

될 놈 될 -> 될 놈을 찾자

프리토타이핑과 데이터 검증 방법론

직장 일로 바쁜 사람들 중 일부는 인터넷으로 식료품을 주문하는데 관심을 가질거 같아
공기 오염이 심하게 된 도시에 사는 사람 중 대다수는 공기를 정화시키는 장치에 관심을 가질 거 같은데?

우리에게 중요한 것은? 팀원의 좋은 의견 X -> 이를 검증 할 데이터 O

데이터를 어떻게 수집하지?

시장호응 가설

시장이 팀의 아이디어에 어떻게 반응할지
고객의 반응을 어떻게 이용할건지에 대한 나의 비전
우리 팀의 아이디어에 대한 기본 전제와 우리 팀의 기대

(식료품 배송)

직장인들은 갈 수록 바빠지고, 온라인 쇼핑에 익숙해져서 식료품을 구매할때 마저 직접 마트에 가지 않고 온라인으로 식료품을 구매/배송 받기를 원할 것이다.

(공기청정기)

도시에 사는 사람들은 오염된 공기로 인해 괴로움을 받고 있다.
사람들은 깨끗한 공기를 마시기를 원할 것이며, 실내 공기를 정화시키길 원할 것이다

더 뽕족하게 가설을 만드는 법

XYZ 가설

XYZ 가설: Y중 X퍼센트는 Z를 할 것이다. (X% of Y is going to Z)

(식료품 배송)

적어도 30퍼센트의 스타트업에서 근무하는 직장인들은 1주일에 한 번 10만원 어치의 식료품을 온라인으로 주문할 것이다.

(공기청정기)

적어도 70퍼센트의 서울시민은 20만원짜리 공기 정화 기기를 구매할 것이다

더 뽕족하게 가설을 만드는 법

점점 더 뽕족하게

(식료품 배송)

스타트업 -> 역삼동 스타트업 -> 마루 180

(공기청정기)

서울시민 -> 종로구민 -> 성균관대생

쉽게 테스트할 수 있는 가설 설정

이거 만들어도 될까??

가설 설정 이후? 프리토타입 테스트

이 아이디어로 제품을 만들어도 될까? 사람들이 정말 원할까?

본질은 제품이 있는 척 하기

-> '나만의 데이터' 만들기

-> '빠르게 수행 할 수 있기

-> '저렴하게' 수행 할 수 있기

프리토타입 어떻게해?

프리토타입을 설계하자

(예시)

1. 음성 인식이 있는 척 하고 사람이 직접 회의록을 작성하기
2. 세탁물이 자동으로 접히는 기계가 있는척 하고 사람이 직접 접어주기
3. 나무토막이 아이패드인 척 ‘회의 일정 체크 하는척, 기록하는척 하기’
-> 나무토막을 하루 몇시간 정도 꺼내보지? 하루에 몇번이나 꺼냈지? 내가 뭐를 위해 꺼냈지?
4. 가짜 스마트 스피커를 만들고 대화 나누기
-> 지금 몇시야? 미세먼지 언제? 노래 틀어줘. 한시간 뒤 깨워줘

(방법)

1. 클라우드 펀딩
2. SNS(페이스북 페이지)
3. 체험단 설문 모집
4. 랜딩페이지

그래서 이게 무슨 의미지?

프리토타입을 분석하자

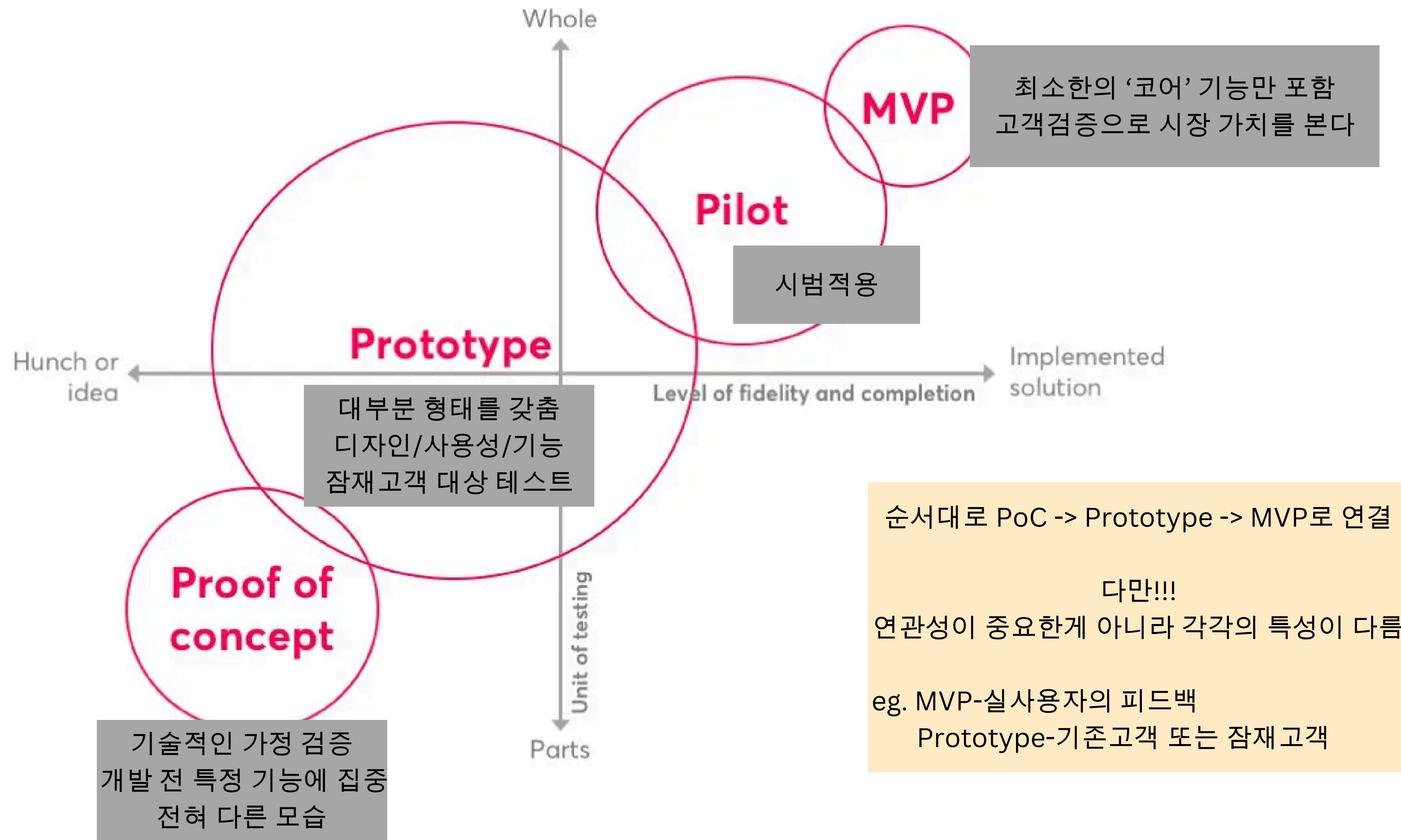
증거의 유형	예시	투자 점수
의견 (전문가 or 비전문가)	"훌륭한 아이디어네" "나라면 안 살거야"	0
격려 혹은 비난	"해봐!" "회사는 그만두지 말고" "바보같은 아이디어네"	0
쓰지 않거나 가짜인 이메일 주소 or 전화번호	spam123@spam.com (02)-123-4567	0
소셜 미디어의 댓글이나 '좋아요' 숫자	"형편없는 아이디어네요" '좋아요' 혹은 '싫어요'	0
온/오프라인 설문조사, 투표, 인터뷰	"이런 제품이 출시되면 구매할 의향이 있으신가요?"	0

제품 업데이트 및 제품 정보 안내에 사용될 것임을 명시적으로 인지한 유효한 이메일 주소	"제품에 관한 업데이트를 받고 싶으면 이메일 주소를 남겨주세요:___"	1
랜딩페이지 방문만 한 숫자	100명 방문	4 (25명 당 1점)
제품 업데이트 및 제품 정보 안내에 사용될 것임을 명시적으로 인지한 유효한 카카오톡 ID	"제품에 관한 업데이트를 받고 싶으면 카톡 ID를 남겨주세요: ___"	5
제품 업데이트 및 제품 정보 안내에 사용 될 것임을 명시적으로 인지한 유효한 전화번호	"제품에 관한 안내 전화를 받고 싶으면 전화번호를 남겨주세요:___"	10
시간 투자	30분간 제품 시연에 참석	30 (분당 1점)
현금 보증금	대기자 명단에 오르기 위해 5만원 지불	50 (천원당 1점)
주문	제품이 출시되는 경우 처음에 나오는 10개 중 하나를 구매하기 위해 25만원 지불	250 (천원당 1점)

얼마나 해야할까?

프리토타입 진행 계획짜기

1. 일주일 안에
2. 100명 이상
3. 잠재고객을 대상으로(커뮤니티, SNS광고, 사전설문조사 등)
4. 최소 3번 이상
5. 나의 가설을 분석하고
6. 그 이유를 고객에게 듣자

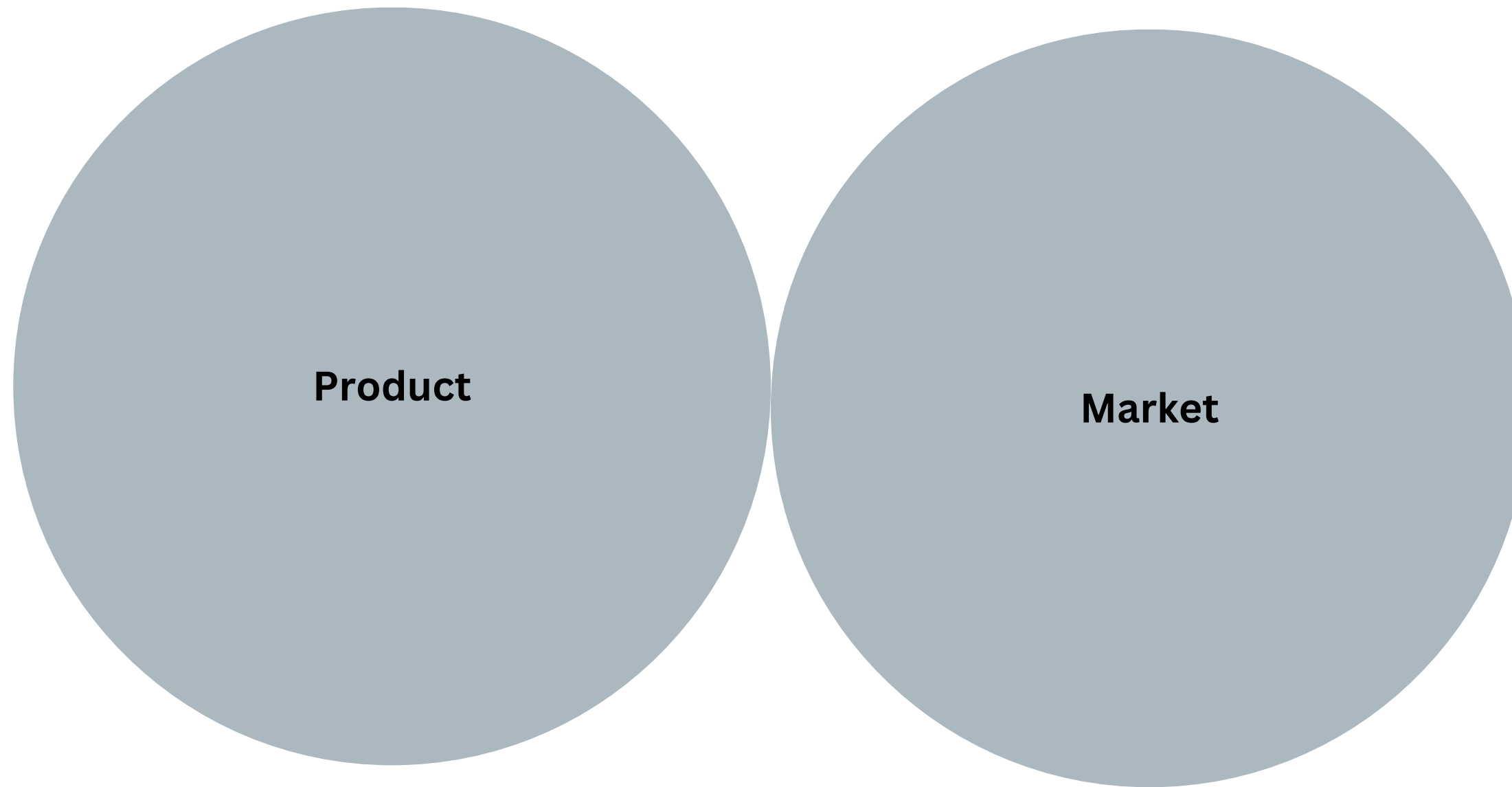


Top three reasons for Start-ups failing

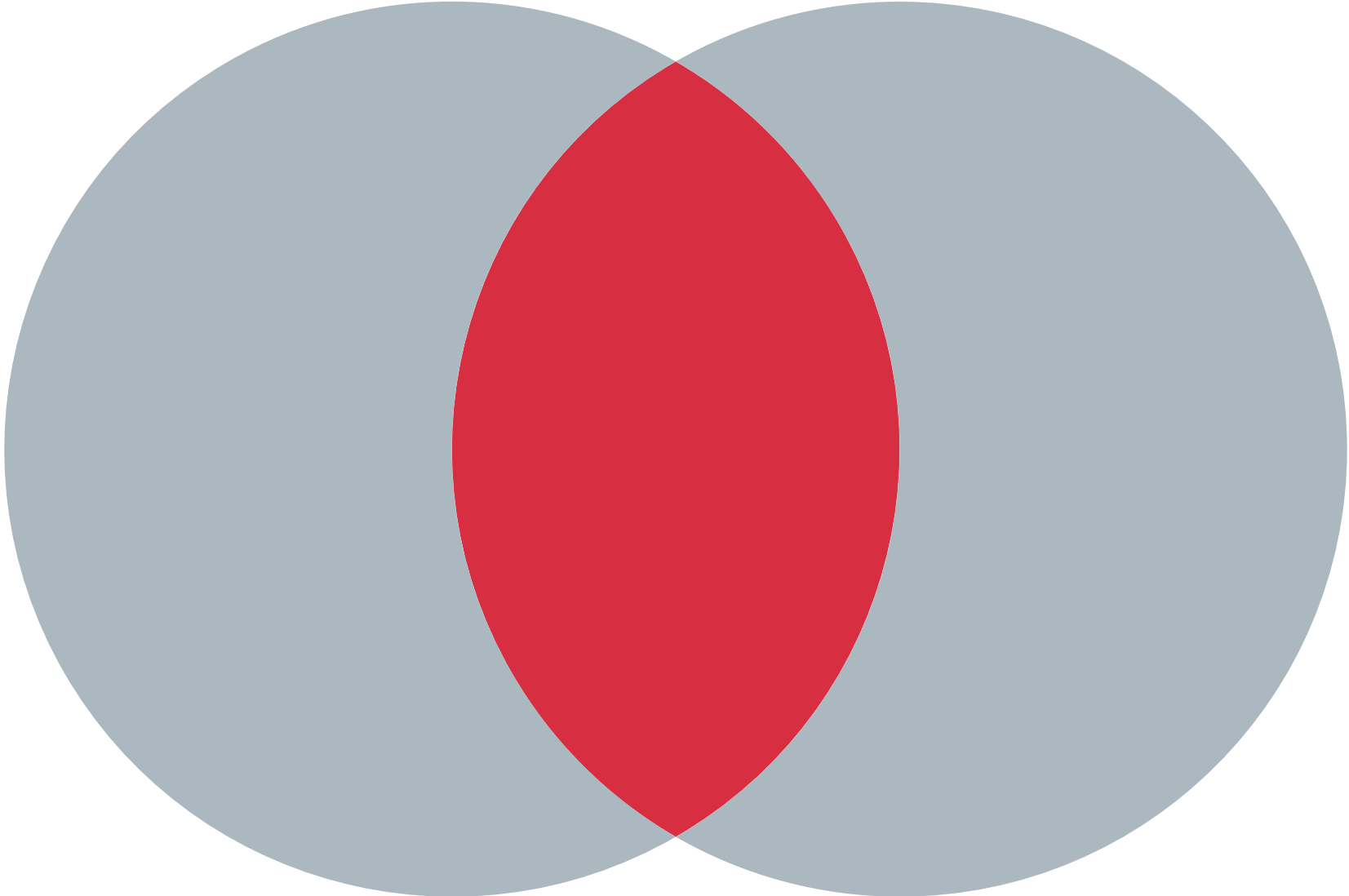
- 1. No market Need (42%)**
- 2. Ran out of Cash (29%)**
- 3. Not the right Team (23%)**

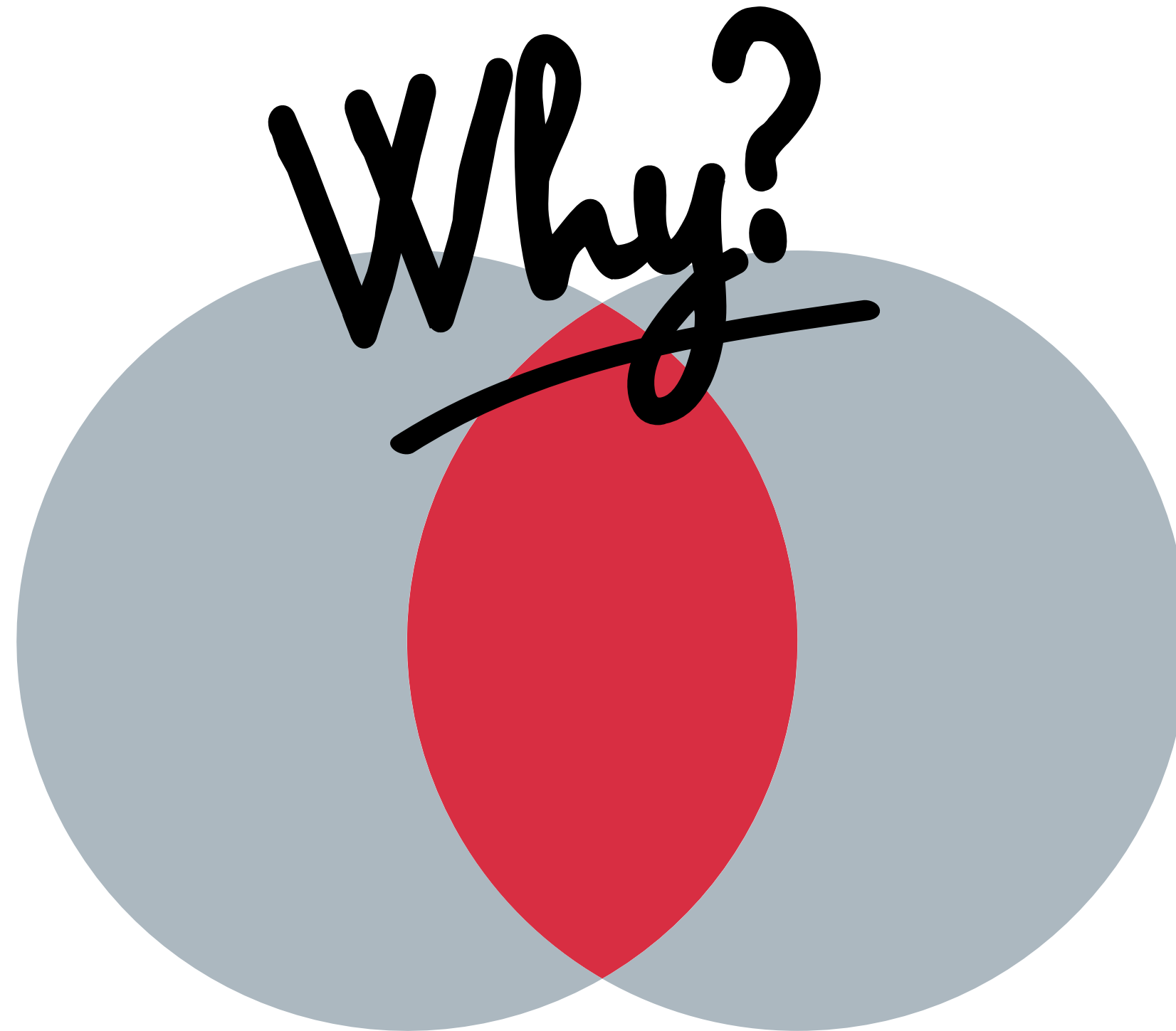
You won't die because of competitors

You die because you're not solving a market need



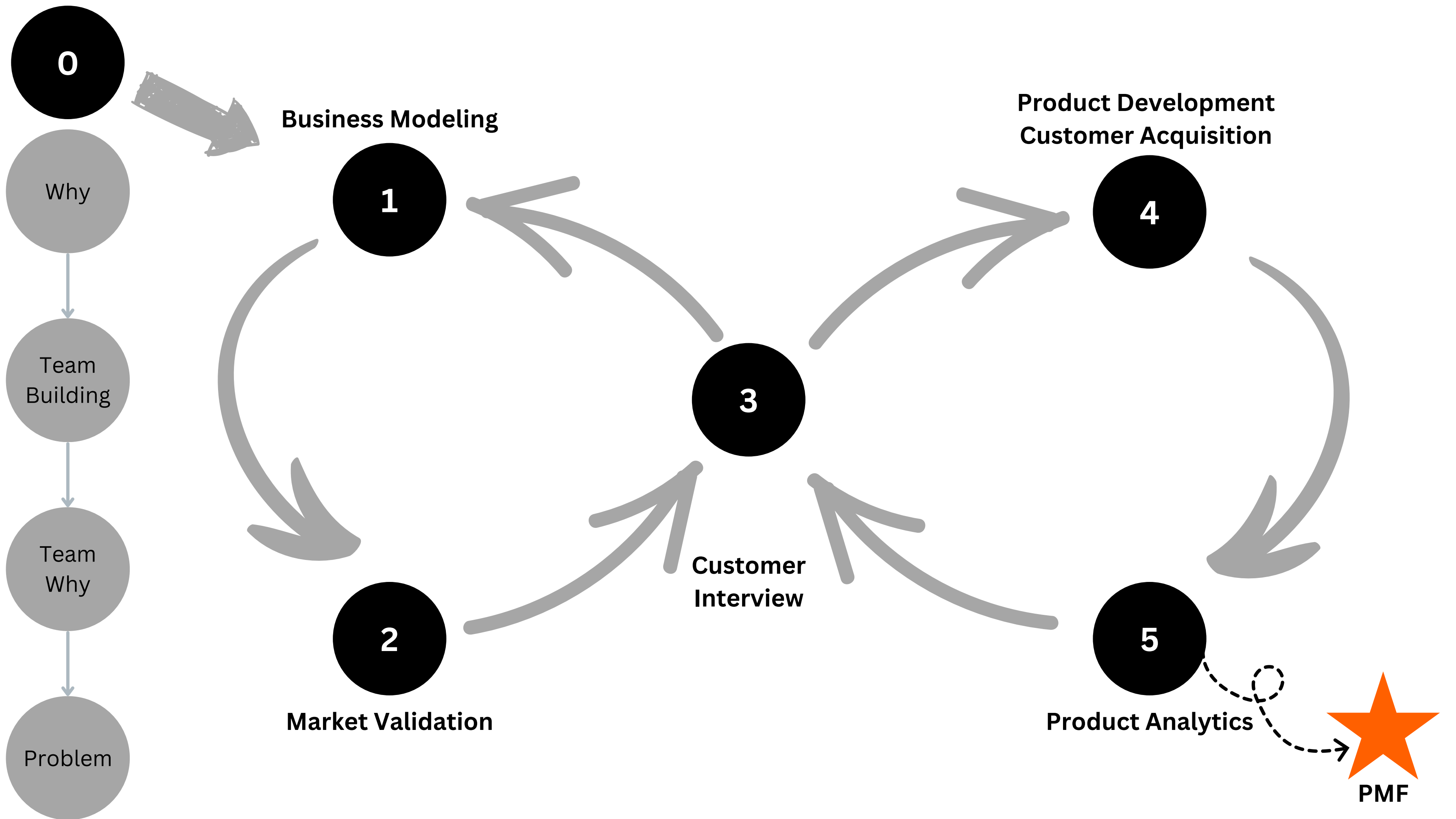
우리의 제품이 시장의 요구와 기대에 얼마나 Fit 한가?





자원 낭비를 줄일수 있음

마케팅을 시도하면서 밑 빠진 독에 물을 붓는다거나,
개발에 대한 리소스를 불필요하게 가져가면서 시간과 금전적 리소스 투입



PMF 검증을 위한 가설 수립 Narrative 작성하기

0. 문제 정의 (Problem to solve)

[1] 원하는 결과 (Desired outcome)

: 고객이 궁극적으로 달성하려는 것

[2] 동기(Motivation)

: 고객이 [1] 을 원하는 이유

[3] 괴리(Gaps)

: 고객이 [1]을 할 수 없는 이유

**0번 에서의 가설이 기각 되는 경우:
‘문제가 충분히 심하지 않다’**

PMF 검증을 위한 가설 수립 Narrative 작성하기

1. 타겟 고객 (Target audience)

[1] 타겟 고객의 주요 정의

- 인구통계학적(나이, 성별, 지역)
- 사회적 속성 (직장인, 특정 직업인, 소득 수준) 등등

[2] 고객 세그먼트 정의

- [1]에서 설정한 속성을 조합해 N개의 세그먼트 구분

[3] 타겟 우선순위 결정

- 문제의 심각성/중요성을 크게 느끼는지?
- 가치 제안에 대해 높이 공감하는지?
- 우리가 가장 강력한 경쟁 우위를 보일 수 있는 대상인지?
- 우리가 쉽게 접근이 가능한지?
- 높은 지불 의사를 가졌는지?

market

고객/타겟은 누구인가

1번 에서의 가설이 기각 되는 경우:

‘시장 규모가 너무 넓거나 작아 정의되어 있지 않음’

PMF 검증을 위한 가설 수립 Narrative 작성하기

2. 가치 제안 (Value proposition)

- [1] 슬로건 (Product Tagline)
- [2] 한줄 가치 제안 (Value Proposition)
- [3] 우리 제품이 그 문제를 어떻게 해결할건지



어떠한 가치를 전달할 것인가

**2번 에서의 가설이 기각 되는 경우:
‘고객이 공감하지 않는 해결책’**

PMF 검증을 위한 가설 수립 Narrative 작성하기



- 4. 차별점 (Competitive advantage)
- 5. 성장 전략 (Growth strategy)
- 6. 수익모델 (Business model)

‘경쟁 업체와 차별화되지 않음’
‘지속 가능한 성장 전략이 부족’
‘제품이 수익성을 입증하지 못함’

PMF 측정지표

1. 정량적 지표

- 1) NPS(순추천점수) : 0과 10 사이의 척도, 고객만족도가 높고 다른사람에게 추천해줄 확률이 높은 것.
- 2) 성장률(Growth rate) : 특정기간 내 지표들이 커지는지 비율로 확인 (고객 수, 매출, 다운로드 수 등)
- 3) 재방문율(Retention rate) : 우리의 서비스를 이용한 고객 중 다시 이용하는 비율
- 4) 40% rule : Dropbox. 제품을 사용할 수 없다면? 40% 매우 실망 ->고객의 필수품이 되었다고 확인!

2. 정성적 지표

시장반응 : 고객, 업계사람들, 언론 등 리뷰, 추천, 보도 등으로 확인

PMF를 맞추는 중요한 요소

- 1) 가설에 대한 지속적인 검증
- 2) 데이터 확보
- 3) 최대한 빠르게
- 4) 정답은 언제나 고객속에