

От идеи - к продукту

Людмила Булавкина
октябрь 2023



О чем речь?



- Какие этапы нужно пройти от идеи к готовому продукту?
- Как организовать эффективную работу в команде?
- Что такое целевые аудитории и как отстроиться от конкурентов?
- Для чего проводить анкетирование и как это лучше сделать?
- Как перевести идею в собственное ценностное предложение?

Вопросы для проверки себя



- кому и что мы продаем
- как мы это делаем
- что с деньгами,
ресурсами

главный по продукту
главный по продажам
главный по
управлению

Прототип команды



Как собрать MVT (Minimal Viable Team)



1. Сформулируй собственную переговорную позицию

- “что я умею делать лучше всего”
- “в какой роли я хочу быть в проекте”
- что для тебя важно в проекте
- что “ни при каких условиях”

1. Выходи и ищи партнеров

9 узлов бизнеса



Проблема 2	Решение 3	Ценностное предложение 4	Конкурентное преимущество 9	Клиентские сегменты 1
	Метрики 6		Каналы продвижения 5	
Расходы 8			Монетизация 7	

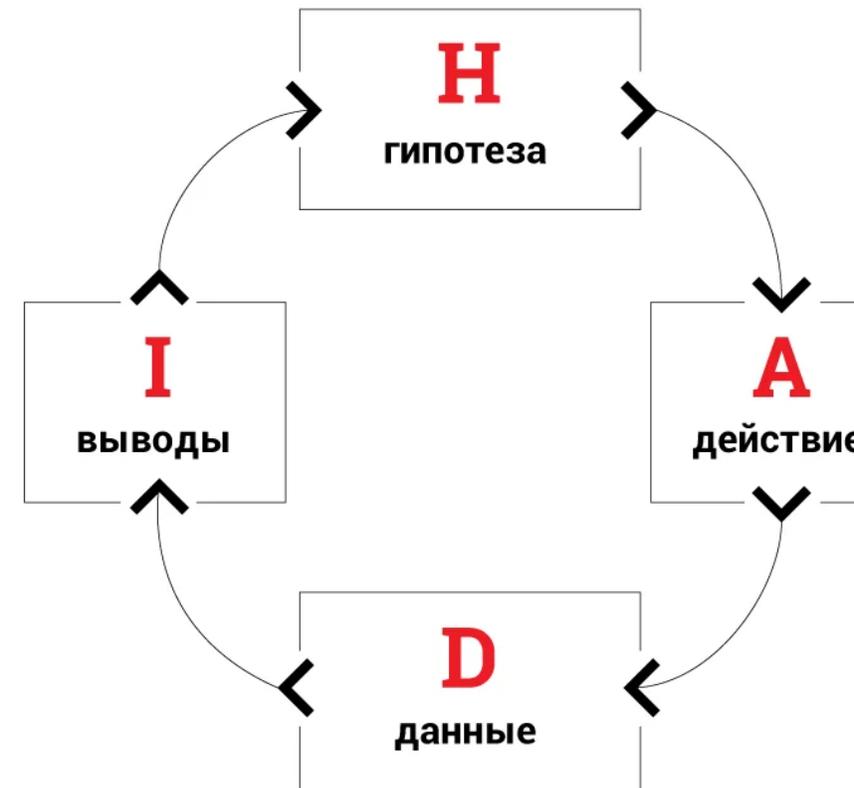
Бережливый подход к созданию бизнеса



LEAN (голодный, бережливый)
- к людям, к бюджетам, к ресурсам

сначала узнать клиента и его
потребность,
затем продать,
затем создать продукт

проверяем сначала гипотезы ценности,
затем гипотезы роста



Гипотезы ценности



клиентский сегмент	проблема	решение - ценностное предложение	прототип	“ручные” продажи	ценностное подтверждение
сценарий столкновения с проблемой	суть проблемы и как она решается без вас	Мы А решаем проблему Б для клиентов С при помощи Д	лендинг -группа -пост -листовка	в штуках	что купят клиенты

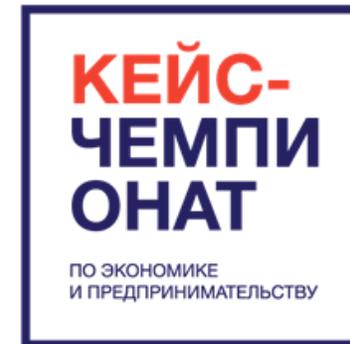
Гипотезы роста



клиентский сегмент	канал	ценностное предложение	стоимость платящего	средний чек	выручка
1	телеграм	из гипотез ценности	руб	руб	руб
1	директ				



Зачем нужны гипотезы?

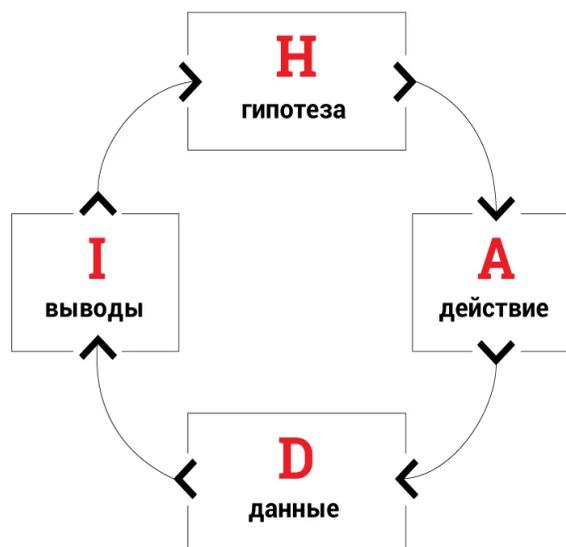


предположение,
требующее проверки
действием

пока гипотеза не
подтверждена,
бизнес не двигается

проверяются новые
гипотезы

ЦИКЛИЧНОСТЬ



Я предполагаю, что ??

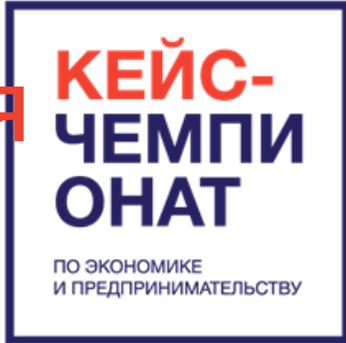
Для того, чтобы это
проверить ???

Я окажусь прав, если ??

Гипотеза подтверждена? Да
или Нет

Какой вывод можно
сделать?

Клиентский сегмент и целевая аудитория



сегмент - группа потребителей, имеющих схожие потребности и удовлетворяющие их схожим образом (сценарий потребления)

целевая аудитория - сегмент (один или несколько), в который нацелена компания

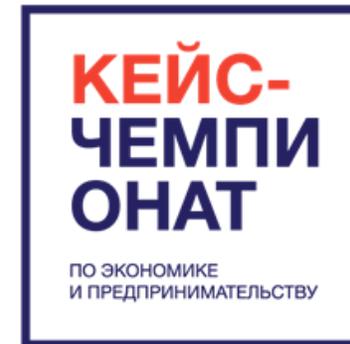
Клиентский сегмент и целевая аудитория



	клиент 1	клиент 2
пол	М	М
возраст	40-45	40-45
род занятий	музыкант	музыкант
страна	РФ	РФ
доход	ВЫСОКИЙ	ВЫСОКИЙ



ABCDX-сегментация



20% затрат
80% выручки

Сегмент А продукт очень нужен, поэтому покупают быстро, платят много/покупают часто

Сегмент В продукт нужен, но есть возражения, платят много, средний цикл продажи

80% затрат
20% выручки

Сегмент С есть потребность в продукте, но ценность невысокая, поэтому готовы платить мало и имеют ряд существенных возражений

Сегмент D задают много вопросов/выносят мозг, а потом все равно не покупают

Сегмент X самый “жирный” клиент, готовы много и долго платить, но им¹³

Пример сегментации: родители абитуриентов ВШЭ



сегмент	признаки	пример
A	Есть проблема, есть бюджет, есть опыт покупки	платят за репетиторов, готовят ребенка к поступлению в в ВШЭ (через лицей), откладывают на обучение
B	Есть проблема, есть бюджет, нет опыта покупки	платят за репетиторов, выбирают между ВУЗами
C	Есть проблема, но нет бюджета	выбирают ВУЗ, рассчитывают поступить на бюджет
D	Нет проблемы, нет бюджета	готовятся сдавать ЕГЭ - а там как повезет

Разведка клиента: интервью



Ценностное предложение

для клиентов А
решаем проблему В
при помощи С
вы D

Ценность

- важность, значимость, польза

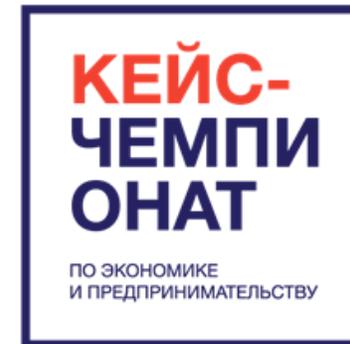
Предложение - призыв к действию

Каждому - свое ЦП

Школа китайского
языка онлайн

Носители языка помогут
дистанционно подготовиться к
сдаче ЕГЭ по китайскому
за 8 занятий от 1 400 руб за
урок. Запишись на пробный
урок

О чем речь?



- Что такое прототип и минимальный жизнеспособный продукт?
- Как проверить ценность продукта для потребителя?
- Как проводить решенческого интервью?

Прототип, MVP



обязательно

MVP2

MVP1

СЛОЖНО

просто

желательно

Прототип финтех платформы



сайт, Google Doc,
экспорт результатов

обязательно

эксель таблички

MVP2

MVP1

сложно

просто

своя цифровая
платформа

лизинг чужой
платформы

желательно

Прототип тиндера



чат-бот

обязательно

телеграм канал

MVP2

MVP1

сложно

просто

тиндер

чат-бот плюс Random Coffee

желательно

Инструменты для цифрового прототипирования



- готовые решения-аналоги
- low code - no code решения
- интеграции и коллаборации



Yandex + YouDo = Яндекс.Мастер (закрыт), затем Яндекс Услуги



Kandinsky 2.1

Кандинский 2.1

Шедеврум



Готовый бизнес на прототипах



Лето 2022 - три основателя, идея сервиса онлайн-занятий с репетиторами tutgood.com, денег НЕТ

MVP на no-code-решениях (Airtable, Glide, Integromat, чуть позже Bubble)

Через три недели - web-версия (PWA), которая имитирует мобильное приложение

Набор преподавателей (как будто в действующий бизнес), открытое тестирование на клиентах

Через 3 недели - лендинг, реклама, 20 платящих клиентов, микроинвестиции FFF

Через 6 месяцев - выручка 1 млн ₽ в месяц, еще один мини-раунд, найм ПЕРВОГО РАЗРАБОТЧИКА

К концу года - оборот 20 млн ₽ в месяц, продажа бизнеса компании Профи

От продукта - к бизнесу

Людмила Булавкина
октябрь 2023



О чем речь?



- Маркетинг и продажи
- Тестирование каналов продвижения
- Примеры успешных проектов

9 узлов бизнеса



Проблема 2	Решение 3	Ценностное предложение 4	Конкурентное преимущество 9	Клиентские сегменты 1
	Метрики 6		Каналы продвижения 5	
Расходы 8			Монетизация 7	

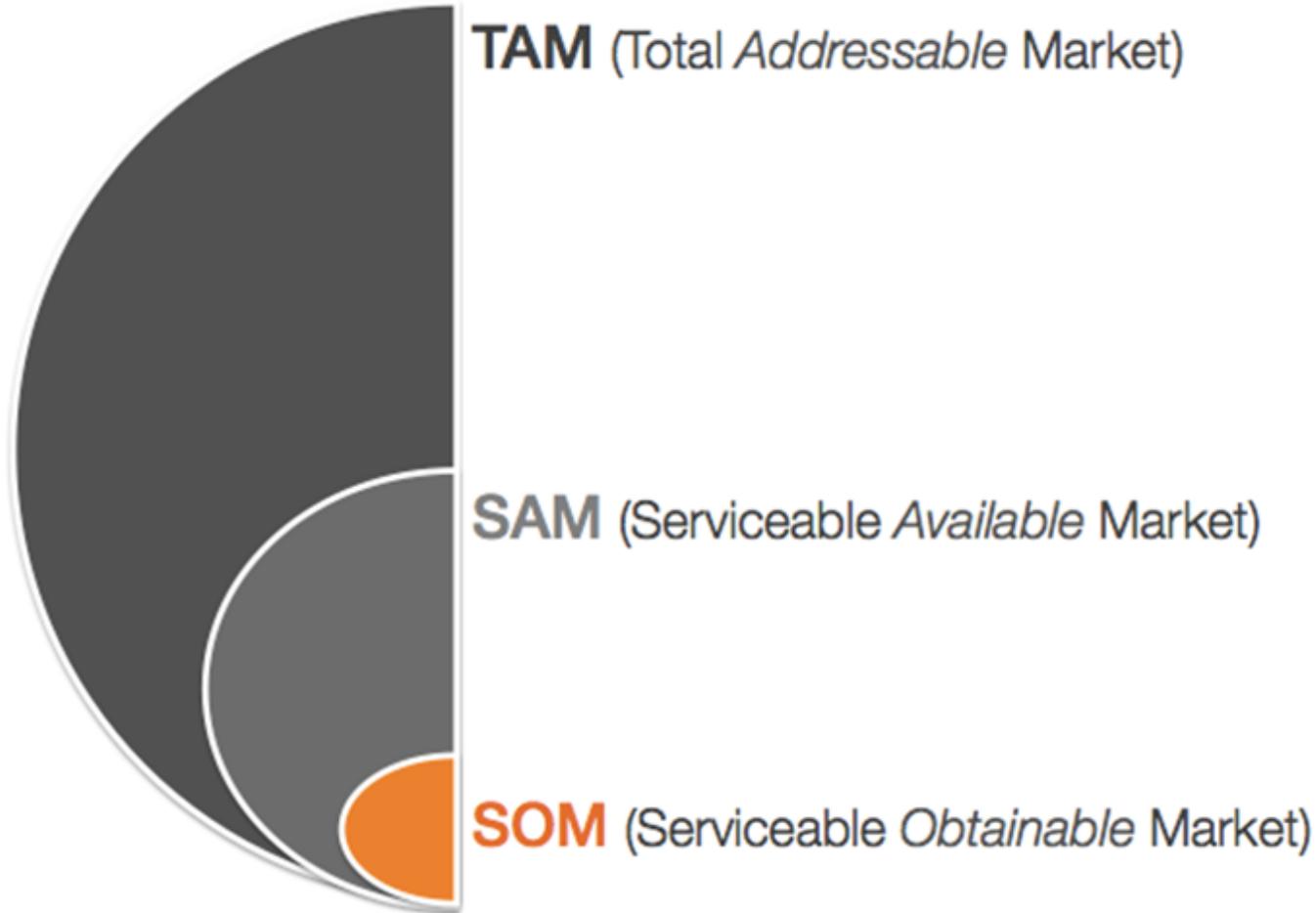
Гипотезы роста



клиентский сегмент	канал	ценностное предложение	стоимость платящего	средний чек	выручка
1	телеграм	из гипотез ценности	руб	руб	руб
1	директ				



Как поставить себе цель по продажам?



Совокупный объем рынка

– потенциал рынка

Кому и в каком объеме необходим ваш продукт?

Доступный объем целевого рынка - потенциал продаж

Какова будет выручка в пределах досягаемости исходя из емкости и ваших ресурсов?

Реально достижимый объем рынка – цель продаж

Какова будет выручка в пределах досягаемости исходя из конкурирующих продуктов, емкости и ваших ресурсов?

$SAM/SOM =$ доля рынка в %

Маркетинг и лидогенерация: бережливый подход



Больше всего гипотез - в маркетинге

Какие каналы?

Как изменится ЦП?

Как улучшить конверсии?

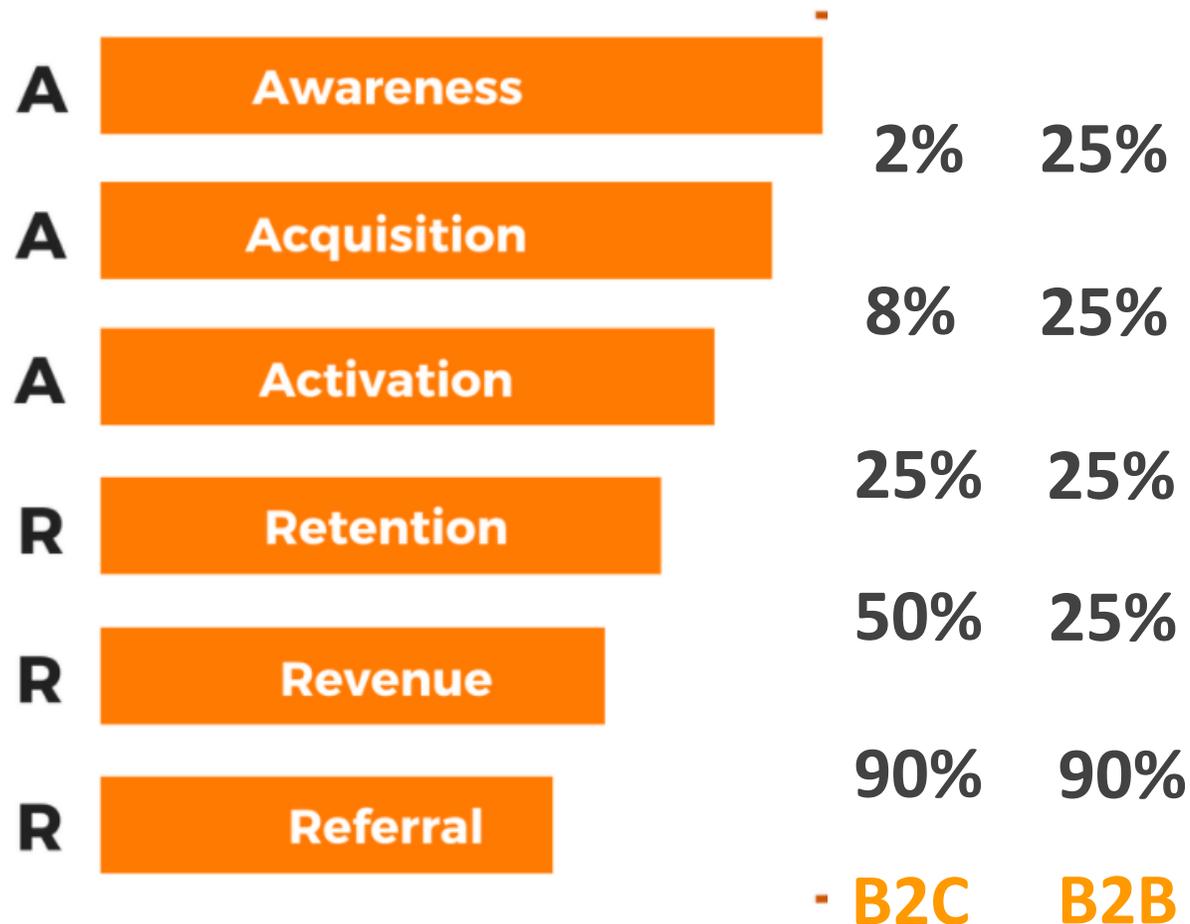
Тестируем на малых бюджетах

Выбираем комфортную среду для теста

Лучше **10 экспериментов в 1 канале**, чем по 1 в 10 каналах

Репрезентативны даже **20 кликов**

Воронка AAARRR и путь клиента



Как пользователи вас находят?

Как принимают решение о покупке?

Как о вас отзываются?

Считаем конверсию: чем глубже, тем меньше потери

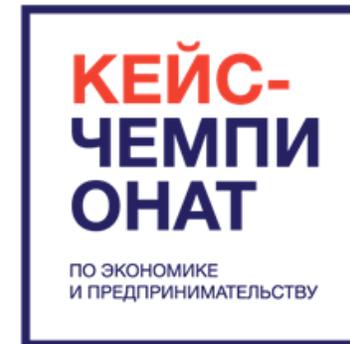
На каком шаге вы больше всего теряете? Ищем решение!

Путь клиента



Путь клиента	Интернет-магазин	Моно-продукт онлайн	Инфо-продукт, услуга
информирование	Клик из контекста	Клик из соцсети	Контекст на вебинар Страница вебинара Запись на вебинар Участие в вебинаре
привлечение	Сайт, витрина – корзина	Лендинг - заявка	Рассылка по итогам
активация	Пересмотр корзины	Звонок либо письмо	Переход к продукту
удержание	Готовность к оплате	Готовность к оплате	Готовность к оплате
оплата	Покупка	Покупка	Покупка
повторный заказ	Рассылка, пуши	Рассылка, пуши	Допродажа

Путь клиента: чиним конверсию



Этап воронки	Гипотеза 1	Гипотеза 2	Ваша гипотеза
информирование	Изменить ЦП	Изменить канал	
привлечение	Изменить витрину	Изменить описание	
активация	Надписи на кнопках	Архитектура страницы	
удержание	Звонок	Месенджер	
оплата	Рассрочка	2=3	
повтор	Программа лояльности	2=3	

Кратный рост: опыт YouDo



	1 месяц	2 месяц	3 месяц	4 месяц	5 месяц	6 месяц	12 месяц
сделок в день	1	1	2	2	10	100	1000
всего клиентов	30	60	120	240	540	3 540	...

учимся повторяем успех учимся повторяем успех рывок автоматизация

Людмила Булавкина
@lbulavkina

