

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!**

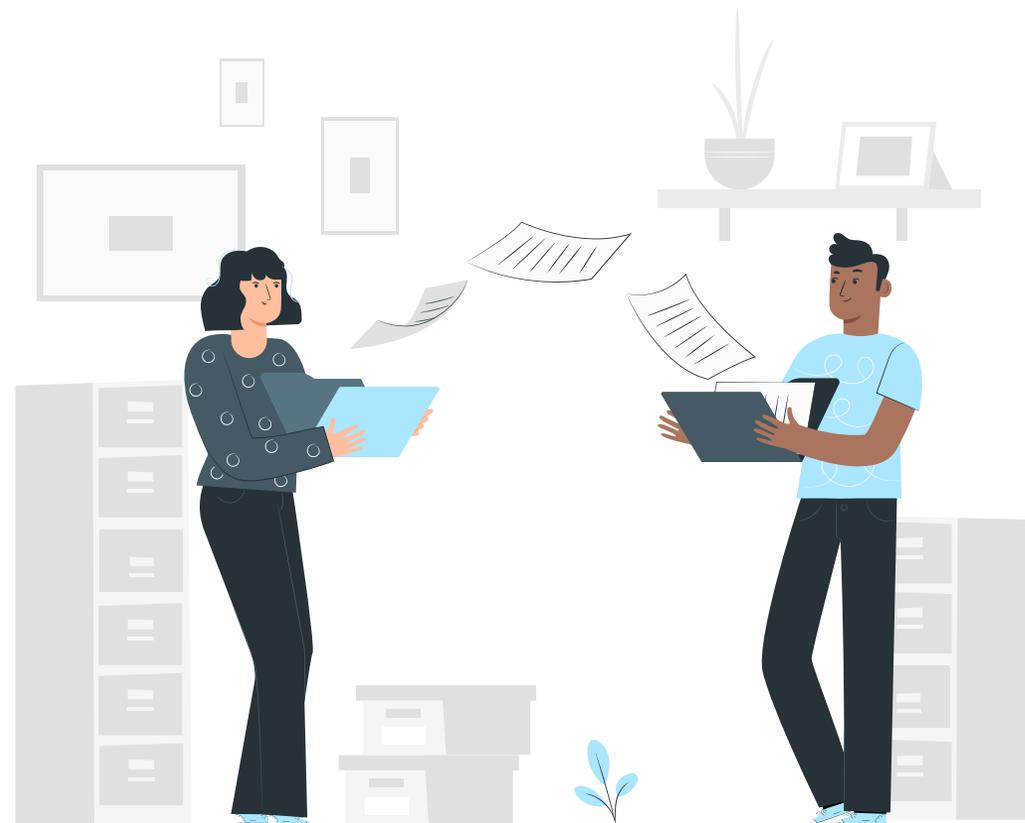
## Упражнение:

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.

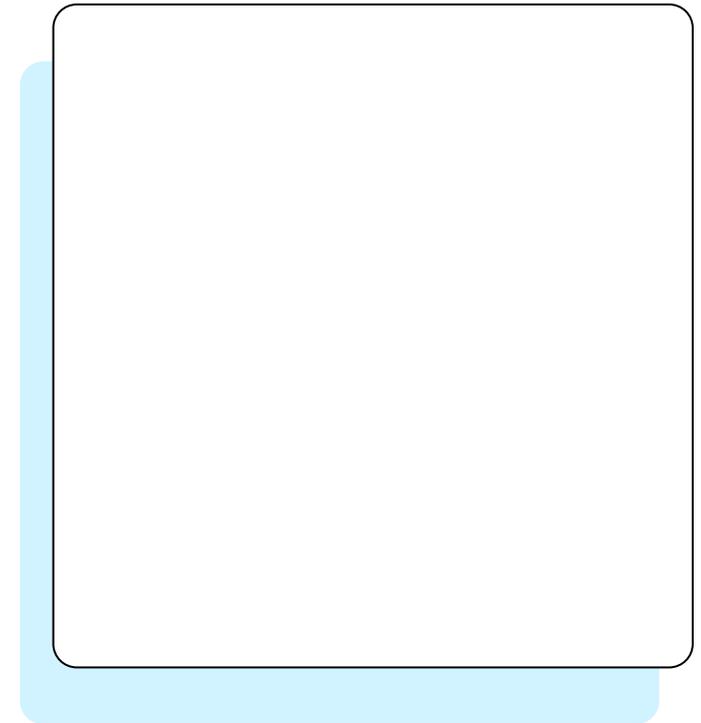
Целевой клиентский сегмент:

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



## Целевой клиентский сегмент:

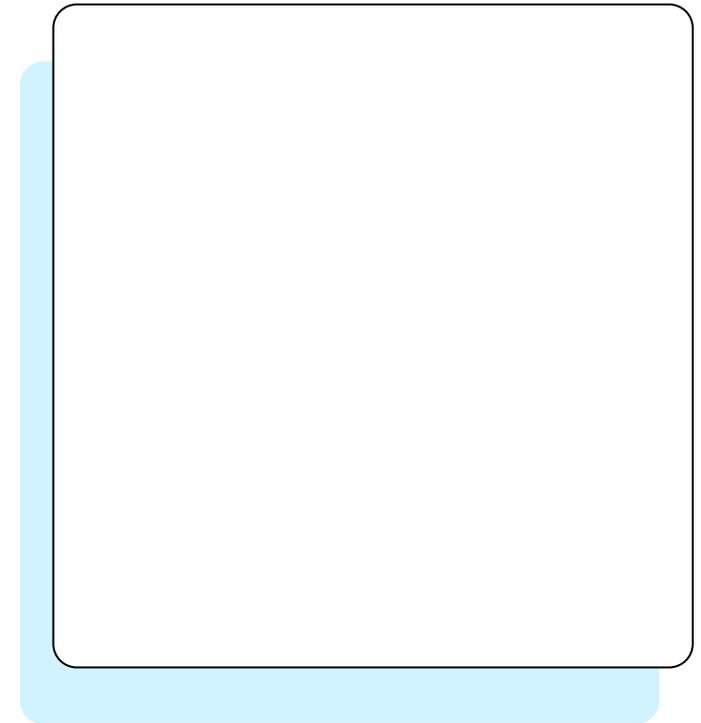
- Имя:
- Профессия:
- Возраст:
- Место проживания:
- Тип места:
- Образование:
- Доход:
- Семейное положение:
- Интересы:
- Разочарования:
- Потребности:
- Проблемы:
- Цели:
- Цитата:





## Целевой клиентский сегмент:

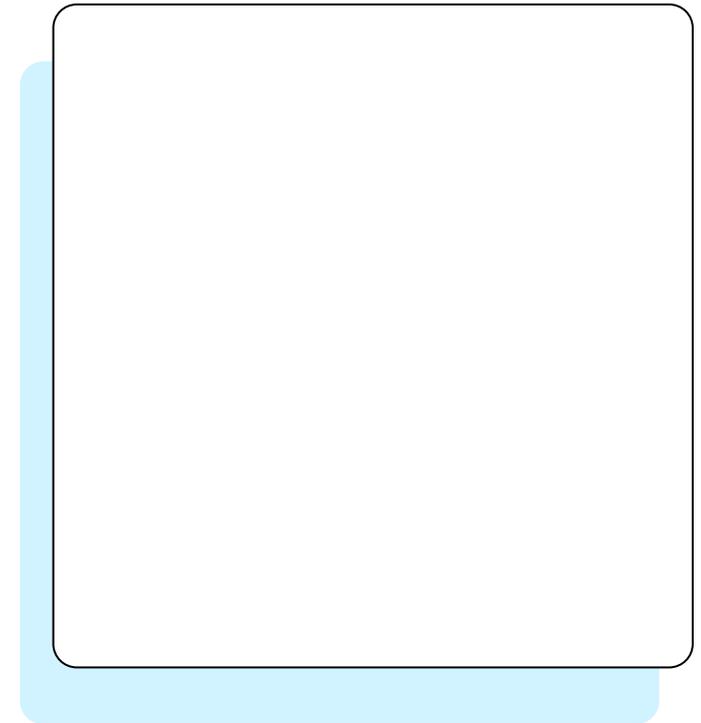
- Имя:
- Профессия:
- Возраст:
- Место проживания:
- Тип места:
- Образование:
- Доход:
- Семейное положение:
- Интересы:
- Разочарования:
- Потребности:
- Проблемы:
- Цели:
- Цитата:





## Целевой клиентский сегмент:

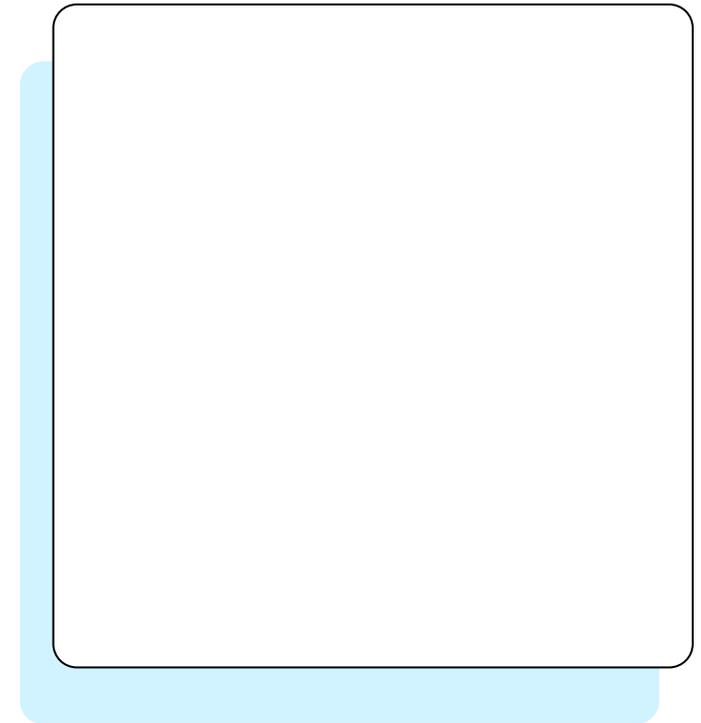
- Имя:
- Профессия:
- Возраст:
- Место проживания:
- Тип места:
- Образование:
- Доход:
- Семейное положение:
- Интересы:
- Разочарования:
- Потребности:
- Проблемы:
- Цели:
- Цитата:





## 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

Социальны  
е

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

Эмоциональны  
е

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.

Функциональны  
е

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	



Больш  
е

Влияние



## Упражнение: превратите преимущества для клиентов в ценностное предложение

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

X  
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*