

500Sber

Основа роста

(Foundation of Growth)

Рабочая тетрадь

500



# Упражнение

«10К»

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!**

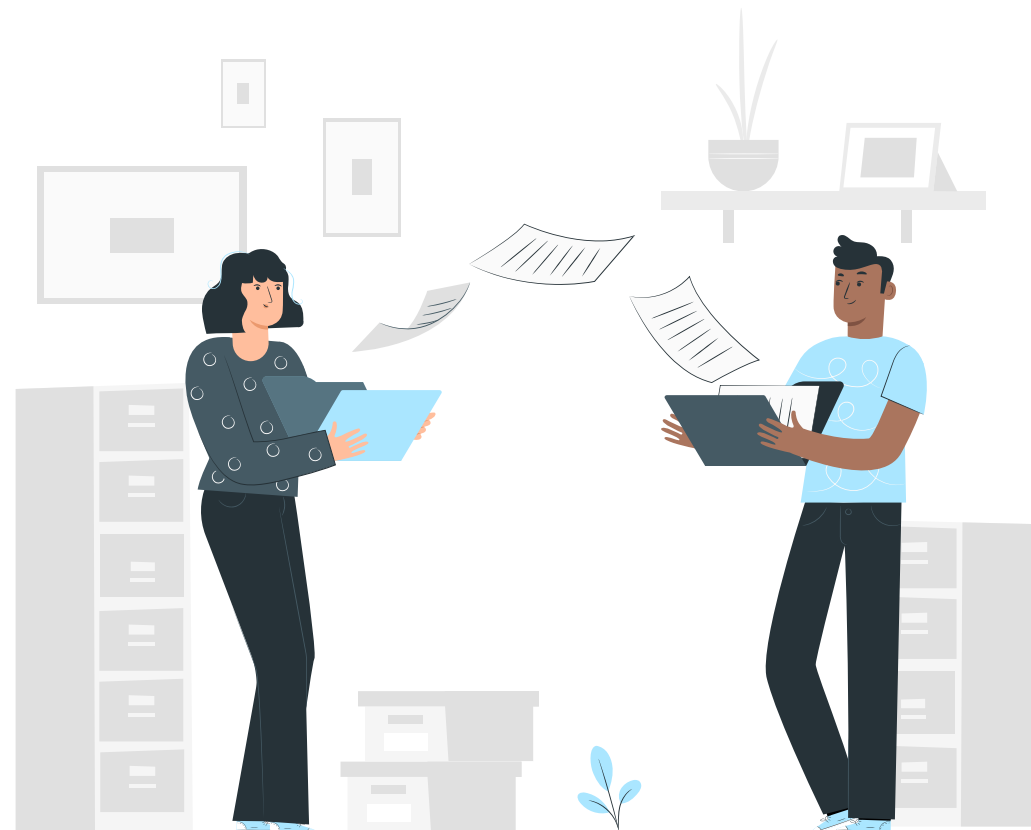
## Упражнение:

создайте первоначальное ценностное предложение вашей компании (value proposition):

Название вашей компании:

---

Ваше ценностное предложение:





## Упражнение:

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

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



# Упражнение:

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





## Упражнение:

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

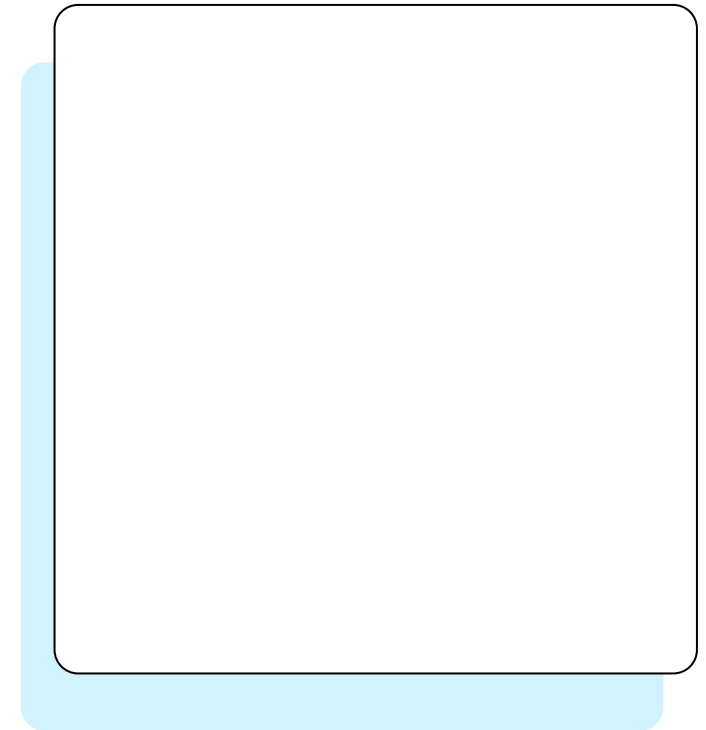
Целевой клиентский сегмент:

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



## Целевой клиентский сегмент:

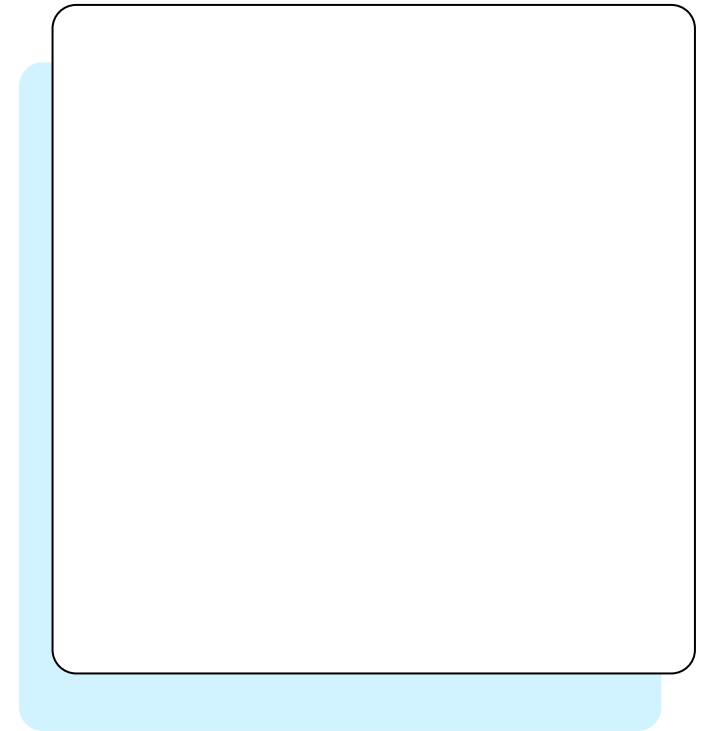
- Имя:
- Профессия:
- Возраст:
- Место проживания:
- Тип места:
- Образование:
- Доход:
- Семейное положение:
- Интересы:
- Разочарования:
- Потребности:
- Проблемы:
- Цели:
- Цитата:





## Целевой клиентский сегмент:

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

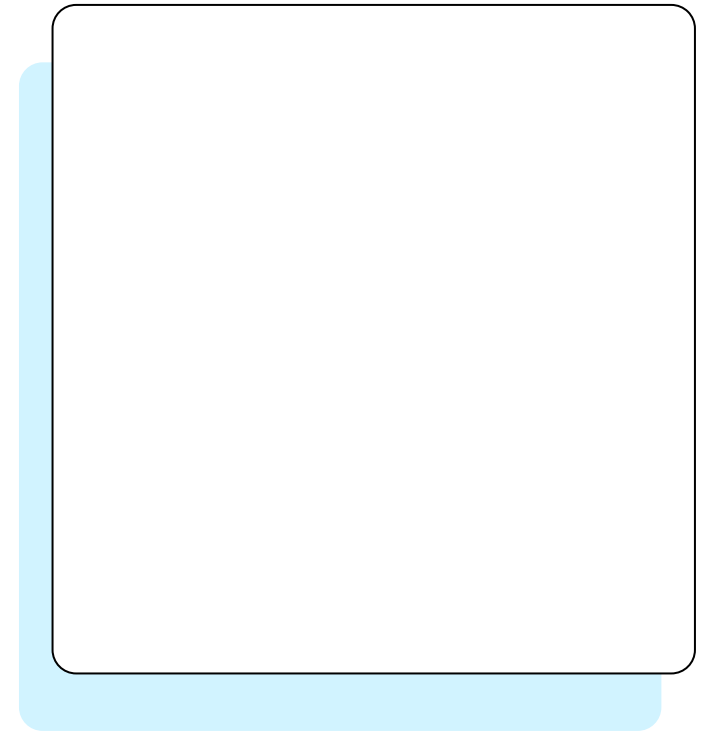






## Целевой клиентский сегмент:

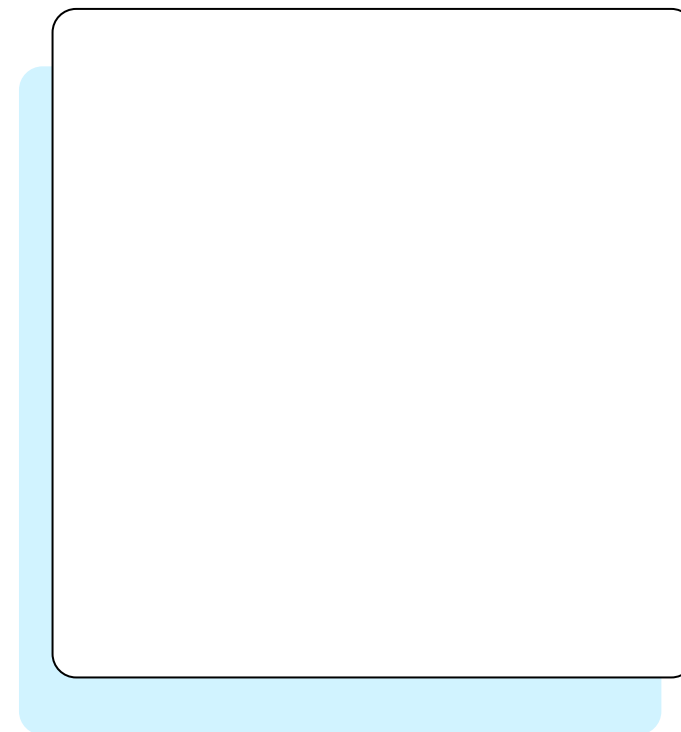
- Имя:
- Профессия:
- Возраст:
- Место проживания:
- Тип места:
- Образование:
- Доход:
- Семейное положение:
- Интересы:
- Разочарования:
- Потребности:
- Проблемы:
- Цели:
- Цитата:





## Целевой клиентский сегмент:

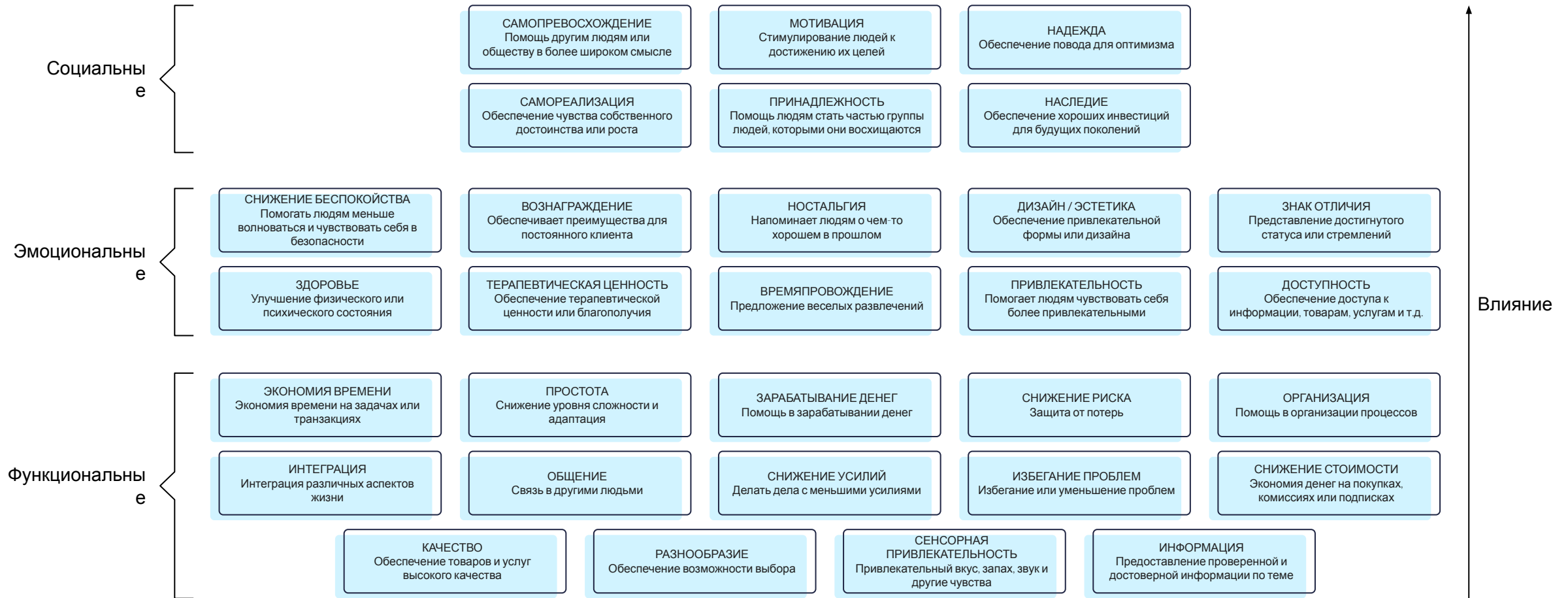
- Имя:
- Профессия:
- Возраст:
- Место проживания:
- Тип места:
- Образование:
- Доход:
- Семейное положение:
- Интересы:
- Разочарования:
- Потребности:
- Проблемы:
- Цели:
- Цитата:



# Упражнение: определите преимущества, которые дает ваш продукт



Потребности человека





## Упражнение: превратите преимущества для клиентов в ценностное предложение

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

B:...

C:...

B:...

C:...

B:...

C:...

B:...

C:...

B:...

C:...

B:...

C:...

B:...

C:...

B = компания, которая покупает и использует ваш продукт в случае продаж b2b.

C = клиент, который покупает и использует ваш продукт в случае продаж b2c.



## Упражнение:

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

**01**

Целевой клиентский сегмент:

- Экономический:
- Технический:
- Влиятельный:

**03**

Целевой клиентский сегмент:

- Экономический:
- Технический:
- Влиятельный:

**02**

Целевой клиентский сегмент:

- Экономический:
- Технический:
- Влиятельный:

**04**

Целевой клиентский сегмент:

- Экономический:
- Технический:
- Влиятельный:



## Целевые клиентские сегменты:

**05**

Целевой клиентский сегмент:

- Экономический:
- Технический:
- Влиятельный:

**07**

Целевой клиентский сегмент:

- Экономический:
- Технический:
- Влиятельный:

**06**

Целевой клиентский сегмент:

- Экономический:
- Технический:
- Влиятельный:

■ ■ ■

Целевой клиентский сегмент:

- Экономический:
- Технический:
- Влиятельный:



## 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



## Раскадровка слайдов

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





## Упражнение:

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

**01**

**02**

**03**

## Упражнение:

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



**01**

**02**

**03**

**04**

**05**

## **Упражнение:**

вставьте скриншот вашего “Водопада прибыли”

## **Упражнение:**

рассчитайте предварительный SAC 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/1czQIOyKAhCY11e\\_ihWw49Zxrv04RUwGe0UgZT\\_TXDY/edit#gid=0](https://docs.google.com/spreadsheets/d/1czQIOyKAhCY11e_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/1pKn5AptWAgGLtJXITFnnRq1WVTvWq-9nrLexF9h7wag/copy>

## **Упражнение:** Cohort Analysis

*Вставьте скриншот вашего когортного анализа сюда*