



Lean

- ღირს სტარტაპ მეთოდოლოგია არის სტარტაპის სასიცოცხლო ციკლის მართვის ერთ-ერთი ყველაზე პოპულარული მიდგომა, რომელიც ერიკ რისმა შეიმუშავა, ამავე სახელწოდების წიგნში Lean startup methodology აღწერილია სრულად მიდგომის უპირატესობები და სტრატეგიები.
- უმჯობესია მარტივი ფუნქციების ტესტირება, რომლებიც მომხმარებლისთვის გასაგები და მისაღები იქნება.

4 ძირითადი პრინციპი

- ღინ სტარტაპი ეყრდნობა 4 ძირითად პრინციპს. ესენია:
- 1. მეწარმეები არიან ყველგან
- 2. მეწარმეობა, ეს არის სწორი მართვის უნარი
- 3. ვალიდაციაზე დაყრდნობით სწავლა
- 4. შექმენი-გაზომე-ისწავლე ციკლი (build-measure-learn

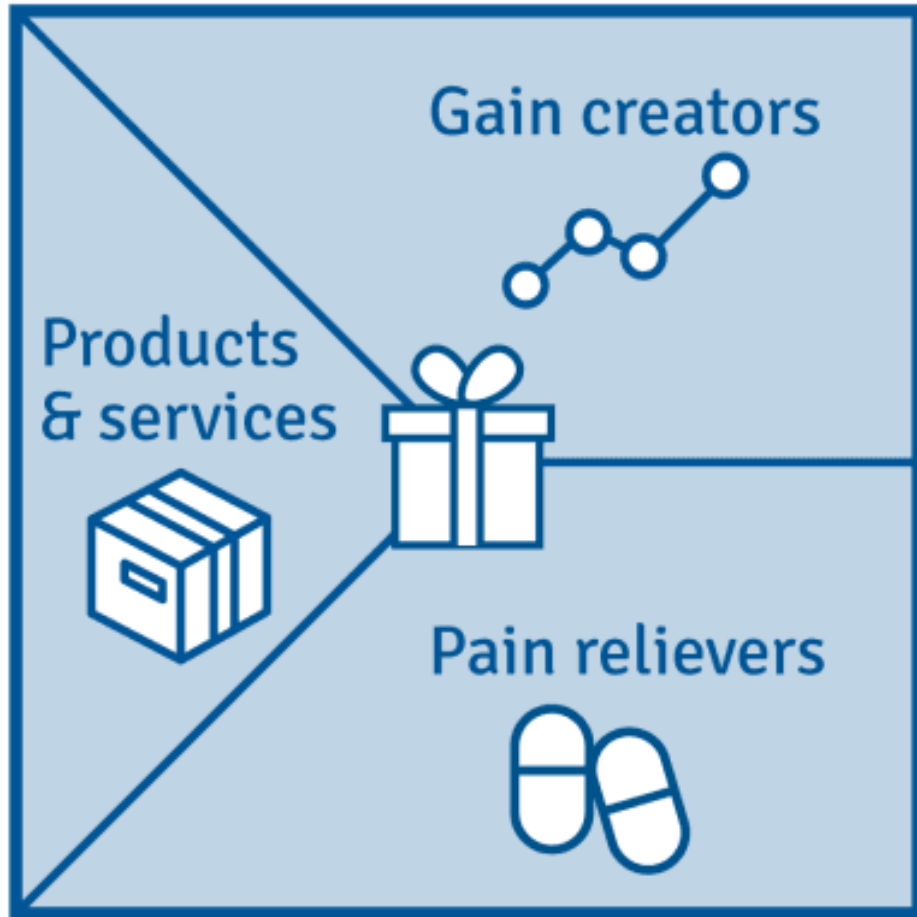
მთავარი პრინციპები

- ღღინ სტარტაპ მეთოდოლოგიის მთავარი მესიჯია, სწორად გავიგოთ მომხმარებელთა საჭიროებები მათთან მეტი ინტერვიუსა და ურთიერთობის საფუძველზე, შემდეგ კი სწორად დავგეგმოთ პროდუქტის განვითარების ეტაპები, რომელიც იქნება მაქსიმალურად უმტკივნეულო და დაბალ დანახარჯიანი.

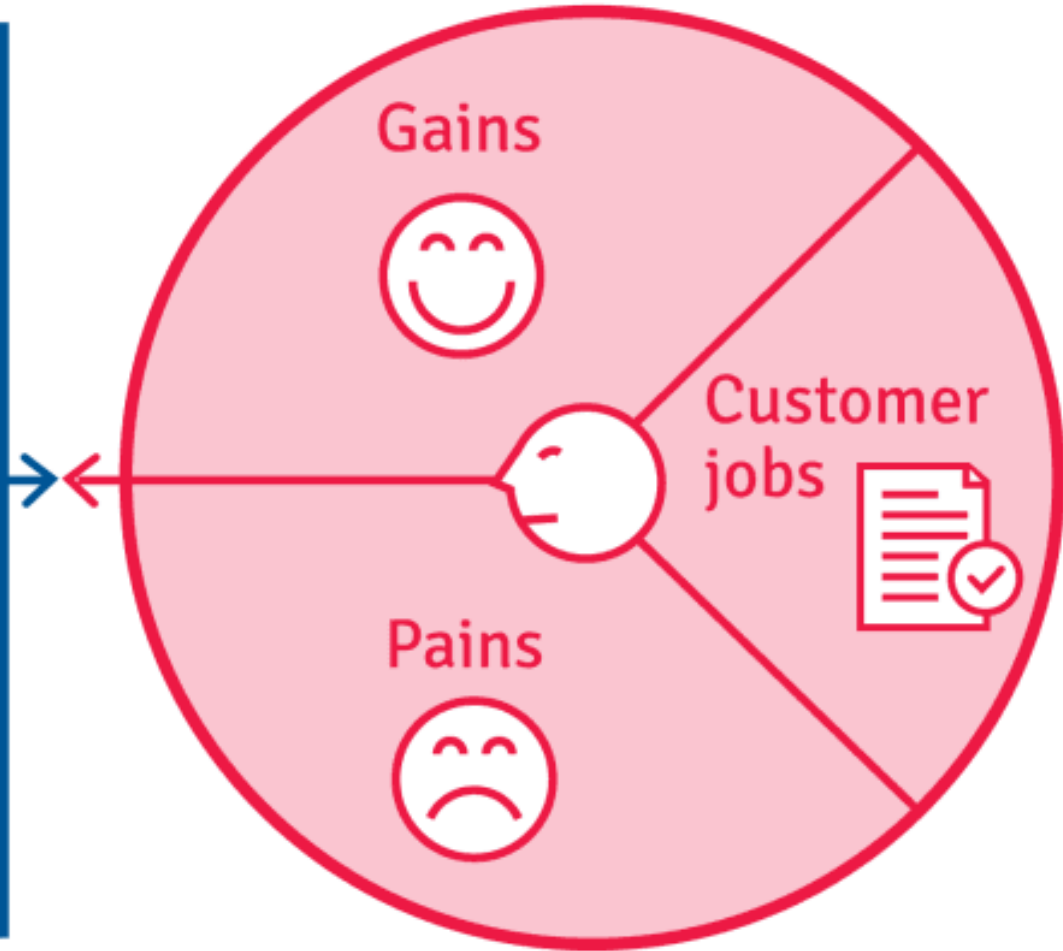
ტერმინი MVP (Minimum Viable Product – მინიმალური დირებულების პროდუქტი) ფართოდ გამოიყენება პროდუქტის განვითარების სფეროში და ის 2001 წელს ფრენკ რობინსონმა (დღეს SyncDev-ის გენერალური დირექტორი) Agile Product Development-ის საქმიანობის დასაწყისის დროს შექმნა.

- „მეწარმეთა უმეტესობას ვერ წარმოუდგენია, რომ ახალი პროდუქტი გაუმართავი ნაკეთობა შეიძლება იყოს, რომლითაც ინტერესისტვის სარგებლობს მომხმარებელთა პატარა ჯგუფი. ისინი მიიჩნევენ, რომ ის ხარისხის უმკაცრეს მოთხოვნებს უნდა აკმაყოფილებდეს და უკეთესობისკენ ცვლიდეს მსოფლიოს. ის უნდა იყოს პრიალა, „კარგად დავარცხნილი“ და პრაიმ-თაიმის რეკლამისტვის გამზადებული... ხარვეზიანი და დაუმთავრებელი ადრეული პროდუქტის შექმნა ერთი შეხედვით, დაუშვებელ კომპრომისს ჰგავს... MVP სხვადასხვა სირთულის შეიძლება იყოს - უაღრესად მარტივი და პრობლემებითა თუ ნაკლები ფუნქციებით აღსავსე ადრეული პროტოტიპით დამთავრებული. იმის გადაწყვეტა ზუსტად როგორი უნდა იყოს მინიმალურად მომუშავე პროდუქტი წინასწარ შეუძლებელია. მაგრამ არსებობს ერთი მინიშნება: მეწარმეთა უმეტესობა, როგორც წესი MVP-ს ზედმეტი ფუნქციებით „ხუნძლავს“. ამიტომ, როცა ეჭვი გეპარებათ, გაამარტივეთ.

Value Proposition



Customer Profile



How to Fill in a Lean Canvas?

Uber Example



PROBLEM

List your customer's top 3 problems



SOLUTION

Outline a possible solution for each problem



UNIQUE VALUE PROPOSITION

Single, clear, compelling message that turns an unaware visitor into an interested prospect



UNFAIR ADVANTAGE

Something that can not be easily copied or bought



CUSTOMER SEGMENTS

List your target customers and users

EXISTING ALTERNATIVES

List how these problems are solved today



KEY METRICS

List the key numbers that tell you how your business is doing

HIGH-LEVEL CONCEPT

List your X for Y analogy (e.g. YouTube = Flickr for videos)



CHANNELS

List your path to customers

EARLY ADOPTERS

List the characteristics of your ideal customers



COST STRUCTURE

List your fixed and variable costs



REVENUE STREAMS

List your sources of revenue

Successfully Crossing the Chasm

