Школа трекеров

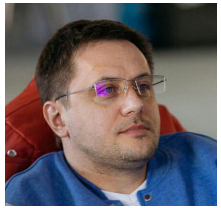
Модуль 2. Инструменты трекинга

Михайлов Юрий

+79194905503

https://www.facebook.com/yu.s.mikhaylov

- Эксперт Преакселератора и трекер очного акселератора ФРИИ (Москва) с 2018 г.
- Сертифицированный трекер Right Track (Москва)
- Трекер и ведущий трекер в акселераторах Московского инновационного кластера, "Большая разведка", Акселератор АСИ и др.
- Более 15 лет опыта управления в бизнесе, более 5 лет опыта развития собственных стартапов, начиная со стадии идеи до масштабирования продаж



Малинин Сергей

+79222402090

https://www.facebook.com/sergey.malinin.94

- Эксперт и трекер преакселератора ФРИИ (Москва) с 2018 г.
- Эксперт центра по подготовке руководителей цифровой трансформации при РАНХиГС
- Сертифицированный трекер Right Track (Москва)
- IT-предприниматель, основатель компании по разработке ПО
- Основатель телемедицинского стартапа “Визом”.
- Опыт работы трекером в боллее чем 20 акселераторах

Инсайты

- При оценке потенциала проектов изменилась точка зрения
- У продукта может быть несколько стейкхолдеров
- Проблема приносит ущерб
-

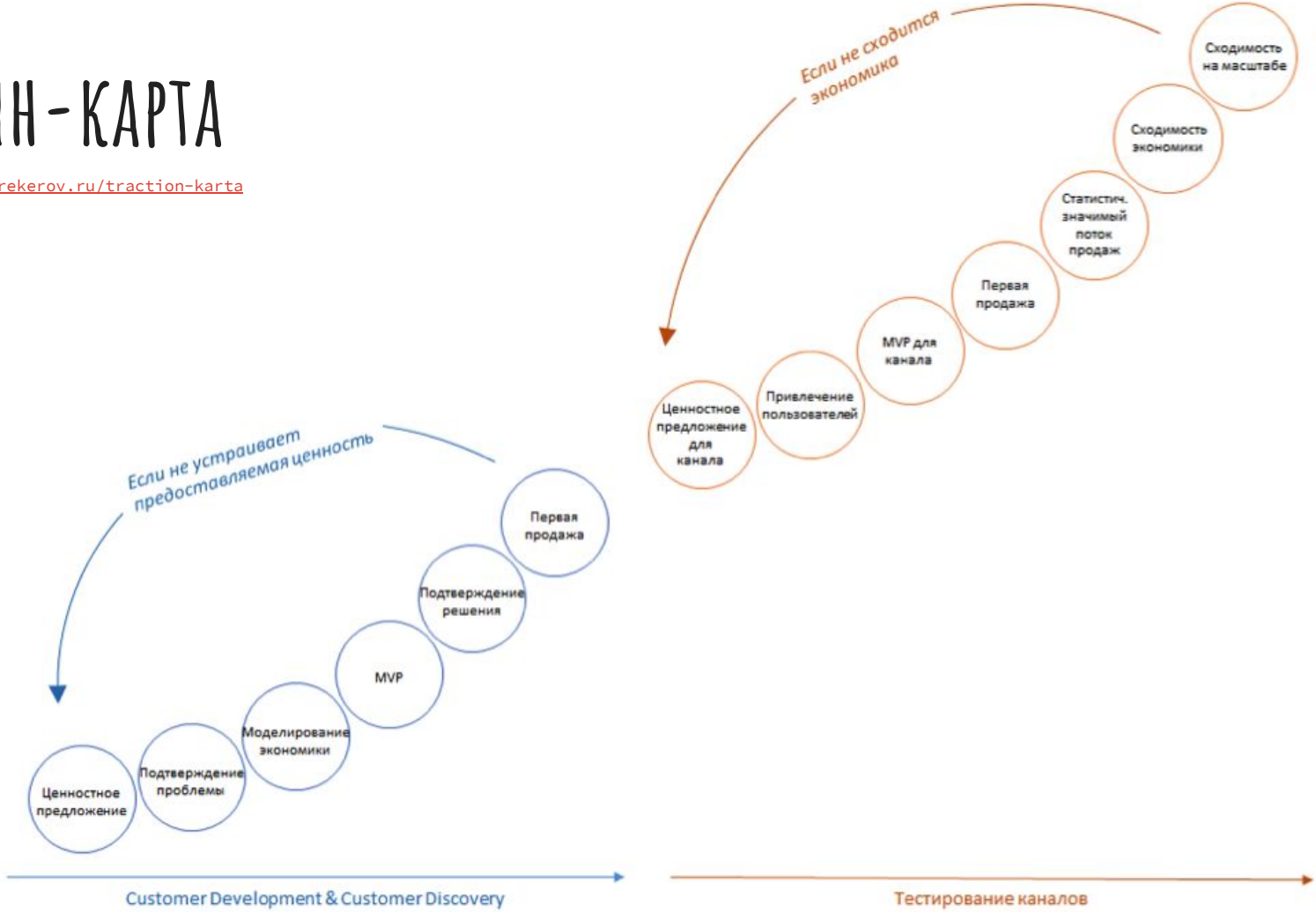
Инструменты

✓ Целеполагание, поиск главного ограничения, HADI, спринты

- Трекшн-карта
- Проблемное интервью
- Ценностное предложение
- Продажи при помощи ценности
- ABC-сегментация
- Решенческие интервью (контроль ценности)
- Планерка / трекшн-митинг
- ...

Трекшн-карта

https://shkolatrekerov.ru/traction-karta



Трекшн-карта

https://shkolatrekerov.ru/traction-karta
https://docs.google.com/spreadsheets/d/1BfBd5BHk9tm2VzkNhfeBNxCYZMW8bWi7byLyjjSCCx8/edit#gid=1117412554

Customer development					
Клиентский сегмент	Ценностное предложение	Проблема подтверждена	Готов MVP	Решение подтверждено	1-я продажа
Крупные магазины	Повышаем продажи и снижаем издержки за счет ...	Да, 7 интервью	Отчет на бумаге	Да, сделано для 2 клиентов	Да
Мелкие магазины	Повышаем продажи за счет ...	3 интервью	SaaS-версия	Да, сделано для 2 клиентов	Да
Торговые центры	Повышаем арендные платежи	1 интервью	Отчет на бумаге	Да	Нет
Маркетинговые агентства	Нет				

Тестирование каналов							
Канал продаж	Ценностное предложение	Пользователи привлечены	Есть инструмент продаж и продукт	1-я продажа в канале	Статистич. значимый поток	Экономика сходится	Экономика сходится на масштабе
Прямые продажи	То же	Да	Есть презентация, требуется доработка коробочной				
Я.Директ	То же	Да	Лендинг, SaaS-версия	Да	1-2 продажи в день	Нет	
Партнерская рассылка	То же	Да	Письмо, лендинг, SaaS-	Нет			
Реферральная программа	То же + скидка обоим	Нет	Реферральная ссылка, лендинг, SaaS				

Инструменты

- ✓ Целеполагание, поиск главного ограничения, HADI, спринты
- ✓ Трекшн-карта
- Проблемное интервью
- Ценностное предложение
- Продажи при помощи ценности
- ABC-сегментация
- Решенческие интервью (контроль ценности)
- Планерка / трекшн-митинг
- ...

Галлюцинации

Галлюцинации

Пока команда не общается с клиентом – она **коллективно галлюцинирует** о потребностях, функциях и наличии клиентов

Customer Development

Customer Development — это клиентоориентированный подход к созданию продукта. Согласно этой концепции продукт обязательно должен решать проблему клиента.

Сначала выявляется проблема, потом разрабатывается продукт, **а не наоборот!**

Проблемные интервью

1. Формулирование гипотезы проблемы
2. Подготовка вопросов
3. Поиск респондентов
4. Общение
5. Фиксация результатов
6. Выводы

Вопросы для интервью

1. Все вопросы про прошлый опыт человека! Не про будущее, не про «как обычно», не про «если бы», а только про факты из реального опыта собеседника.

2. Открытые вопросы! Просите собеседника рассказывать вам истории из жизни и углубляйтесь в детали.

3. Никаких мнений, оценок, уговоров и споров!

Во время интервью:

- Не говорить про продукт
- Не перебивать
- Не бояться пауз
- Не «подсказывать» ответы
- Нужны только факты (без слов «иногда», «часто», «обычно»)
- Длительность интервью – больше 20 минут
- Вы говорите меньше 20% времени
- Уточнять: 5 «почему» и «Правильно ли я понимаю, что…», «С кем посоветуете ещё поговорить?», «Что я у Вас ещё не спросил?»

Фиксация результатов:

1. Ходить на интервью вдвоём
2. Записывать интервью на аудио
3. Переводить интервью в текст
4. Записывать ответы словами респондента
5. Заносить результаты в сводную таблицу

Самая простая табличка		
Что хочу узнать	Вопросы	Цитаты

В результате проблемных интервью команда понимает:

1. Есть ли у клиентов проблема и насколько она актуальна?
2. Какие есть сегменты потенциальных клиентов?
3. Какие уже есть решения, сколько они стоят клиентам и почему клиенты их используют?

Customer Development

«Большинство стартапов провалилось, не потому, что у них был плохой продукт, а потому, что этот продукт был никому не нужен»

Эрик Рис, американский предприниматель, пионер методологии «Lean Startup»

Литература

Фитцпатрик Роб.

“Спроси маму. Как общаться с клиентами и подтвердить правоту своей бизнес-идеи, если все кругом врут?”

Инструменты

- ✓ Целеполагание, поиск главного ограничения, HADI, спринты
- ✓ Трекшн-карта
- ✓ Проблемное интервью
- Ценностное предложение
- Продажи при помощи ценности
- ABC-сегментация
- Решенческие интервью (контроль ценности)
- Планерка / трекшн-митинг
- ...

Зачем нужна ценность?

Зачем нужна ценность?

- Продажа без ценности – впаривание
- Впаривание порождает неудовлетворенных клиентов и это нельзя масштабировать
- Ценность нужна для построения устойчивых продаж
- Ценность позволяет управлять ценой

Шаблон ценностного предложения

Для _____,

(клиент)

Которые _____,

(ситуация)

Испытывают _____,

(проблема)

Мы делаем _____,

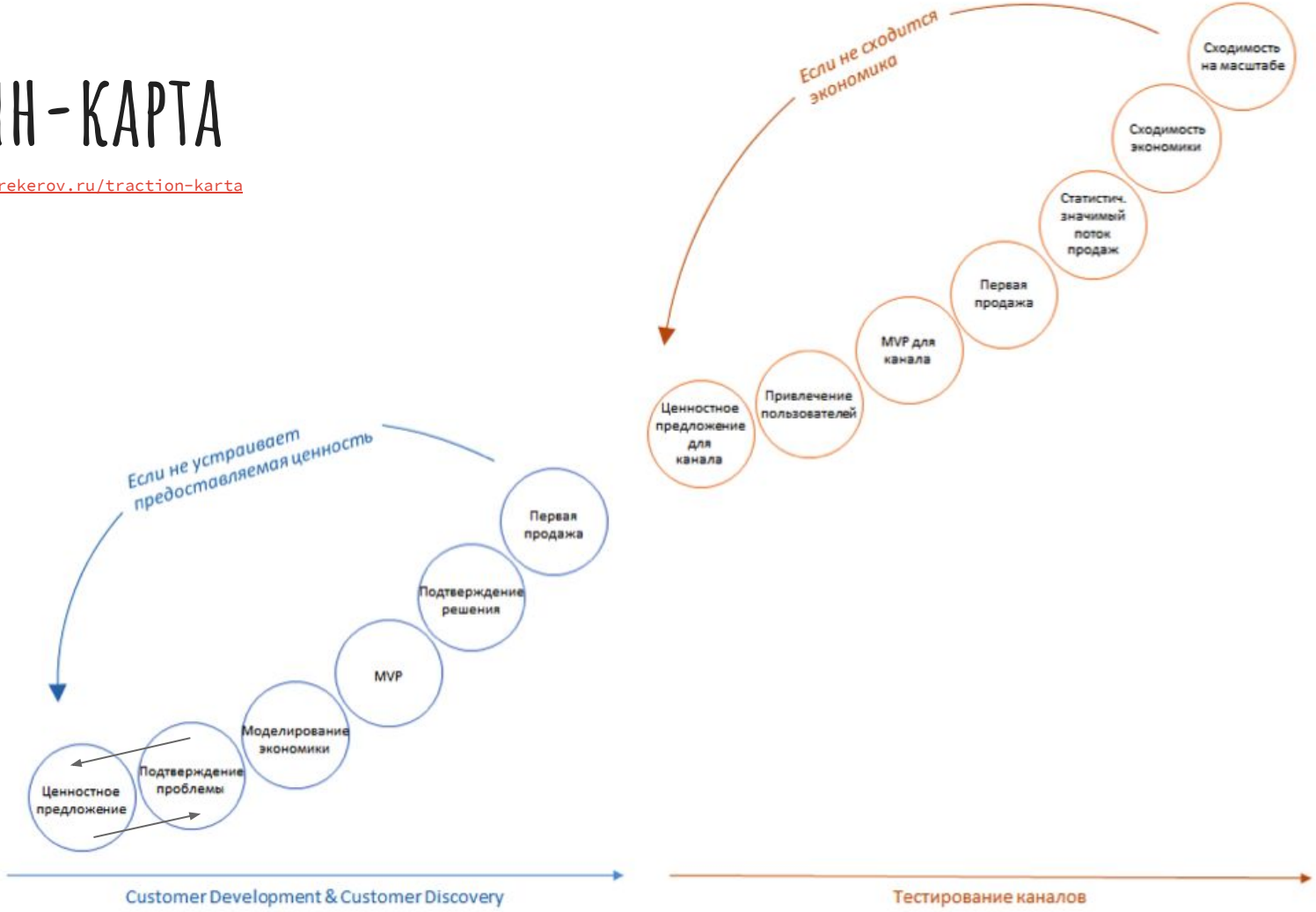
(продукт)

Чтобы _____

(выгода)

Трекшн-карта

https://shkolatrekerov.ru/traction-karta



Инструменты

- ✓ Целеполагание, поиск главного ограничения, HADI, спринты
- ✓ Трекшн-карта
- ✓ Проблемное интервью
- ✓ Ценностное предложение
- Продажи при помощи ценности
- ABC-сегментация
- Решенческие интервью (контроль ценности)
- Планерка / трекшн-митинг
- ...

Домашнее задание

- За вторник-пятницу провести трекинг-сессию с командой и заполнить форму: https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeF8KfTtHtFdvH-DvnYTK1rM_xYGGFE-WAuK3d1VjXhDUzvhg/viewform
- Определить текущее место команды на трекшн-карте
- Сформулировать гипотезу ценностного предложения проекта
- Если команда на этапе подтверждения ценности - дать методологию проблемных интервью и отправить общаться с потенциальными клиентами
- Супервизия будет проходить в субботу в 19:00 в Zoom