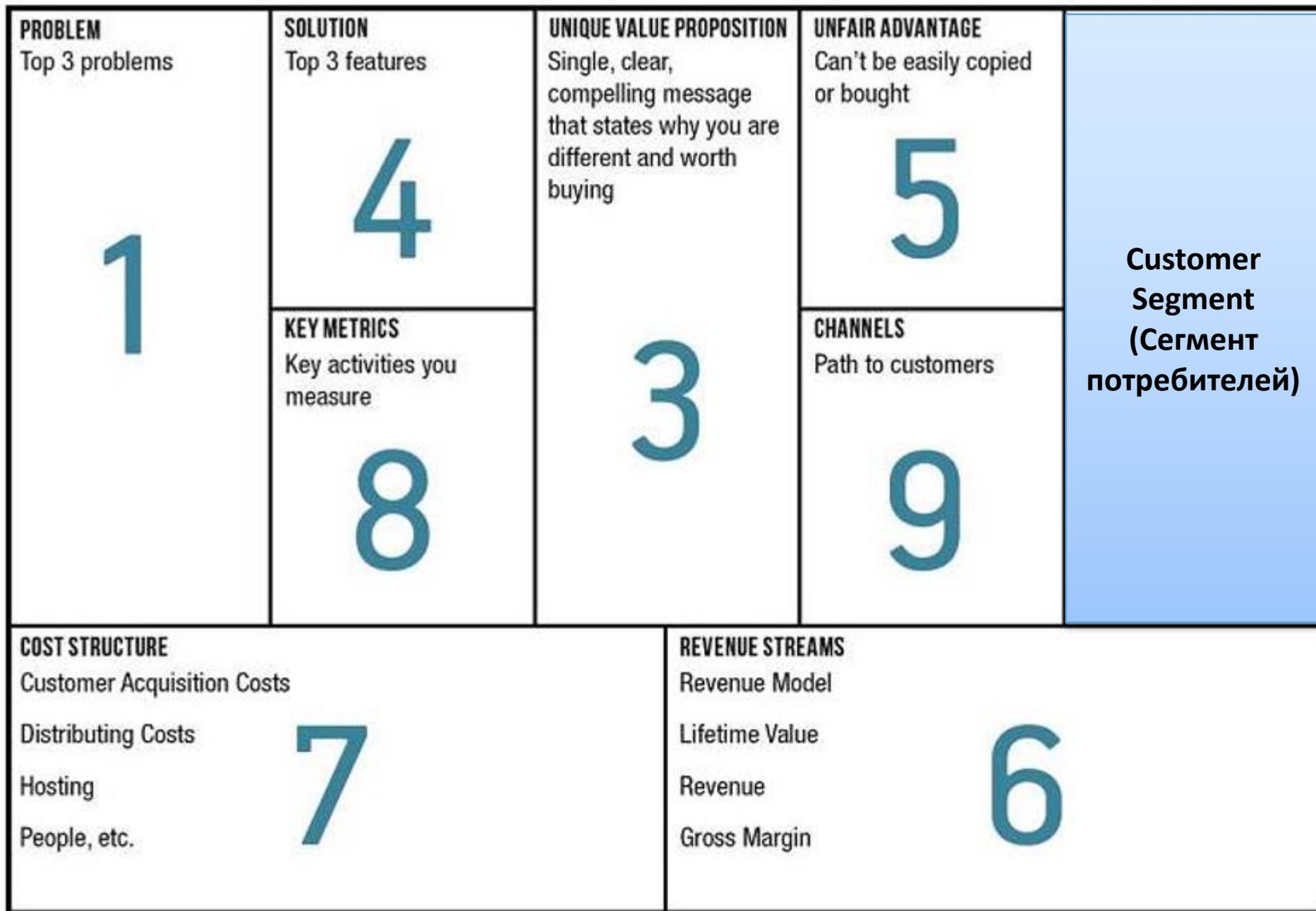


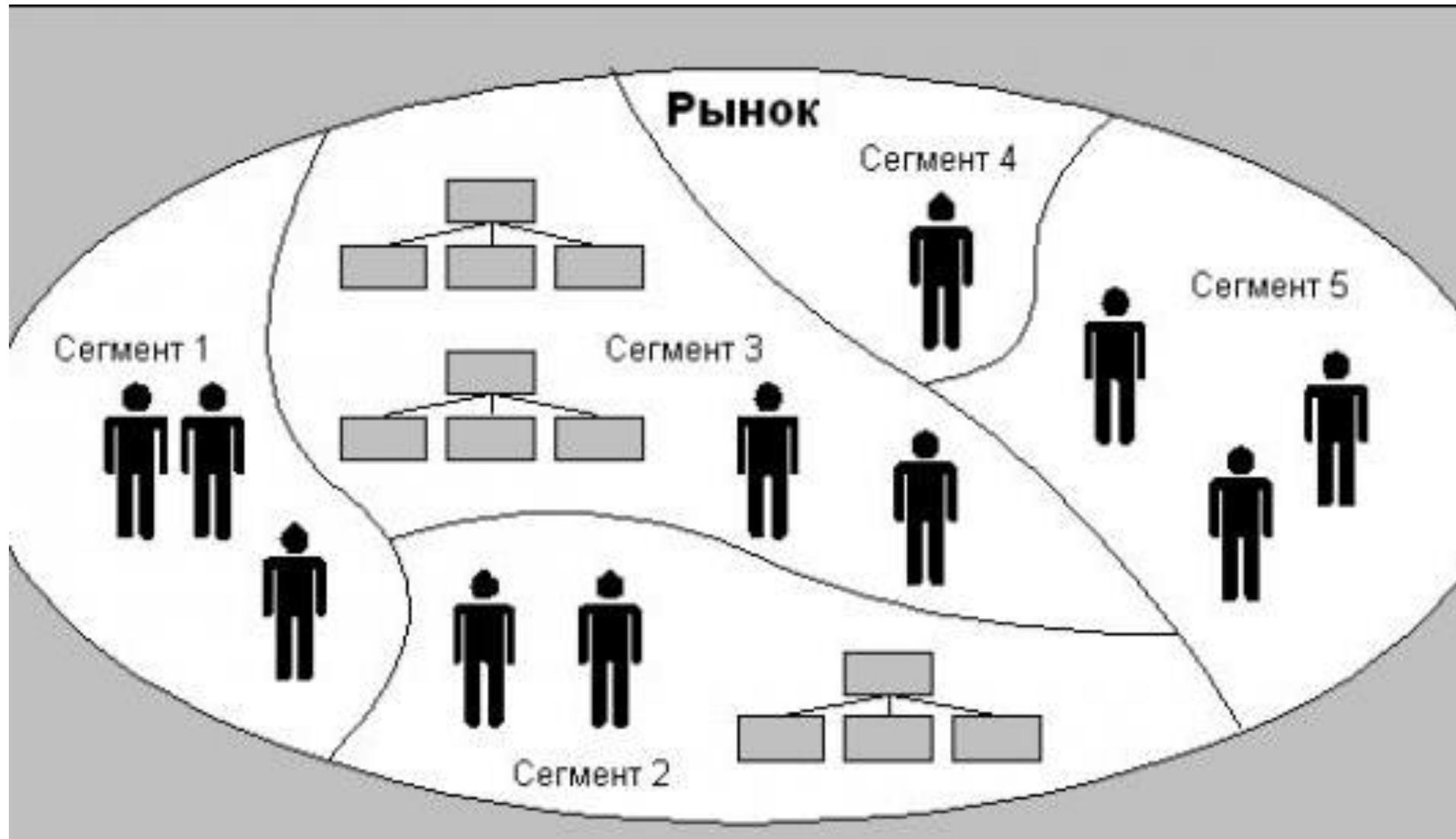
PROBLEM Top 3 problems 1	SOLUTION Top 3 features 4	UNIQUE VALUE PROPOSITION Single, clear, compelling message that states why you are different and worth buying 3	UNFAIR ADVANTAGE Can't be easily copied or bought 5	CUSTOMER SEGMENTS Target customers 2
	KEY METRICS Key activities you measure 8		CHANNELS Path to customers 9	
COST STRUCTURE Customer Acquisition Costs Distributing Costs Hosting People, etc. 7		REVENUE STREAMS Revenue Model Lifetime Value Revenue Gross Margin 6		

Lean Canvas is adapted from The Business Model Canvas (<http://www.businessmodelgeneration.com>) and is licensed under the Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 Unported License.

Product Canvas

Дополнительные материалы





Рынок и сегмент рынка

- Рынок (market)

- Рынок сбыта - любое экономическое пространство для предложения товаров и услуг, являющееся конечной целью хозяйственной деятельности предприятия.



- Сегментация

- Разделение рынка на группы покупателей, обладающих схожими характеристиками, с целью изучения их реакции на тот или иной товар/услугу и выбора целевых сегментов рынка. ...



Анализ тренда

- Определение рынков /областей фокуса
- Определение ключевых трендов в каждой области
- Определение динамики ключевых трендов
- Определение количественных индикаторов тренда
- Временной горизонт тренда

TREND

Title _____

Description _____

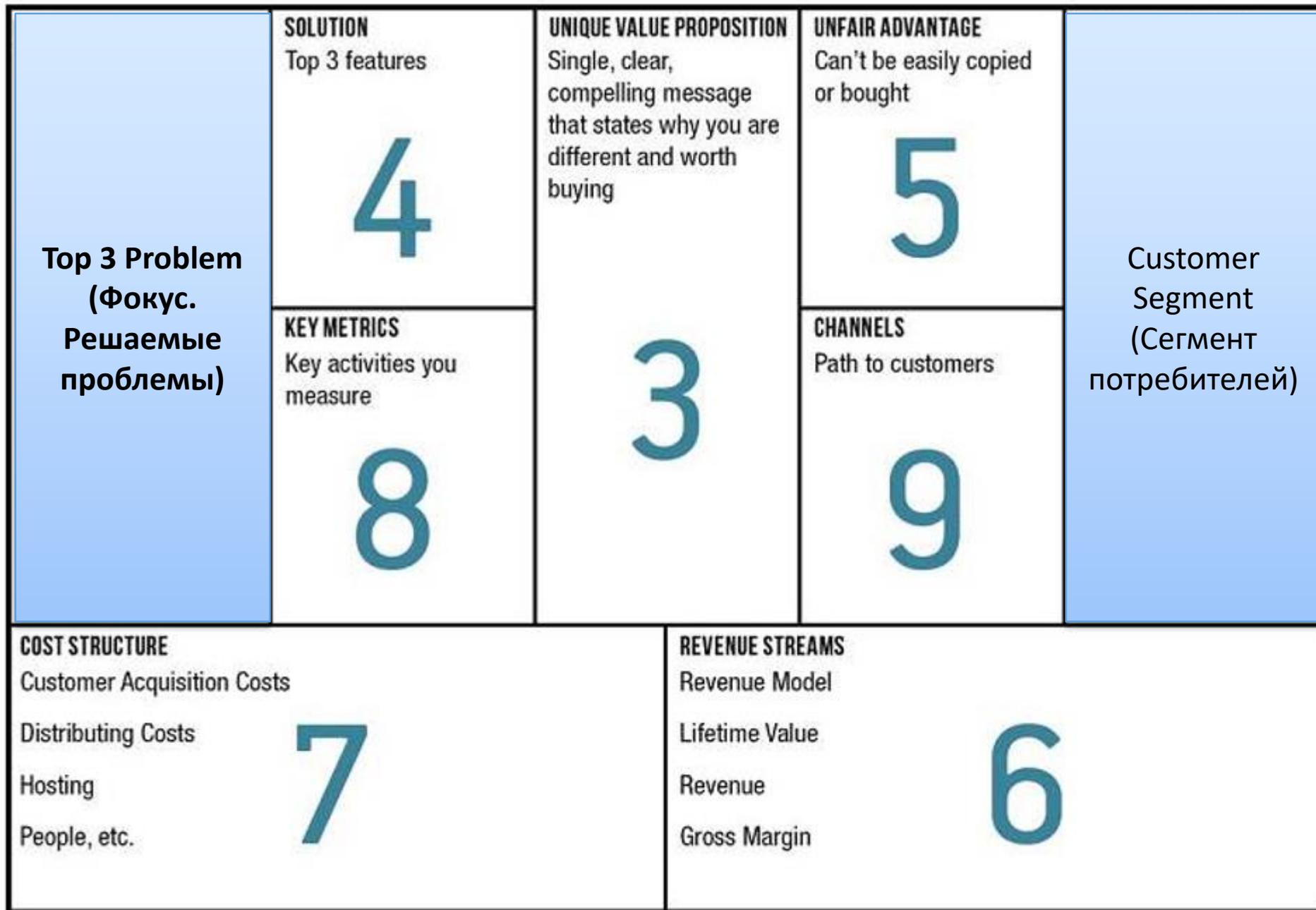
Probability > 90% 50% > 90% > 10%

Time horizon Short-term 2012 - 2015 Mid-term 2015 - 2020 Long-term 2020 - 2030

Тренд/тенденция как процесс



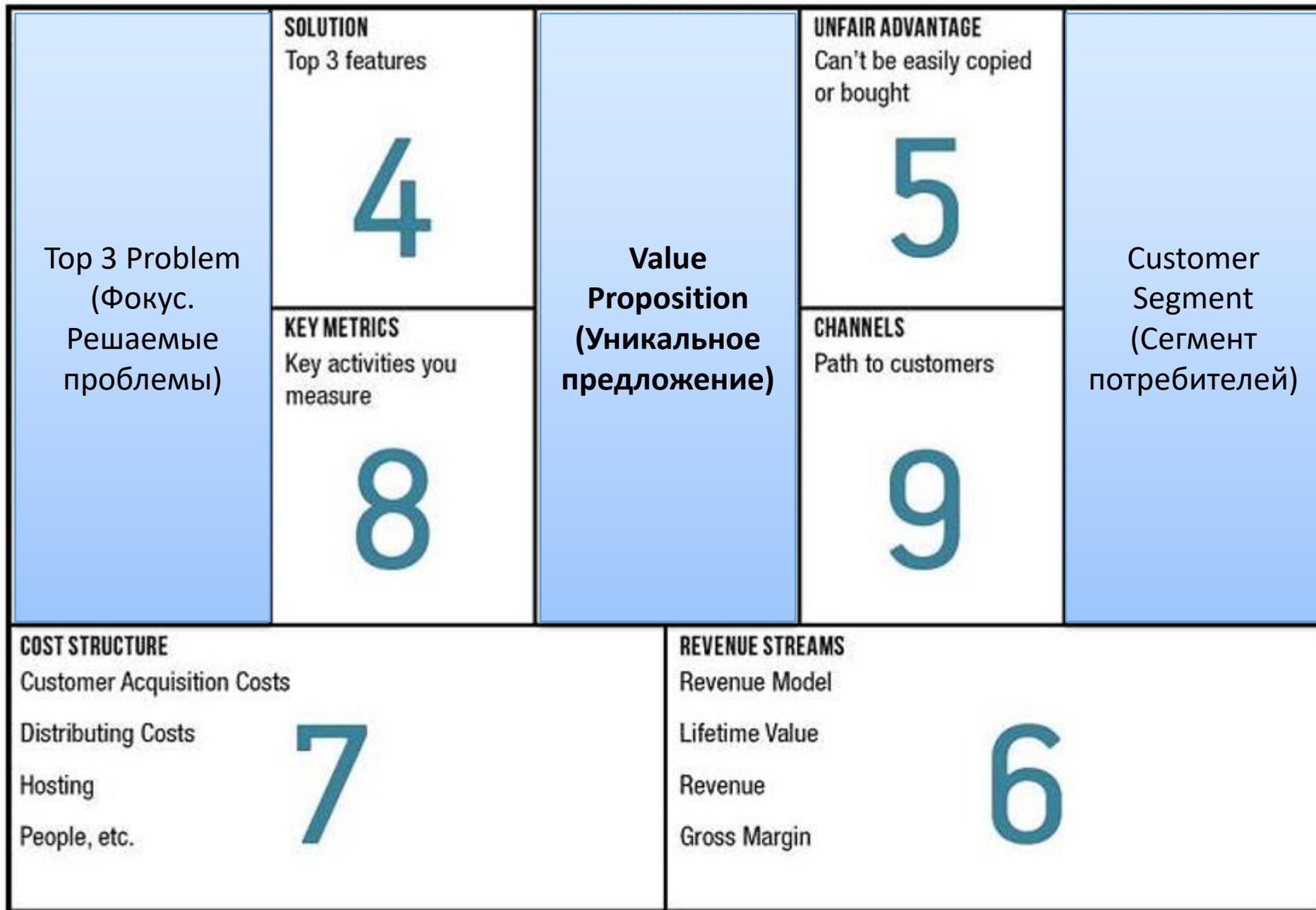
Xiaomi



Формулировка проблемы

- Recommendation
 - The best situation when it's possible to figure out one problem statement for solution or product
 - Different problem statement for each segment could be prepared as preparation for work with product problem statement, or in “multi-market” case.

#	Segment	The problem of	Affects (Decision Maker)	The impact of which is	A successful solution would



Позиционирование продукта

- Product positioning help differentiate from alternatives
- Create as many “alternatives” blocks as you have most significant competitive solution or products

For	{Customer/ Customer segment}
Which	{Need or Opportunity}
{Product Name}	{Category}
Which	{description of the key benefits}
Unlike	{Alternative #1}
Our product	{description of differentiation}
Unlike	{Alternative #2}
Our product	{description of differentiation}
....	

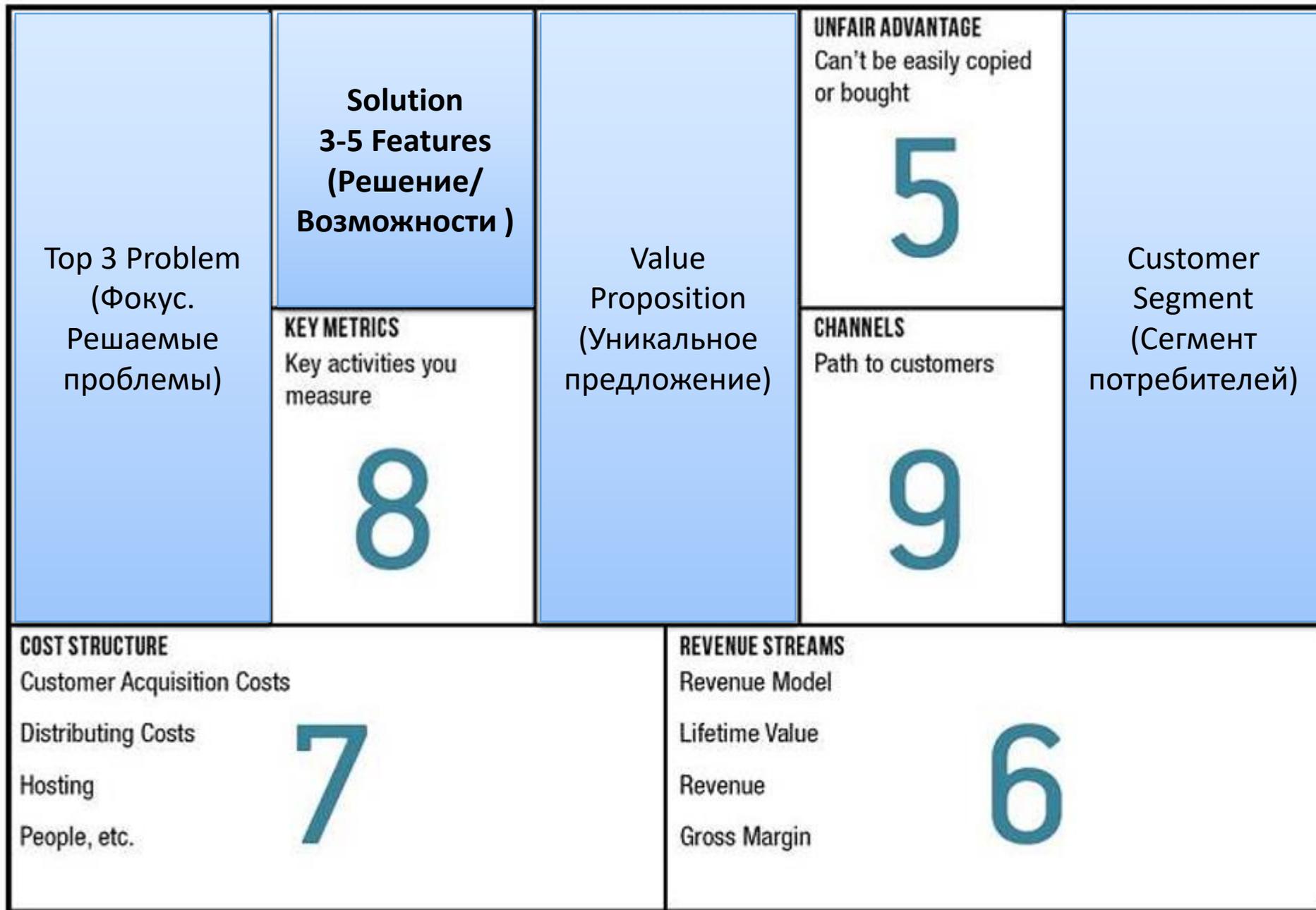
Value Proposition (Уникальное предложение)

Unique Value Proposition (UVP)

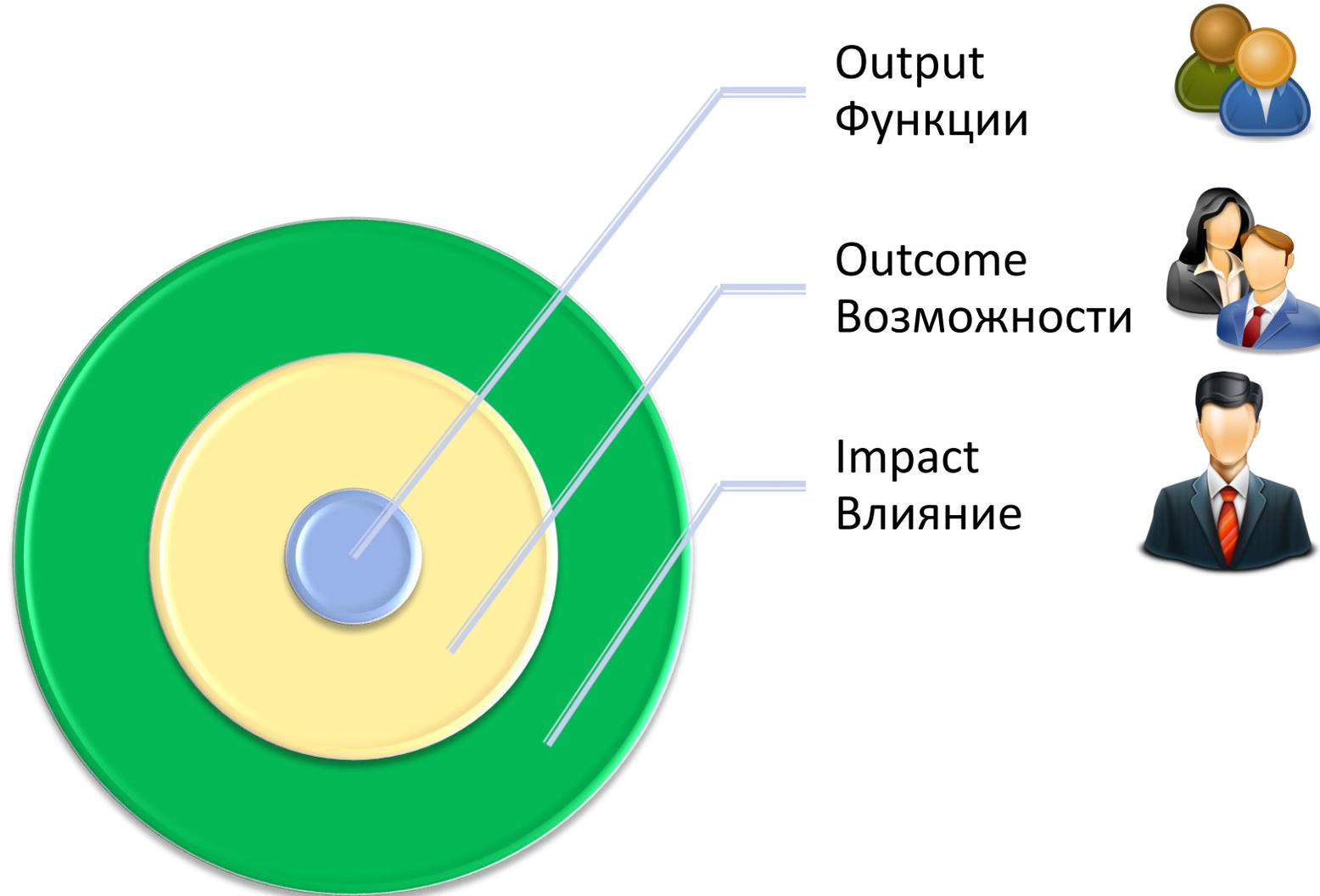
- Short (One sentence) Value description
- + Company benefits

Concept Statement

- One page product description for a customer, Typically consist of :
 - Problem description
 - Solution description
 - Product Features
 - Positioning (Optional)
 - Proposition



Не функции !!!



Одна из ключевых причин успеха iPod

Стив Джобс представил плеер публике, сказав:

«1000 песен в вашем кармане».

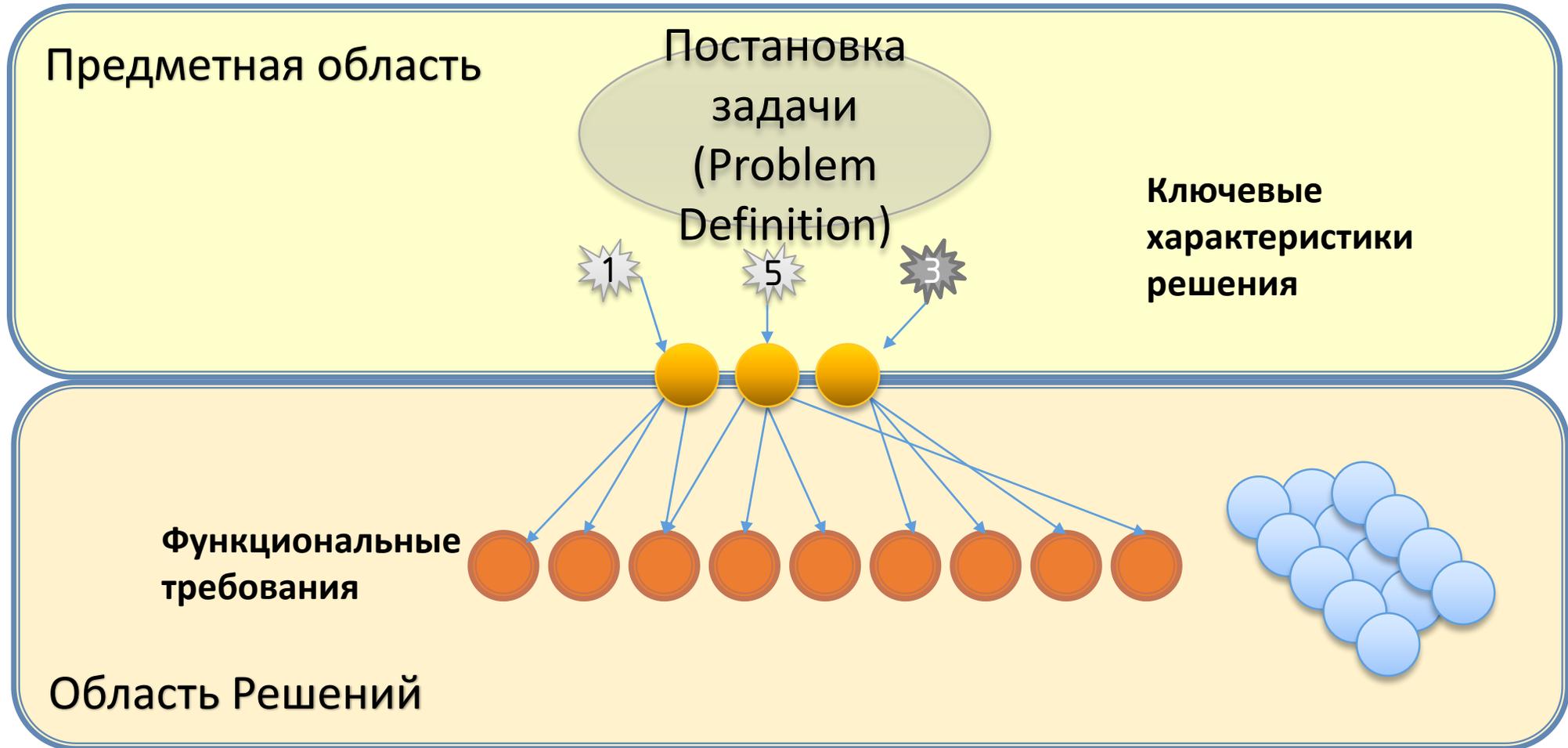
Apple сделала акцент не на особенностях устройства («1 Гб свободного пространства на вашем плеере»), а на преимуществах покупателя («1000 песен в вашем кармане»)

*Люди не покупают конкретные продукты;
они покупают лучшие версии самих себя.*

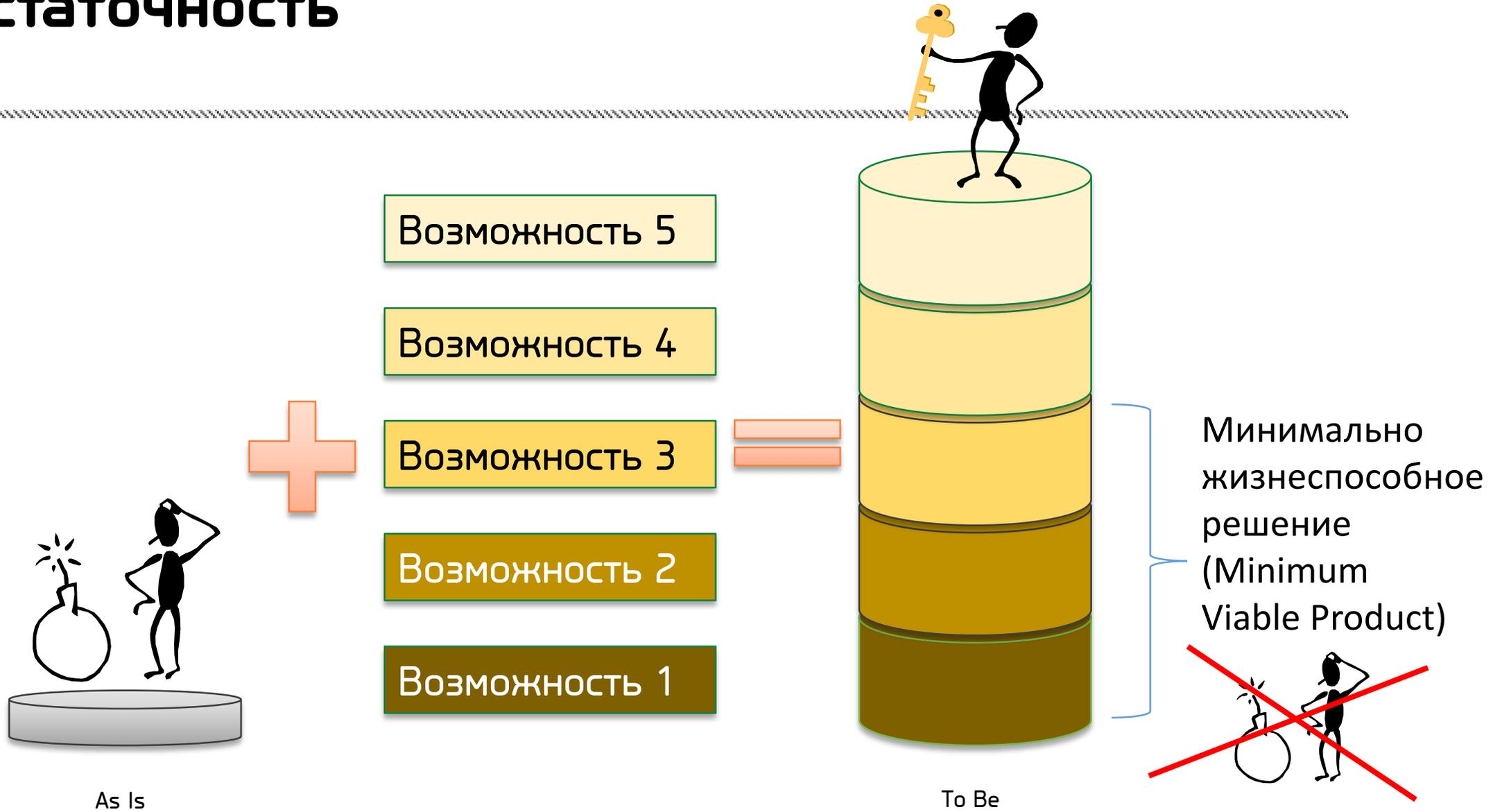
*Когда вы пытаетесь завоевать клиента, вам не
нужно рассказывать о технических
характеристиках продукта — важно показать,
насколько замечательно им обладать.*

User Onboarding

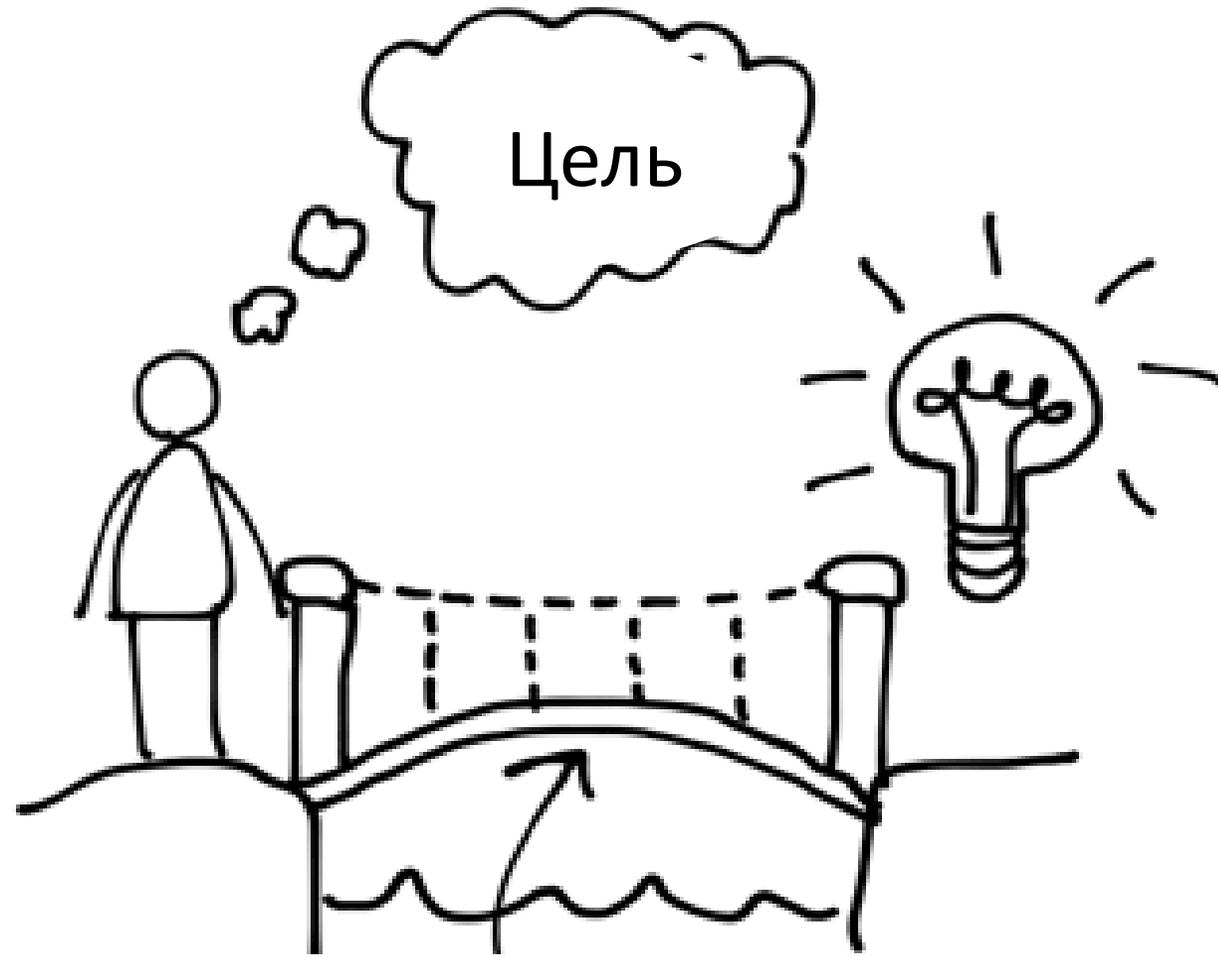
Возможность - Описывает «бизнес» результат который потом обеспечат функции системы



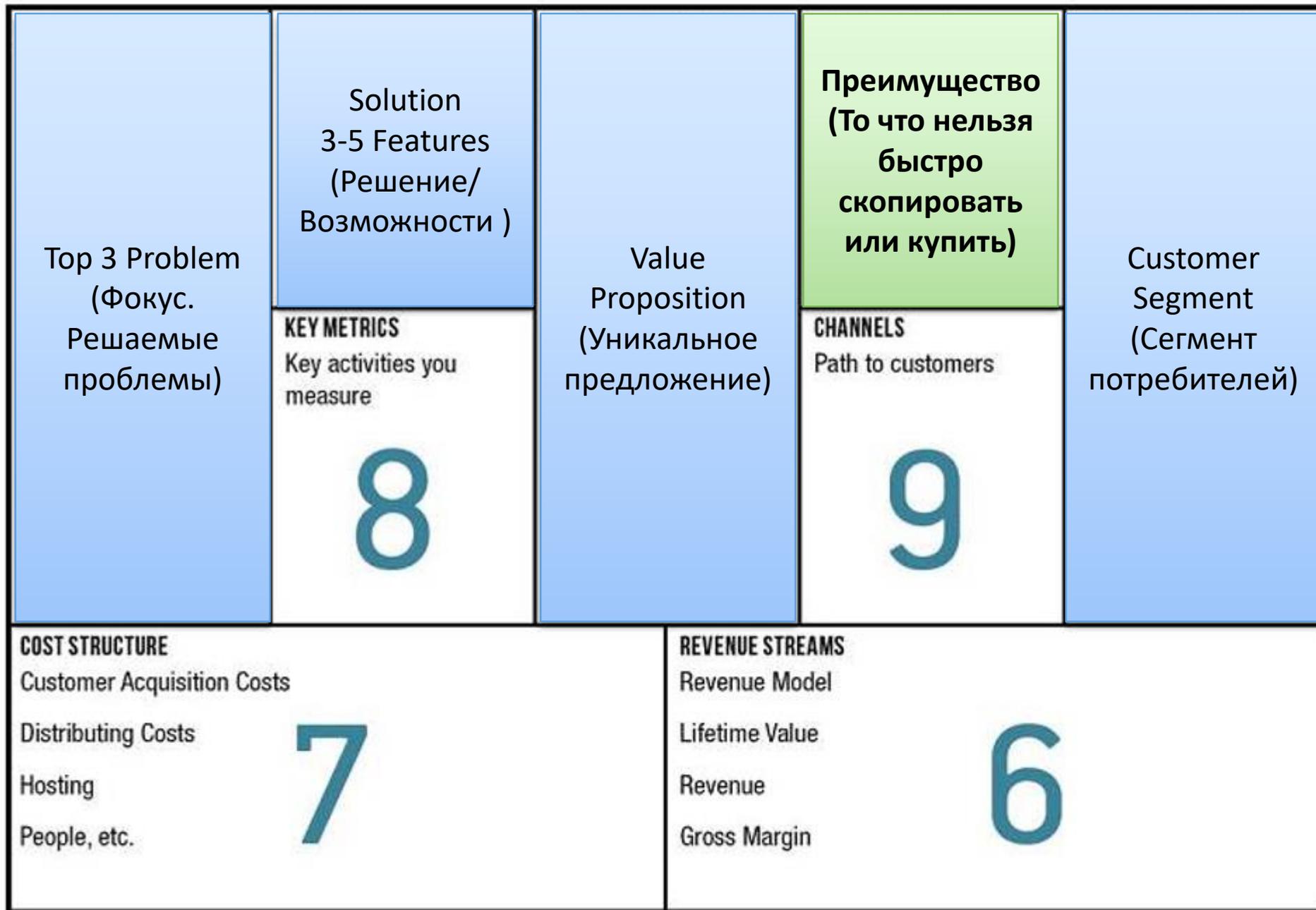
Достаточность



Достаточность



Возможности (Capability)

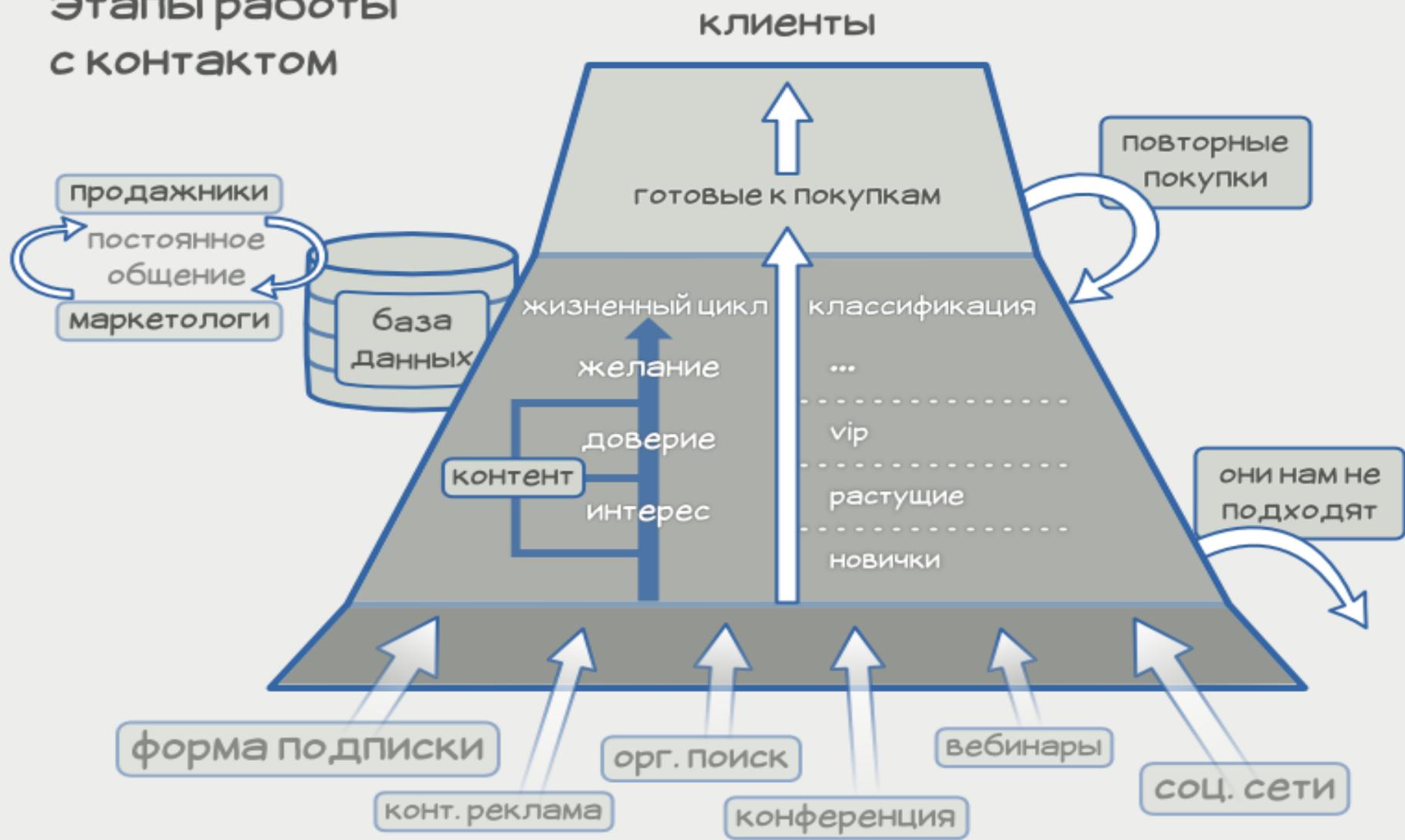


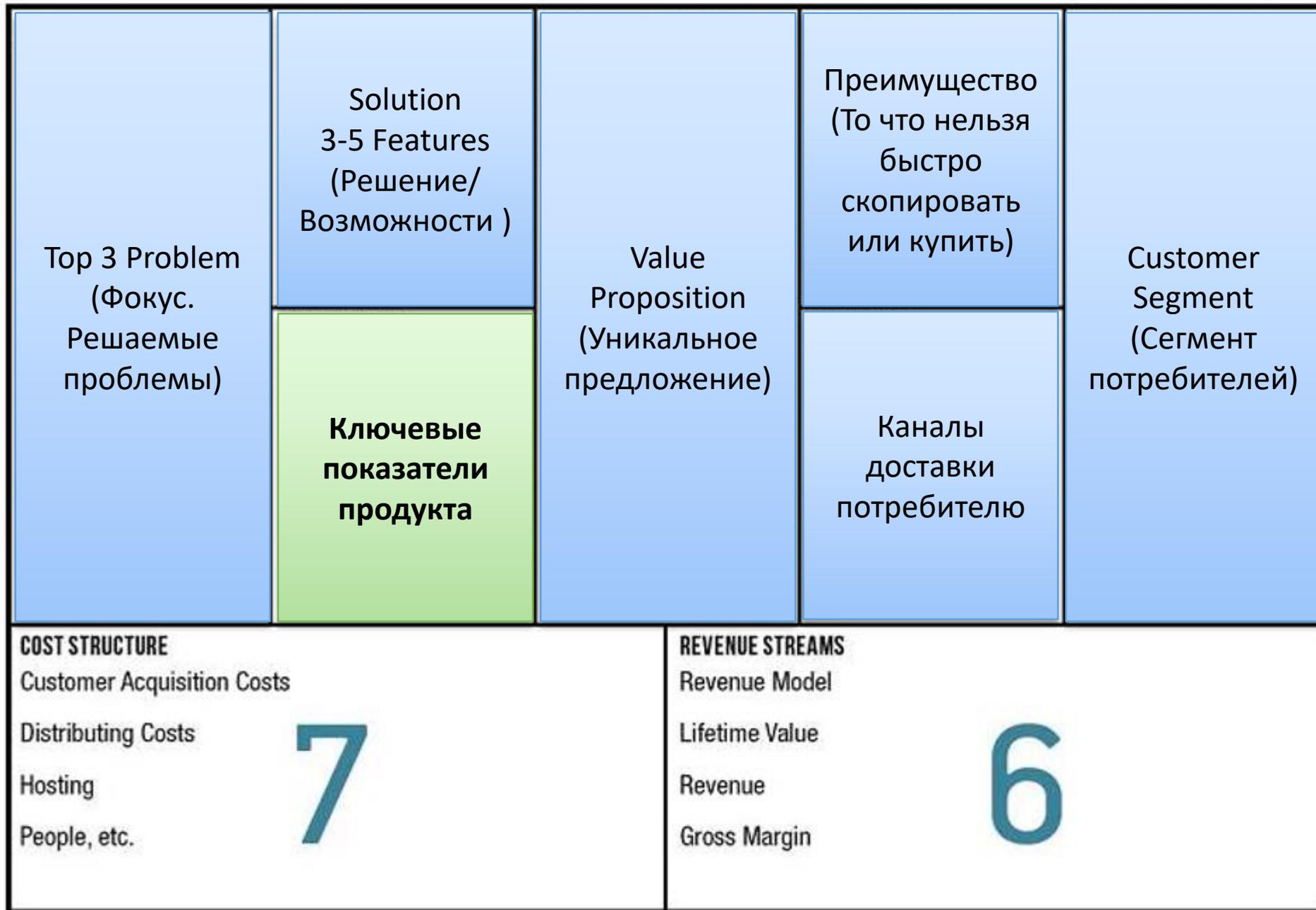
Какие нерыночные преимущества есть у продуктов ?





Этапы работы с контактом

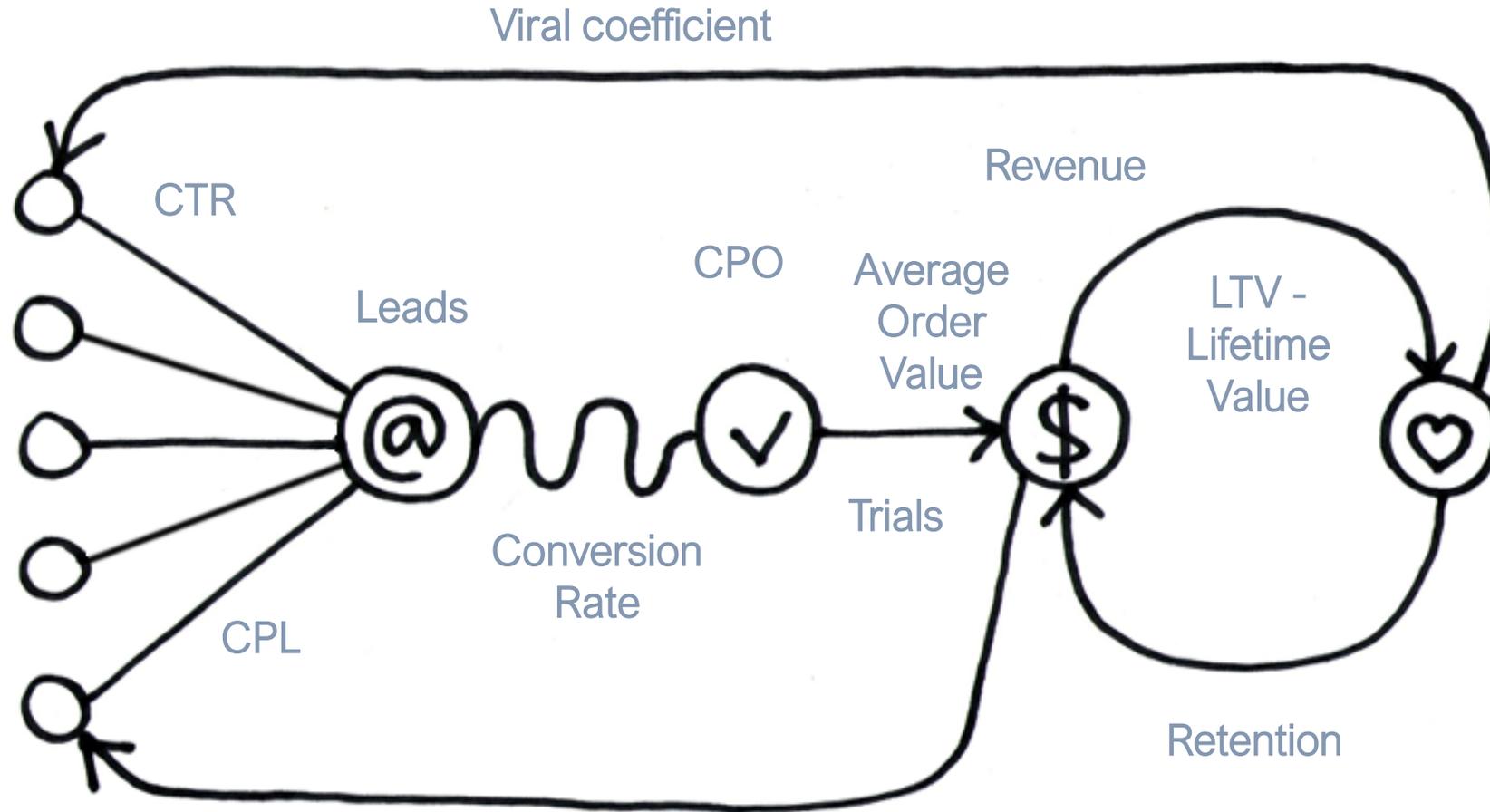




Метрики пиратов AARRR!

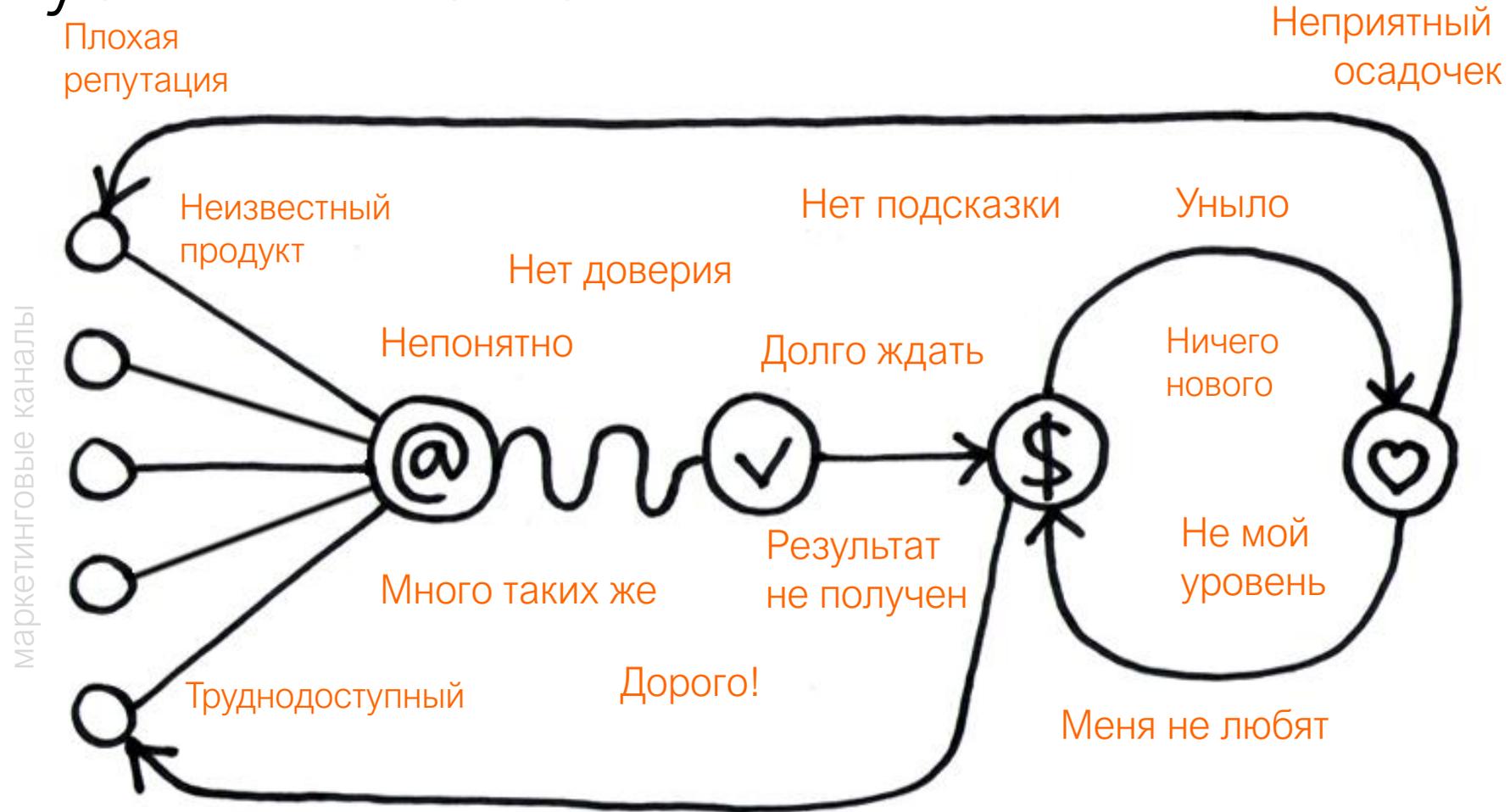
- Acquisition – Привлечение
- Activation – Активация
- Retention – Удержание
- Revenue – Доход
- Referral – Рекомендации

Как товар попадает в голову к потребителю ?



CAC - Customer
Acquisition Cost

Как «убить» клиента



Нецелевой канал

<https://www.slideshare.net/asmalkov/ss-54611100>

привлечение

продажа

первый опыт

повторные продажи

Other slides

Start-Up Company vs. Established Company



Start-up company is **searching** for a business model



Established company is **scaling** a proven business model

Roles in Start-Up and Established Companies

Startup Company



Bob, CEO is in charge of:

- Investments
- Sales
- Marketing
- Product management



Jim, CTO is in charge of:

- Development
- QA
- Subcontractors management

Established Company

Marketing

Online

Offline

RND

Engineering

QA

Sales

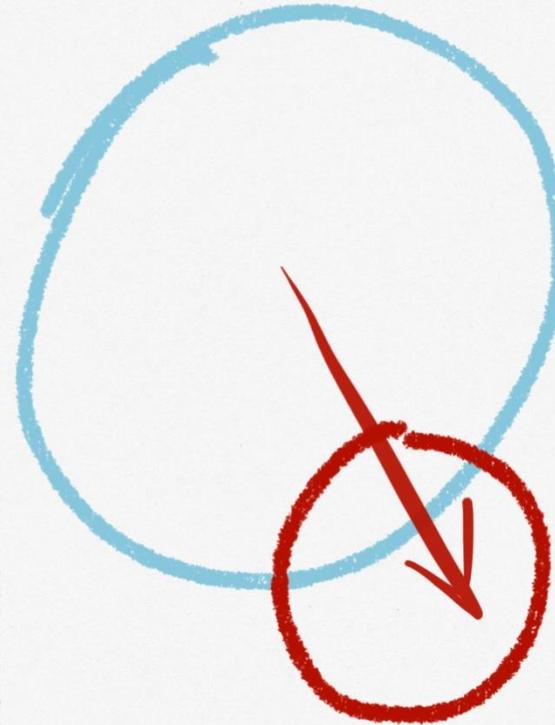
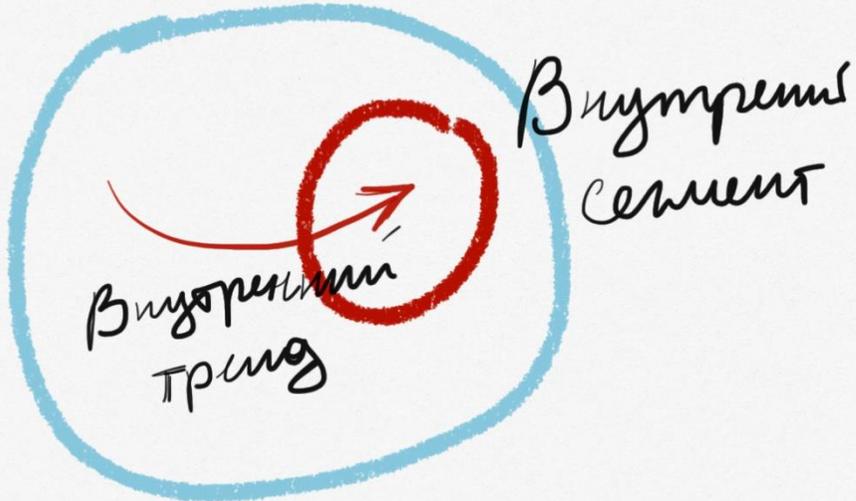
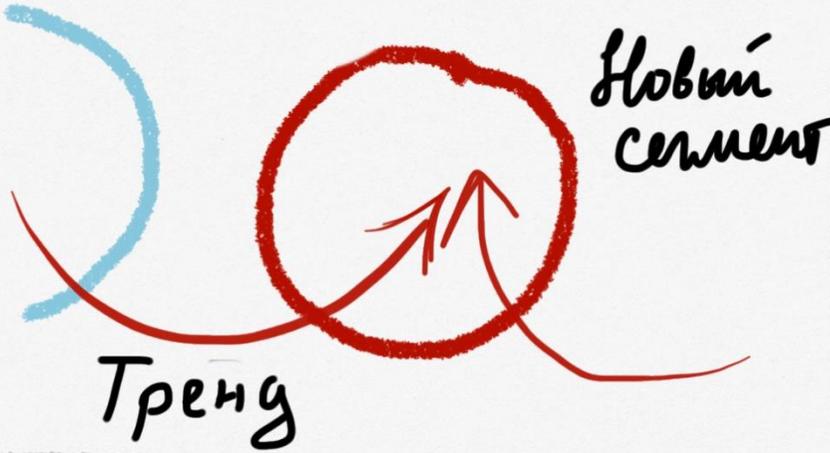
Product Management

Question: why Bob + Jim Orgstructure is much more effective for a start-up company than the second one?

До war

Потребность не может быть
Удовлетворена существующим
Продуктом

Segment creation



Потребность может быть удовлетворена
Частично