

ШКОЛЬНЫЙ акселератор СБИ Гараж



Программа

11 ноября

9:45 – 10:00	Регистрация участников Школьного акселератора
10:00 – 10:15	Приветственные слова
	Организационные вопросы, питчи команд
	Доукомплектация команд
10:15 – 10:30	Игра "Разогрев команд"
11:15 – 11:45	Лекция "Проектирование продукта по Nadі циклам"
11:45 – 12:00	Кофе брейк
12:00 – 13:00	Работа в группах, итоги 1 дня

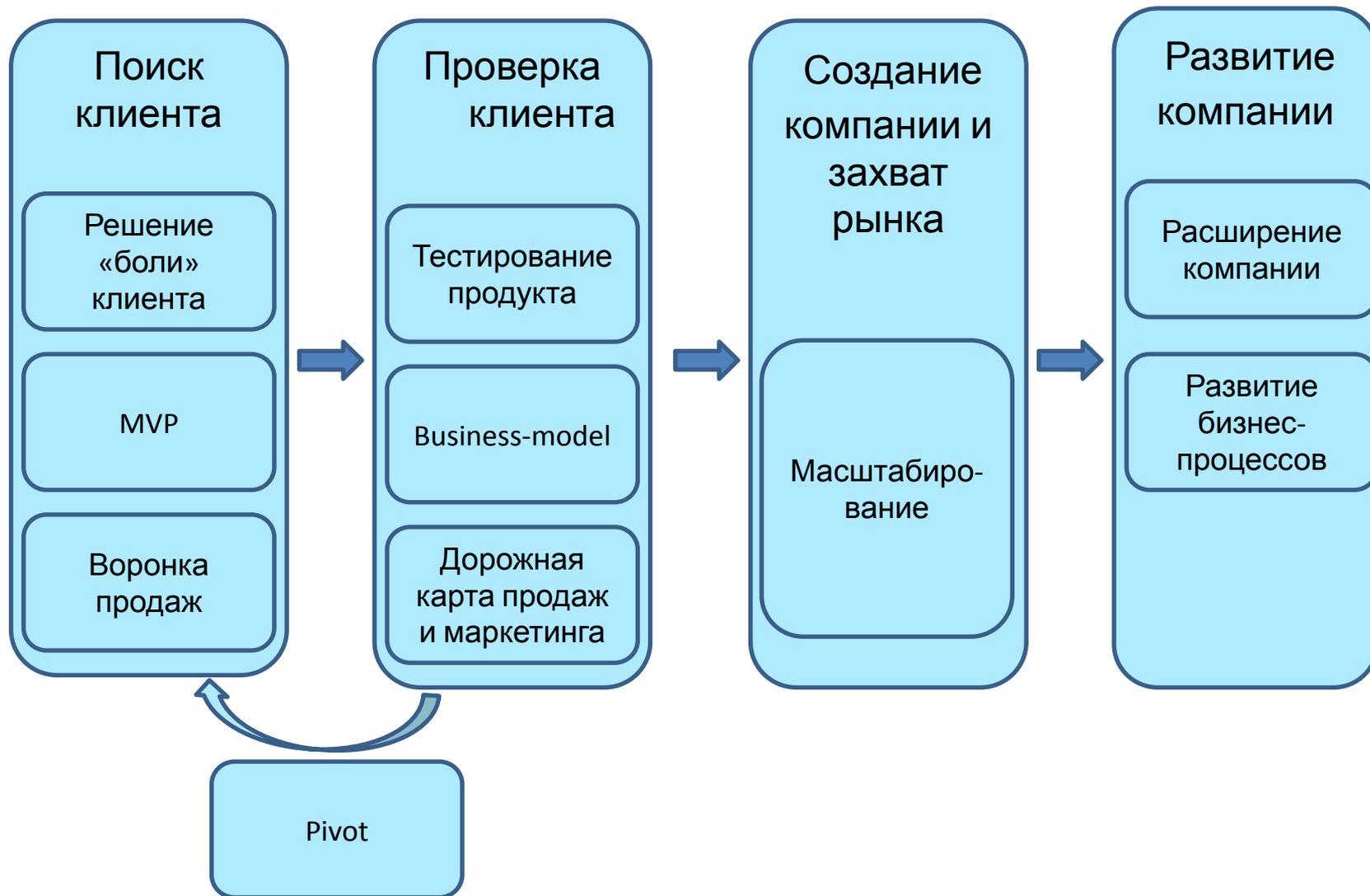
12 ноября

9:45 – 10:00	Встреча команд, постановка планов на день
10:00 – 10:45	Игра "Работа над прототипом", работа в группах, прототипирование
10:45 – 11:30	Лекция "Разработка бизнес-модели. Брендинг."
11:30 – 11:45	Кофе брейк
11:45 – 13:00	Работа в группах, итоги 2 дня

13 ноября

9:45 – 10:00	Встреча команд, постановка планов на день
10:00 – 10:30	Оценка рынка, Unit-экономика
12:30 – 16:00	Работа в группах, подготовка к питчингу
11:30 – 11:45	Кофе брейк
16:30 – 18:00	Защита проектов
18:00 – 18:30	Подведение итогов

Lean startup



Стартап маркетинг

1. Целевая аудитория
2. Ценностное предложение
3. Customer Development
4. Анализ конкурентов
5. Оценка емкости рынка
6. Pivot

- **Сегмент** — группа потребителей, имеющих схожие потребности и интересы и удовлетворяющие их схожим образом. Потребители, относящиеся к одному сегменту, схожим образом реагируют на коммуникации компании.



- **Целевая аудитория** — тот сегмент (один или несколько), с которые выбирает для себя компания.

Сегментация

- **Сегментация** — разделение рынка на группы покупателей, обладающих схожими характеристиками, с целью изучения их реакции на тот или иной товар/услугу и выбор целевых сегментов рынка.

Возможные сегменты:
географическому,
демографическому,
психографическому,
поведенческому



1. Определить рынок на котором вы будете продавать свой продукт (КТО ВАШИ КЛИЕНТЫ)
2. Провести его сегментацию
3. Выбрать СВОЙ целевой сегмент

Портрет потребителя

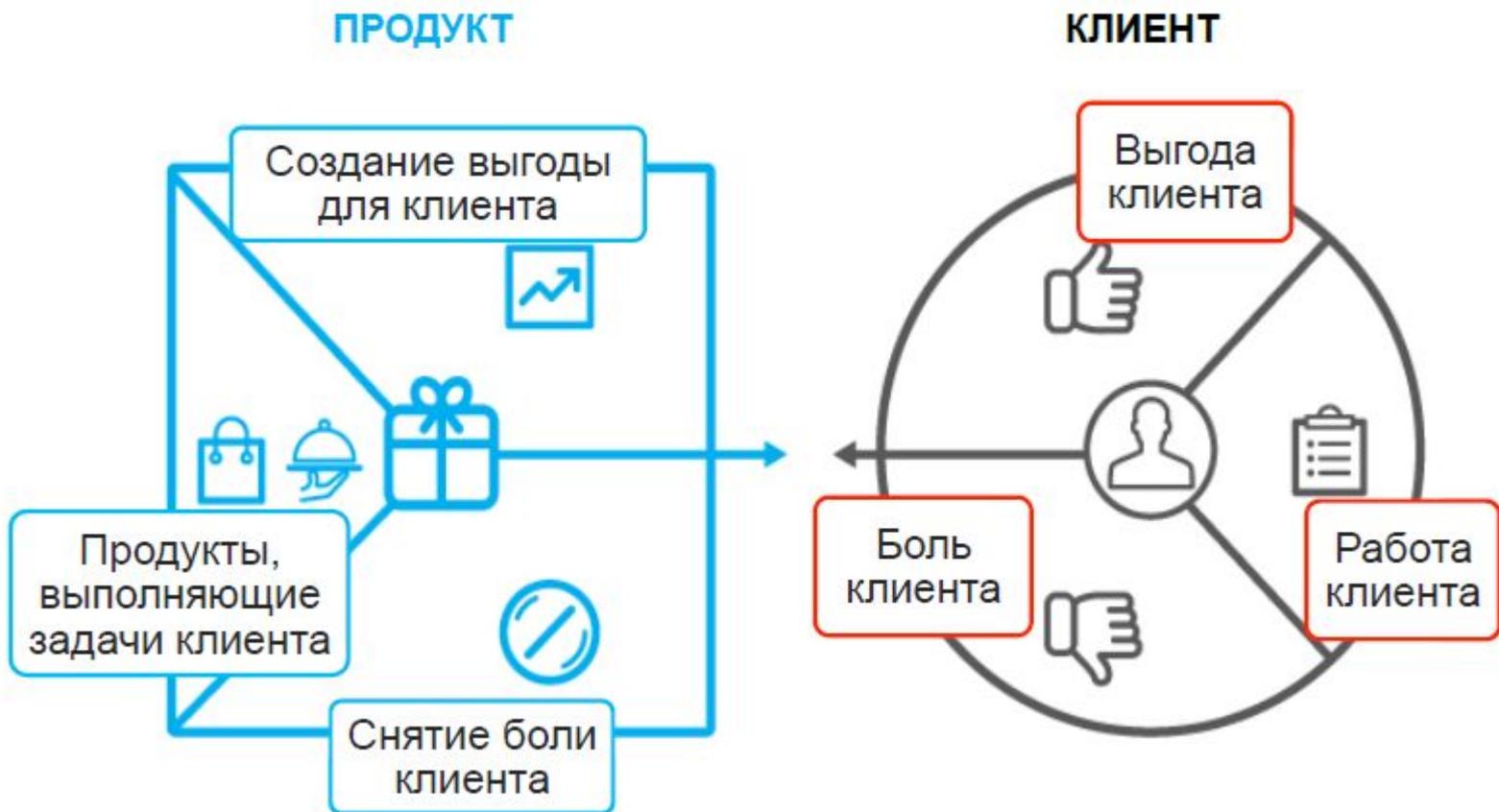
1. Имя / пол / возраст
2. Образование
3. Должность или род деятельности
4. Отношение к инновациям
5. Потребительский стаж
6. Тип: покупатель / пользователь
7. Роль в семье
8. Типичный день из жизни потребителя
9. Ситуация потребления продукта
10. Продукты — заменители, которые он уже использует
11. Ожидания от продукта
12. На что обращать внимание при обратной связи



Карта эмпатии



- Ценностное предложение включает преимущества, ценности и затраты, которые получает потребитель с продуктом.

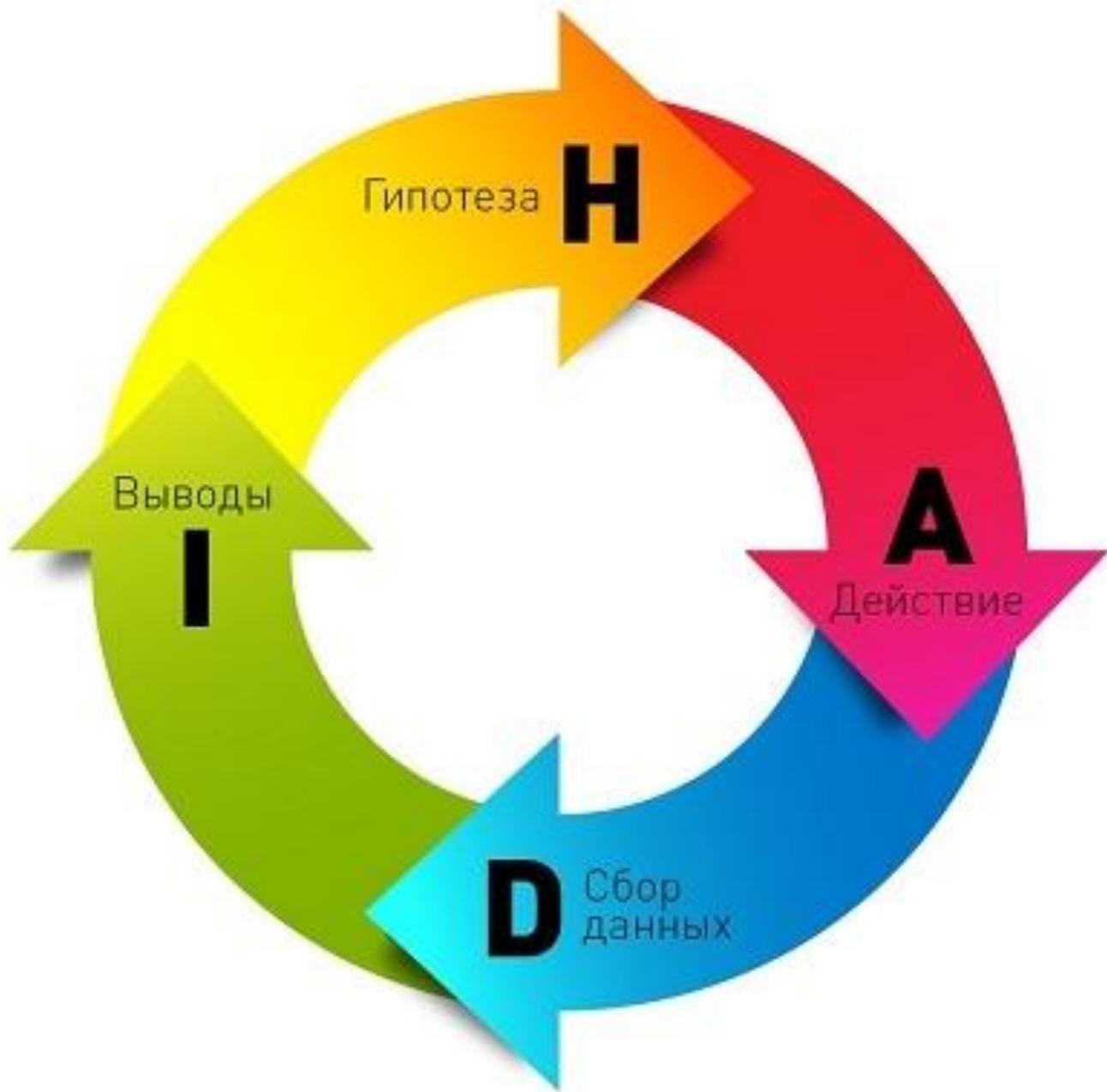


Боль и простота устранения

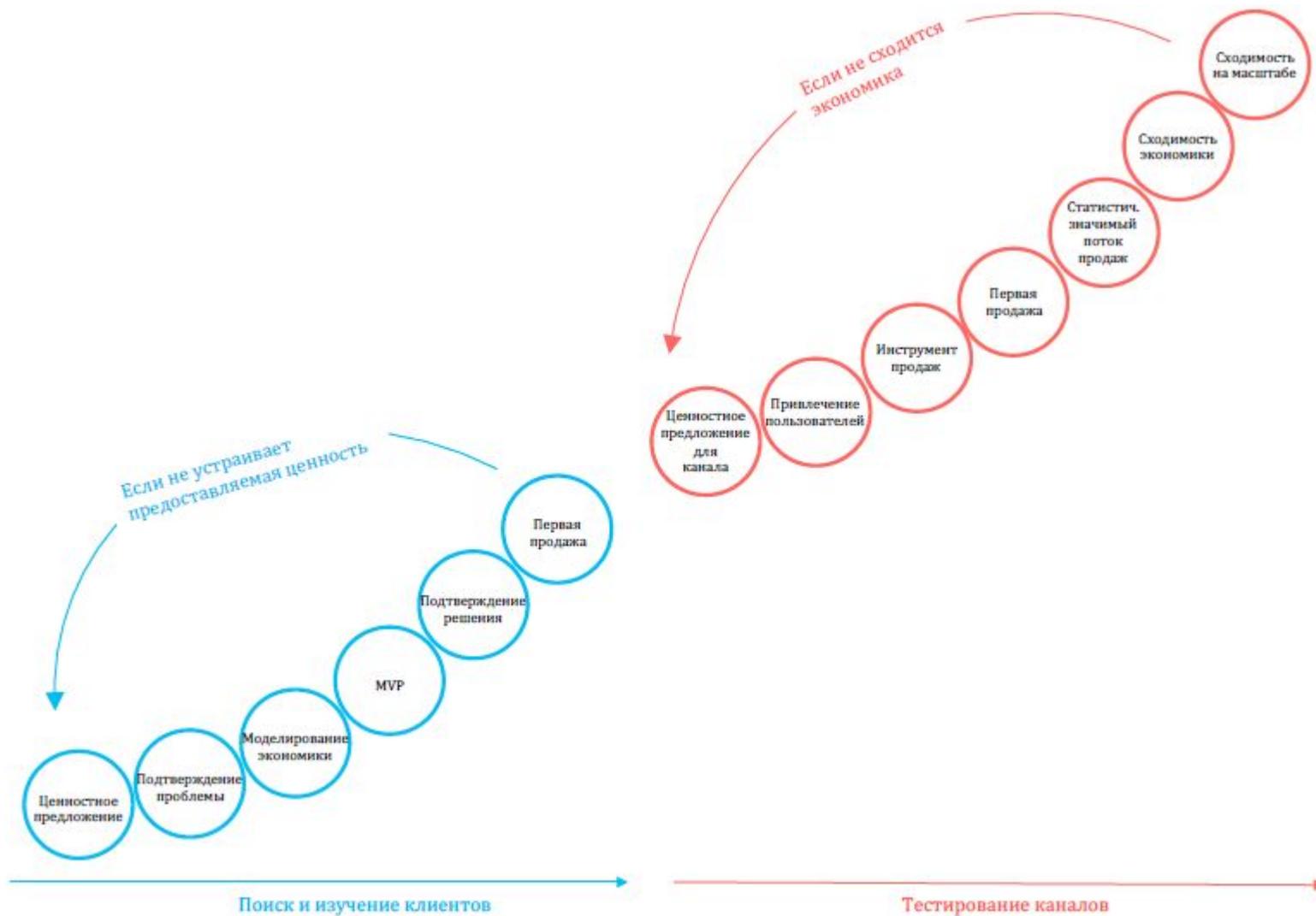
«Лекарство»		
«Витаминка»		
	«Фитнес»	«Косметика»

Большинство стартапов провалилось не потому, что у них был плохой продукт, а потому, что этот продукт был никому не нужен», — Эрик Рис.





Клиентское развитие



Интервью



Структура проблемного интервью:

1. Есть ли проблема?
2. Как клиент оценивает проблему?
3. Как он решает эту проблему сейчас?
4. Насколько клиентский сегмент привлекателен для бизнеса?

Структура решенческого интервью:

1. Обозначение проблемы.
2. Обозначение решения.
3. Как клиент оценивает решение?
4. Насколько решение ценно для клиента?
5. И готов ли он за него платить?

Где взять контакты?

- Прийти в место скопления клиентов;
- Спросить первых целевых клиентов;
- У друзей;
- У друзей друзей;
- Facebook, LinkedIn;
- на сервисах,
Например, youdo.com.



Сколько интервью достаточно?

Ровно столько, чтобы получить значимые результаты. Ориентировочно следующие цифры:

- **200** интервью, если маленькие клиенты чек до 500\$;
- **50** интервью, средние клиенты чек до 20 000\$;
- **10** интервью, если чек больше 20 000\$.



Что нужно получить в результате:

- 1. Подтвердить или опровергнуть гипотезу.
- 2. Найти общие шаблоны поведения.
- 3. Найти инсайты: что-то, что не было известно о рынке.
- 4. Улучшить свое понимание того, «как работает» ваш рынок.



- **Вопросы на интервью** Спрашивайте о прошлом, а не о будущем. Люди не умеют предсказывать будущее, но очень хорошо умеют рассказывать о пережитом опыте.



Плохие вопросы:

- Что вы думаете о нашей идее?
- Вы бы купили продукт, который решает эту проблему?
- Сколько вы готовы заплатить за наше решение?



Хорошие вопросы:

- Расскажите подробно о том, как вы сталкивались с этой проблемой и как ее решили?
- Сколько денег вы теряете из-за этой проблемы, есть ли у вас бюджет на это направление?
- С кем бы вы порекомендовали мне пообщаться?



Пока команда не общается с клиентом — она **коллективно «галлюцинирует»** о потребностях, функциях и



Школьный акселератор

- <https://vk.com/public188644420>

MVP (сокр. от англ. minimum viable product)

— минимальный жизнеспособный продукт) — простейший работающий прототип продукта, используемый для тестирования решенческих гипотез

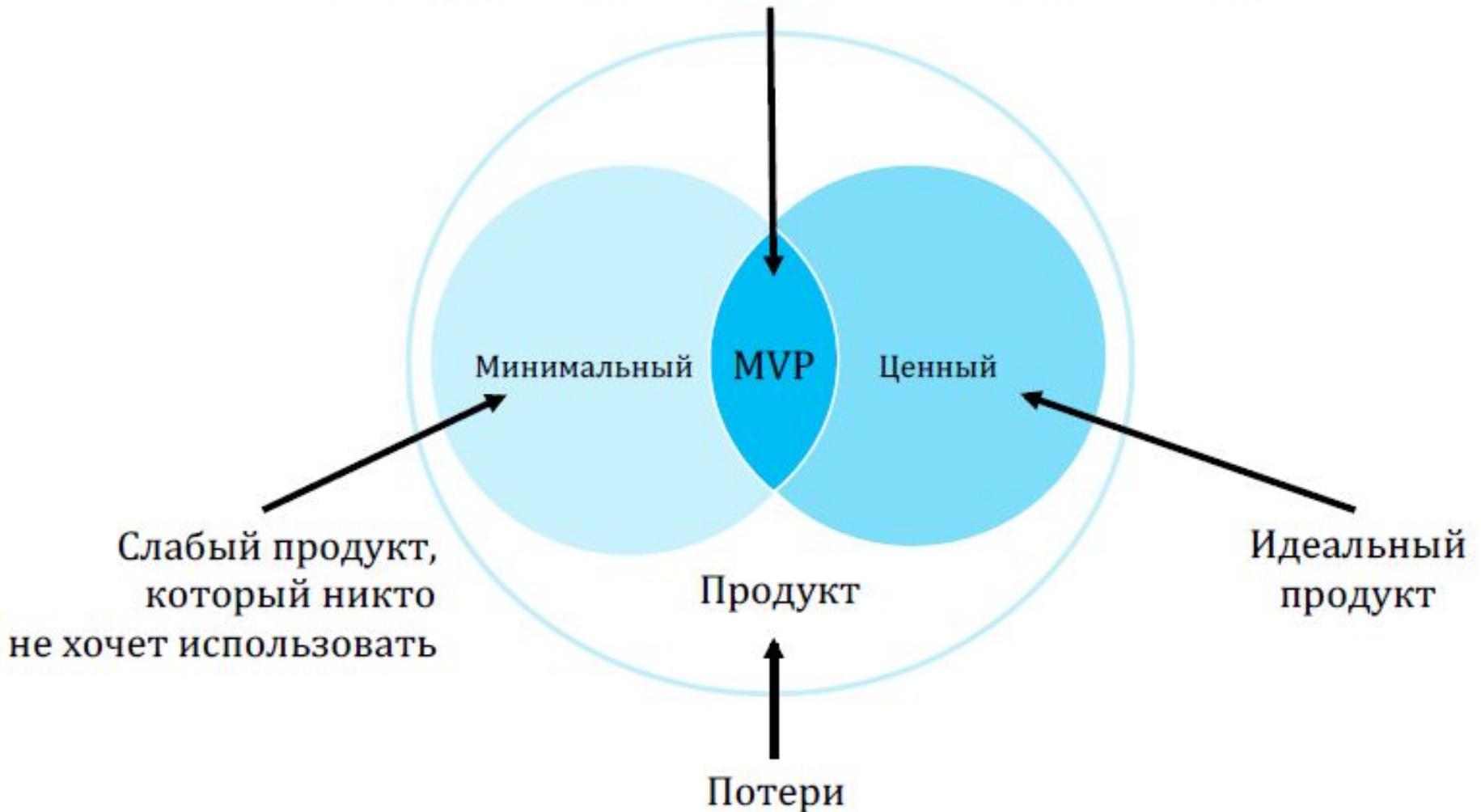


Minimum Viable Product



Product Vision

Достаточное количество функционала,
чтобы протестировать обратную связь от клиентов



HOW TO BUILD A MINIMUM VIABLE PRODUCT

NOT LIKE THIS



1

2

3

4

LIKE THIS



1

2

3

4

5

Типы MVP

- прямые продажи и презентации;
- ценностные проверки (питчи);
- наброски оффлайн или онлайн (mockup);
- имитация, ручной сервис;
- конструктор;
- краудфандинг;
- минимальный технологический продукт.

Задача предпринимателя —
максимально быстро выпустить
MVP.

Пока команда не общается с клиентом — она **коллективно** «галлюцинирует» о потребностях, функциях и



