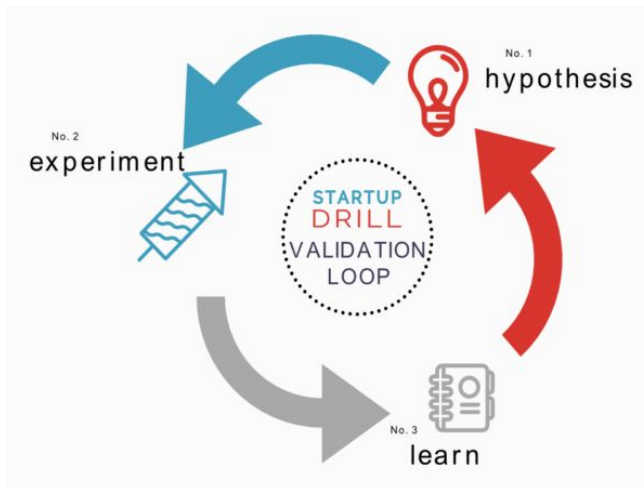


MVP radionica - izvještaj

Validirano učenje + dizajn eksperimenata + MVP

- ideje se temelje na pretpostavkama
- razmišljati van kutije
- kreativnost uvijek pali
- gledati širu sliku i zanemariti detalje

Problem kod startupa (90% ih ne uspije) je da nisu našli tržište!



Najrizičnije pretpostavke:

- one koje imaju najveći utjecaj
- one o kojima ništa ne znamo
 - takve pretpostavke se validiraju
 - na temelju validiranog učenja donosimo nove pretpostavke

Karakteristike dobrog eksperimenta:

- eksperiment mora otkriti uzročno-posljedične veze
- eksperiment mora biti brz za izvedbu
- eksperiment mora biti cjenovno umjeren i pristupačan
- eksperiment ne ugrožava opstanak (reputacija i sl.)
- eksperiment treba biti podložan pobijanju (ishod može biti pozitivan i negativan)

Pretpostavke:

- jedna vrsta vezana za problem
- druga vrsta vezana za korisnički segment

Ocjene pretpostavki:

- generirajuće (kvalitativno)
- evaluacijske (kvantitativno)

Generirajući eksperimenti: razvoj korisnika kroz razgovor (R. Patrick, Mom Test)

Pitanja na koja tražimo odgovor: tko je korisnik? koliko je spreman platiti za uslugu/proizvod?

Krivi pristup stvara loše podatke koji nas uvjeravaju da radimo dobro!!

VAŽNO:

- Mišljenje korisnika je zapravo nebitno! Moramo točno validirati!

“Ja ne bih, ali drugi...” --- NE, NE BI

“Možda sam to samo ja, aliii...” --- NE

- Nitko ne može predvidjeti budućnost!
- Ljudi će lagati ukoliko misle da to želite čuti!

PRIPREMA (prije razgovora s korisnicima)

1. Što želite naučiti? - koje su vam pretpostavke, kako korisnik trenutno rješava problem, bi li platio za vaše rješenje
2. Korisnik - s kim, gdje, kada
 - a. što bolje definirate korisnika, lakše ga je naći
 - b. ne dogovarajte sastanak, nego razgovor
 - c. svi će sve napraviti za vas ako ste kratki i entuzijastični
3. Vježba - do savršenstva

PROVEDBA RAZGOVORA S KORISNICIMA

Pravila:

1. Nema pitchanja o svojoj ideji/proizvodu/rješenju
2. Ne pitaj o budućnosti (da li bi, koliko bi, kada bi...)
3. Nema navođenja na odgovor

Male tajne:

1. Razgovori jedan na jedan, koncentriraj se
2. Tražite savjet, ne pomoć
3. Ne govori, slušaj
4. Zapisuj
5. “Zašto” je važnije od “Što”

Velike tajne:

1. Otvorena pitanja + istraživačka
2. Unovči - kontakt, preporuka, obaveza
3. Neka ti pokažu problem i kako ga rješavaju

Primjeri pitanja:

1. Eliminacijsko (da li ste ikada? NE - gotov razgovor)
2. Pričajte mi o tome kada ste...
3. Kako ste riješili...
4. Što se dogodilo kada...
5. Zašto/ kako si to napravila...
6. Pričaj mi o svom iskustvu...
7. Najbolji/najgori dio...
8. Možeš li mi bolje opisati...

9. Jesam li što zaboravila pitati...
10. Možete li mi preporučiti nekoga za razgovor?

NAKON RAGOVORA

Učenja: Kvalitativno i kvantitativno

- ponašanje
- uvjerenje
- djelovanje
- stavovi

Ignorirati:

- komplimente - lažna nada
- ideje
- floskule

OPCIJE RAZGOVORA S KORISNICIMA (od najboljeg do najgoreg)

1. face-to-face
2. telefon
3. messenger
4. mail
5. anketa

MVP - Minimum Viable Product - ima komponentu učenja - to je proces, ne proizvod

Verzije MVP-a:

1. Storrytelling/Storyboards - razgovori s korisnicima
2. Roleplay/Bodystorming
3. Conprehension test
 - a. razumije li korisnik vrijednost koju nudimo
 - b. kako bolje možemo opisati ponuđenu vrijednost:
 - i. napišite "value proposition" u 2,3 rečenice
 - ii. pokažite ih korisniku tako da ih može pročitati
 - iii. zamolite korisnika da opiše vrijednost vlastitim riječima
4. Landing page - poziv ciljanoj skupini na akciju
 - a. ubojit NASLOV
 - b. uvjerljiv PODNASLOV
 - c. super FOTKA
 - d. vrijednost i benefiti
 - e. logičan slijed do PnA
 - f. odnos DOBIT/GUBITAK
 - g. uvjerljive REFERENCE
 - h. poziv na AKCIJU
 - i. KONTAKT
5. Video
6. Crowdfunding = Landing page + video + prodaja
7. Mockup/prototip
8. Concierge - pružanje usluge djelomično ili potpuno manualno prvim korisnicima

9. Wizard of Oz - pr. Zappos, izgleda automatizirano, a izvedba je potpuno manualna
10. Cupcake - proizvod minimalnih funkcija prema potrebama korisničkog segmenta

MVP, odgovoriti na pitanja:

1. Što želite naučiti pomoću MVP-a?
2. U kojem obliku ćeš kupcu predstaviti ključne vrijednosti?
3. Kako ćeš MVP predstaviti ranim korisnicima?
4. Kako ćeš sakupljati povratnu informaciju od kupaca?