

Customer Development



Роман Хромченко

- консультант-эксперт, Технопарк Санкт-Петербурга
- трекер, Московский инновационный кластер
- ментор, Центр инновационного предпринимательства НИУ ВШЭ



Customer Development

Как совершить продажу?

Как совершить продажу?

Сегмент-канал-оффер

Научились формировать гипотезы о сегменте:

Сегмент-канал-оффер

Целевая аудитория: боли и проблемы

- **Целевая аудитория (ЦА)** — это группа потенциальных покупателей, которой интересен ваш продукт.

Общие признаки



Реклама, офферы

Зачем сегментировать ЦА?



Формируем гипотезы о ценности:

Сегмент-канал-оффер

Целевая аудитория

Боли и проблемы ЦА:

Боли и проблемы ЦА:

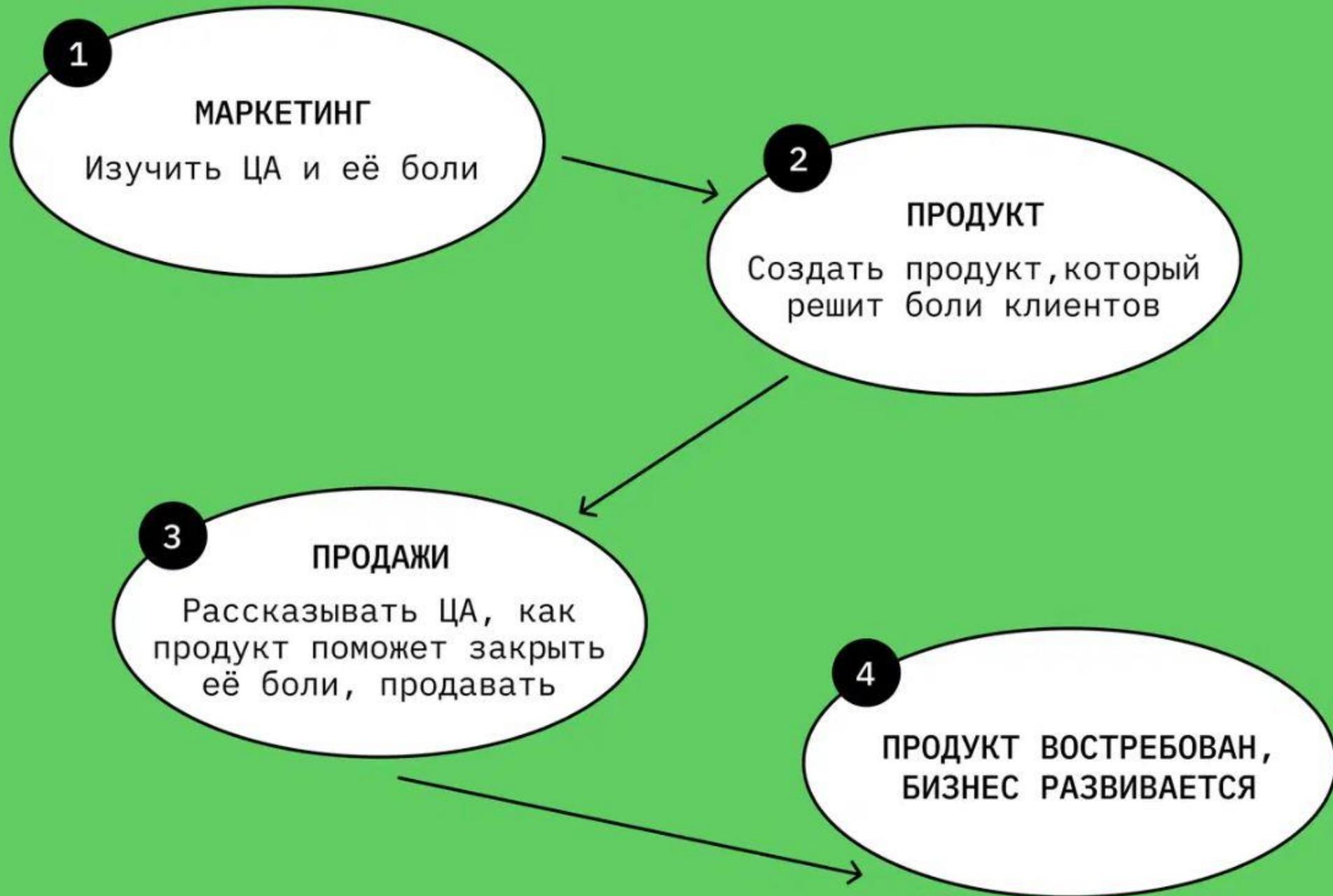
Зачем?

Если создаем продукт и нет подтверждения от рынка, то он может оказаться никому не нужный

Боли и проблемы ЦА:

Зачем?

- Получить подтверждение от рынка
- Доработать продукт с учетом потребностей рынка
- Привлечь инвестиции (на этапе problem-solution fit)



Боли и проблемы ЦА

Как выявлять?

Как выявлять боли и проблемы ЦА?

- Проводить опросы или анкетирование

Если есть подписчики/пользователи/клиенты

Важно: Не самый точный!

Как выявлять боли и проблемы ЦА?

- Изучать тематические сообщества в соцсетях и форумы

В узкоспециализированных сообществах может быть ваша ЦА

Пример: онлайн-школа разрабатывает новый курс для тех, кто хочет освоить профессию копирайтера

Сообщества: «Подслушано копирайтинг»



Подслушано Копирайтинг

30 окт в 12:18



Вообще не могу понять, как люди здесь зарабатывают. Ну правда. Куча подписок на удаленку в телеге, два аккаунта на биржах. Всё по нулям. В ТГ одни пустышки, пишешь - в ответ тишина, полный игнор. На биржах вообще непонятные задания и оплата 3 рубля, 7,25 рублей.. Пост не чтобы понуть, а просто реально интересно, как новичку (я уже 2 месяца порхаюсь) заработать хотя бы 10 тыс.

Римма Колобова



23



94



10

5.3K

Сначала интересные ▾



Селезнева Ирина

Я тоже не могу через тг ничего найти, не знаю, как люди это делают. Хотела взять дополнительно пару проектов небольших. А так я на хх всегда ищу. Там в основном на фулл тайм загрузку предлагают

30 окт в 12:21 Ответить Поделиться

15



Елена Власенко ответила · 10 ответов



Дарья Ермоленко 🐾🐾

Копирайтер, который не может продать свои услуги, это обычно такой себе копирайтер. Да, работу найти не легко. Иначе бы вся страна у нас тексты строчила. Лучше, чем ныть, расскажите, как вы откликаетесь на вакансии, что пишете о себе, есть ли у вас портфолио и т.д. Тогда можно будет вам что-то конкретное посоветовать.

30 окт в 12:28 Ответить Поделиться

9

Как выявлять боли и проблемы ЦА?

- **Анализировать поисковые запросы**

Пример: хотим производить роботы пылесосы

Источник: Яндекс Wordstat.

Что искали со словом «лучший робот пылесос» — 52 989 показов в месяц

Статистика по словам	Показов в месяц
лучший робот пылесос	52 989
какой хороший робот пылесос	18 170
лучший робот пылесос +с влажной	13 023
лучший робот пылесос +с влажной уборкой	12 675
лучший робот пылесос 2022	10 692
купить хороший робот пылесос	8 986
рейтинг лучших роботов пылесосов	8 894
какой робот пылесос лучше купить	8 119
хороший робот пылесос +для дома	5 513
робот пылесос +с влажной какой лучше	5 247
какой хороший робот пылесос +с влажной уборкой	5 160
робот пылесос рейтинг лучших 2022	3 500
самый лучший робот пылесос	3 496
лучший робот пылесос отзывы	3 495
лучший робот пылесос xiaomi	3 484
лучший робот пылесос 2022 +с влажной	3 345
лучший робот пылесос +с влажной уборкой 2022	3 311
хороший робот пылесос цена	3 231

Запросы, похожие на «лучший робот пылесос»

Статистика по словам	Показов в месяц
беспроводной пылесос	161 899
что с пылесосом	7 722
рейтинг пылесосов	83 281
пылесос с влажной уборкой	70 547
мощность пылесоса	45 227
умный пылесос	6 981
аккумуляторный пылесос для дома	2 716
пылесос	4 326 423
пылесос на станцию	5 029
робот полисос	1 704
топ пылесосов	25 729
вакуумный пылесос	3 991
какой пылесос купить	27 903
как работает пылесос	6 640
какой пылесос	114 409
какой заряд у пылесоса	1 235
аккумуляторный пылесос	29 391
пылесос mamibot	6 172
электрический пылесос	13 564

Как выявлять боли и проблемы ЦА?

- **Изучать отзывы**

По данным исследований, **38% покупателей** напишут отзыв, если товар или услуга **не оправдывает их ожиданий..**

Где искать отзывы: форумы, маркетплейсы, геосервисы, специализированные сайты типа otzovik.com, irecommend.ru

Пример В2В: продавцы на маркетплейсах

Как выявлять боли и проблемы ЦА?

- **Смотреть, что делают конкуренты**

Что смотреть: рекламные предложения, сайт, коммерческое предложение

Пример B2B и B2C: представиться клиентом

Как выявлять боли и проблемы ЦА?

- Проводить проблемные и экспертные интервью

Плюсы: достоверные данные от клиента

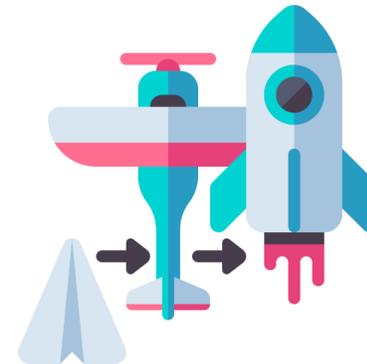
Минусы: долго и тяжело

инструкция далее...

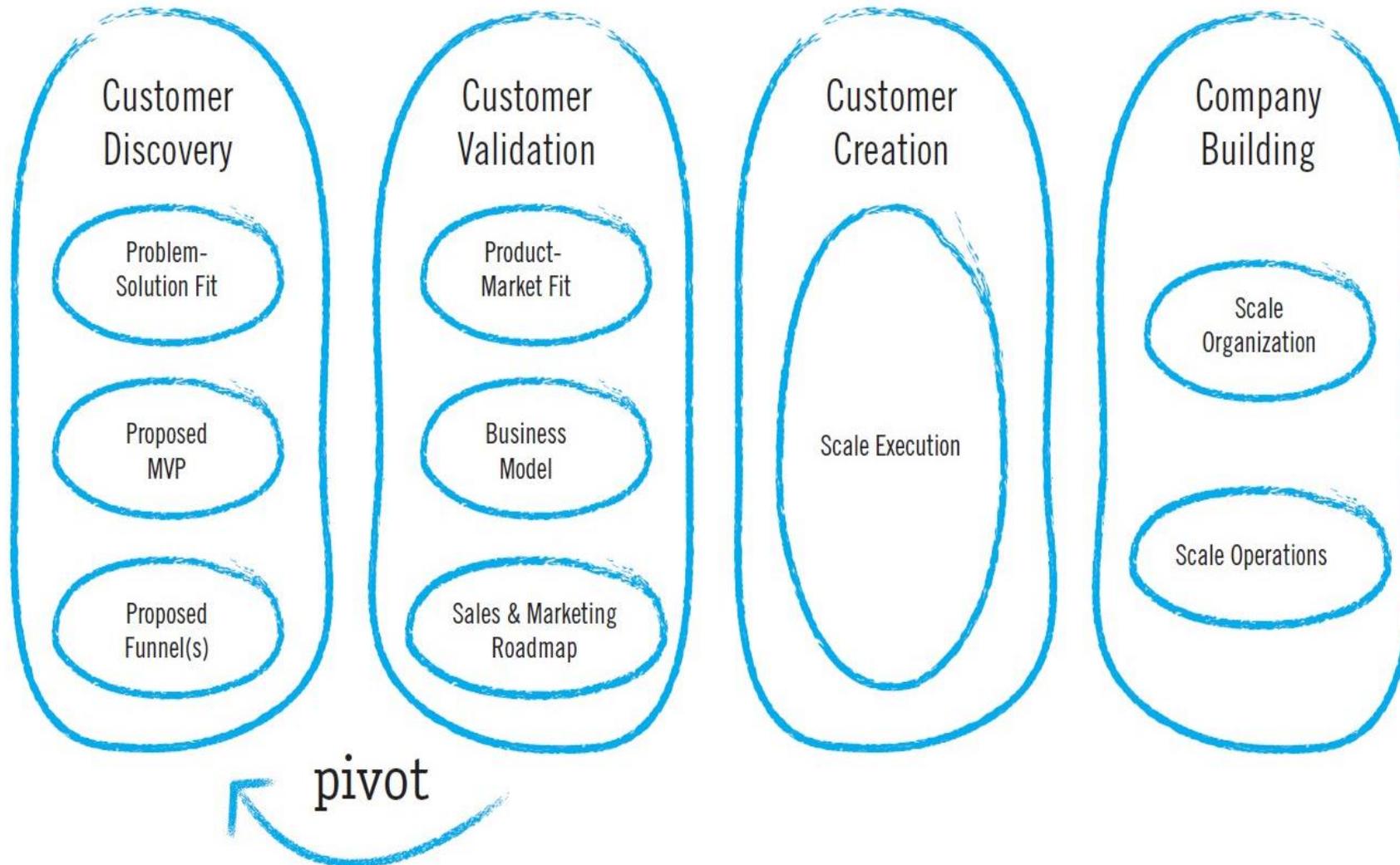
CustDev

Что это?

Customer Development — тестирование идеи или прототипа будущего продукта на востребованность с помощью потенциальных потребителей.



Customer Development



4 ключевых этапа, по которым итерационно движется команда:

1. **Обнаружение клиентов** (customer discovery)
2. **Подтверждение клиентов** (customer validation)
3. **Создание клиентов** (customer creation)
4. **Построение компании** (company building)

Для чего Customer Development

Не убить свое время и деньги!

Как понять за что будет платить клиент?

Главная ошибка при разработке продукта:

Разработка и продумывание всех функций внутри команды

Было бы классно, если бы в продукте было так...



Идем и **общаемся** с потребителями, B2C, B2B, B2G, неважно

Давайте добавим 10 таких-то функций



CustDev

Как понять за что будет платить клиент?

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

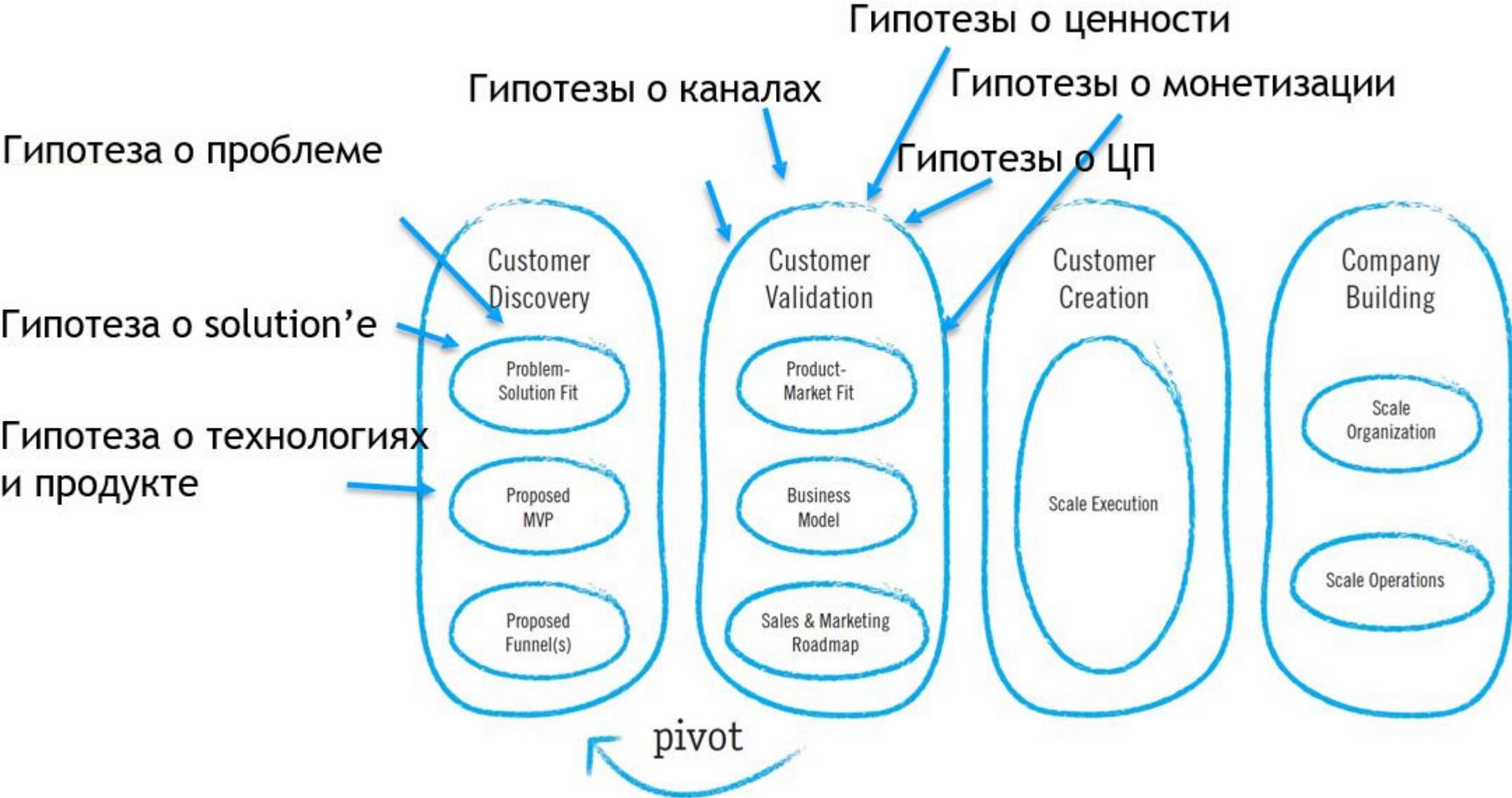
«Большинство стартапов погибло, не потому что у них был плохой продукт, а потому что этот продукт был никому не нужен» - Эрик Рис

CustDev

Основные постулаты

- ✓ В центре всего клиент – у него есть проблемы, боли и потребности, которые предстоит найти через выдвижение и проверку гипотез
 - ✓ Гипотезы/предположения, их нужно подтвердить или опровергнуть
 - ✓ “Get out of the building” – в офисе нет фактов
-

CustDev



Любая бизнес-модель – набор гипотез

1 PROBLEM Top 3 problems ???	4 SOLUTION Top 3 features ???	3 UNIQUE VALUE PROPOSITION Single, clear, compelling message that states why you are different and worth buying ???	5 UNFAIR ADVANTAGE Can't be easily copied or bought ???	2 CUSTOMER SEGMENTS Target customers ???
	8 KEY METRICS Key activities you measure ???		9 CHANNELS Path to customers ???	
7 COST STRUCTURE Customer Acquisition Costs Distributing Costs Hosting People, etc. ???		6 REVENUE STREAMS Revenue Model Lifetime Value Revenue Gross Margin ???		

Lean Canvas is adapted from The Business Model Canvas (<http://www.businessmodelgeneration.com>) and is licensed under the Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 Un-ported License.



1 PROBLEM Top 3 problems v	4 SOLUTION Top 3 features v	3 UNIQUE VALUE PROPOSITION Single, clear, compelling message that states why you are different and worth buying v	5 UNFAIR ADVANTAGE Can't be easily copied or bought v	2 CUSTOMER SEGMENTS Target customers v
	8 KEY METRICS Key activities you measure v		9 CHANNELS Path to customers v	
7 COST STRUCTURE Customer Acquisition Costs Distributing Costs Hosting People, etc. v		6 REVENUE STREAMS Revenue Model Lifetime Value Revenue Gross Margin v		

Lean Canvas is adapted from The Business Model Canvas (<http://www.businessmodelgeneration.com>) and is licensed under the Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 Un-ported License.

Figure 3-1. Lean Canvas

Figure 3-1. Lean Canvas

CustDev

Создание стартапа – это циклическая проверка гипотез

Гипотеза — это предположение, которое может быть подтверждено или опровергнуто.

«Если мы сделаем X, то получится Y».

«Если добавим в скрипт продаж информацию о наших крупных партнёрах, то конверсия в сделку повысится на 20%».

«Если изменим заголовок в письме рассылки, то увеличим открываемость писем на 50%».

Важно, чтобы результат (Y) заявленного действия (X) можно было оценить количественно, в конкретных единицах измерения (в рублях, процентах, кликах, покупках и т. п.). Также важно в рамках проверки гипотезы совершать только заявленные действия, так как любые дополнительные изменения могут повлиять на результат.

Проверка гипотез. HADI Цикл

Алгоритм формирования и проверки гипотез



CustDev. Как проверять гипотезы?

Гипотеза – это в чем мы не уверены и хотим проверить



Сформируйте перечень гипотез

Проранжируйте их

Выберите 2-3 для проверки

CustDev. Как проверять гипотезы?

Сформируйте перечень гипотез и =>

Проблемное интервью

- Выявляем есть ли проблема?
- Определяем: как клиент ее решает?
- Определяем цену ее решения для клиента

Решенческое интервью

Определяем, готовы ли клиент купить продукт с предлагаемой функциональностью

Экспертное интервью

Сбор первичных данных, основанный на опыте, знаниях и интуиции экспертов в исследуемых областях

Как найти людей для интервью

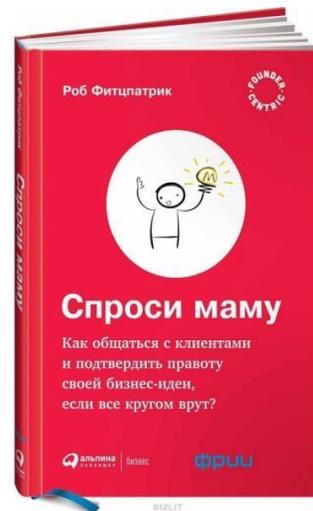
- Семья, друзья, коллеги
- Друзья друзей
- Группы в соц сетях
- Блоггеры
- Конференции, профессиональные выставки
- Биржи фриланса
- Тематические форумы

Будьте креативны!

CustDev. Проблемное интервью

Основные правила

1. Сформируйте гипотезы о проблеме целевой аудитории
2. Создайте сценарий/скрипт интервью
 - а) Нет закрытым вопросам
 - б) Нет вопросам про будущее
 - в) Не покидайте проблемную область, не обсуждайте свой продукт, его функции или планы по его запуску
3. Проведите 5 (B2B) /15 (B2C) интервью
4. Обобщите полученную информацию, сформулируйте инсайты и сделайте выводы



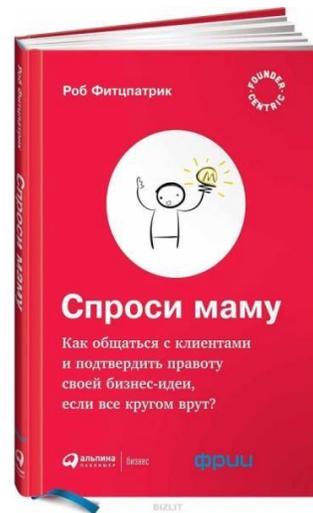
Customer Development

Какие вопросы задавать?

CustDev. Проблемное интервью

Примеры вопросов проблемного интервью

1. Есть ли у вас эта проблема
2. Когда возникала проблема в последний раз, как часто она возникает
3. Как решали проблему, сколько потратили времени, сколько потратили денег
4. Что использовали для решения проблемы
5. Откуда узнали информацию об этих решениях
6. Какие возникли трудности при решении проблемы
7. Что самое важное при решении этой проблемы (скорость/качество, другие ценности)
8. Какие решения рассматривали, от каких отказались и почему
9. С кем советуете поговорить по этой теме?



Домашнее задание

- ✓ Сформулировать гипотезы о проблеме целевой аудитории
- ✓ Создать сценарий/скрипт интервью
- ✓ Сформировать список респондентов



Что делать, когда выявили проблемы ЦА?

- **Формулировать рекламные предложения**

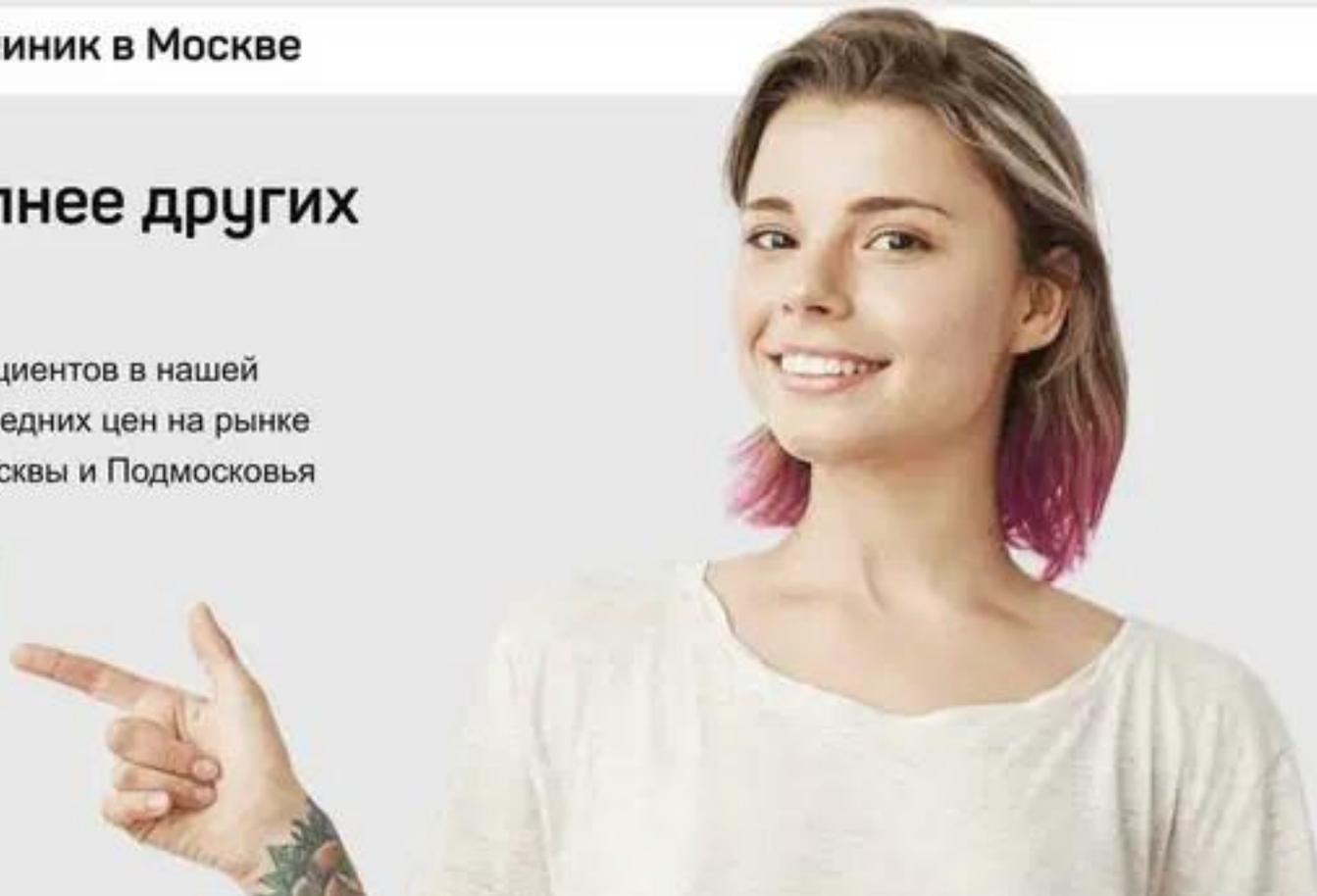
Сегмент-канал-оффер

Сеть стоматологических клиник в Москве

На 32% доступнее других
стоматологий

Итоговые планы лечения пациентов в нашей
клинике получаются ниже средних цен на рынке
стоматологических услуг Москвы и Подмосковья

[Сравнить цены на услуги](#)



За квартал мы получили 166 отзывов.
Из них 163 хороших и 3 не очень

5 / 5



Яндекс

4.9 / 5



Google

8 / 0



СПР

4.5 / 5



ПРОДОКТОРОВ

5 / 5



YELL.RU
РЕПУБЛИКАНСКАЯ СЛУЖБА

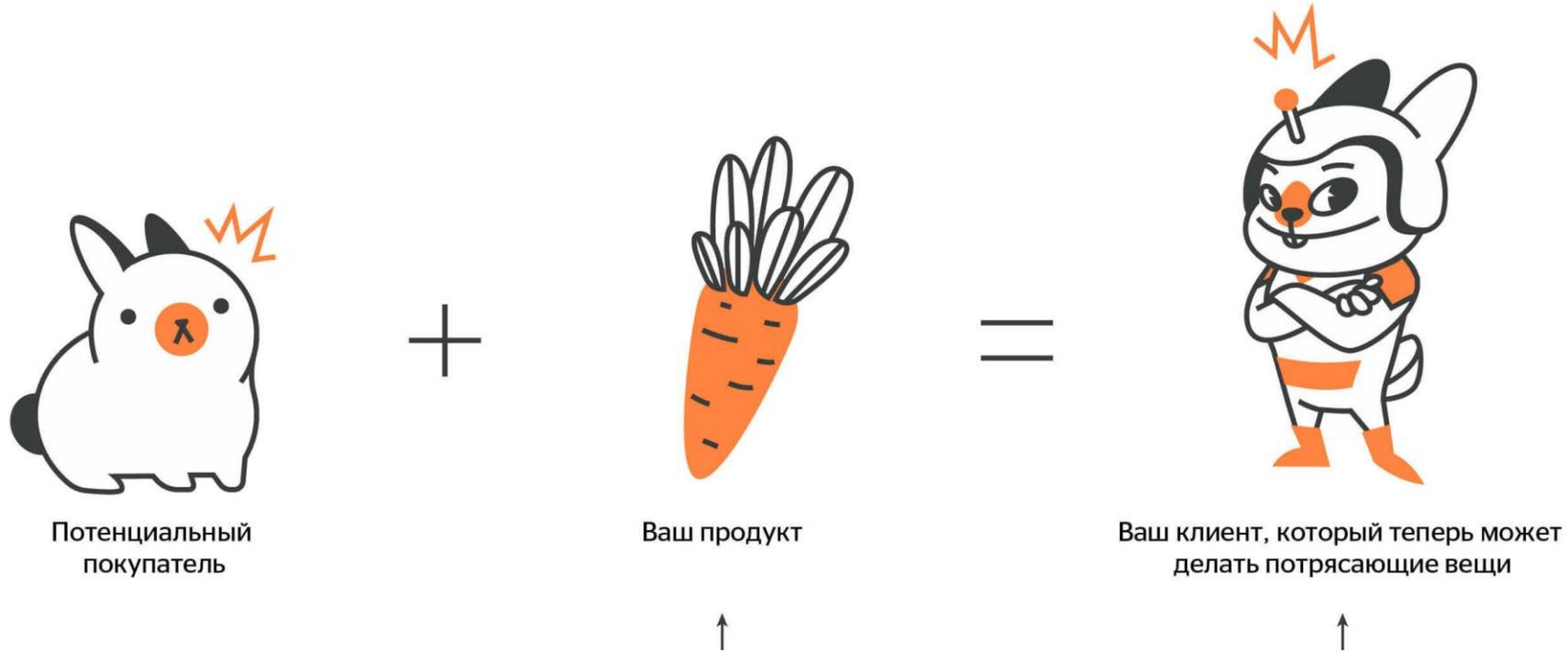
Боли и проблемы ЦА:

- Как выяснить каналы продвижения и критерии выбора:

Сегмент-канал-оффер

Jobs To Be Done (работа для выполнения)

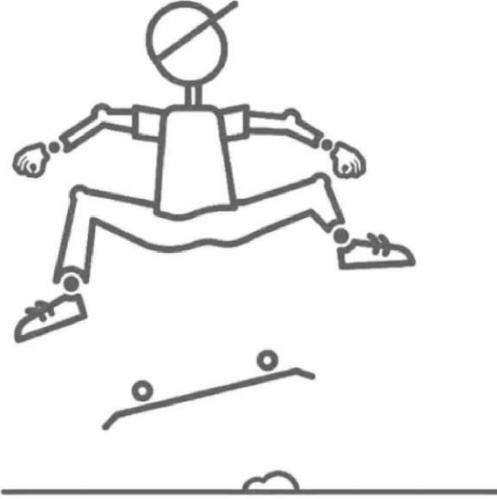
Суть метода:



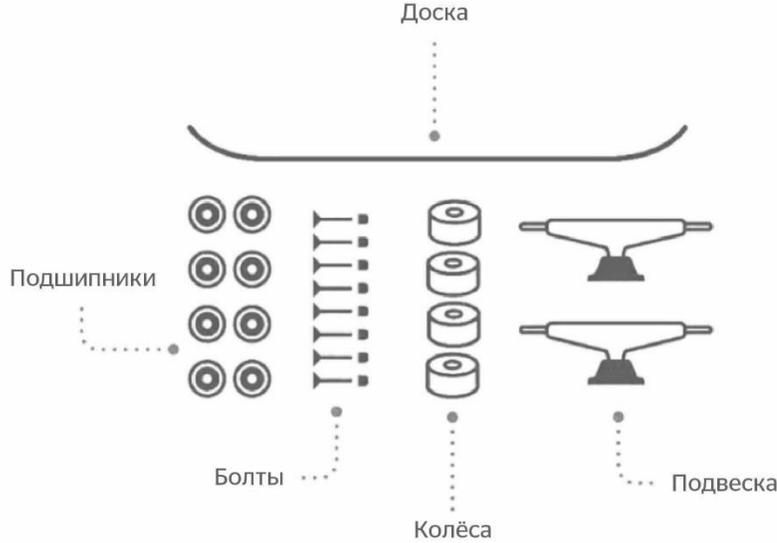
Люди не покупают продукты, а «нанимают» их для выполнения определённых задач.

Jobs To Be Done (работа для выполнения)

Пользователь хочет гонять летом на скейте в парке...



...а не сам скейт с кучей разных деталей



JTBD-интервью для маркетинга

[Триггер и контекст]

1. Чем пользуетесь для решения задачи/проблемы X?
2. Что произошло, когда впервые задумались об использовании данного продукта/услуги?

[Каналы продаж]

1. Расскажите, где и как искали?
2. Чем пользовались?
3. К кому обращались за помощью?
4. Опишите по шагам, как проводили поиск с момента, когда впервые задумались о новом решении

[Критерии выбора]

1. Какие еще способы решения (альтернативы) рассматривали?
2. По каким критериям сравнивали/выбирали?
3. Чем альтернативные решения были хуже выбранного?
4. Какой бюджет был у вас на покупку?

Целевая аудитория и объем рынка

Вопросы?