

как создать  
ПРОДУКТ,  
который купят?



# Lean startup - бережливое производство

Бережливая разработка **сэкономит вам деньги и время**, сократив бесполезные действия по разработке продукта.

Lean startup - постепенный поиск нужного результата.



Making people want things  
or  
Making things people want?

Бизнес часто пытается заставить людей захотеть то, что делает. Вместо того, чтобы делать вещи, которые они захотят.

# Выбор идеи

Лучший источник идей – окружающая жизнь, люди и ваши интересы.

1. Не ищите покупателей на ваш продукт.
2. Ищите продукт, который был бы нужен тем, кого вы знаете, как найти.
3. Изучайте сценарии поведения потребителей (Jobs To Be Done (JTBD))

Так будет дешевле по расходам, быстрее по времени и больше по заработку.



## У сценариев по JTBD есть три свойства:

—проблема, а не действие (не создать самому фигурку Зевса, а где купить игрушку Зевс);

—существует прежнее решение этой проблемы (создать Зевса из пластилина (помнется ), из Лего (не похож и сломается), распечатать);

—есть факт улучшения жизни человека, когда он преодолевает препятствие в виде этой проблемы. (Фигурка Зевса из пластики будет реалистична и долговечна).

Поэтому рекомендуется составлять не портреты клиентов, а описания контекстов, при которых возникает потребность в данном продукте.

Подробнее: <https://www.intercom.com/books/jobs-to-be-done>

# Customer development

- это тестирование идеи или прототипа будущего продукта на потенциальных потребителях. От идеи к первой продаже или к следующей идее.



# Ценностное предложение или зачем покупать ваш продукт?

1. Какую ценность вы создаете для ваших клиентов?
2. Какую проблему каждого сегмента решаете?
3. Какой продукт вы предлагаете?
4. Какие выгоды вы предоставляете, в отличие от предложений конкурентов? Персонализирован ли ваш продукт?
5. Как вы обосновываете то, что заявляете? Какое у вас УТП?



# Ценностное предложение



Ценностное предложение (ЦП) = Проблема + Решение/Продукт. Для каждого сегмента.

Пример ЦП: Индивидуальный безглютеновый подарок на день рождения

Проблема: Плохой выбор безглютеновых продуктов для праздника.

Решение: Производство безглютеновых тортов ручной работы

# Подтверждение проблемы

1. Опросы, интервью, исследования, в ходе которых клиенты подтверждают наличие проблемы. Для каждого сценария (Jobe-to-be-done)

Вы спрашиваете: Что делает человек в ситуации X? С какими трудностями он обычно сталкивается? Когда в последний раз он с ними встречался? Как решал? Сколько он на это потратил денег и времени? Удовлетворен ли человек текущей ситуацией?

2. Реклама до запуска: группа в ВК, лендинг и т.п.
3. Пробные продажи прототипов. Предзаказ.

# Моделирование экономики

1. Есть ли там бизнес?
2. Сколько клиенты готовы платить?
3. Сколько стоит решение?
4. Сколько будет стоить привлечение одного платящего клиента?
5. Сколько их есть на рынке?
6. Сколько всего денег вы заработаете и сколько потратите?
7. Есть там для вас деньги?

Если есть – можно делать продукт.

## **MVP (Minimum Viable Product, Минимально Жизнеспособный Продукт)**

– это и прототип, и процесс, с помощью которого вы тестируете:

- Нужно ли кому-то то, что вы делаете? Кому именно это нужно?
- Готовы ли люди за это платить?
- Укладывается ли стоимость привлечения покупателя (CAC, Customer Acquisition Cost) в рамки вашей финансовой модели?

Цель создания MVP – собрать максимальное количество информации и минимизировать риски и ненужные затраты.

# Подтверждение решения

- Начните продавать MVP товары.
- Начните оказывать ваши услуги.

## Задача:

- проверить, что вы действительно можете решить ту проблему, за которую взялись.
- построить пробную воронку продаж: сколько человек увидело, ознакомилось, захотело и в итоге купило.

Для проверки гипотезы рекомендуется минимум 5 покупателей. Примерно:  
1% конверсии - 500 посетителей - 50 000 охват - 5000 р.бюджет.

## Метрики по HEART (3 из 5)

**Happiness (Счастье):** удовлетворение от покупки и высокий бал net promoter score.

**Engagement (Вовлечение):** например, количество визитов пользователя в неделю и количество лайков и шэров.

**Retention (Возвращаемость):** количество активных пользователей за определенный период и повторные покупки.

# Customer discovery - поиск своего клиента

(придуманные примеры)

Сегмент ЦА, сценарии	Ценностное предложение	Проблема подтверждена	Готов MVP	Решение подтверждено	Первая продажа
Тематические игры с детьми	Редкие фигурки героев под заказ	Да, проведен опрос 26 чел.	Да, 4 варианта	Сделаны 2 типа фигурок	Да, 2 клиента
Фигурки для детей	Популярные фигурки	Да, опрос 11 чел.	Да, 3 варианта	Нет, дорого.	Никто не купил.
Индивидуальные подарки на ДР	Кружки и тарелки с рисунком	Да, изучение рынка.	Да, 2 варианта	Сделаны 8 наборов	Купили 8 клиентов