

# Assumptions Validation



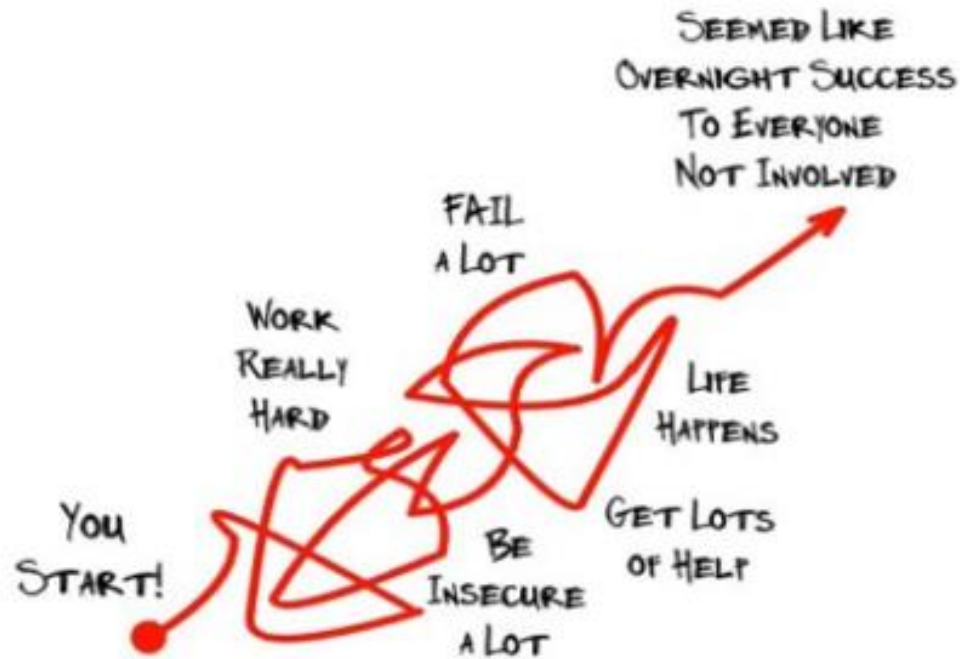
## Διονύσης Σπηλιόπουλος

- Πρόεδρος του ΚΕΜΕΑ
- π. Διευθύνων Σύμβουλος Schneider Hellas





WHAT PEOPLE THINK IT LOOKS LIKE ...



WHAT IT REALLY LOOKS LIKE ...

Nine Years, Nine Lessons

Jason Tan on LinkedIn • 2 min read



Ας ξεκινήσουμε με μια  
σπουδαία διαπίστωση



Startup

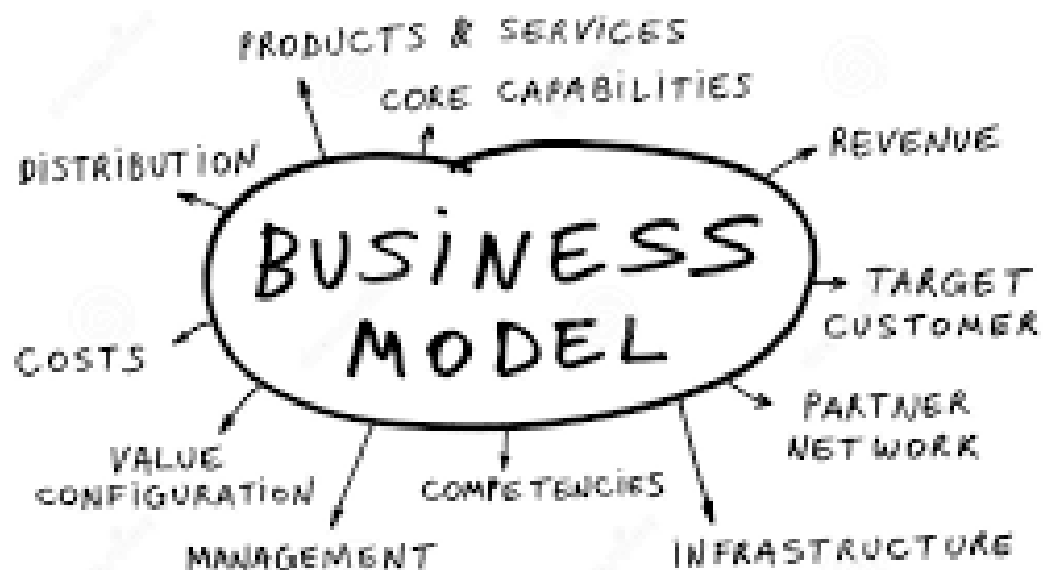


COMPANY

Οι νεοφυείς επιχειρήσεις **ΔΕΝ είναι μικρά**  
αντίγραφα υπαρχουσών

Οι υπάρχουσες επιχειρήσεις **Εκτελούν**  
ΓΝΩΣΤΑ Επιχειρηματικά Μοντέλα

Οι νεοφυείς επιχειρήσεις **Ψάχνουν**  
Επιχειρηματικά Μοντέλα που δεν γνωρίζουν



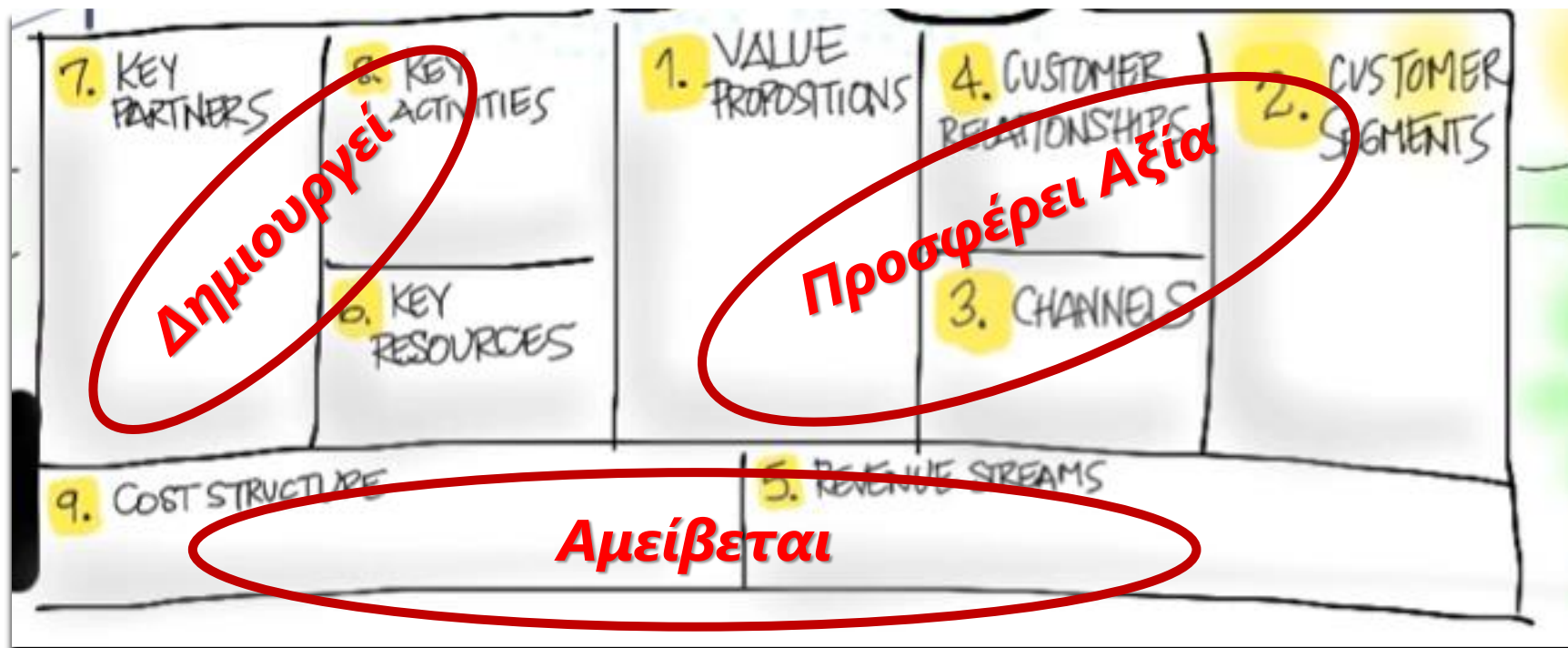
Ένα επιχειρηματικό μοντέλο περιγράφει τον τρόπο με τον οποίο ένας οργανισμός **δημιουργεί, προσφέρει αξία και αμείβεται** γι' αυτή

Ένα **ΠΡΟΣΩΡΙΝΟ** οργανισμό

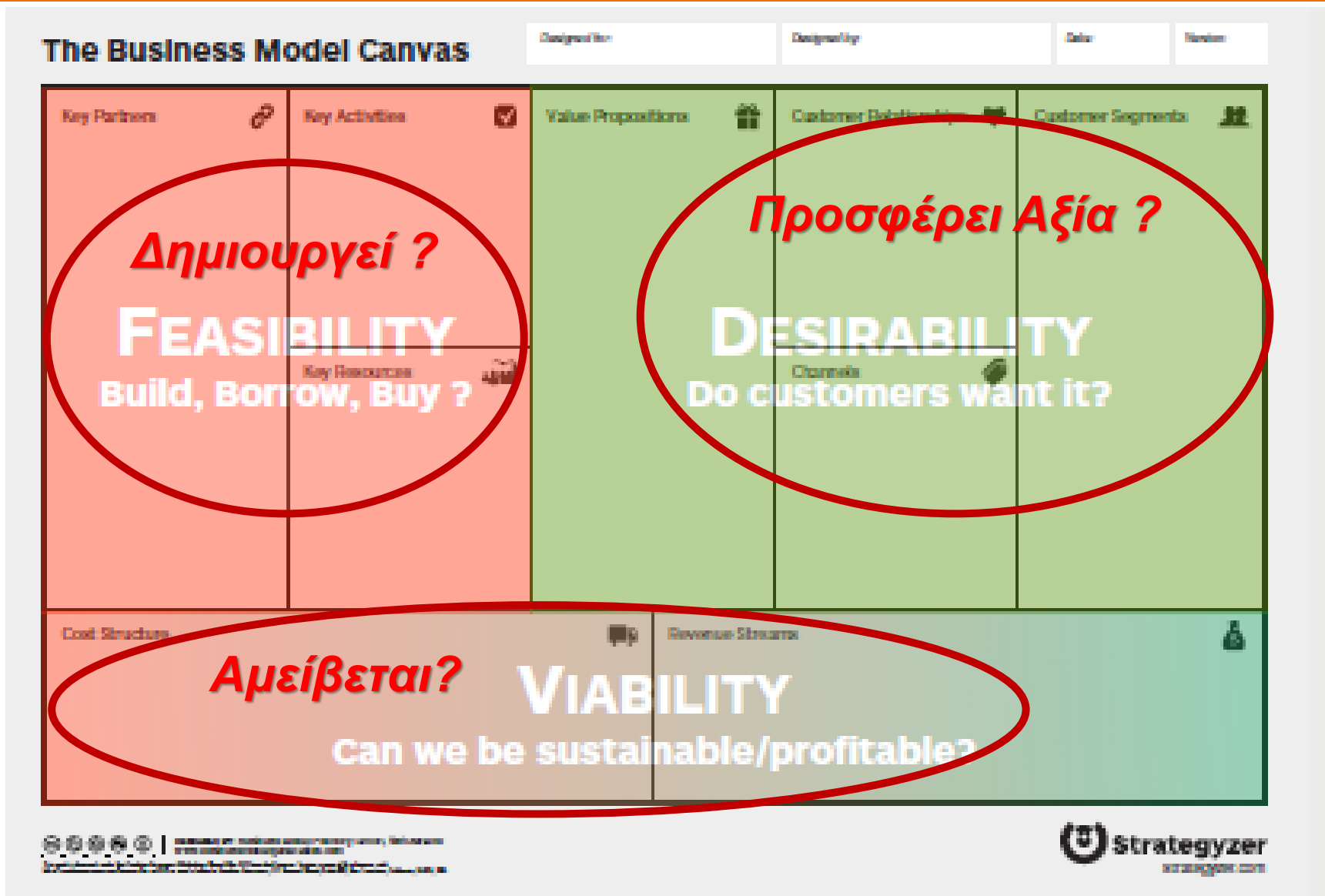
που δημιουργείται με στόχο να **ΨΑΞΕΙ**

ένα **ΕΠΑΝΑΛΑΜΒΑΝΟΜΕΝΟ** και **ΕΠΕΚΤΑΣΙΜΟ**

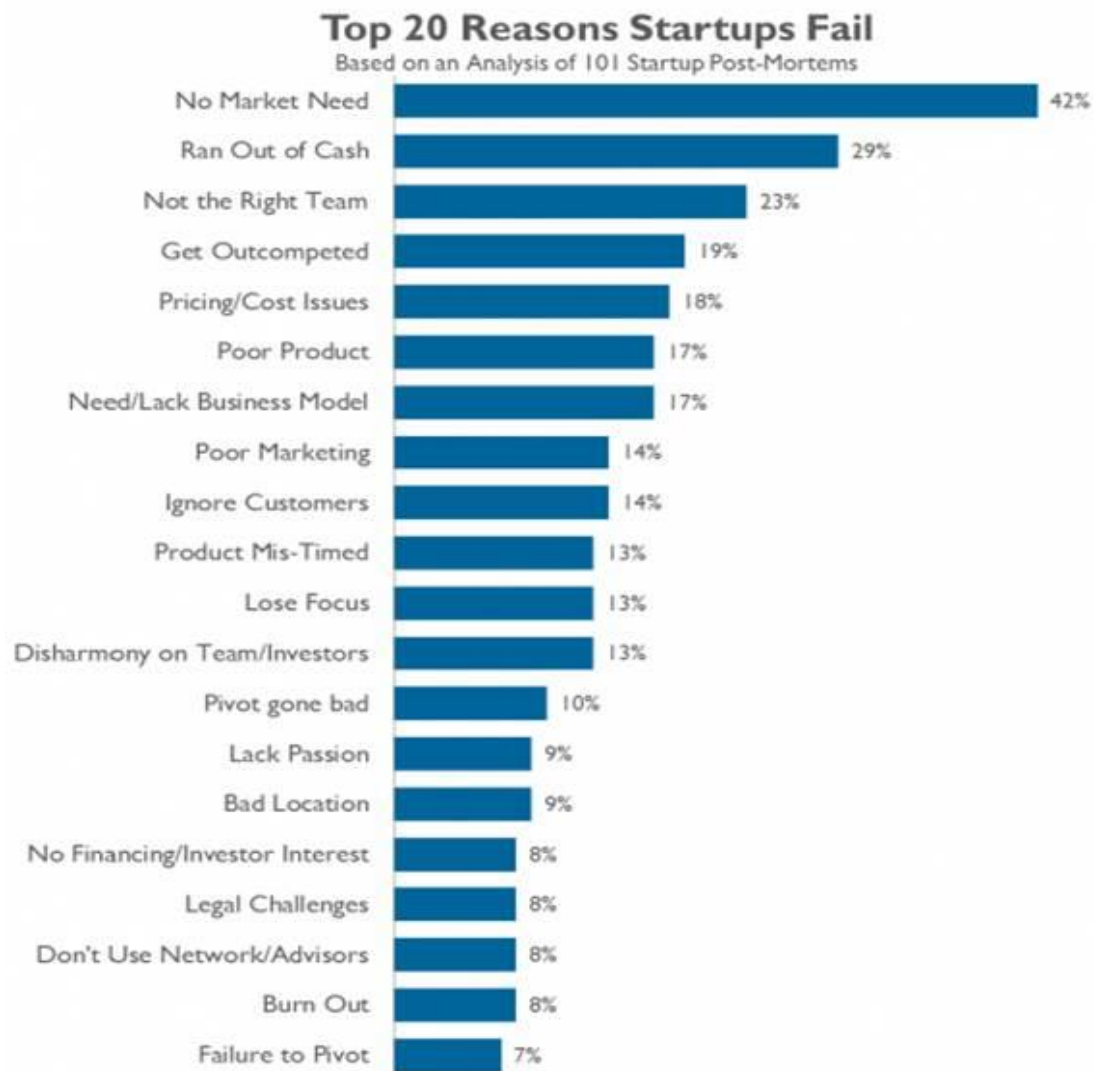
**ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΜΟΝΤΕΛΟ**



Το βιβλίο ***Business Model Generation (2010)*** του Alexander Osterwalder εισάγει το εργαλείο ***Canvas***, που περιγράφει το επιχειρηματικό Μοντέλο μιας επιχείρησης ***Επιστημονικά και Απλά***







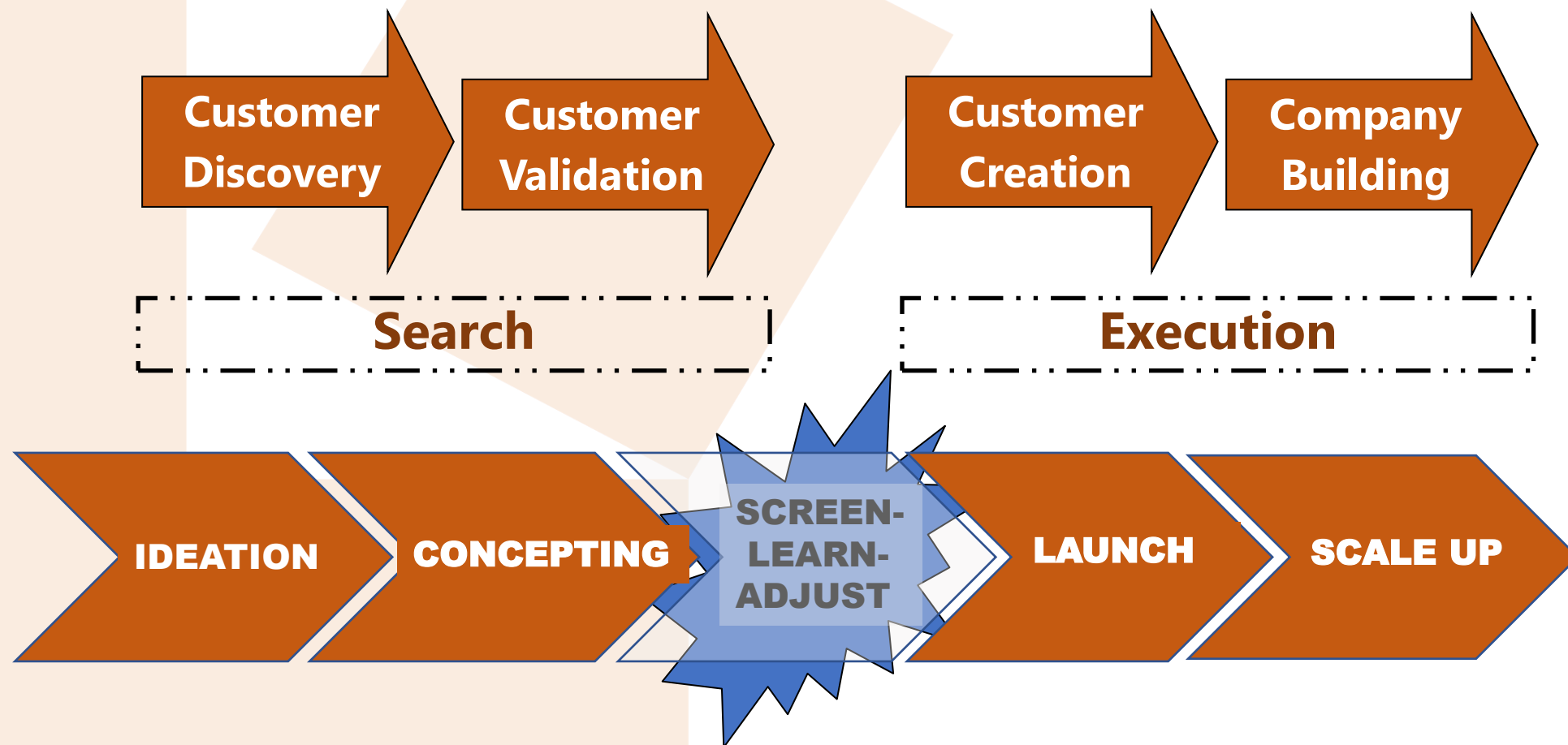
**Πώς μπορούμε να  
*διαχειριστούμε*  
το συγκεκριμένο πρόβλημα  
όσο γίνεται γρηγορότερα  
και να μειώσουμε την  
*μεγάλη αβεβαιότητα* ?**

**Για παράδειγμα αν ερωτήσετε «Πως ο σκύλος σας πίνει νερό»?  
Θα λάβετε αρκετές απαντήσεις**

**Πως θα μπορούσαμε να το μάθουμε ?  
Κάνοντας το Πείραμα που ακολουθεί στο βίντεο**  
<https://www.youtube.com/watch?v=30X5sPc3mY0>

**Η πρόταση είναι λοιπόν να οργανώσουμε κατάλληλα πειράματα  
απευθυνόμενοι σε πελάτες και να μάθουμε από αυτούς**

Lean Startup σημαίνει ένα ταξίδι



Product Vrs Customer Development ?

## Customer Discovery (Or Ideation )

IS THERE A  
Problem ?

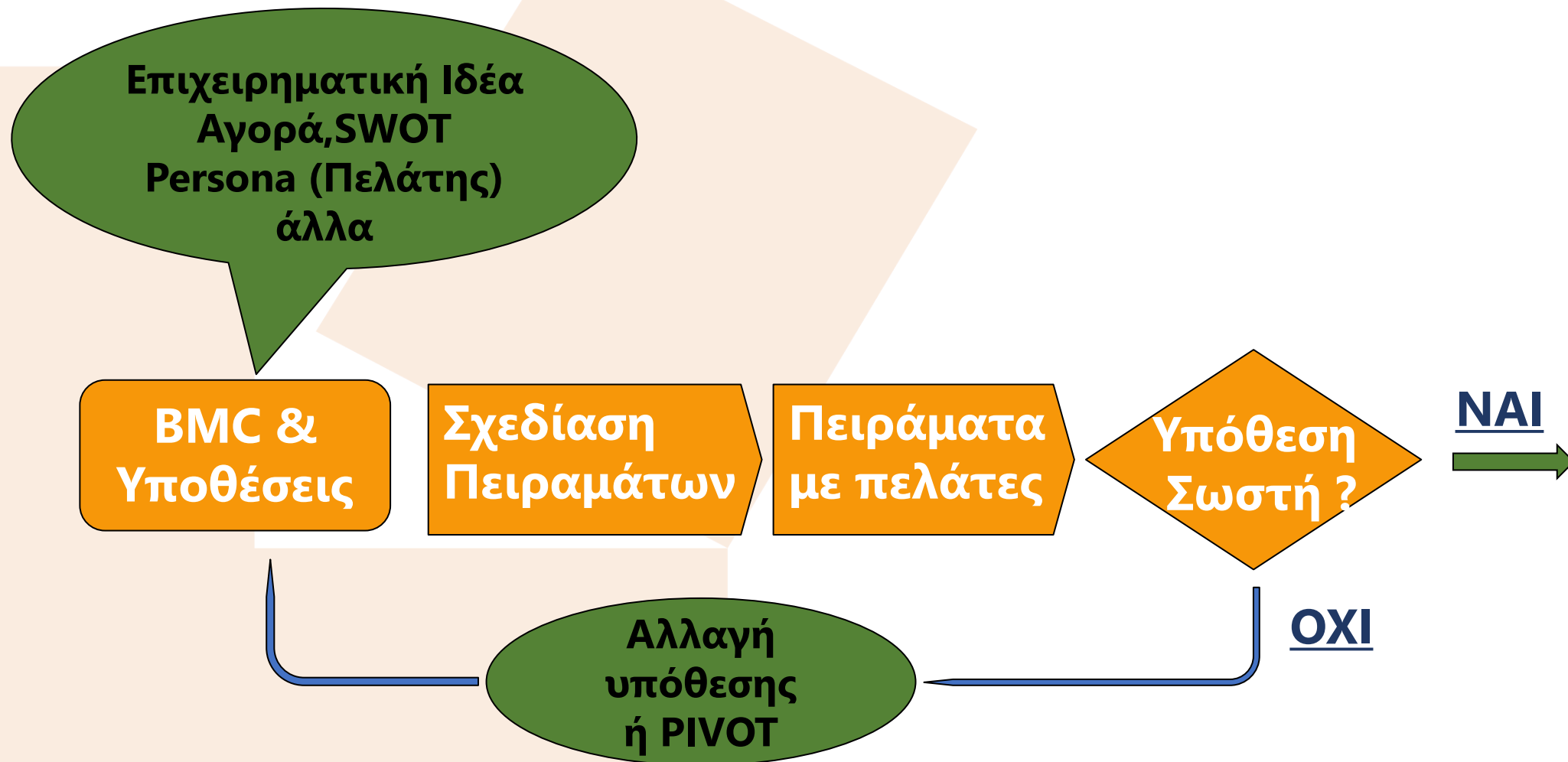
- ✓ Customer need
- ✓ Market size
- ✓ Vision
- ✓ Team
- ✓ **Desirability**

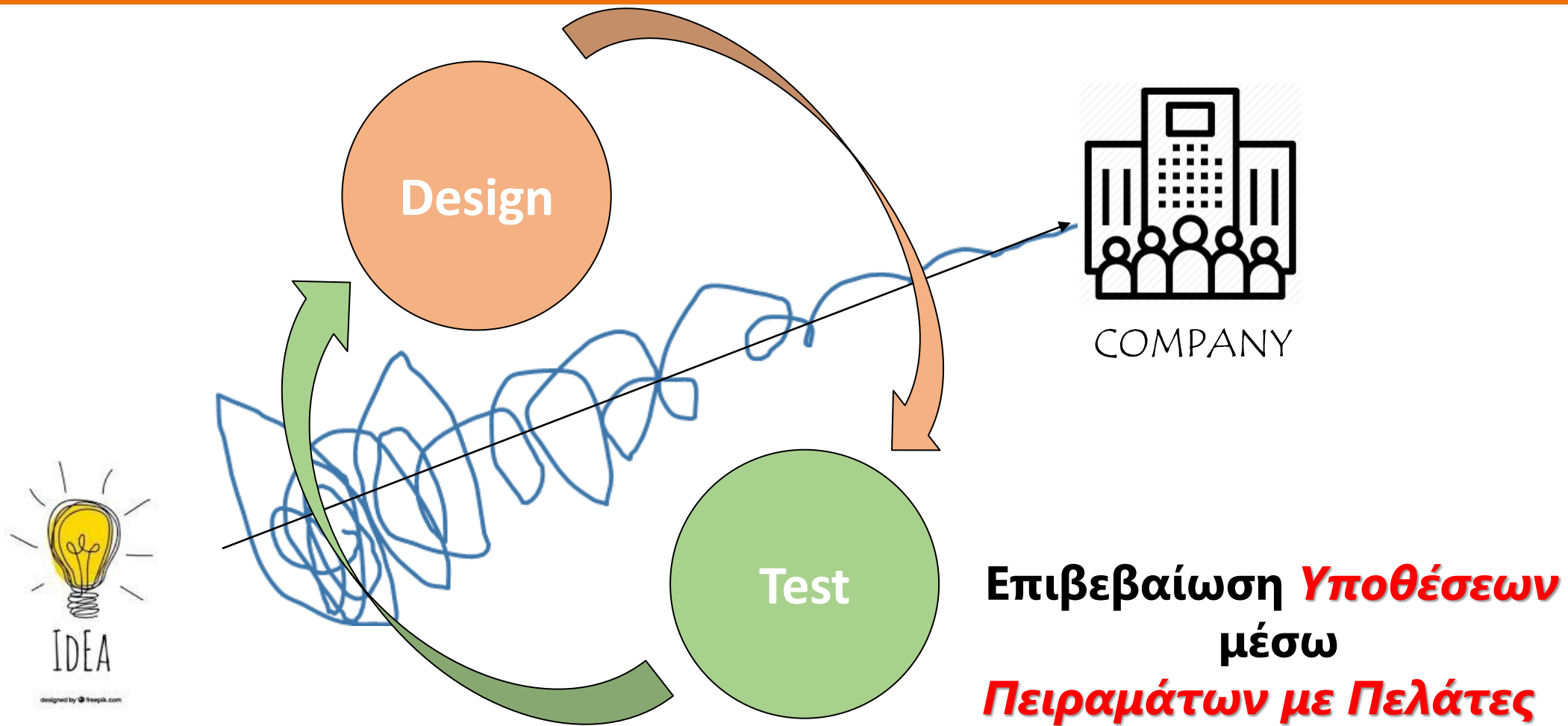
IS THERE A  
Solution ?

- ✓ BMC
- ✓ Experiment
- ✓ Validation
- ✓ Prototyping
- ✓ **Feasibility**

IS THERE A  
Business ?

- ✓ Early Adopters
- ✓ Go-to-Market
- ✓ Experiment
- ✓ Financials
- ✓ **Viability**





## Experiment Examples

say



interviews & field research



storyboards & card sort



spec sheets & brochures

do



website & call to action



(pre-)sales & signatures

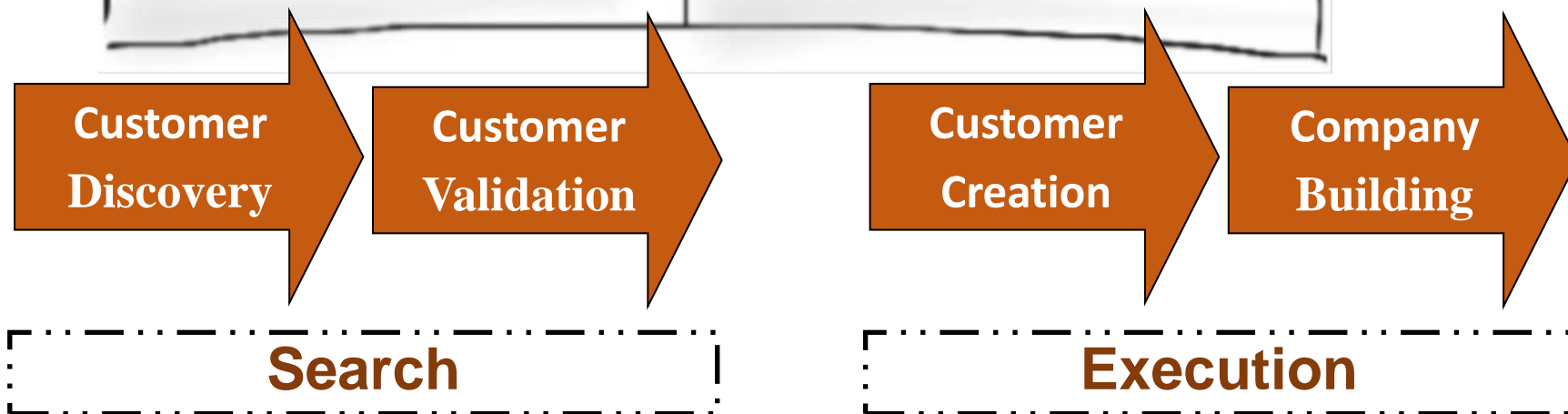


prototypes/  
MVPs

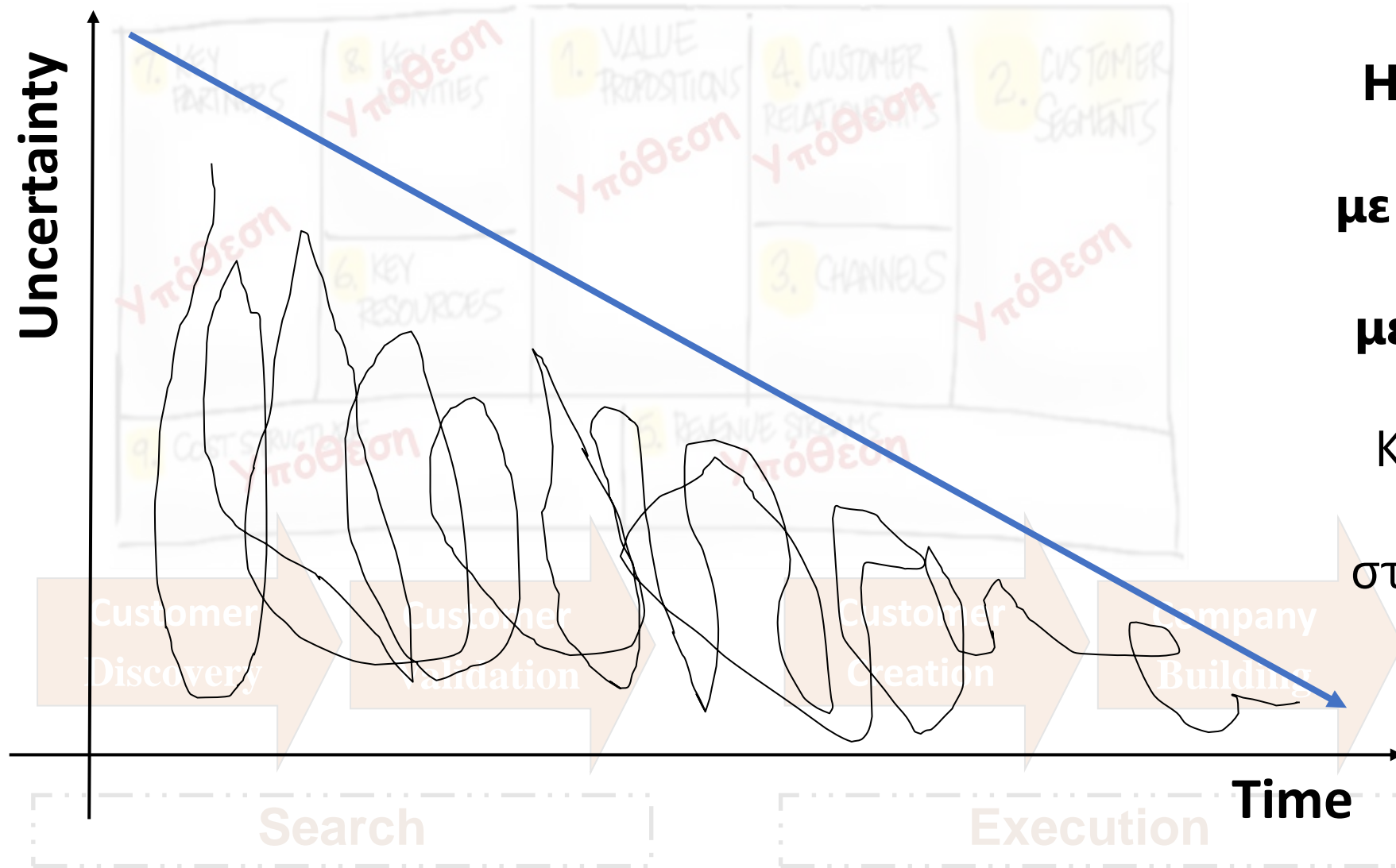
what are the components of an experiment?



Σε όλη τη διάρκεια του ταξιδιού  
Οι υποθέσεις  
αποτυπώνονται στο BMC







**Η αβεβαιότητα να  
μειώνεται  
με επιβεβαίωση των  
Υποθέσεων  
μέσω πειραμάτων**

Καθώς η Νεοφυής  
προχωρά  
στην επόμενη φάση.

- **Μικρή Αρχική επένδυση**
- **Πρώιμη δοκιμασία του Μοντέλου και επιβεβαίωση, άρα χώρο για διορθωτικές κινήσεις**
- **Αύξηση του Valuation της επιχείρησης πριν ξεκινήσει κανονικές πωλήσεις**
- **Περισσότερο διαθέσιμο κεφάλαιο για τις φάσεις της εκτέλεσης**
- **Ο ρόλος του νέου επιχειρηματία είναι πλήρως ορισμένος**

**Ψάχνοντας για γνώση**



**Μέθοδος Assumptions Validation  
(Strategyzer )**

**Στα επόμενα slides θα εφαρμόσουμε  
βήμα-βήμα τη μεθοδολογία  
Και θα μιλήσουμε για την θεωρία  
που την υποστηρίζει**

<p><b>Key Partners</b></p> <p><i>Car owners</i> Insurance companies Car service companies</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cleaning</li> <li>- Service</li> <li>- On-road assistance</li> <li>- Parts</li> </ul> <p>Regulators Payment processors Blockchain partners</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Miners</li> <li>- Open source software</li> </ul> <p>Marketing affiliates</p>	<p><b>Key Activities</b></p> <p>Demand- &amp; Supply-side marketing Tech development &amp; maintenance Customer support</p>	<p><b>Value Proposition</b></p> <p><i>Car seekers:</i> Like a car-rental company, but better (cheaper, reviews, personalization, etc.)</p> <p><i>Car owners:</i> Make money by securely renting out your car when idle</p>	<p><b>Customer Relationships</b></p> <p>Dispute resolution Customer support Loyalty programs Ratings and history Personalization features Service partners Custom insur. products Car replacement Vehicle monitoring</p>	<p><b>Customer Segments</b></p> <p><i>Car seekers:</i> tourists vs locals vs business travellers, occasional commuters, students, etc.</p> <p><i>Car owners:</i> families with a second car, young car owners who want some extra cash</p>
<p><b>Key Resources</b></p> <p>Inventory Technology</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Software platform</li> <li>- Blockchain</li> </ul>	<p><b>Channels</b></p> <p>Website &amp; mobile app Online advertising</p>			
<p><b>Cost Structure</b></p> <p>Fixed: staff, offices, tech infrastructure Variable: marketing, legal, insurance, payment processing, mining</p>		<p><b>Revenue Streams</b></p> <p>Commission on car rentals Commission on insurance contracts Commission on services</p>		

- Προσδιορισμός Υποθέσεων
- Προτεραιότητες και επιλογή των Υποθέσεων που ελέγχονται
- Προσδιορισμός του πειράματος για την επιβεβαίωση της κάθε υπόθεσης
- Εκτέλεση του πειράματος (Experiment)
- Επιβεβαίωση ή μη
- Επιπλέον γνώση
- Επόμενη Ενέργεια / Επόμενες Ενέργειες

- **Προσδιορισμός Υποθέσεων**

- Προτεραιότητες και επιλογή των Υποθέσεων που ελέγχονται
- Προσδιορισμός του πειράματος για την επιβεβαίωση της κάθε υπόθεσης
- Εκτέλεση του πειράματος (Experiment)
- Επιβεβαίωση ή μη
- Επιπλέον γνώση
- Επόμενη Ενέργεια / Επόμενες Ενέργειες

<p><b>Key Partners</b></p> <p><i>Car owners</i> Insurance companies Car service companies</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cleaning</li> <li>- Service</li> <li>- On-road assistance</li> <li>- Parts</li> </ul> <p>Regulators Payment processors Blockchain partners</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Miners</li> <li>- Open source software</li> </ul> <p>Marketing affiliates</p>	<p><b>Key Activities</b></p> <p>Demand- &amp; Supply-side marketing Tech development &amp; maintenance Customer support</p>	<p><b>Value Proposition</b></p> <p><i>Car seekers:</i> Like a car-rental company, but better (cheaper, reviews, personalization, etc.)</p> <p><i>Car owners:</i> Make money by securely renting out your car when idle</p>	<p><b>Customer Relationships</b></p> <p>Dispute resolution Customer support Loyalty programs Ratings and history Personalization features Service partners Custom insur. products Car replacement Vehicle monitoring</p>	<p><b>Customer Segments</b></p> <p><i>Car seekers:</i> tourists vs locals vs business travellers, occasional commuters, students, etc.</p> <p><i>Car owners:</i> families with a second car, young car owners who want some extra cash</p>
<p><b>Key Resources</b></p> <p>Inventory Technology</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Software platform</li> <li>- Blockchain</li> </ul>	<p><b>Channels</b></p> <p>Website &amp; mobile app Online advertising</p>			
<p><b>Cost Structure</b></p> <p>Fixed: staff, offices, tech infrastructure Variable: marketing, legal, insurance, payment processing, mining</p>		<p><b>Revenue Streams</b></p> <p>Commission on car rentals Commission on insurance contracts Commission on services</p>		

#	Test Target	BMC Box	Assumption
D1	Desirability	Value Proposition & Customer Segments	Private car owners are willing to rent out their car to a private car seeker, under specific conditions and pricing that shall be defined
D2	Desirability	Value Proposition & Customer Segments	Private car seekers are willing to rent a car from a private individual, for at least the same terms with a car rental company (convenience, vehicle status, pricing, etc.)
D3	Desirability	Customer Relationships	Efficient dispute resolution is a highly regarded feature from the perspective of the customer
D4	Desirability	Channels	People look for renting a car on-line (rather than off-line when they reach a destination)
F1	Feasibility	Key Partners	Car service companies are willing to support such a venture under viable terms, i.e. strong discounts
F2	Feasibility	Key Partners	<b>Car insurance companies offer a suitable insurance model already, or are willing to create one</b>
F3	Feasibility	Key Activities	Technology development and maintenance can be supported by the main team
F4	Feasibility	Key Resources	Blockchain Infrastructure can support a viable scale
V1	Viability	Revenues & Costs	<b>There is a sufficient profit margin between revenues and costs to sustain a scalable business</b>
A1	Adaptability	Others	<b>There is freedom to operate from a regulatory point of view</b>



- Προσδιορισμός Υποθέσεων
- **Προτεραιότητες και επιλογή των Υποθέσεων που ελέγχονται**
- Προσδιορισμός του πειράματος για την επιβεβαίωση της κάθε υπόθεσης
- Εκτέλεση του πειράματος
- Επιβεβαίωση ή μη
- Επιπλέον γνώση
- Επόμενη Ενέργεια / Επόμενες Ενέργειες

Κάθε υπόθεση οφείλει να αξιολογηθεί...

## **Αβεβαιότητα**

Ελάχιστη 0 έως **Τεράστια 10**

- Πόσο βέβαια είναι η ομάδα για την ορθότητα της υπόθεσης ?

## **Επίπτωση**

Ελάχιστη 0 έως **Τεράστια 10**

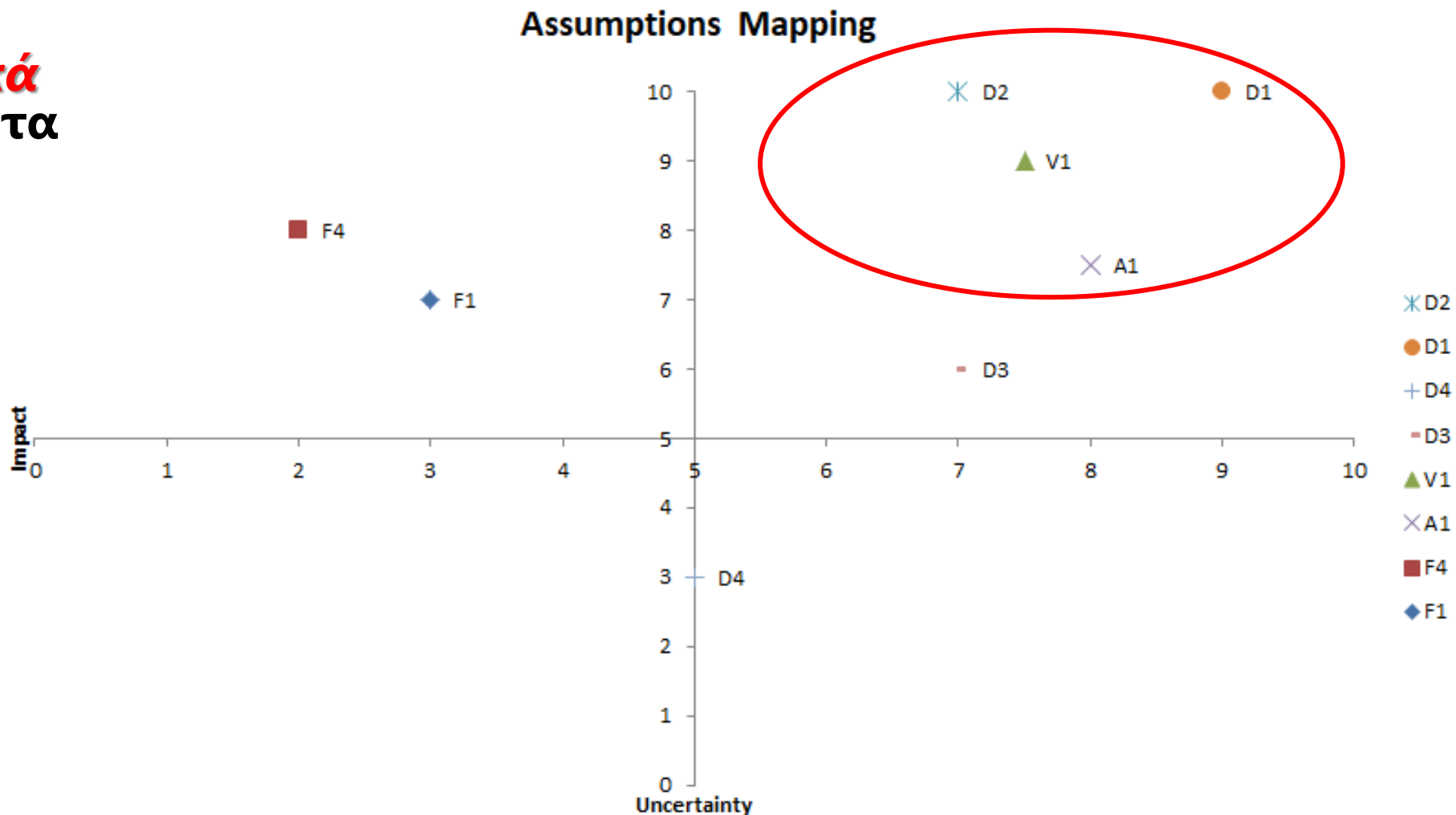
- Πόσο μεγάλη είναι η επίδραση στο εγχείρημα από την μη επιβεβαίωση της Υπόθεσης ?
- Πόσο επηρεάζει τις υπόλοιπες υποθέσεις η συγκεκριμένη ?

## **Κόστος**

- Ποιο είναι το κόστος (χρόνος & χρήμα) για τον έλεγχό της ?

#	Test Target	BMC Box	Assumption	Αβεβαι- ότητα	Επίπτω ση
D1	Desirability	Value Proposition & Customer Segments	Private car owners are willing to rent out their car to a private car seeker, under specific conditions and pricing that shall be defined		
D2	Desirability	Value Proposition & Customer Segments	Private car seekers are willing to rent a car from a private individual, for at least the same terms with a car rental company (convenience, vehicle status, pricing, etc.)		
D3	Desirability	Customer Relationships	Efficient dispute resolution is a highly regarded feature from the perspective of the customer		
D4	Desirability	Channels	People look for renting a car on-line (rather than off-line when they reach a destination)		
F1	Feasibility	Key Partners	Car service companies are willing to support such a venture under viable terms, i.e. strong discounts		
F2	Feasibility	Key Partners	<b>Car insurance companies offer a suitable insurance model already, or are willing to create one</b>		
F3	Feasibility	Key Activities	Technology development and maintenance can be supported by the main team		
F4	Feasibility	Key Resources	Blockchain Infrastructure can support a viable scale		
V1	Viability	Revenues & Costs	<b>There is a sufficient profit margin between revenues and costs to sustain a scalable business</b>		
A1	Adaptability	Others	<b>There is freedom to operate from a regulatory point of view</b>		

Προκύπτει **οπτικά**  
η προτεραιότητα



#	Test Target	BMC Box	Assumption	Un-certainty	Impact
D1	Desirability	Value Proposition & Customer Segments	Private car owners are willing to rent out their car to a private car seeker, under specific conditions and pricing that shall be defined	9	10
D2	Desirability	Value Proposition & Customer Segments	Private car seekers are willing to rent a car from a private individual, for at least the same terms with a car rental company (convenience, vehicle status, pricing, etc.)	7	10
V1	Viability	Revenues & Costs	There is a sufficient profit margin between revenues and costs to sustain a scalable business	7.5	9
A1	Adaptability	Others	There is freedom to operate from a regulatory point of view	8	7.5

- Προσδιορισμός Υποθέσεων
- Προτεραιότητες και επιλογή των Υποθέσεων που ελέγχονται
- **Προσδιορισμός του πειράματος για την επιβεβαίωση της κάθε υπόθεσης**
- Εκτέλεση του πειράματος
- Επιβεβαίωση ή μη
- Επιπλέον γνώση
- Επόμενη Ενέργεια / Επόμενες Ενέργειες

### Σχεδίαση και εκτέλεση

- Ξεκίνα με την επιλογή της ποιο **«Risky»** υπόθεσης . (Προτεραιοποίηση)
- **Συζήτησε** (η ομάδα) διαφορετικές ιδέες για **πειράματα** (Brainstorm)
- Προσπάθησε να αναλύσεις την υπόθεση σε μικρότερες οι οποίες μπορούν να **ελεγχθούν**.
- Θέσε συγκεκριμένους **στόχους** (Κριτήρια επιτυχούς επιβεβαίωσης)
- Τρέξε **όλο** το πείραμα (Μην αλλάζεις στην πορεία)
- **Ανέλυσε** τα αποτελέσματα με προσοχή, αναζήτησε την **επιπλέον γνώση** που προκύπτει και αποφάσισε τα **επόμενα βήματα**

<p><b>1. Hypothesis:</b> define the assumption you want to validate</p>	<p><b>4. Results:</b> What are the results obtained?</p>
<p><b>2. Experiment Design:</b> define how you are going to test the hypothesis</p>	
<p><b>3. Minimum Success Criteria:</b> What are the criteria to validate the hypothesis as true?</p>	<p><b>5. Learnings:</b> What can we learn from the results?</p>
	<p><b>6. Validated / Invalidated / Inconclusive</b></p>
	<p><b>7. Next Steps:</b> What are the next steps?</p>



1. Hypothesis: define the assumption you want to validate

*Χ είναι ένα πρόβλημα για τον Πελάτη*

2. Experiment Design: define how you are going to test the hypothesis

- *Θα γίνουν 20 συνεντεύξεις με **δυνητικούς Πελάτες***
- *Θα ερωτηθούν αρχικά αν προσπάθησαν ή όχι να λύσουν το πρόβλημα **στο παρελθόν.***
- *Και μετά αν το πρόβλημα **παραμένει** και αν να ναι, γιατί **δεν έχουν κατορθώσει να το λύσουν ακόμη ...***

3. Minimum Success Criteria: What are the criteria to validate the hypothesis as true?

***10/20 Προσπάθησαν να το λύσουν & υπάρχει καθαρή εξήγηση γιατί δεν το έχουν καταφέρει ακόμη***

4. Results: What are the results obtained?

5. Learnings: What can we learn from the results?

6. Validated / Invalidated / Inconclusive

7. Next Steps: What are the next steps?

# Ακουστικά εξαιρετικής απόδοσης για ενοικίαση

<p>1. Hypothesis: define the assumption you want to validate</p> <p><i>Δυνητικοί Πελάτες είναι άρρενες 20-25 χρονών, με «χ» χαρακτηριστικά</i></p>	<p>4. Results: What are the results obtained?</p>
<p>2. Experiment Design: define how you are going to test the hypothesis</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Θα υπάρξει ένα «stand» σε πανεπιστημιακή εκδήλωση όπου θα είναι παρόντες οι <b>δυνητικοί Πελάτες</b></li> <li>- Θα γίνεται <b>φυσική επίδειξη</b> του πρωτότυπου.</li> <li>- Θα ζητείται να υπογράφεται μια συμφωνία <b>προαγοράς</b>.</li> </ul>	<p>5. Learnings: What can we learn from the results?</p>
<p>3. Minimum Success Criteria: What are the criteria to validate the hypothesis as true?</p> <p><i>Να γίνουν <b>τουλάχιστον 1000 επιδείξεις &amp; 25% αυτών</b> να υπογράψουν συμφωνητικό. ( Conversion rate 25%)</i></p>	<p>6. Validated / Invalidated / Inconclusive</p> <p>7. Next Steps: What are the next steps?</p>

1. Hypothesis: define the assumption you want to validate

*Ιδιώτες, Ιδιοκτήτες αυτοκινήτου θα θελήσουν να το ενοικιάσουν σε άλλους, με τις προϋποθέσεις και τιμολογιακή πολιτική της πλατφόρμας*

2. Experiment Design: define how you are going to test the hypothesis

3. Minimum Success Criteria: What are the criteria to validate the hypothesis as true?

4. Results: What are the results obtained?

5. Learnings: What can we learn from the results?

6. Validated / Invalidated / Inconclusive

7. Next Steps: What are the next steps?

1. Hypothesis: define the assumption you want to validate

*Ιδιώτες, Ιδιοκτήτες αυτοκινήτου θα θελήσουν να το νοικιάσουν σε άλλους, με τις προϋποθέσεις και τιμολογιακή πολιτική της πλατφόρμας*

2. Experiment Design: define how you are going to test the hypothesis

*Τυχαίο δείγμα X Ιδιωτών να συμπληρώσουν από ερωτηματολόγιο με δημογραφικά και διερευνητικές ερωτήσεις :*

- ✓ Ιδιοκτησία και χρήση 2<sup>ου</sup> αυτοκινήτου
- ✓ Αν το έχουν δανείσει σε φίλο στο παρελθόν. Πότε, γιατί, με ποιες προϋποθέσεις.
- ✓ Θα ήθελαν να το νοικιάσουν. Με ποιες συνθήκες .
  - ✓ Αν **ναι**, Ζήτησε το **mail** τους

3. Minimum Success Criteria: What are the criteria to validate the hypothesis as true?

➤ **y %** από όσους έχουν 2<sup>ο</sup> αυτοκίνητο **έδωσαν e-mail** για να ειδοποιηθούν

4. Results: What are the results obtained?

5. Learnings: What can we learn from the results?

6. Validated / Invalidated / Inconclusive

7. Next Steps: What are the next steps?

- Προσδιορισμός Υποθέσεων
- Προτεραιότητες και επιλογή των Υποθέσεων που ελέγχονται
- Προσδιορισμός του πειράματος για την επιβεβαίωση της κάθε υπόθεσης
- **Εκτέλεση του πειράματος**
- **Επιβεβαίωση ή μη**
- **Επιπλέον γνώση**
- **Επόμενη Ενέργεια / Επόμενες Ενέργειες**

<p><b>1. Hypothesis:</b> define the assumption you want to validate</p>	<p><b>4. Results:</b> What are the results obtained?</p>
<p><b>2. Experiment Design:</b> define how you are going to test the hypothesis</p>	
<p><b>3. Minimum Success Criteria:</b> What are the criteria to validate the hypothesis as true?</p>	<p><b>5. Learnings:</b> What can we learn from the results?</p>
	<p><b>6. Validated / Invalidated / Inconclusive</b></p>
	<p><b>7. Next Steps:</b> What are the next steps?</p>

Να θυμάσαι ότι είναι **Άνθρωποι** και αυτοί

- ✓ Το Ποιο σημαντικό : **GOTB**
- ✓ Κάνε συναντήσεις **πρόσωπο με πρόσωπο**
- ✓ Χρειάζεσαι να αποκτήσεις γνώση **για τον πελάτη σου και την αγορά**
- ✓ Προσπαθείς να αναγνωρίσεις **επαναλαμβανόμενα στοιχεία** (Pattern recognition)
- ✓ Απαιτείται να αποκτηθεί γνώση για **όλες τις ενότητες του BMC**





“Great  
founders  
**never put**  
**anyone**  
between  
themselves  
and **their**  
**users.**”



➤ Θα πρέπει να είναι τουλάχιστον σε ένα βαθμό **ξένος**.

Οι άνθρωποι που σε γνωρίζουν θέλουν να είναι ευγενικοί και προσπαθούν να σου πουν αυτό που θέλεις να ακούσεις . Άφησε να μιλήσουν στους συνεργάτες σου εφόσον δεν τους γνωρίζουν

Οι άνθρωποι που δεν γνωρίζεις δεν έχουν κάποια σχέση να διατηρήσουν και είναι πιά πιθανό να σου πουν την αλήθεια

➤ Σε κάθε συνέντευξη, ζητήστε να σας συστήσουν **κάποιον άλλον** για την επόμενη σας συνέντευξη.

➤ Μιλήστε **f2f** ή **μέσω τηλεδιάσκεψης**.

Είναι πολύ σημαντικό να μπορείς να δεις τις εκφράσεις τους

➤ Φτιάξε ένα κατάλογο «πελατών» για συνέντευξη.

95 Ways to find your first customers for customer development or your first sale:

<https://jasonevanish.com/2013/08/11/95-ways-to-find-your-first-customers-for-customer-development-or-your-first-sale/>

## Υπάρχουν πολλοί **διαφορετικοί** τύποι πελατών:

- Χρήστης
- Αυτός που επηρεάζει την απόφαση
- Αυτός που έχει τη δύναμη να κάνει σύσταση
- Αυτός που αποφασίζει
- Αυτός που θα πληρώσει
- Αυτός που θα σαμποτάρει

Προσπάθησε να μιλήσεις με όσο γίνεται περισσότερους από αυτούς

## **Ξεκίνα** με αυτόν που έχει πραγματικά το πρόβλημα.

- Ξεκίνα με τον χρήστη
- Αφού επιβεβαιώσεις το πρόβλημα και μάθεις περισσότερα προχώρησε με τον προϊστάμενο
- Τον Γενικό Διευθυντή θα τον δεις μια φορά και πρέπει να πάρεις κάτι πολύ σημαντικό

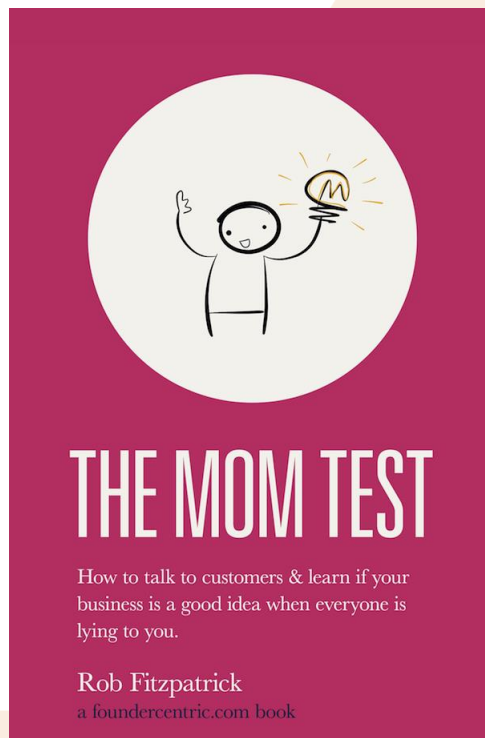
**Ακόμα και στις **επιχειρήσεις**, μιλάτε με **ανθρώπους**!**

Ποια είναι η γνώση, που πρέπει να αποκτηθεί :

- ✓ **Product Risk:** Ποιος είναι ο **«Πόνος»** που λύνει;
  - Ποια είναι τα 3 σημαντικότερα προβλήματα για τον πελάτη;
  
- ✓ **Market Risk:** Ποιος είναι ο **ανταγωνιστής** ;
  - Πως λύνει το πρόβλημα ο πελάτης σήμερα;
  
- ✓ **Customer Risk:** **Ποιος** έχει τον «Πόνο»;
  - Είναι αυτή μια πελατειακή ομάδα που μπορεί να δώσει ικανό όγκο πωλήσεων και επομένως κερδοφορία;

## Ολοκληρώνεται

- ✓ όταν αρχίζουν να **επαναλαμβάνονται** οι ίδιες απαντήσεις
- ✓ Έχουν γίνει συνεντεύξεις με **τουλάχιστον 15** πρόσωπα και :
  - Μπορούν να προσδιοριστούν τα **δημογραφικά** χαρακτηριστικά ενός **early adopter**
  - Έχει προσδιοριστεί και περιγράφει επακριβώς ο **“Πόνος / Πρόβλημα”**
  - Είναι δυνατόν να περιγραφεί , Πώς ο πελάτης **λύνει** το πρόβλημα σήμερα



**Οι Άνθρωποι λένε ψέματα**  
συνειδητά ή ασυνείδητα γιατί θέλουν να είναι καλοί μαζί σου

*Source: The Mom Test, Rob Fitzpatrick*

Μάνα, έχω μια επιχειρηματική ιδέα, θα ήθελες να στην εξηγήσω

Βέβαια, μωρό μου

Σου αρέσει το iPad που έχεις και το χρησιμοποιείς πολύ ; Σωστά ;

Ναι , είναι φοβερό

Δηλαδή θα αγοράζεις ένα App, με συνταγές μαγειρικής, ένα "Τσελεμεντέ"

Χμμμ, ενδιαφέρον

Και θα στοιχίζει μόνο 5 €. Πολύ φτηνό σε σχέση με τα βιβλία που έχεις τώρα.

Αγαπώ τα βιβλία συνταγών. Ακούγεται υπέροχο. Θα έχει και συνταγές για βέγκαν, ή κάτι σπέσιαλ για τις γιορτές;

Μάνα, έχω μια επιχειρηματική ιδέα, θα ήθελες να στην εξηγήσω

Βέβαια, μωρό μου

Το καλό μου το παιδί πρέπει να το ενθαρρύνω

Σου αρέσει το Ipad που έχεις και το χρησιμοποιείς πολύ ; Σωστά ;

Ναι , είναι φοβερό

Το χρησιμοποιώ μόνο να διαβάζω τα μείλ μου και να ψάχνω στο διαδίκτυο



Δηλαδή θα αγόραζες ένα App, με συνταγές μαγειρικής, ένα "Τσελεμεντέ"

Χμμ, ενδιαφέρον

Δεν νομίζω ότι χρειάζομαι στην ηλικία μου νέες συνταγές

Και θα στοιχίζει μόνο 5 € . Πολύ φτηνό σε σχέση με τα βιβλία που έχεις τώρα .

Αγαπώ τα βιβλία συνταγών . Ακούγεται υπέροχο. Θα έχει και συνταγές για βέγκαν, ή κάτι σπέσιαλ για τις γιορτές ;

Μάλλον έχω πολλά βιβλία μαγειρικής. Το iPad στη κουζίνα. Θα λερωθεί . App ? Ποτέ δεν αγόρασα ένα . Νομίζα ότι στοιχίζουν 1 € ? Θα χρειαστώ πιστωτική .  
Ας αλλάξω θέμα



## Λάθος

### Μην ρωτάς γνώμες

"Θα αγοράζατε..."

"Νομίζετε ..."

### Μην μιλάτε για τη λύση σας

"Η λύση μας προσφέρει..."



## Σωστό

### Ρωτήστε για δεδομένα

"Πέστε μου πότε ασχοληθήκατε ..."

### Επικεντρωθείτε στο πρόβλημα

"Τι σας παιδεύει ... ;"

"Τι θα ήταν ωφέλιμο για εσάς;"

Παροχή χρόνου (τους)



Διάθεση να ρισκάρουν την αξιοπιστία τους



Δέσμευση ή ενέργεια πληρωμής



Ας δούμε τί μάθαμε !!

Visit **app.sli.do (#70556)**

Αξιολογήστε τις ερωτήσεις & αντιδράσεις

- **Good** : Καλή ερώτηση ή καλή αντίδραση
- **Bad** : Κακή ερώτηση ή κακή αντίδραση

## Πως θα χαρακτηρίζαμε τις ερωτήσεις που ακολουθούν βάση των όσων μας διδάσκει το «Mom Test»

1. Νομίζετε ότι αυτό το προϊόν είναι μια καλή ιδέα ; **Κακή**
2. Θα αγοράζατε ένα προϊόν που λύνει αυτό το πρόβλημα ; **Κακή**
3. Θα θέλατε να μας μιλήσετε για την τελευταία φορά που είχατε αυτό το πρόβλημα ; **Καλή**
4. Υπάρχει κάτι που σας ενοχλεί στη σημερινή λύση του προβλήματος ; **Καλή**
5. Θα πληρώνατε 30 € για αυτό το προϊόν ; **Κακή**
6. Πόσο σας στοιχίζει αυτό το πρόβλημα ; **Καλή**
7. Πότε ήταν η τελευταία φορά που κοιτάξατε για μια λύση ; Πού ; **Καλή**
8. Υπάρχει ένα budget για αυτό ; **Καλή**

## Πως θα χαρακτηρίζαμε τις αντιδράσεις / reactions του συνομιλητή σας βάσει τα προηγούμενα

Reactions σε ερωτήσεις

1. Φανταστικό , Μου αρέσει **Αρνητική / δεν υπάρχει δέσμευση**
2. Τέλειο , ειδοποίησε με όταν είναι έτοιμο . **Αρνητική / δεν υπάρχει δέσμευση**
3. Υπάρχουν ένας δύο άνθρωποι στους οποίους μπορώ να σε συστήσω όταν είσαι έτοιμος . **Θετική / έχει δέσμευση**
4. Θα το αγοράζα οπωσδήποτε . **Αρνητική / δεν υπάρχει δέσμευση**

# CUSTOMER DISCOVERY

Understanding the Problem

<https://vimeo.com/125071722>

Steve Blank





**Ευχαριστούμε για την Προσοχή σας**

**Θα παρακαλούσαμε να συμπληρώσετε το Ερωτηματολόγιο**

Και για περισσότερα στο [www.kemel.gr](http://www.kemel.gr)