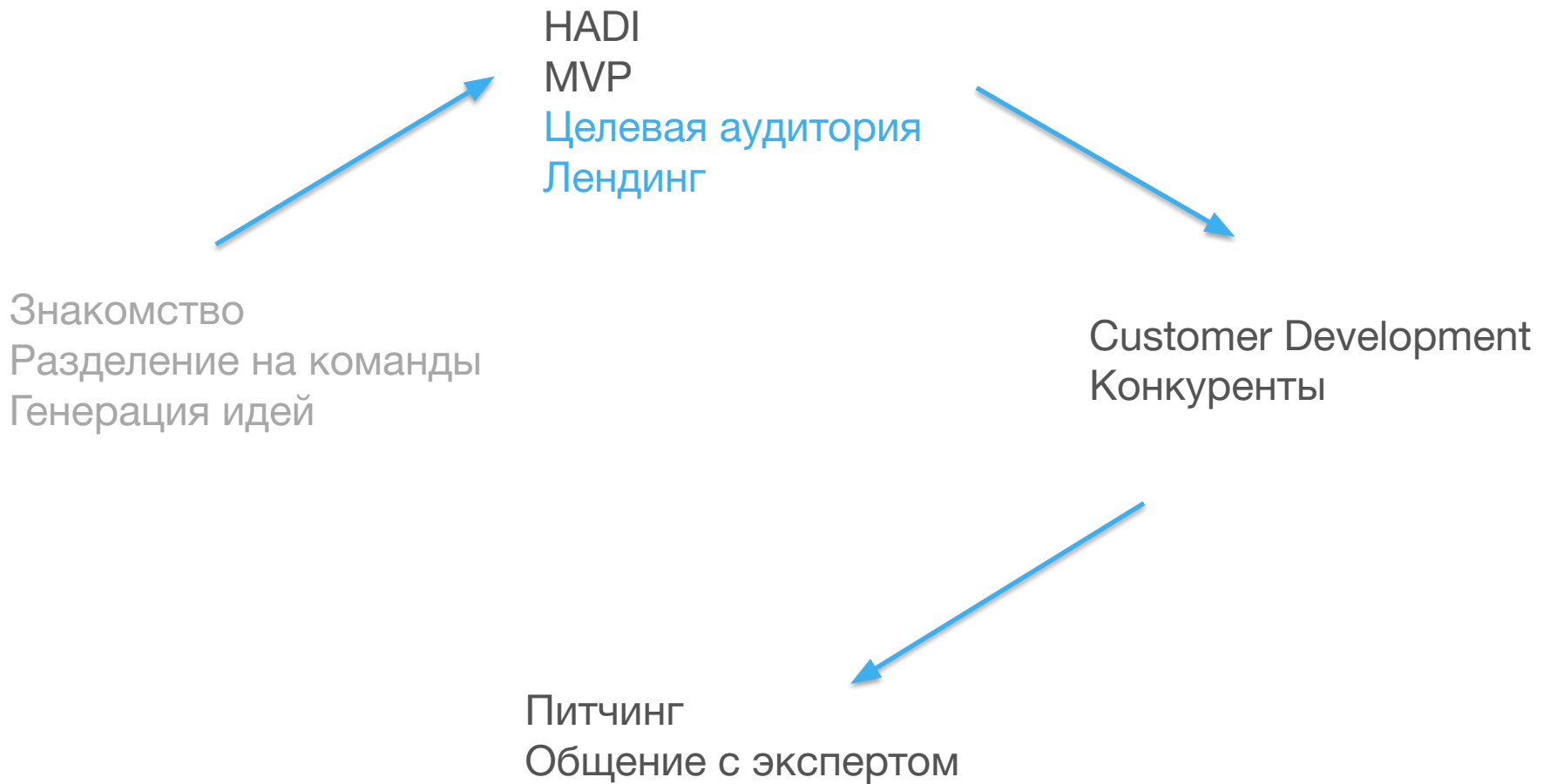


фрич

Стартап за неделю

Что вас ждет в ближайшую неделю?



Правила общения

- ✓ Не понял — **спроси**
- ✓ Хочешь быть понятым — **объясни**
- ✓ Успеха добиваются те, кто умеет **договариваться**
- ✓ Ошибка — **не страшно**

НАДИ-таблица:

Гипотеза	Действие	Метрика	Ожидаемый Эффект	Критерий окончания	Полученный эффект	Выводы
----------	----------	---------	------------------	--------------------	-------------------	--------

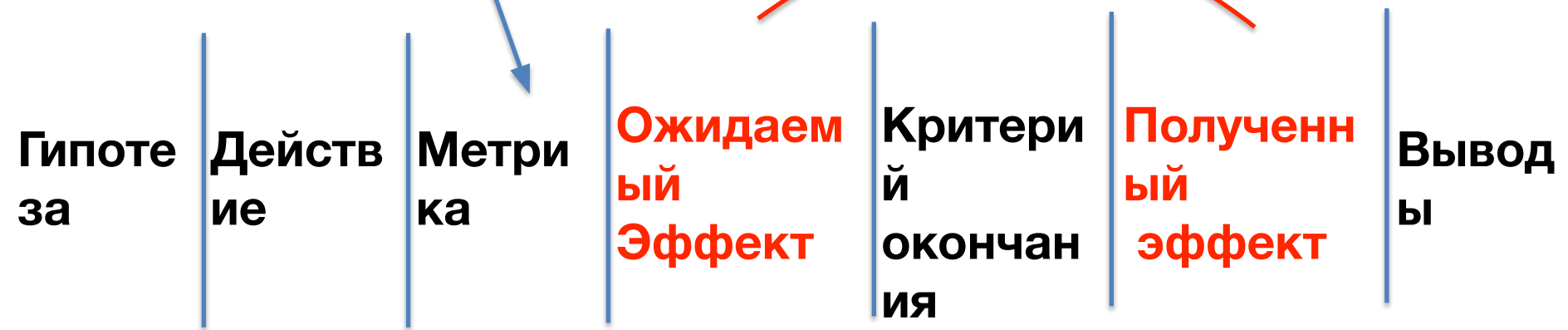
- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.

Онлайн

- ✓ Общение в чате Телеграм
- ✓ Домашнее задание обязательно загружаем в онлайн

HADEI-таблица:

Чем меряем



Измеримост
ь

Покажите свой MVP

Гипотеза	Действие	Метрика	Ожидаемый эффект	Критерий окончания проверки	Полученный эффект	выводы
----------	----------	---------	------------------	-----------------------------	-------------------	--------

- ✓ Какая была гипотеза
- ✓ Что делали в качестве MVP
- ✓ Какие выводы

Целевая аудитория

Целевая аудитория — группа людей, объединённых общими признаками или ради какой-либо цели или задачи

Если мы не знаем, кто наш **КЛИЕНТ**, мы
не знаем, что такое **КАЧЕСТВО**

Эрик Рис

Слепой, который затронул сердца людей



Видео рекламного агентства <http://purplefeather.co.uk>

Что нужно, чтобы говорить с клиентом на одном языке?

Нужно представлять, кто он

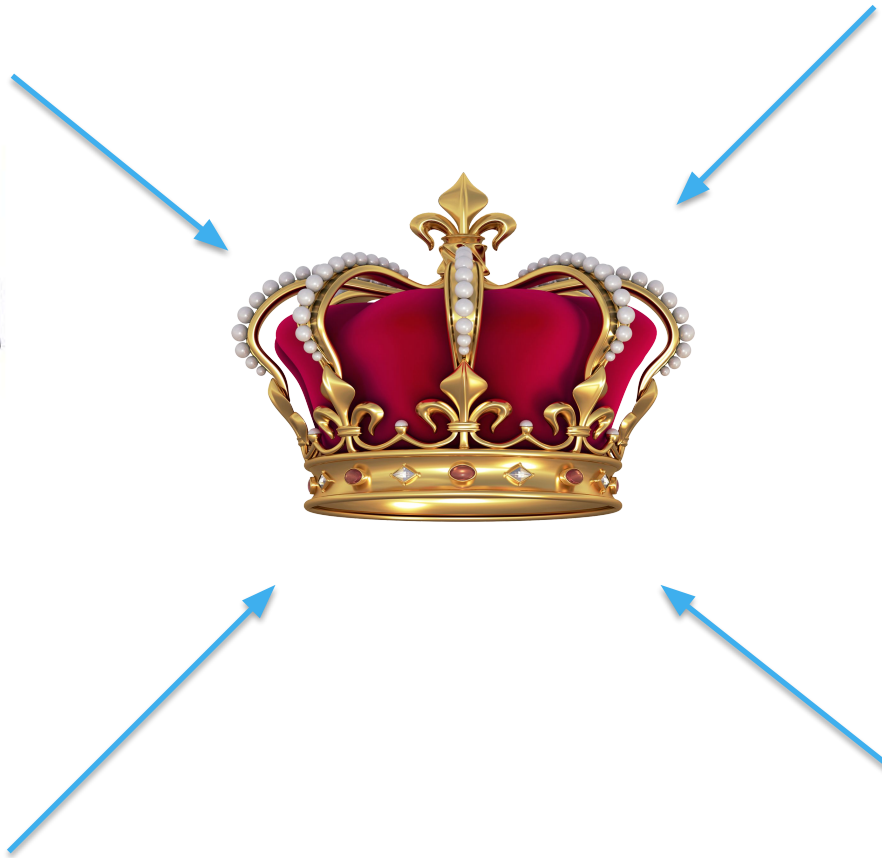




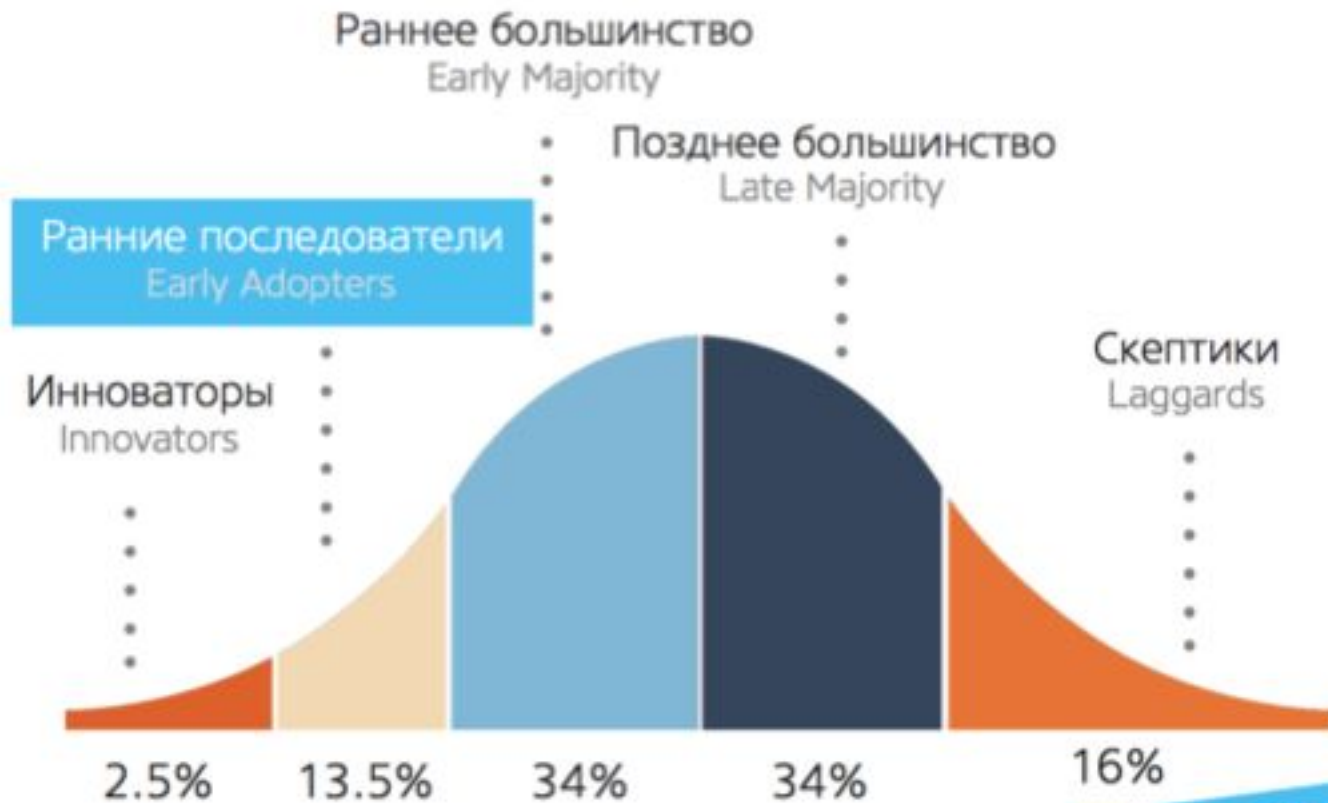
Клиент — это центр вашего стартапа. Все строим
вокруг него

Поэтому его нужно знать в лицо

Как выбрать?



Колокол распространения инноваций



Роджер Эверетт

Ранние последователи — это те люди, которые больше всего нуждаются в вашем проекте, продукте или услуге, они готовы терпеть какие-то несовершенства в продукте, главное, чтобы он удовлетворял их потребности

От них проще всего получать обратную связь и на основе нее принимать дальнейшие решения по развитию проекта

Кто ваш ранний последователь?

Стив Бланк предлагает выделять 5 обязательных составляющих раннего последователя:

У него есть проблема или потребность. Есть задача для выполнения

Осознает проблему. Понимает, что у него есть проблема или задача

Активно ищет решение. У него есть план поиска, уже что-то пробовал

Формирует решение из разрозненных частей. Для него это настолько важная задача, что он пытается найти для нее хотя бы временное решение

Есть средства или может их получить. Ему доступны средства для покупки решения

Аватар

Рисуем карту эмпатии

Что на самом деле думает и чувствует?

Что слышит?

Что видит вокруг?

Что говорит и делает?

Что тревожит (страхи)?

К чему стремится (чего хочет)?

Рисуем карту эмпатии

Что на самом деле думает и чувствует?

**Кто окружает? С кем дружит?
С какими предложениями
сталкивается в повседневной
жизни? С какими проблемами
встречается?**

Что видит
вокруг?

2 минуты

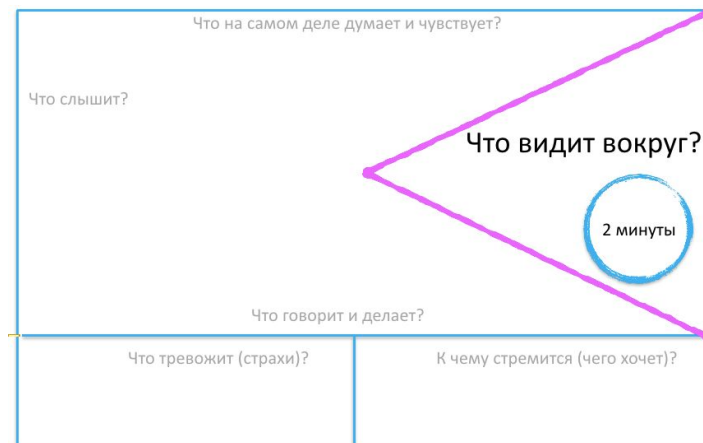
Что говорит и
делает?

Что тревожит
(страхи)?

К чему стремится (чего
хочет)?

Что видит вокруг: пример

Кто окружает? С кем дружит? С какими предложениями сталкивается в повседневной жизни? С какими проблемами встречается?



Живет с папой и мамой

Есть 2 друга из двора

Ходит на самбо

Живет в поселке никуда не ездил

Тратит много времени на домашку

Все просят списать

Люда не обращает внимание

Переживает, что рыжий и кудрявый

все говорят о том, что нужно сдать ЕГЭ

Рисуем карту эмпатии

Что на самом деле думает и чувствует?

Что слышит?

2 минуты

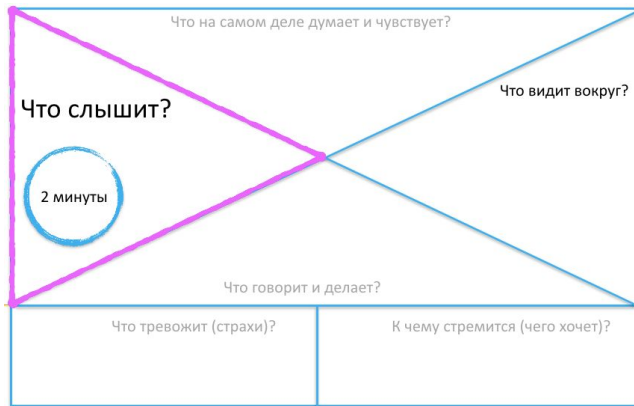
Что говорят друзья? Кто и как реально воздействует, кто авторитет? Какие медиаканалы имеют влияние?

Что говорит и делает?

Что тревожит (страхи)?

К чему стремится (чего хочет)?

Рисуем карту эмпатии



Что говорят друзья? Кто и как реально воздействует, кто авторитет? Какие медиаканалы имеют влияние?

Папа авторитет

Стивен Хокинг

Ю-туб канал «Рога и копыта»

VK группа тренера по самбо

Лента в VK

Сообщество с мемами «мемов нет»

Telegram-Канал о самбо

смотрит «орел и решка»

Рисуем карту эмпатии

Что на самом деле думает и
чувствует?

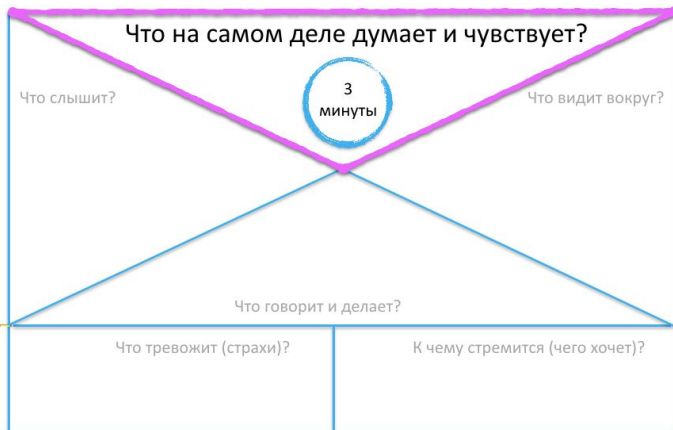
3
минуты

Что
слышит?

Что видит
вокруг?

Пытаемся узнать все о стремлениях пользователя, о его чувствах и переживаниях, мыслях и желаниях. Исследуем, что ему нравится или не нравится. Представьте его эмоции. Что его трогает? Из-за чего может не спать по ночам? Попробуйте описать мечты и стремления.

Рисуем карту эмпатии



Пытаемся узнать все о стремлениях пользователя, о его чувствах и переживаниях, мыслях и желаниях. Исследуем, что ему нравится или не нравится. Представьте его эмоции. Что его трогает? Из-за чего может не спать по ночам?

Попробуйте описать мечты и стремления.

Хочет встречаться с Людой

Не может уснуть из-за того, что боится проспать

**Нравится, когда хвалят
Хочет быть звездой
собственно
го ю-туб
канала**

Не нравится, когда говорят, что делать.

Стремится обогнать в турнирной таблице Колю

Боится, показаться я смешным

Рисуем карту эмпатии

Что слыши

Вообразите, что рассказывает и как ведёт себя на публике. Как себя держит? О чём может рассказать окружающим? Обратите особое внимание на потенциальный конфликт между тем, что может говорить, и тем, что на самом деле думает и чувствует.

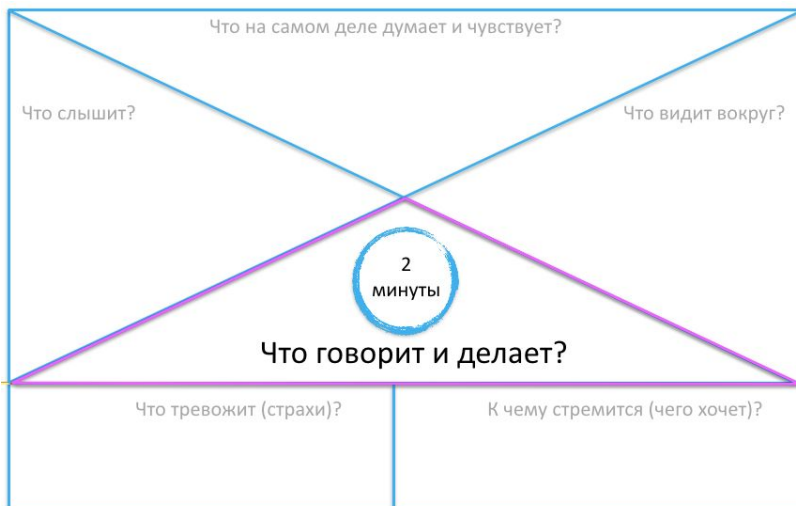


**Что говорит и
делает?**

Что тревожит
(страхи)?

К чему стремится (чего
хочет)?

Рисуем карту эмпатии



Вообразите, что рассказывает и как ведёт себя на публике. Как себя держит? О чём может рассказать окружающим? Обратите особое внимание на потенциальный конфликт между тем, что может говорить, и тем, что на самом деле думает и чувствует.

Громко смеется

Ведет себя уверенно

**Спорит
части
настаивает
на своем
решении**

Много критикует звезд ю-туб канала, что они не так делают

Высмеивает Люду

Рассказывает интересные факты из «Орла и решки»

Дает советы

Рисуем карту эмпатии

Что на самом деле думает и чувствует?

Ч
сл

Каковы самые большие разочарования?
Какие препятствия стоят между аватаром и желаниями и стремлениями? Чего он может бояться в жизни?

Что говорит и делает?

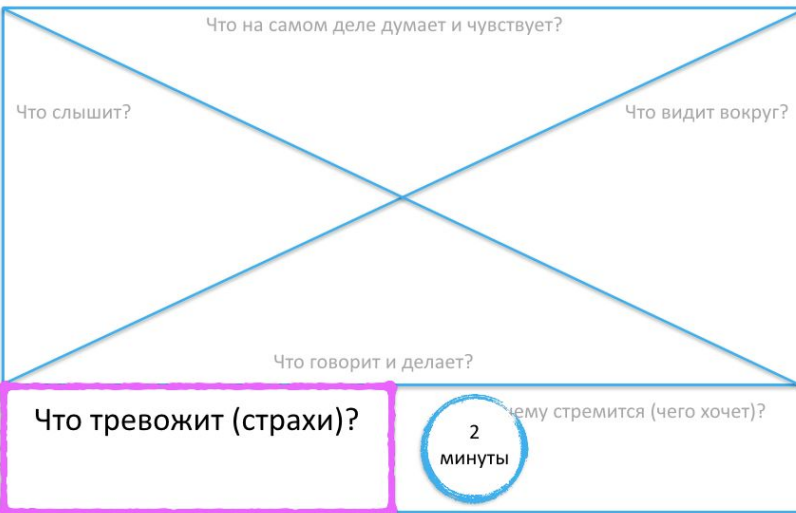
Что тревожит (страхи)?

2
минуты

Чему стремится (чего хочет)?

Рисуем карту эмпатии

Каковы самые большие разочарования? Какие препятствия стоят между аватаром и желаниями и стремлениями? Чего он может бояться в жизни?



**Боятся,
что
засмеют**

**Боятся
отказа**

**Боятся
показаться
слабым**

**Проиграть
завтра на
соревновани
и**

**Боятся что
ничего не
получится**

Рисуем карту эмпатии

Что на самом деле думает и
чувствует?

Что
слыш

Чего действительно хочет достичь, что нужно? Что является мерилom успеха? Подумайте, какие стратегии мог бы использовать для достижения своих целей.

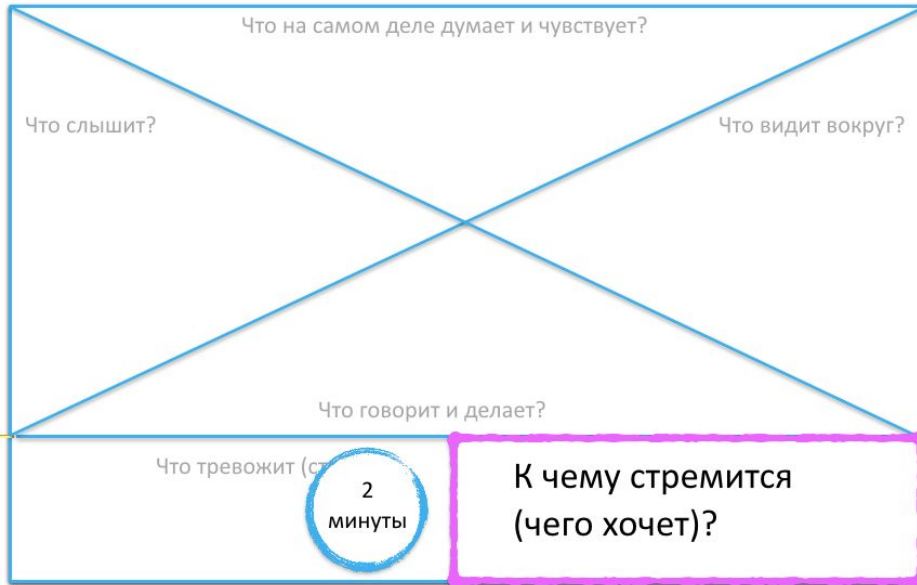
Что говорит и
делает?

Что тревожит
(страхи)?



К чему стремится
(чего хочет)?

Рисуем карту эмпатии



Чего действительно хочет достичь, что нужно? Что является мерилем успеха? Подумайте, какие стратегии мог бы использовать для достижения своих целей.

**Занять
первое
место**

**Больше
тренировать
ся**

Сдать ЕГЭ

**Понять, что
на самом
деле
интересно**

Рисуем карту эмпатии

Что на самом деле думает и чувствует?

Что слышит?

Что видит вокруг?

Что говорит и делает?

Что тревожит (страхи)?

К чему стремится (чего хочет)?

Посмотрите на карту
эмпатии и представьте
этого человека

Лендинг

Landing Page (с англ. букв.

посадочная страница) — это
одностраничный сайт для **одной**
конкретной **аудитории**, на котором
демонстрируются преимущества
вашего товара или услуги с
целью побудить эту аудиторию к
действию

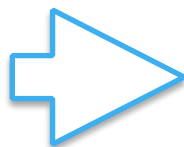
Его также называют: лендинг, лендинг пейдж,
посадочная страница, целевая страница

проинформировать о вашем продукте или услуге. Его цель — познакомить с возможностями компании. И он делается для **всех** сегментов вашей Целевой аудитории. В этом главное его отличие от лендинга

Сайт

Ваша аудитория

Вы



Landing



сообщени
е



Сайт или лендинг?

☰ Все разделы

Книги

Электроника

Бытовая техника

Дом и сад

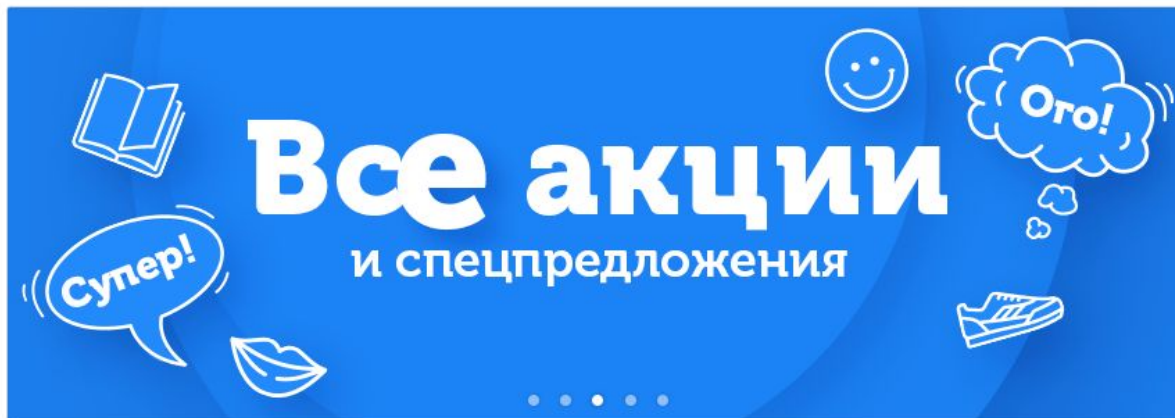
Детям и мамам

Красота и здоровье

Спорт и отдых

Одежда и обувь

Продукты питания



Все акции
и спецпредложения

Супер!

Ого!



OZON.VСЁ
чтобы его порадовать

1500 P

1000 P



Масленица
Проводим зиму вместе

Техника для дома

Для кухни

Пылесосы

Увлажнители

Утюги и парогенераторы

Крупная техника



Детям на радость

Игрушки

Детская одежда

Подгузники

Канцелярские товары

Всё для красоты

Уход за кожей

Товары для гигиены

Аппаратная космето...

Парфюмерия

К ужину

Крупы и бобовые

Макаронные изделия

Соусы и масла

Сладости

Чай



Сайт или лендинг?

COFOUNDIT

Кандидату

Основателю

Вход

Регистрация

ВЛЕЙСЯ В КОМАНДУ
БЫСТРОРАСТУЩЕГО IT-СТАРТАПА

Найти стартап



Сайт или лендинг?

ПРЕАКСЕЛЕРАТОР ФРИИ

ОНЛАЙН-ТРЕКШЕН

Ускоряем развитие IT-компаний

Оставьте заявку, мы позвоним
и согласуем с тобой дату старта

Участие в Онлайн-трекшене бесплатное для
проектов, получивших рекомендацию эксперта
Преакселератора ФРИИ

Оставить заявку

Нажимая на кнопку, вы соглашаетесь
с [условиями](#) предоставления и обработки
персональных данных

Сайт или лендинг?



ПРОЕКТОРИЯ

ТВОЙ ПРОЕКТ —
ТВОЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ
ТРАЕКТОРИЯ

ОТКРЫТЫЕ УРОКИ

ОТРАСЛИ

КЕЙСЫ

РАБОТОДАТЕЛИ

ВУЗЫ

ЭКСПЕРТЫ

НОВОСТИ

ВСЕРОССИЙСКИЙ ОТКРЫТЫЙ УРОК «НЕРЕАЛЬНАЯ РЕАЛЬНОСТЬ»

1 МАРТА, 10:00-11:00 по мск

ШКОЛЫ, НЕ ПРОШЕДШИЕ РЕГИСТРАЦИЮ
НА ПРЕДЫДУЩИХ УРОКАХ, СМОГУТ
ЗАРЕГИСТРИРОВАТЬСЯ С 22 ФЕВРАЛЯ

МЫ ПОМОЖЕМ ТЕБЕ ВЫБРАТЬ ПРОФЕССИЮ, ВУЗ И БУДУЩЕЕ МЕСТО РАБОТЫ

1. ОПРЕДЕЛИСЬ

с направлением будущей
работы

2. РАБОТАЙ

над решением практических
задач

3. РЕАЛИЗУЙ

свой проект самостоятельно
или в команде

4. ВЫБЕРИ

ВУЗ, профессию и
компанию

Основные характеристики лендинга

- ✓ Призыв к действию
- ✓ Обращение к пользователю

Главной задачей посадочной страницы (англ. landing page) является конвертация посетителя в покупателя или клиента компании, побуждение к целевому действию

Призыв к действию

ГОТОВ УЧИТЬСЯ! >>

Хотите сделать предзаказ?

или обсудить то, что вас волнует - нажмите на кнопку

Сделать предзаказ

REGISTER



Купить

Подать заявку до 30 июня



Нажми на кнопку,
пользователь!

У нас 5000 моделей обуви



Вы точно найдете свои идеальные туфли среди 5000 моделей, которые у нас есть



Обращение к пользователю

Говорите не о себе или продукте, а о **пользователе** и том, что с ним случится, если он выберет вас

Три основные части лендинга

Актуализация (хочу) wow-эффект

Рационализация (страх) объяснение
преимуществ

Социализация (там уже те, кого я
уважаю)

Актуализация (хочу)

wow-эффект

Рационализация

(страх) объяснение
преимуществ

Социализация (там

уже те, кого я

убеждаю)



Актуализация (хочу) wow-эффект

Первый экран, который видит пользователь

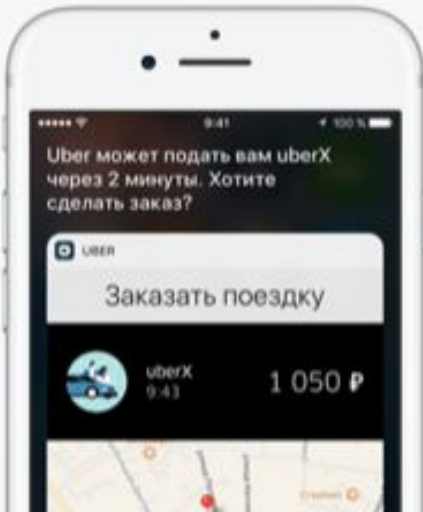
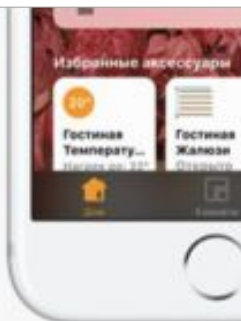
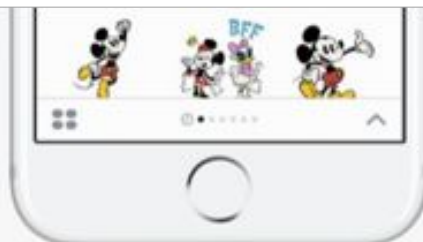
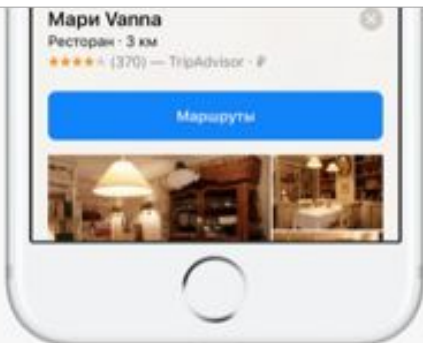
Главное – эмоция:

зацепить

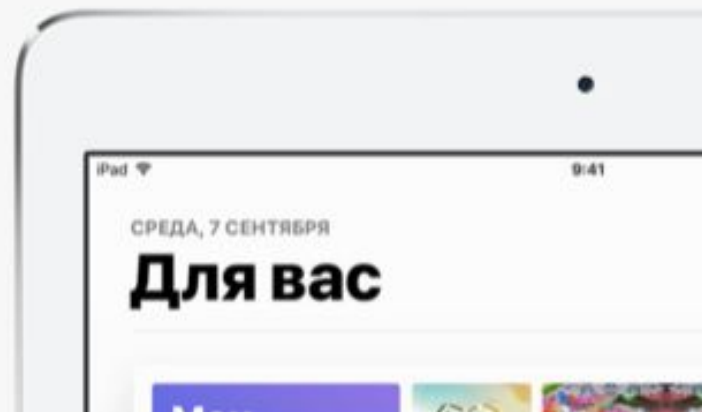
увлечь

эмоциональное желание купить

узнавание (О! то что нужно, то, что хотел, искал)



iOS 10



Получите востребованную интернет-профессию

Выберите направление:

Маркетинг

Управление проектами

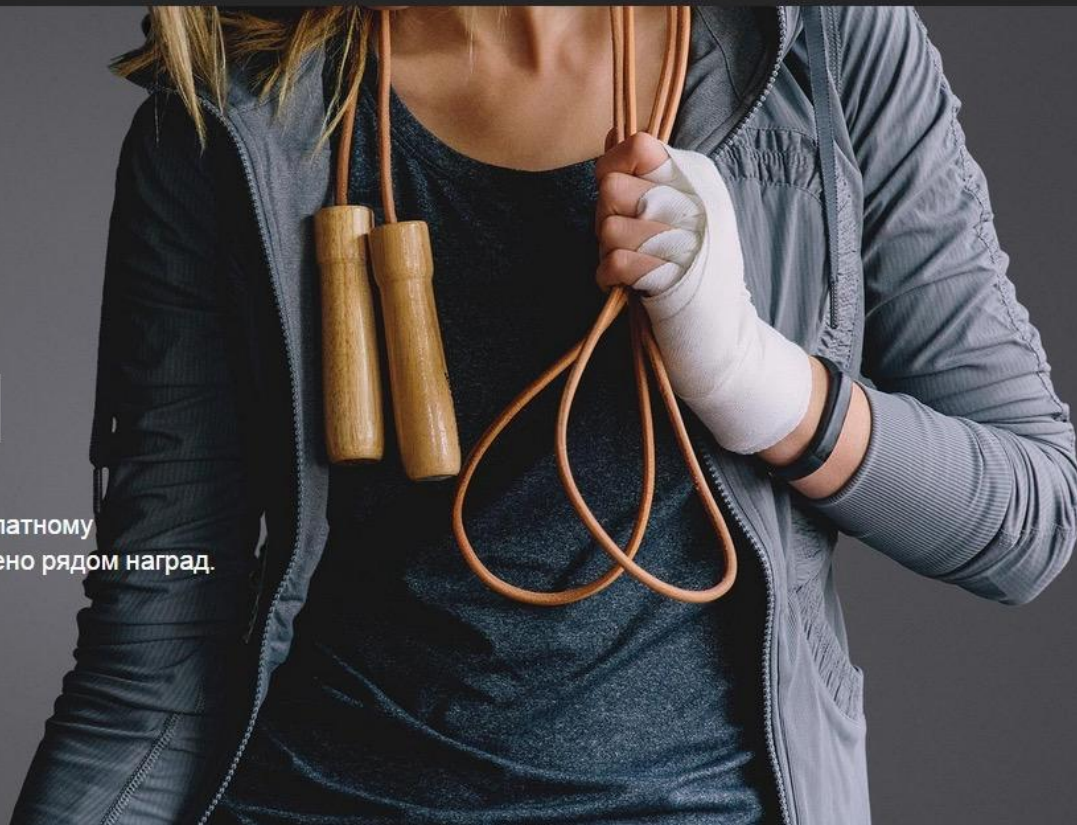
Дизайн и UX

Программирование



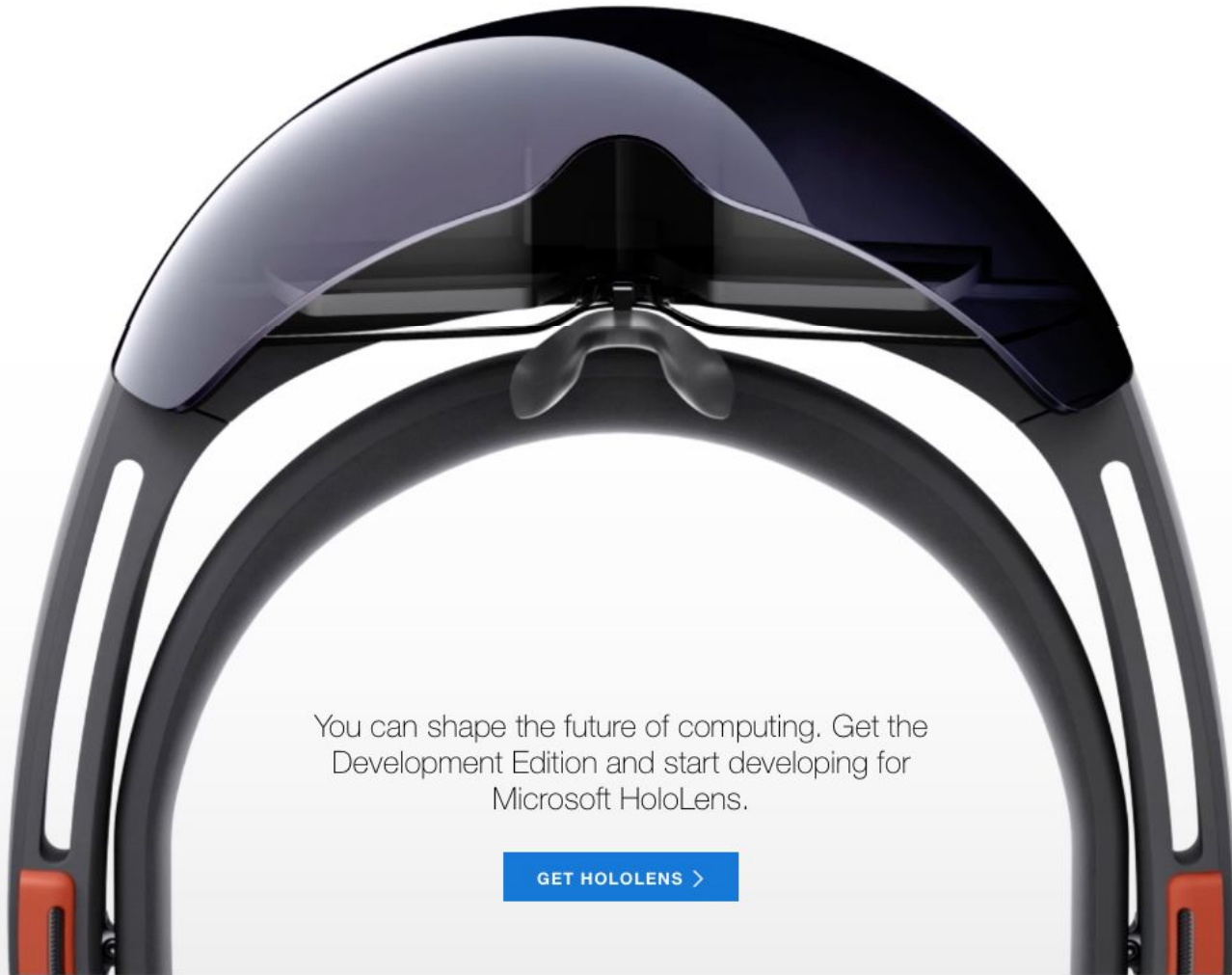
РАСКРОЙТЕ СВОЙ ПОТЕНЦИАЛ

Не теряйте мотивации благодаря нашему бесплатному приложению для фитнеса, которое было отмечено рядом наград.

[СКАЧАТЬ](#)

Microsoft HoloLens

[▶ WATCH THE VIDEO](#)



You can shape the future of computing. Get the Development Edition and start developing for Microsoft HoloLens.

[GET HOLOLENS >](#)

Рационализация (страх) объяснение преимуществ

Это борьба со страхами. Максимальное количество вопросов, на которые вы должны ответить

- ✓ Чего боится ваш аватар?
- ✓ Какая информация ему нужна особенно, чтобы принять решение?
- ✓ Какие подробности ему сообщить?

Эта история про коворкинг, в котором есть...



Кухня
с бесплатным кофе



Принтеры
и МФУ



Переговорные
и аудитории



Панорамные
окна



Шкафчик
для вещей



Быстрый интернет

Велопарковка



Душевая



Климат-системы



Ресепшн 24/7

От 2 человек в команде — скидка 10%, от 5 человек — скидка 15%, от 15 человек — скидка 20%

ФИКСИРОВАННОЕ МЕСТО

24 000 руб.

в месяц

ПАРТ-ТАЙМ

21 000 руб.

за 20 будних дней + 10 выходных
в течение 90 суток

НОЧИ И ВЫХОДНЫЕ

21 000 руб.

в течение 90 суток

Расти проще в окружении сильных

В коворкинге работает много талантливых и умных специалистов, которые уже многого достигли. Их энергия впитывается мгновенно, а слова помогут найти выход из сложных ситуаций.

Самый активный венчурный фонд в Европе и России

Среди партнёров #tceh — команда Фонда развития интернет-инициатив. Мы даже находимся в соседних офисах. Резиденты #tceh всегда в курсе активностей фонда и общаются с экспертами и аналитиками ФРИИ в неформальной атмосфере.



Мероприятия принесут пользу даже интровертам

К примеру, у нас есть хакатоны и рабочие выходные Harvest – здесь можно найти разработчиков, дизайнеров и маркетологов, просто поработав с ними в выходные. Или Feedback, когда приглашённые эксперты рассматривают кейсы молодых проектов.

Любой курс за 2999 рублей



Постоянный доступ

Уроки курса доступны в любое время, 24/7. Если вы приобрели курс, то сможете вернуться к нему в любое удобное для вас время



Уникальные материалы

Принципы и подходы международных экспертов и преподавателей, реальные истории героев-предпринимателей, примеры и шаблоны для выполнения каждого задания



Презентация твоего проекта

Финальное задание курса — презентация вашего проекта/идеи в формате «лонгрида», которой вы можете поделиться со всеми. Количество презентаций не ограничено



Сертификат

При выполнении всех заданий курса вы получите официальный сертификат школы Vector

[ВЫБРАТЬ КУРС](#)

[ПОДРОБНЕЕ О ПОДПИСКЕ](#)

В прошлых сезонах мы очень ответственно подошли к подбору преподавателей и собрали более 20 выходцев из Big3, Big4, IB и других отличных экспертов. В новом сезоне большинство из перечисленных ниже преподавателей снова будут вести занятия:



Андрей Алясов

Создал кейс-индустрию в России, ведущий эксперт по кейсам в стране. Основатель и CEO Changellenge >> – компании, проводящей крупнейший независимый кейс-чемпионат в мире, работающей с половиной топ-50 рейтинга Universum. Руководит большой командой из 5 городов, заключает многомиллионные контракты с ведущими работодателями. Ранее работал в A.T.Kearney, Microsoft, выигрывал международные кейс-чемпионаты.



Дмитрий Попов

С июля 2012 года работает в банке ВТБ 24, сейчас занимает должность Вице-президента, Директора Департамента стратегии и развития розничного бизнеса Группы ВТБ. До этого занимал различные управленческие должности в Департаменте стратегии и корпоративного развития ОАО Банк ВТБ, а также работал консультантом в Московском офисе McKinsey & Company.

Все поведение человека на сайте можно представить как вопросы

- ✓ Что это? Куда я попал? Почему я туда захочу?
- Сколько стоит товар?
- А что тут у вас есть? Хочется подробностей
- Есть ли доставка? Доставляете в мой поселок?
- Какие гарантии, что мне привезут свежую пиццу, а не вчерашнюю разогретую?
- Это настоящие RayBan?
- Чем отличаются конкретно ваша теннисная ракетка от других?
- А есть кто-то, кто уже вашим продуктом пользуется? И что говорят?
- Почему я могу вам доверять?

Задание: напишите вопросы,
которые задаст вам ваш аватар

Социализация (там уже те, кого я уважаю)

Большинство людей хочет присоединиться к группе

Социализация (там уже те, кого я уважаю)

Большинство людей хочет присоединиться к группе

Раздел говорит о том, что:

Такие, как я, уже там, уже пользуются, уже довольны
Те, кого я уважаю, в партнерах



На 3 курсе только начинаешь искать работу, набирать опыт — здесь Школа Changellenge >> многое мне ускорила. Меня пригласили на проект в одну из компаний Big3 — я и не мечтал, что начну сразу с такого.

*Олег Судаков, на момент обучения в Школе 3 курс
НИЯУ МИФИ*



Школа превзошла мои ожидания! Это не только много интересных людей, но и полезные навыки, которые пригодятся сейчас при трудоустройстве. Особенно незабываема и полезна практика.

Анна Маркова, выпускница РЭШ 2015 г.



Я закончил вуз 2,5 года назад, но решение развиваться дальше, чтобы с помощью Школы Changellenge >> выйти на новый уровень, было самым продуктивным и важным из моих спонтанных решений за последние несколько лет.

*Данила Кирияк, выпускник 2012 г., РГУНГ им. И.М.
Губкина*

Генеральные
партнеры



А Альфа-Банк



Нас поддерживают:

LENТА.RU

афишаDaily

The Village

THEORY&PRACTICE

Партнёры

#tceh

фрии



HOMIDO



FTBRUM



Элементы сайта

Картинка

Видео

Текст

Действие (форма регистрации, кнопка)

Игры (всё, что движется и развлекает)

Тарифная сетка

Рисуем прототип

Актуализация wow-
эффект

Рационализация
борьба со страхами

Социализация (хочу
как у всех)

Где рисуем сайт?



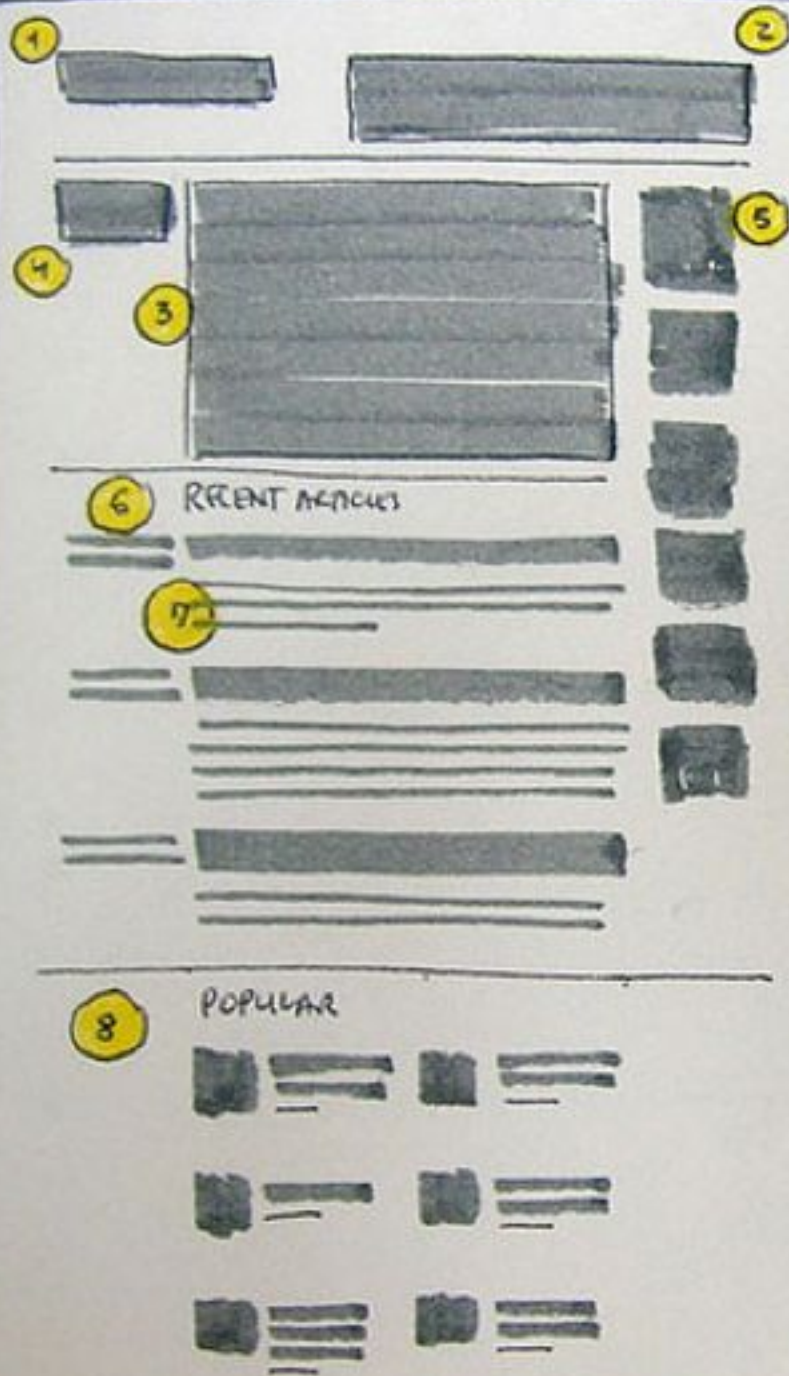
Tilda Publishing

WIX.com



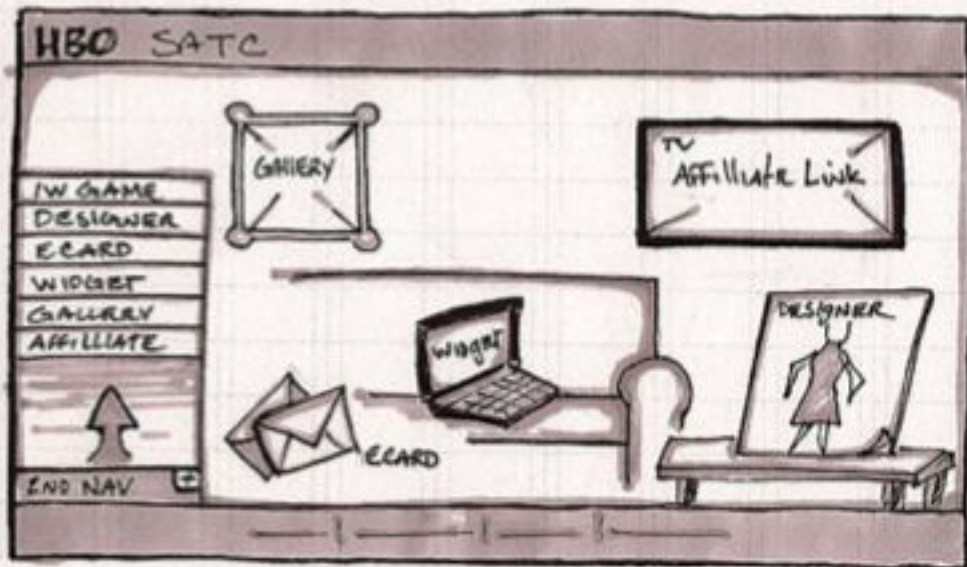
REINER Zufall Funktion / Doubletten





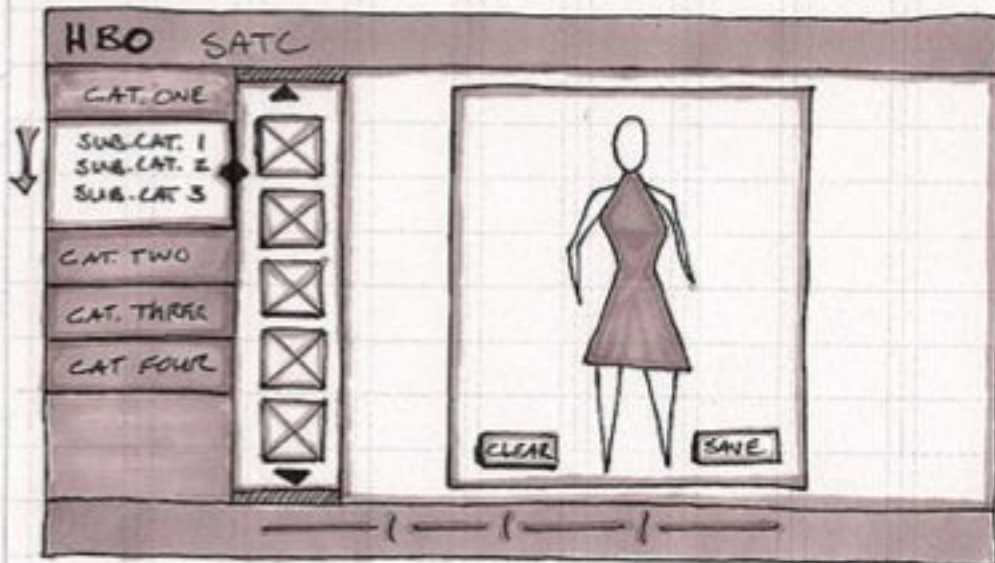
- 1 - WHO AND TIMELINE
- 2 - NAVIGATION, SEARCH & SUBSCRIBE
- 3 - LATEST ARTICLE PREVIEW
- 4 - LATEST ARTICLE CARDS & INFO
- 5 - ADS AREA ETC
- 6 - RECENT POSTS AREA, SHOWING LATEST FIVE ARTICLES WITH LINK TO ARCHIVE AT THE END. ARCHIVE LOOKS THE SAME AS THIS VIEW. MAYBE TO INCLUDE CATEGORY?
- 7 - EACH ARTICLE HAS TITLE, DESCRIPTION AND CATEGORY & INFO
- 8 - POPULAR POSTS SHOWS 6 MOST POPULAR POSTS: 2 FROM ARTICLES, 2 FREEBIES AND 2 TUTORIALS. EACH ARTICLE HAS TITLE AND CATEGORY / DATE? IS DATE RELEVANT?





MAIN HUB

- Interactive Environment elements are hotspots that lets user move to other "rooms".
- Each element has roll over text that prompts users on links action.
- Available 2nd NAV that can be used instead of navigating the room.



DESIGNER

- Multiple categories handled through accordion menu.
- Sub category can expand as necessary
- Selection of subcat. initiates fly out of dress "trial" scroll.

Домашнее задание:

Сделать лендинг

Найти человека (а лучше несколько людей),
которые наиболее соответствует аватару

Показать им, и описать его реакцию на ваш
лендинг

Выложить домашнее задание в онлайн-
система «Преобразование»

Снежинки

**Кто зарабатывает
больше Котеек (К)?**

У вас есть

Ножницы – 1 шт

Бумага – 2 листа

Деньги – 2 Котейки

Рынок и покупатели на нем

Можно докупить

Ножницы – 1 шт за 4 К

Бумагу – 2 листа за 3 К

ГОСТ (снежинки - продукт вашего стартапа)

Круглые

Не рваные

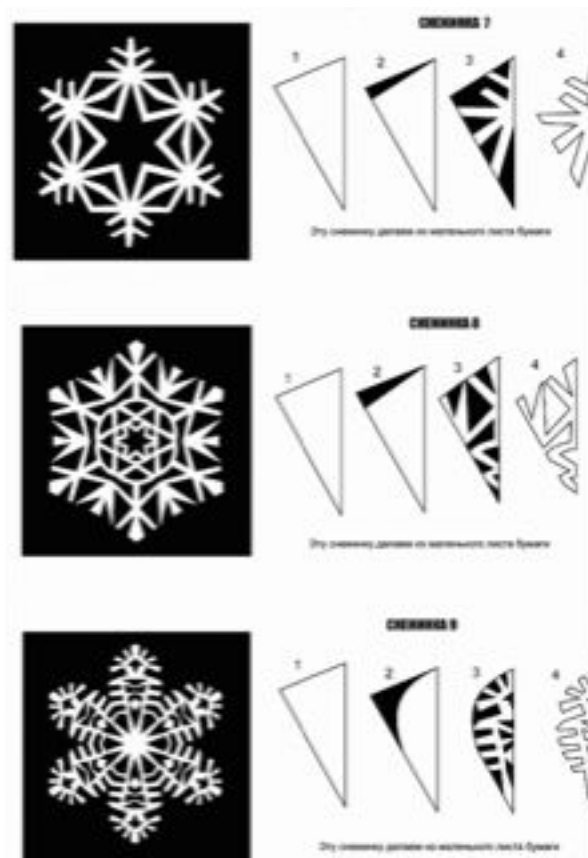
Красивые

Потребители (покупатели на рынке)

У каждого свой запрос на снежинки

Покупают от 1 до 5 К за снежинку в розницу

Как делать снежинки?



Правил а

3 минуты изготовить, продать, купить ресурсы в банке

Отходим от стола, как только заканчиваются 3 минуты

Каждая команда говорит в конце цикла, сколько Котеек у нее на руках

Всего 5 циклов по 3 минуты

Правил а

Ножницы – 1 шт за 4 К

Бумага – 2 листа за 3 К