

Nothing is less  
productive than to  
make more efficient  
what should not be  
done at all.

**Peter Drucker**



# Problem Verification

Αντώνης Λιβιεράτος  
Επικ. Καθηγητής ΕΚΠΑ



Ιδέα



Ελάχιστο Βιώσιμο Προϊόν (MVP)



Τελικό Προϊόν

1. Καθορισμός της  
επιχειρηματικής ομάδας.

3. Ανάλυση της αγοράς,  
κυρίως μέσω κύκλου  
επαφών με δυνάμει  
πελάτες και  
επαναπροσδιορισμός  
του επιχειρηματικού  
μοντέλου

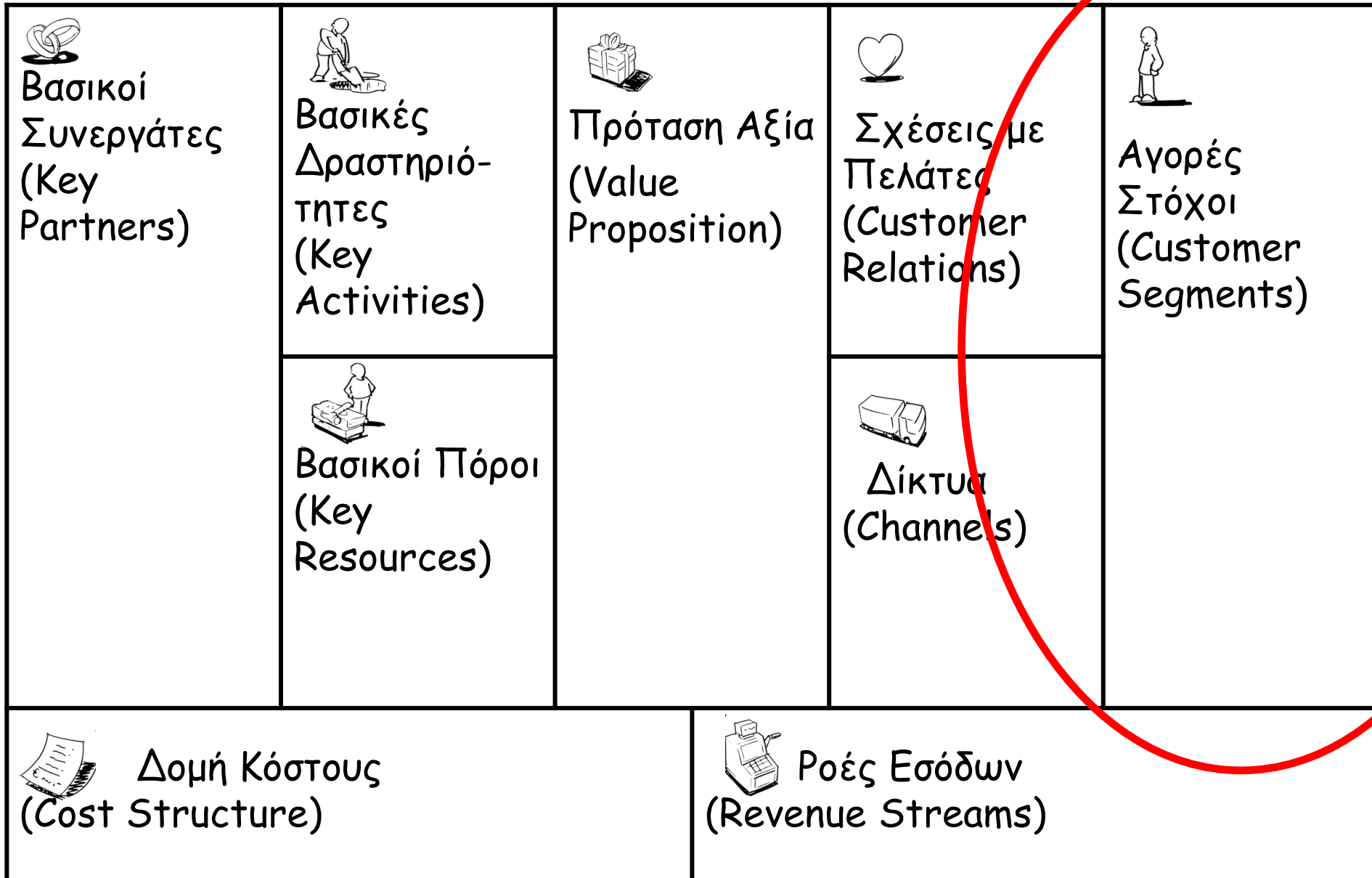
Επιχειρηματική  
Ομάδας

Business  
Model

Ανάλυση  
Αγοράς

2. Προσδιορισμός  
business model

# Business Model Canvas



## Business Model

### Προϊόντα ως λύσεις «προβλημάτων»

- Προσδιορίστε το πρόβλημα (το οποίο θα λύσετε)
- Προσδιορίστε το μέγεθος του προβλήματος και αναζητήστε δεδομένα:
  - περιγραφή μιας κατάστασης που 'βιώνει' πελάτης μας (π.χ. το κόστος της θέρμανσης για ένα διαμέρισμα στην Θεσσαλονίκη)
  - στατιστικές (π.χ. αριθμός των ανθρώπων που παθαίνουν κάθε χρόνο καρδιακή προσβολή)

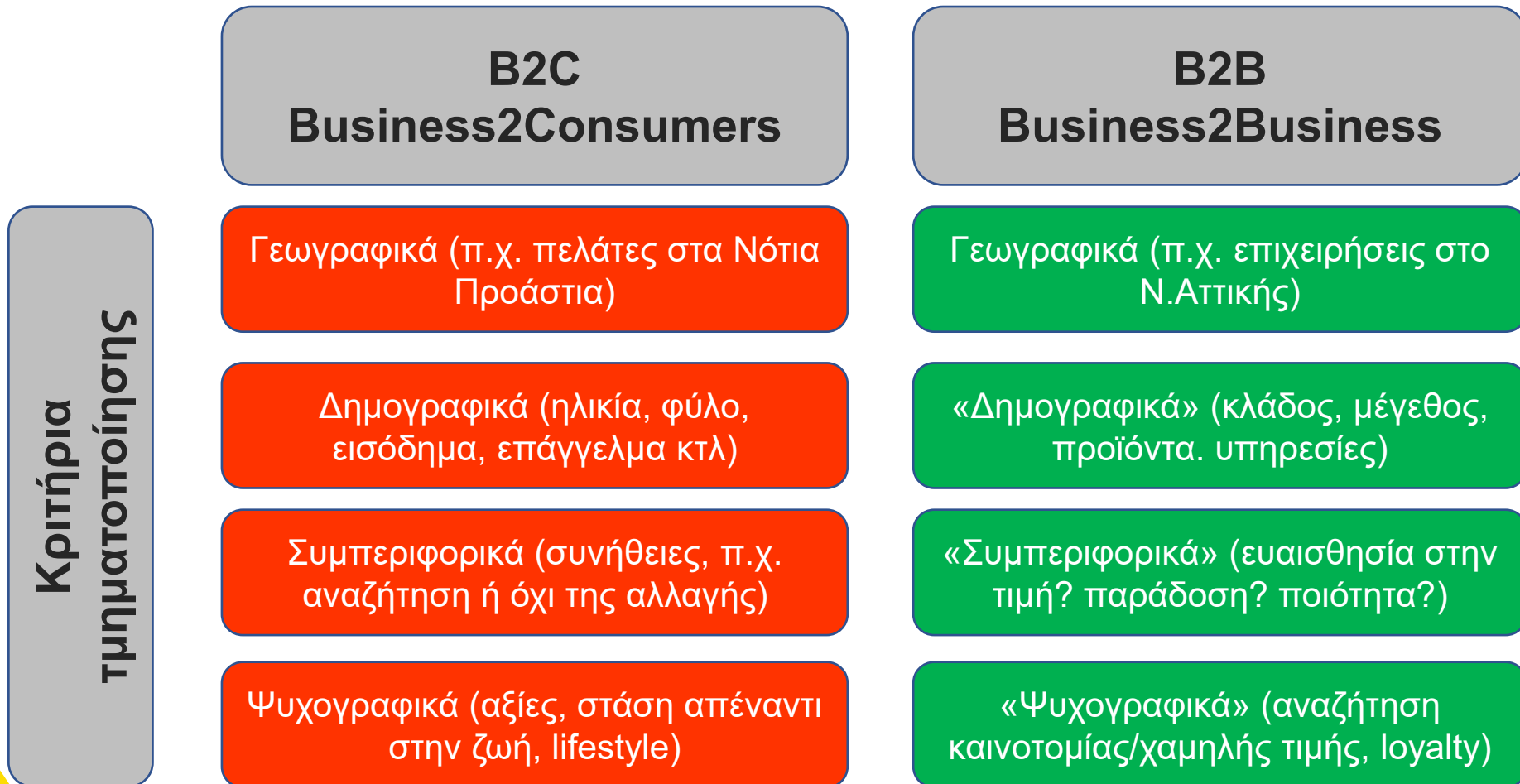
# Bench- marking

	Τιμή	Χαρακτη- ριστικό 1	Χαρακτη- ριστικό 2	Χαρακτη- ριστικό 3	Χαρακτη- ριστικό 4
Ανταγωνιστής 1 (Π.χ. ΙΚΕΑ)					
Ανταγωνιστής 2 (Π.χ. συνοικιακά επιπλάδικα)					
Ανταγωνιστής 3 (Π.χ. Do it yourself)					
Ανταγωνιστής 4 .....					
<b>Δική μου επιχείρηση</b>					



# Αγορά στόχος (Target group)

Τμηματοποίηση είναι η κατηγοριοποίηση των δυνάμει πελατών σε μεγάλες κατηγορίες με κοινά χαρακτηριστικά.




# Beachhead Market

	Αγοραστική δύναμη	Πρόσβαση	Επιτακτικοί λόγοι	Δυνατότητα προσφοράς	Ανταγωνισμός	Επέκταση σε άλλες αγορές
Π.χ. Εταιρίες ανακύκλωσης	✓		✓	✓		
Π.χ. Χημικές βιομηχανίες				✓	✓	
Π.χ. Βιομηχανίες βιομάζας		✓	✓			



# Persona (B2C) - Carol

<p><b>name</b> Carol</p> <p><b>gender</b> Female</p> <p><b>age</b> 45 year</p> <p><b>status</b> Single</p> <p><b>occupation</b> Saleswoman</p> <p><b>location</b> Amsterdam</p>		<p><b>bio</b></p> <p>Carol is a hard working mom, who does her best to create a safe and warm home for her children. She is highly invested in the lives of her children.</p>
<p><b>personality</b></p> <p>extrovert <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> introvert</p> <p>observing <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> intuition</p> <p>thinking <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> feeling</p> <p>judging <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> perceiving</p>	<p><b>quote</b></p> <p>“Sharing is caring”</p>	<p><b>interests</b></p> <p>Carol wants to help as much as possible at the school of her kids.</p>
	<p><b>goals in context</b></p> <p>Despite not having a lot of money, Carol tries to create a safe living environment for her children.</p>	<p><b>preferred channels</b></p> <p>Carol is an online shopper, because it saves her time and she can shop at any moment.</p>
	<p><b>frustrations in context</b></p> <p>Carol has little time and is annoyed with everything that costs needless time. Sometimes she worries about unexpected financial setbacks.</p>	<p><b>brands</b></p> <p>Wehkamp</p> <p>H&amp;M</p> <p>Zara</p> <p><a href="http://bol.com">bol.com</a></p>

# Ανάλυση αγοράς



Υπόθεση

Υποθέσεις εργασίας στο επιχειρηματικό μοντέλο

Έλεγχος

Συναντήσεις με εν δυνάμει πελάτες και στελέχη του κλάδου με σκοπό τον έλεγχο:

**A) «το πρόβλημα υπάρχει»**

Ανάλυση

Αναπροσαρμογή ή ρύθμιση

# The problem interview

Μια τυπική σειρά σε μια «συνέντευξη» θα ήταν:

- 1) Ορίστε τον σκοπό της συνάντησης (χωρίς να αποκαλύψετε τη λύση=προϊόν).
- 2) Φαίνεται ότι μερικοί άνθρωποι/επιχειρήσεις (όπως εσείς) έχουν πρόβλημα με ... [δηλώστε το πρόβλημα]. Αυτή είναι και η δική σας περίπτωση;

*Π.χ. Ελλιπής φύλαξη και αδυναμία επιτήρησης προσωπικών αντικειμένων σε μέρη με συνωστισμό (π.χ. συναυλίες, events, καρναβάλι της Πάτρας).*

# The problem interview



3) Πόσο σημαντικό είναι αυτό το πρόβλημα/τα για εσάς; (σας κοστίζει σε χρήματα; σε χρόνο; σε εκνευρισμό;)

4) Τι κάνετε τώρα για να επιλύσετε αυτό το πρόβλημα;

5) Πώς φαντάζεστε ότι θα ήταν η ιδανική λύση σε αυτό το πρόβλημα;

6) Είστε διατεθειμένοι να πληρώσετε για λύση αυτού του προβλήματος;

ΠΡΟΣΟΧΗ. Στην πορεία της συζήτησης μπορεί να ακούσετε και άλλα προβλήματα. Μην τα προσπερνάτε. Ακούστε με προσοχή.

# The problem interview

Οι πελάτες μας (όπως προέκυψαν από την τμηματοποίηση) έχουν το πρόβλημα που προσπαθούμε να λύσουμε? Θα πρέπει να τους βρούμε και να τους ρωτήσουμε. Με ερωτηματολόγιο; **ΟΧΙ. Γιατί όχι;**

- Τα ερωτηματολόγια προϋποθέτουν ότι ξέρεις τις σωστές ερωτήσεις
- Συνεντεύξεις με πελάτες διερευνούν «ότι δεν ξέρεις τι δεν ξέρεις»
- Συνεντεύξεις γίνονται σε συναντήσεις (η γλώσσα του σώματος μετράει)
- Συνεντεύξεις και όχι focus groups.

Και αν δεν μπορώ να βρω τους πελάτες μου για να τους ρωτήσω;

**Αν δεν μπορείς να τους βρεις τώρα, τι θα έχει αλλάξει τόσο δραματικά αργότερα ώστε να μπορείς και να τους βρεις ΚΑΙ να τους πουλήσεις;**



# The problem interview

- Προβάρτετε τις ερωτήσεις σας πριν τις συνεντεύξεις σας.
- Μην προσπεράσετε αυτό το στάδιο γρήγορα. Είναι σημαντικό.
- Προτιμήστε τις προσωπικές συνεντεύξεις. Ξεκινήστε από τον κύκλο σας.
- Προσπαθήστε να μην είστε μόνοι κατά την διάρκεια των συνεντεύξεων.
- Κρατείστε σημειώσεις το αργότερο μέσα σε 24 ώρες από την συνάντησή σας.



## Ανάλυση αγοράς

### Κατατάσσουμε τις απαντήσεις που λαμβάνουμε στις παρακάτω κατηγορίες:

- Το πρόβλημα δεν υπάρχει...
- «Λανθάνων» πρόβλημα (**latent problem**). Οι πελάτες μας έχουν ένα πρόβλημα αλλά δεν το αναγνωρίζουν
- **Παθητικό πρόβλημα (passive problem)**. Γνωρίζουν το πρόβλημα αλλά δεν έχουν κινητοποιηθεί να κάνουν κάτι για να το λύσουν. Δεν γνωρίζουν τις υφιστάμενες εναλλακτικές για να το λύσουν.
- **Ενεργό (ή επείγον) πρόβλημα**. Αναγνωρίζουν το πρόβλημα και αναζητούν λύσεις αλλά δεν έχουν προβεί σε σοβαρές ενέργειες για να το λύσουν.
- «**Όραμα**». Γνωρίζουν το πρόβλημα και μάλιστα έχουν κάνει ενέργειες για να το λύσουν. Επίσης είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν για την λύση του προβλήματος.

# The mom test

Οι συνομιλητές μας συχνά προσπαθούν να είναι συμπαθείς. Ως εκ τούτου, συχνά μας λένε ψέματα χωρίς να το συνειδητοποιούν.

## Λάθος

- Μαμά, έχω μια επιχειρηματική ιδέα. Να σου πω?
- Φυσικά.**
- Σου αρέσει το tablet σου και να το χρησιμοποιήεις?
- Μου αρέσει και το χρησιμοποιώ**
- Θα αγοράζεις ένα app μαγειρικής?
- Λατρεύω τα βιβλία μαγειρικής, ακούγεται ωραίο.**
- Έχω πολλά βιβλία μαγειρικής. Δεν χρειάζομαι υπολογιστή στην κουζίνα. Δεν έχω αγοράσει αγοράσα ποτέ app. Θα πρέπει να εισάγω και την πιστωτική μου κάρτα?***

## Σωστό

- Πότε χρησιμοποίησες για τελευταία φορά το tablet? Για ποιο λόγο?
- Το έχεις χρησιμοποιήσει ποτέ στην κουζίνα?
- Έχεις αγοράσει ποτέ app? Ποιο? Για ποιο λόγο? Πόσο κόστιζε?
- Χρησιμοποιείς βιβλία μαγειρικής?
- Υπάρχει κάτι που δεν σου αρέσει στα βιβλία μαγειρικής?
- Πότε αγόρασες τελευταία φορά βιβλίο μαγειρικής? Ποιο ήταν?
- Πόσο κόστιζε?