

بینش مشتری

گامی برای طراحی موفق محصول برای استارتاپ‌ها



مهدی ناصری

شرکت‌ها هر ساله
سُر مایه گذاری هنگفتی
روی تحقیقات بازار انجام می‌دهند

ولی در اولین برخورد مشتری با محصول
همه چیز اشتباه از آب در می آید

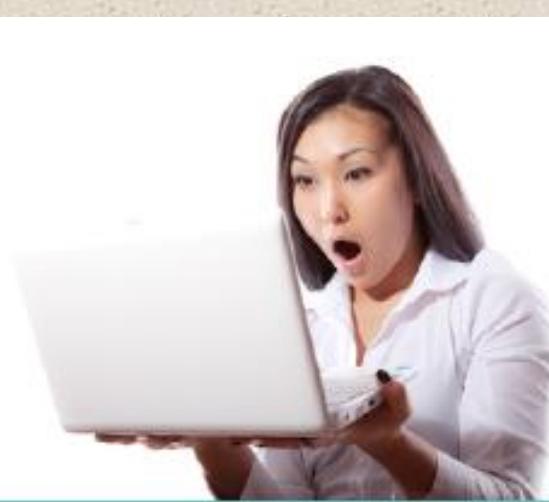


طراحی مناسب مدل کسب و کار



از بروز چنین انحراف واضح بین محصول طراحی شده با دیدگاه مشتری جلوگیری می‌کند

پک طراحی مدرن



مرتبه

جذاب

کاربردی

سه حوزه کلیدی



فرايند خريد
بازار مشتري

تنها راه رسیدن به این نوع طراحی

فلم عمليه

مشتریان شماست



پیش مشتری



فرصت‌های جدید

نوآوری

پیش مشتری



فرصت‌های جدید

نوآوری

محیط

بینش مشتری



فرصت‌های جدید

نوآوری

محیط

قواعد روزمره

پیش مشتری



فرصت‌های جدید

نوآوری

محیط

قواعد روزمره

دغدغه‌ها

پیش مشتری



فرصت‌های جدید

نوآوری

محیط

قواعد روزمره

دغدغه‌ها

علایق

بینش مشتری



فرصت‌های جدید

نوآوری

محیط

قواعد روزمره

دغدغه‌ها

علایق

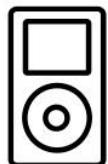
سلایق

پیش مشتری

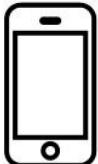


iTunes

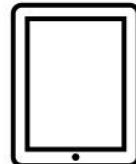
Made for



iPod



iPhone



iPad

بینش مشتری

بینش مشتری

یک قاعده راهنمای برای تمام مراحل طراحی مدل کسب و کار

بینش مشتری

یک قاعده راهنمای برای تمام مراحل طراحی مدل کسب و کار

جريان‌های درآمد

ارتباط با مشتری

کانال‌های توزیع

ارزش پیشنهادی

بینش مشتری

بینش مشتری

صرفاً

مصاحبه با مشتری
نظرسنجی
تست محصول
پیشنهاد راه حل ها

نیست

بینش مشتری

یافتن

فهمی عمیق از دیدگاه مشتری

رویکرد متناسب با نیاز او

است

صرف

مصاحبه با مشتری
نظرسنجی
تست محصول
پیشنهاد راه حل ها

نیست

هنری فورد

اگر من از مشتریان پرسیده بودم که چه چیزی می خواهند، آنها به من می گفتند: یک اسب تندرو

برای کسب بینش مشتری باید



از تمرکز صرف بر بخش های مشتری موجود خودداری کرده و حیطه دید خود را به بخش های جدید و دست نیافته گسترش داد

دېدگاه خود را تغییر دهید

آنها

شما

دیدگاه خود را تغییر دهید

آنها

طراحی مدل کسب و کار
مشتری محور

شما

طراحی مدل کسب و کار
سازمان محور

دیدگاه خود را تغییر دهید

آنها

طراحی مدل کسب و کار مشتری محور

مشتری ما قصد چه کاری دارد و ما چگونه می‌توانیم به او کمک کنیم؟

علیق مشتریان ما چیست و ما چگونه می‌توانیم کمک کنیم که به آنها دست یابند؟

مشتریان ما علاقه دارند که چگونه مخاطب واقع شوند؟ ما به عنوان یک شرکت چگونه مناسب با عادات روزانه آنها عمل کنیم؟

مشتریان انتظار دارند چگونه روابطی با آنها برقرار کنیم؟ برای کسب چه ارزشی مشتریان ما واقعاً حاضر به پرداخت پول هستند؟

شما

طراحی مدل کسب و کار سازمان محور

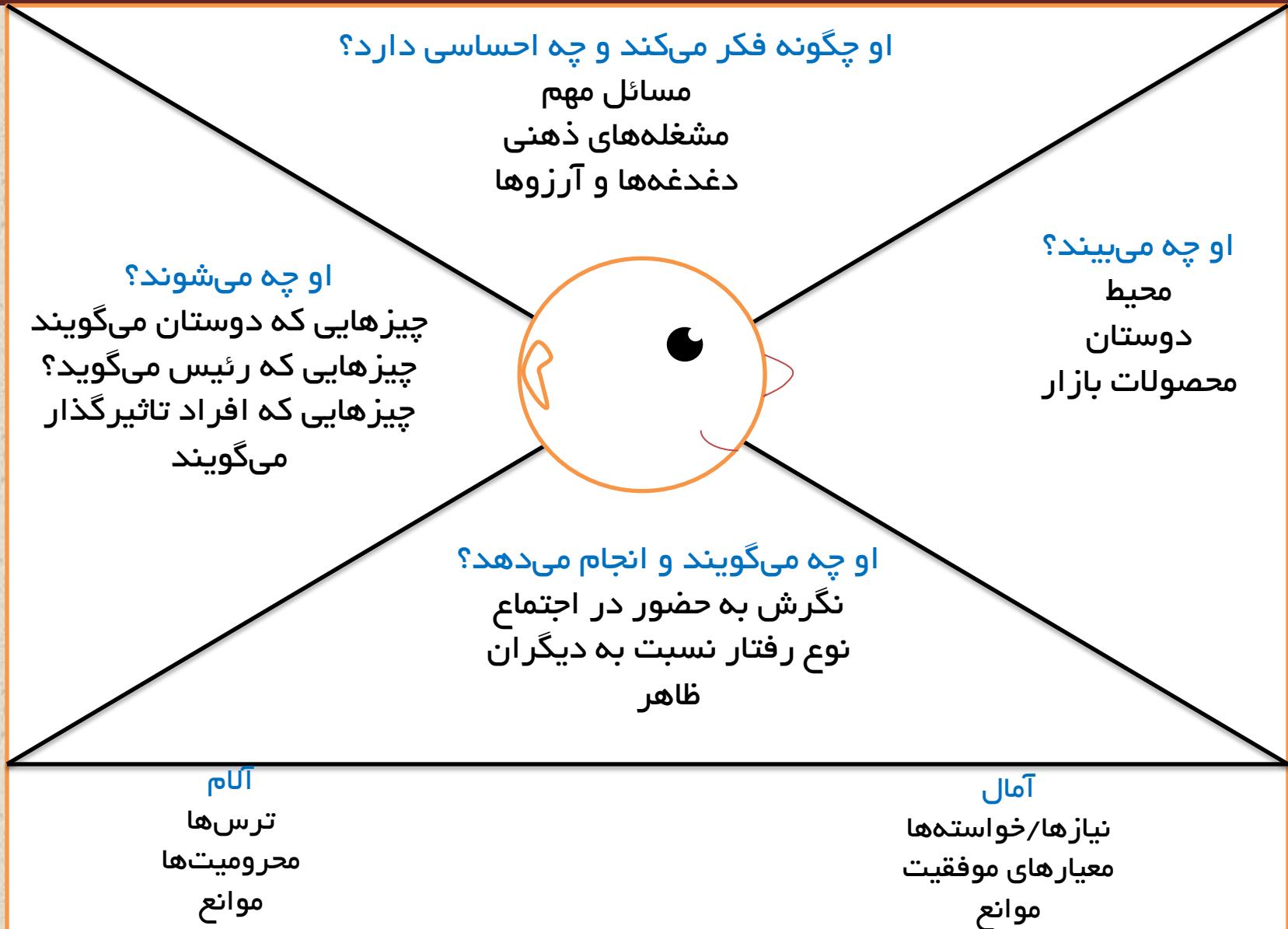
چه چیزی را می‌توانیم به مشتری بفروشیم؟

چگونه می‌توانیم به کارآترين روش به مشتریان دسترسی پیدا کنیم؟

نیازمند ایجاد چه نوع روابطی با مشتریان هستیم؟

چگونه می‌توانیم از مشتریان خود پول بگیریم؟

نقشه شناخت



چگونه از نقشه شناخت مشتری استفاده کنیم؟

۱

تمامی بخش‌های بالقوه مشتری را با یک طوفان فکری شناسایی کنید

چگونه از نقشه شناخت مشتری استفاده کنیم؟

۱

تمامی بخش‌های بالقوه مشتری را با یک طوفان فکری شناسایی کنید

۲

سه گزینه محتمل را از بین بخش‌ها انتخاب کرده و یکی از آنها را برای اولین تمرین شناخت پیش معرفی کنید

چگونه از نقشه شناخت مشتری استفاده کنیم؟

۱

تمامی بخش‌های بالقوه مشتری را با یک طوفان فکری شناسایی کنید

۲

سه گزینه محتمل را از بین بخش‌ها انتخاب کرده و یکی از آنها را برای اولین تمرین شناخت پیش مسیری برگزینید

۳

خصوصیاتی اولیه را به مشتری اختصاص دهید
(مثل نام و ویژگی‌های جمعیت‌شناختی)

چگونه از نقشه شناخت مشتری استفاده کنیم؟

۱

تمامی بخش‌های بالقوه مشتری را با یک طوفان فکری شناسایی کنید

۲

سه گزینه محتمل را از بین بخش‌ها انتخاب کرده و یکی از آنها را برای اولین تمرین شناخت پیش معرفی کنید

۳

خصوصیاتی اولیه را به مشتری اختصاص دهید
(مثل نام و ویژگی‌های جمعیت شناختی)

۴

با استفاده از نقشه شناخت به پیش معرفی را به دست آورید

او چه چیزی را می بیند؟



او چه چیزی را می بیند؟

. ۱

مواردی را که مشتری در محیط خود مشاهده می کند، توصیف کنید



او چه چیزی را می بیند؟

. ۱

مواردی را که مشتری در محیط خود مشاهده می کند، توصیف کنید

این مورد چگونه است؟

چه کسانی در پیرامون او هستند؟

دوستان او چه کسانی هستند؟

در طول روز چه پیشنهادهایی به او ارائه می شود؟

او با چه مشکلاتی مواجه است؟



او چه چیزی را می‌شنود؟



او چه چیزی را می‌شنود؟

چگونگی تاثیر محیط بر مشتری را توصیف کنید



او چه چیزی را می‌شنود؟

چگونگی تاثیر محیط بر مشتری را توصیف کنید

دوستان او چه می‌گویند؟

خانواده او چه می‌گویند؟

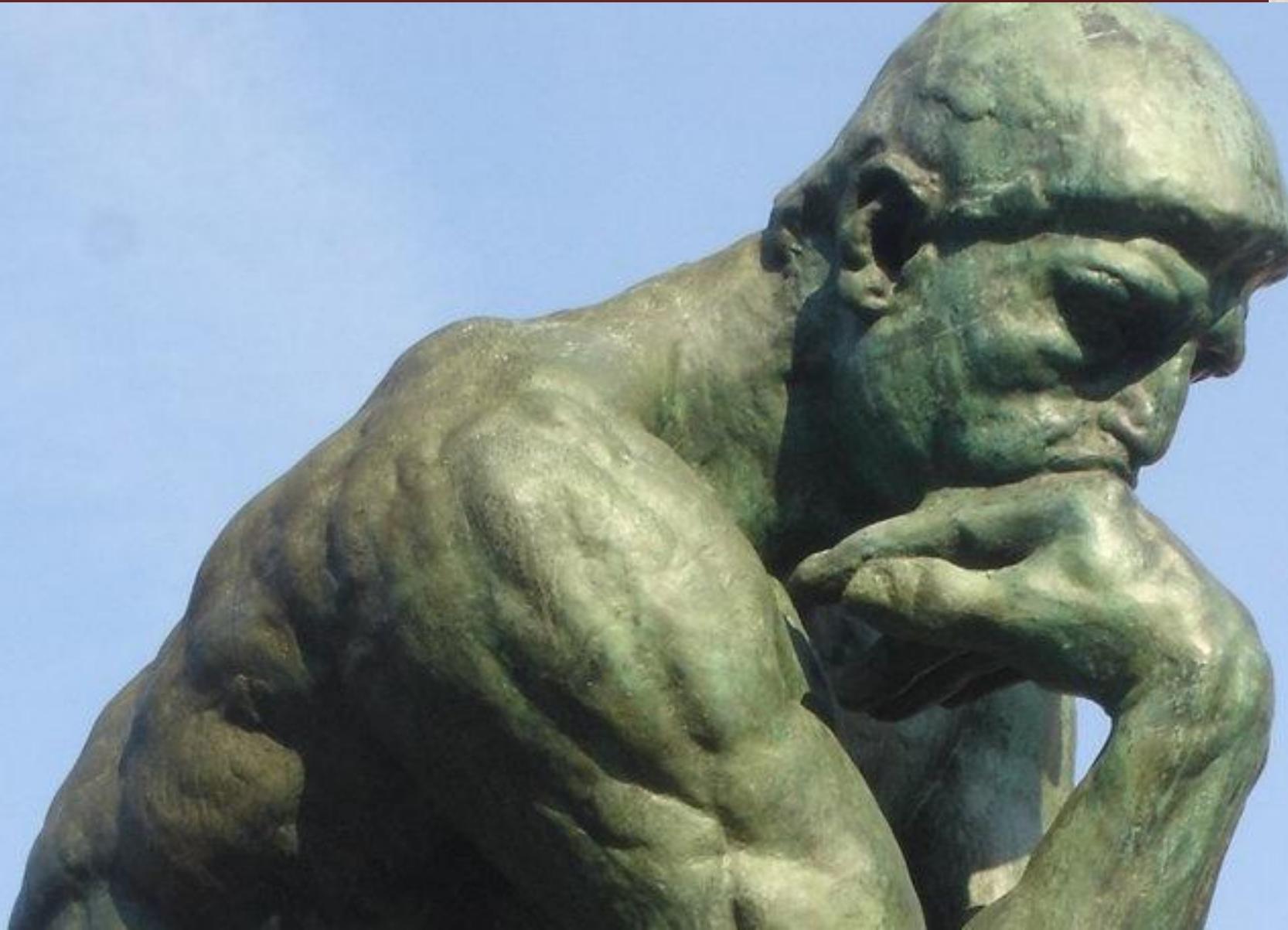
چه کسی واقعاً بر او تاثیر می‌گذارد و چگونه؟

چه کانال‌های رسانه‌ای تاثیر بیشتری بر او دارد؟



.۳

او واقعا در مورد چه چیزی فکر می کند
و چه چیزی را احساس می کند؟



او واقعا در مورد چه چیزی فکر می کند
و چه چیزی را احساس می کند؟

سعی کنید طرحی از مواردی که در ذهن مشتری است، استخراج کنید



او واقعا در مورد چه چیزی فکر می کند و چه چیزی را احساس می کند؟

سعی کنید طرحی از مواردی که در ذهن مشتری است، استخراج کنید

چه چیزی واقعا برای او مهم است؟

(ممکن است این موارد را به صورت علنی بیان نکند)

احساسات او را تصور کنید. چه چیزی به او انگیزه می دهد؟

چه چیزی ممکن است در شب او را بیدار نگه دارد؟

سعی کنید رویاهای خود را توصیف کنید



۱۴.

او چه چیزی می‌گوید و انجام می‌دهد؟



۱۴.

او چه چیزی می‌گوید و انجام می‌دهد؟

مشتری ممکن است چه چیزی بگوید و در اجتماع چگونه رفتار کند؟



۱۴.

او چه چیزی می‌گوید و انجام می‌دهد؟

مشتری ممکن است چه چیزی بگوید و در اجتماع چگونه رفتار کند؟

علیق او چیست؟

ممکن است چه چیزی به دیگران بگوید؟

به تناقضات بالقوه بین چیزی که مشتری می‌گوید و چیزی که واقعاً فکر احساس می‌کند توجه کنید



آلام و خلاء‌های او چیست؟

.۵



آلام و خلاء‌های او چیست؟

بزرگترین محرومیت‌های او چه چیزهایی هستند؟

چه موانعی بین او و مواردی که می‌خواهد
یا نیاز دارد به آنها برسد وجود دارد؟

از پذیرفتن چه ریسک‌هایی هراس دارد؟



. ۶

آمال و آرزوهای مشتری چیست؟



۶.

آمال و آرزوهای مشتری چیست؟

او واقعاً خواهان یا نیازمند دست یافتن به چه چیزی است؟



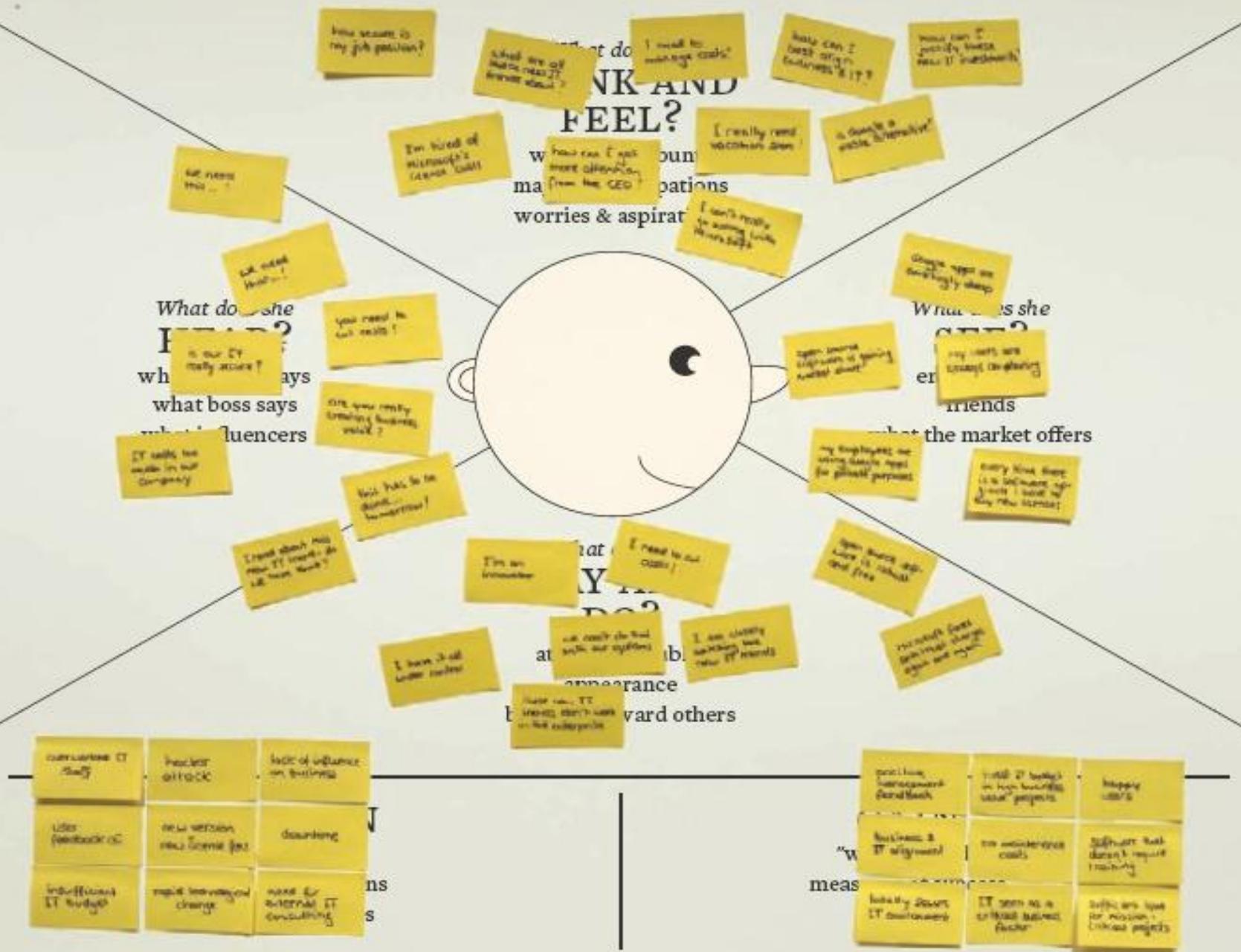
آمال و آرزوهای مشتری چیست؟

او واقعاً خواهان یا نیازمند دست یافتن به چه چیزی است؟

او چگونه موفقیت را اندازه‌گیری می‌کند؟

او از چه استراتژی‌هایی برای رسیدن به اهداف خود استفاده می‌کند؟





Source : Adapted from XPLANE

about.me/mahdi.nasseri



Mahdi Nasseri

IT EXPERT

Email Me

Mahdi.Nasseri@gmail.com

Isfahan, Iran

Contact Info ▾

sheykh bahaei University

MSc. of Information Technology

Follow

Add App

mnasseri.ir

My slides on [slideshare](#)

An orginizer at [roshanshow.ir](#)

A mentor at [Isfahan-startupweekend](#)

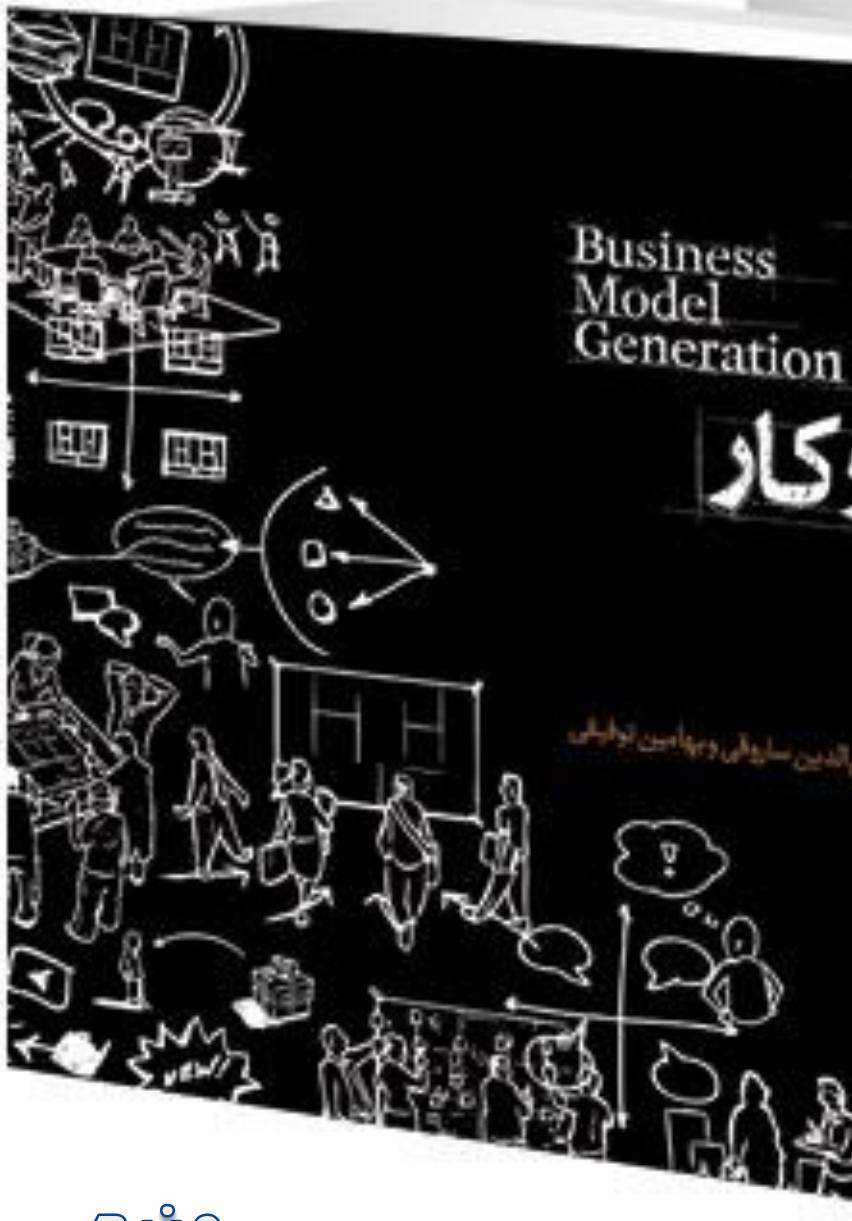
50

خلاق
مدل کسب و کار
آموزشی

خلاق مدل کسب و کار

الكسندر استروالدر
ایو پیکنور

پاریس کافنار دکتر علی‌نقی مشایخی
متهمان، غلامرضا تکلی، امیرکووهن دوست، حسام الدین ساریانی و بهادر نوابی



منبع