

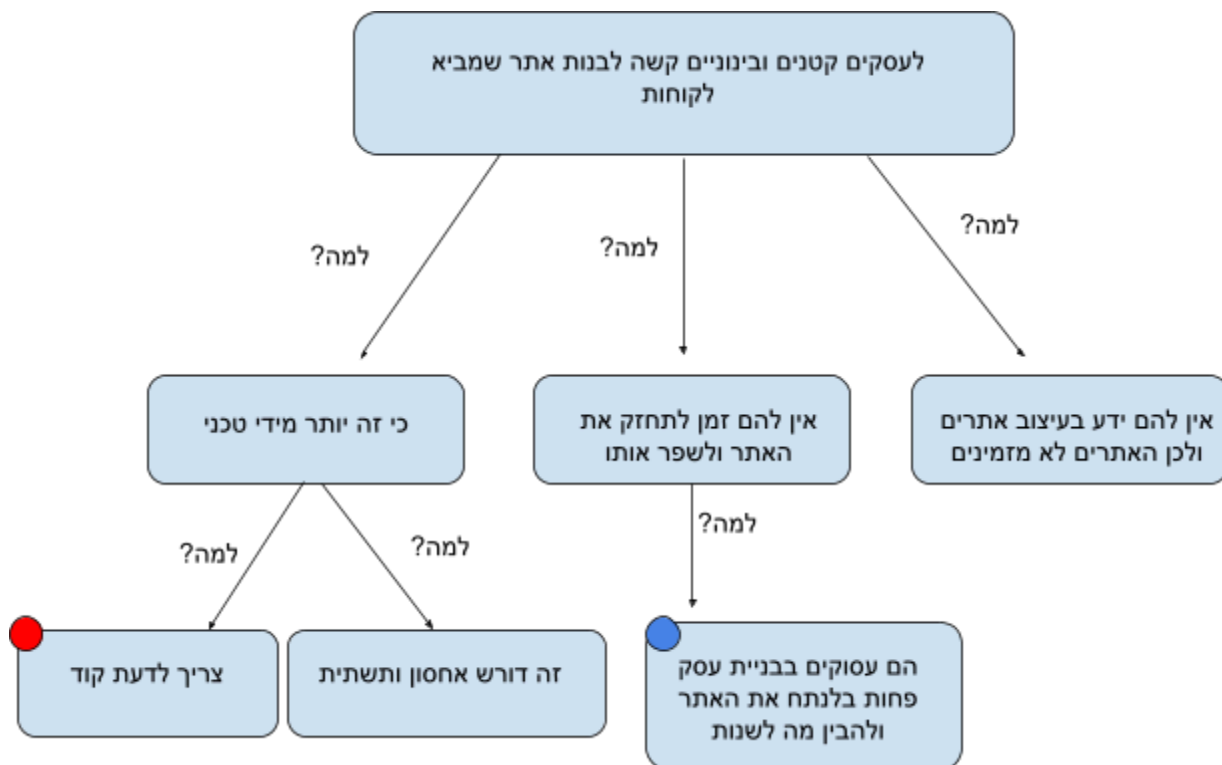
תתמקדו בבעיה האמיתית.

לפעמים כשאנחנו מדברים עם לקוחות אנחנו שומעים המון בעיות פוטנציאליות. אבל לפעמים הבעיות האלה הם לא הגורם האמיתי אלא תוצר לוואי של בעיה גדולה יותר. לפני שנצלול לכמה אסטרטגיות לפירוק הבעיה לתתי בעיות אני ממליץ לכם לעבור קודם על איך לדעת אם אני בכיוון לפני שיש לי מוצר  ועל איך מתחילים לדבר על מה שאני עושה . כי הזיקוק של מה שאנחנו עושים יכול להגיע רק אחרי שדיברנו עם מספיק לקוחות זיקקנו איזה פסוק מכון של למי אנחנו מוכרים, מה אנחנו מוכרים, מה הם קונים ולמה. (שזה גם פירוק שלבי) שימו לב תוך כדיי הדוגמא איך הפתרונות משתנים כשאנחנו מפרקים כל בעיה לגורמים שמובילים אליה.

אז בואו נתחיל עם הבעיה הבאה (תמיד עדיף לחשוב על זה כסיפור) -

1. עסקים קטנים ובינוניים מתקשים בבניית אתר שמביא לקוחות.

הבעיה הזו תהיה ראש העץ שלנו. מכאן נרצה להשתמש בשיטת "הלמה" כדיי לנסות להבין יותר לעומק מה הסיבה או המקור לבעיה כאשר אנחנו מציירים מהסיפור עץ אירועים שמספרים את הנקודות שיכלו לגרום לסיבה.



שימו לב שאנחנו יכולים להמשיך הלאה והלאה בשרשרת. אפשר לראות שבכל אחד מהמקרים התחלנו עם אותה הבעיה אבל המקור משתנה ככל שאנחנו צוללים לעומק. יתרה מזאת, הפתרונות יהיו שונים בתכלית לכל נקודה

בתהליך. איינשטיין בכבודו ועצמו אמר שאם הייתה עומדת בפניו בעיה מורכב הוא היה משקיע קרו ל-97% בהגדרת הבעיה ורק לאחר מכן ב-3% הנותרים היה פותר אותה.

עכשיו היינו רוצים לקחת כל נקודה שמעניינת אותנו ולהפוך אותה לסיפור מקרה המתבסס על הקטע הבא:

אני כ _____ (לרוב משתמש) רוצה _____ (מה שאיפה או הרצון) כך ש _____ (תוצאה רצויה), איך אנחנו בתור _____ (בחברת הסטרטאפ החדשה שלנו) יכולים לדאוג לכך ש _____ כדי שיענה על הרצון של הלקוח ויביא לתוצאה הרצויה?

ניתוח הנקודה האדומה

בואו ננתח את הנקודה האדומה אל מול הכחולה, שימו לב שהתחלנו מאותה הבעיה. אם אנחנו מסתכלים על הנקודה האדומה אנחנו למעשה אומרים שלעסקים קטנים ובינוניים קשה לבנות אתר שמביא לקוחות כי כדאי לעשות את זה הם צריכים לדעת קוד אבל הם לא אנשים טכניים ברובם. מכאן יכולים לצמוח כלים כמו אלמנטור או וויקס שאפילו יפתרו את בעיית האב "יותר מידי טכני" אבל שימו לב שמבחינת מוצר מינמאלי צריך לבחור להתחיל ממקום מסוים. (לדוגמא: אלמנטור בחרו דווקא לייצר כלי שיעזור בבניית האתר ולא פתרו את בעיית האחסון והתפתחו לשם במרוצת הזמן) איפה שאתם מחליטים לשים את הפוקוס הוא קריטי - עכשיו בואו נצלול לנקודה הכחולה

אני כ בעל עסק קטן רוצה לבנות אתר בקלות ללא מעמסה טכנית כך ש אוכל למשוך יותר לקוחות, איך אנחנו בתור וויקס יכולים לדאוג לכך ש הלקוח יוכל לבנות אתר בקלות וללא קוד? כדי שיענה על הרצון של הלקוח ויביא לתוצאה הרצויה?

ניתוח הנקודה הכחולה

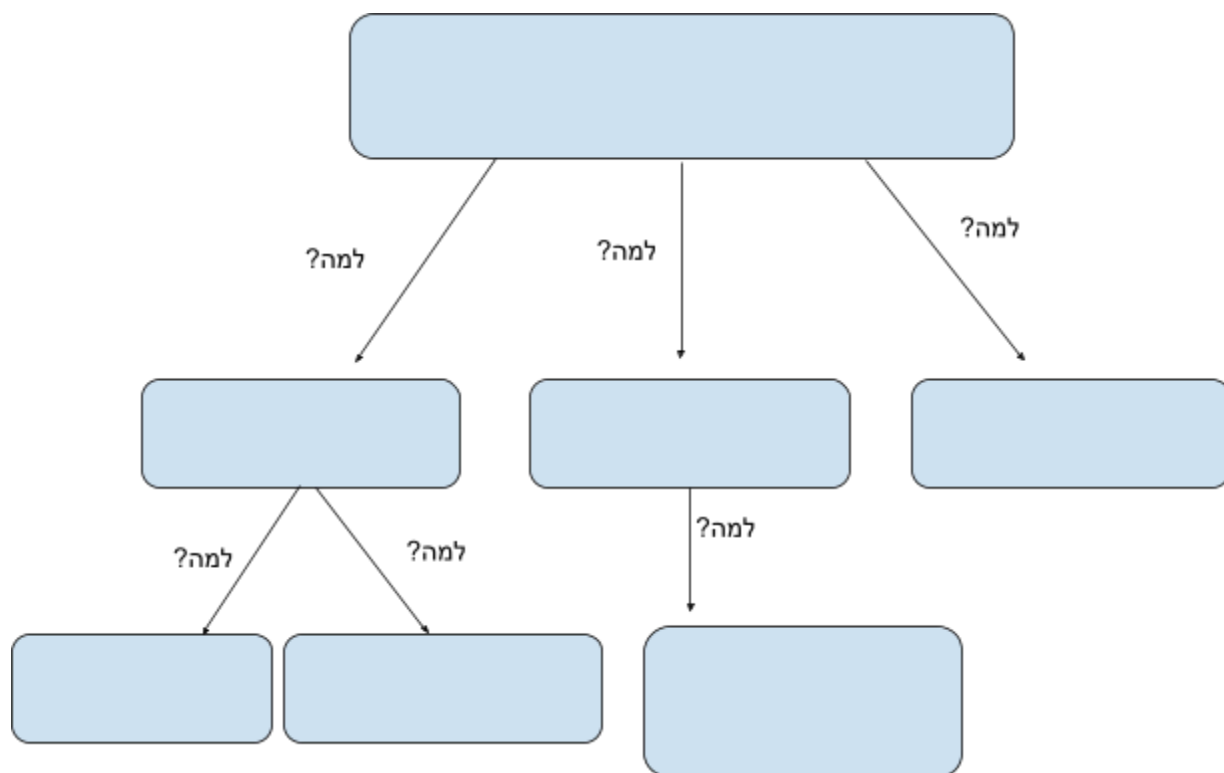
שימו לב שפה אנחנו כבר מתחילים לחשוב על פתרון אחר לגמרי כי הוא בדומיין אחר שמשפר אתר קיים כדי למשוך יותר משתמשים (אופטמיזלי, אקזקטמטריקס, קליקפאנל) שמאפשרים לשפר חלקים באתר כדי לתת חוויה שתשאיר לקוחות באתר ע"ב נתונים גם חברות גדולות לכל הדעות.

אני כ בעל עסק קטן רוצה לשפר את הסיכוי שלקוח ישאר באתר שלי כך ש אוכל למשוך יותר לקוחות ומכירות, איך אנחנו בתור אופטמיזלי יכולים לדאוג לכך שהאתר ישתנה בצורה מותאמת לכל לקוח? כדי שיענה על הרצון של הלקוח ויביא לתוצאה הרצויה?

להתחיל בקטן ולהתפתח

תתחילו בלמצוא משהו שאתם חושבים ע"פ השיחות יכול להיות כיוון טוב. ותראו אם אתם מצליחים לדייק את איך מתחילים לדבר על מה שאני עושה שלכם. כדי לדבר על משהו ספציפי. משם נוכל להתחיל לבנות MVP שנוכל להתחיל לבנות סביבו POC DEMO שיהיו הנושאים הבאים שנכסה. בנתיים תורכם:

עכשיו תורכם!



אחריי שסיימתם הייתי רוצה שתשלימו את הדבר הבא:

אני כ _____ (לרוב משתמש שלכם) רוצה _____ (מה השאיפה או הרצון שלו) כ כך ש _____ (תוצאה רצויה), איך אנחנו בתור (בחברת הסטארט אפ החדשה שלנו) יכולים לדאוג לכך ש _____ (הבעיה) כדי שיענה על הרצון של הלקוח יביא לתוצאה הרצויה?

התוכן הזה הוא חלק מחבילה גדולה של הדרכה ואימון של יזמים.

רוצים להישאר מעודכנים? הצטרפו לניוזלטר שלנו: <https://sendfox.com/ohadnr>
רוצים לשתף בתוצרים? מוזמנים לשלוח לנו למייל או לאחת מהרשתות החברתיות @ohadnr או ohad.ronen@tutoit.io