500Sber

Основа роста

(Foundation of Growth)

Рабочая тетрадь

500

Упражнение
«10K»

Наш бизнес, - это _____

Мы _____ *для* _____ *кто* _____

Наши клиенты любят нас, потому что _____ *,и предпочитают нас конкурентам, потому что* _____

Наш основной способ привлечения новых клиентов, – это _____

Мы зарабатываем _____

Единственная цель, которую мы хотим достичь к концу буткемпа, - это чтобы _____ *достигло(а)* _____

Наш бизнес станет очень успешным, если _____

_____ *может убить наш бизнес*

В следующие 3 месяца нам нужно сосредоточиться на _____

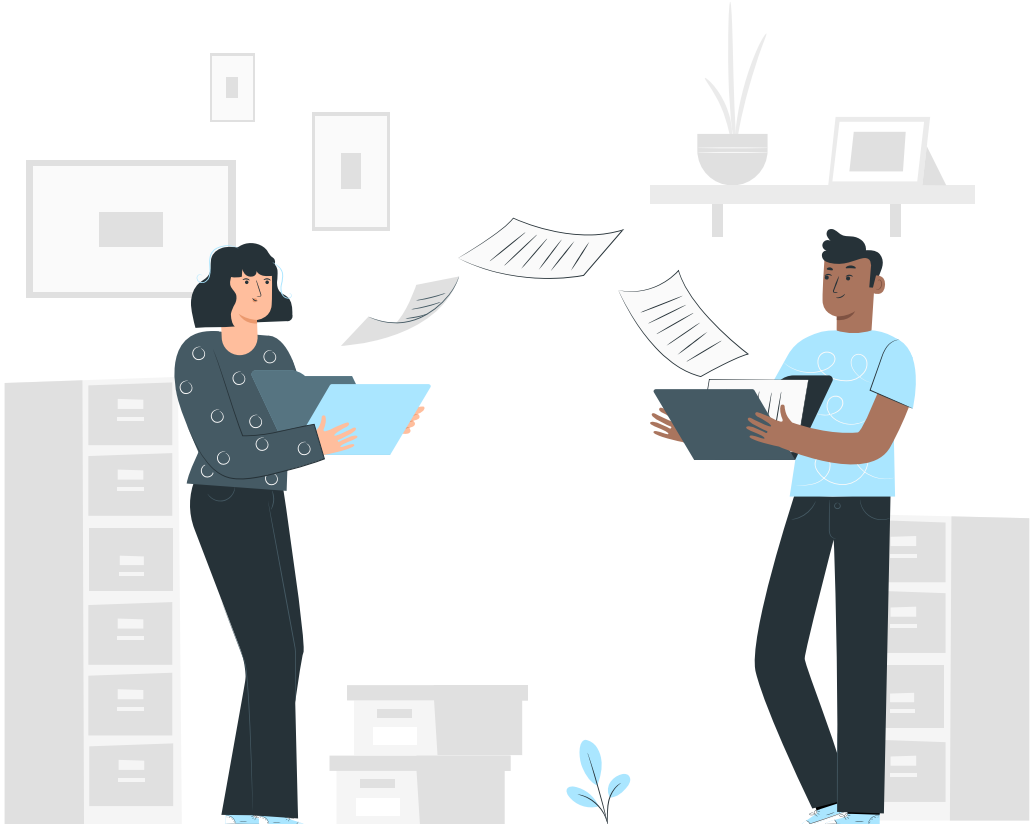
Будьте конкретными и краткими!

Упражнение:
создайте первоначальное ценностное предложение вашей компании (value proposition):

Название вашей компании:

_____

Ваше ценностное предложение:

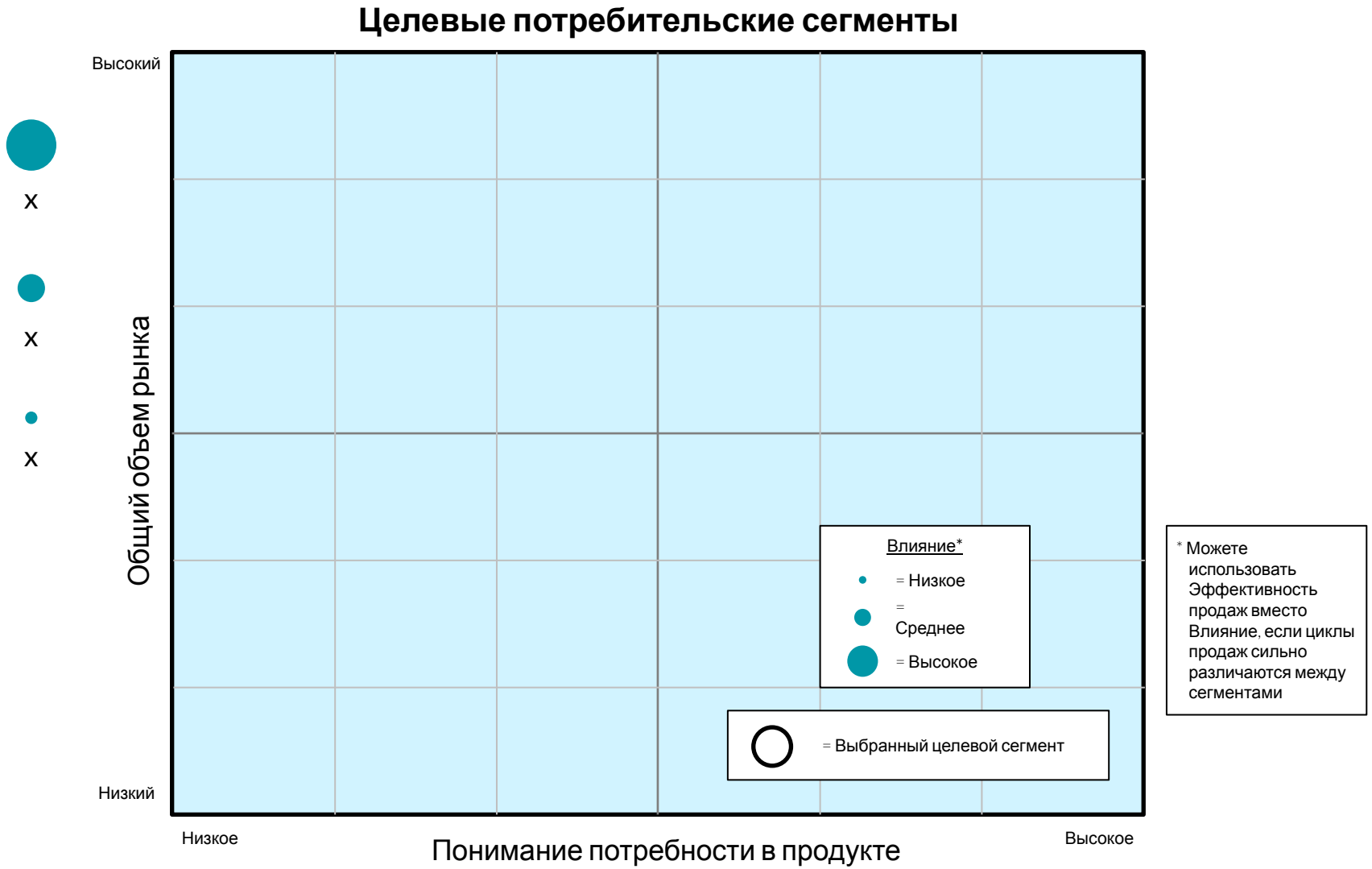


500

Упражнение:
составьте список целевых потребительских сегментов и проранжируйте их, обязательно определите топ-10 лучших:

1.
2.
3.
4.
5.
6.
7.
8.
9.
10.
11.
12.
13.
14.
15.
16.
17.
18.
19.
20.

Упражнение:
отметьте на графике топ-10 клиентских сегментов (Target Customer Segments):



Source: Richard A. MacDonald, Jr.

Упражнение:

создайте персону клиента для каждого целевого клиентского сегмента и убедитесь в правильности выбора целевых сегментов.

Целевой клиентский сегмент:

- Имя:
- Профессия:
- Возраст:
- Место проживания:
- Тип места:
- Образование:
- Доход:
- Семейное положение:
- Интересы:
- Разочарования:
- Потребности:
- Проблемы:
- Цели:
- Цитата:

Source: Adapted from the MIT course "Becoming an Entrepreneur".

Целевой клиентский сегмент:

- Имя:
- Профессия:
- Возраст:
- Место проживания:
- Тип места:
- Образование:
- Доход:
- Семейное положение:
- Интересы:
- Разочарования:
- Потребности:
- Проблемы:
- Цели:
- Цитата:

Source: Adapted from the MIT course "Becoming an Entrepreneur".

Целевой клиентский сегмент:

- Имя:
- Профессия:
- Возраст:
- Место проживания:
- Тип места:
- Образование:
- Доход:
- Семейное положение:
- Интересы:
- Разочарования:
- Потребности:
- Проблемы:
- Цели:
- Цитата:

Source: Adapted from the MIT course "Becoming an Entrepreneur".

Целевой клиентский сегмент:

- Имя:
- Профессия:
- Возраст:
- Место проживания:
- Тип места:
- Образование:
- Доход:
- Семейное положение:
- Интересы:
- Разочарования:
- Потребности:
- Проблемы:
- Цели:
- Цитата:

Source: Adapted from the MIT course "Becoming an Entrepreneur".

Целевой клиентский сегмент:

- Имя:
- Профессия:
- Возраст:
- Место проживания:
- Тип места:
- Образование:
- Доход:
- Семейное положение:
- Интересы:
- Разочарования:
- Потребности:
- Проблемы:
- Цели:
- Цитата:

Source: Adapted from the MIT course "Becoming an Entrepreneur".

Упражнение:
определите преимущества, которые дает ваш продукт

Потребности человека

Больш
е

Влияние

Социальные

- САМОПРЕВОСХОЖДЕНИЕ — Помощь другим людям или обществу в более широком смысле
- МОТИВАЦИЯ — Стимулирование людей к достижению их целей
- НАДЕЖДА — Обеспечение повода для оптимизма
- САМОРЕАЛИЗАЦИЯ — Обеспечение чувства собственного достоинства или роста
- ПРИНАДЛЕЖНОСТЬ — Помощь людям стать частью группы людей, которыми они восхищаются
- НАСЛЕДИЕ — Обеспечение хороших инвестиций для будущих поколений

Эмоциональные

- СНИЖЕНИЕ БЕСПОКОЙСТВА — Помогать людям меньше волноваться и чувствовать себя в безопасности
- ВОЗНАГРАЖДЕНИЕ — Обеспечивает преимущества для постоянного клиента
- НОСТАЛЬГИЯ — Напоминает людям о чем-то хорошем в прошлом
- ДИЗАЙН / ЭСТЕТИКА — Обеспечение привлекательной формы или дизайна
- ЗНАК ОТЛИЧИЯ — Представление достигнутого статуса или стремлений
- ЗДОРОВЬЕ — Улучшение физического или психического состояния
- ТЕРАПЕВТИЧЕСКАЯ ЦЕННОСТЬ — Обеспечение терапевтической ценности или благополучия
- ВРЕМЯПРОВОЖДЕНИЕ — Предложение веселых развлечений
- ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ — Помогает людям чувствовать себя более привлекательными
- ДОСТУПНОСТЬ — Обеспечение доступа к информации, товарам, услугам и т.д.

Функциональные

- ЭКОНОМИЯ ВРЕМЕНИ — Экономия времени на задачах или транзакциях
- ПРОСТОТА — Снижение уровня сложности и адаптация
- ЗАРАБАТЫВАНИЕ ДЕНЕГ — Помощь в зарабатывании денег
- СНИЖЕНИЕ РИСКА — Защита от потерь
- ОРГАНИЗАЦИЯ — Помощь в организации процессов
- ИНТЕГРАЦИЯ — Интеграция различных аспектов жизни
- ОБЩЕНИЕ — Связь в другими людьми
- СНИЖЕНИЕ УСИЛИЙ — Делать дела с меньшими усилиями
- ИЗБЕГАНИЕ ПРОБЛЕМ — Избегание или уменьшение проблем
- СНИЖЕНИЕ СТОИМОСТИ — Экономия денег на покупках, комиссиях или подписках
- КАЧЕСТВО — Обеспечение товаров и услуг высокого качества
- РАЗНООБРАЗИЕ — Обеспечение возможности выбора
- СЕНСОРНАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ — Привлекательный вкус, запах, звук и другие чувства
- ИНФОРМАЦИЯ — Предоставление проверенной и достоверной информации по теме

Source: Adapted from the articles "The 30 Things Customers Really Value", Harvard Business Review, August 11, 2016, and "The Elements of Value", Harvard Business Review, September, 2016.

Упражнение: превратите преимущества для клиентов в ценностное предложение

Имя вашей компании: опишите вашу компанию с помощью 7 слов или менее.

X	B: ... C: ...
X	B: ... C: ...
X	B: ... C: ...
X	B: ... C: ...
X	B: ... C: ...
X	B: ... C: ...
X	B: ... C: ...

B = компания, которая покупает и использует ваш продукт в случаем продаж b2b.
C = клиент, который покупает и использует ваш продукт в случае продаж b2c.

Source: Richard A. MacDonald, Jr.

Упражнение:

Для каждого целевого клиентского сегмента определите экономических, технических и влиятельных покупателей:

01

Целевой клиентский сегмент:

- Экономический:
- Технический:
- Влиятельный:

02

Целевой клиентский сегмент:

- Экономический:
- Технический:
- Влиятельный:

03

Целевой клиентский сегмент:

- Экономический:
- Технический:
- Влиятельный:

04

Целевой клиентский сегмент:

- Экономический:
- Технический:
- Влиятельный:

Source: Richard A. MacDonald, Jr.

Целевые клиентские сегменты:

05

Целевой клиентский сегмент:

- Экономический:
- Технический:
- Влиятельный:

06

Целевой клиентский сегмент:

- Экономический:
- Технический:
- Влиятельный:

07

Целевой клиентский сегмент:

- Экономический:
- Технический:
- Влиятельный:

...

Целевой клиентский сегмент:

- Экономический:
- Технический:
- Влиятельный:

Source: Richard A. MacDonald, Jr.

Упражнение:
создайте свою 60-секундную историю, чтобы побудить покупателей приобрести ваш продукт (в идеале, пока вы спите)

При раскадровки слайдов помните про главные аспекты:

1. Название
2. Текущая ситуация для целевого сегмента клиентов
3. Ограничения в текущей ситуации
4. Решение вашей компании
5. Дополнительные преимущества
6. Топ-3 основных преимуществ для клиента
7. Контакты компании

Source: Richard A. MacDonald, Jr.

Раскадровка слайдов

1.
2.
3.
4.
5.
6.
7.
8.
9.
10.

...

Source: Richard A. MacDonald, Jr.

Упражнение:
определите топ-3 способа активировать покупателей
(в идеале, пока вы спите)

01

02

03

Source: Richard A. MacDonald, Jr.

Упражнение:

запишите 5 различных статей расходов, которые обязательно будут включены в ваш расчет CAC

01

02

03

04

05

Source: Richard A. MacDonald, Jr.

Упражнение:
вставьте скриншот вашего “Водопада прибыли”

Упражнение:
рассчитайте предварительный CAC и CLV на основе последних данных

Упражнение:
нарисуйте пирамиду метрик (Metrics Pyramid)

Помните про организацию уровней:

- *Метрики верхнего уровня*
- *Метрики причины*
- *Метрики действия*

Упражнение:
KPI Dashboard

Вставьте скриншот панели KPI + ссылку на нее

Ссылка на шаблон (сделать копию)
https://docs.google.com/spreadsheets/d/1czQlOyKAhCY11e_ihWw49Zxrv04RUwGe0UgZT__TXDY/edit#gid=0

Упражнение:
ICE Brainstorming

Вставьте скриншот своего Портфеля идей *(Backlog)+* ***ссылку***

Шаблон *Backlog (****сохраните копию****):*
https://docs.google.com/spreadsheets/d/1pKn5AptWAgGLtJXlTFnnRq1WVTvWq-9nrLexF9h7wag/copy

Упражнение:
Cohort Analysis

Вставьте скриншот вашего когортного анализа сюда