



ПРАКТИКА

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ
И ГИПОТЕЗЫ
О ЕЁ ПРОБЛЕМЕ



открытые
инновации

СТАРТАП-СТУДИЯ



ПЛАТФОРМА
УНИВЕРСИТЕТСКОГО
ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА



СЕРГЕЙ ПАНТЕЛЕЕВ

Трекер, эксперт Стартап-студии Открытые инновации

- Трекер и эксперт Архипелага 2021 и 2022 годов
- Руководитель программы акселераторов ВУЗов 2022
- Лектор и тренер образовательной программы по технологическому предпринимательству
- Эксперт Демодней акселераторов



ПРАВИЛА

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ ПРАКТИКИ - 1,5 ЧАСА

- Один голос в эфире
- Поднимать руку
- Отвечать на вопросы тренера
- Фиксировать результаты практической работы
- Уважать мнение других участников
- Нет правильных или неправильных ответов

ПЛАН

1. Описание ЦА
2. Формирование стратегических гипотез
3. Формирование тактических гипотез
4. Описание сегмента А

ОПИСАНИЕ ЦА

1. Коротко опишите продукт стартапа
2. Опишите 1 целевую аудиторию вашего продукта

КТО? ЦА

СИТУАЦИЯ какой контекст?

ЗАДАЧА что должен сделать?

ПРОБЛЕМА что мешает?

ОПИСАНИЕ ЦА

1. Коротко опишите продукт стартапа
2. Опишите 1 целевую аудиторию вашего продукта

КТО? ЦА	Студент ВУЗа
СИТУАЦИЯ какой контекст?	может получить зачеты/экзамены автоматом
ЗАДАЧА что должен сделать?	подготовить презентацию проекта и выступить
ПРОБЛЕМА что мешает?	не имеет времени и навыков работать с презентацией

ПРИМЕР

ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКИХ ГИПОТЕЗ

Сформулируйте 1-3 стратегические гипотезы

СТРАТЕГИЧЕСКАЯ ГИПОТЕЗА

Наши клиенты хотят _____

чтобы _____

Но не могут, потому что _____

И при этом теряют _____

ФОРМИРОВАНИЕ ТАКТИЧЕСКИХ ГИПОТЕЗ

Сформулируйте 1-3 тактические гипотезы к каждой стратегической гипотезе

ТАКТИЧЕСКАЯ ГИПОТЕЗА

Я верю/думаю, что _____

Чтобы это проверить, я (сделаю) _____

с целью получить такие-то данные _____

Если собранные данные окажутся X,
то гипотеза верна; если не X, гипотеза не верна

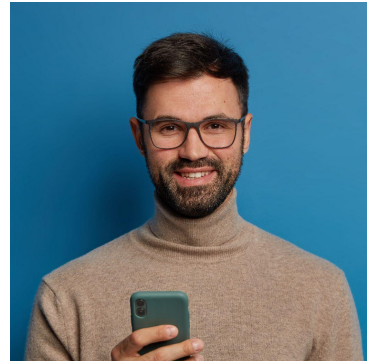
ВИДЫ ГИПОТЕЗ

СТРАТЕГИЧЕСКАЯ ГИПОТЕЗА

Предположение о том,
как устроен “мир”

ТАКТИЧЕСКАЯ ГИПОТЕЗА

Способы проверки
стратегических гипотез



Пользователь будет скачивать
наше платное мобильное
приложение

- Отправим ссылку на скачивание своим знакомым, укажем стоимость подписки в 500 рублей, посчитаем количество скачиваний
- Сделаем бесплатную 7-ми дневную пробную версию, посчитаем сколько пользователей останется через 7 дней

ПРИМЕР

ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКИХ ГИПОТЕЗ

Сформулируйте 1-3 стратегические гипотезы

СТРАТЕГИЧЕСКАЯ ГИПОТЕЗА

Наши клиенты хотят **подготовить “классную” презентацию**
чтобы получить **успешно сдать зачеты/экзамены**
Но не могут, потому что **не умеют оформлять презентации, и нет времени**
И при этом теряют **деньги и время на заказ презентаций**

ПРИМЕР

ФОРМИРОВАНИЕ ТАКТИЧЕСКИХ ГИПОТЕЗ

Сформулируйте 1-3 тактические гипотезы к каждой стратегической гипотезе

ТАКТИЧЕСКАЯ ГИПОТЕЗА

Я верю/думаю, что ***у студентов есть проблема с подготовкой презентаций***
Чтобы это проверить, я (сделаю) ***мы проведем интервью у 20 студентов***
с целью получить такие-то данные ***есть ли такая проблема и как ее решают***
Если ***более 10 подтвердят наличие проблемы и то, что приходится ее заказывать***
то гипотеза верна; если ***меньше 10***, гипотеза не верна

ПРИМЕР

ОПИСАНИЕ СЕГМЕНТА А

Опишите сегмент А своей целевой аудитории

А

Есть боль, продукт очень нужен, поэтому высокая конверсия в покупку и постоянное использование

В

Есть боль, продукт очень нужен, но есть возражения. Платят много, но достаточно долго принимают решение о покупке

С

Боль частично закрыта, есть потребность в продукте, но ценность не высокая. Готовы платить мало и есть ряд значимых возражений

Д

Есть много вопросов и возражений, чаще всего в итоге не покупают

Х

Крупный клиент, которому нужно что-то специфическое, какие-то персональные доработки, на которые вы не готовы

ABCDX-СЕГМЕНТАЦИЯ

Делим пользователей по степени ценности, которую эти клиенты получили от продукта (кому из вашей целевой аудитории вы сможете “причинить” максимальную пользу?)

A Есть боль, продукт очень нужен, поэтому быстро принимают решение о покупке и постоянно используют

B Есть боль, продукт очень нужен, но есть возражения. Платят много, но достаточно долго принимают решение о покупке

C



D

Пытаемся предположить:

- Чью проблему решает наш продукт?
- В какой ситуации оказывается наша целевая аудитория, при которой ей нужна наша помощь?

X