

21 марта 2017 года

**Вебинар
«Почему большинство
инновационных компаний
закрывается»**

МИХАИЛ ЭРМАН

Директор бизнес-инкубатора НИУ ВШЭ

Основатель трех IT-компаний:
Adwify, Sleepdy, StartupSearch

Эксперт ФРИИ, Go Tech, FASIE

Ключевой опыт: работа с сотнями стартап-команд ежегодно



Начнем с вопросов

- Чем вы занимаетесь?
- Что ожидаете сегодня услышать?
- Самая главная проблема, которую вы сейчас решаете в вашем проекте?



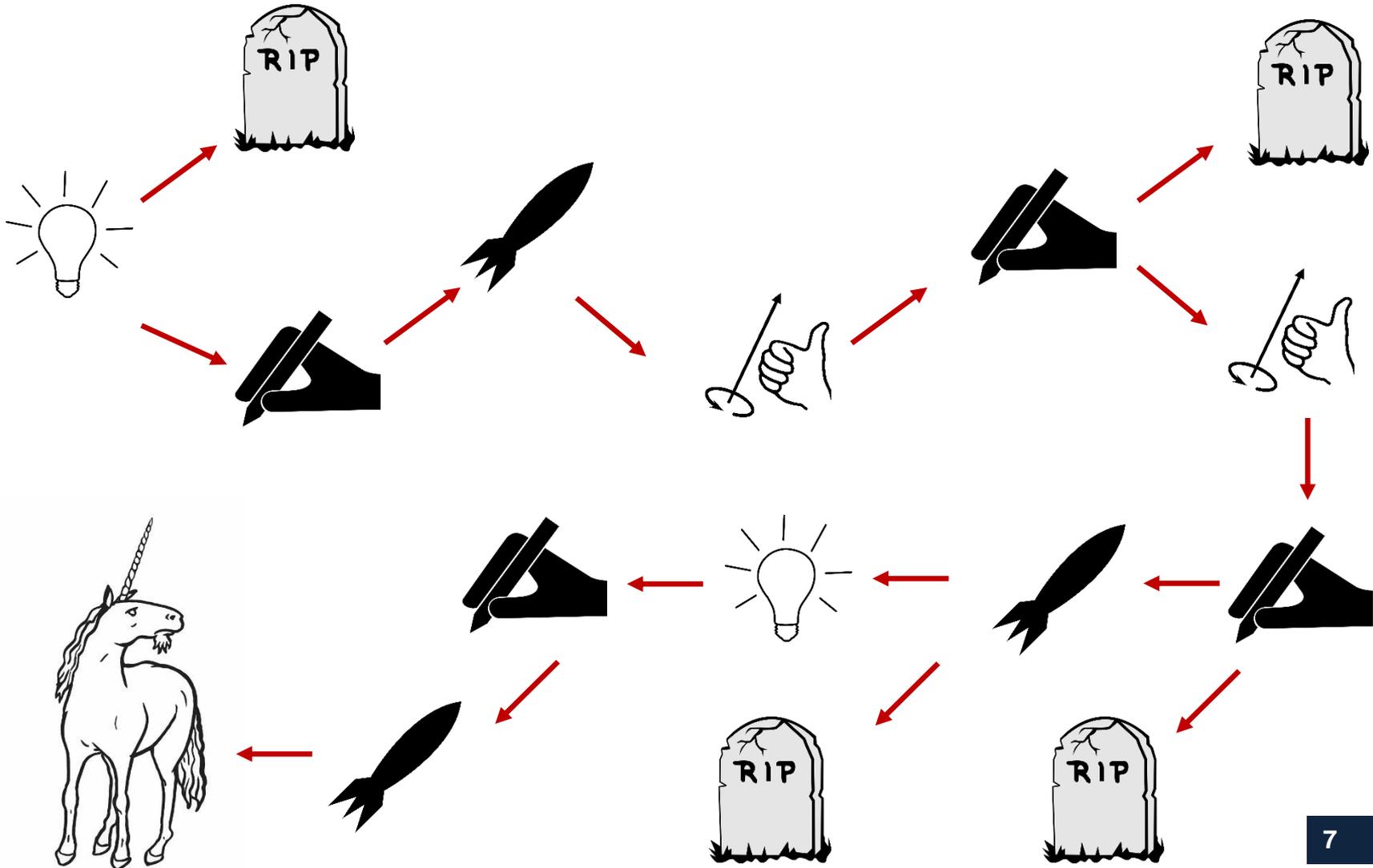
Жизненный цикл стартапа (мечта)



Почему планы не
осуществляются?

Что-то идет не так!

Жизненный цикл стартапа (Реальность)



Причины смерти стартапа

- Кончились деньги – 95%



Причины смерти стартапа

- Потратили деньги, не смогли доделать – 40%
- Продукт никому не нужен – 55%
- Появился более качественный конкурент – 5%



Типичный стартап



Галлюцинации



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

Что самое главное в стартапе?

Команда

Хорошая команда может сделать хороший продукт.

НО рынок не зависит от того, насколько мы умные.

"A great team is a team that will always beat a mediocre team, given the same market and product."

Продукт

Без работающего продукта невозможно сделать бизнес.

НО нельзя построить бизнес, если продукт никто не купит.

Может ли продукт создать рынок?

РЫНОК

На хорошем рынке сам рынок вытягивает продукт из стартапа.

При этом продукт не должен быть крутым, он просто должен работать.

Рынку все равно какая у вас команда.

РЫНОК

Если вы на плохом рынке, то какой бы крутой продукт у вас не был, и какая бы команда у вас не была – **вы провалитесь.**

*Примеры: видеоконференции,
документооборот, геолокационная
реклама*

Нет рынка – нет компании

Продукт VS Клиент



iridium®





NOKIA



BlackBerry™



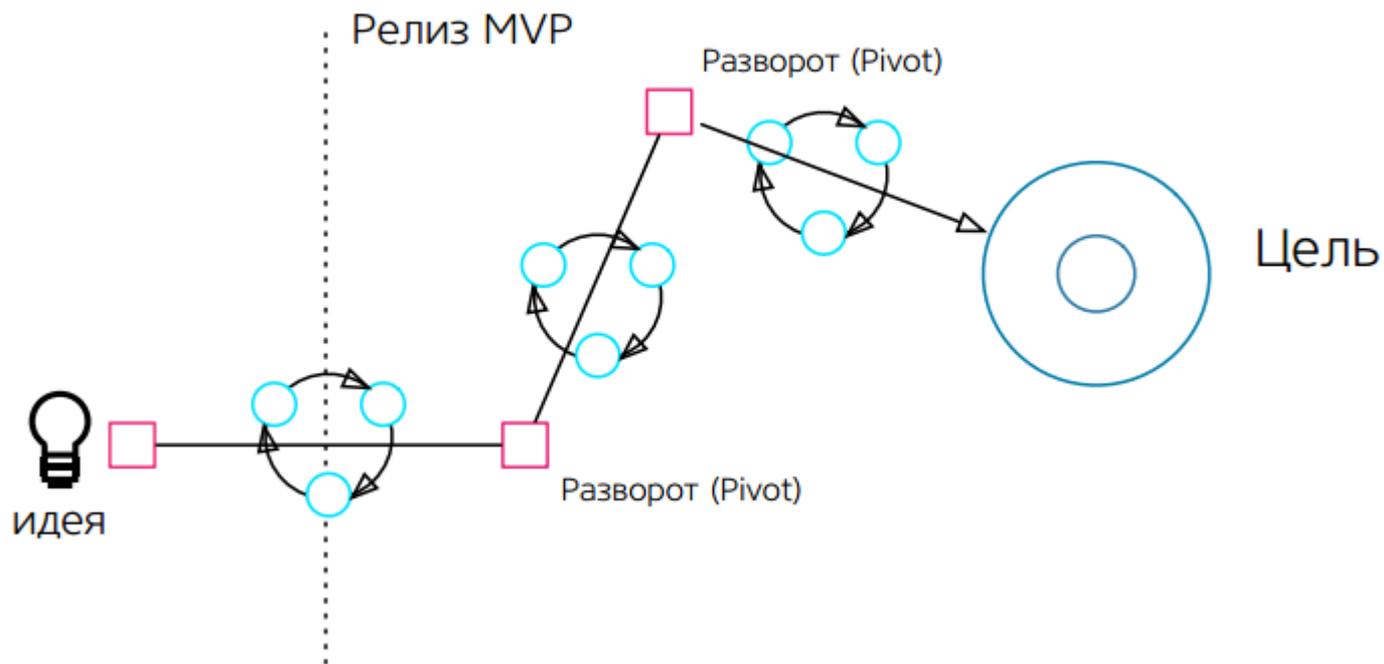
Kodak

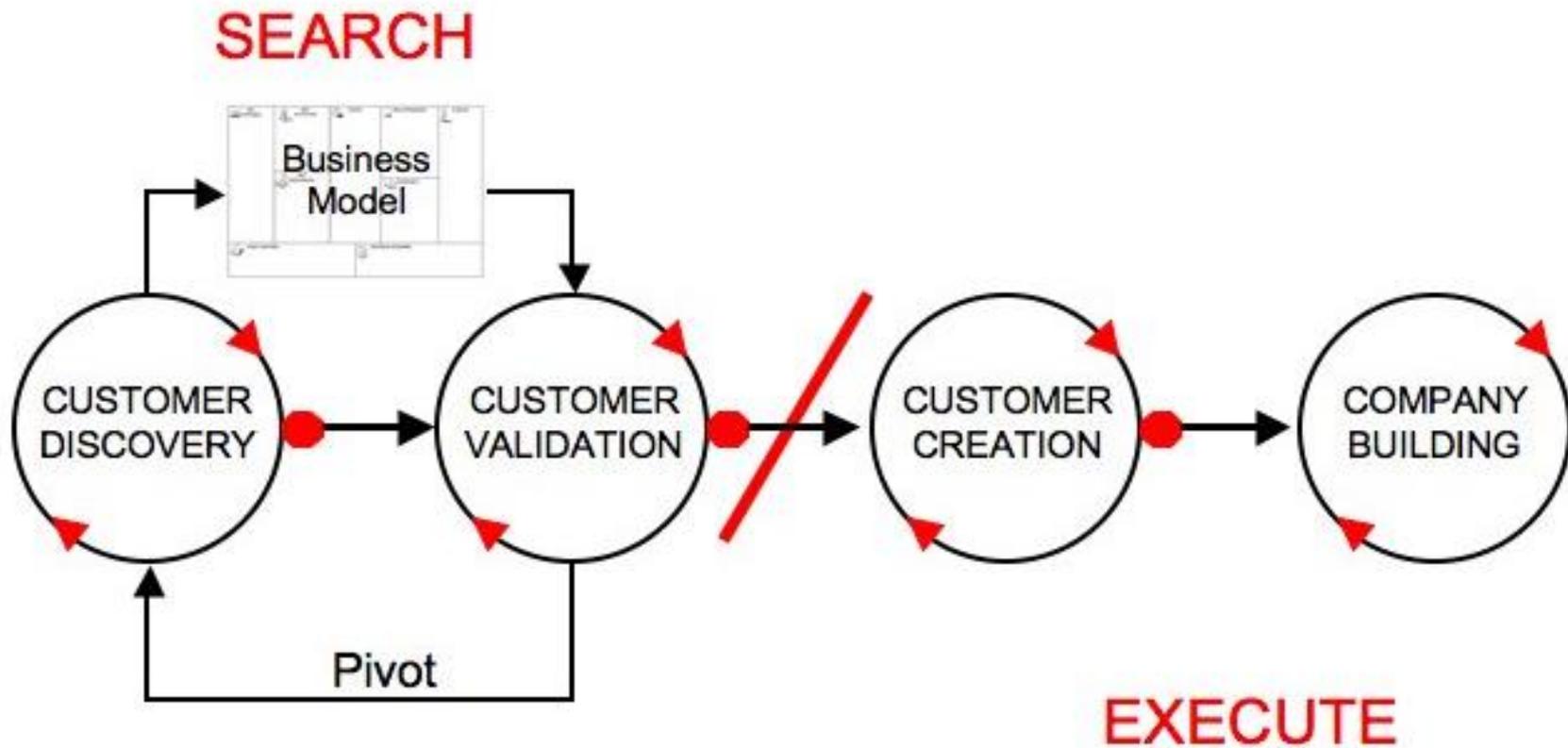
Какие ошибки допустили
компании при формировании
продуктов?

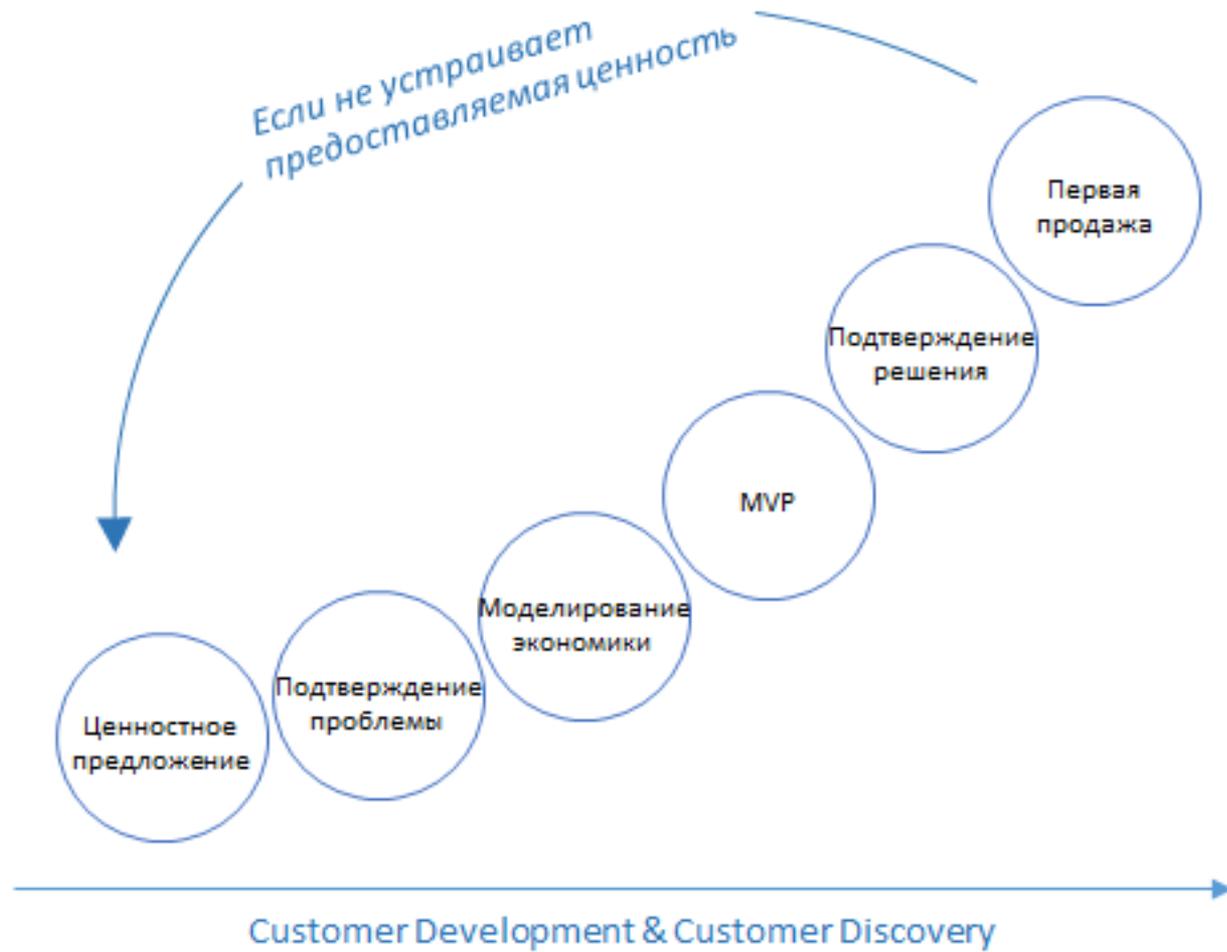
1. Не выявили потребность клиента
2. Не выявили оптимальный путь решения проблемы клиентов
3. Недостаточно быстро адаптировались под изменение рынка
4. Пытались во что бы то ни стало закончить продукт
5. Создавали «Звезду смерти»

Почему планы не сбываются?

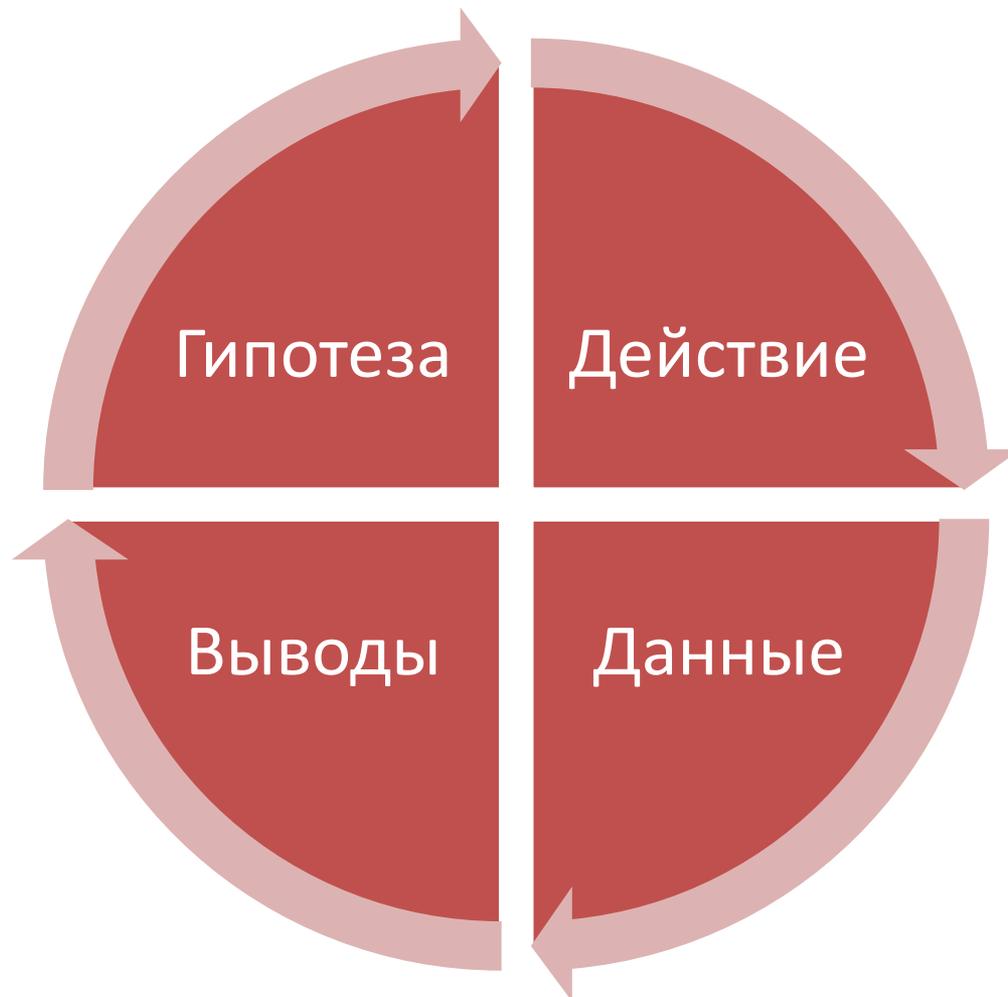
Модель Lean Startup







НАДИ-цикл



Гипотеза

Более 80% слушателей данного вебинара – студенты.

Действие

Попросить студентов в чате поставить «+», всех других поставить «-»

Данные

Выводы

Проверка гипотез

1. Интервью
2. А/В-тестирование
3. Пользовательское тестирование
4. Анализ продуктовых метрик



Что такое продукт?

Продукт – способ решения
потребности клиента

Типы продуктов

1. Товар
2. Услуга
3. Лицензия

Что нужно сделать?



Что хочется делать?



Что получается?



Как можно проверить нужен ли ваш продукт рынку?

Расспросить будущих клиентов



Инструменты поиска: интервью

Проблемное интервью:

выявляете есть ли проблема и определяете цену ее решения для клиента

Решенческое интервью:

определяете готов ли клиент купить продукт с предлагаемой функциональностью

Вопросы

Вопросы

Используйте открытые, а не закрытые или альтернативные вопросы.

Маленькие хитрости



Попросите респондента рассказать вам историю.
Например: «Расскажите, как вы в последний раз брали снимали деньги в банкомате»



Спросите, что было самым сложным и почему именно.



Не стесняйтесь задавать один вопрос несколько раз,
пока не получите на него ответ и не докопаетесь до
причины.

Спрашивайте о прошлом, а НЕ о будущем

Важны не мнения и оценки,
**а факты и договоренности о
следующем шаге**

Выводы – самое главное!!!



Нужно найти **схожие проблемы.**

Найдя проблему – **зафиксировать, включить в сценарий, озвучить следующему.**

Про продукт



Самое важное понять как рынок функционирует без вас



Важно: не рассказываем про продукт или решение на проблемном интервью

Разбираем вопросы



Разбираем вопросы

Что вы думаете про нашу идею?

Разбираем вопросы

Что вы думаете про нашу идею?



Разбираем вопросы

Купили бы наш продукт?

Разбираем вопросы

Купили бы наш продукт?



Разбираем вопросы

Какими функциями должен обладать
продукт вашей мечты

Разбираем вопросы

Какими функциями должен обладать
продукт вашей мечты



Разбираем вопросы

Сколько бы вы заплатили за этот продукт?

Разбираем вопросы

Сколько бы вы заплатили за этот продукт?



Разбираем вопросы

Расскажите, как вы решали эту проблему последний раз?

Разбираем вопросы

Расскажите, как вы решали эту проблему последний раз?



Разбираем вопросы

Есть ли бюджет на это направление?

Разбираем вопросы

Есть ли бюджет на это направление?



Разбираем вопросы

С кем еще мне стоит поговорить?

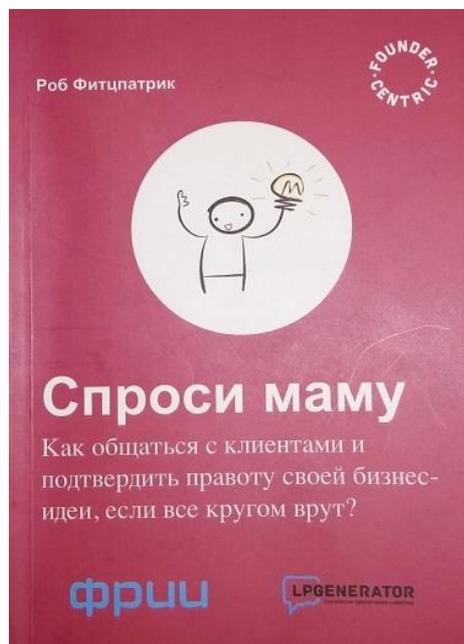
Разбираем вопросы

С кем еще мне стоит поговорить?

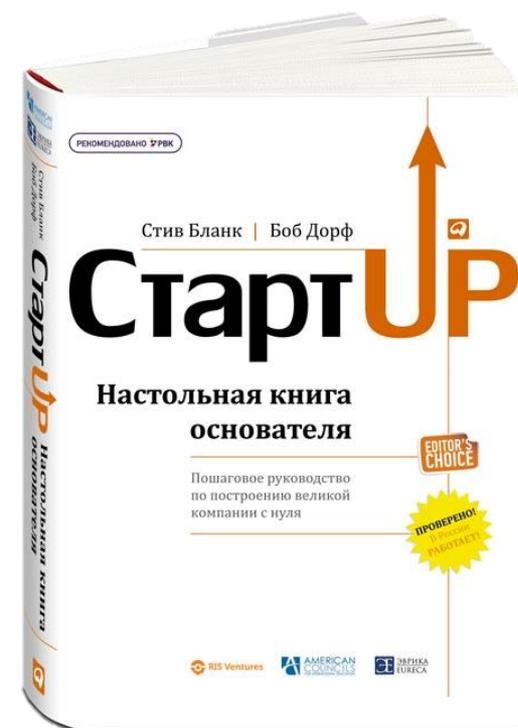


Интервью – самый простой и
наименее ресурсоемкий способ
тестирования большинства
гипотез!

Книги, которые я рекомендую



ozon.ru





Михаил Эрман

erman@hse-inc.ru

+7 985 889 30 00

inc.hse.ru

г. Москва,
ул. Кирпичная, 33