



УНИВЕРСИАДА ПО  
МАРКЕТИНГУ

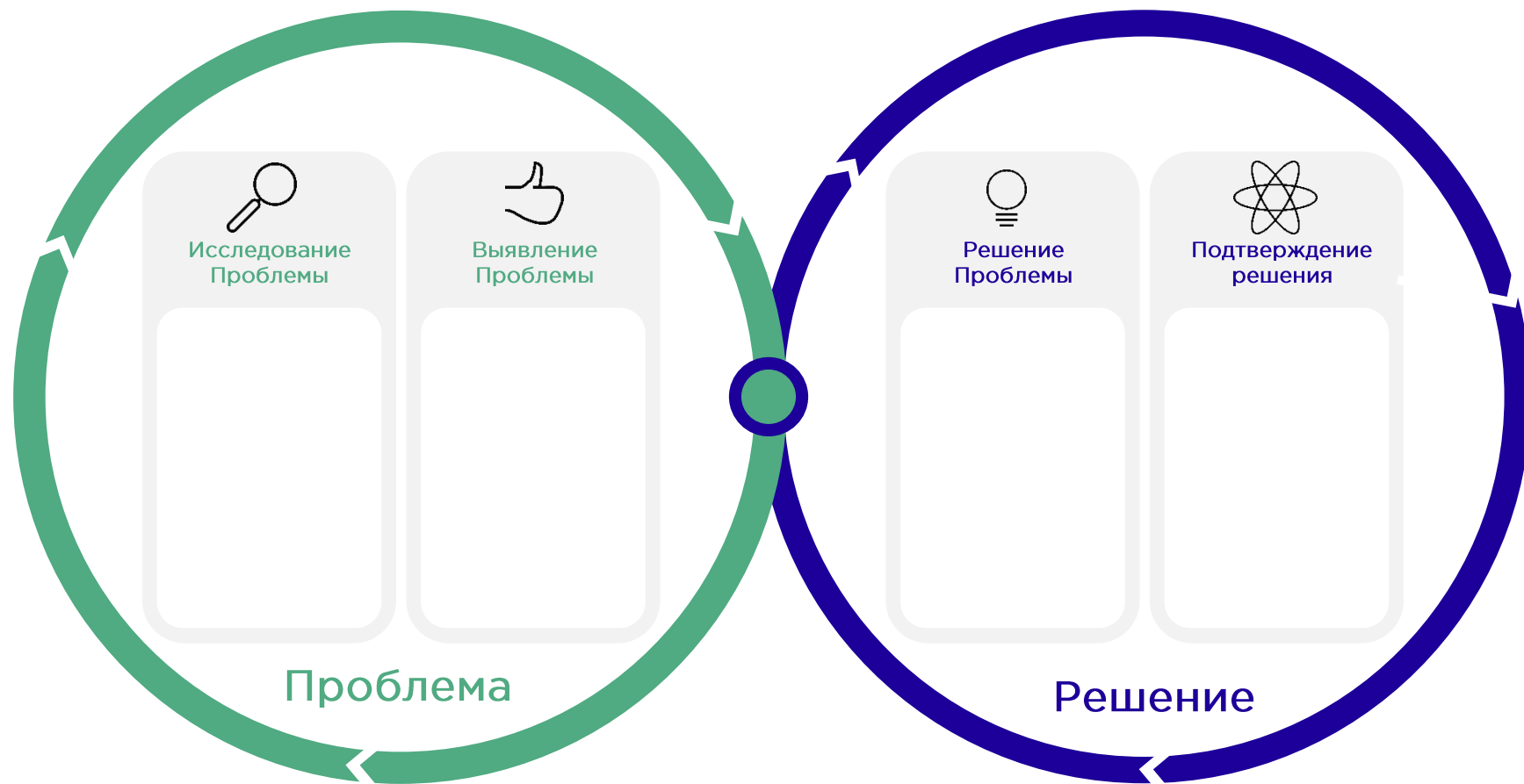
# Прерид финального этапа Универсиады по маркетингу

Методология Lean Startup

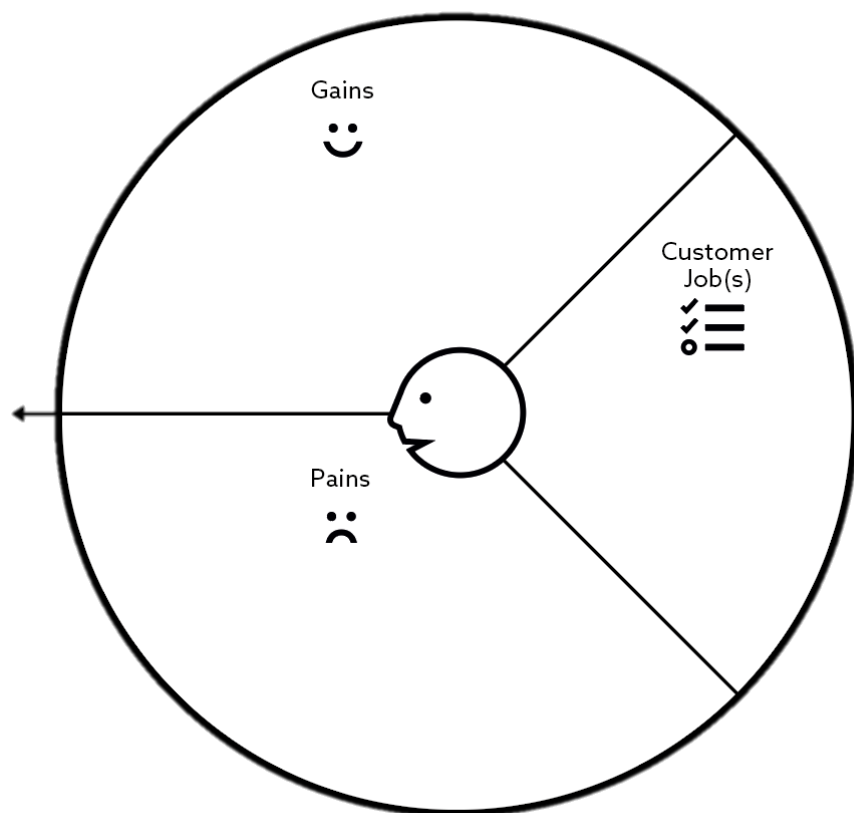


Unilever

# ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ - ОТПРАВНАЯ ТОЧКА АНАЛИЗА



# CONSUMER JOBS (ПОТРЕБНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ)



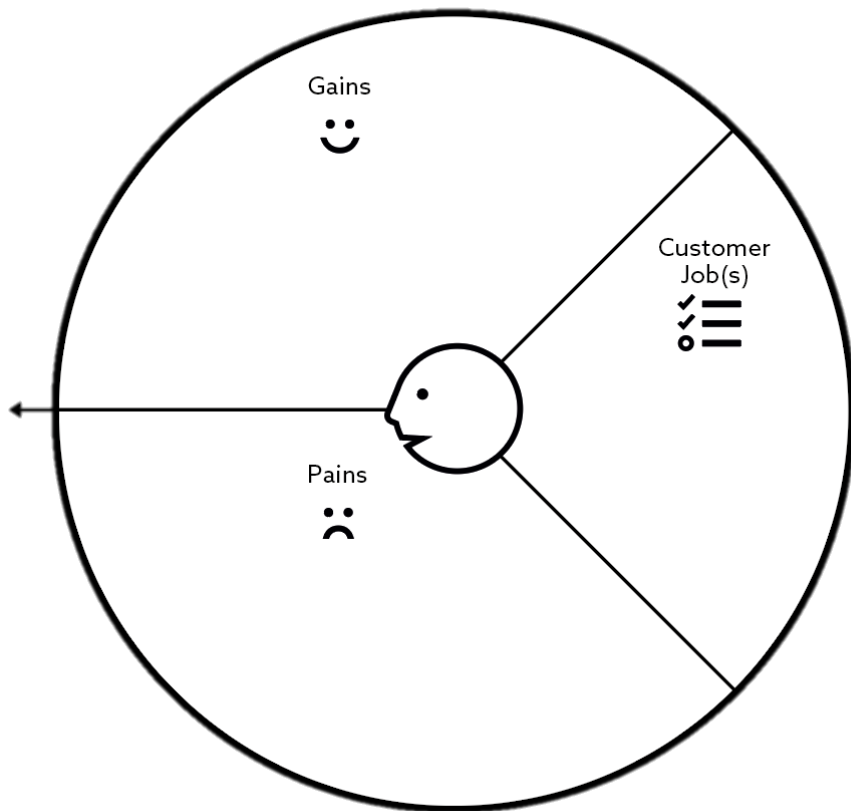
## Потребность – это...

1. Цели, которые потребители пытаются **достичь**

2. Проблемы, которые потребители **хотят решить**

3. Желания потребителей, которые они пытаются **удовлетворить**

# ‘КОГДА...Я ХОЧУ...ЧТОБЫ...’ – ФРАЗА ОТ ЛИЦА ПОТРЕБИТЕЛЯ, ОТРАЖАЮЩАЯ ЕГО ПРОБЛЕМЫ И ВЫГОДЫ



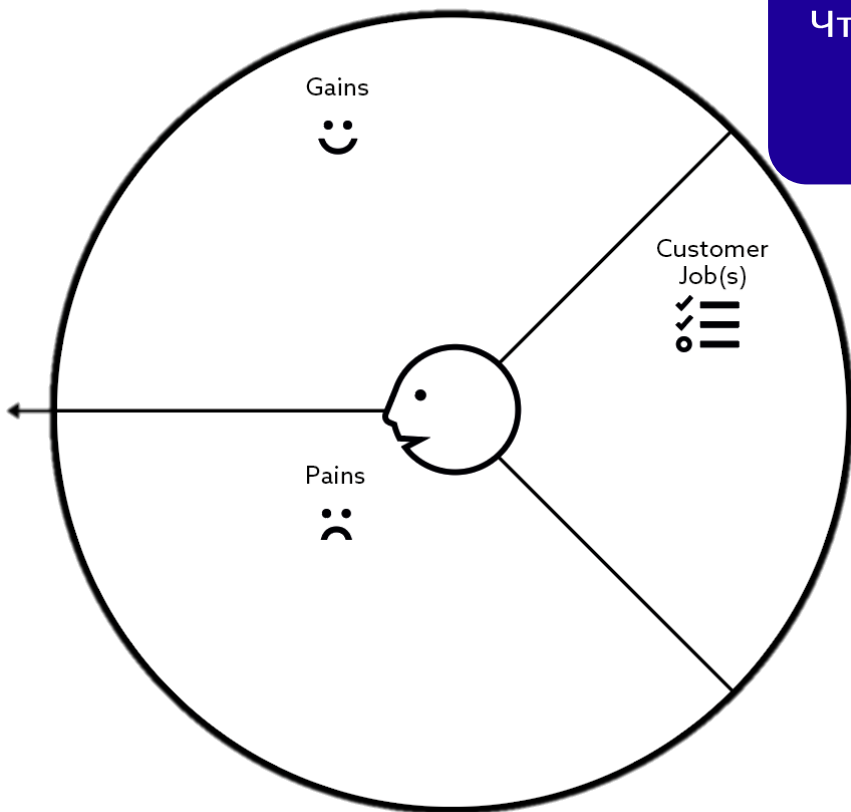
Я хочу, чтобы  
мои дети  
питались  
правильно

Когда я уставшая прихожу с работы  
домой

Я хочу приготовить такую  
еду для детей

Чтобы я чувствовала себя матерью,  
которая может обеспечить детей  
полезным питанием

# ПРОБЛЕМЫ, ВЫГОДЫ И ТЕКУЩИЕ РЕШЕНИЯ (PAINS, GAINS AND CURRENT SOLUTIONS)



Что сделает вашего клиента счастливее?  
Что могло бы сделать его жизнь и  
предстоящую работу легче?

Что раздражает или беспокоит вашего  
клиента? Что мешает ему быть довольным  
текущим решением?

Текущие решения

Потому что наше решение должно  
быть лучше, чем те, которые у него  
уже есть, и решать его проблемы

Не просто соответствовать нашим  
возможностям, не просто быть еще  
одним продуктом в сегменте

# ПРИМЕР РАБОТЫ С ПОТРЕБНОСТЯМИ, ПРОБЛЕМАМИ И ТЕКУЩИМИ РЕШЕНИЯМИ

## What is the job?

КОГДА я бреюсь в течение недели, Я ХОЧУ легко изменять "стиль своей бороды", ЧТОБЫ он соответствовал моему настроению, случаю или стилю

### Who are they? What do they do/what is the situation?

Мужчины-миллениалы, у которых есть борода (включая 3-5-дневную щетину), и которые хотят либо сбривать ее по случаю (работа, официальные мероприятия), либо поддерживать определенную длину и брить щеки и шею.

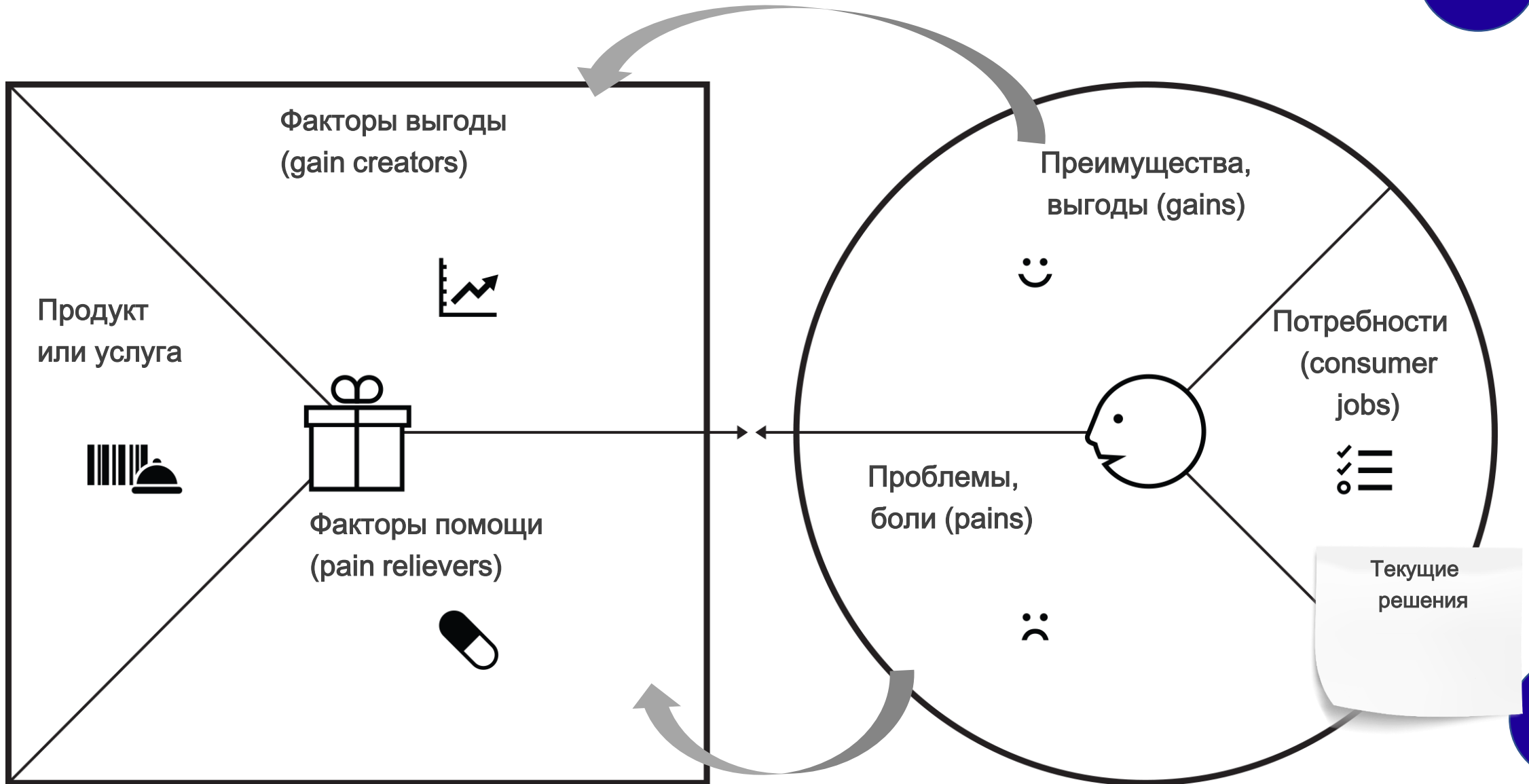
### pains,

- Для бритья бороды требуется два устройства (триммер и бритва)
- Нерегулярное бритье приводит к раздражению кожи

### Current solutions

- Использовать два устройства (бритву и триммер)
- Не допускать роста бороды / щетины вообще, но быть недовольны этим решением (потому что бритье само по себе болезненно)

# ШАБЛОН ЦЕННОСТНОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ (PROPOSITION CANVAS)



# ШАБЛОН БИЗНЕС-МОДЕЛИ (LEAN CANVAS)

ПОТРЕБНОСТЬ: (КОГДА...Я ХОЧУ...ЧТОБЫ...)

## ПРОБЛЕМА

1-2 ключевые проблемы

1



## ТЕКУЩЕЕ РЕШЕНИЕ

Перечислите, как эти проблемы решаются сегодня

## РЕШЕНИЕ

Наметьте возможное решение для каждой проблемы

3



## КЛЮЧЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

Перечислите ключевые индикаторы, которые будут сообщать вам, как работает ваш проект

8

## ПРЕДЛОЖЕНИЕ

Четкое, понятное утверждение, которое объясняет, что вы предлагаете и почему это имеет значение для потребителя

4



это..который...для

X - это продукт / услуга, которая делает / предлагает решение для Z

## ЭКОЛОГИЧНОСТЬ

Наметить возможные пути реализации проекта для обеспечения положительного воздействия на экологию

10

## ПАРТНЕРЫ

Перечислите партнеров (внутренних и внешних), с которыми вы будете работать

9

## КАНАЛЫ

Коммерция и коммуникация: перечислите, как и где вы будете продвигать, продавать и доставлять то, что вы предлагаете

5

## ЦЕЛЕВЫЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ СЕГМЕНТЫ

Перечислите ваши целевые потребительские сегменты

2



## ПЕРВЫЕ ПОТРЕБИТЕЛИ

Перечислите внешне наблюдаемое поведение ваших первых потребителей (early adopters)

## СОСТОЯТЕЛЬНОСТЬ

Перечислите постоянные и переменные затраты

7

## ПОТОК ДОХОДА

Перечислите источники дохода

6