

LEAN STARTUP CANVAS.

Как проверить идею стартапа быстро?

Наталья Гараханова
Бизнес-консультант, предприниматель





Наталья Гараханова

Бизнес-консультант, предприниматель

Аккаунты в соц.сетях



fb.com/natalia.garakhanova

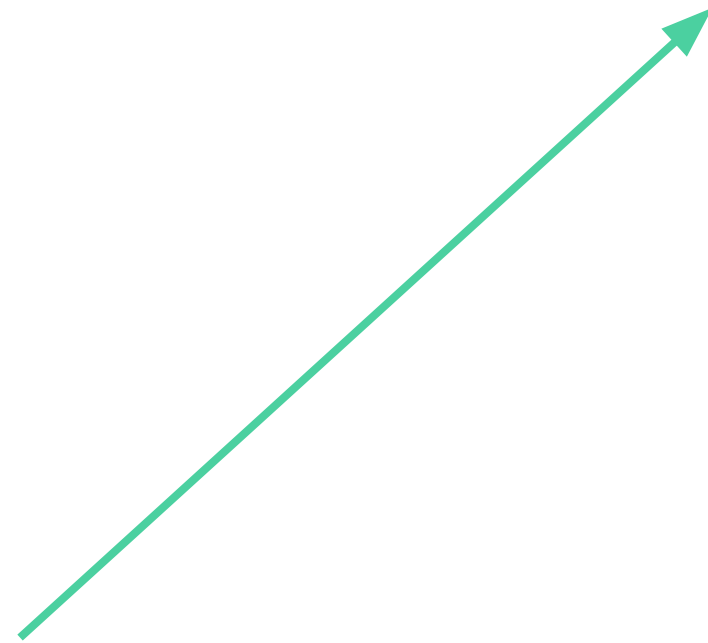


9/10

**стартапов
проваливаются**



Успех



План

Успех



Реальность



Причины провала стартапов





“

Большинство стартапов провалилось, не потому, что у них был плохой продукт, а потому, что этот продукт был никому не нужен

Эрик Рис
Предприниматель



#Стартап

**это новая организация, которая
занимается разработкой новых
товаров и услуг в условиях
чрезвычайной неопределенности**



Цель стартапа

Выяснить:

- 1 Что нужно **рынку**
- 2 Чего на самом деле **хотят** клиенты
- 3 За что они готовы **платить**
- 4 Как можно **быстрее** создать это



Пример

Ping

The word "Ping" is written in a large, white, sans-serif font. A small, blue, circular icon with a white musical note is positioned above the letter 'i'.

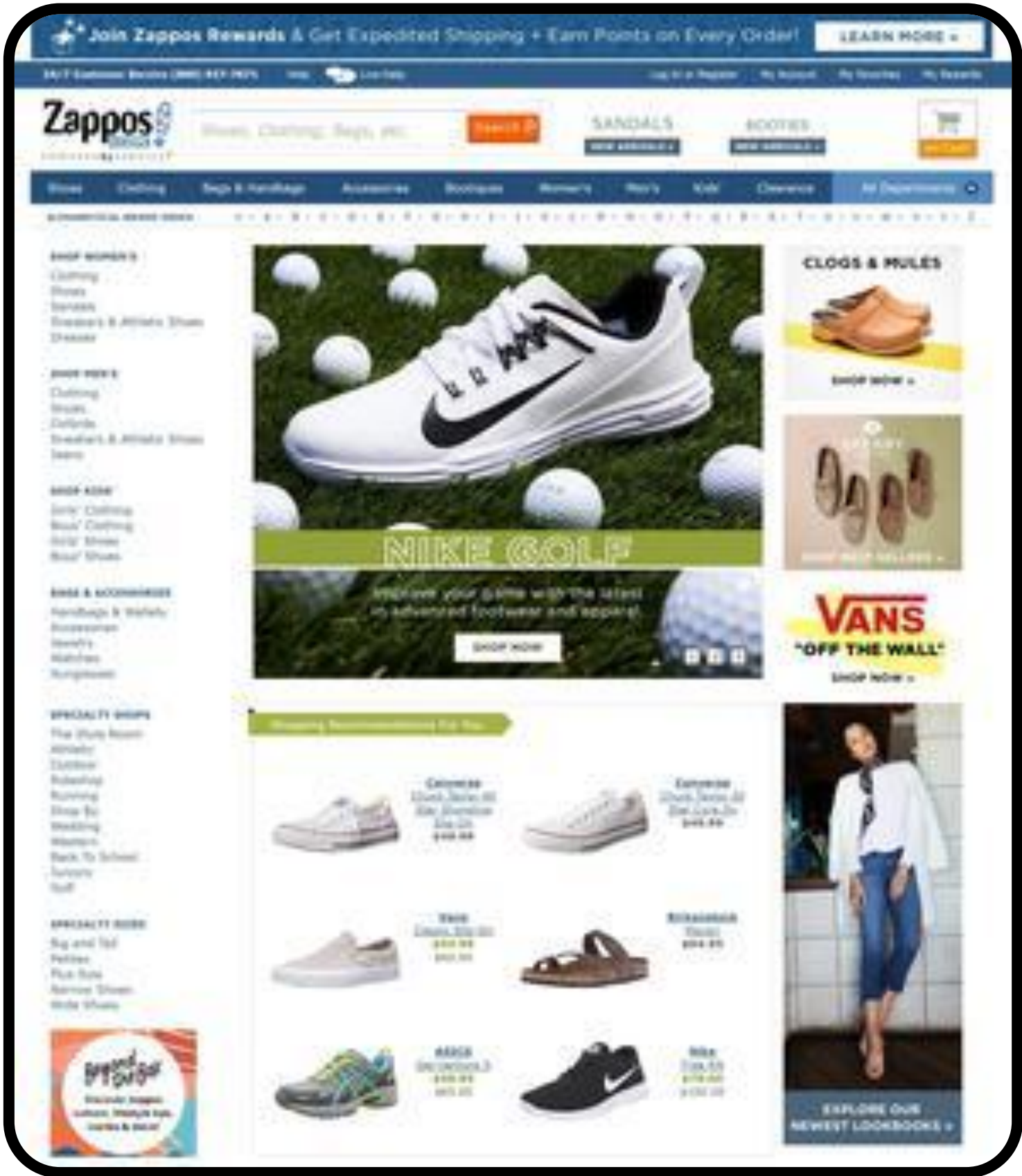
A social network for music



Adam Tow | AllThingsD.com



Пример



Цель стартапа

Выяснить:

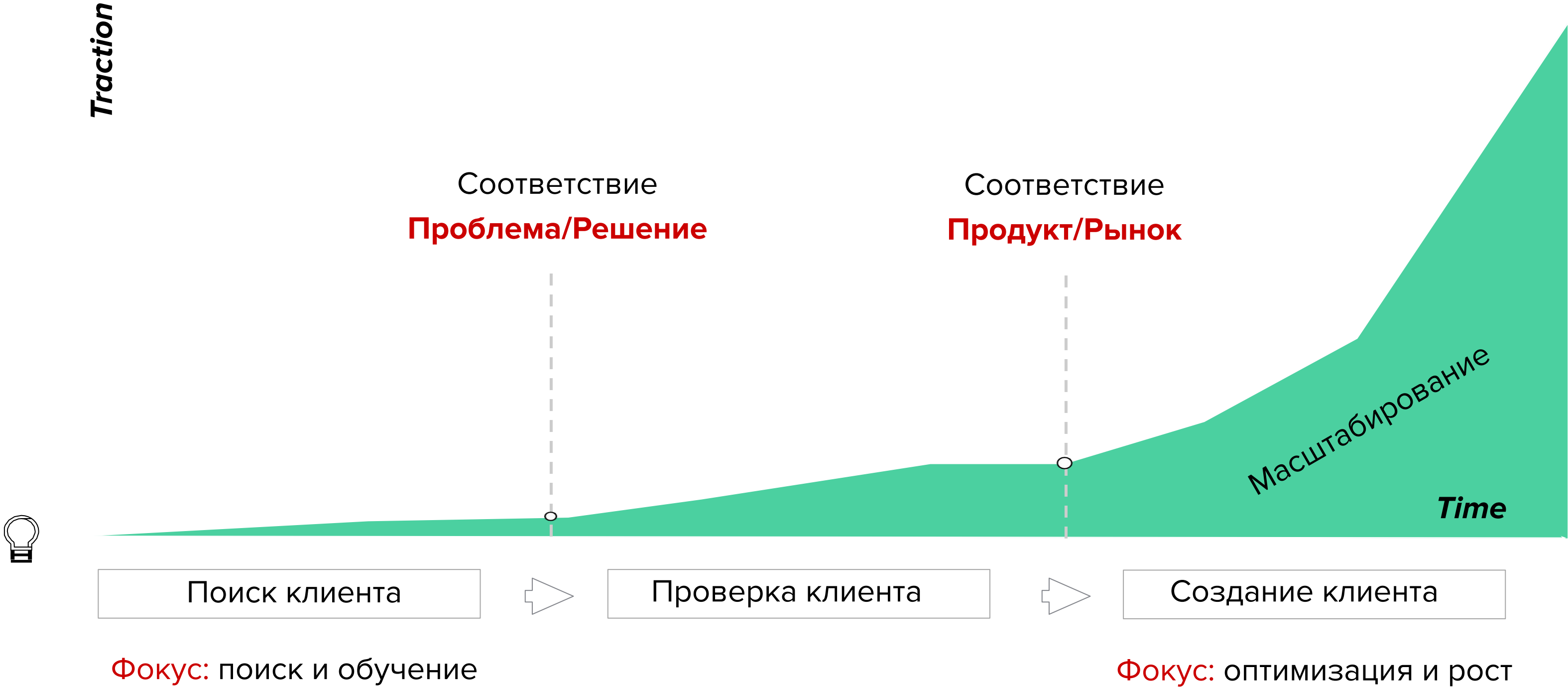
- 1 Что нужно **рынку**
- 2 Чего на самом деле хотят **клиенты**
- 3 За что они готовы **платить**
- 4 Как можно **быстрее** создать это



**Идеи =
галлюцинации
гипотезы**



Идеальная модель роста Стартапа



Lean
Startup



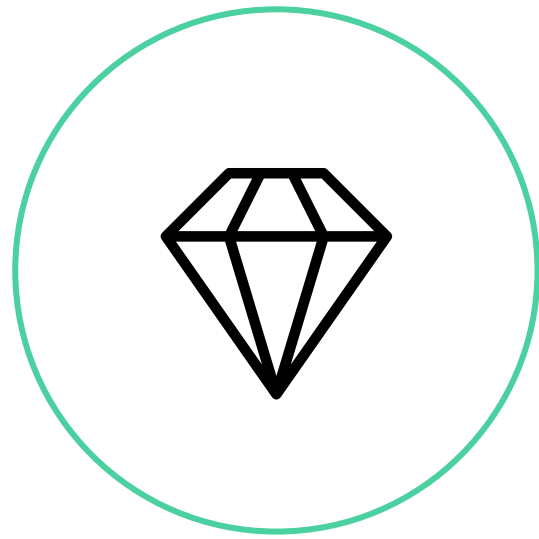
Фокус на клиенте и его проблемах



Методики построения бизнес-модели



Бизнес-модель
от потребителя



Бизнес-модель
от продукта (компетенций)



Методики настройки бизнес-модели

- #Продукто-ориентированный подход

«сделай классный продукт, а покупатель найдется»



Методики настройки бизнес-модели

- #Клиент-ориентированный подход

Концепция «Customer Development» (С.Бланк) - тестирование идеи или прототипа будущего продукта на потенциальных потребителях.

Продукт обязательно должен решать проблему клиента. Сначала выявляется проблема, потом разрабатывается продукт, а не наоборот.



**Важно не то, сколько мы
работаем, а то, сколько
основанных на фактах
знаний приносят наши
действия.**



Бизнес модель Lean Canvas

- #Lean Canvas, или «бережливый шаблон»

это способ эффективной записи наиболее важных гипотез относительно развития бизнеса.

*Созданный в 2009 году, метод использовался преимущественно для работы с SaaS-стартапами (software as a service).



Проблемы предпринимателей

- У вас много идей.
- У вас мало денег или их нет вообще.
- Какую идею выбрать для реализации?
- Как убедить инвесторов?



Предприниматель
неуверенный















LEAN STARTUP CANVAS


- 20 минут вместо 20 дней.
- Один раз увидел – уже прочитал
- Наглядное сравнение несколько вариантов.
- Фокус на бизнесе с нуля.

LEAN CANVAS

Title: _____ Created By: _____ Date: _____

PROBLEM List your top 1-3 problems. 	SOLUTION Outline a possible solution for each problem. 	UNIQUE VALUE PROPOSITION Single, clear, compelling message that states why you are different and worth paying attention. 	UNFAIR ADVANTAGE Something that cannot easily be bought or copied 	CUSTOMER SEGMENTS List your target and users. 
EXISTING ALTERNATIVES List how these problems are solved today 	KEY METRICS List the key numbers that tell you how your business is doing 	HIGH LEVEL CONCEPT List your X for Y analogy (e.g. YouTube = Flickr for videos) 	CHANNELS List your path to customer (inbound or outbound) 	EARLY ADOPTERS List the characteristics of your ideal customers 
COST STRUCTURE List your fixed and variable costs 			REVENUE STREAMS List your sources of revenue 	

Lean Canvas is adapted from The Business Model Canvas (BusinessModelGeneration.com) and is licensed under the Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 Unported License.

 **LEANSTACK**
leanstack.com



Бизнес модель Lean Canvas

Компания/Стартап: _____
Дата: _____

ПРОБЛЕМА

Какие у клиента потребности?

Какие нерешенные проблемы?

Какие мотиваторы есть у клиента?

2

Альтернативные решения

РЕШЕНИЕ

Опишите три ключевых функционала вашего решения

4

КЛЮЧЕВЫЕ МЕТРИКИ

Продуктовая воронка MARR

8

ЦЕННОСТНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ

За счет чего будет создаваться ценность?

Крючки для клиентов

3

НЕРЫНОЧНОЕ КОНКУРЕНТНО ПРЕИМУЩЕСТВО

Что в вашем решении/продукте трудно повторить?

Есть ли у вас исключительный доступ к каналу?

9

КАНАЛЫ

Откуда берутся клиенты?

Какие каналы наиболее эффективны?

Емкость канала?

5

КЛИЕНТСКИЕ СЕГМЕНТЫ

Характеристики клиентов, Портреты, Аватары

Для B2C – о чем он думает, из чего состоит его день?

Для B2B – Как он принимает решение? Кто NTP?

Сколько у него денег?

1

Ранние последователи

СТРУКТУРА РАСХОДОВ

На что вы потратите деньги?

Сколько стоит вам один клиент? (CAC)

7

СТРУКТУРА ДОХОДОВ

И Как вы будете зарабатывать?

Какой будет средний чек (ARPU)?

Сколько клиент клиент принесет за всю срок жизни (LTV)?

6

адаптация Business Model Canvas Александра Остервальдера (Alexander Osterwalder) от Эша Мори (Ash Maurya), Перевод by Илья Короней

Бизнес модель Lean Canvas

Компания/Стартап: _____
Дата: _____

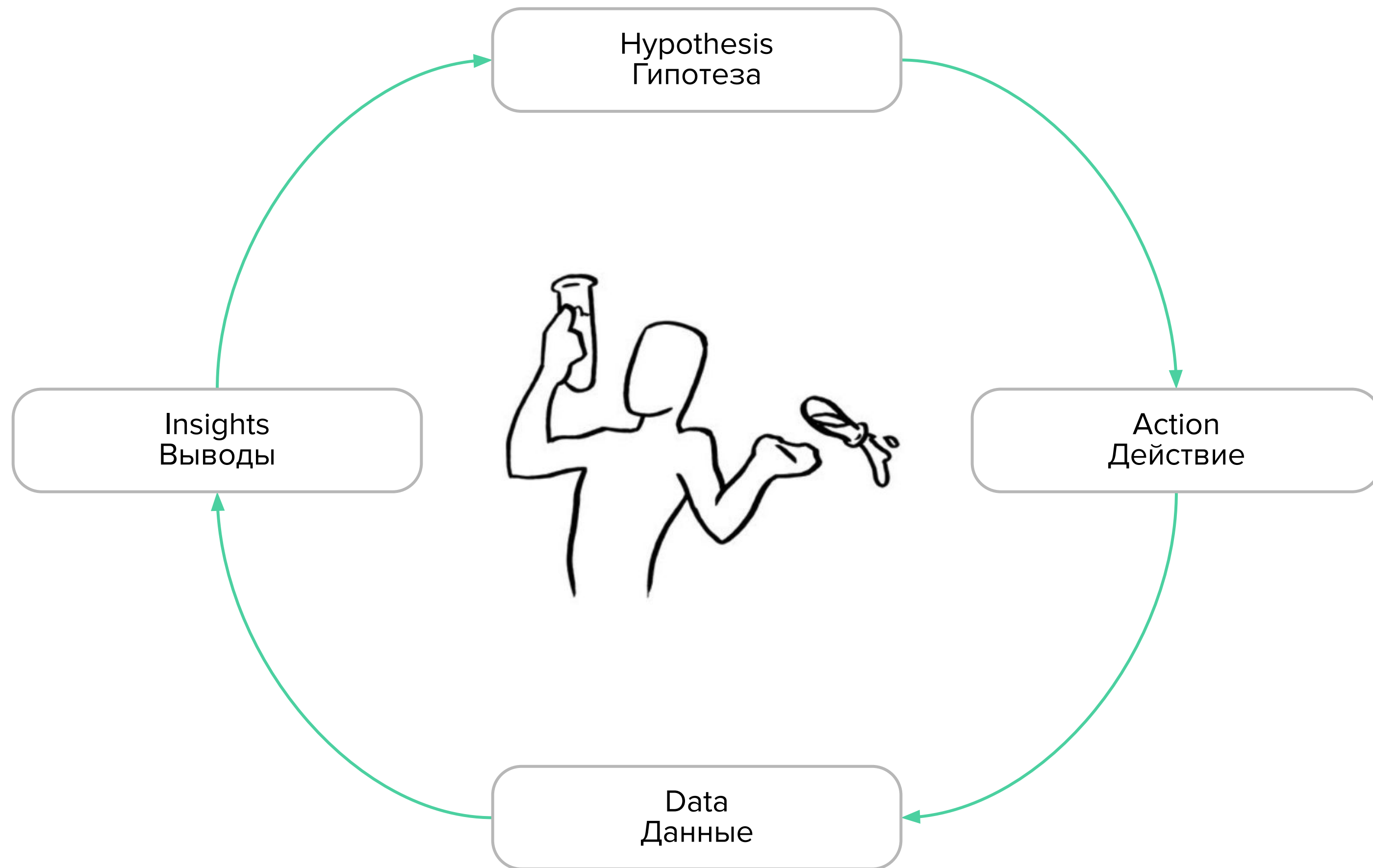
ПРОБЛЕМА <i>Какие у клиента потребности? Какие нерешенные проблемы? Какие мотиваторы есть у клиента?</i> Гипотеза 2	РЕШЕНИЕ <i>Опишите три ключевых функционала вашего решения</i> Гипотеза 4	ЦЕННОСТНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ <i>За счет чего будет создаваться ценность. Крючки для клиента</i> Гипотеза 3	НЕРЫНОЧНОЕ КОНКУРЕНТНО ПРЕИМУЩЕСТВО <i>Что в вашем решении/продукте лучше? Есть ли у вас эксклюзивный доступ к каналу?</i> Гипотеза 9	КЛИЕНТСКИЕ СЕГМЕНТЫ <i>Характеристики клиентов, Портреты, сегменты Для B2C — о чем он думает, из чего состоит его день? Для B2B — кто принимает решение? Кто ЛПР? Сколько у него денег?</i> Гипотеза 1
Альтернативные решения Гипотеза	КЛЮЧЕВЫЕ МЕТРИКИ <i>Продуктовая воронка AARRR</i> Гипотеза 8		КАНАЛЫ <i>Откуда берутся клиенты? Какие каналы наиболее эффективны? Емкость каналов?</i> Гипотеза 5	Ранние последователи Гипотеза
СТРУКТУРА РАСХОДОВ <i>На что вы тратите деньги? Сколько стоит вам один клиент? (CAC)</i> Гипотеза 7		СТРУКТУРА ДОХОДОВ <i>Как вы будете зарабатывать? Какой будет средний чек (ARPU)? Сколько клиент клиент принесет за весь срок жизни?</i> Гипотеза 6		



Тестируем гипотезы HADI

1





Как правильно записывать HADI

Гипотеза	Действие	Данные	Выводы
Какую гипотезу хотим проверить	Что нужно сделать, чтобы проверить гипотезу	Как будем измерять/ критерий успеха	Какие выводы сделаем
У нашего клиентского [А] сегмента есть проблема [В]	Проведем [Х] проблемных интервью	[Y%] подтвердят, что пытались решить проблему [В] в прошлом не ранее [Z] месяцев назад	?
Если мы изменим Ценностное Предложение на LP на "...", то это увеличит конверсию в регистрацию	Изменить Ценностное предложение на LP	Увеличение конверсии в регистрацию на X%	?



1

Набрасываем Бизнес Модели на канвас
(не более 15-30 минут на каждую)

Выбираем наиболее привлекательную
(время, деньги, profit)

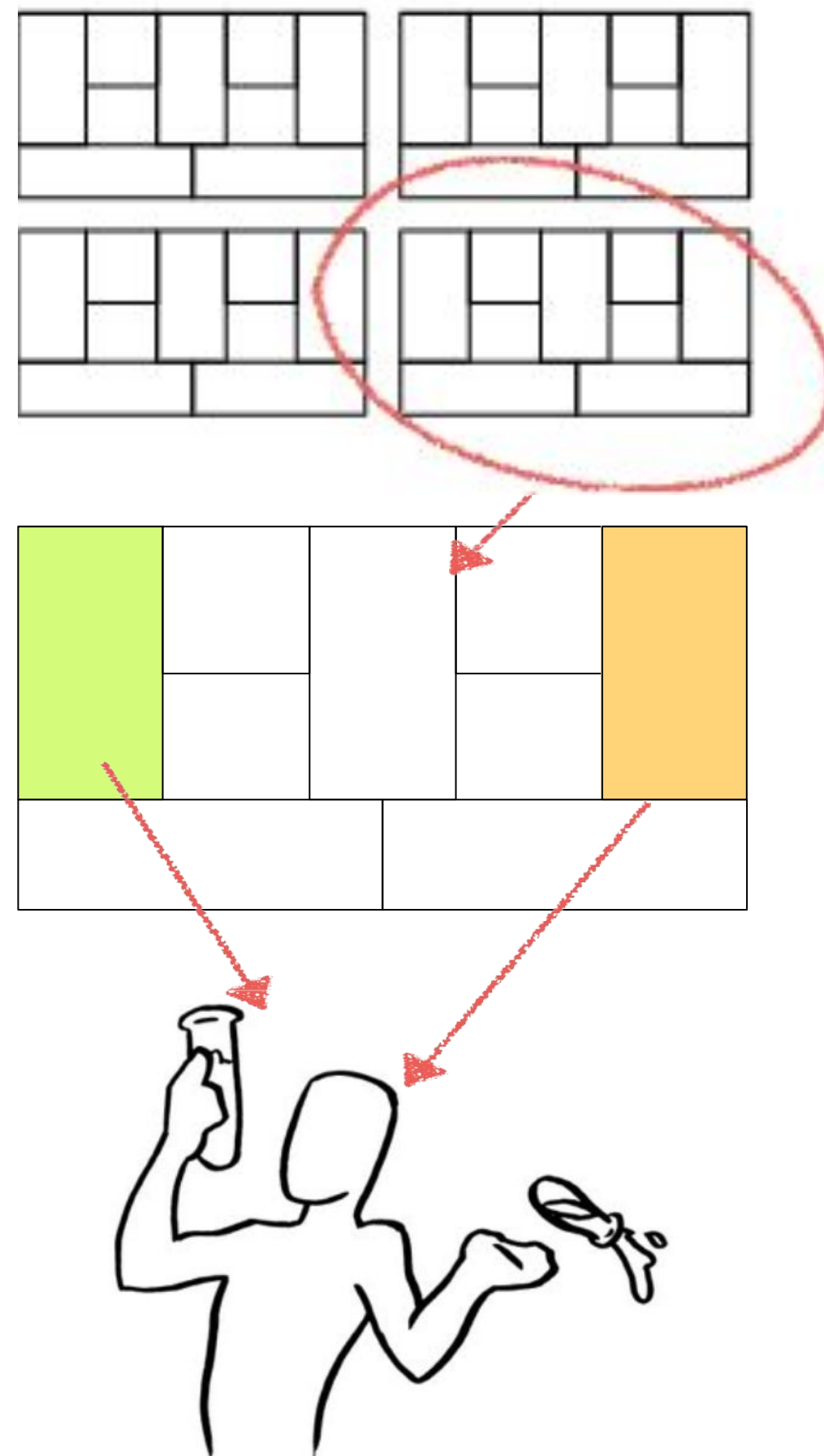
2

Выделяем наиболее рискованные предположения
(гипотезы)

3

Записываем HADI. ! Определяем критерии успешности
эксперимента и ограничения (kpi, сроки)

Повторяем цикл до тех пор, пока не почувствовали, что
нашли соответствие продукта и рынка.



“GET OUT OF THE BUILDING!”

Стив Бланк



Практика

Проверим идею стартапа за 20 минут.

2



Турагент на дому



Молодая мама с ребенком, раньше работала в турагентстве. Хочет подрабатывать на дому, продавая туры родным, знакомым, родственникам знакомых и компаниям.

Перейдите по ссылке:

<https://canvanizer.com/canvas/wvh3IDhVsryZV>



Заключение

3

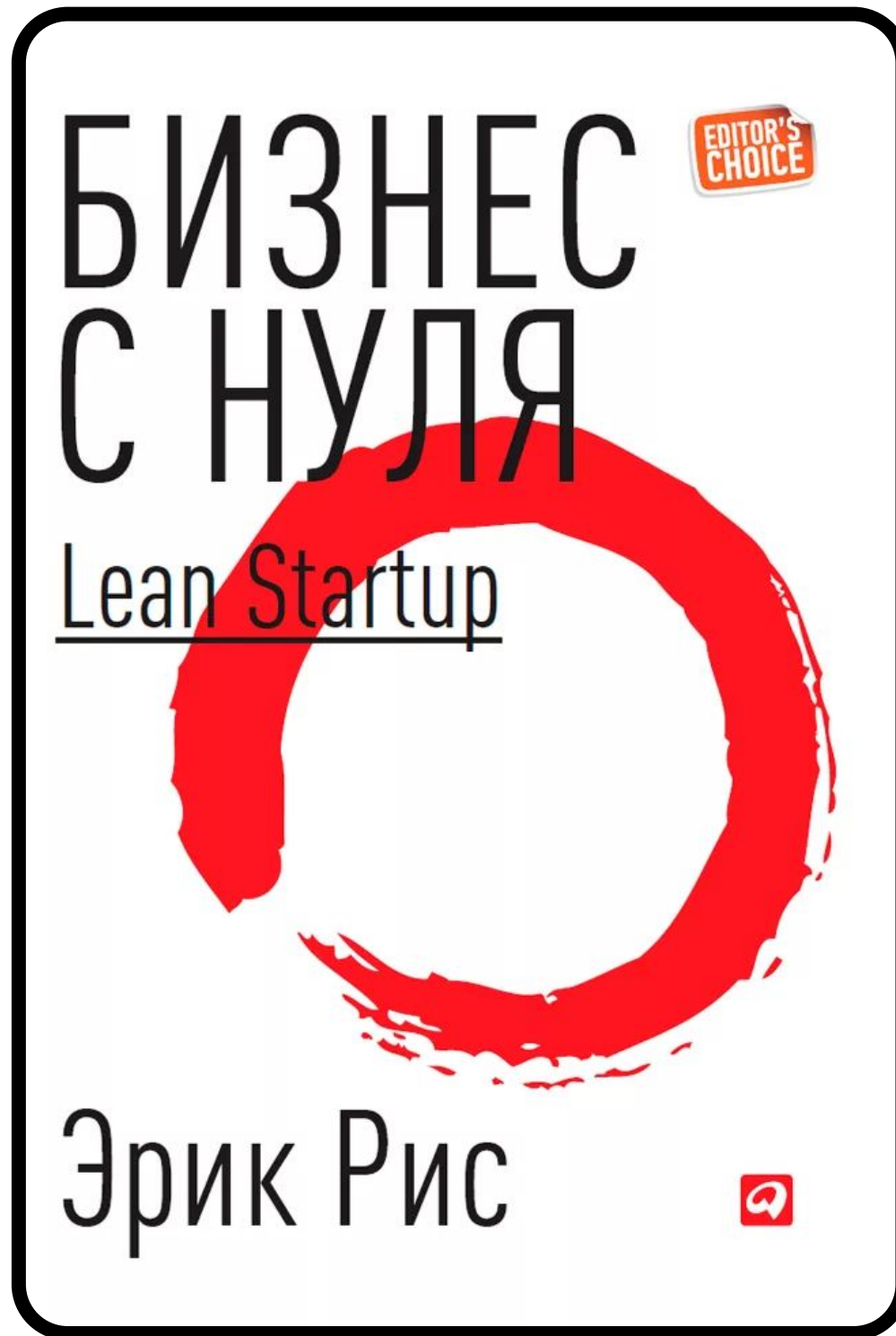


Полезные ссылки

- <https://leanstack.com/>
- <https://canvanizer.com/>



Полезные книги



Спасибо за внимание!



fb.com/natalia.garakhanova

Наталья Гараханова

Бизнес-консультант, предприниматель

