

Func.
Functional Design

Развитие проекта вокруг клиента или успешные мобильные продукты

Николай Страх

Func.ru, ФРИИ, It Biz Broker

Санкт-Петербург, 2017

О СЕБЕ, СТУДИИ И СТАРТАПАХ

01.

С 2001 года в бизнесе, с 2013 в IT

03.

С 2015 года работа с внутренними проектами
(exit и инвестиции)

02.

С 2014 года работа со стартапами ФРИИ
(более 10 получили инвестиции)

04.

С 2017 года – IT Biz Broker



ФОНД РАЗВИТИЯ ИНТЕРНЕТ-ИНИЦИАТИВ

6 млрд. рублей

инвестиций

280 +

проектов

20 +

Стратегических партнёров

2,1 млн. рублей за 7% бизнеса

типовое предложение через программу акселерации

Рамблер/

 Microsoft

Яндекс

 Ростех

 **СБЕРБАНК**
Всегда рядом

СТАРТАП: ОТ ПРОЕКТНОГО БИЗНЕСА К МАСШТАБИРУЕМОМУ

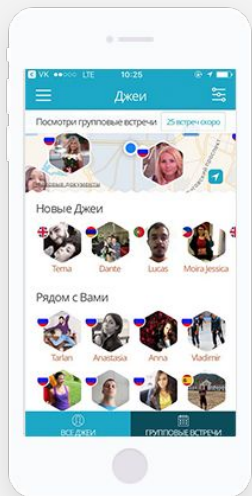
Временная организация, созданная с целью быстрого поиска устойчивой **прибыльной** бизнес-модели в условиях экстремальной **неопределенности**.

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

– Эрик Рис

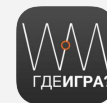
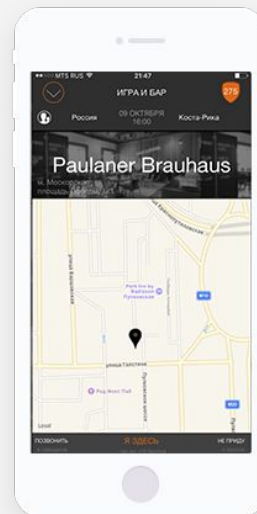
Hi, Jay! & Wame

Голосование: sld.pt/jyh



Hi, Jay!

Мобильное приложение для практики иностранных языков с носителями по всему миру!



Wame

Мобильный сервис для моментального поиска бара, в котором транслируют игру твоей любимой команды.

МЕТОДОЛОГИЯ: ГЛУБОКОЕ ИЗУЧЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ

Customer development (сокращенно – custdev) – это тестирование идеи или прототипа будущего продукта на потенциальных потребителях. Согласно этой концепции продукт обязательно должен решать проблему клиента. Сначала выявляется проблема, потом разрабатывается продукт, а не наоборот.

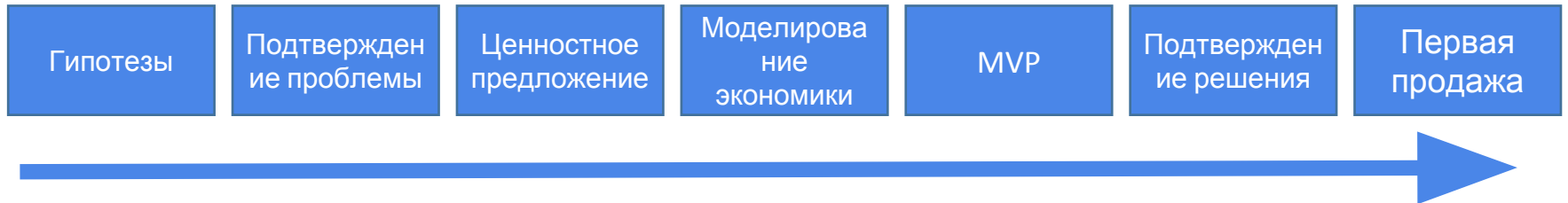
МЕТОДОЛОГИЯ: ГЛУБОКОЕ ИЗУЧЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ

Зачем мы это делаем?

1. Мы не знаем пользователя, хотя зачастую утверждаем обратное.
2. Мы строим бизнес на догадках, хотя можем просто спросить у клиентов.

МЕТОДОЛОГИЯ: Customer discovery

Если не устраивает результат



МЕТОДОЛОГИЯ: ИНТЕРВЬЮ

Зачем мы это делаем?

1. Просто. Дешево. Быстро. Понятно
2. Непосредственный контакт с пользователем
3. Реальные факты с рынка, а не догадки
4. Формулировку «боли» словами пользователей
5. Валидацию «своих» клиентских сегментов

МЕТОДОЛОГИЯ: Инструменты поиска

Проблемное интервью:

выявляете есть ли проблема и определяете цену ее решения для клиента.

Решенческое интервью:

определяете готов ли клиент купить продукт с предлагаемой функциональностью.

МЕТОДОЛОГИЯ: ПРОБЛЕМНОЕ ИНТЕРВЬЮ

Цель – понять как думает клиент?

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

МЕТОДОЛОГИЯ: РЕШЕНЧЕСКОЕ ИНТЕРВЬЮ

Цель – понять решает ли ваш продукт проблему?

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

Как найти аудиторию для интервью?



Виктория Виноградова

7 ч · 🌐

Хочу поделиться небольшим инсайтом про то, как мы делаем Customer Development на американском рынке.

Мы нашли хороший канал с очень качественной и целевой аудиторией - им оказался Upwork. Механика простая: мы разместили оффер на 30 минутное интервью (первые 15 мин - выявление боли клиента, вторые 15 - триал продукта). далее высылаем этот оффер только отобраннным заранее пользователям, которые подходят под наш портрет клиента.

МЕТОДОЛОГИЯ: Клиентские сегменты

Клиентский сегмент – группа пользователей, объединенных общей проблемой или «болью».

1. Кто больше всего хочет, чтобы ваша идея была реализована?
2. Кто из них будет использовать продукт?
3. Почему они хотят чтобы продукт появился?
4. Есть ли у них мотив?
5. Каковы дополнительные мотивы?
6. Какие другие группы людей имеют схожие мотивы?

1

**Принцип
Customer
Development**

**Спрашивайте о
прошлом,
а не о будущем**

2

Принцип Customer Development

Нам нужно узнать о
деятельности
нашего клиента

Самые важные вопросы
«почему?» и «как?»

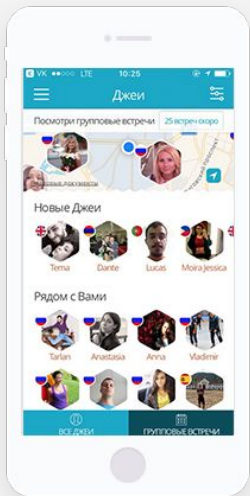
3

Принцип Customer Development

Самое важное
понять как **рынок**
функционирует
без вас

Не рассказываем о
продукте или решении на
проблемном интервью

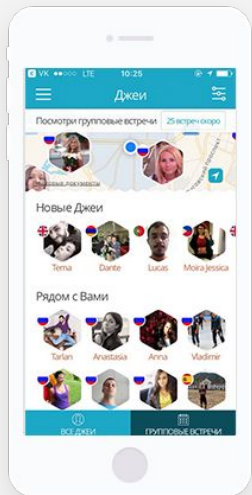
Hi, Jay!



Hi, Jay!

1. Запустили механику в оффлайне и выяснили основные аспекты.

Hi, Jay!

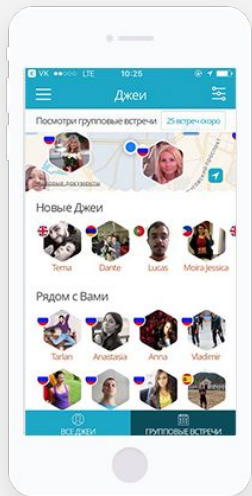


Hi, Jay!

1. Запустили механику в оффлайне и выяснили основные аспекты.

2. Сделали MVP и сделал customer development.

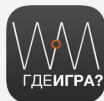
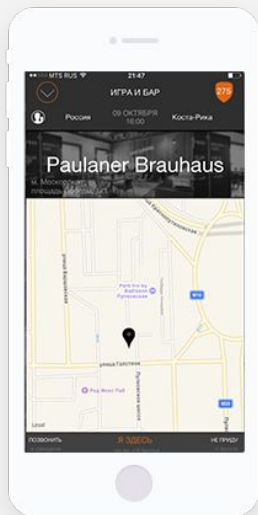
Hi, Jay!



Hi, Jay!

1. Запустили механику в оффлайне и выяснили основные аспекты.
2. Запустили MVP и сделал customer development.
3. Продолжают расти и закрывают инвестиционный раунд

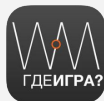
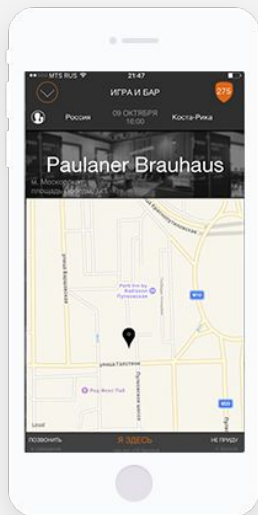
WAME



WAME. Где игра?

1. Миллионы людей смотрят трансляции. Многие в барах.

WAME

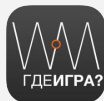
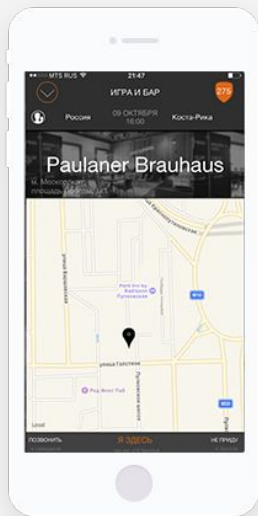


WAME. Где игра?

1. Миллионы людей смотрят трансляции. Многие в барах.

2. Есть другие сервисы, но мы сделаем качественный профильный продукт.

WAME



WAME. Где игра?

1. Миллионы людей смотрят трансляции. Многие в барах.

2. Есть другие сервисы, но мы сделаем качественный профильный продукт.

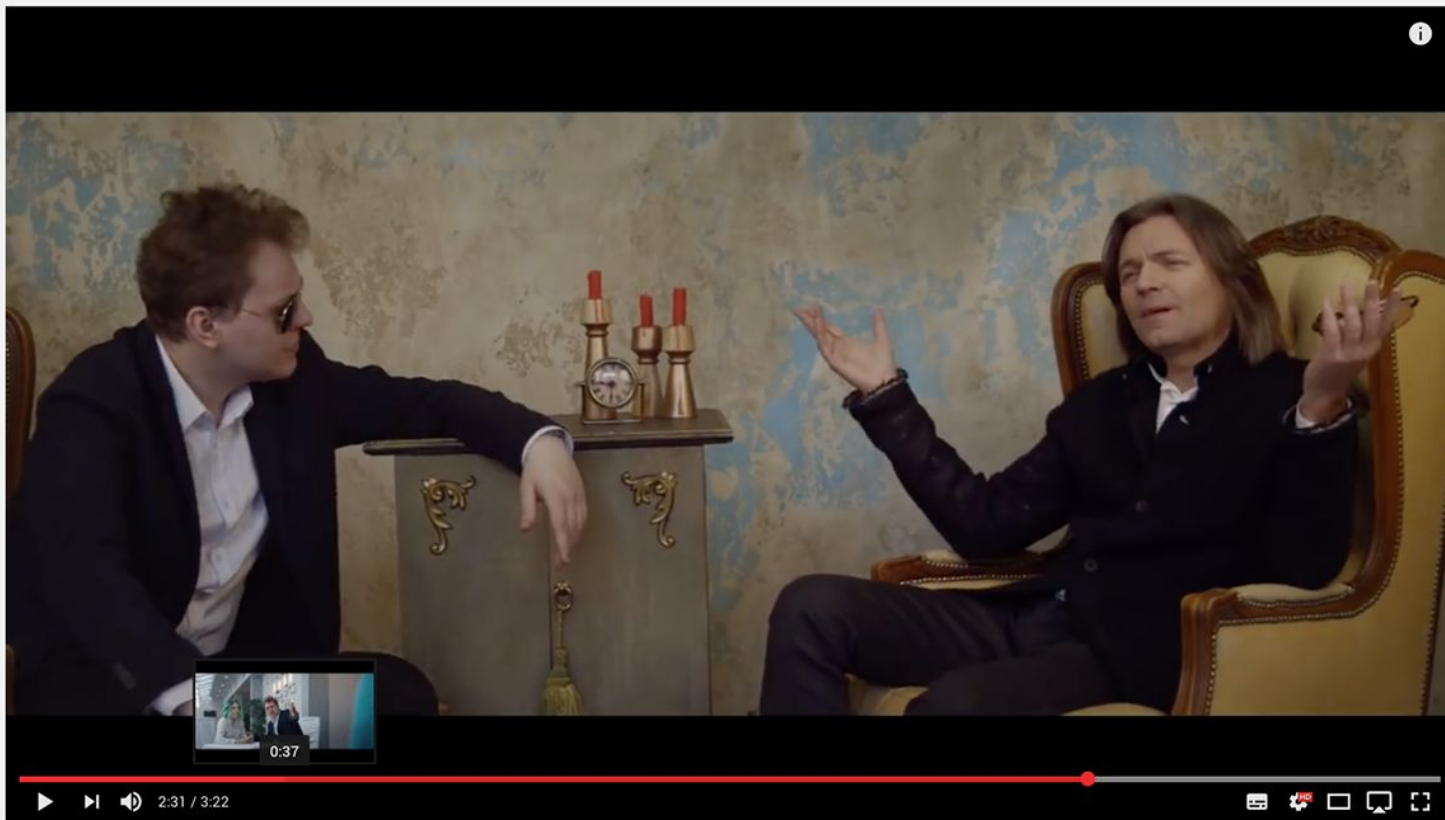
3. Пришли к клиентам с продуктом, но те отказались платить.

Func.
Functional Design

**Спасибо за внимание.
Вопросы?**

Николай Страх
Func.ru, ФРИИ, IT Biz Broker

+7 (905) 222-98-92
nikolay.strakh@func.ru



МС ХОВАНСКИЙ & ДМИТРИЙ МАЛИКОВ - Спроси у своей Мамы



Юрий Хованский

✓ Подписка оформлена

🔔 2,8 млн

11 699 881 просмотр

+ Добавить в

➦ Поделиться

*** Ещё

👍 713 127

💬 37 536

Роб Фитцпатрик

FOUNDER
CENTRUM



Спроси маму

Как общаться с клиентами
и подтвердить правоту
своей бизнес-идеи,
если все кругом врут?

альпина

бизнес

фрии

«Спроси маму» Роб Фитцпатрик



0:37

2:31 / 3:22

МС ХОВАНСКИЙ & ДМИТРИЙ МАЛИКОВ - Спроси у своей Мамы



Юрий Хованский

Подписка оформлена

2,8 млн

11 699 881 просмотр

Добавить в

Поделиться

Ещё

713 127

37 536