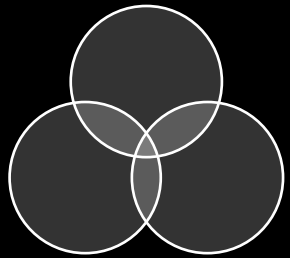
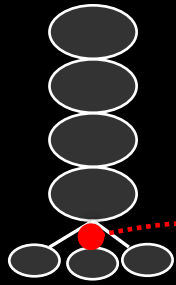




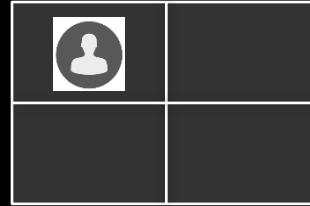
# HRB Hunting



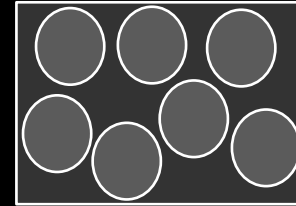
triangle



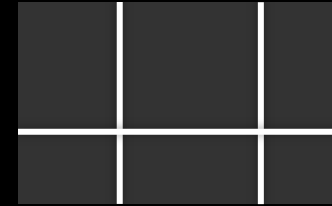
story



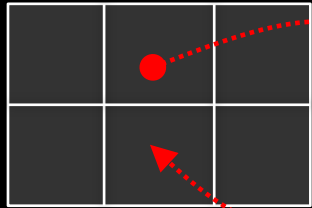
persona



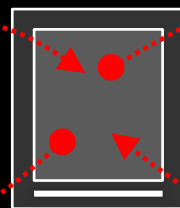
topic map



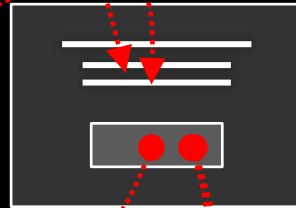
radiator



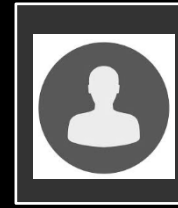
six pack



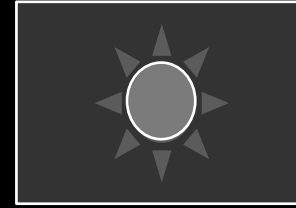
UVP



validation



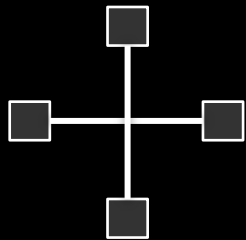
HRB



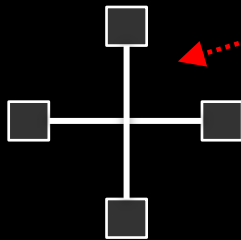
sunny day



proto



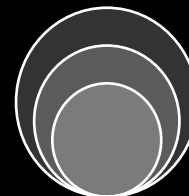
compet'n



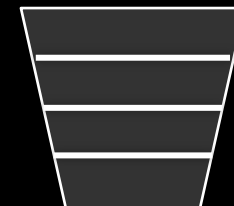
MVP



USP



TamSamSom

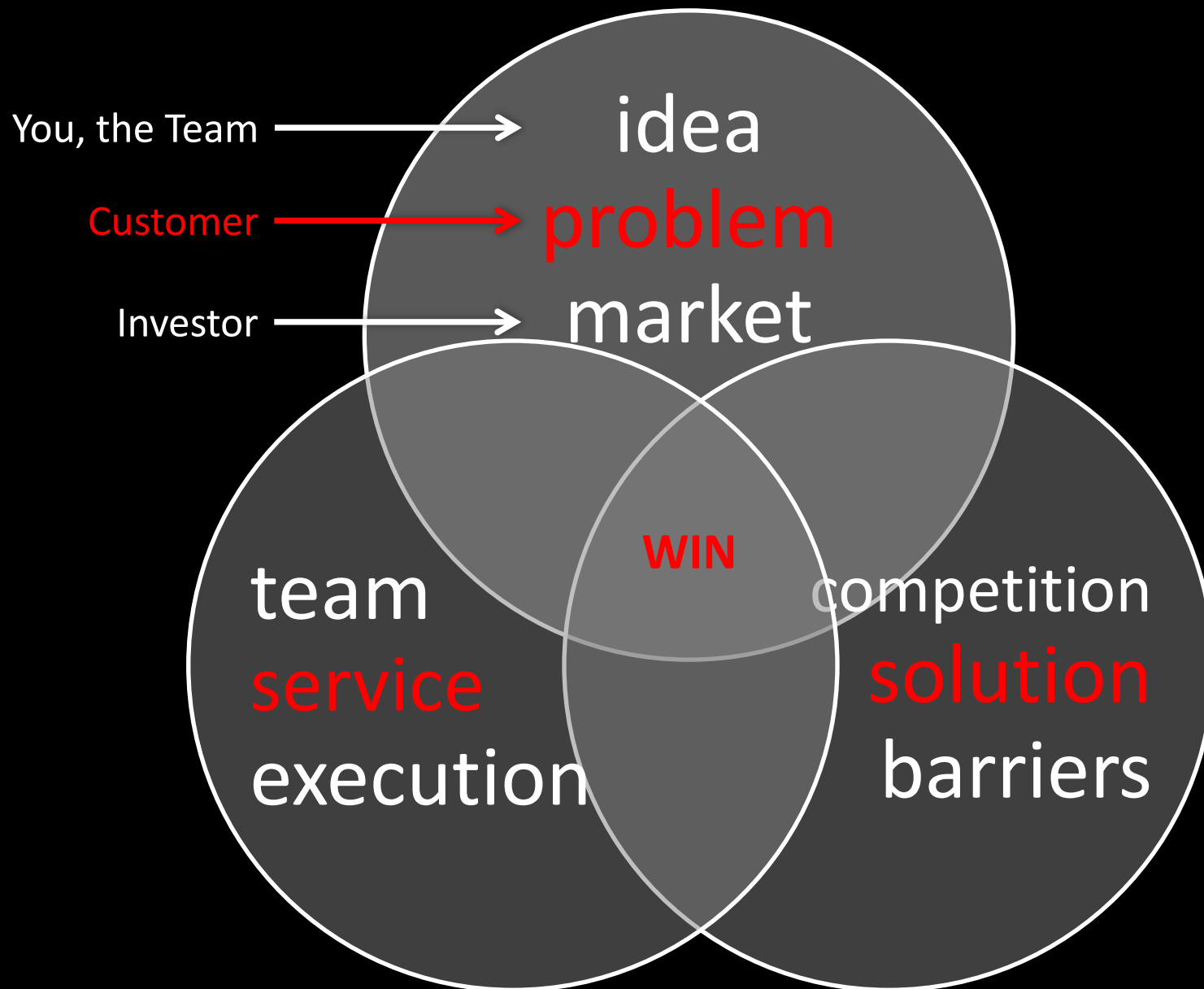


funnel



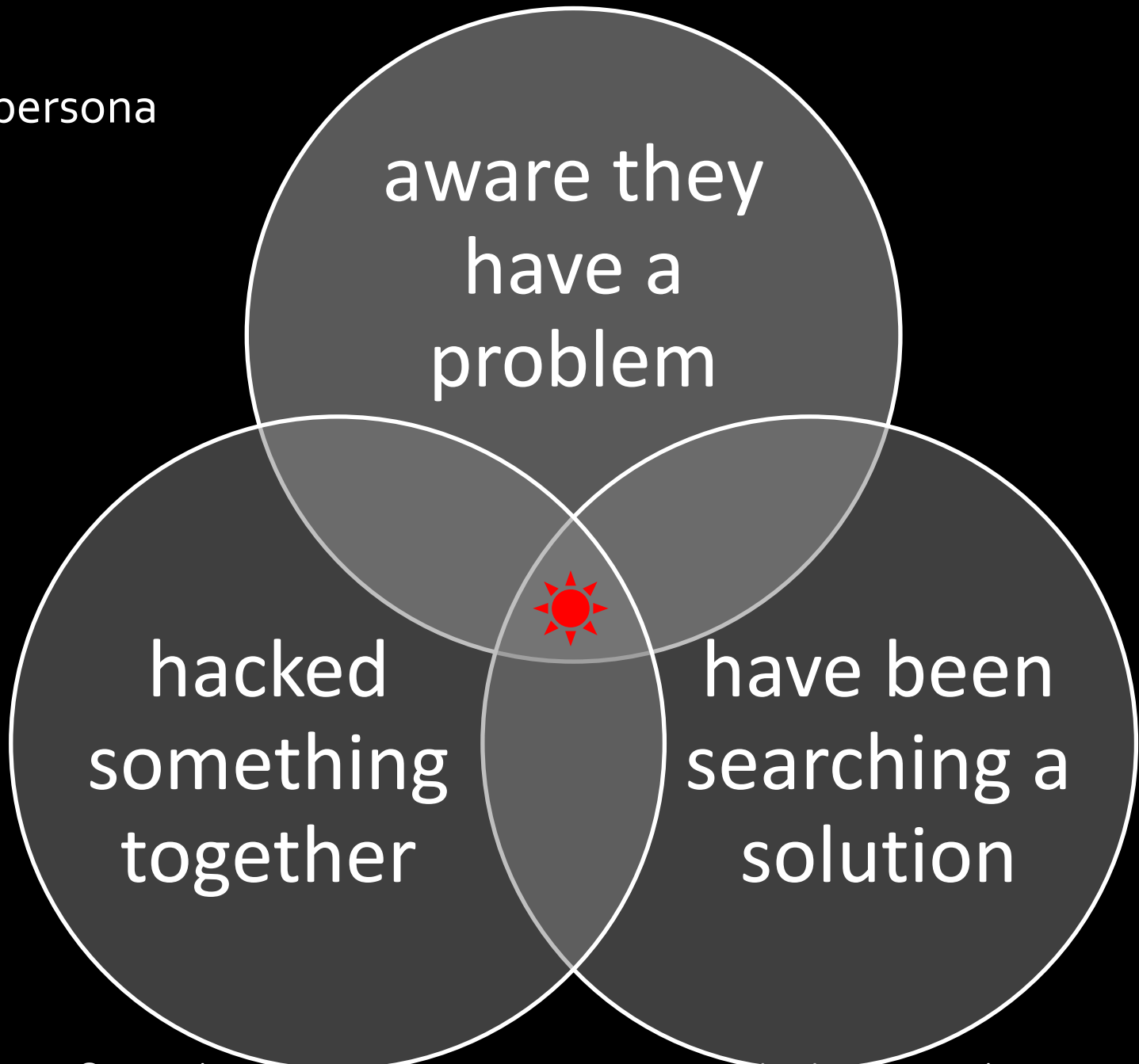
pitch

The leads you receive  
from the smoke test are  
**NOT** equally valuable





persona



When we reached to  
Persona we discussed  
**Price of Entry** benefits

Price of Entry benefits =  
FAQs

FAQs are frequently answered.  
Every product in the market must  
deliver this stuff.

Price of Entry benefits  
get you considered



# Point of Difference (PoD) benefits set you apart

When you find deep pain points under  
PoDs you identify market gaps.

PoD **separate you from competition.**

# Hyper Responsive Buyers (HRBs) buy PoD benefits

HRBs already know the PoE benefits  
and don't care for them.

HRBs collected concerns

HRBs have their FAQs answered and  
they seek something else, unique

# HRBs deliver 50%+ of your profits

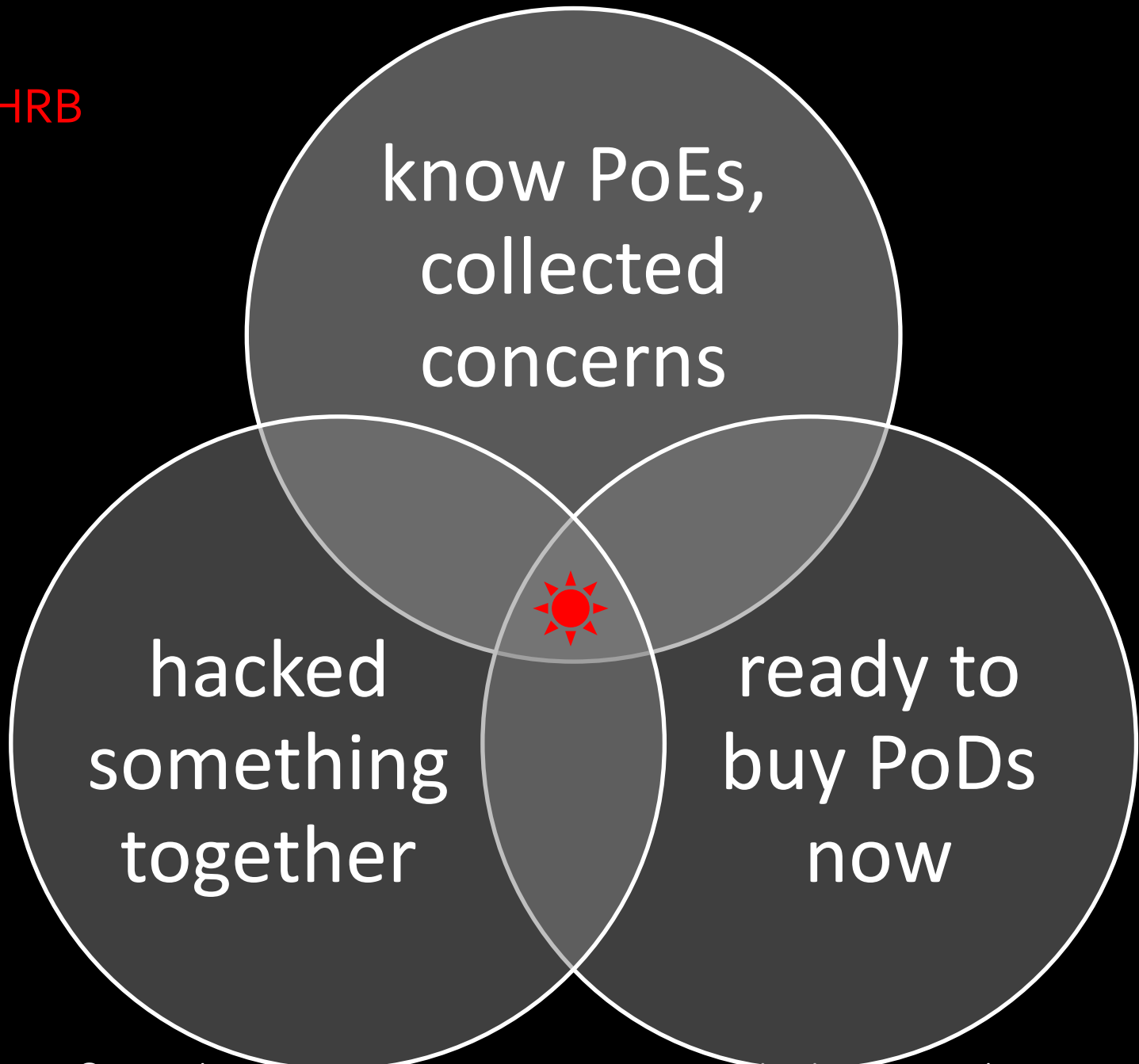
Think Pareto-squared:

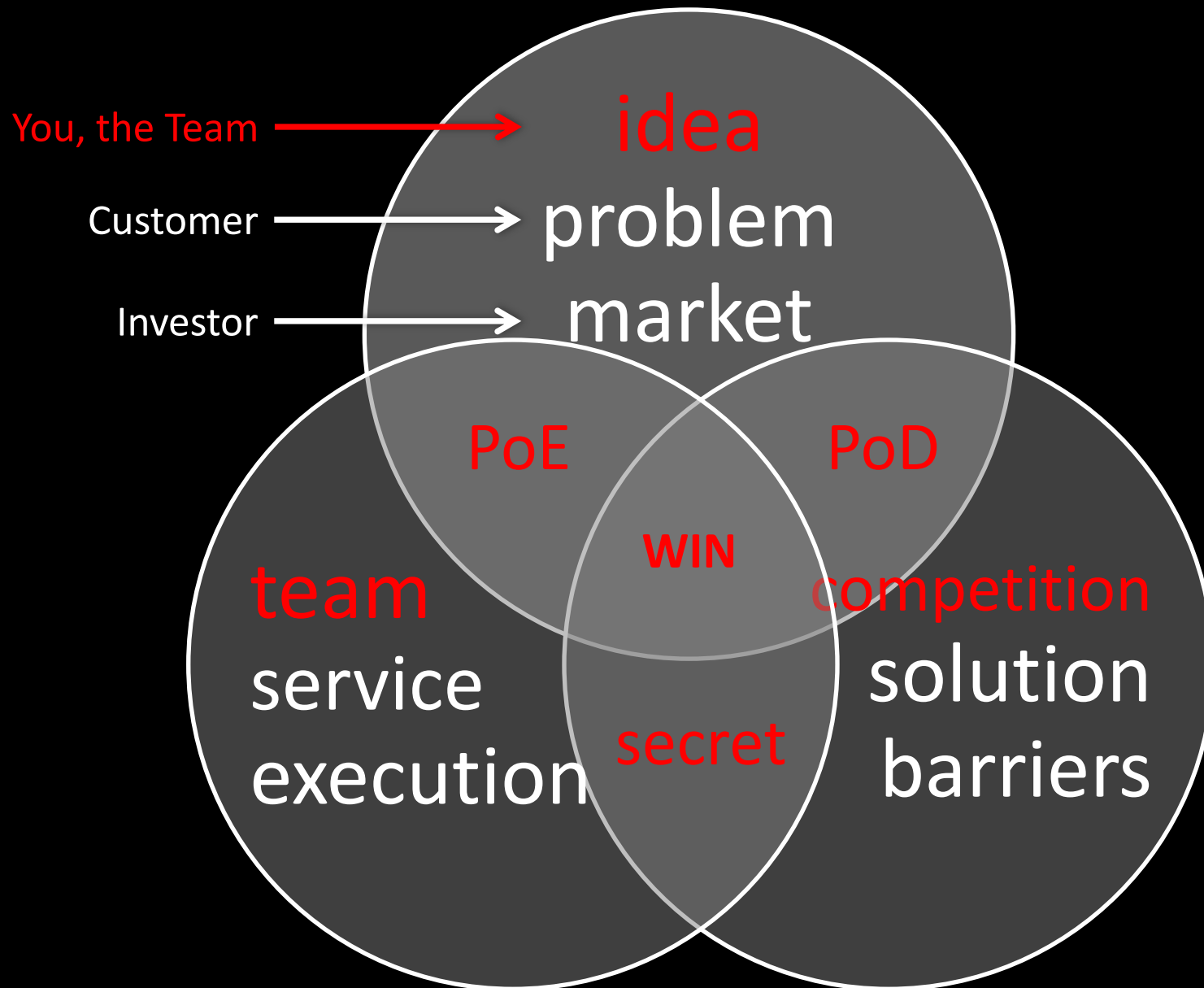
$20\% \times 20\% = 4\%$  of customers yield

$80\% \times 80\% = 64\%$  of profits



HRB





# Get to know your HRBs

Qualifiers

Discovery

Market Intel

Get them on the phone,  
or meet them in person

Write an approach email, set a time  
and interview them in pairs



# A/B test your approach email

**Catchy subject:** make them read the body  
**Smartphone readable** (= 3 lines)  
**Strong Call to Action**

# 1st line: Introduce yourself, build rapport

‘I’m the product manager of [product] thank  
you very much for being interested in our  
product’

Add you full name and phone number

**2nd line:** Describe what you're doing and why it is interesting

'I'm selecting from alternative [product] features and I think I can [benefit to HRB]  
This is the hardest line to write. A/B test!

# 3rd line: Call to Action

Have a reasonable ask

‘I would like to get your thoughts. What is the best way to speak for 10 mins?’

**Subject:** Buloni ile cocugunuzu güvene alın

Merhaba,

Ben Buloni Ürün Yöneticisi Murat Uysal.  
Ürünümüzle ilgilendiğiniz için çok teşekkürler.

Eğer uygun görürseniz sizi bir 15 dakika aramak, fikirlerinizi almak ve size ücretsiz bir Buloni yollamak isteriz.

Teşekkürler.

Murat UYSAL  
GSM: (532) 210 2584

# Case: eDefter (Paraşüt)

# Subject:

# Edefter Hesabınızı Onaylayın

**Edefter.com'a Gösterdiğiniz İlgi için Teşekkür Ederiz.**

Merhaba,

Edefter.com hesabınıza giriş yapmak ve hemen fatura oluşturmaya başlamak için aşağıdaki 'Hesabımı Onayla' butonuna tıklayarak firmanıza ait Edefter.com hesabını aktive edebilirsiniz.

**HESABIMI ONAYLA**

Her gün ihtiyaç duyacağınız [www.edefter.com](http://www.edefter.com) 'u çabuk erişim için favorilerinize kaydetmeyi unutmayın.

Firma hesabınıza istediğiniz yer ve zamanda [Kullanıcı Girişi](#) sayfasından kayıtlı e-posta adresiniz ve parolanızla giriş yapabilirsiniz. Bilgilerinizin güvenliği için parolanızı kimse ile paylaşmayın.

Kayıtlı e-posta adresiniz: [emrahyalaz@gmail.com](mailto:emrahyalaz@gmail.com)  
[Parolanızı hatırlamıyorsanız tıklayın](#)

# Subject: Destek ister misiniz?

## Sizi Arayalım

Bir süredir Edefter.com'u kullanmadığınızı fark ettik. Bir problem mi yaşıyorsunuz? Kullanıcı deneyiminizi iyileştirmek için yapabileceğimiz bir şey varsa sizi dinlemek isteriz.

Eğer destek isterseniz, sizi istediğiniz zaman arayabiliriz. Bunun için aşağıdaki butona basarak, telefon numaranızla birlikte aranmak istediğiniz saati belirtmeniz yeterli olacaktır.

**BENİ ARAYIN**

Sevgiler  
**Edefter.com Ekibi**



# Subject: Sizi Kazanmak İstiyoruz

## Üyeliğiniz Devam Ediyor

[HESABIMA GİRİŞ](#)

Üyeliğiniz devam ediyor ancak Edefter.com'u kullanmadığınızı farkettilik. Beklentilerinizi paylaşırsanız, Edefter.com'u sizin için geliştirmeye devam edebiliriz.

İhtiyaçlarınızı daha iyi anlamak için sizi aramak istiyoruz. Sizi aramamız için aşağıdaki butona basarak, telefon numaranızla birlikte aranmak istediğiniz saati belirtmeniz yeterli olacaktır.

[BENİ ARAYIN](#)

Sevgiler  
**Edefter.com Ekibi**

# Subject: Edefter.com'daki Yeniliklerden Haberiniz Var mı?

## Yeni Özellikleri Keşfedin...

[HESABIMA GİRİŞ](#)

Edefter.com'u sizin için geliştirmeye devam ediyoruz.

### Tek bakışta finansal durumunuzu görebilirsiniz

'Güncel Durum' sayfasını, kısa vadeli finansal resminizi tek bakışta görebileceğiniz şekilde geliştirdik. Yapılacak ve gecikmiş tahsilat ve ödemeleri, ödenecek tahmini KDV'yi ve karşılanması gereken masrafları görürsünüz.

### Ödenmesi gereken tahmini KDV tutarını öğrenebilirsiniz

Ödenmesi gereken KDV'niz artık sürpriz değil. Satış ve alış faturalarınız ile şirket masraflarınızı eksiksiz girdiğiniz sürece, ödemeniz gereken tahmini KDV size en doğru şekilde gösterilir.

### Masraflarınızı kontrol altında tutabilirsiniz

Ofis yönetim, ulaşım, iletişim masrafları gibi muhtelif şirket harcamalarınızı kaydedebilir ve dilediğiniz şekilde kategorize edebilirsiniz. Böylece, en büyük masraf kalemlerinizi öğrenerek tasarruf etmeniz gereken harcamaları belirlersiniz.

# Get to know your HRBs

Who are they?

Why do they need this?

What else have they tried?

How difficult was to find the product?

What is the single most important thing?

Magic wand

# Who?

“Who will use the [product name]?”

“Who has the [product domain] problem?”

# Why?

“Why might you be seeking information about [product domain]? now”

“Why might you be looking for a [product domain] solution?”

# What Else?

“What other solution have you looked for? Why is that solution less than ideal?”

# How Difficult?

“How difficult was finding a [product domain] solution?”

“What are the most frustrating aspects of [product domain]?”

# What?

“What is your single most important question about [product domain]?”

“What is the single most important thing [product name] can do for you?”



# Magic Wand

‘If you had a magic wand to help you with [product domain] what would it do?’

‘How much would you expect this wand to cost?’

# Practice In-Person Questions

- Dump and Sort questions for each category:  
**who, how difficult, what, why, what else, wand**
- Pick two alternative wording for each category
- READ the questions out loud multiple times  
(ensure they sound natural)
- A/B the questions in interviews

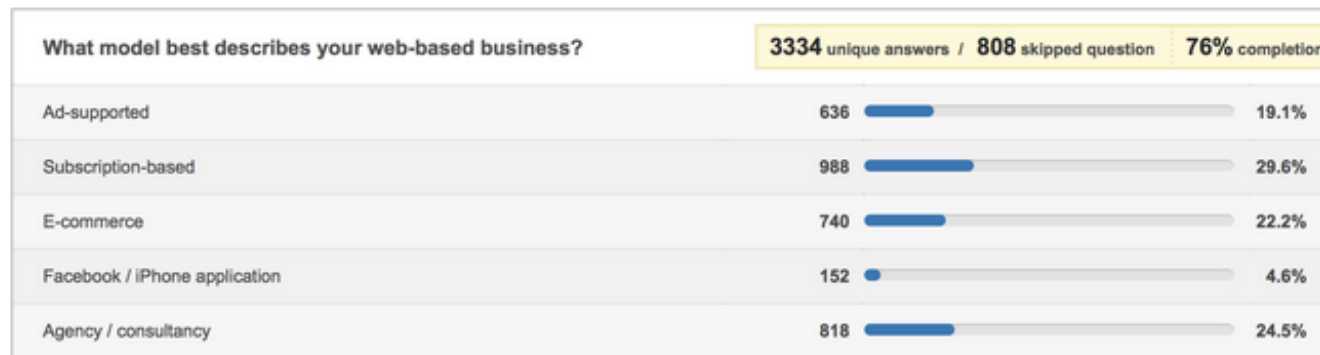
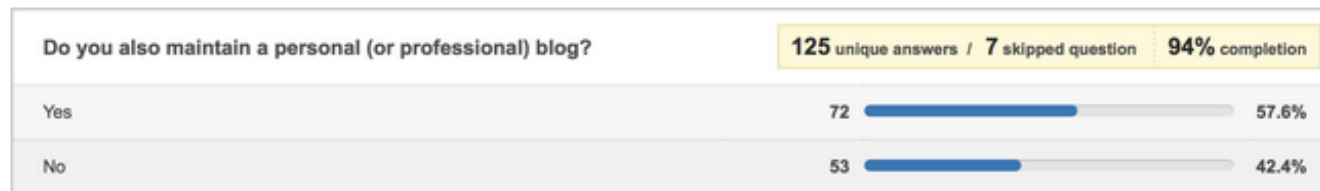
do it

# If you can't speak with them, **Survey** Them

Qualifiers

Discovery

Market Intel



# Qualifiers

What's your company's website?

3320 unique answers / 822 skipped question 75% completion

Text based responses - ([view answers](#))

What's the single most critical thing you are hoping that ShareFeed can do for you?

935 unique answers / 415 skipped question 56% completion

Text based responses - ([view answers](#))

What's the single most critical question you are hoping that KISSmetrics will help you answer about your product?

2859 unique answers / 1283 skipped question 55% completion

Text based responses - ([view answers](#))

# Discovery

**Which Twitter tools have you used, or are currently using?  
(multiple choice)**

**1140** unique answers / **210** skipped question **82%** completion



**Which tools have you used, or are currently using, to evaluate your product? (multiple choice)**

**3287** unique answers / **855** skipped question **74%** completion



# Market intelligence

1

What is your Twitter username?

@

What is your primary use of Twitter?

- ☐ Personal
- ☐ Business
- ☐ Both

How many Twitter accounts do you regularly post from?

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ More than 2

How would you feel if you could no longer use Twitter?

- ☐ Very disappointed
- ☐ Somewhat disappointed
- ☐ Not disappointed (it really isn't that useful)

Please explain your answer

2

What is the primary benefit that you have received from Twitter?

Which Twitter tools have you used, or are currently using?

(Please check all that apply)

- ☐ Web-based client (Brizzly, Ginx, Seismic Web, etc.)
- ☐ Desktop client (Seismic Desktop, Tweetdeck, Tweetie, etc.)
- ☐ Mobile app (SocialScope, Tweetdeck, Tweetie, etc.)
- ☐ Scheduling tool (CoTweet, Hootsuite, SocialOomph, etc.)
- ☐ Analytics tool ( Klout, Twitalyzer, TwitterCounter, etc.)
- ☐ Auto-follow tool (SocialToo, TwitterMass, Twoflow, etc.)
- ☐ Notifications tool (Boxcar, Qwitter, SocialOomph, etc.)

What's the single most critical thing you are hoping that ShareFeed can do for you?

Are you willing to talk with us via phone or IM to give feedback on some preview workflows?

- ☐ No
- ☐ Yes



3

What's the single most critical thing you are hoping that ShareFeed can do for you?

Are you willing to talk with us via phone or IM to give feedback on some preview workflows?

☐ No

☐ Yes

Please enter your email address so we can contact you

We will only use this email address to notify you regarding joining the beta

Complete Survey

# Design Survey

- Write down ten Qualifier questions
- One idea per postit
- Divide list into two piles of five: important vs. less important
- Consolidate to 5
- Repeat with Discovery, Market Intel

do it



## Anket Oluşturun. Yanıt Alın.



### Tasarım

Kendi anketlerinizi oluşturun veya şablonlarımız arasından seçim yapın.



### Toplama

Anketi nasıl dağıtacağınızı seçin, yanıtları toplamaya başlayın.



### Analiz

Zekice öngörüler için güçlü analiz araçlarımızı kullanın.

## Hemen Başlayın

[Pro Üye Ol ▸](#)

Sınırsız Sayıda Anket ve Yanıt

[ÜCRETSİZ Kaydolun ▸](#)

Yalnızca Temel Özellikler

[Müşteri Tatmini](#)[Eğitim](#)[Etkinlikler](#)[Pazar Araştırması](#)[İnsan Kaynakları](#)

### Anketlerinizi E-posta ile Gönderin - Ücretsiz

Anketinizden haberi olmayan kalmayın. SurveyMonkey aracından hiç ayrılmadan, kişilerinize anketinizin bağlantısının bulunduğu kişiselleştirilmiş bir e-posta gönderin. Ayrıca yanıtları takip edebilir ve hemen hatırlatıcılar gönderebilirsiniz. Üstelik ücretsiz!

### Kolayca Yapılan Anketler

SurveyMonkey, dünyanın en popüler çevrimiçi anket aracıdır. Ücretsiz anketleri, oylamaları, soruları, müşteri geribildirimini ve pazar araştırmalarını göndermek hiç bu kadar kolay olmamıştı. Üstelik anket sorularına ve profesyonel şablonlara erişmek

# use SurveyMonkey

# www.surveymonkey.com

# WUFOO

The Online Form Builder

Pro Sign Up

Sign Up for Free!

WUFOO

Forms Reports Themes Users

Add a Field Field Settings Form Settings

Click or Drag to Add a Field

Standard

ABC Single Line Text

123 Number

Paragraph Text

☑ Checkboxes

Multiple Choice

Drop Down

Section Break

Page Break

Fancy Pants

Name

File Upload

Address

Date

Email

Time

Phone

Web Site

Price

Likert

## Workshop Registration

Register now while seats are available!

Name

Title

Last

Address

Street Address

Address Line 2

City

State

Region

Postal / Zip Code

Count

Email

Phone Number

Home • About • Blog • FAQ • Demo • Features • Examples • Partners • Pricing • Gallery

Search Wufoo!

## The Introduction

Wufoo is a web application that helps anybody build amazing online forms. When you design a form with Wufoo, it automatically builds the database, backend and scripts needed to make collecting and understanding your data easy, fast and fun.

**Custom Branding**  
Bring your own logo.

**Instant Notifications**  
Sent real time to phone & email.

**Logic & Branching**  
Alter the form as users fill it out.

# use Wufoo

# www.wufoo.com

In god we trust  
All others **bring data**



W. Edwards Deming



# HRB Hunting