



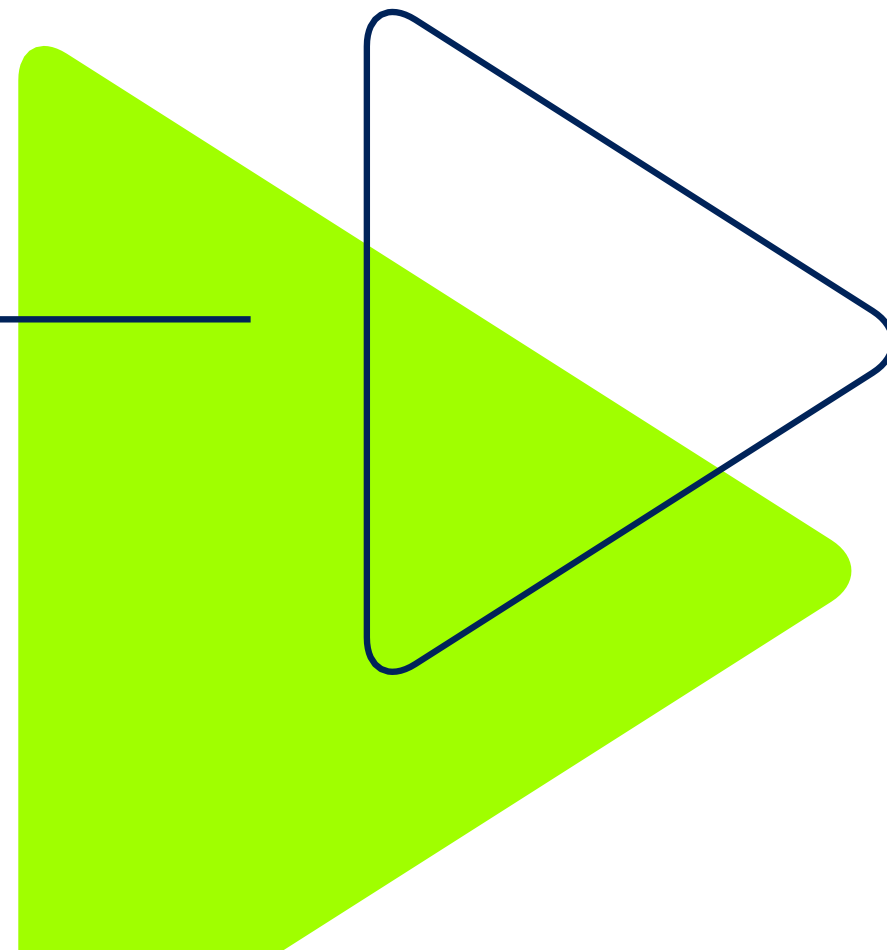
LaunchLab

Интеллектуальная поддержка акселераторов

Online 25.10

Jobs to De Done:

Практикум



Для
новоприбывших)

Венчурная студия **Light&Vessel** - компания, занимающаяся формированием и запуском стартапов, реализует интеллектуальную, операционную и стратегическую поддержку сильных команд и основателей.

Студия **LaunchLab** - проект Light & Vessel, осуществляющий интеллектуальную и стратегическую поддержку развития бизнес-акселераторов через разработку и внедрение подтвержденных рынком моделей сопровождения стартапов на всех этапах жизненного цикла.

Илья Антипов

- Сооснователь венчурной студии Light & Vessel.
- Сооснователь VeeRoute
- Автор программы Deep Dive в Кремниевую Долину
- Организация перевода книг Стива Бланка
- Со-автор Трекинг и HADI методологии
- Разработка методологии акселерационных программ ФРИИ, пилотное внедрение на первых двух акселераторах 2013-2014

Ростислав Сперанский

- сооснователь и управляющий партнер венчурной студии Light & Vessel
- разработчик и ведущий образовательной программы для вузов по созданию акселерационных программ на Архипелаге 2022.



Программа

1. Разбор гипотез и презентаций
2. Интервью с пользователями - как наверняка его провалить
3. Как определить, кто будет покупать ваш продукт?
4. Что побуждает клиентов совершить покупку?
5. История Jobs to Be Done
6. Работа как прогресс или результат (Jobs-As-Progress)
7. Как использовать Jobs To Be Done в работе

The background features a light blue horizontal band across the middle. The entire page is decorated with faint, overlapping circles and dashed lines, creating a technical or scientific aesthetic. Some circles are solid white, while others are dashed. Dashed lines connect some of these circles, forming geometric shapes like triangles and rectangles.

Разбор гипотез и презентаций

Консультация

Работаем бережно



Консультация

Работаем бережно

Ошибаться - наша норма




Консультация

Работаем бережно

Ошибаться - наша норма

Пишите в чат, если тоже хотите получить обратную связь



Интервью с пользователями - как наверняка его провалить

Упражнение

Отметьте номера вопросов, которые вы считаете хорошими

1. Как вам кажется, это хорошая идея?
2. Вы купили бы продукт, который выполняет задачу X?
3. Сколько вы заплатили бы за X?
4. Какими функциями должен обладать продукт вашей мечты?
5. Почему вас это беспокоит?
6. Каковы последствия этой ситуации?
7. Расскажите мне поподробнее, каков алгоритм вашей работы?
8. Что еще вы пытались сделать?
9. Заплатили бы вы X долларов за продукт, который выполняет задачу X?
10. Как вы решаете данную проблему сейчас?
11. Кто будет финансировать покупку?
12. С кем еще мне следует поговорить?
13. Есть ли еще вопросы, которые мне следовало бы задать?

Упражнение

Отметьте номера вопросов, которые вы считаете хорошими

- ~~1. Как вам кажется, это хорошая идея?~~
- ~~2. Вы купили бы продукт, который выполняет задачу X?~~
- ~~3. Сколько вы заплатили бы за X?~~
4. *Какими функциями должен обладать продукт вашей мечты?*
5. Почему вас это беспокоит?
6. Каковы последствия этой ситуации?
7. Расскажите мне поподробнее, каков алгоритм вашей работы?
8. Что еще вы пытались сделать?
- ~~9. Заплатили бы вы X долларов за продукт, который выполняет задачу X?~~
10. Как вы решаете данную проблему сейчас?
11. Кто будет финансировать покупку?
12. С кем еще мне следует поговорить?
13. Есть ли еще вопросы, которые мне следовало бы задать?



Что почитать по теме

Коротко и ясно:



Схема проблемного интервью

ПОЛЬЗА:

2

*Какой эффект от будущего применения
будет побуждать его поддерживать
ваше проектное предложение*

1

ПРОБЛЕМА:

*Какая проблема обычно озвучивается
пользователями, когда обсуждается их текущая
активность
Кто является конечным пользователем проекта,
кто – косвенным пользователем результатов
или эффектов проекта.*

Схема проблемного интервью

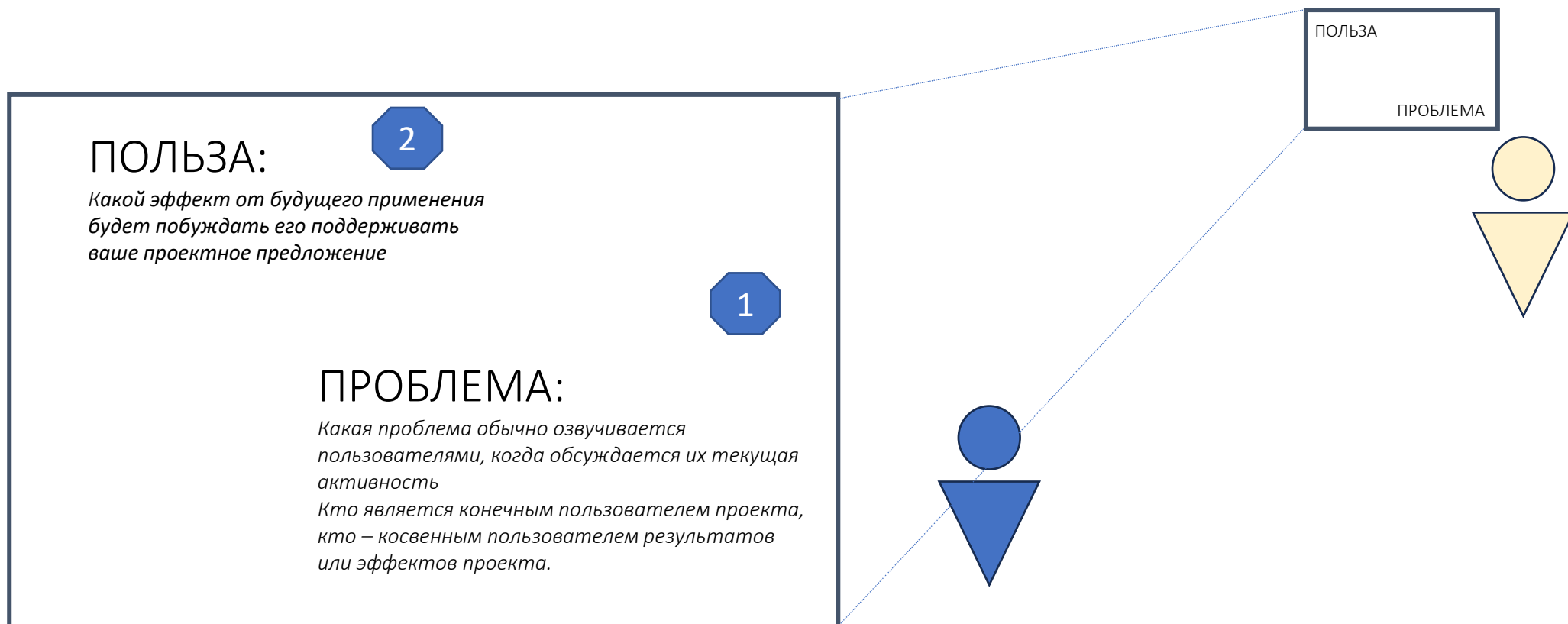


Схема проблемного интервью

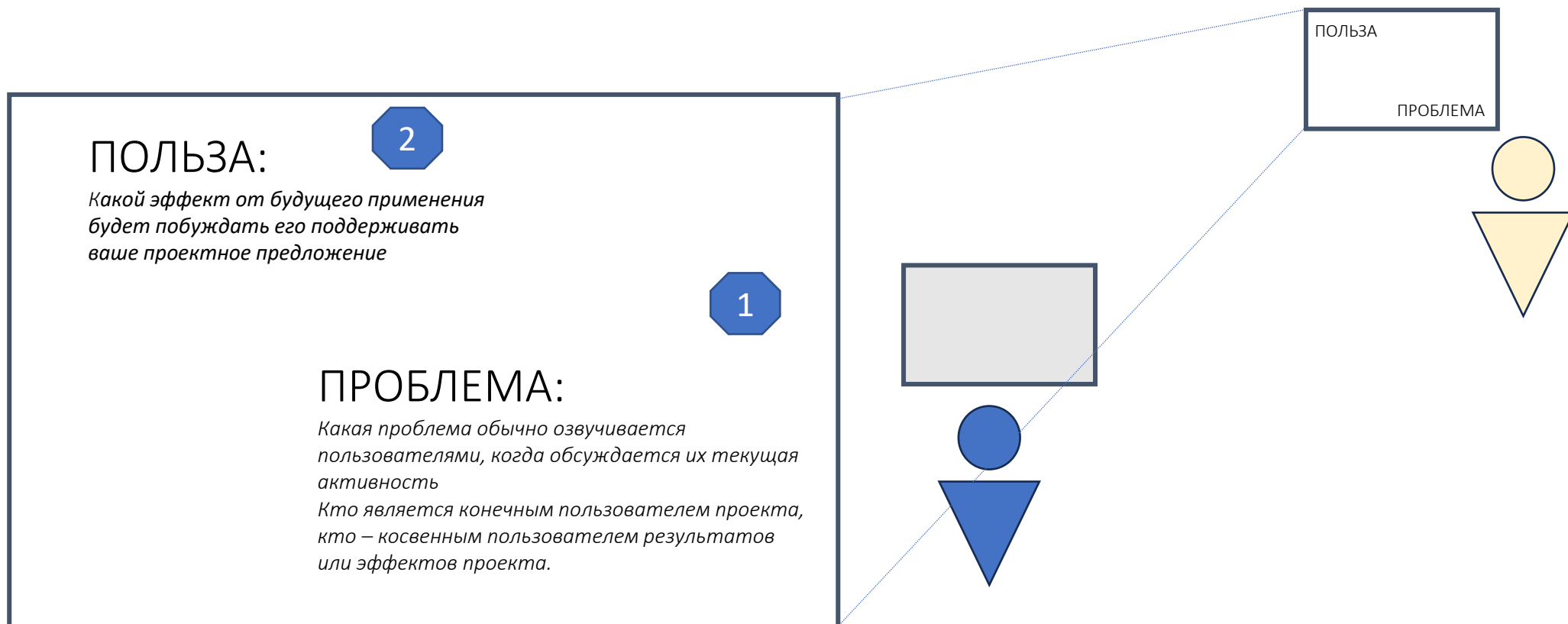


Схема проблемного интервью

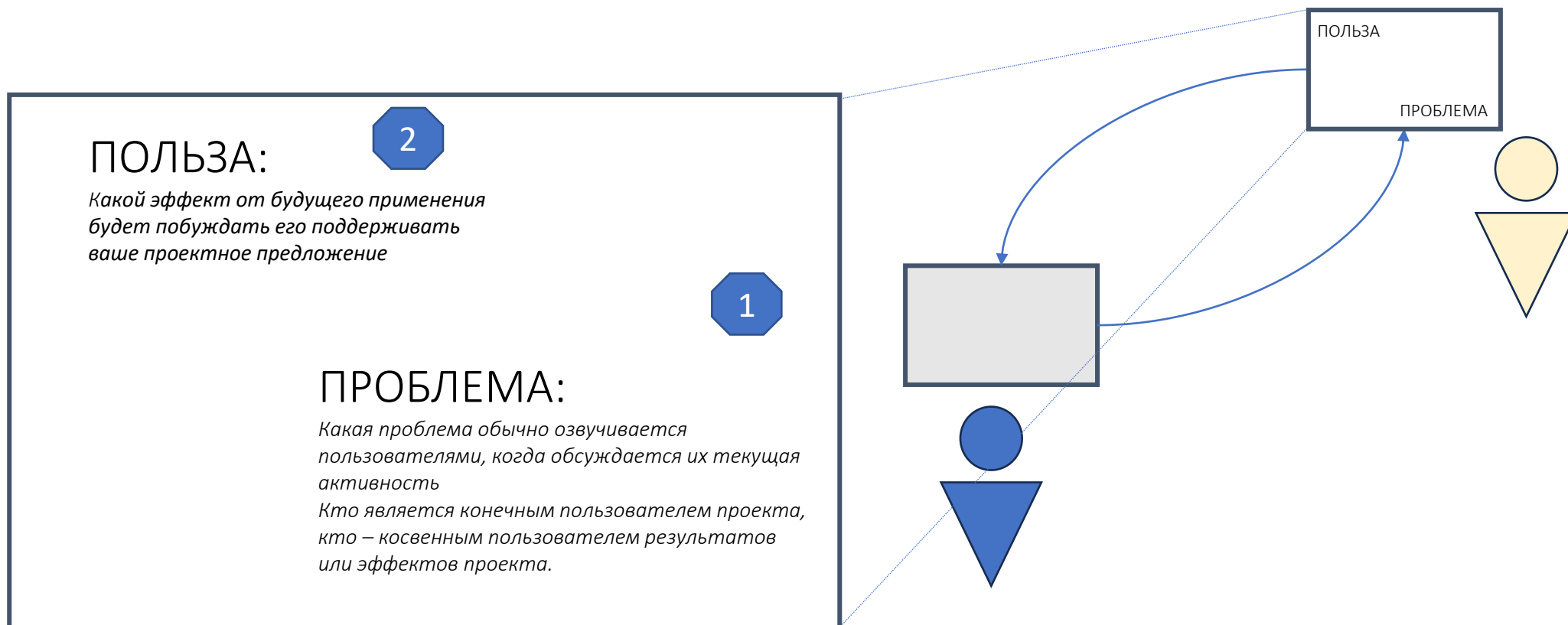


Схема проблемного интервью

Ситуация
Решение
Убежденность

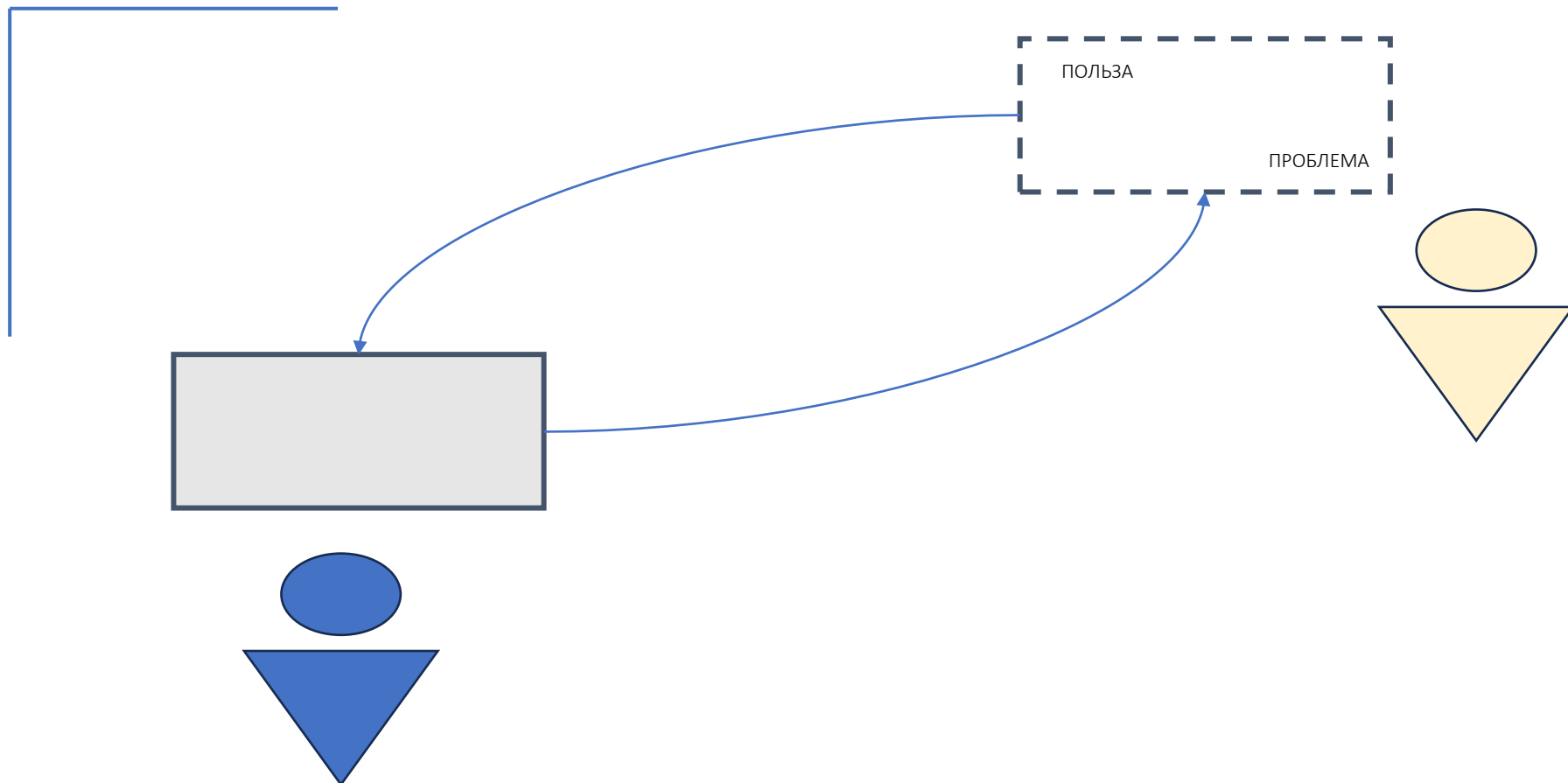


Схема проблемного интервью

Ситуация
Решение
Убежденность

Вас волнует проблема X?
Вы купили бы решение Y?
Вы бы поддержали проект?

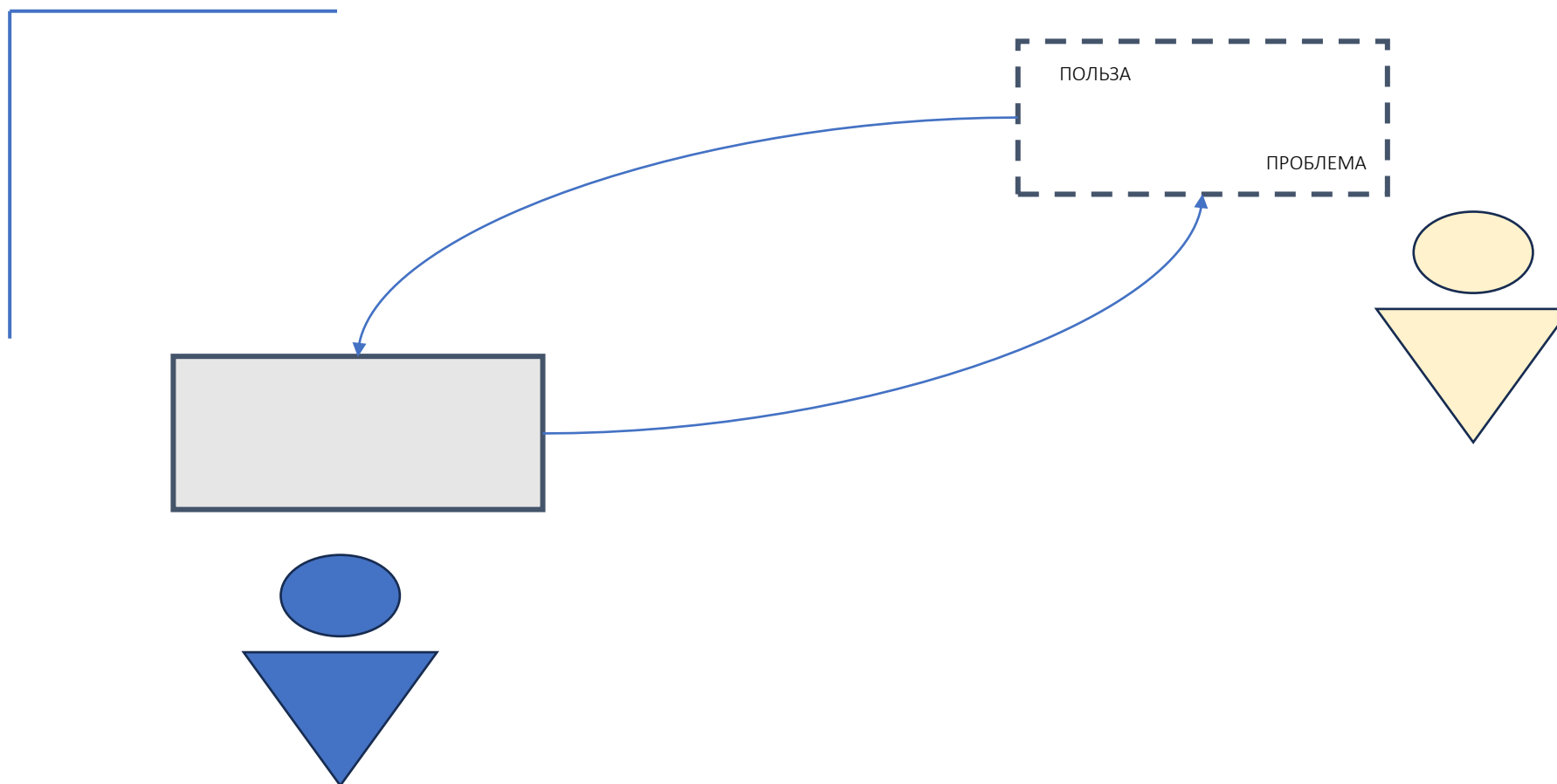


Схема проблемного интервью

Ситуация
Решение
Убежденность

Вас волнует проблема X?
Вы купили бы решение Y?
Вы бы поддержали проект?

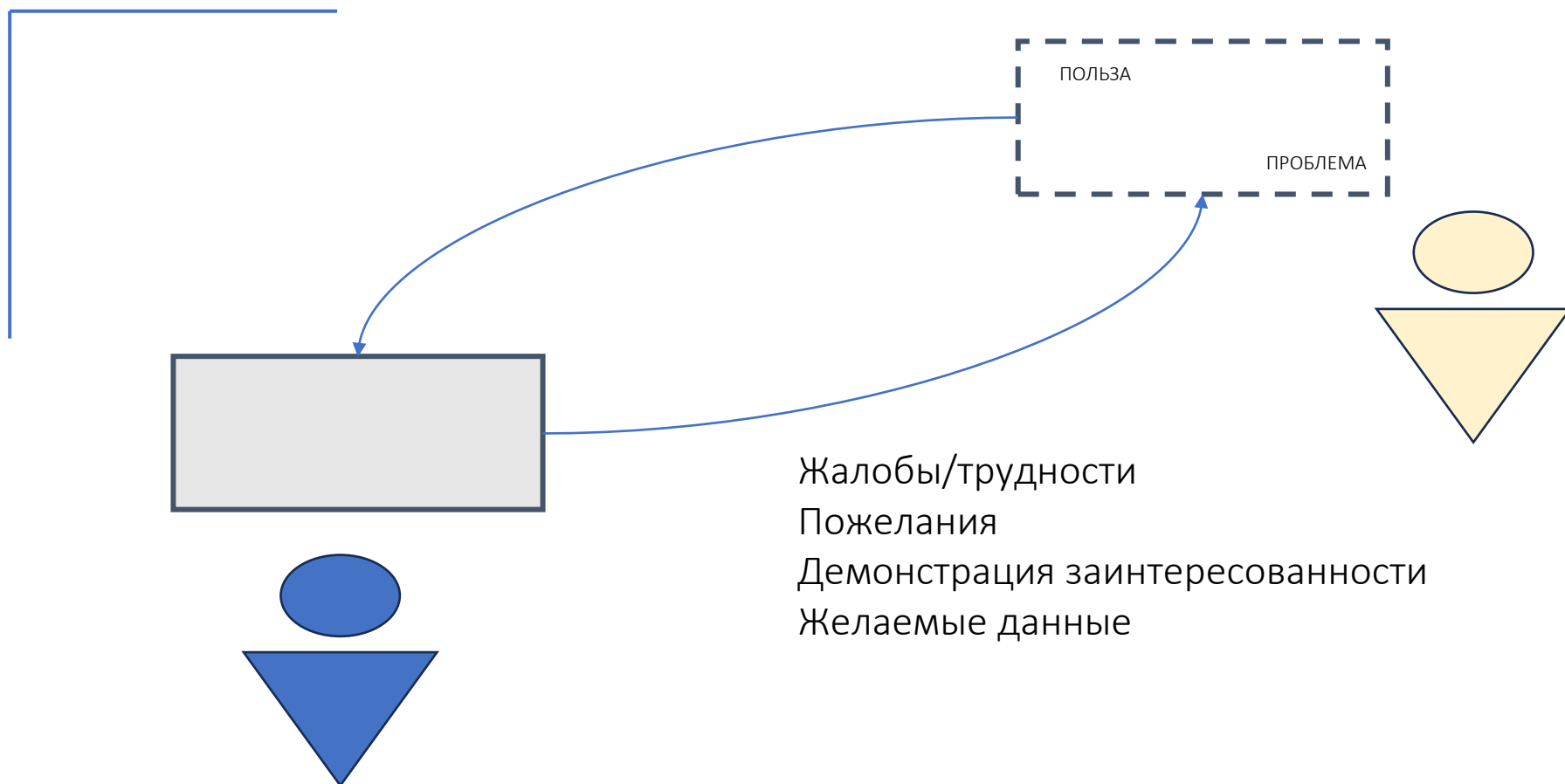


Схема проблемного интервью

Деятельность
Барьеры
Любопытство

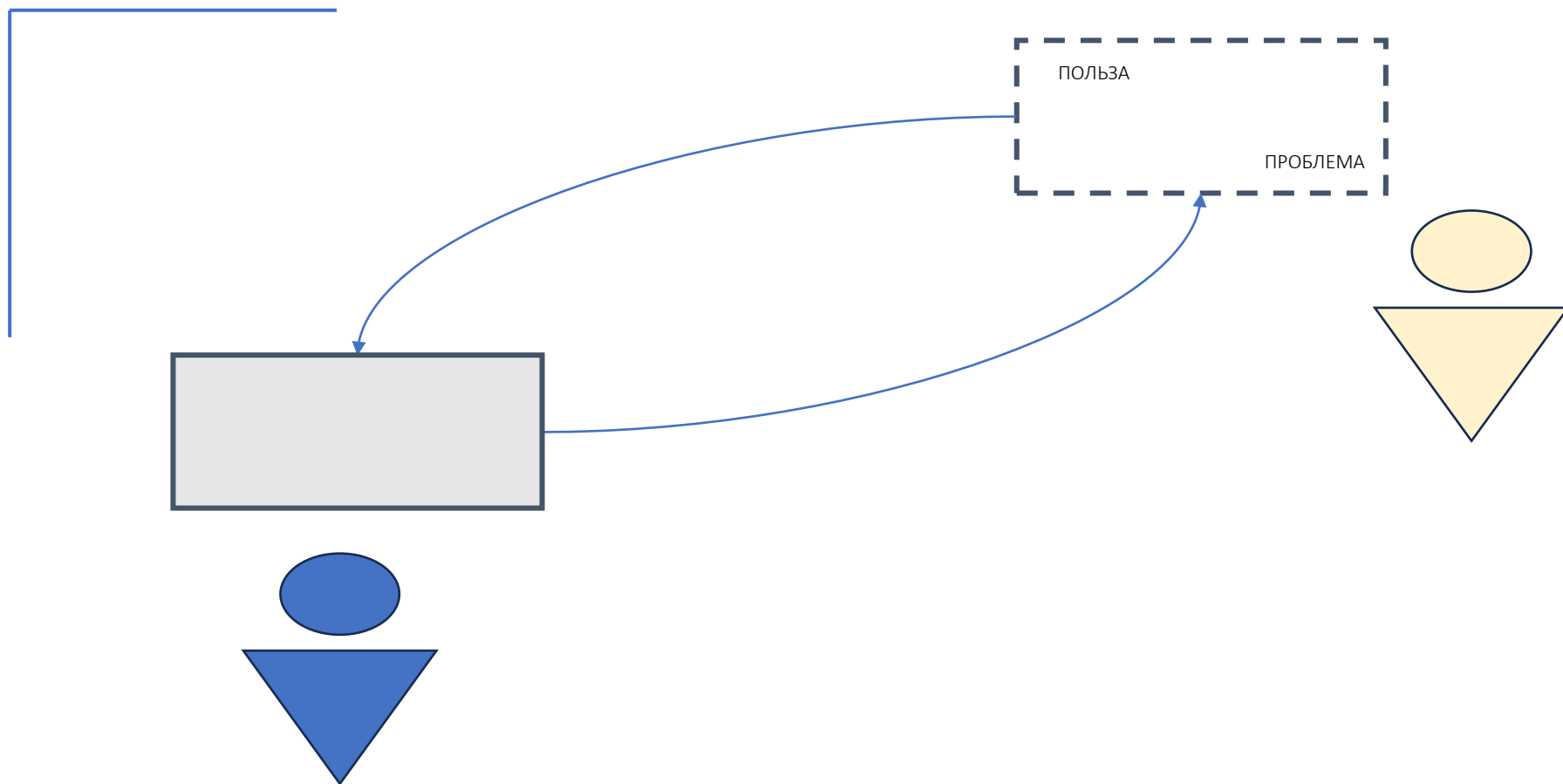


Схема проблемного интервью

Деятельность
Барьеры
Любопытство

Почему вас это беспокоит?
Каковы последствия этой ситуации?
Как вы решаете данную проблему сейчас?
Кто будет финансировать покупку?

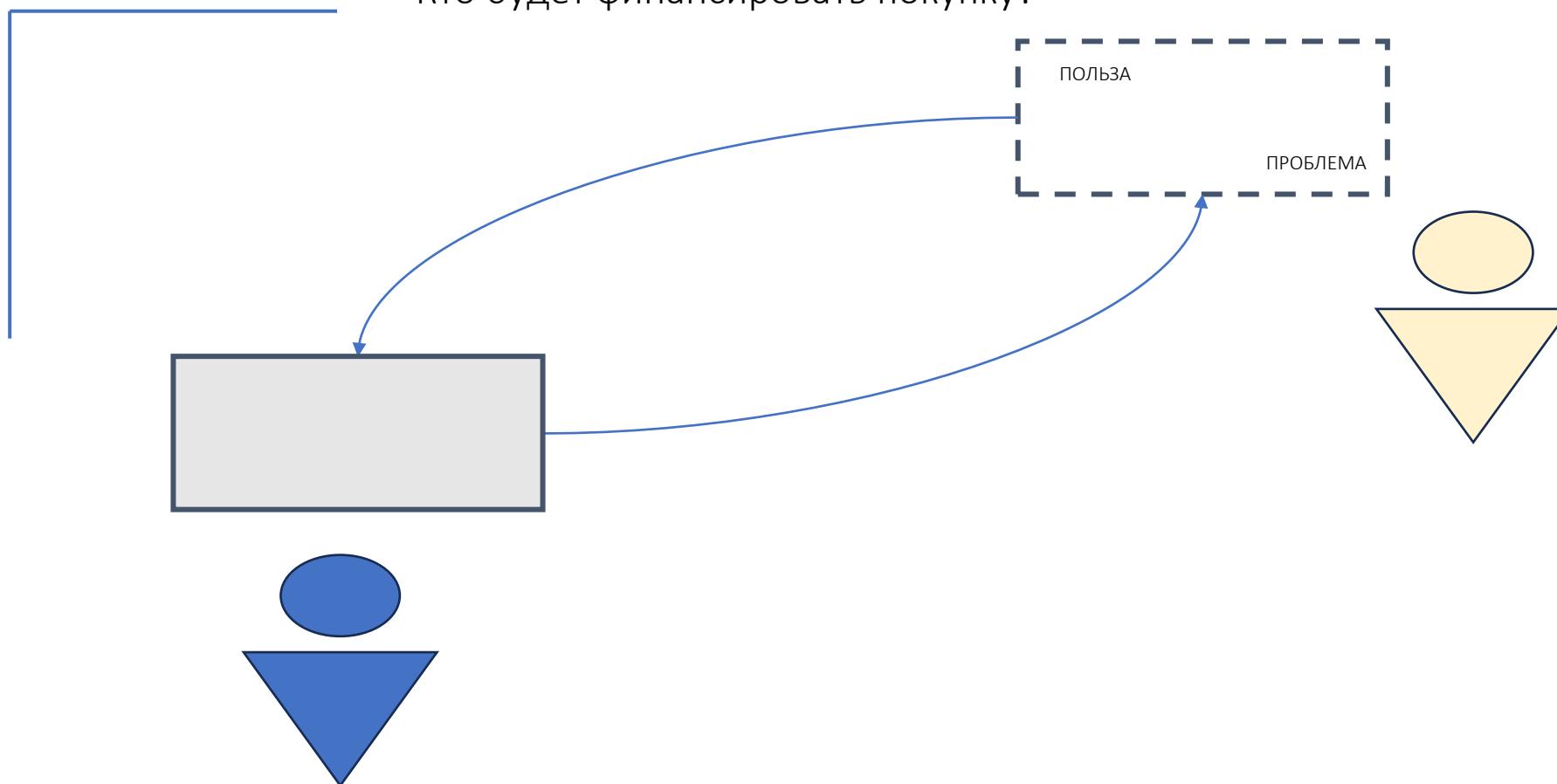
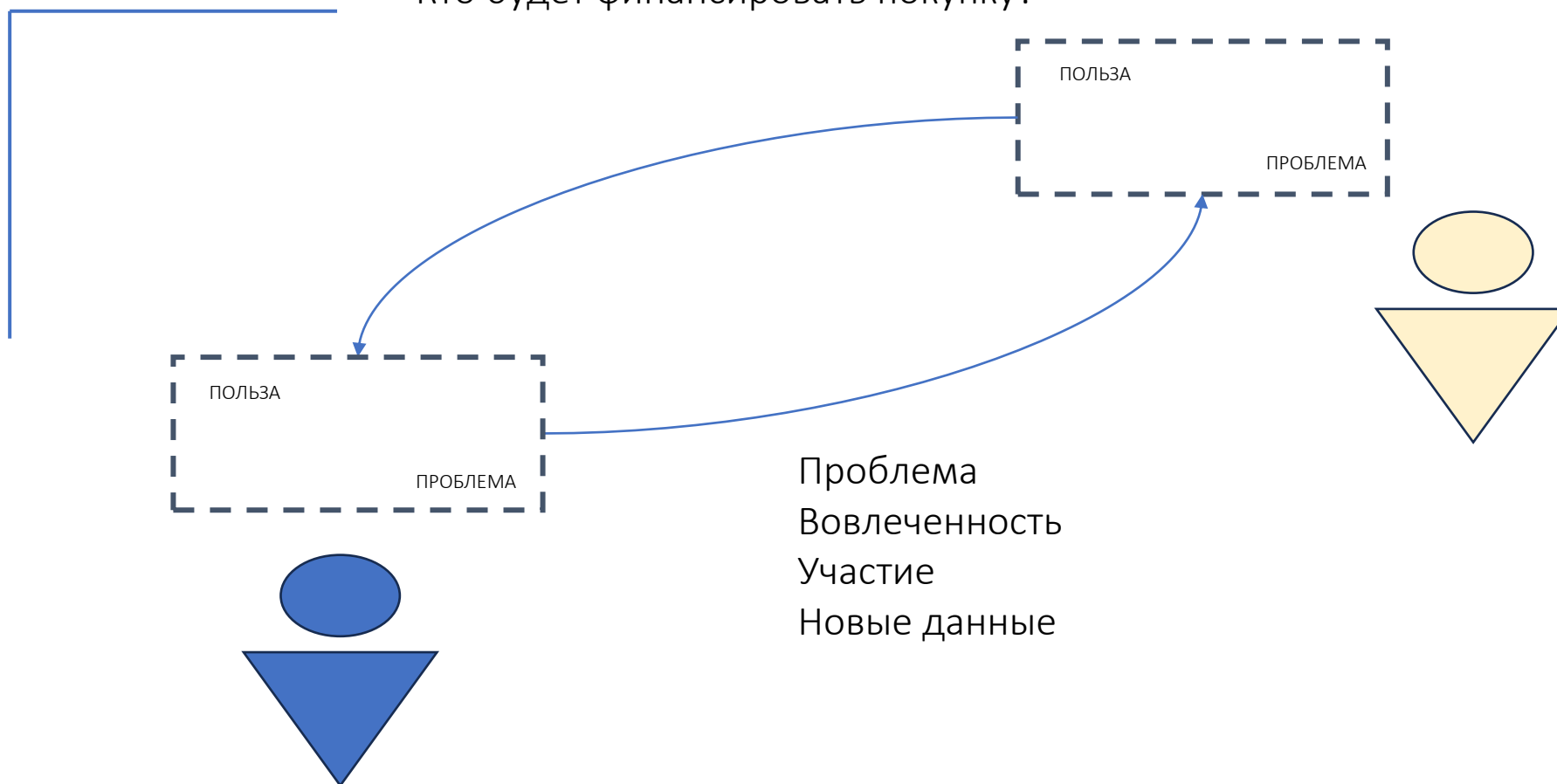


Схема проблемного интервью

Деятельность
Барьеры
Любопытство

Почему вас это беспокоит?
Каковы последствия этой ситуации?
Как вы решаете данную проблему сейчас?
Кто будет финансировать покупку?



Рекомендации

Говорите с пользователями про их жизнь и деятельность, а не про ваш проект

Рекомендации

Говорите с пользователями про их жизнь и деятельность, а не про ваш проект

Спрашивайте о конкретных действиях, ситуациях, событиях, а не о взглядах, мнениях и пожеланиях

Рекомендации

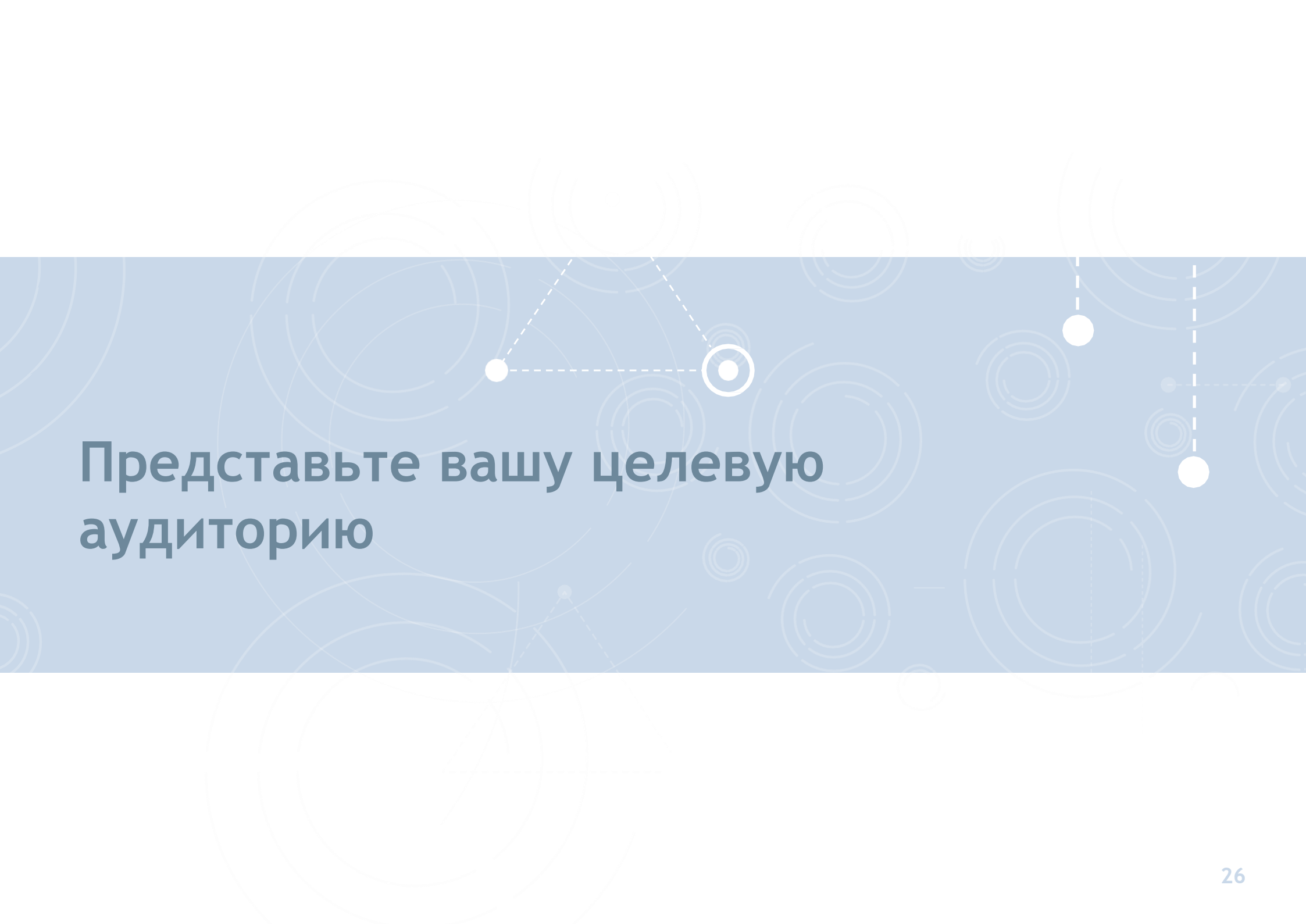
Говорите с пользователями про их жизнь и деятельность, а не про ваш проект

Спрашивайте о конкретных действиях, ситуациях, событиях, а не о взглядах, мнениях и пожеланиях

Меньше говорите, больше слушайте

The background features a light blue gradient with a pattern of overlapping circles and dashed lines. Some circles are solid white, while others are dashed. Dashed lines connect some of the circles, forming a network-like structure. The overall aesthetic is clean and modern, typical of a business presentation.

**Как определить, кто будет
покупать ваш продукт?**

The background features a light blue horizontal band across the middle. The entire page is decorated with faint, overlapping circles and dashed lines of varying sizes and colors (light blue and white). Some circles are solid, while others are dashed. Dashed lines connect some of the circles, forming a network-like structure. The overall aesthetic is clean, modern, and tech-oriented.

Представьте вашу целевую аудиторию

Допустим, что
вы достоверно
описали её,
используя...



LaunchLab

Интеллектуальная поддержка акселераторов

Допустим, что вы достоверно описали её, используя...

Географические характеристики: место проживания, в каких местах бывают (бизнес-центры, аэропорты, ТРЦ, рестораны, фитнес-студии и тп), путешествует наша аудитория и где.

Допустим, что вы достоверно описали её, используя...

Географические характеристики: место проживания, в каких местах бывают (бизнес-центры, аэропорты, ТРЦ, рестораны, фитнес-студии и тп), путешествует наша аудитория и где.

Социально-демографические: пол, возраст, образование, профессия, место работы, род деятельности, должность, примерный доход, семейное положение, социальный статус и культурный уровень.

Допустим, что вы достоверно описали её, используя...

Географические характеристики: место проживания, в каких местах бывают (бизнес-центры, аэропорты, ТРЦ, рестораны, фитнес-студии и тп), путешествует наша аудитория и где.

Социально-демографические: пол, возраст, образование, профессия, место работы, род деятельности, должность, примерный доход, семейное положение, социальный статус и культурный уровень.

Экономические: платежеспособность, где и как часто покупают (офлайн или онлайн), что может себе позволить.

Допустим, что вы достоверно описали её, используя...

Географические характеристики: место проживания, в каких местах бывают (бизнес-центры, аэропорты, ТРЦ, рестораны, фитнес-студии и тп), путешествует наша аудитория и где.

Социально-демографические: пол, возраст, образование, профессия, место работы, род деятельности, должность, примерный доход, семейное положение, социальный статус и культурный уровень.

Экономические: платежеспособность, где и как часто покупают (офлайн или онлайн), что может себе позволить.

Психологические: свойства характера (экстраверт или интроверт), жизненные ценности, авторитеты, чего хочет достичь в жизни, хобби, увлечения, как проводит свободное время, интересы (например, спортивные; какая музыка и фильмы нравятся)

Допустим, что вы достоверно описали её, используя...

Географические характеристики: место проживания, в каких местах бывают (бизнес-центры, аэропорты, ТРЦ, рестораны, фитнес-студии и тп), путешествует наша аудитория и где.

Социально-демографические: пол, возраст, образование, профессия, место работы, род деятельности, должность, примерный доход, семейное положение, социальный статус и культурный уровень.


Экономические: платежеспособность, где и как часто покупают (офлайн или онлайн), что может себе позволить.

Психографические: свойства характера (экстраверт или интроверт), жизненные ценности, авторитеты, чего хочет достичь в жизни, хобби, увлечения, как проводит свободное время, интересы (например, спортивные; какая музыка и фильмы нравятся)

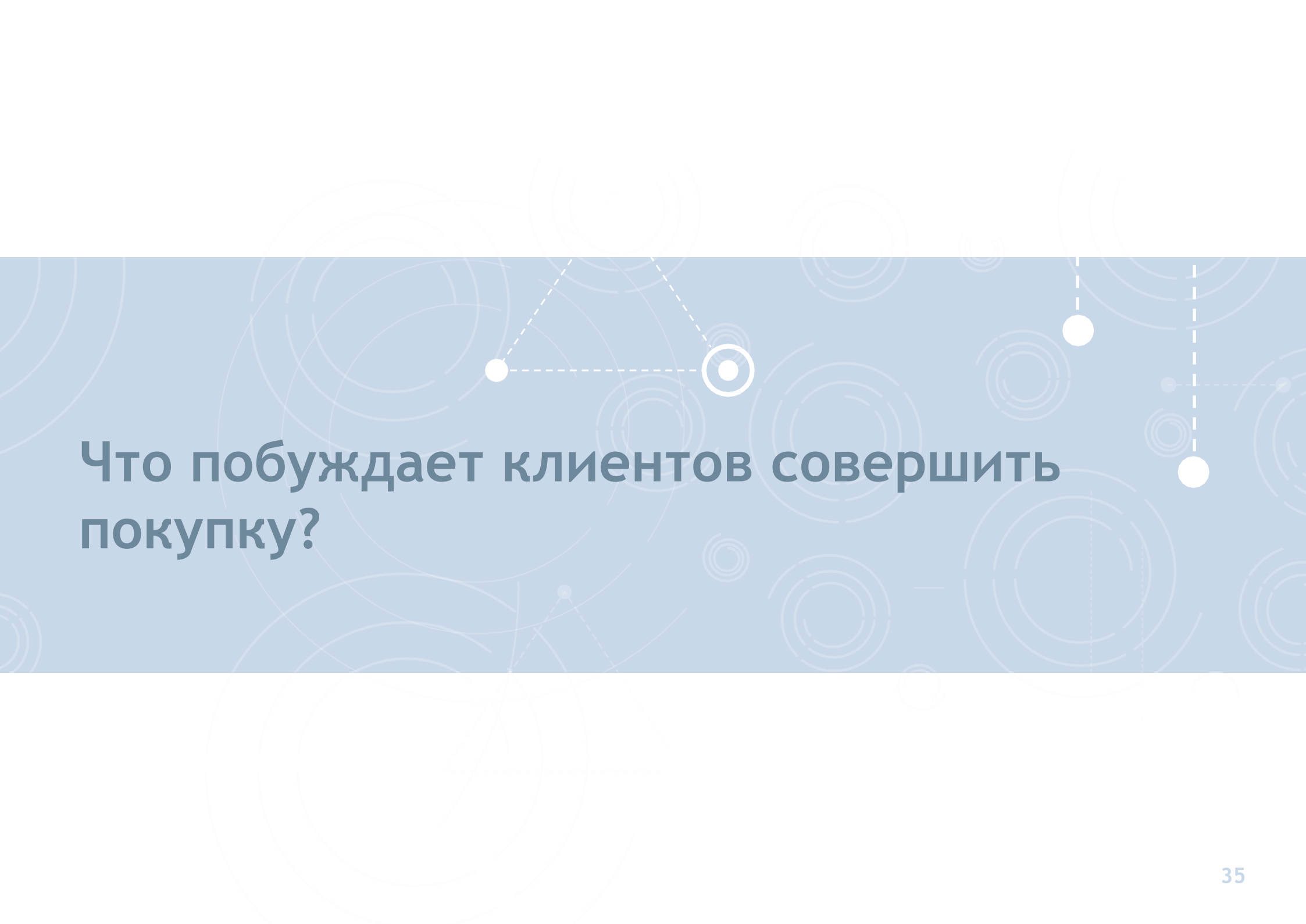
Как эти данные повлияют на вашу стратегию?

The background features a light blue gradient with a pattern of overlapping circles and dashed lines. Some circles are solid white, while others are dashed. Dashed lines connect some of the circles, forming a network-like structure. The overall aesthetic is clean and modern.

Почти никак!



Потому что эти характеристики не побуждают купить ваш продукт

The background features a light blue gradient with a pattern of faint, overlapping circles and dashed lines. A prominent white dashed triangle is centered in the upper half, with a white circle at each vertex. To the right, there are vertical dashed lines with white circles at their ends. The overall aesthetic is clean and modern, typical of a corporate or educational presentation.

**Что побуждает клиентов совершить
покупку?**

История Jobs to Be Done

Клейтон Кристенсен, профессор Гарвардской школы бизнеса, определяет концепт Jobs To Be Done следующим образом:

«Большинство компаний делят свою целевую аудиторию на сегменты по пользовательским или продуктовым характеристикам.

Но у пользователя другой взгляд на рынок. У него просто есть задача, которую надо выполнить (job to be done), и он ищет лучший продукт, который поможет ему в этом».

История Jobs to Be Done

JTBD-методика была разработана в 1991 году Тони Улвиком, основателем консалтинговой фирмы Strategyn. Согласно книге Улвика «Jobs to Be Done», Strategyn применила JTBD в работе с сотнями компаний, которые добились успеха в 86% случаев.

Есть мнение, что автором теории является Клейтон Кристенсен, т.к. он сформулировал её более четко, обозначив ценности и принципы этого подхода.

История Jobs to Be Done

JTBD-методика была разработана в 1991 году Тони Улвиком, основателем консалтинговой фирмы Strategyn. Согласно книге Улвика «Jobs to Be Done», Strategyn применила JTBD в работе с сотнями компаний, которые добились успеха в 86% случаев.

Есть мнение, что автором теории является Клейтон Кристенсен, т.к. он сформулировал её более четко, обозначив ценности и принципы этого подхода.

Сейчас развиваются два подхода:

История Jobs to Be Done

JTBD-методика была разработана в 1991 году Тони Улвиком, основателем консалтинговой фирмы Strategyn. Согласно книге Улвика «Jobs to Be Done», Strategyn применила JTBD в работе с сотнями компаний, которые добились успеха в 86% случаев.

Есть мнение, что автором теории является Клейтон Кристенсен, т.к. он сформулировал её более четко, обозначив ценности и принципы этого подхода.

Сейчас развиваются два подхода:

Работа как прогресс или результат (Jobs-As-Progress) — продукт позволяет пользователю эволюционировать, упростив свое участие. Или вовсе полностью делегировать работу предлагаемому решению.

Клейтон Кристенсен, Алан Клемент, Карен Диллон

История Jobs to Be Done

JTBD-методика была разработана в 1991 году Тони Улвиком, основателем консалтинговой фирмы Strategyn. Согласно книге Улвика «Jobs to Be Done», Strategyn применила JTBD в работе с сотнями компаний, которые добились успеха в 86% случаев.

Есть мнение, что автором теории является Клейтон Кристенсен, т.к. он сформулировал её более четко, обозначив ценности и принципы этого подхода.

Сейчас развиваются два подхода:

Работа как прогресс или результат (Jobs-As-Progress) — продукт позволяет пользователю эволюционировать, упростив свое участие. Или вовсе полностью делегировать работу предлагаемому решению.

Клейтон Кристенсен, Алан Клемент, Карен Диллон

Работа как активность (Jobs-As-Activities) — потребитель вовлечен в работу, но хочет чтобы ее выполнение доставляло больше удовольствия, сэкономило время, было более технологичным.

Тони Ульвик

Работа как прогресс или результат (Jobs- As-Progress)

Продукт, который вы создаете, решает проблему пользователя — «выполняет работу». Пользователи покупают, то есть «нанимают на работу» ваш продукт, чтобы он сделал свою работу — и сделал жизнь пользователя

Работа как прогресс или результат (Jobs- As-Progress)

Продукт, который вы создаете, решает проблему пользователя — «выполняет работу». Пользователи покупают, то есть «нанимают на работу» ваш продукт, чтобы он сделал свою работу — и сделал жизнь пользователя

- счастливее

Работа как прогресс или результат (Jobs- As-Progress)

Продукт, который вы создаете, решает проблему пользователя — «выполняет работу». Пользователи покупают, то есть «нанимают на работу» ваш продукт, чтобы он сделал свою работу — и сделал жизнь пользователя

- счастливее
- проще

Работа как прогресс или результат (Jobs- As-Progress)

Продукт, который вы создаете, решает проблему пользователя — «выполняет работу». Пользователи покупают, то есть «нанимают на работу» ваш продукт, чтобы он сделал свою работу — и сделал жизнь пользователя

- счастливее
- проще
- безответственнее



Работа как прогресс или результат (Jobs- As-Progress)

Продукт, который вы создаете, решает проблему пользователя — «выполняет работу». Пользователи покупают, то есть «нанимают на работу» ваш продукт, чтобы он сделал свою работу — и сделал жизнь пользователя

- счастливее
- проще
- безответственнее
- ленивее

Работа как
прогресс или
результат (Jobs-
As-Progress)

Job To Be Done = задача + контекст

Быстро вызвать такси (Яндекс. Такси)

Работа как
прогресс или
результат (Jobs-
As-Progress)

Job To Be Done = задача + контекст

Быстро вызвать такси (Яндекс. Такси)

Провести время в пути (видео из RuTube)

Работа как
прогресс или
результат (Jobs-
As-Progress)

Job To Be Done = задача + контекст

Быстро вызвать такси (Яндекс. Такси)

Провести время в пути (видео из RuTube)

Поработать вне дома или офиса (ноутбук)

Работа как
прогресс или
результат (Jobs-
As-Progress)

Угадайте продукт

Я купил X, чтобы...

...завершить ужин приятным десертом

...дополнить свою коллекцию игрушек

...успокоить ребенка в магазине, чтобы он не просил о дорогой покупке



Работа как
прогресс или
результат (Jobs-
As-Progress)





Как ИСПОЛЬЗОВАТЬ Jobs To Be Done в работе

Шаг 1. Конкуренты

Прямые конкуренты — это компании, которые предлагают аналогичные продукты или услуги для решения той же задачи.
Чай в листьях или в пакетиках? Netflix или Кинопоиск?

Как ИСПОЛЬЗОВАТЬ Jobs To Be Done в работе

Шаг 1. Конкуренты

Прямые конкуренты — это компании, которые предлагают аналогичные продукты или услуги для решения той же задачи.
Чай в листьях или в пакетиках? Netflix или Кинопоиск?

Вторичные конкуренты — это компании, предлагающие продукты или услуги, которые могут решить ту же задачу, но другим способом.

Чай в листьях или чайник чая в кафе? Кинопоиск или сайт с пиратскими фильмами?

Как ИСПОЛЬЗОВАТЬ Jobs To Be Done в работе

Шаг 1. Конкуренты

Прямые конкуренты — это компании, которые предлагают аналогичные продукты или услуги для решения той же задачи.
Чай в листьях или в пакетиках? Netflix или Кинопоиск?

Вторичные конкуренты — это компании, предлагающие продукты или услуги, которые могут решить ту же задачу, но другим способом.

Чай в листьях или чайник чая в кафе? Кинопоиск или сайт с пиратскими фильмами?

Косвенные конкуренты (непрямые) — это продукты или услуги, которые клиент может выбрать вместо того, чтобы «нанять» ваш продукт для выполнения «работы». Список таких конкурентов может быть очень широк, так как они не обязательно относятся к той же сфере, что и вы.

Чай в листьях или энергетик? Кинопоиск или настольная игра?

Как использовать Jobs To Be Done в работе

Шаг 2. Мотивация пользователей

Выявляем, как человек принимает решение о покупке вашего товара или услуги. В JTBD принято считать, что на человека при принятии решения о покупке действует 4 фактора:



Как использовать Jobs To Be Done в работе

Шаг 2. Мотивация пользователей

Выявляем, как человек принимает решение о покупке вашего товара или услуги. В JTBD принято считать, что на человека при принятии решения о покупке действует 4 фактора:

Недовольство сложившейся ситуацией – «чай в чайнике слишком быстро остывает»

Как использовать Jobs To Be Done в работе

Шаг 2. Мотивация пользователей

Выявляем, как человек принимает решение о покупке вашего товара или услуги. В JTBD принято считать, что на человека при принятии решения о покупке действует 4 фактора:

Недовольство сложившейся ситуацией – «чай в чайнике слишком быстро остывает»

Привлекательность нового решения – «умные чайники могут поддерживать температуру, я видел такой в интернете»

Как использовать Jobs To Be Done в работе

Шаг 2. Мотивация пользователей

Выявляем, как человек принимает решение о покупке вашего товара или услуги. В JTBD принято считать, что на человека при принятии решения о покупке действует 4 фактора:

Недовольство сложившейся ситуацией – «чай в чайнике слишком быстро остывает»

Привлекательность нового решения – «умные чайники могут поддерживать температуру, я видел такой в интернете»

Боязнь перемен от того, что что-то может пойти не так: «но что, если в новом чайнике чай будет не таким вкусным?»



Как использовать Jobs To Be Done в работе

Шаг 2. Мотивация пользователей

Выявляем, как человек принимает решение о покупке вашего товара или услуги. В JTBD принято считать, что на человека при принятии решения о покупке действует 4 фактора:

Недовольство сложившейся ситуацией — «чай в чайнике слишком быстро остывает»

Привлекательность нового решения — «умные чайники могут поддерживать температуру, я видел такой в интернете»

Боязнь перемен от того, что что-то может пойти не так: «но что, если в новом чайнике чай будет не таким вкусным?»

Привязанность к старому решению: «В конце концов, я всю жизнь пью чай из чайника, и всё в порядке»

Как использовать Jobs To Be Done в работе

4 силы, которые влияют на решение о смене продукта



Иллюстрация из книги

<https://www.intercom.com/resources/books/intercom-jobs-to-be-done>



Как ИСПОЛЬЗОВАТЬ Jobs To Be Done в работе

Шаг 3. Составьте формулу Job Story

КОГДА (КОНТЕКСТ), Я ХОЧУ (МОТИВ ДЛЯ ПОКУПКИ), ЧТОБЫ (РЕЗУЛЬТАТ)



Как ИСПОЛЬЗОВАТЬ Jobs To Be Done в работе

Шаг 3. Составьте формулу Job Story

КОГДА (КОНТЕКСТ), Я ХОЧУ (МОТИВ ДЛЯ ПОКУПКИ), ЧТОБЫ (РЕЗУЛЬТАТ)

- Когда мне нужно провести время с семьей, я хочу посмотреть фильм, чтобы не тратить силы на активные действия.

Как ИСПОЛЬЗОВАТЬ Jobs To Be Done в работе

Шаг 3. Составьте формулу Job Story

КОГДА (КОНТЕКСТ), я ХОЧУ (МОТИВ ДЛЯ ПОКУПКИ), ЧТОБЫ (РЕЗУЛЬТАТ)

- Когда мне нужно провести время с семьей, я хочу посмотреть фильм, чтобы не тратить силы на активные действия.
- Когда мне нужно успокоить ребенка, я хочу купить ему недорогой, но приятный подарок, чтобы не тратить силы на конфликт с ребенком.

Как ИСПОЛЬЗОВАТЬ Jobs To Be Done в работе

Шаг 3. Составьте формулу Job Story

КОГДА (КОНТЕКСТ), я ХОЧУ (МОТИВ ДЛЯ ПОКУПКИ), ЧТОБЫ (РЕЗУЛЬТАТ)

- Когда мне нужно провести время с семьей, я хочу посмотреть фильм, чтобы не тратить силы на активные действия.
- Когда мне нужно успокоить ребенка, я хочу купить ему недорогой, но приятный подарок, чтобы не тратить силы на конфликт с ребенком.
- Когда мне нужно найти новую работу, я хочу зайти на HeadHunter, чтобы изучить несколько вакансий, не тратя время на их поиск.



Как ИСПОЛЬЗОВАТЬ Jobs To Be Done в работе

Шаг 4. Составьте Customer Job Procedure

Customer Job Procedure - последовательность этапов, описывающих процесс использования продукта в решении поставленной пользователем задачи.



Как ИСПОЛЬЗОВАТЬ Jobs To Be Done в работе

Шаг 4. Составьте Customer Job Procedure

Customer Job Procedure - последовательность этапов, описывающих процесс использования продукта в решении поставленной пользователем задачи.

Job story:

Когда мне нужно провести время с семьей, я хочу посмотреть фильм, чтобы не тратить силы на активные действия.



Как ИСПОЛЬЗОВАТЬ Jobs To Be Done в работе

Шаг 4. Составьте Customer Job Procedure

Customer Job Procedure - последовательность этапов, описывающих процесс использования продукта в решении поставленной пользователем задачи.

Job story:

Когда мне нужно провести время с семьей, я хочу посмотреть фильм, чтобы не тратить силы на активные действия.

Зайти в
браузере в
Кинопоиск



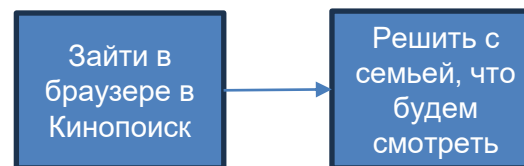
Как ИСПОЛЬЗОВАТЬ Jobs To Be Done в работе

Шаг 4. Составьте Customer Job Procedure

Customer Job Procedure - последовательность этапов, описывающих процесс использования продукта в решении поставленной пользователем задачи.

Job story:

Когда мне нужно провести время с семьей, я хочу посмотреть фильм, чтобы не тратить силы на активные действия.





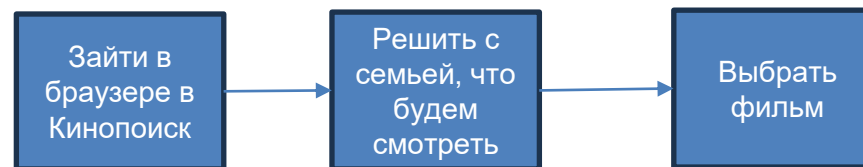
Как ИСПОЛЬЗОВАТЬ Jobs To Be Done в работе

Шаг 4. Составьте Customer Job Procedure

Customer Job Procedure - последовательность этапов, описывающих процесс использования продукта в решении поставленной пользователем задачи.

Job story:

Когда мне нужно провести время с семьей, я хочу посмотреть фильм, чтобы не тратить силы на активные действия.





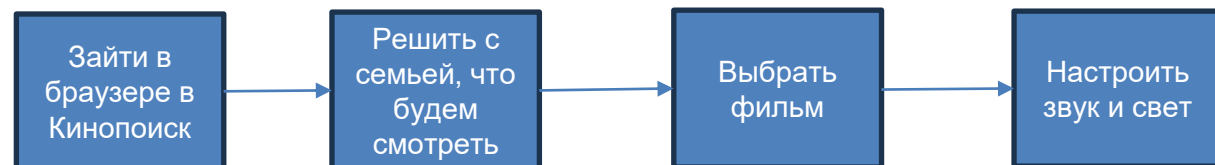
Как ИСПОЛЬЗОВАТЬ Jobs To Be Done в работе

Шаг 4. Составьте Customer Job Procedure

Customer Job Procedure - последовательность этапов, описывающих процесс использования продукта в решении поставленной пользователем задачи.

Job story:

Когда мне нужно провести время с семьей, я хочу посмотреть фильм, чтобы не тратить силы на активные действия.



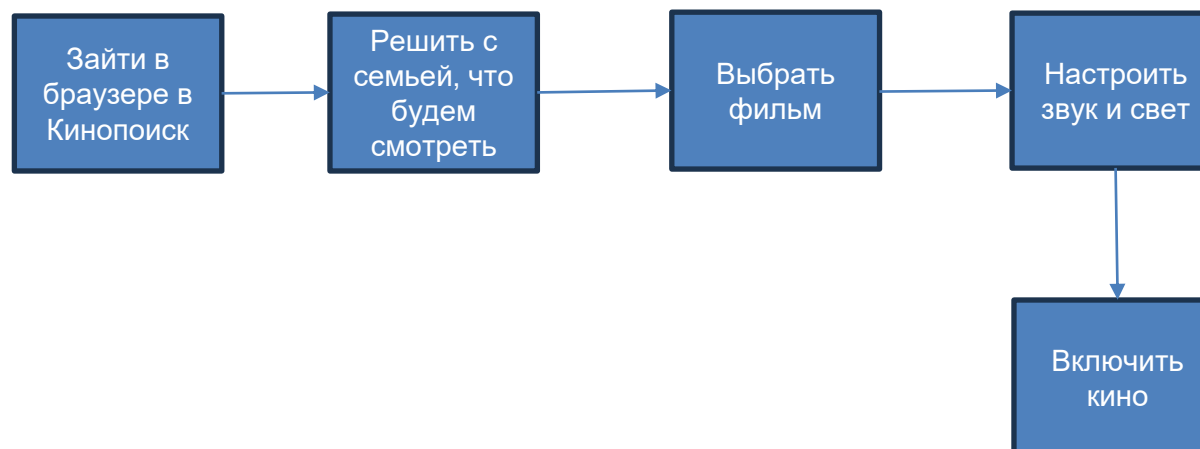
Как ИСПОЛЬЗОВАТЬ Jobs To Be Done в работе

Шаг 4. Составьте Customer Job Procedure

Customer Job Procedure - последовательность этапов, описывающих процесс использования продукта в решении поставленной пользователем задачи.

Job story:

Когда мне нужно провести время с семьей, я хочу посмотреть фильм, чтобы не тратить силы на активные действия.



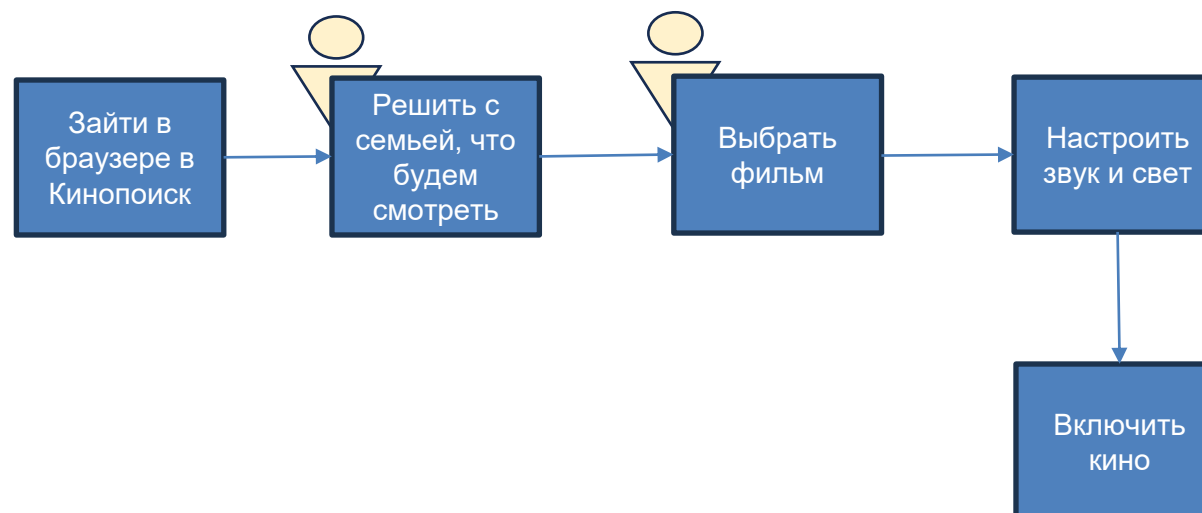
Как ИСПОЛЬЗОВАТЬ Jobs To Be Done в работе

Шаг 4. Составьте Customer Job Procedure

Customer Job Procedure - последовательность этапов, описывающих процесс использования продукта в решении поставленной пользователем задачи.

Job story:

Когда мне нужно провести время с семьей, я хочу посмотреть фильм, чтобы не тратить силы на активные действия.



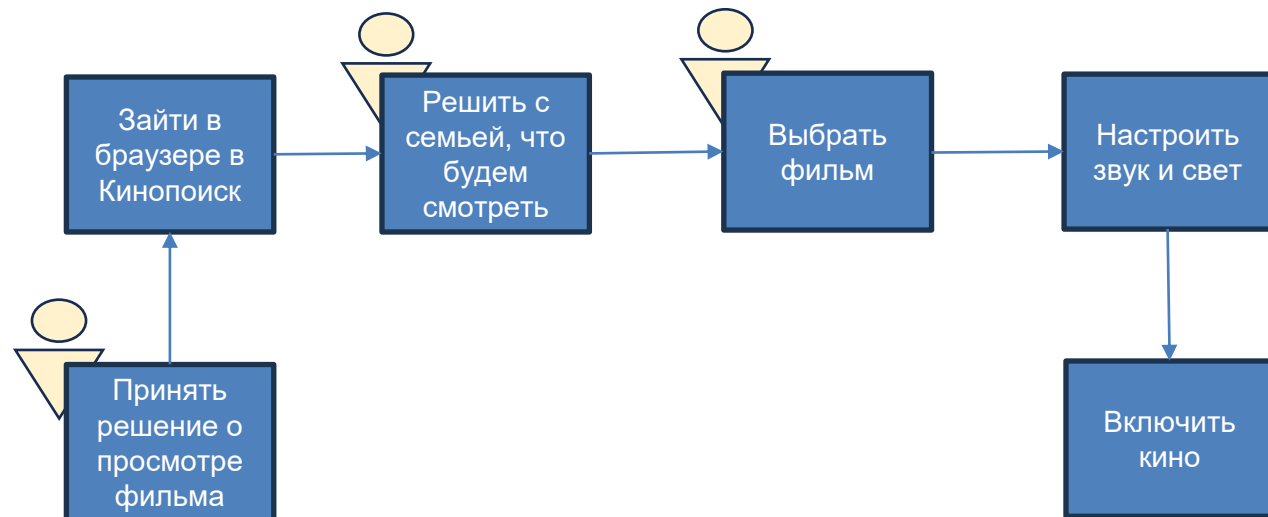
Как ИСПОЛЬЗОВАТЬ Jobs To Be Done в работе

Шаг 4. Составьте Customer Job Procedure

Customer Job Procedure - последовательность этапов, описывающих процесс использования продукта в решении поставленной пользователем задачи.

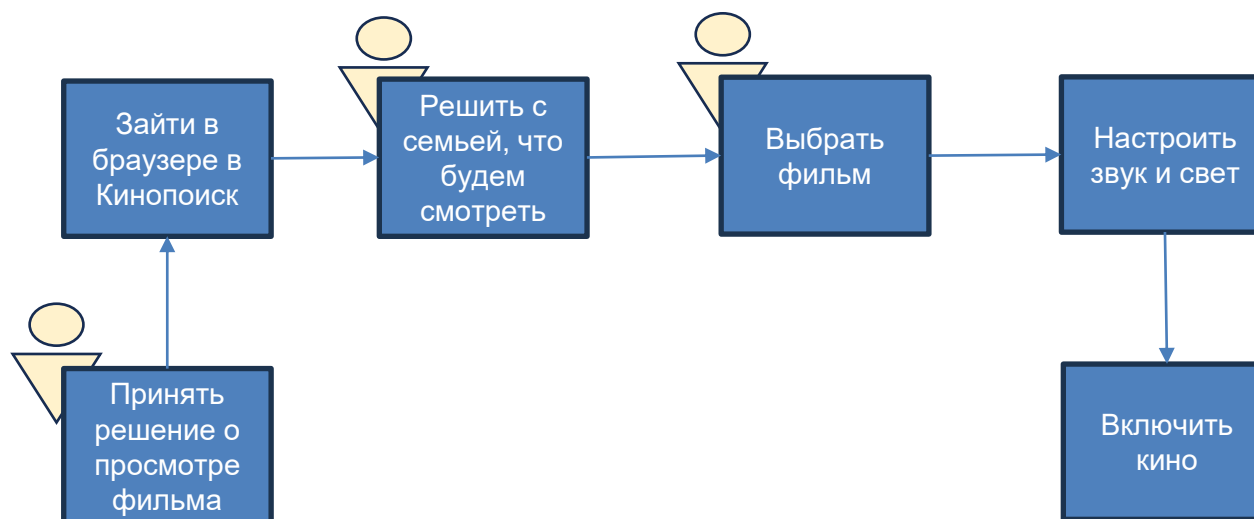
Job story:

Когда мне нужно провести время с семьей, я хочу посмотреть фильм, чтобы не тратить силы на активные действия.



Как ИСПОЛЬЗОВАТЬ Jobs To Be Done в работе

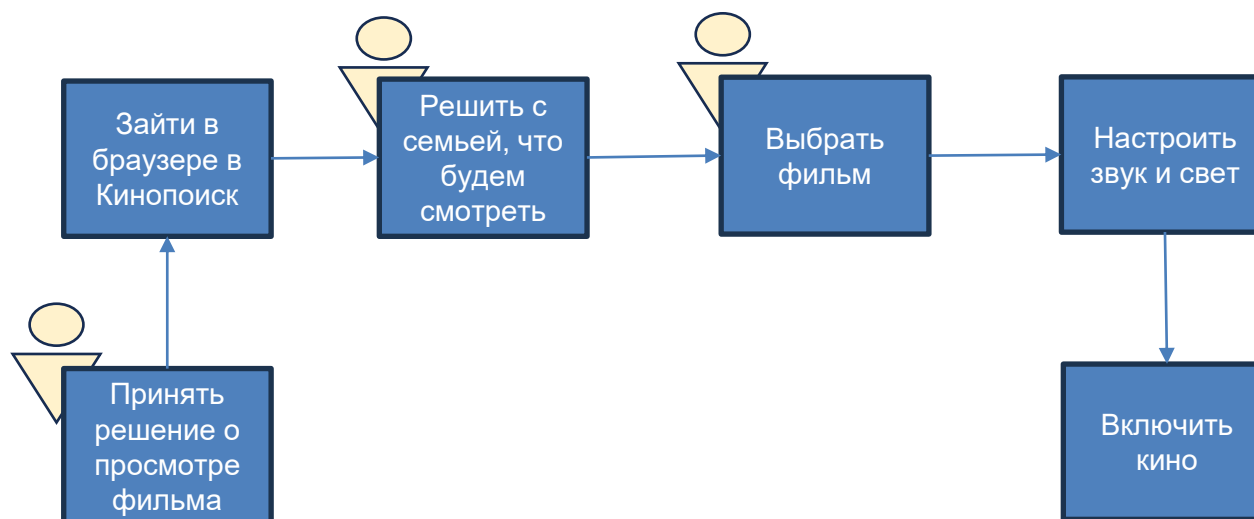
Шаг 5. Придумайте, где вы можете оптимизировать Customer Job Procedure



Как ИСПОЛЬЗОВАТЬ Jobs To Be Done в работе

Шаг 5. Придумайте, где вы можете оптимизировать Customer Job Procedure

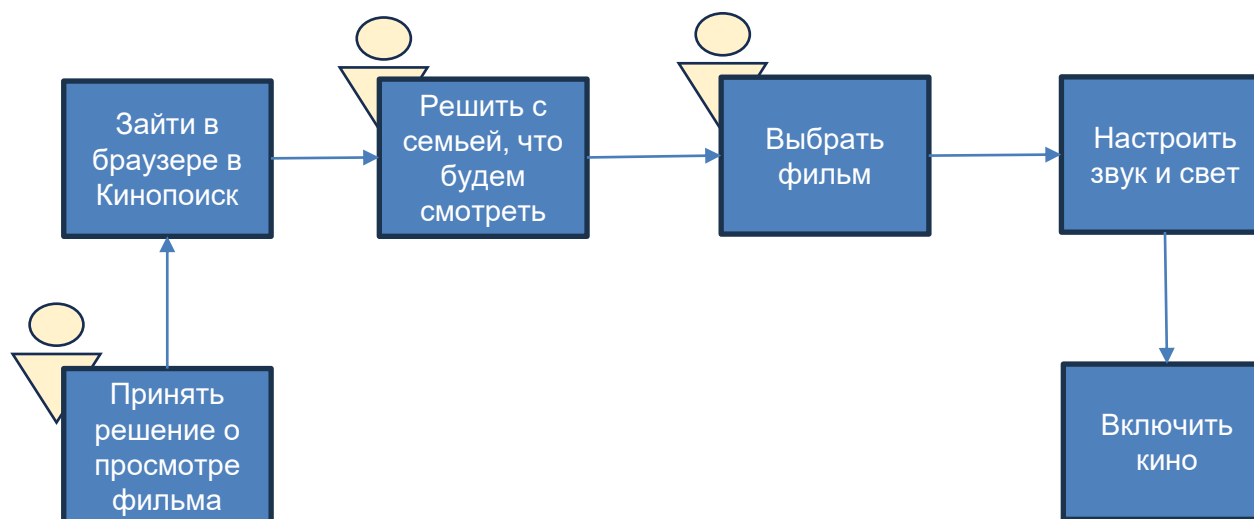
Пути поиска оптимизации:



Как ИСПОЛЬЗОВАТЬ Jobs To Be Done в работе

Шаг 5. Придумайте, где вы можете оптимизировать Customer Job Procedure

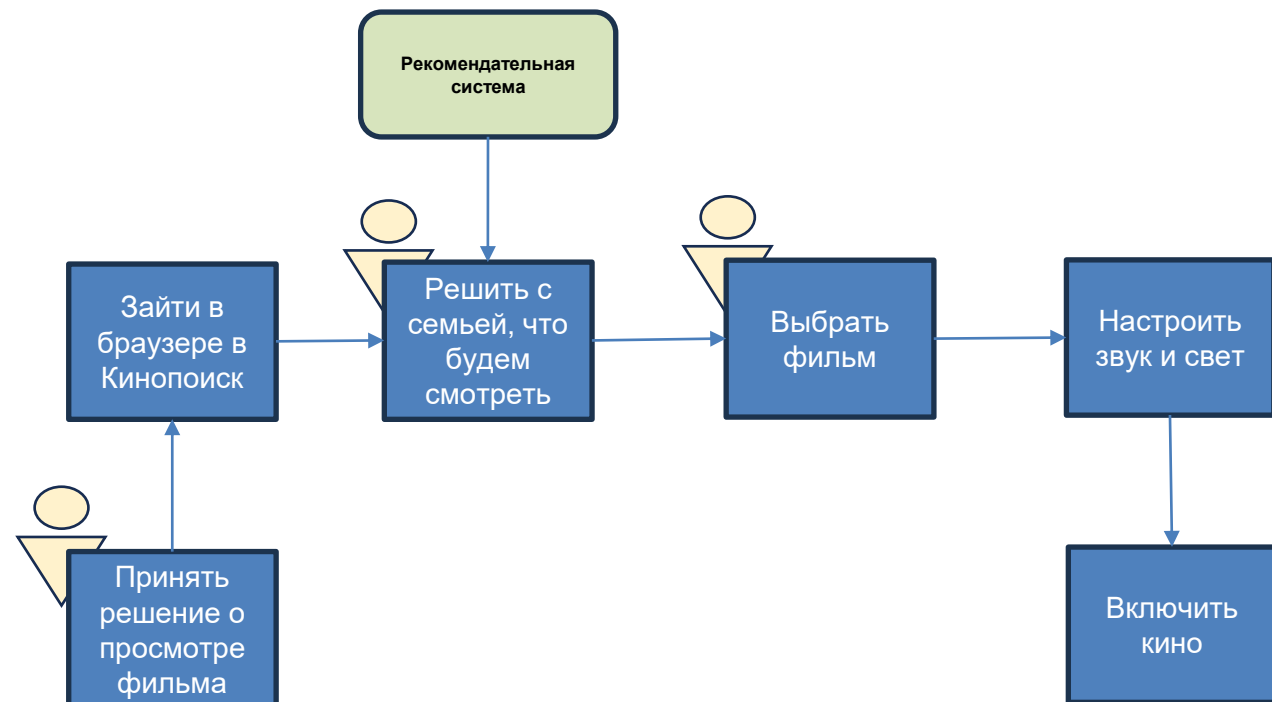
Пути поиска оптимизации:
- этап проходит быстрее



Как ИСПОЛЬЗОВАТЬ Jobs To Be Done в работе

Шаг 5. Придумайте, где вы можете оптимизировать Customer Job Procedure

Пути поиска оптимизации:
- этап проходит быстрее

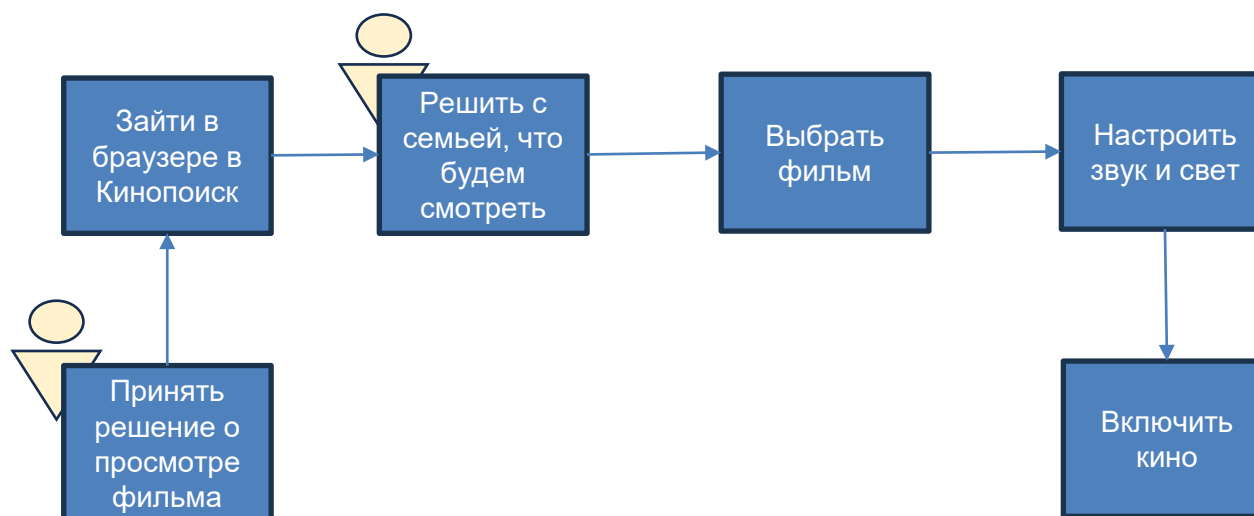


Как ИСПОЛЬЗОВАТЬ Jobs To Be Done в работе

Шаг 5. Придумайте, где вы можете оптимизировать Customer Job Procedure

Пути поиска оптимизации:

- этап проходит быстрее
- этап проходит без участия пользователя (минус этап)

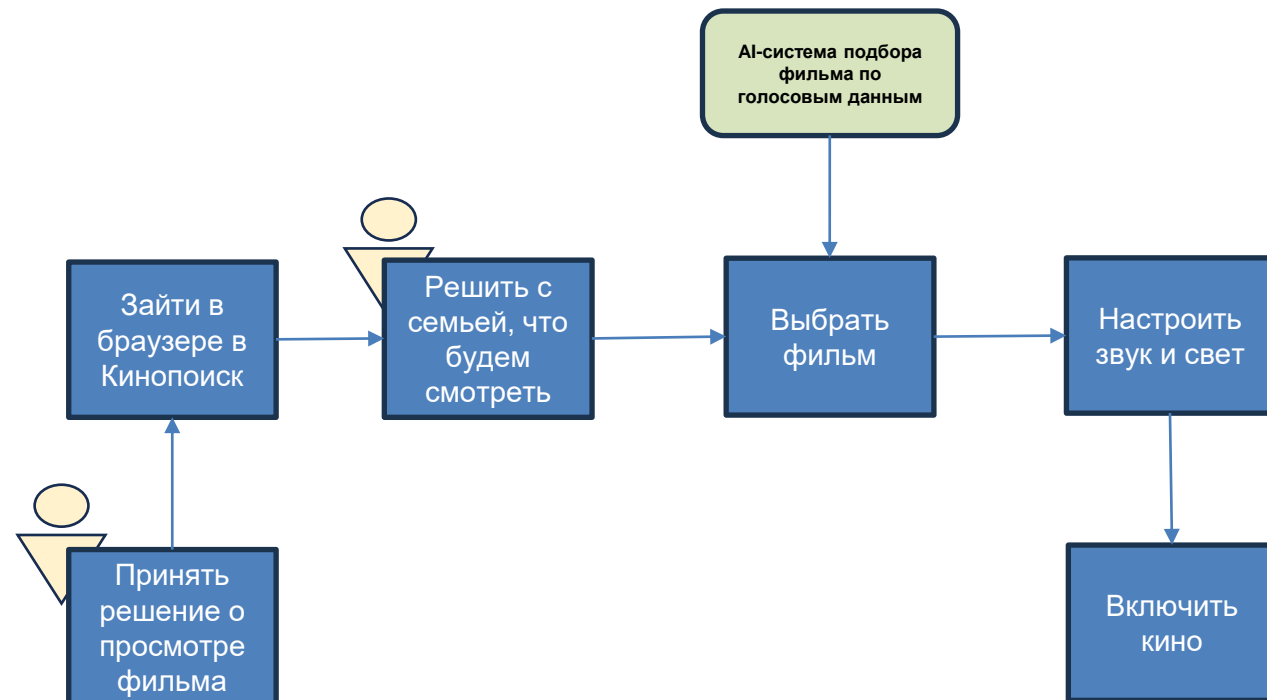


Как ИСПОЛЬЗОВАТЬ Jobs To Be Done в работе

Шаг 5. Придумайте, где вы можете оптимизировать Customer Job Procedure

Пути поиска оптимизации:

- этап проходит быстрее
- этап проходит без участия пользователя (минус этап)

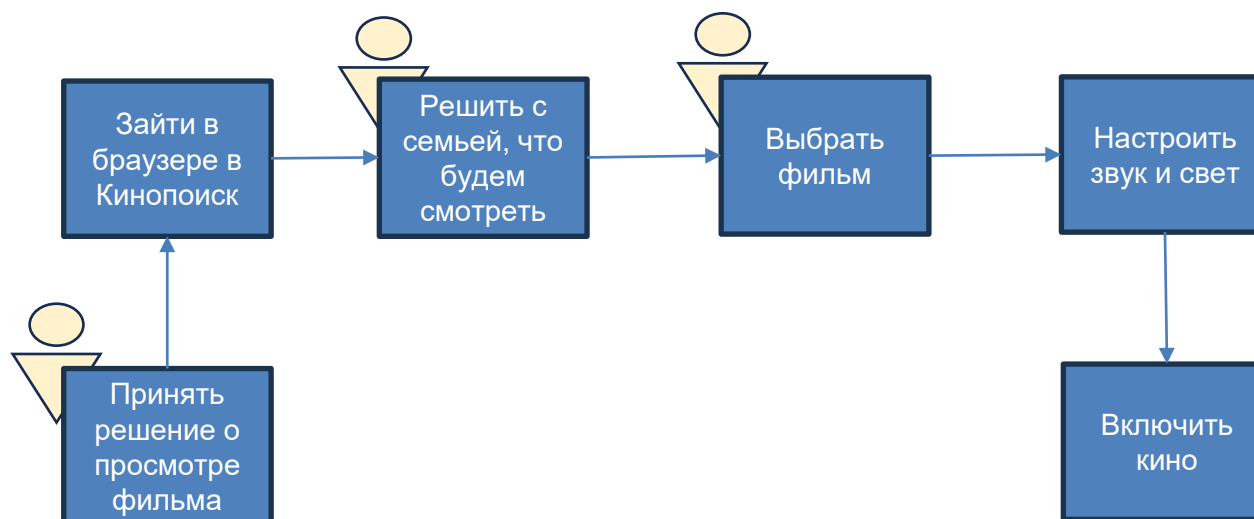


Как ИСПОЛЬЗОВАТЬ Jobs To Be Done в работе

Шаг 5. Придумайте, где вы можете оптимизировать Customer Job Procedure

Пути поиска оптимизации:

- этап проходит быстрее
- этап проходит без участия пользователя (минус этап)
- этап проходит с меньшим стрессом

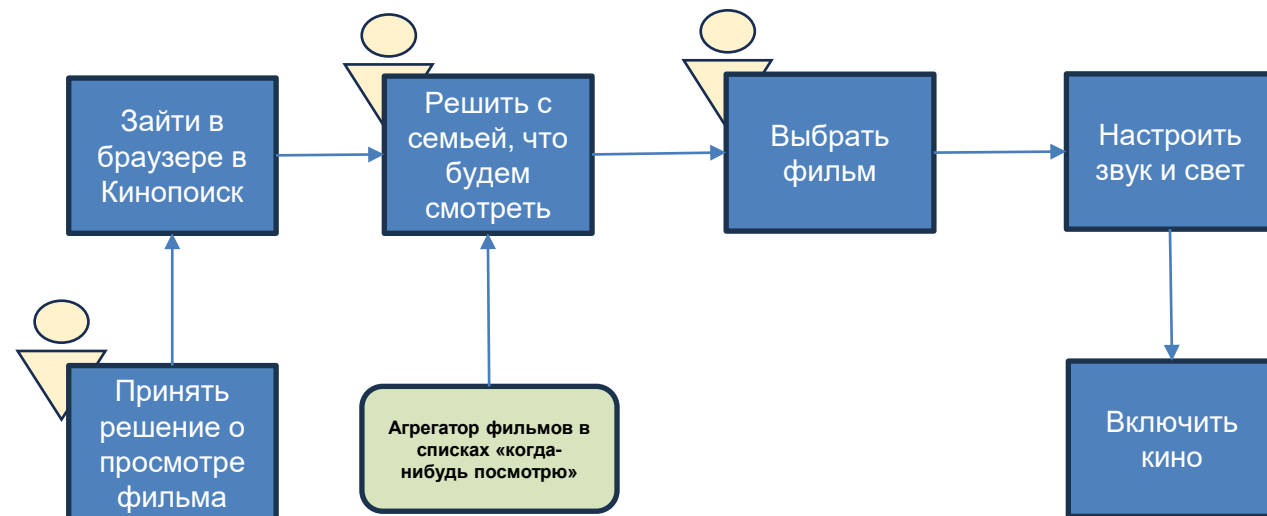


Как ИСПОЛЬЗОВАТЬ Jobs To Be Done в работе

Шаг 5. Придумайте, где вы можете оптимизировать Customer Job Procedure

Пути поиска оптимизации:

- этап проходит быстрее
- этап проходит без участия пользователя (минус этап)
- этап проходит с меньшим стрессом

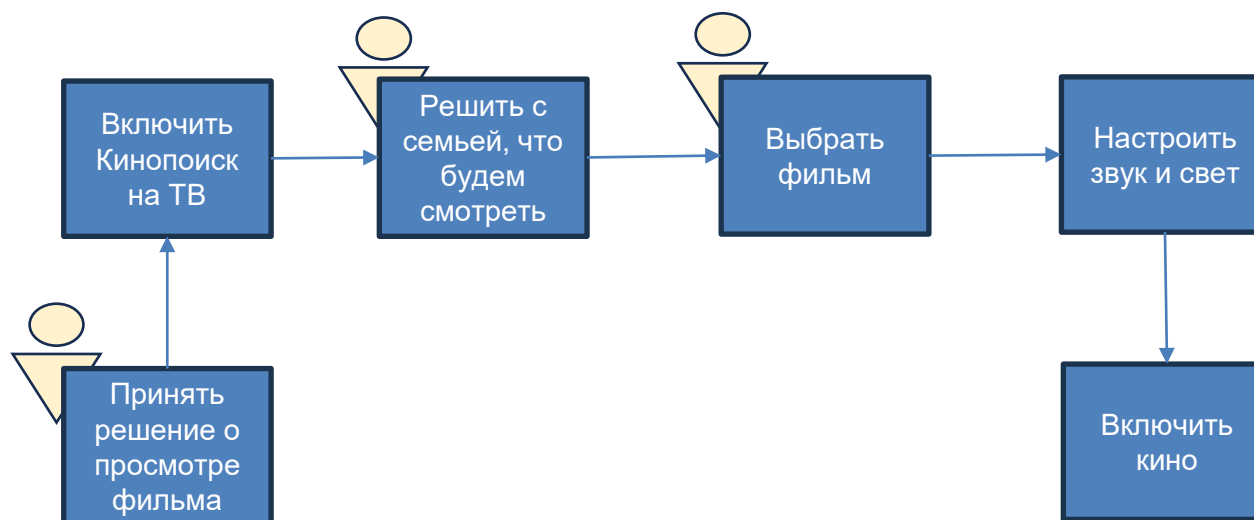


Как ИСПОЛЬЗОВАТЬ Jobs To Be Done в работе

Шаг 5. Придумайте, где вы можете оптимизировать Customer Job Procedure

Пути поиска оптимизации:

- этап проходит быстрее
- этап проходит без участия пользователя (минус этап)
- этап проходит с меньшим стрессом
- этап менее требователен к квалификации пользователя

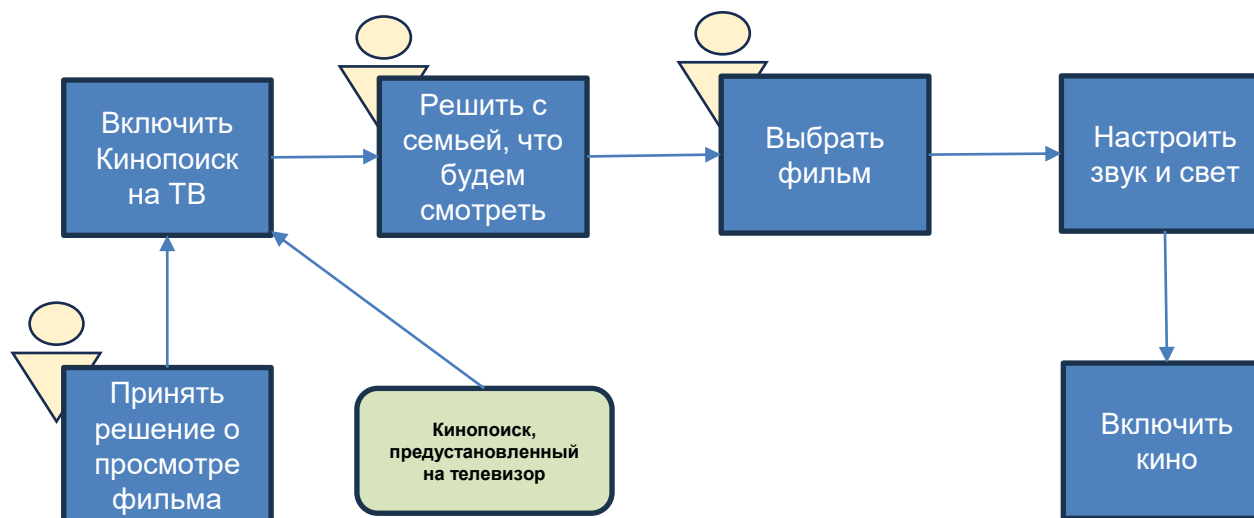


Как ИСПОЛЬЗОВАТЬ Jobs To Be Done в работе

Шаг 5. Придумайте, где вы можете оптимизировать Customer Job Procedure

Пути поиска оптимизации:

- этап проходит быстрее
- этап проходит без участия пользователя (минус этап)
- этап проходит с меньшим стрессом
- этап менее требователен к квалификации пользователя

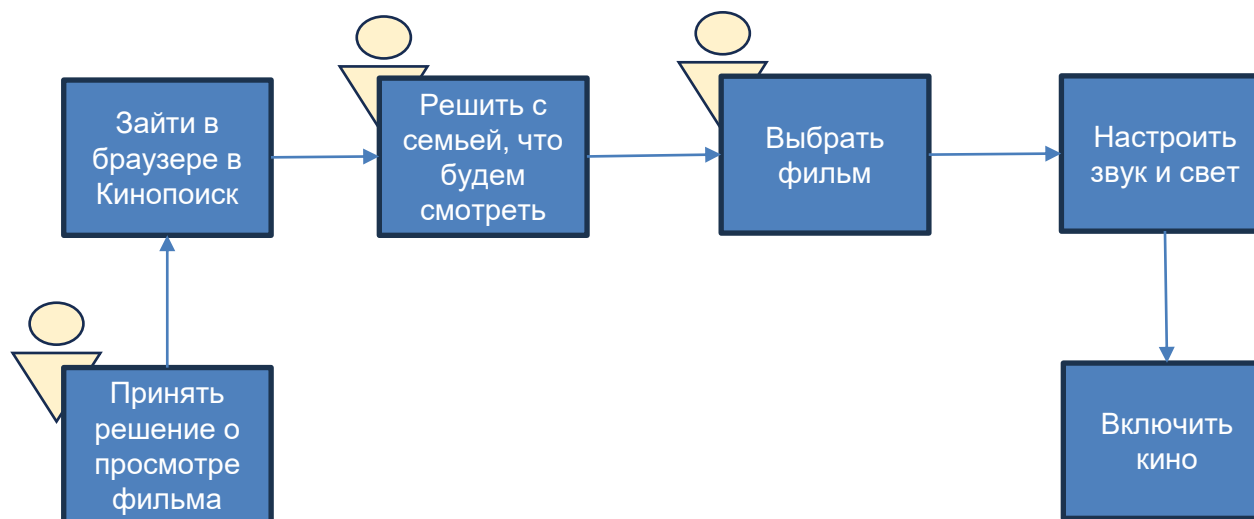


Как ИСПОЛЬЗОВАТЬ Jobs To Be Done в работе

Шаг 5. Придумайте, где вы можете оптимизировать Customer Job Procedure

Пути поиска оптимизации:

- этап проходит быстрее
- этап проходит без участия пользователя (минус этап)
- этап проходит с меньшим стрессом
- этап менее требователен к квалификации пользователя
- этап проходит с меньшими трудозатратами

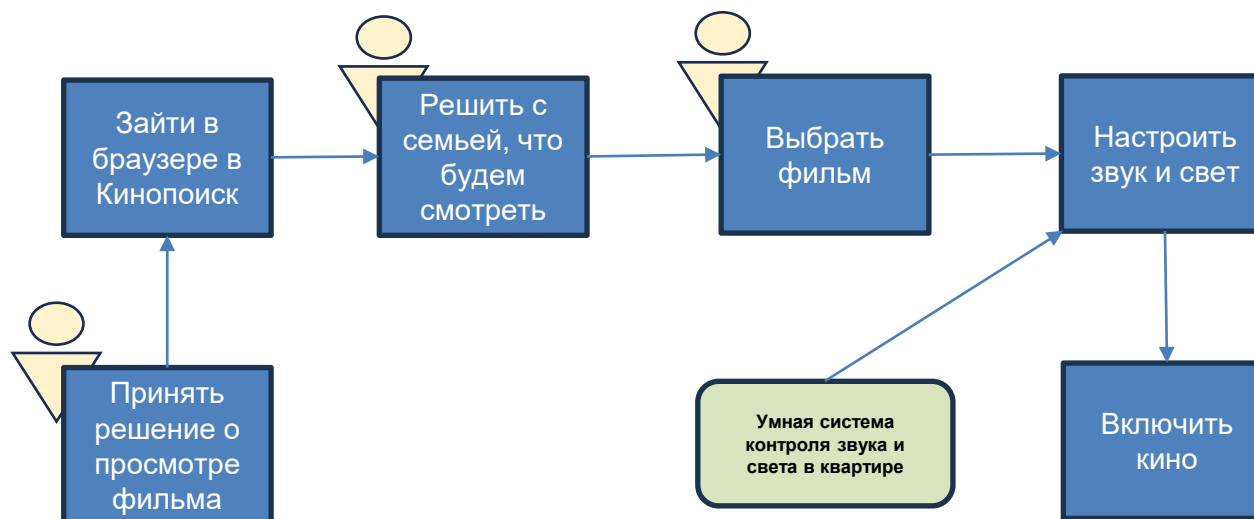


Как ИСПОЛЬЗОВАТЬ Jobs To Be Done в работе

Шаг 3. Придумайте, где вы можете оптимизировать Customer Job Procedure

Пути поиска оптимизации:

- этап проходит быстрее
- этап проходит без участия пользователя (минус этап)
- этап проходит с меньшим стрессом
- этап менее требователен к квалификации пользователя
- этап проходит с меньшими трудозатратами



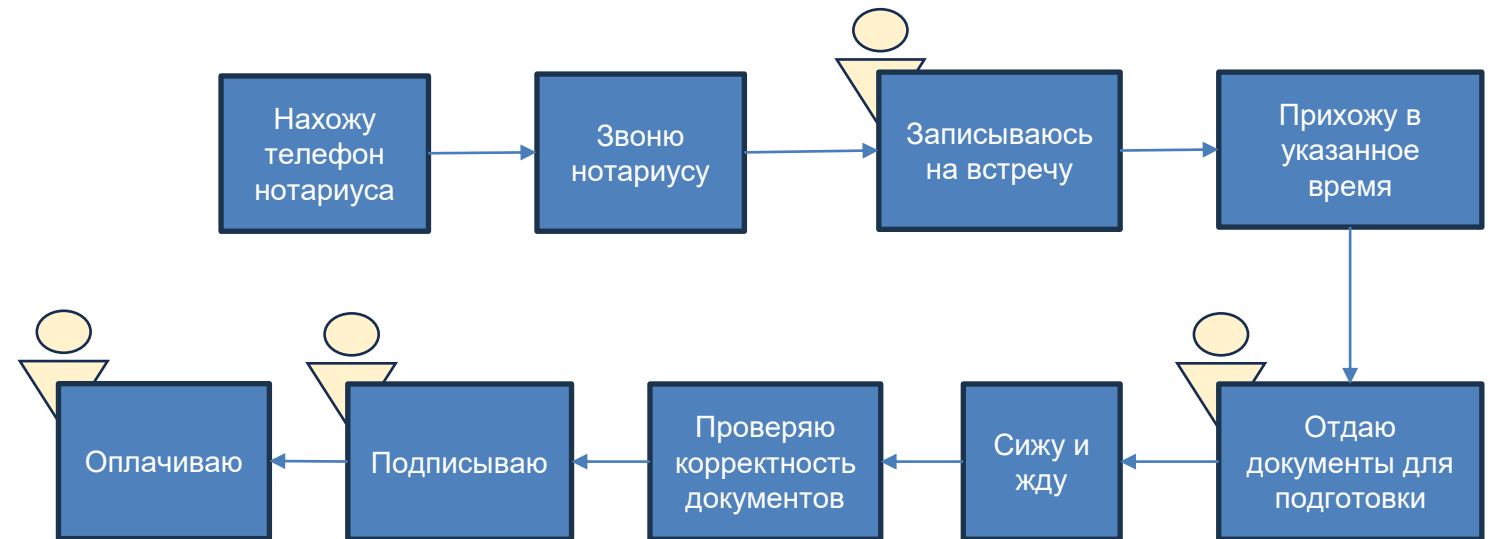
Как ИСПОЛЬЗОВАТЬ Jobs To Be Done в работе

Упражнение

Предложите ходы для оптимизации этой цепочки:

Job story:

Когда мне нужно засвидетельствовать верность копии документа, я хочу пойти к нотариусу рядом с домом, чтобы не тратить время на дорогу



Пути поиска оптимизации:

- этап проходит быстрее
- этап проходит без участия пользователя (минус этап)
- этап проходит с меньшим стрессом
- этап менее требователен к квалификации пользователя
- этап проходит с меньшими трудозатратами



Дальнейшие рекомендации

Что мы рекомендуем вам сделать дальше:



Дальнейшие рекомендации

Что мы рекомендуем вам сделать дальше:

1) Разберитесь с процессом решения проблемы, которую вы предполагаете у ваших пользователей. Чего вы не понимаете в их контексте?

Дальнейшие рекомендации

Что мы рекомендуем вам сделать дальше:

- 1) Разберитесь с процессом решения проблемы, которую вы предполагаете у ваших пользователей. Чего вы не понимаете в их контексте?
- 2) Для этого следует доработать ваше интервью с учетом понимания Customer Job Procedure



Дальнейшие рекомендации

Что мы рекомендуем вам сделать дальше:

- 1) Разберитесь с процессом решения проблемы, которую вы предполагаете у ваших пользователей. Чего вы не понимаете в их контексте?
- 2) Для этого следует доработать ваше интервью с учетом понимания Customer Job Procedure

До конца этой недели мы с вами в чате и готовы отвечать на вопросы.

Контакты

Студия LaunchLab - проект Light & Vessel, осуществляющий интеллектуальную и стратегическую поддержку развития бизнес-акселераторов через разработку и внедрение подтвержденных рынком моделей сопровождения стартапов на всех этапах жизненного цикла.

Чем можем помочь:

- 1) подготовка лучших стартапов к инвестиционным сессиям и демо-дням;
- 2) обучение и сертификация трекеров под работу с определенными типами проектов;
- 3) разработка сбалансированной концепции акселератора под определенные типы стартапов-участников (сервисы, программы мероприятий...);
- 4) разработка специализированных образовательных модулей под конкретные проблемы стартапов;
- 5) идеи, бизнес-модели, финансовое планирование стартапов.

www.launchlab.ru



The background features a light blue horizontal band across the middle. The entire page is decorated with faint, overlapping circles and dashed lines, creating a technical or network-like aesthetic. Some circles are solid white, while others are dashed. Dashed lines connect some of these circles, forming geometric shapes like triangles and rectangles.

Спасибо за внимание!