

INNOVATION IS A MATTER
OF CULTURE
NOT TECHNOLOGY



WORKSHOP 4

Финансовая модель, дорожная карта, презентация и
финализация результатов

Задачи дня

1. Обсуждение результатов интервью и версий прототипов
2. Привлечение клиентов
3. Метрики
4. Нечестное преимущество
5. Единая бизнес модель
6. Финансы, дорожная карта и финальная презентация

ДАВАЙТЕ
расскажем друг другу
истории
снова и снова

Сегодня мы сосредоточимся на этапе deliver!



ЭТАП

DISCOVER

DEFINE

DEVELOP

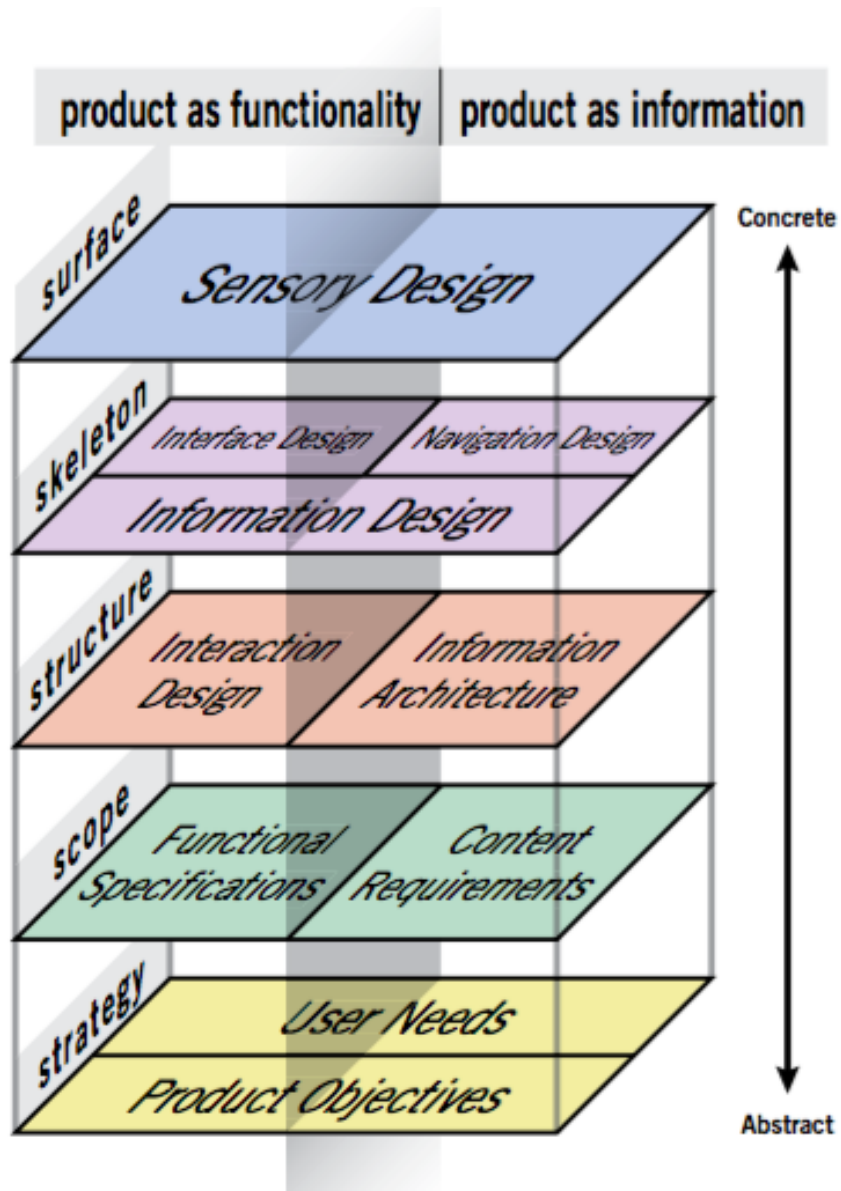
DELIVER

Что там с
ПРОТОТИПАМИ?

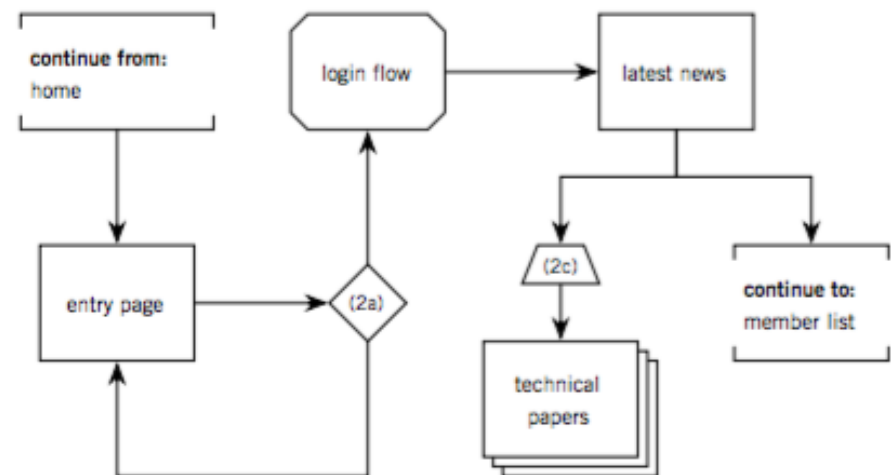
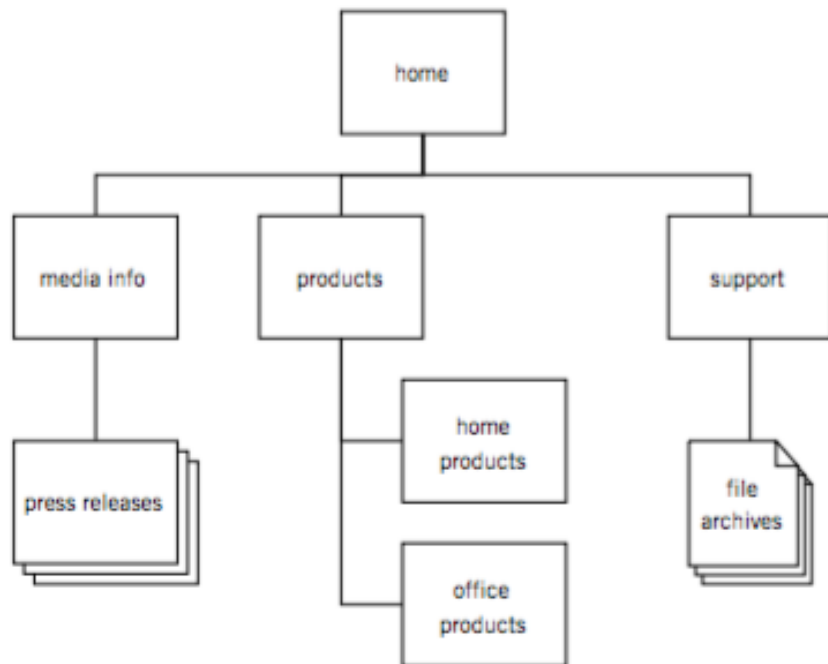
Типы прототипов (напоминание)



Слои прототипа



Схемы UX



Типы MVP (напоминание)

Можно начать с минимальным кодом или без него

Нет продукта

Минимальный продукт

‘Smoke Tests’

Запустите AdWords кампанию с посадочной страницей, что бы понять интерес клиента

‘Sell Before You Build’

Запустите краудфандинговую кампанию для потенциальных клиентов и делайте продукт за счёт собранных средств

‘Concierge’

Предоставляйте сервис полностью в ручном режиме для каждого клиента, что бы сгенерить идеи и проверить готовность покупки

‘Wizard of Oz’

Подделайте функцию/фичу продукта, которая должна быть автоматизированна в ручном режиме, чтобы протестировать продуктовую гипотезу

‘Single-Feature Product’

Постройте продукт с одной единственной фичей или минимальным функционалом чтобы получить первый тракшен и подтверждение гипотез

А что с конструкторами?



Tilda

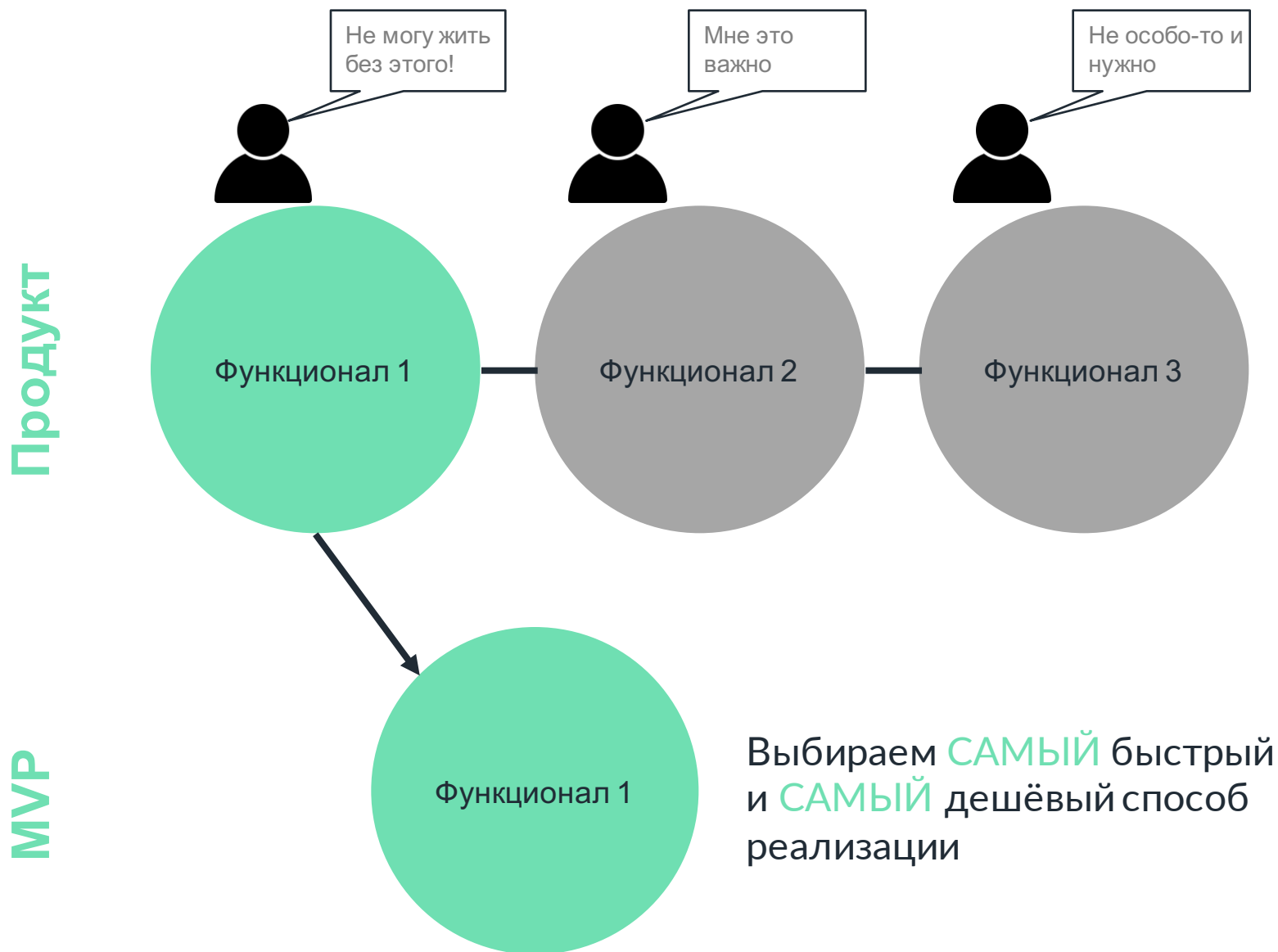


WIX



WORDPRESS

Как выбрать MVP?



Привлечение **КЛИЕНТОВ**

Каналы

БЕСПЛАТНЫЕ vs ПЛАТНЫЕ

Inbound vs Outbound

Offline vs Online

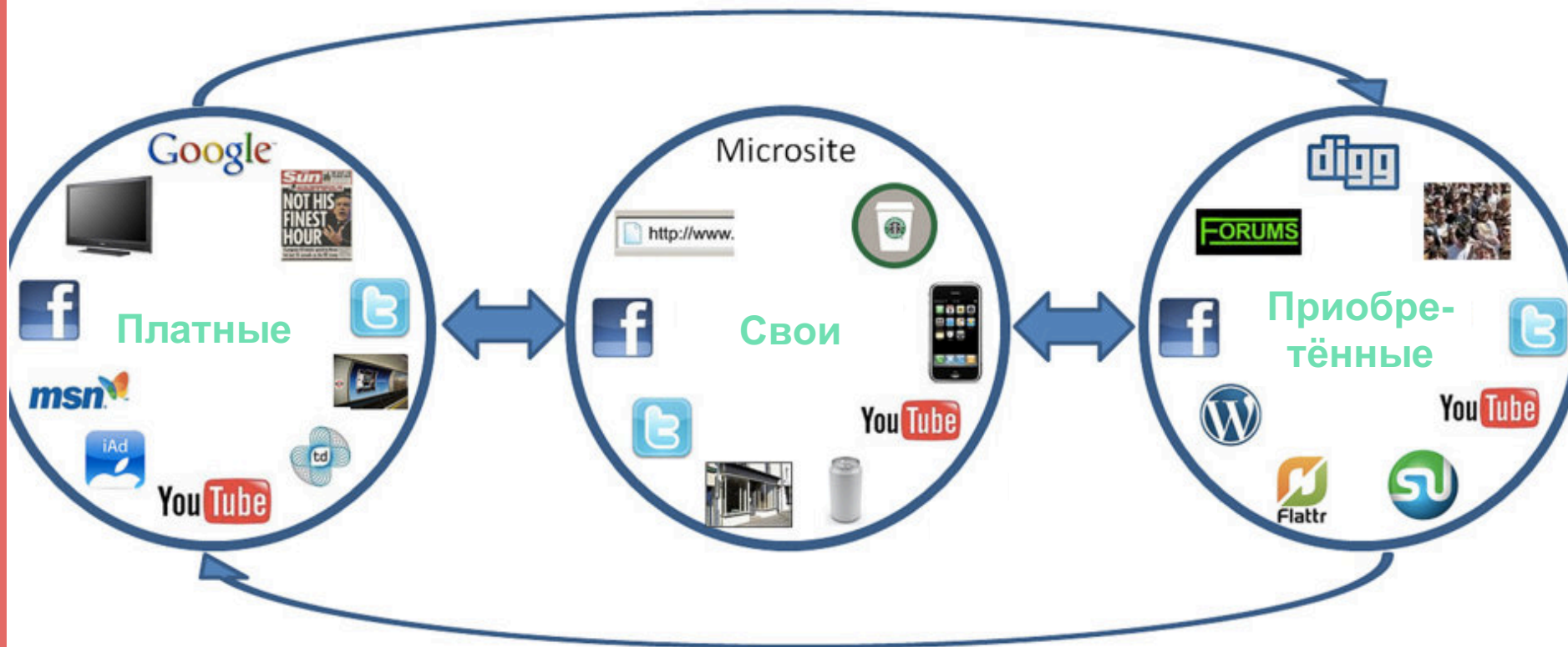
Ручные vs автоматизированные

Прямые vs не прямые

Удержание и/или рефералка

...???

Каналы

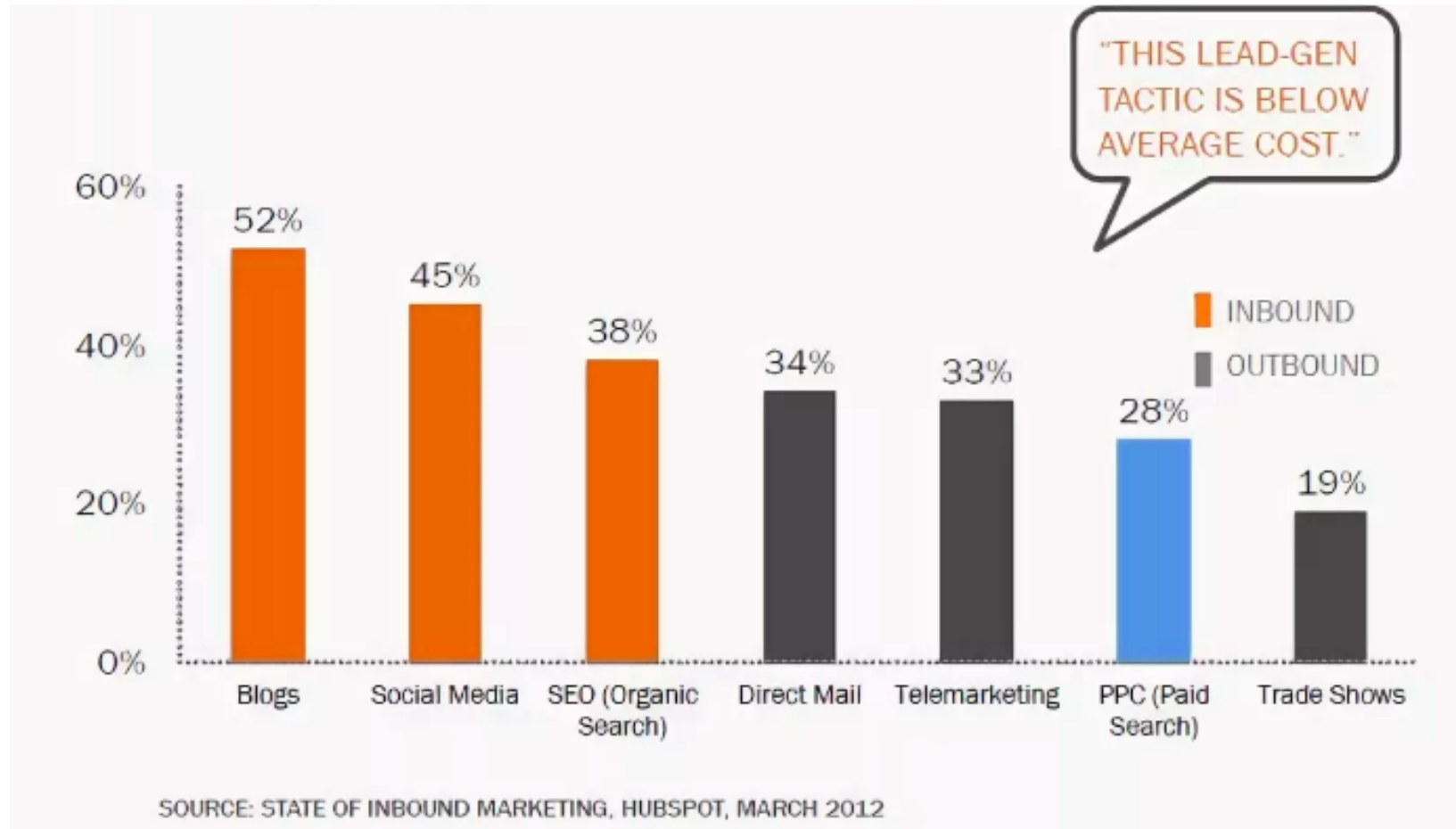


Каналы

Outbound Marketing



Немного статистики



Модель Customer Acquisition

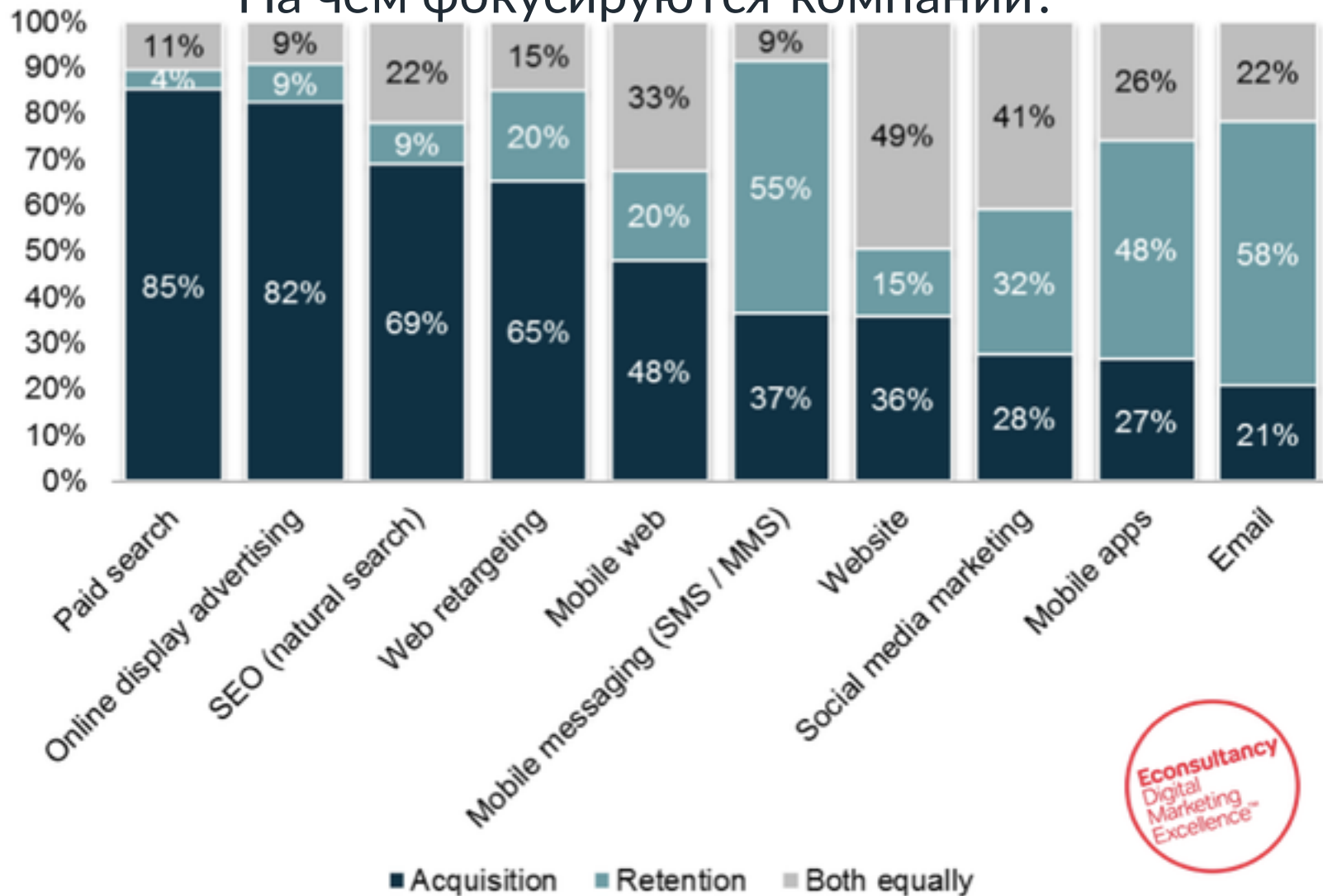


Модель Customer Acquisition



Немного статистики

На чём фокусируются компании?



ВЫ ЗНАЕТЕ СВОЙ САС?

Существующий.... или будущий?

THE PANAMA CANAL



S. S. California going through Gaillard Cut.



THE WORLDS GREATEST
.. ENGINEERING FEAT. ..

Ключевые метрики

Dave McClure's Pirate Metrics (500 startups)

Acquisition

Привлекаете пользователя. Для SaaS, например, это чаще всего подписка.

Activation

Пользователь пробует продукт, хороший первый визит.

Retention

Пользователь продолжает пользоваться продуктом, ему нравится продукт.

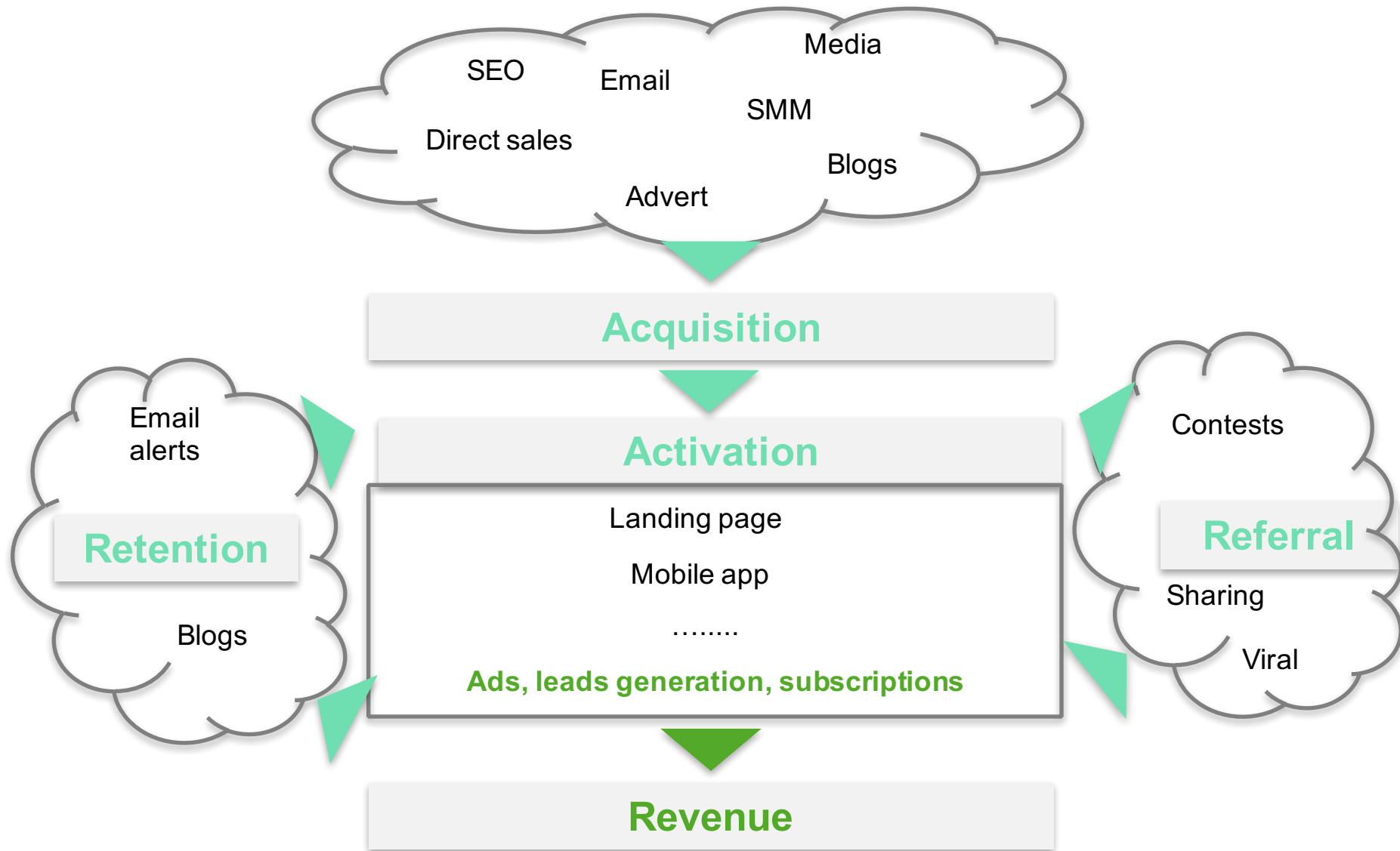
Referrals

Пользователю так нравится, что он советует продукт другим.

Revenue

Пользователь вам платит

AARRR-cxema



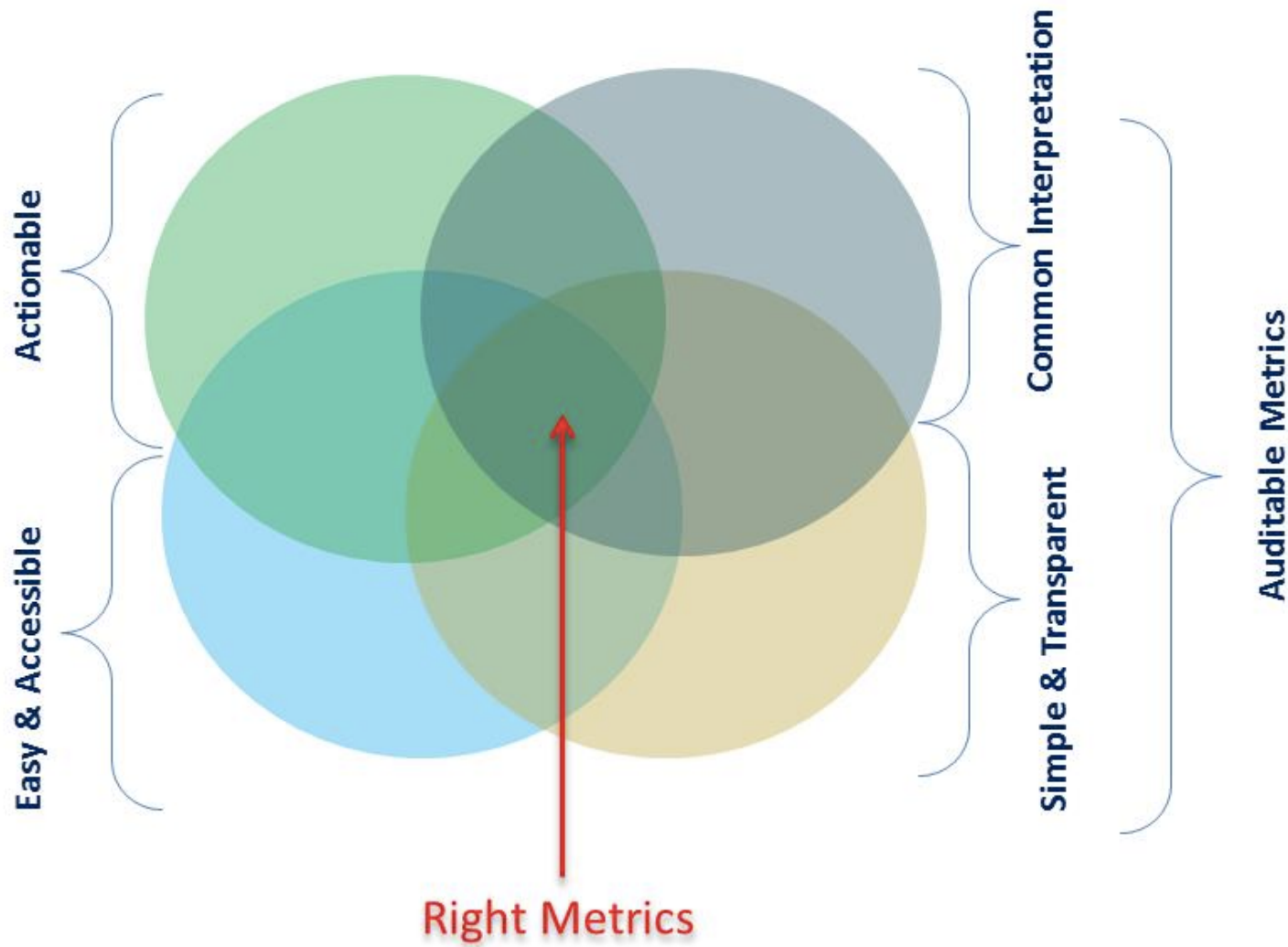
AARRR-воронка

Step	Action	Description	Metric	Value
Acquisition	Visit website	Users arrive from a variety of channels to the website	100%	100 000
	Signed up	Users take their first action and sign up to the app	15%	15 000
Activation	Logged in	Users confirmed their email and signed up in the app	80%	12 000
	Added a project	Users added their first project	70%	8 400
Retention	Weekly Usage	Users logged in 3 times this week	80%	6 720
	Monthly Usage	Users achieved weekly retention over the course of 4 weeks	20%	1 344
Revenue	Picked up a plan	Users chose a plan and added payment details	40%	538

Что ещё?

- Sticky Factor = DAU/WAU or DAU/MAU
- 1/7/28-day retention
- ARPDAU - Average Revenue Per Daily Active User
- Errors per month
- Happiness rate
- Referral rate

Проверка хороших метрик



...И ОСТАЛОСЬ
НЕЧЕСТНОЕ ПРИЕМУЩЕСТВО

Unfair Advantage (напоминание)

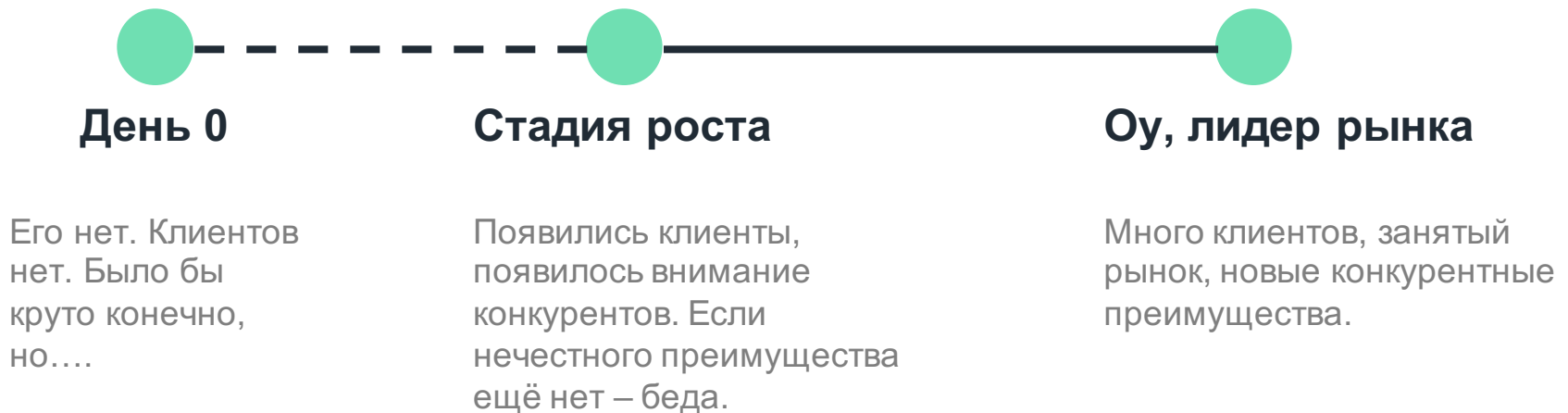
Настоящее нечестное преимущество это то, что **нельзя легко скопировать или купить**.

Всё что стоит можно скопировать – будет скопировано.

Представьте, что ваш соучредитель крадёт ваш исходный код, создаёт магазин в Коста-Рике и снижает цены. У вас все ещё есть бизнес?

Быть первым, продавать дешевле – не работает!

Когда нужно нечестное преимущество?



Некоторые примеры

- Доступ к инсайдерской информации
- Эксклюзивный контракт/ партнёрства
- Поддержка агентов влияния/ ключевых экспертов
- Уникальная команда мечты
- Личный авторитет (и ты тоже, Илон Маск?)
- Эффект большой сети
- Сообщество (настоящее)
- Существующие клиенты
- Патенты
- Или комбинация всего выше и чего-то ещё

А ЧТО
С ДЕНЬГАМИ?

Бутстраппинг



Бутстраппинг

”Построение бизнеса с **малым вложением** или **вообще без вложений**. Bootstrapper полагается на собственный доход и накопления, прирост капитала за счёт продаж, операционные затраты близкие к нулю, быстрый оборот инвентаря и cash-only подход при продажах.” *

Бутстраппинг

Скорее всего у вас не сразу будет
прибыль

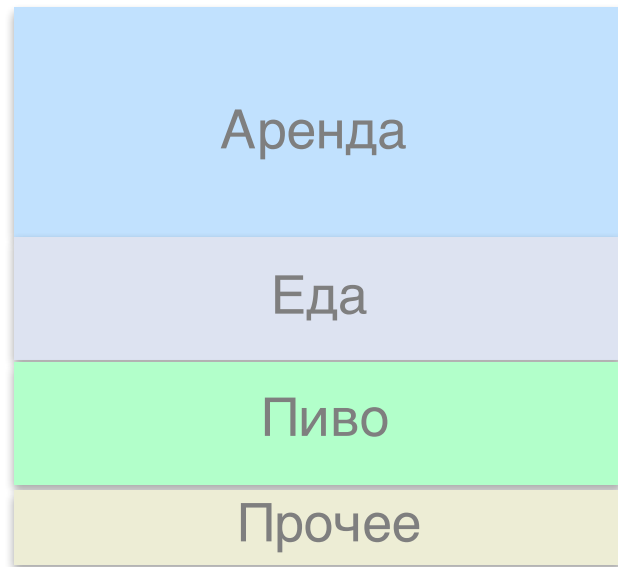
(это будет какое-то время... или дольше)

Вам надо покрыть **cash burn** с
накоплений... и иногда с доходов.

Какое ваше время выживания?

Бутстраппинг

личный cash burn



+

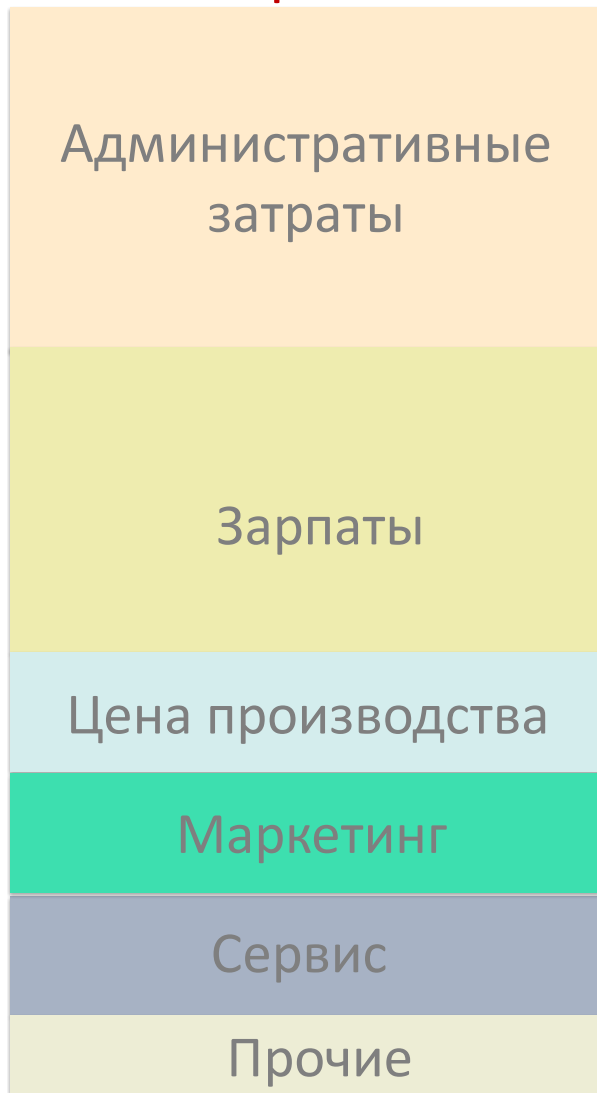
бизнес cash burn



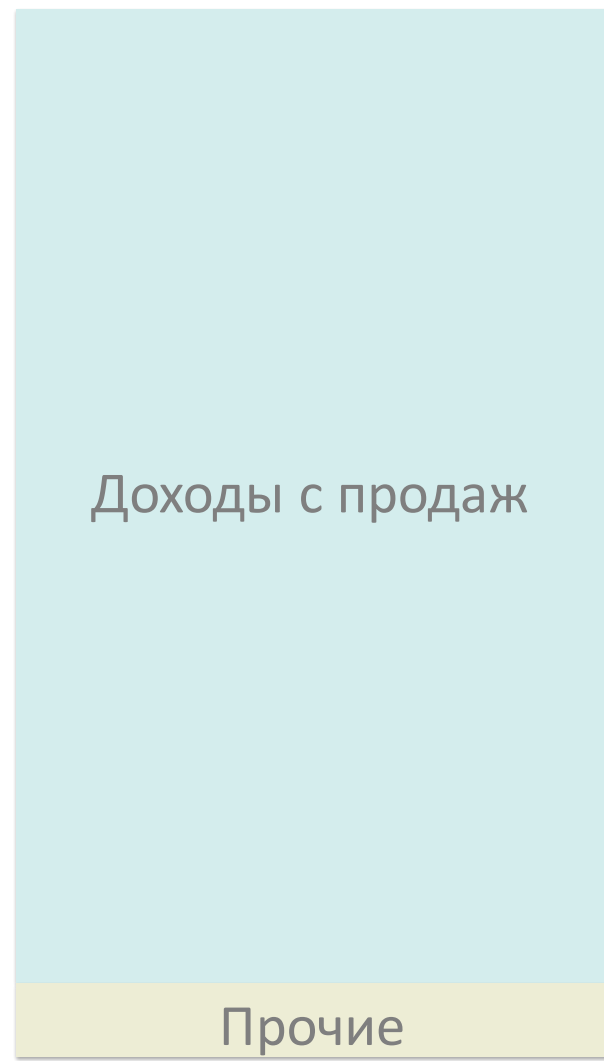
Сколько всего в месяц?
Как минимизировать?

Это просто

Затраты



Доходы



Дорожная карта

Дорожная карта - это стратегический план, который определяет цели или желаемые результаты, и включает основные шаги или вехи, необходимые для их достижения.

№	What?	Duration	End date	Responsible
1				
1.1				
2				
3				
N				

Следуем за **SMART?**



И СНОВА.....

**... и снова
бизнес модель**

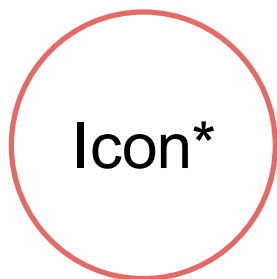
Давайте

ЕДИНУЮ МОДЕЛЬ

И последнее
ЗАДАНИЕ

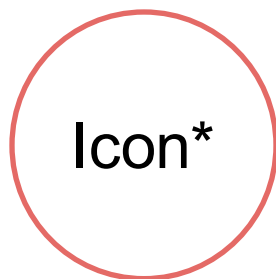
работаем с
ПРЕЗЕНТАЦИЕЙ

Проблема



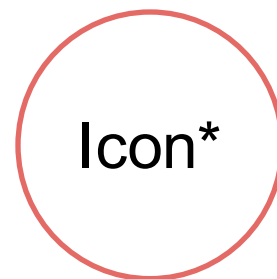
Проблема 1

Описание 1



Проблема 2

Описание 2



Проблема 3

Описание 3

Существующие решения



Picture/
brand*

Решение 1:
Описание 1



Picture/
brand*

Решение 2:
Описание 2



Picture/
brand*

Решение 3:
Описание 3

Опишите, почему они не работают или хуже

Unique value proposition/слоган

Детализация UVP

Функционал 1

Описание.

Функционал 2

Описание.

Функционал 3

Описание.



Solution vision/ blue sky slogan

Фишка 1

Описание

Фишка 2

Описание

Фишка 3

Описание

Целевая аудитория

Ранние последователи

Кого нам проще всего привлечь?

ДЕМОГРАФИЯ

- Возраст
- Зарплата
- Локация
- итд

ПОВЕДЕНИЕ

- Что они делают
- Что они делают

Модель монетизации

Вариант 1

Детали/ описание

Вариант 2

Детали/ описание

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ДОХОД

Если релевантно

Финансы

Вводная

ROI	
IRR	
PV	

См. Приложение

Вложения

Нам нужно ___ К рублей для запуска,
разработки, развития проекта!

Дорожная карта

What?	Duration	End date	Responsible

Наша команда



Лидер проекта

Bio



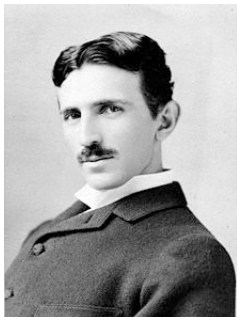
Маркетолог

Bio



Аналитик

Bio



Разработчик

Bio

Спасибо!

Контакты:
