

ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО ЗА ЖЕНИ



ОНЛАЙН
ОБУЧИТЕЛНА
ПРОГРАМА



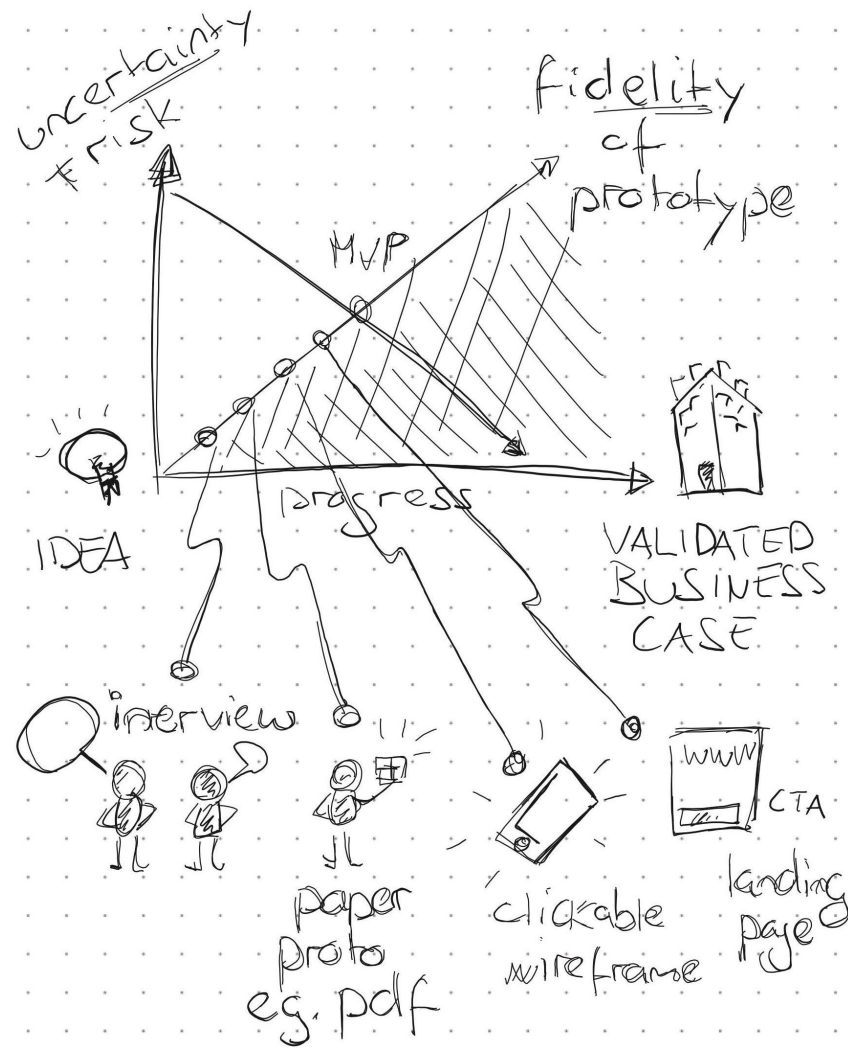
Validation Method

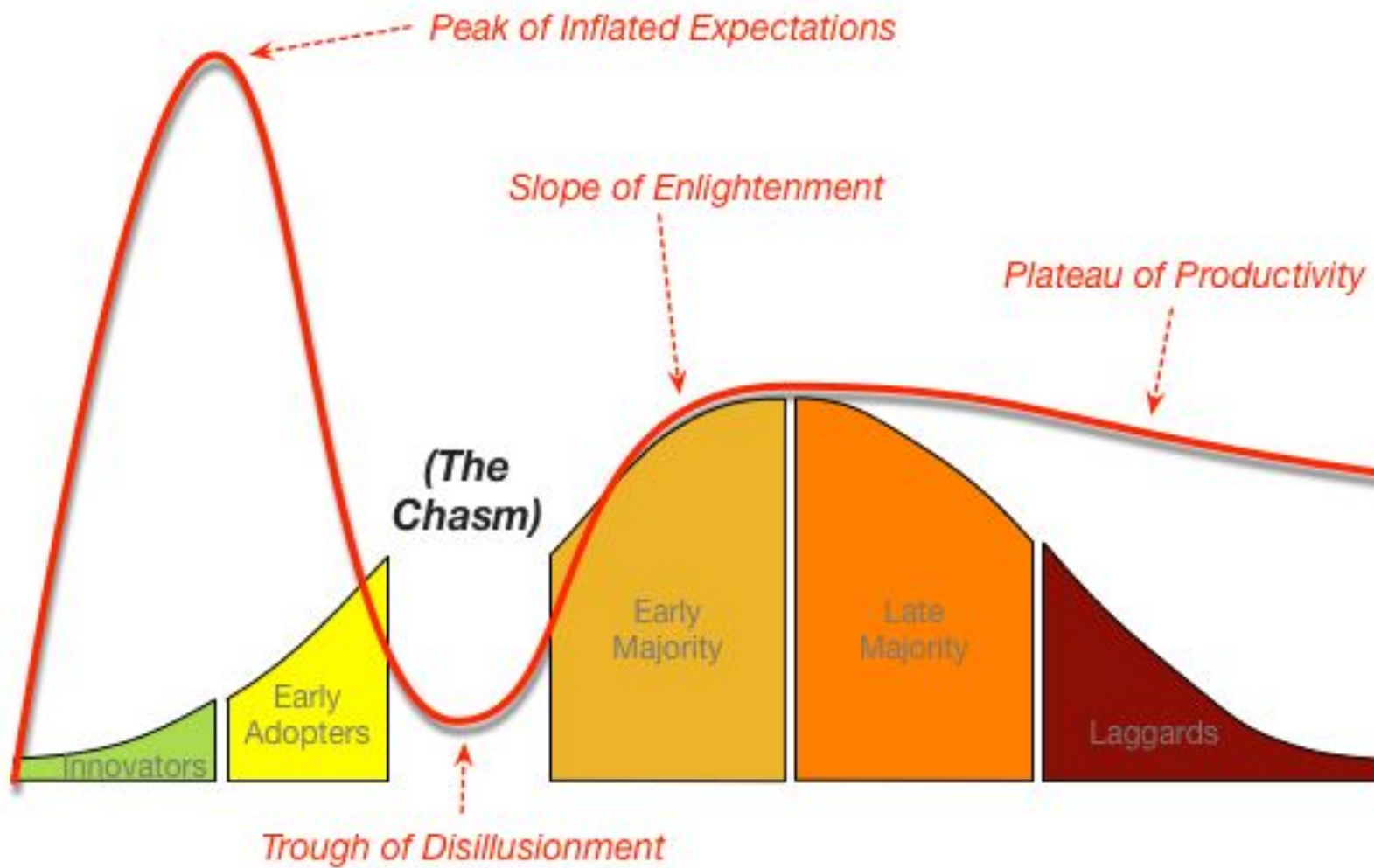
Goals Alignment	Data Analysis				
Business Modeling	Surveys	Smoke tests	Early Adopter Programs	Labs	Holdback
ICE Analysis	Competitive Analysis	Wizard of Oz	Alpha	Beta	% Launch
Assumption Mapping	User Interviews	Concierge Test	Longitudinal user studies	Preview	Multivariate
Stakeholder Reviews	Field Research	Usability Tests	Fishfood	Dogfood	A/B tests



Type of Validation

itamargilad.com





Откровена негативна обратна връзка е нещо добро



Не питайте потребителите за мнение относно продукти или услуги, които не съществуват.





Търсете подкрепа от различни места



Value proposition

- Не говорете за вашия бизнес и продукт.
- Винаги фокус върху стойността за клиента.
- Какво ще се промени ако те бъдате ваши клиенти.
- Емоционално въздействие, пренасяте ги в друг свят.
- Конкретика - с индикатори, цифри, метрики.

We help X do Y doing Z

Какво е вашето предимство?

Използване на възможностите на дигиталната трансформация.

Възможност да градите от 0.

Какво е вашето предимство?

Бързина при вземане на решенията и изпълнението им.

Гъвкавост и бърза специализация.

Какво е вашето предимство?

Намалява лоялност към конкретен бранд.

Generation Z - born digital.

Какво е вашето предимство?



“What if we don’t change at all ...
and something magical just happens?”

Кои са вашите врагове?

- Самите вие.
- Статуквото на пазара.
- Монопола на централизираните платформи монополисти.
- Слабо развита екосистема и предприемачески общности.
- Размер на пазара в региона.
- Психологически модели, манталитет.

Желание за плащане - вапидация

A good product is not enough

**Bringing innovation
to the market is not
enough. Finding a
business model your
customers love is the
real challenge**



Финансово планиране

- Направете най-консервативната си прогноза. След това я разделете на 4.
- Целете се върху висока брутна печалба!!!
- Поддържайте ниски индиректни разходи.
- Никога не приемайте неизгодни условия на плащане - отложено плащане с месеци.
- Винаги имайте предвид, че част от клиентите няма да ви платят (навреме).

Ценообразуване

- Никога не започвайте с възможно най-ниска цена.
- Проверете willingness to pay.
- Психологическо ценообразуване.
- **Най-важно - на каква база плащат вашите клиенти!**
- Pay as you go. Pay per use.

Прочетете тази книга



It's a terrible thing, I think, in life to wait until you're ready. I have this feeling now that actually no one is ever ready to do anything. There is almost no such thing as ready. There is only now. And you may as well do it now. Generally speaking, now is as good a time as any.

Hugh Laurie



John G. Sturms

DO NOT WAIT
UNTIL THE CONDITIONS ARE PERFECT TO BEGIN.
BEGINNING
MAKES THE CONDITIONS PERFECT.

-ALAN COHEN

$$1.01^{365} = 37.8$$

$$0.99^{365} = 0.03$$

PROBLEM Top 3 problems <h1>1</h1>	SOLUTION Top 3 features <h1>4</h1>	UNIQUE VALUE PROPOSITION Single, clear, compelling message that states why you are different and worth buying <h1>3</h1>	UNFAIR ADVANTAGE Can't be easily copied or bought <h1>5</h1>	CUSTOMER SEGMENTS Target customers <h1>2</h1>
	KEY METRICS Key activities you measure <h1>8</h1>		CHANNELS Path to customers <h1>9</h1>	
COST STRUCTURE Customer Acquisition Costs Distributing Costs Hosting People, etc. <h1>7</h1>		REVENUE STREAMS Revenue Model Lifetime Value Revenue Gross Margin <h1>6</h1>		

BUILDING A STORY BRAND



*Clarify Your
Message so
Customers
Will Listen*

Неща, които да имаме предвид

1. В какво можем да сме експерти.
2. Винаги клиента трябва да е в центъра.
3. Машина за генериране на лидове.
4. Transitional Call-to-Action.
5. Вашата история.
6. Как да направим фуния.

Make the customer
the hero of your story!

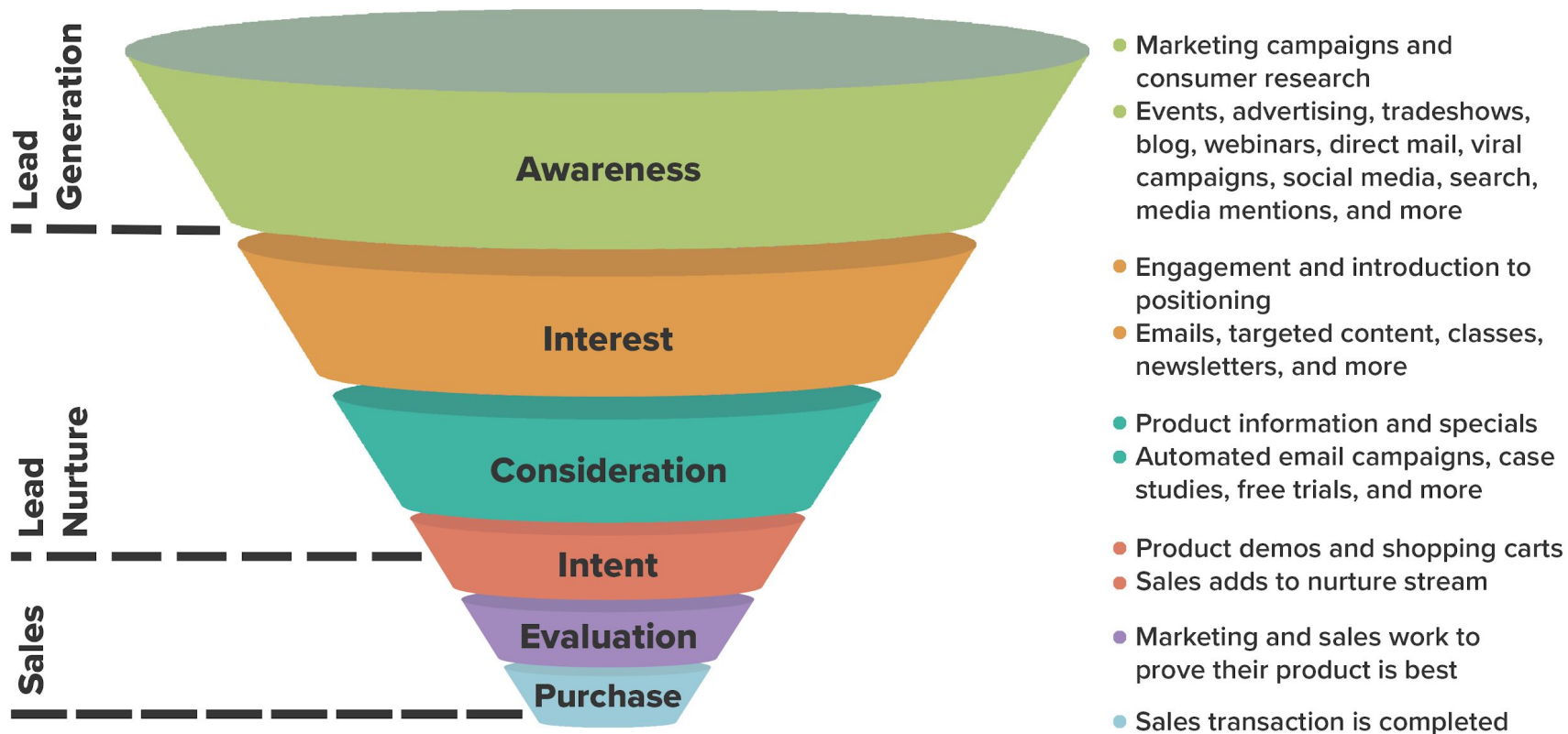


#VIS3 | www.verticalinsite.com

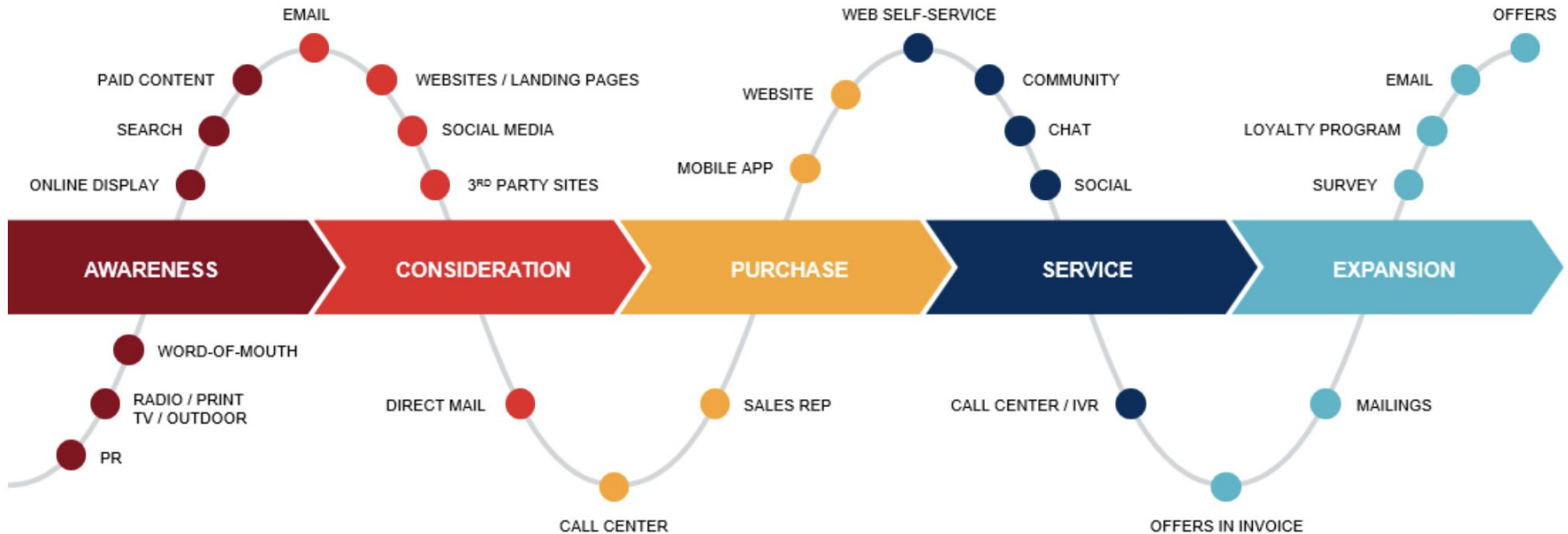


The Marketing Funnel

TrackMaven



Customer Journey



Какво ще загубят ако не станат ваши клиенти?

Страхът от загуба е много по-силен мотиватор от желанието за печалба.

Създайте sense of urgency - краен срок, в който да се възползват от оферта.

Ограничена наличност, ексклузивни условия.

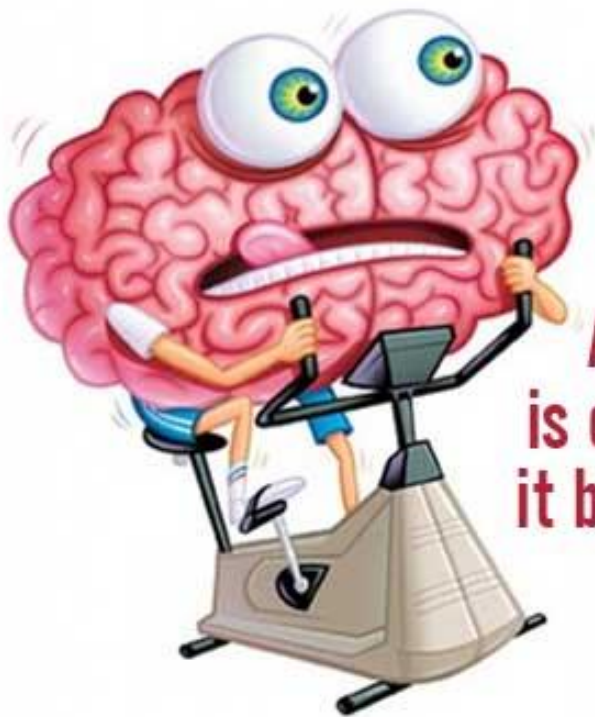
Най-важният фактор за успех?

Timing - стартирането на бизнес в най-подходящия момент, когато има търсене на нови решения или нарастващ проблем. Болката е силна и има сравнително малка конкуренция.

Направи го просто



Направи го просто



Although a human brain is only 2% of the body mass, it burns 20% of calories daily.

©santabanta.com

Управление на екипи

Вземането на решение трябва да се сведе до човека, който върши оперативната работа.

Обяснете на служителите как тяхната работа допринася за успехите на фирмата и за тяхното лично израстване.

Парадокс - колкото повече доверие гласувате и колкото повече власт дадете на подходящи хора, толкова повече те усещат отговорността да преодолеят егоистичните си интереси и да допринесат за постигане на целите на организацията.

Среда на доверие

Индивидуалния интелект няма пряка връзка с представянето на екипите. В добрите екипи хората се отнасят добре един към друг.

Collective intelligence - запомнете тази фраза!

Психологическа безопасност - всеки да се чувства свободен да говори.

Характеристики на добри екипи

Всеки в екипа да говори приблизително същото време. Всеки трябва да има шанса да представи своята идея.

Висока социална чувствителност - разбиране как се чувстват другите и от какво имат нужда (емпатия).

В добрите екипи има повече жени.

Лидерът задава тона - “Аз може да пропусна нещо, моля споделете вашите предложения и коментари.”

Списъкът на Google за работа в екип

- Не прекъсваме този, който говори.
- Демонстрираме, че слушаме като обобщаваме казаното - **MIRRORING!**
- **Признаваме** това, което не знаем.
- Не се приключва среща, докато всеки от присъстващите не е говорил поне веднъж.
- Окуражаваме недоволни и разочаровани колеги да споделят причините за фрустрацията си. **Отговаряме без осъждане.** - **LABELING!**
- Решаваме конфликти с отворена дискусия.

ЕКИПИТЕ УСПЯВАТ КОГАТО ВСЕКИ УСЕЩА, ЧЕ МОЖЕ ДА ГОВОРИ СВОБОДНО И РАЗБИРА КАК СЕ ЧУВСТВАТ ДРУГИТЕ.

Благодаря!

Емилиян Енев