

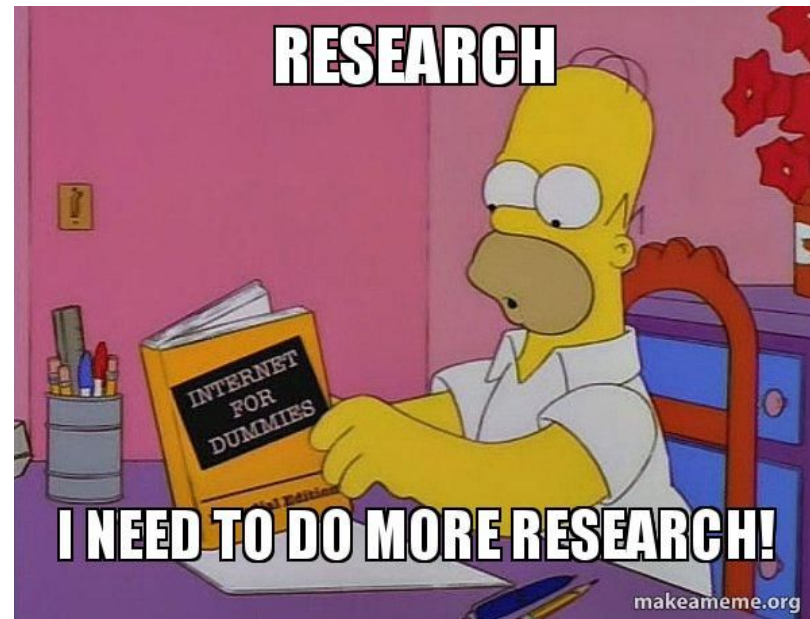
# Как создать продукт за 30 дней и 30 ночей

ДЕНЬ 4: Customer Research: Определяем  
риски продукта, почему мы провалимся?



Как будем работать мы?

Продолжим исследованиями  
потенциальной аудитории:



**Customer Research:** Определяем риски продукта, почему мы провалимся?

**Customer Research:** Определяемся с моделями монетизации. Разбираем цели и стратегию нашего продукта и способы их достижения.

**Customer Research:** Генерируем и приземляем гипотезы по продукту: Мультивселенные идеи.

**Customer Research:** Валидируем гипотезы (Количественные и качественные исследования)



**Модель Lean Canvas** — это не окончательный бизнес-план. Её суть в том, чтобы изложить на бумаге первые идеи и начать их тестировать, постепенно улучшая. Только так можно создать продукт, который будет отвечать реальным потребностям пользователей



# Разрабатывайте несколько Lean Canvas при старте продукта

Рассмотрите разные варианты проблем клиента,  
которые вы можете решить, и структуры бизнес-модели



# Выбор бизнес-модели

## Выбираем из вариантов Lean Canvas:

1. Определяем риски, и их вероятность и степень влияния на успех продукта
2. Выбираем самую подходящую бизнес-модель
3. Фиксируем “План А” и приступаем к тестированию самых рискованных гипотез



# Риски стартапа

Риски стартапа могут быть разделены на 3 основных категории:



## Продуктовые риски

Риски, вследствие которых не получится сделать правильный продукт, решающий проблему пользователя



## Клиентские риски

Риски доступа к целевым сегментам аудитории



## Рыночные риски

Риски, влияющие на построение жизнеспособного бизнеса

# Риски на Lean Canvas

## Проблемы клиента

1. Питаться качественными и свежими продуктами
2. Получить доступ к привычным товарам (в марте 2020 многие граждане не могли выйти на улицу из-за covid 19)
3. Не тратить время на поход в магазин.

П

## Существующие альтернативы

Пятерочка, Окей, Перекресток, Сбермаркет

Р

## Наше решение

Мобильное приложение для заказа продуктов и готовой еды из интернета Вкусвилл

П

## Ключевые метрики

1. Средний чек заказа
2. Количество заказов за период
3. Retention

П

## Ценностное предложение

Мобильное приложение BV помогает любителям качественных продуктов без консервантов получать их на дом в течение 2 часов с момента заказа, экономя время на походы в магазин и предоставляя доставку бесплатно, в отличие от Пятерочки и Окей

П

## Нечестное преимущество

1. Большая лояльная аудитория в крупных городах
2. Большинство товаров больше нигде купить

Р

## Каналы выхода на клиентов

1. Клиенты магазинов
2. Таргетированная реклама
3. Пользователи telegram-бота BV

К

## Сегменты клиентов

1. Домохозяйки с детьми
2. Студенты, молодые люди до 30 лет
3. Пенсионеры (в момент начала пандемии не могли выйти из дома)
4. Клиенты офлайн магазинов BV.

К

## Ранние последователи

Клиенты офлайн магазинов BV

К

## Структура расходов

Собственные курьеры, сборка - автоматизированная обработка приложения. Маркетинг

Р

## Потоки выручки

1. Стоимость заказов. Комиссия при использовании модели маркетплейса для сторонних продавцов

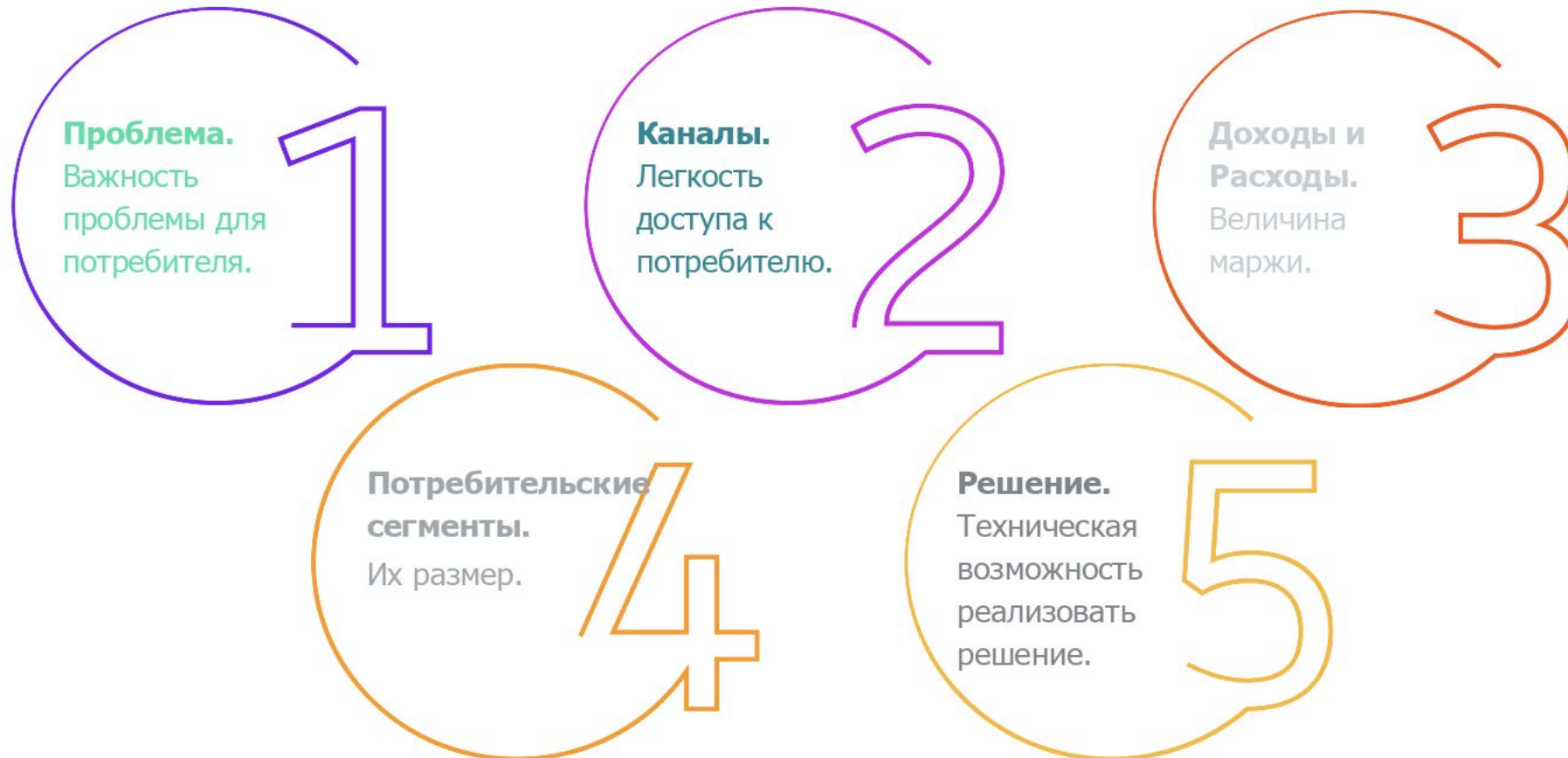
Р



# Ранжирование рисков



# Ранжирование рисков



**Самая высокая величина риска ошибки в определении важности проблемы для пользователя: если Вы ошибетесь здесь, то все остальное не будет иметь значения.**



## Проранжированные риски

№	Риск	Категория риска
1	Неважно качество продукта, студенты выбирают по цене	Проблема пользователя
2	Нет проблемы в экономии времени, студенты никуда не спешат	Проблема пользователя
3	Нет проблемы в платной доставке, принципиально выбрать конкретный промежуток времени	Проблема пользователя
4	Telegram окончательно запретят и мы не сможем использовать лояльную аудиторию бота	Каналы
5	Тренд молодежи на фермерские продукты сместится в сторону покупки локальных продуктов непосредственно от поставщиков	Размер сегментов

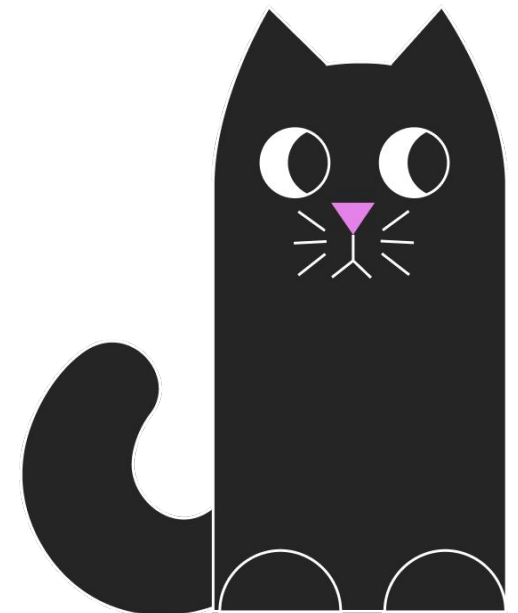


## А что будет дальше?

ДЕНЬ 5: Customer Research: Определяемся с моделями монетизации. Разбираем цели и стратегию нашего продукта и способы их достижения.

### Домашнее задание:

Проработать модели монетизации нашего продукта





Вопросы?





Спасибо  
за внимание

A yellow hand-drawn smiley face is positioned to the right of the text. It has two vertical lines for eyes and a large, curved line for a smile, partially overlapping the word 'за'.