



команда роста на аутсорсе
для системного улучшения ключевых метрик

Фреймворк 'Проверка бизнес-гипотезы без увольнения' (MVP-канва)

Структурируйте и протестируйте вашу бизнес-идею с минимальными рисками, не увольняясь с текущей работы.

Моя экспертиза/навыки

- ☐ Перечислите 3-5 ключевых навыков или областей экспертизы, которые вы можете монетизировать.

Например: 'Глубокие знания в SEO', 'Опыт разработки мобильных приложений', 'Экспертиза в кондитерском деле'.

- ☐ Оцените, какие из них востребованы на рынке.

Проведите быстрый анализ вакансий или запросов в вашей сфере.

Проблемы ЦА

- ☐ Какие 1-3 проблемы вашей целевой аудитории вы можете решить, используя свои навыки?

Проблемы должны быть достаточно острыми, чтобы люди были готовы за них платить.

- ☐ Проведите мини-интервью с потенциальными клиентами (3-5 человек).

Цель: подтвердить существование проблемы и готовность платить за её решение (Source: Your Guide to Customer Development: What It Is + How to Do It Right).

Целевая аудитория

Кто ваш идеальный клиент?

Демография, интересы, боли, где они проводят время онлайн/оффлайн.

Размер потенциальной ЦА

Оцените примерное количество людей, которые сталкиваются с этой проблемой и могут быть вашими клиентами.

Ценностное предложение

Сформулируйте, что именно вы предлагаете (продукт или услуга), чтобы решить выявленные проблемы вашей ЦА. Это должно быть краткое и понятное описание, отвечающее на вопрос: 'Какую выгоду получит клиент, используя ваше решение?'

Пример: 'Помощь малому бизнесу в настройке таргетированной рекламы для привлечения новых клиентов без увеличения рекламного бюджета'.

MVP (Минимально жизнеспособный продукт)

- ❑ Что вы можете сделать/продать прямо сейчас с минимальными затратами для проверки гипотезы?

Это может быть консультация, тестовая партия продукта, лендинг с предзаказом, пробный вебинар, услуга для 1-2 клиентов.

- ❑ Выберите самый простой и быстрый способ получить обратную связь и первые деньги.

Цель MVP – получить ответ от рынка максимально быстро и дешево (Source: Тестирование гипотез стартапа: как проверить идею).

- ❑ Определите, что будет входить в MVP, а что можно отложить.

Сосредоточьтесь на ключевой функции, решающей основную проблему.

Каналы продвижения MVP

- ❑ Как вы найдете первых клиентов для вашего MVP?

Используйте бесплатные или низкобюджетные каналы: личные контакты, социальные сети, специализированные форумы, группы по интересам.

- ❑ Определите 1-2 основных канала для запуска.

Например: 'Публикация кейса в LinkedIn', 'Объявление в тематическом Telegram-канале', 'Предложение знакомым предпринимателям'.

Метрики успеха MVP

Как вы поймете, что гипотеза подтвердилась?

Количество предзаказов, запросов на услугу, первые продажи, положительные отзывы, конверсия лендинга.

Количественные показатели

Например: '5 предзаказов', '10 заявок на консультацию', '3 первые продажи', '20% конверсия на лендинге'.

Качественные показатели

Например: 'Положительные отзывы от 80% первых клиентов', 'Готовность клиентов рекомендовать'.

Финансовая модель MVP

Статья расходов (для MVP)	Сумма (руб.)	Источник финансирования
Разработка лендинга (если нужно)	0-5000	Своими силами/фрилансер
Реклама (тестовый бюджет)	1000-5000	Личные средства
Материалы/сырье (для тестовой партии)	0-10000	Личные средства
Итого расходы на MVP	Укажите сумму	

Следующие шаги

- ❑ Если MVP успешен:

Масштабирование, расширение продуктовой линейки, привлечение инвестиций, постепенный переход в бизнес (помните, что предприниматели, переходившие в бизнес постепенно, имели на 33,3% ниже риск закрытия дела, чем те, кто сразу уходил с работы (Source: Как открыть бизнес, не увольняясь: план на 8 недель и 4 кейса)).

- ❑ Если MVP неуспешен:

Анализ причин, корректировка гипотезы/продукта, выбор новой ниши/проблемы, возврат к шагу 1 или 2. Неудача MVP – это не провал, а ценный опыт (Source: Тестирование гипотез стартапа: как проверить идею).

Больше интересного в нашем блоге

развивайте бизнес-мышление с нашими исследованиями



Получить пользу

