрация сервиса вместо скриншотов?</i> <i>Требуется ли вам живое общение с сотрудником?</i> <i>Отправите ли вы ссылку коллеге после первого захода на сайт?</i></p>
<i>Prospect</i>	<p><i>Ожидаете ли вы получить бесплатный тестовый доступ?</i> <i>Хотите ли вы посмотреть демо-версию без регистрации?</i> <i>Нужны ли вам рекламные брошюры и вебинары?</i> <i>Требуется ли вам персональная демонстрация продукта?</i></p>
<i>Customer</i>	<p><i>Готовы ли вы заплатить за продукт?</i> <i>Какой метод оплаты (доставки) вам больше всего подходит?</i> <i>Важна ли вам бесплатная доставка (низкая цена)?</i> <i>Важна ли вам опция "мани-бэк"?</i></p>
<i>Reference</i>	<p><i>Хотели бы вы стать нашим советником?</i> <i>Как бы вы оценили нашу службу поддержки?</i> <i>Готовы ли вы рекомендовать нас друзьям?</i> <i>Готовы ли вы дать комментарии про наш сервис в прессу?</i> <i>Если нет, почему? Что мы можем сделать лучше?</i></p>

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА И АВТОРЫ



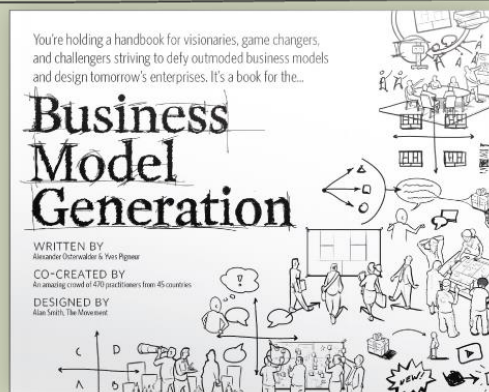
Стив Бланк (Steve Blank)



Эрик Рис (Eric Ries)



Алекс Остервальдер (Alex Osterwalder)
6 апреля 2016 г.



Дэйв МакКлюр (Dave McClure)
@davemcclure

<http://http://500hats.com>

Вопросы?



**YOU CAN'T
STOP THE WAVES
BUT YOU CAN
LEARN TO SURF**

Олег Ананьев

Mob.: +7 9169069790

E-mail: olegan01@yandex.ru