



ДОСЛІДЖЕННЯ КЛІЄНТІВ






ЯК ПОЧАТИ З КЛІЄНТАМИ



ПІБ _____

Дата _____

LEAN CANVAS

<p>Проблема Вкажіть 1-3 основні проблеми ваших потенційних клієнтів</p> 	<p>Пропозиція Запропонуйте варіанти вирішення кожної з проблем</p> 	<p>Унікальність (Додана вартість) Змістовна та чітка характеристика, що демонструє перевагу Вашої пропозиції на ринку в порівнянні з іншими</p> 	<p>Конкурентна перевага Особливість Вашої пропозиції яку не можна просто скопіювати або купити за гроші</p>	<p>Цільова аудиторія Вкажіть основні категорії Ваших потенційних клієнтів</p> 
<p>Наявні альтернативи Вкажіть які варіанти вирішення даних проблем існують на ринку зараз</p>	<p>Ключові показники (ККД) Чисельні показники, що вказують на життєздатність Вашої пропозиції</p>		<p>Канали зв'язку Яким чином Ви спілкуєтеся із Вашими клієнтами?</p> 	<p>Перші послідовники Ваші перші ідеальні клієнти, хто вони?</p>
<p>Структура витрат Перелічіть змінні та фіксовані витрати</p>		<p>Джерела прибутку Перерахуйте джерела Вашого прибутку</p>		

ЗМІСТ

- Аналіз ринку
- Хто ваш клієнт
- Як провести дослідження клієнтів
- Інструкція до домашнього завдання 1

**ЩО ВИЗНАЧАЄ, ЧИ БУДЕТЕ ВИ МАТИ
БІЗНЕС (ЧИ НІ)?**

КЛІЄНТ

НЕ КОЖЕН ВАШ КЛІЄНТ

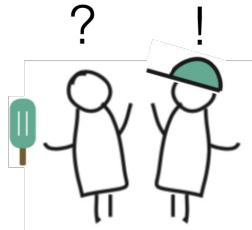
Як дізнатися, чи будуть у вас клієнти?

ОБГОВОРІТЬ ТА ПРОТЕСТУЙТЕ З НИМИ (= потенційні майбутні клієнти)

#% !



Interview:
What is their
need / problem?



Prototype:
Test the solution



Market validation:
Test your business

ПЕРЕВІРТЕ ВІДПОВІДНІСТЬ РИНКУ

1. Хто ваші клієнти?
 - Що за люди чи компанії? Де вони? Що вони цінують? Які їхні купівельні звички?
2. Які потреби та проблеми вашого клієнта?
3. Для якої проблеми ви могли б і повинні створити рішення (= продукт чи послуга)?
4. Чи працює ваше рішення? Чи є у нього ринковий потенціал?
 - Чи ? Чи можуть клієнти ним користуватися? Чи правильна ціна? Чи правильний канал маркетингу та продажів?

ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ

АНАЛІЗ РИНКУ

Загальна ситуація на вашому ринку у Фінляндії / регіоні, де ви плануєте працювати

- Наскільки конкурентним є ринок
- Зрілий ринок, що зростає або скорочується
- Тенденції в галузі / сфері бізнесу
- Який цільовий сегмент клієнтів, як він змінюється
- Як змінюється поведінка клієнтів



ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ ПРО РИНОК

- Відкрити база даних Фінляндії <https://www.avoindata.fi/en>
- Статистика Фінляндії https://www.stat.fi/index_en.html
- Регіональна статистика підприємницької діяльності:
http://www.stat.fi/til/alyr/index_en.html
- Звіти Міністерства економіки та зайнятості
- <https://tem.fi/en/frontpage>
- Звіти бізнес-сектору Міністерства економіки та зайнятості
<https://tem.fi/en/mee-business-sector-services>
- Дослідження та звіти про малі підприємства від Suomen Yrittäjät (Фінською)
<https://www.yrittajat.fi/tutkimukset>
- Бізнес Фінляндія, ключові галузі
- <https://www.businessfinland.fi/en/do-business-with-finland/home>
- Статистика Світового Банку: <https://data.worldbank.org>

АНАЛІЗ РИНКУ

Бенчмаркінг

- Ринок монополізований чи має багато гравців?
- Хто (конкуренти) вже працює на цьому ринку?
- Які рішення, продукти, послуги та ціни вони пропонують?
- Як вони продають себе та хто їхній клієнт?



SIIVOUSPALVELU
SITRUUNA

НАВІЩО РОБИТИ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ

- Визначення різних споживацьких сегментів
- Щоб зрозуміти потреби та проблеми вашої цільової аудиторії
- Розуміння споживацької поведінки та мотивації клієнтів
- Розуміння каналів комунікації з вашими клієнтами
- Протестувати ціни вашої продукції, спосіб доставки, особливості продукту тощо.

КЛІЄНТСЬКИЙ СЕГМЕНТ

= група клієнтів, які схожі один на одного, але істотно відрізняються від інших груп клієнтів

- Демографічна, географічна, психографічна, поведінкова сегментація та сегментація на основі потреб

Приклади сегментації:

- Благополучний підприємець: спа, тренажерний зал, клієнти курсів харчування
- Кафе: фаст-фуд, задоволення та свято, здорове та поживне
- Організатор арт-майстерні: B2B, B2C, діти

СПОЧАТКУ КЛІЄНТ, ПОТІМ ТОВАР/ПОСЛУГА

- Перш ніж ви зможете запропонувати вирішення існуючої проблеми ваших цільових клієнтів, ви повинні знати, в чому полягає проблема
- У клієнтів багато проблем, і ці проблеми мають багато можливих рішень: на якому з них ви зосередитеся?
- Визначення важливої проблеми визначає бізнес, яким ви займаєтеся



ДОМАШНЄ ЗАВДАННЯ 1: Хто Ваші клієнти?

1. Проведіть інтерв'ю або опитайте людей, які представляють вашу цільову аудиторію (мінімум 10 інтерв'ю або 30 опитувань)
2. Спробуйте зрозуміти, хто вони, ваші потенційні клієнти
3. Спробуйте дізнатися про їхні потреби та проблеми
4. Напишіть резюме на основі зібраних даних, скористайтеся шаблоном
5. Надішліть короткий опис профілю клієнта та посилання на своє опитування

ДОСЛІДЖЕННЯ КЛІЄНТІВ

ЯК ЗРОБИТИ ДОСЛІДЖЕННЯ КЛІЄНТІВ

1. Визначте цілі для дослідження
2. Визначте цільову аудиторію
3. Визначте канали для охоплення цільової аудиторії
4. Розробіть і перевірте ваш опитувальник
5. Проведіть інтерв'ю або опитування
6. Проаналізуйте дані дослідження
7. Прийміть рішення на основі висновків

ВПРАВА 1

Запишіть свої цілі для дослідження клієнтів

- **Яку інформацію ви хочете отримати?**
- **Як ви будете використовувати результати?**
- **Які рішення ви хочете приймати?**

ЦІЛЬОВА АУДИТОРІЯ



- Результати інтерв'ю або опитування є корисними та правдивими, лише якщо вони представляють вашу реальну цільову групу клієнтів.

Йдіть туди, де знаходяться ваші клієнти!

- Ви можете орієнтуватися на різні сегменти клієнтів (наприклад, клієнтів B2B і B2C), щоб допомогти вам вирішити, на якому сегменті клієнтів зосередитися у вашому бізнесі (де є найкращий бізнес-потенціал)

ВПРАВА 2

Проведіть брейнстормінг у вашій невеликій групі, з ким ви можете зв'язатися (потенційні клієнти) і як провести дослідження клієнтів

ПІДГОТОВКА ІНТЕРВ'Ю 1



- Припустіть, що ви нічого не знаєте (будьте відкриті до нової інформації)
- Слухайте більше, ніж говорите
- Збирайте факти, а не думки
- Запитайте «чому», щоб отримати реальну мотивацію:
Не питайте: «Навіщо вам робити...?»
Запитайте: «Чому ___ важливо для вас?» «Чому ___ проблема?»

ПІДГОТОВКА ІНТЕРВ'Ю 2



- Головна мета не продажі, а навчання
Не питайте: «Ви б купили мій продукт?»
Запитайте: «За якими критеріями ви обираєте товари/послуги..?»
- Не згадуйте рішення (ваш продукт)
Не пояснюйте: «Наше рішення робить...»
Запитайте: «Які найважливіші речі вам доводиться боротися?»
- Подальші дії: отримайте дозвіл зберегти контактну інформацію вашого співбесідника, щоб отримати більше запитань і відповідей або тестувати прототипи, а також розповісти, як купити ваші продукти.

ПРИКЛАДИ ЗАПИТАНЬ

- Як ви вважаєте, чи підходить вам послуга з прибирання?
- Наскільки важливо зараз для вас вирішити цю проблему?
- Які основні проблеми у вас виникають під час використання косметичних засобів? Як ви вирішували ці проблеми?
- Скільки ви заплатили минулого разу...? Скільки ви готові заплатити за x? Що змусить вас заплатити більше за x?
- Що б ви хотіли, щоб про вас розуміли постачальники послуг (власники кафе, консультанти тощо) у цій галузі?

Техніка 5ти “Чому?”



- Я ненавиджу везти свою машину в автомайстерню = (ПРОБЛЕМА)
- чому
- Бо вони будуть робити з автомобілем і скільки це буде коштувати – не зрозуміло.
- Чому це проблема?
- Я хочу заздалегідь знати, що вони зроблять з машиною і яка ціна
- Чому це важливо?
- Ну, я їм не вірю. Я думаю, що вони продають мені послуги, які мені насправді не потрібні. І мені потрібно планувати свої фінанси, оскільки в мене немає зайвих грошей.
- Чому ти так відчуваєшся?
- Мені здається, щоразу, коли я там їду, вони жартують із мого необізнаності щодо машин.

ПОРАДИ ЩОДО ІНТЕРВ'Ю ТА ОПИТУВАНЬ



- Почніть із питань, на які легко відповісти, і загальних питань
- Запитуйте довідкову інформацію (вік, стать тощо) наприкінці і лише якщо вона вам потрібна
- Подумайте, який логічний порядок запитань
- Ставте конкретні запитання, занадто загальні не корисні
- Запитуйте про поведінку людей, а не про їхні бажання
- Максимум 20 запитань з кількома варіантами відповіді, максимум 7 відкритих запитань
- Захистіть конфіденційність людей, які брали участь в інтерв'ю чи опитуванні. Розкажіть на початку, як зібрана інформація буде використовуватися та оброблятися. Беріть до відома і виконуйте свої обіцянки.

ВПРАВА 3

Обдумайте у своїй малій групі питання, які поставити вашим потенційним клієнтам під час інтерв'ю чи опитування. По черзі.

ІНСТРУМЕНТИ ДЛЯ ПРОВЕДЕННЯ ОПИТУВАННЯ

- Facebook групи
- Google Форми
- Microsoft Форми
- SurveyMonkey.com
 - Аналіз клієнтів
 - Демографічний аналіз
 - Демографія цільового ринку
 - Шаблон опитування щодо оцінки покупців
 - Опитування поведінки клієнтів



Використання груп Facebook для проведення простого опитування:

< Finnish International Entr... 🔍 ⋮

Pamela Spokes created a poll. ⋮
👤 Admin · 4. February at 10.32 · 📷

MP TO VISIT OUR NEXT NETWORK BOARD MEETING

Hi Everyone!

At our next network board meeting we will be having an Member of Parliament as a guest, we would love to know what you would like us to ask about. We have our own ideas but we really want to find out what the members of this groups would like to ask.

Whatever question(s) we end up being able to ask, we will post the responses here for everyone to see.

Put your answers in the poll, that way others can vote on the ideas! (I just put a couple of ideas because I had to in order to start the poll)

- Residence permits for entrepreneurs ⋮
 14 votes
- VAT changes ⋮
 8 votes
- How can smaller companies take part in public tendering processes better than before? ⋮
 8 votes

1 More...

👍 1 4 comments

Використання Google Форм

Feedback Online training for Refugee Council in Lithuania

Questions Responses **2** Settings

Feedback: Online training on entrepreneurship services to refugees

Thank you for taking part in the Startup Refugees training! We hope you learned useful things and had a good time. Please take a moment to fill out this survey and let us know your thoughts to help us plan next sessions for you.

How satisfied are you with the training? *

1 2 3 4 5

Very dissatisfied: It was useless Very satisfied: It was great!

What were the most useful learnings or insights you got in the training?

Long answer text

What are your biggest challenges/doubts/needs for designing your own entrepreneurship training?



ПІБ _____

Дата _____

Дослідження цільової аудиторії

Домашнє завдання

Мета вашого опитування / інтерв'ю:

Хто ваша цільова аудиторія?

На скільки ефективно ви задіяли цільову аудиторію в опитуванні / інтерв'ю?

Скільки людей взяло участь в опитуванні / інтерв'ю?

Перелік запитайте які ви задали своїм потенційним клієнтам:

-
-
-
-
-
-
-
-
-
-

Яку корисну інформацію ви дізналися від ваших потенційних клієнтів?

Яким чином ви використаєте отриману інформацію для розвитку вашої бізнес ідеї?



ПОСИЛАННЯ

- Посібник з дослідження ринку <https://blog.hubspot.com/marketing/market-research-buyers-journey-guide>
- Методи дослідження клієнтів <https://www.business.qld.gov.au/starting-business/planning/market-customer-research/researching-customers/customer-research>
- Стартап Опитувальник: Ідеї та запитання <https://www.kyleads.com/blog/startup-survey-ideas/>
- Як проводити опитування для дослідження ринку <https://medium.com/startup-grind/how-to-conduct-a-market-research-survey-for-your-product-idea-d048dc080259>
- 7 ідей для опитувальника <https://getsitecontrol.com/blog/7-survey-for-business-ideas/>