

**Блок №4**

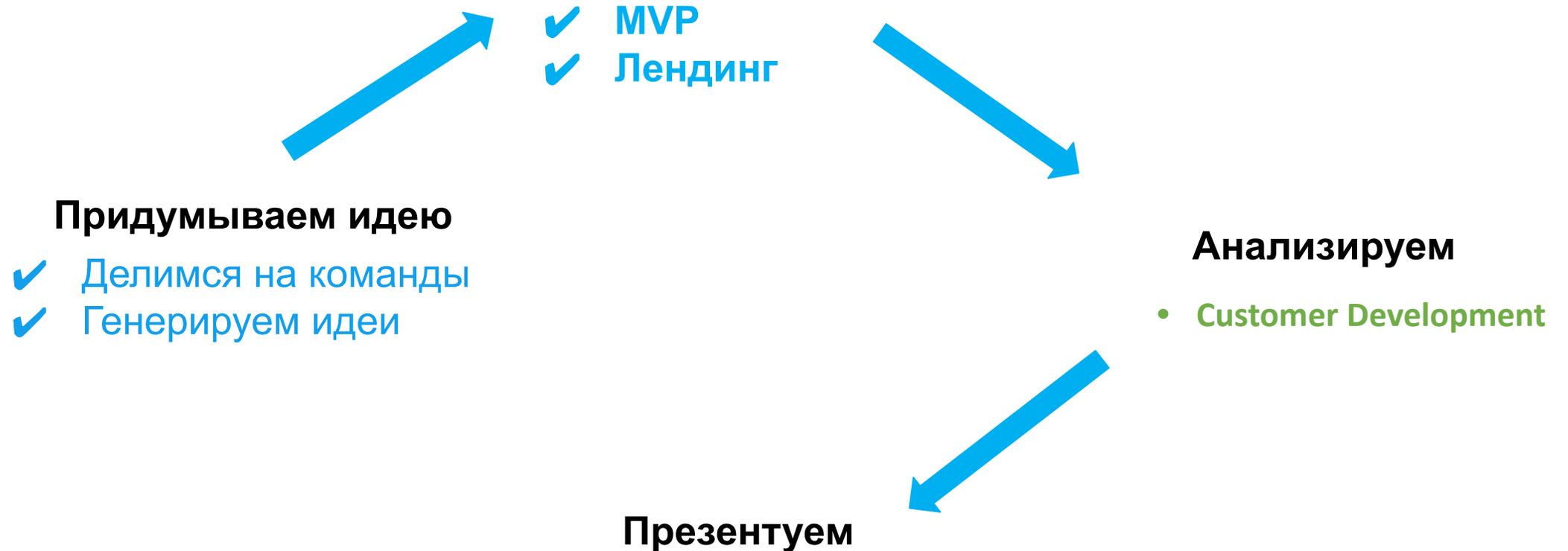
**Customer Development**

# **ФРИИ: стартап за неделю**

---

# Как работаем

## Экспериментируем

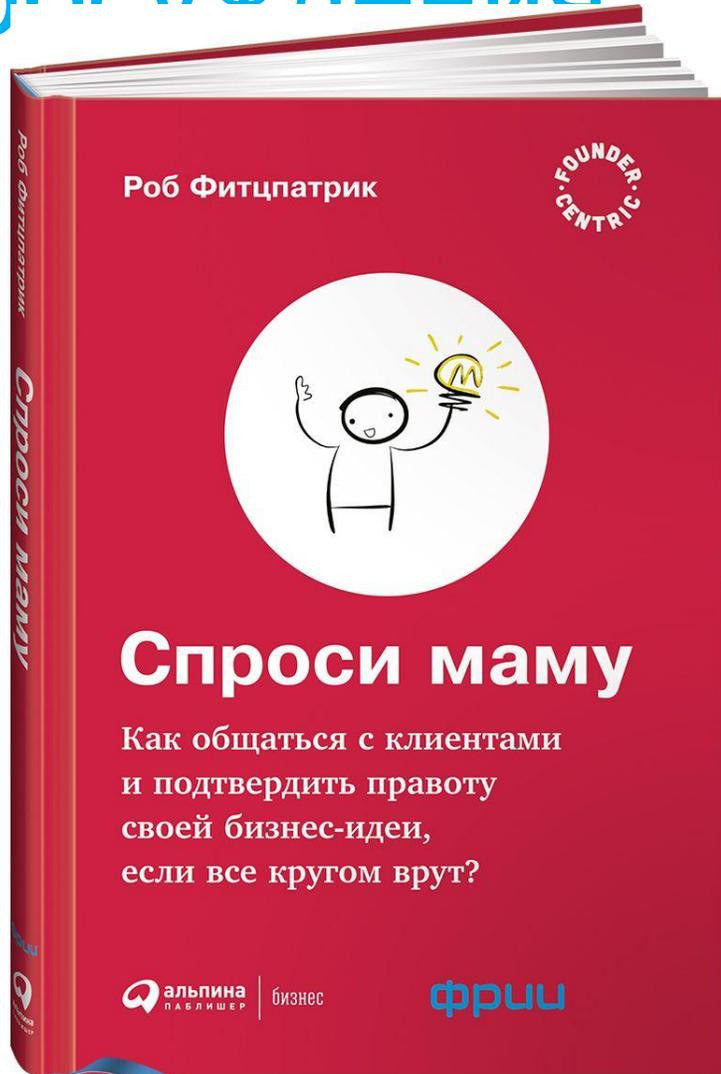


# Определение

**Customer development** - это тестирование идеи или прототипа будущего продукта на потенциальных потребителях.



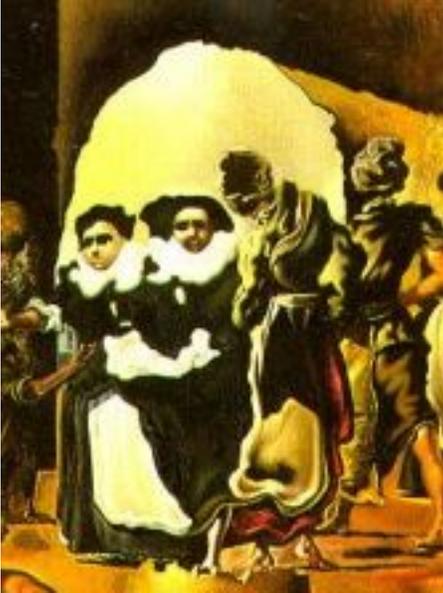
# Пример из книги №1. Вопросы для обсуждения



1. Что на самом деле узнает сын у мамы?
2. Какую информацию он получает?
3. Насколько информация полезна?

# О чем поговорим сегодня?

Галлюцинации



Врань

е



Как выйти из сумрака



# Галлюцинации



Пока команда не общается с клиентом – она **коллективно галлюцинирует** о потребностях, функциях и наличии клиентов.

# Что мешает говорить с клиентом?

Галлюцинация №

1

Вы думаете, что знаете о клиенте  
ВСЕ



# Что мешает говорить с клиентом?

---

Галлюцинация

№2

Вы не хотите слышать, что боли, для которой вы придумали решение на самом деле не существует

# Что мешает говорить с клиентом?

Галлюцинация  
№3

Вы боитесь, что вас



# Что мешает говорить с клиентом?

Галлюцинация  
№4

Вы хотите, чтобы вас



# Научитесь любить плохие новости

---



# Что у клиента в голове?

Попытки получить нужную информацию, беседуя с клиентами, можно сравнить с археологическими раскопками

Роб Фицпатрик



Хотят вас поддержать



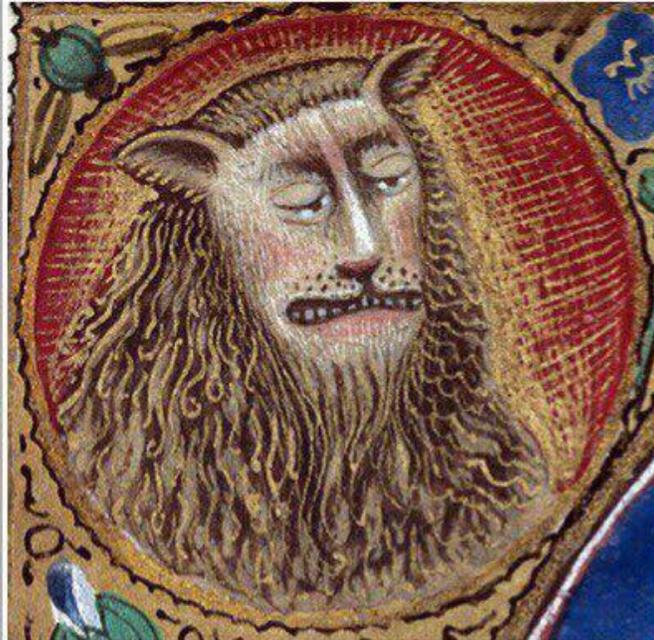
Люди не могут предугадывать свои действия, это всегда будут галлюцинации

# Вранье №3

**В жизни**



**В паспорте**



Они хотят выглядеть в своих глазах лучше, улучшают действительность, приукрашают

# Вранье №4

---



Они будут врать, если полагают, что вы хотите услышать одобрение

# Что с этим делать?

Как выйти из  
сумняка

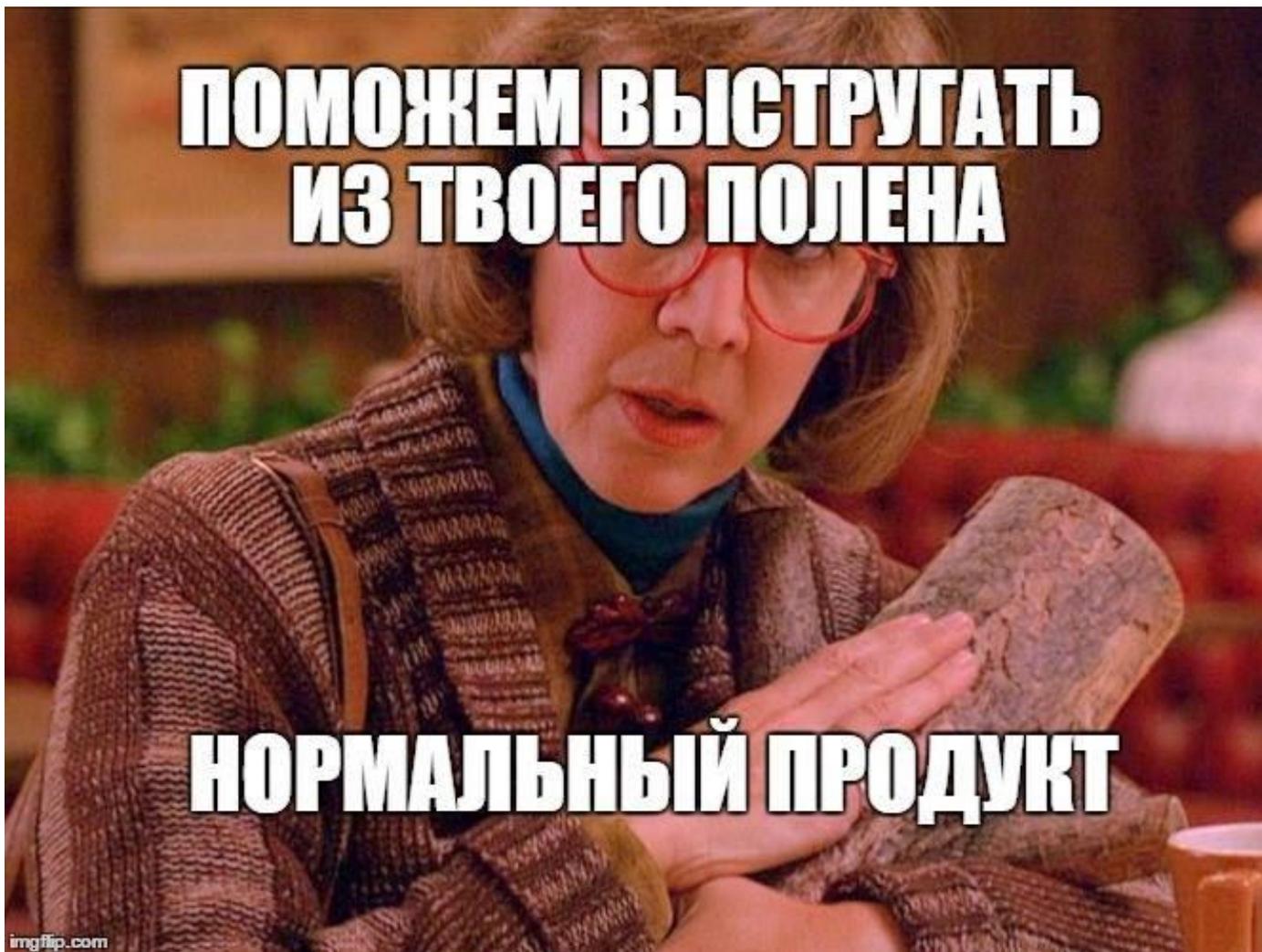


Галлюцинации  
и

Врань  
е



# Смотрим видео



# С кого списать?



## Роб Фитцпатрик «Спроси маму»

# Аудитория

---

- ✓ Определить, кому вообще нужен ваш продукт.
- ✓ Найти ранних последователей, а это люди которые столкнулись с проблемой знают, что у них есть проблема, уже создали собственными силами временное решение

# Цель интервью

---

Понять, как все работает без вас.

Поэтому

Не рассказывайте про свой продукт.

# Вопросы, которые задавать нельзя!

---

Что вы думаете про нашу идею?

Нравится ли вам продукт?

Сколько вы готовы заплатить?

Будете ли пользоваться нашим продуктом?

Как думаете, нужен ли наш продукт (решение) обществу, людям?

Вы когда-либо делали то-то...

# Хорошие вопросы

---

- ✓ Что уже вы пытались сделать?
- ✓ Как вы решаете проблему сейчас?
- ✓ Опишите ситуацию, когда последний раз сталкивались с этой проблемой?
- ✓ Каковы последствия этой ситуации?
- ✓ Почему вас это беспокоит?
- ✓ Расскажите мне подробнее, каков алгоритм вашей работы?

# Что нужно выяснить:

---

- ✓ Есть ли проблема
- ✓ Как он проблему решает сейчас
- ✓ Как клиент оценивает проблему

# Чек-лист, как проверить, на ошибки

---

- 1) Есть ли вопросы, в будущем времени
- 2) Есть ли прямые вопросы, напрямую выясняющие нравится ваша идея или нет
- 3) Есть ли закрытые вопросы
- 4) Есть ли вопросы, в котором человек выражает свое мнение

Есть ли хотя бы 1 вопрос, на который вы ответили утвердительно. Измените ваши вопросы.

# Джедайские техники общения



- ✓ Говорите с потенциальными пользователями об их жизни.

# Джедайские техники общения



- ✓ Говорите с потенциальными пользователями об их жизни.
- ✓ **Спрашивайте о конкретных вещах, которые происходили в прошлом.**

# Джедайские техники общения



- ✓ Говорите с потенциальными пользователями об их жизни.
- ✓ Спрашивайте о конкретных вещах, которые происходили в прошлом.
- ✓ **Значение имеют только факты.**

# Сравнительная таблица

Плохой  
вопрос

Вы когда-нибудь использовали  
кулинарное приложение



Переделываем в хороший  
вопрос

Когда в последний раз вы  
использовали кулинарное  
приложение

Вы купите кулинарное  
приложение?



Вы покупали когда-нибудь  
кулинарное приложение, за сколько и  
когда это было в последний раз,  
сколько приложений у вас есть,  
почему именно эти приложения.

Можете ли вы представить, какие  
функции вам обязательно  
понадобятся?



Какими функциями вы уже  
пользуетесь, что доставляет  
неудобство?

# Как не попадаться на рифы заблуждений или “помехи” и как их замечать.

---

## ✓ **Комплименты**

*главные маркеры помех:*

- Большое спасибо
- Я рад, что вам понравилось
- Встреча прошла прекрасно
- Мы получаем множество положительных откликов
- Все, с кем я говорил в восторге

# Как не попадаться на рифы заблуждений или “помехи” и как их замечать.

---

## ✓ Болтовня

Расплывчатые утверждения (я обычно...)

Обещания на будущее (я это сделаю)

Гипотетические рассуждения (я могу я мог бы)



# Маркеры, что вы все делаете правильно

---

## Истории!

Респондент вам рассказывает истории, подробный алгоритм своих действий.

## Инсайты!

После разговора, у вас случились открытия по поводу вашей идеи

## Факты!

У вас есть факты, которые подтверждают или опровергают наличие боли, и что ваша идея подходит для решения этой боли.

## Одинаковые ответы!

Если вы опросили 10 человек, и у вас у всех получаются очень разные ответы, значит вы неверно выбрали аудиторию для опроса.

# Прочитаем 2 примера интервью

---



# Должны всегда быть готовы 3 самых важных вопроса



Каждый в команде делает CustDev!

**Каждый:**

Записи интервью (в любом виде) Указать имя-фамилию, кто делал

**На команду:**

Выводы, которые вы сделали по этим интервью

Сколько опрошенных

Какова цель опроса