



Майнор
Предпринимательская мастерская



ВШЭ
бизнес
инкубатор

Трекшн-карта: оценка прогресса и скорость тестирования гипотез



ЗАДАНИЕ:

На практическом занятии: заполните трекшн-карту вашего проекта

Шаблон здесь: <https://disk.360.yandex.ru/i/3JeQ39QgoESCLg>

Определите текущее узкое место

Выпишите гипотезы для тестирования на ближайшую неделю/две

Опишите HADI-циклы по ним

ЗАДАНИЕ К СЛЕДУЮЩЕМУ ЗАНЯТИЮ И ВСЕМ ПОСЛЕДУЮЩИМ:

Проверьте запланированные гипотезы,

Заполните трекшн-карту дальше,

Запланируйте следующие гипотезы и пропишите HADI-циклы по ним



ТРЕКШН-КАРТА

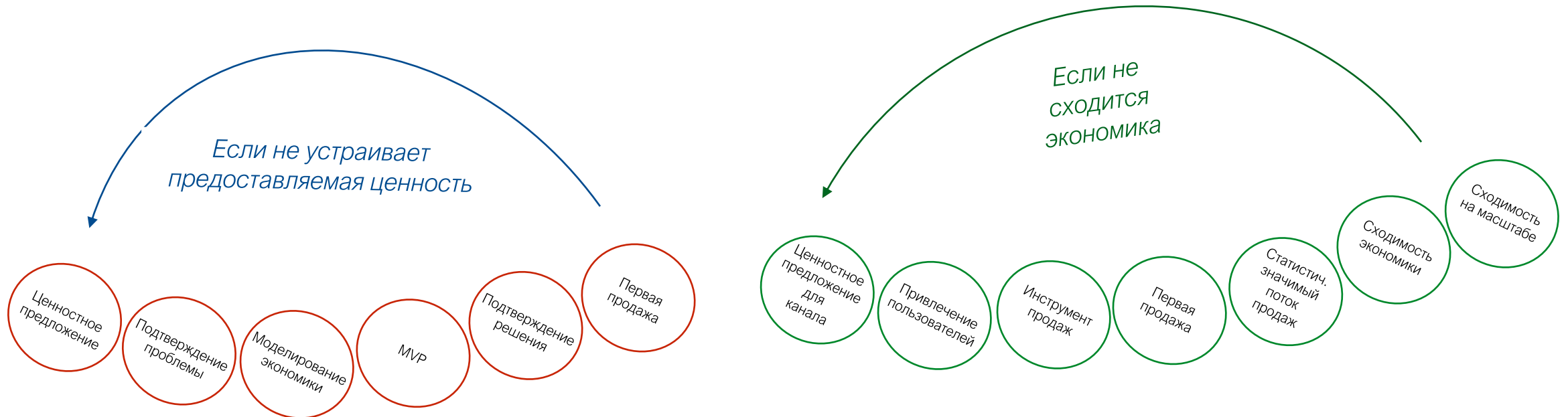
Чтобы сфокусироваться и идти к цели

Полезная статья:

<https://startupmagic.ru/2015/10/trekshn-karta-kak-odin-vasilij-masshtabiroval-startap/>



ВСПОМНИМ CUSTOMER DEVELOPMENT





ТРЕКШН КАРТА | ЭТАПЫ

Customer
Discovery
Гипотезы
ценности



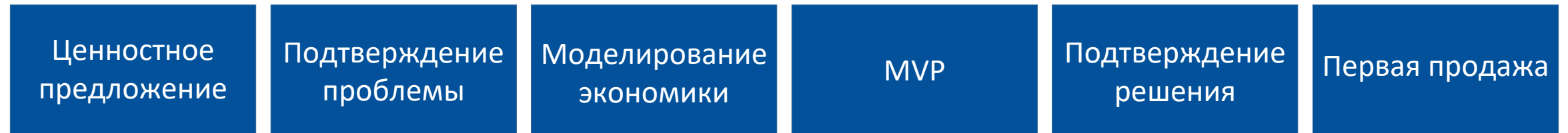
Тестирование
каналов
Гипотезы
роста

Гипотезы ценности
находим клиентские сегменты,
у которых есть потребность,
которую мы можем
удовлетворить
Подтверждаем ценность платежами

Гипотезы роста
находим каналы, в которых
есть достаточное
количество клиентов,
сходится экономика и
возможно
масштабирование



ТРЕКШН КАРТА | ПЛЕЧО CUSTOMER DISCOVERY



Продажа – подтверждение, что ваш продукт кому-то нужен

Сделали первую продажу – сделайте несколько!

Пока у вас единичные продажи, не считайте юнит-экономику – продавайте

Если слишком долго не продается – делаем пивот бизнес-модели



CUSTOMER DISCOVERY | ПЕРВАЯ ПРОДАЖА

Если у вас покупают,
и вы понимаете, почему -
– можно переходить к тестированию каналов

Ценностное
предложение

Подтверждение
проблемы

Моделирование
экономики

MVP

Подтверждение
решения

Первая продажа





ТРЕКШН КАРТА | РАБОТА В КАНАЛАХ

Ценностное
предложение
для канала

Привлечение
пользователей

Инструмент
продаж

Первая
продажа

Статистически
значимый поток
продаж

Сходимость
экономики

Сходимость
экономики на
масштабе





ЭТАПЫ ТРЕКШН-КАРТЫ

Customer development						Тестирование каналов							
Клиентский сегмент	Ценностное предложение	Проблема подтверждена	Готов MVP	Решение подтверждено	1-я продажа	Канал продаж	Ценностное предложение	Пользователи привлечены	Есть инструмент продаж и продукт	1-я продажа в канале	Статистич. значимый поток	Экономика сходится	Экономика сходится на масштабе
Крупные магазины	Повышаем продажи и снижаем издержки за счет ...	Да, 7 интервью	Отчет на бумаге	Да, сделано для 2 клиентов	Да	Прямые продажи	То же	Да	Есть презентация, требуется доработка коробочной				
Мелкие магазины	Повышаем продажи за счет ...	3 интервью	SaaS-версия	Да, сделано для 2 клиентов	Да	Я.Директ	То же	Да	Лендинг, SaaS-версия	Да	1-2 продажи в день	Нет	
						Партнерская рассылка	То же	Да	Письмо, лендинг, SaaS-	Нет			
						Реферральная программа	То же + скидка обоим	Нет	Реферральная ссылка, лендинг, SaaS				
Торговые центры	Повышаем арендные платежи	1 интервью	Отчет на бумаге	Да	Нет								
Маркетинговые агентства	Нет												

Слева – сегменты

Когда сегмент подтвержден, переходим дальше направо - в каналы

Для каждого сегмента – один или несколько каналов

В ячейках – описание результата этапа



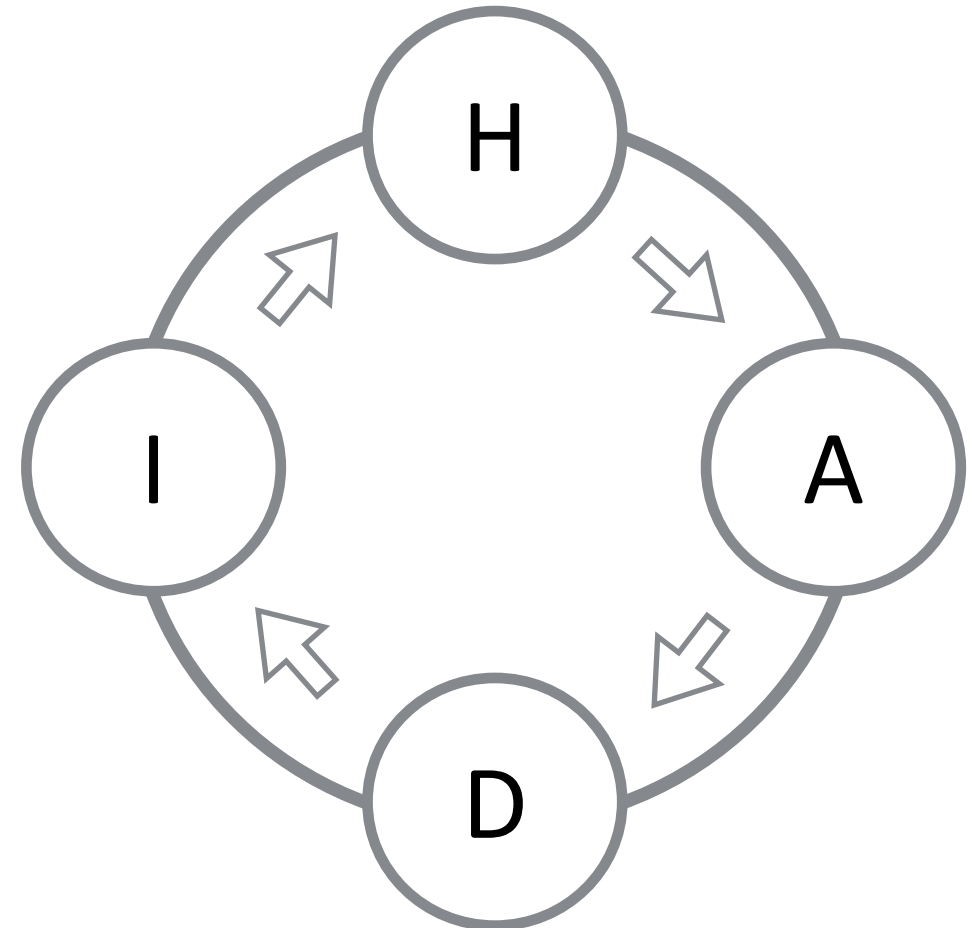
ДЕРЕВО ГИПОТЕЗ

Каждая ячейка трекшн-карты – это
непроверенная гипотеза

Если гипотеза подтверждена – переходим на
следующий шаг проверок

Каждая из гипотез раскладывается на
совокупность гипотез более низкого уровня

Чтобы проверить гипотезу верхнего уровня,
нужно проверить те, из которых она состоит





ГИПОТЕЗА

Не проверяйте конкурирующие гипотезы одновременно

Например:

Изменили ценностное предложение и делали кнопку оплаты крупнее

Продажи выросли

А почему? Что сработало?





ФОРМУЛИРОВКА ГИПОТЕЗ

Мы верим, что...

Для того, чтобы это проверить, мы сделаем...

И померяем...

Мы правы, если...





НАДИ ЦИКЛ | ФОРМУЛИРОВКА ГИПОТЕЗ | ПРИМЕР

Мы верим что люди будут платить 1000 рублей за наш сервис

Для того чтобы это проверить мы запустим симулятор продаж на нашем сайте

И измерим конверсию из посетителей в покупатели

Мы окажемся правы, если конверсия составит не менее 8%



УЗКОЕ МЕСТО

Аспект бизнеса, воздействие на который даст максимальный эффект для достижения цели

Сегмент: где вы ближе всего к правому краю трекшн-карты? В каком сегменте больше всего денег?

Канал: где вы ближе всего к правому краю? В каком канале больше всего денег? Если в канале нет продвижения по трекшн-карте – идите в другой канал

Ячейка трекшн-карты: текущий этап – и есть **узкое место**



РАБОТА В КАНАЛАХ | КАНАЛЫ ПРОДАЖ

- Канал продаж – это сочетание трех элементов:
 1. Канал привлечения – источник трафика (контекстная реклама, холодные звонки и т.д.)
 2. Инструмент продаж – лендинги, презентации, скрипты звонков, сценарии встреч и пр.
 3. Продукт и чек – сколько денег и за что
- Задача: поиск масштабируемых каналов
- Цель в канале: **сходимость экономики**





РАБОТА В КАНАЛАХ | КАНАЛЫ ПРОДАЖ

Каналы:

- Друзья, знакомые, нетворкинг
- Соцсети
- Контекстная реклама
- Холодные звонки
- SEO
- Email и контент маркетинг
- PR
- Наружная реклама, ТВ, BTL
- Партнеры
- и т. д.

Ценностное
предложение
для канала

Привлечение
пользователей

Инструмент
продаж

Первая
продажа

Статистически
значимый
поток продаж

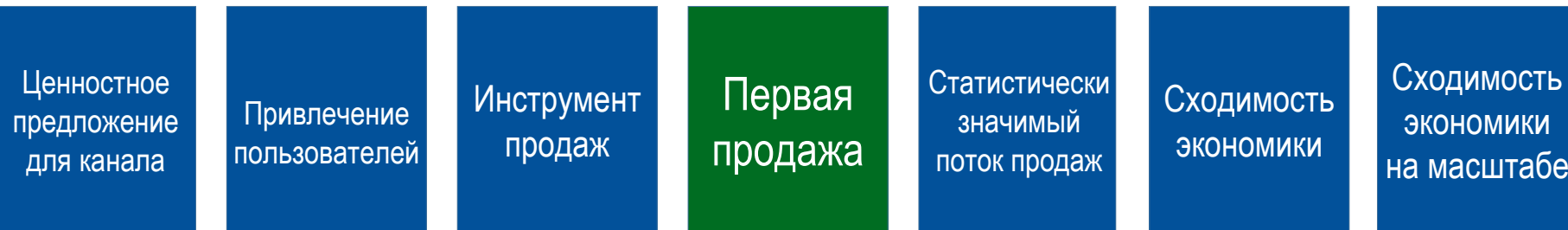
Сходимость
экономики

Сходимость
экономики
на масштабе



РАБОТА В КАНАЛАХ | ПЕРВАЯ ПРОДАЖА

- Длинный цикл продаж – много времени требуется, чтобы сделать первую продажу
- Долго нет движения по трекшн-карте – отслеживаем динамику движения по воронке
- Слишком долго нет первой продажи – начинайте тестирование других каналов





ТРЕКШН-КАРТА: НЕДЕЛЬНЫЕ ЦИКЛЫ

- Каждую неделю вы уточняете, где у вас узкое место, и что вы планируете делать в течение недели
- В следующий раз проверяете, делали ли именно это, или вас «унесло» в сторону
- Расскажите трекеру - преподавателю практических занятий



РАБОТА В КАНАЛАХ | ПЕРВАЯ ПРОДАЖА

- Куда идем - среднесрочная цель (проверка: smart + “чтобы что”)
- Где находимся – трекшн-карта и метрики
- Узкое место предыдущей недели
- HADI-циклы прошедшей недели
- Узкое место сейчас
- HADI-циклы на следующую неделю



ШАБЛОН HADI – ТАМЖЕ, ГДЕ ШАБЛОН ТРЕКШН-КАРТЫ

HADI												
							План			Факт		
Приоритет	Клиентский сегмент	Канал продаж	Этап (красная ячейка)	Метрика	Шаг воронки	Гипотеза (Hypothesis)	Действие (Action)	Данные (Data)	Выводы (Insight)	Действие	Данные	Выводы
	Сегмент из трекин-карты	Канал, если применимо	Этап, к которому применима гипотеза	Метрика, на которую повлияет гипотеза	Шаг воронки, который оптимизируем (если применимо)	Какова ваша гипотеза	Что вы будете делать, чтобы её проверить	Что вы будете измерять	Как вы решите, подтвердилась ли гипотеза	Что вы сделали на самом деле	Какой результат получили	Ваши выводы
1												
2												
3												
4												
5												

<https://docs.360.yandex.ru/docs/view?url=ya-disk-public%3A%2F%2F1OFoOW20TsQs0bt%2FaB%2FBJMjx%2FqggalrPVGjxB9ismGA%2F%2BODJqr6qpE4vCsMX1baWRiyh0ufqrE%2B6HoJ72QHZn3Q%3D%3D&name=%D1%88%D0%B0%D0%B1%D0%BB%D0%BE%D0%BD%20%D1%82%D1%80%D0%B5%D0%BA%D1%88%D0%BD%20%D0%BA%D0%B0%D1%80%D1%82%D1%8B.xlsx&nosw=1>



САМОДИАГНОСТИКА ПРОГРЕССА НА ПУТИ К ЦЕЛИ ПО ТРЕКШН-КАРТЕ

Customer development						Тестирование каналов							
Клиентский сегмент	Ценностное предложение	Проблема подтверждена	Готов MVP	Решение подтверждено	1-я продажа	Канал продаж	Ценностное предложение	Пользователи привлечены	Есть инструмент продаж и продукт	1-я продажа в канале	Статистич. значимый поток	Экономика сходится	Экономика сходится на масштабе
Крупные магазины	Повышаем продажи и снижаем издержки за счет ...	Да, 7 интервью	Отчет на бумаге	Да, сделано для 2 клиентов	Да	Прямые продажи	То же	Да	Есть презентация, требуется доработка коробочной				
Мелкие магазины	Повышаем продажи за счет ...	3 интервью	SaaS-версия	Да, сделано для 2 клиентов	Да	Я.Директ	То же	Да	Лендинг, SaaS-версия	Да	1-2 продажи в день	Нет	
						Партнерская рассылка	То же	Да	Письмо, лендинг, SaaS-Реферральная ссылка, лендинг, SaaS	Нет			
						Реферральная программа	То же + скидка обоим	Нет					
Торговые центры	Повышаем арендные платежи	1 интервью	Отчет на бумаге	Да	Нет								
Маркетинговые агентства	Нет												

- Скорость проверки – трекшн
- Хороший трекшн: 2-5 гипотез за неделю
- Соблюдение плана – экзекьюшен

Сделали все, что планировали, и есть результат

Сделали все, что планировали, и нет результата

Не сделали то, что планировали, и есть результат

Не сделали то, что планировали, и нет результата



ДОМАШНЕЕ ЗАДАНИЕ:

На практическом занятии: заполните трекшн-карту вашего проекта

Шаблон здесь: <https://disk.360.yandex.ru/i/3JeQ39QgoESCLg>

Определите текущее узкое место

Выпишите гипотезы для тестирования на ближайшую неделю/две

Опишите HADI-циклы по ним

ЗАДАНИЕ К СЛЕДУЮЩЕМУ ЗАНЯТИЮ И ВСЕМ ПОСЛЕДУЮЩИМ:

Проверьте запланированные гипотезы,

Заполните трекшн-карту дальше,

Запланируйте следующие гипотезы и пропишите HADI-циклы по ним



Майнор
Предпринимательская мастерская



ВШЭ
бизнес
инкубатор

24



ВОПРОСЫ?

НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ