

”Odświeżał bajkową tradycję,
płynnie przekładając ją
na język kultury popularnej,
który świetnie rozumie
młode pokolenie.

<http://www.rp.pl/artukul/343210-Europa-nasladowe-Shreka-.html>



” Miąłem taki sam **efekt "wow"**, jaki miała większość widzów

” To był zresztą bardzo dobry kawałek kina.

tłumacz, scenarzysta i dialogista Bartosz Wierzbęta

<https://www.polskieradio.pl/7/477/Artykul/654971,Shrek-przejdzie-do-historii-kina>



Trendy w e-biznesie

O czym dziś **nie** będę opowiadał?

- Polskim Funduszu Rozwoju i innych funduszach inwestycyjnych
- Giełdzie
- Miliardowych wycenach start-upów
- Dolinie Krzemowej (może trochę)

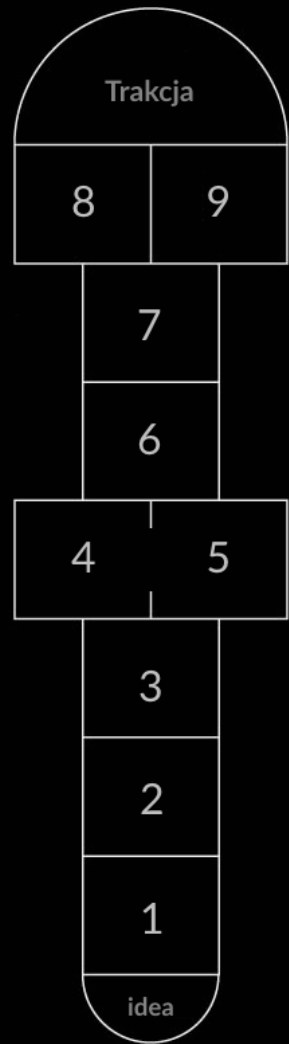
Zatem o czym?

O sposobie tworzenia
nowego (e-)biznesu,

który jest w zasięgu każdego z Was...

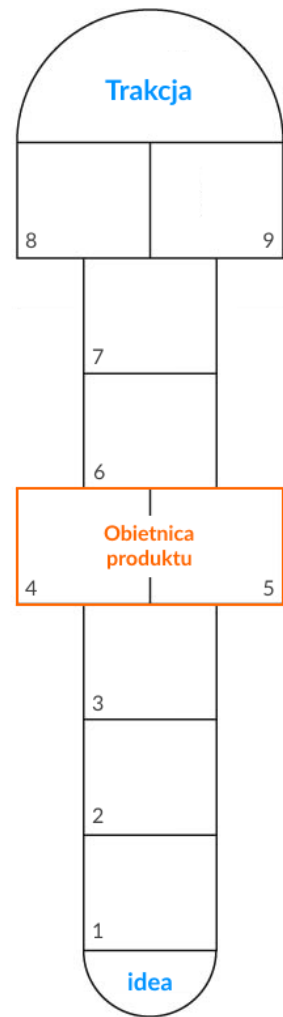
Growth plan

Od idei do trakcji

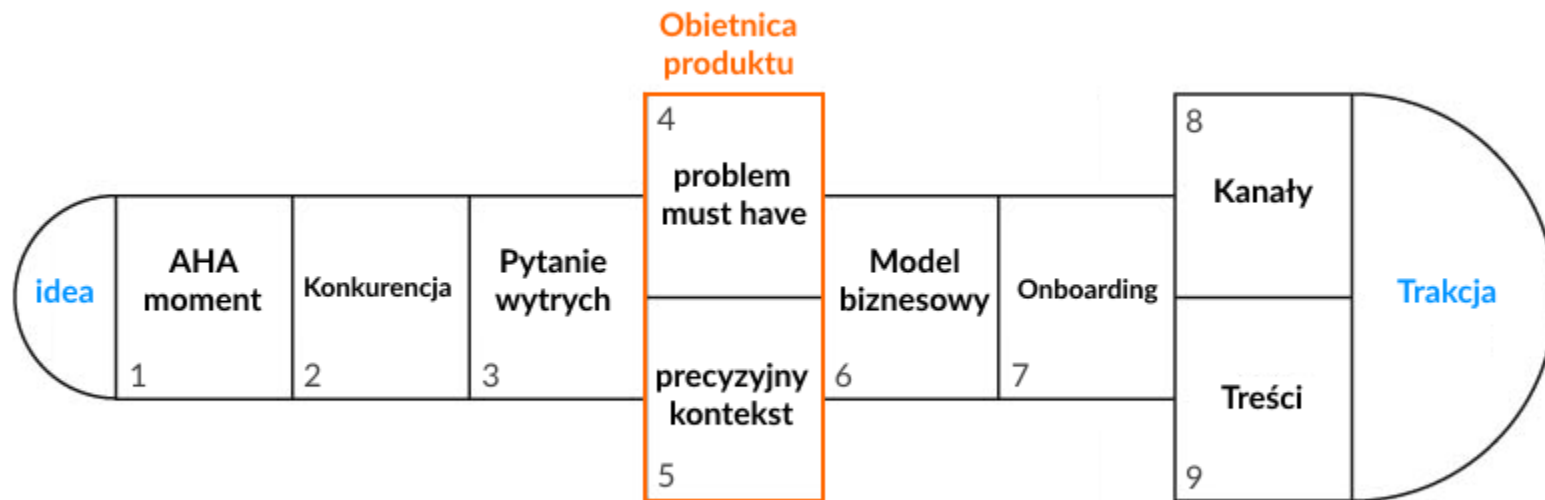


Po co (Wam) growth plan?

- **Pozwala wypracować obietnicę produktu**
- **Pomaga osiągnąć trakcję,** czyli dotrzeć do ziemi obiecanej w każdym początkującym biznesie



Growth plan krok po kroku



Znajdź lokal na każdą okazję

Od chrzciny i urodzin po integrację firmową, otrzymasz oferty dopasowane do Twoich potrzeb, bez mozolnych poszukiwań i zbędnych telefonów.

[Dalej](#)

Popularne okazje



chrzciny



urodziny



integracja



ślub



komunia

Jak działa Briefly?

1.

Wybierz obszar, na którym chcesz zorganizować urodziny?

Jaki rodzaj miejsca preferujesz na urodziny?
Zaznacz 1-3 odpowiedzi

- Restauracja
- Muzykalania
- Klub
- Park
- Inne (wpisz tutaj)

Ok

1. Określ potrzeby

Odpowiedz na kilka pytań, na jakim miejscu Ci zależy.

2. Otrzymasz oferty

W ciągu kilku godzin otrzymasz indywidualne oferty bezpośrednio od atrakcyjnych lokali.

3. Wybierz miejsce

Wybierz propozycję, która Ci najbardziej odpowiada.

Idea

Zróbmy produkt (usługę, serwis, aplikację):

- **który pozwoli ...**
- **aby...**

[WAŻNE]

Po co pracujesz nad tym pomysłem?

Jaki jest Twój motyw pieniężny, pozapieniężny?

1. AHA moment pomysłodawców

**Przełam konwencję
produktów z branży** → Shrek

- Trafna hipoteza nt. problemu klientów
- Sprytna funkcja
- Zrozumienie progu szczęścia użytkowników / klientów

Gmail



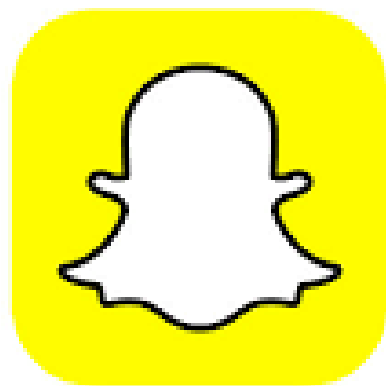


U B E R



U B E R

tinder™



1. Co pomaga w dojściu do AHA?

- **namysł**, rozmyślanie nad ideą
- **badanie** produktów konkurencyjnych dla naszej idei
- szukanie przez **analogie** w innych branżach
- **metodyczne** zmierzenie się z ideą (np. lean canvas, growth plan)

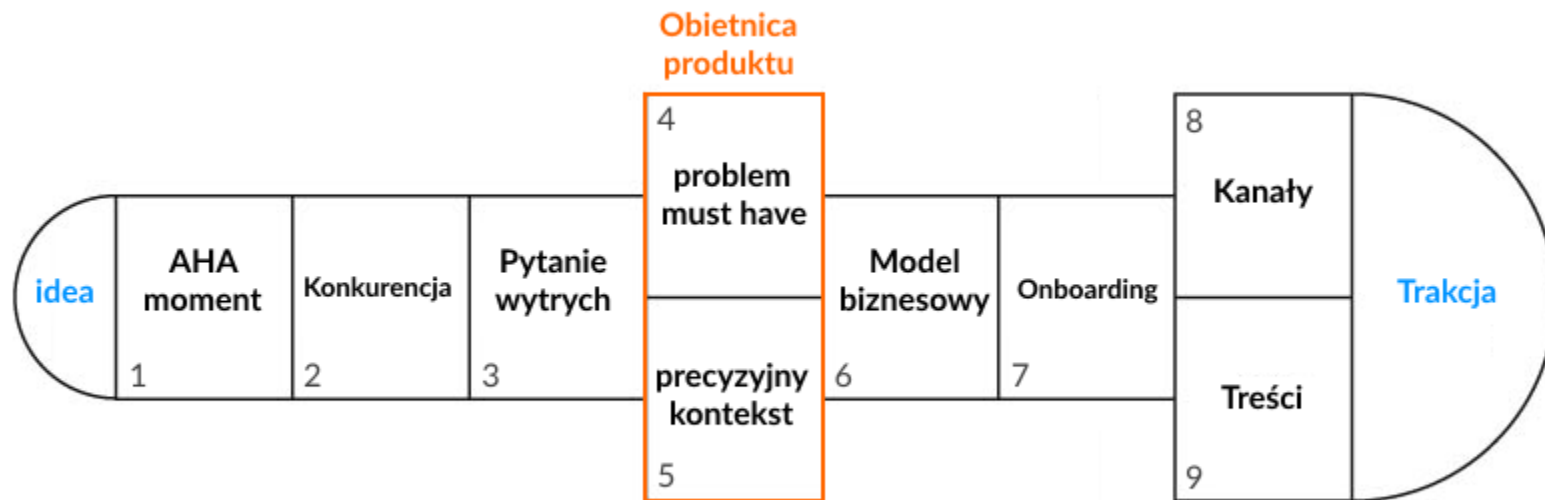


AHA moment – zadanie warsztatowe

**Spróbujcie określić moment AHA
dla 5 produktów i usług, z których korzystacie**



Growth plan krok po kroku



2. Konkurencja → AHA

Konkurent	Co jest dla klienta progiem szczęścia?	Jak wygląda proces onboardingu (doprowadzenie do progu szczęścia)?	Jaką mają obietnicę	Czy zarabiają? Jaki model biznesowy?

2. Konkurencja → podsumowanie

Konkurent	Mocne strony	Słabe strony	Co “kopiujemy” od nich	Dlaczego z nimi wygramy?



3. Pytanie wytrych (relevance)

**Pytanie jakim wyławiamy z “tłumu / szumu”
naszych pierwszych klientów**

3. Pytanie wytrych

- **Pytanie musi być konkretne**
(odpowiedź: tak / nie)
- **Pytaj raczej o czynność,**
a nie status społeczno-demograficzny.
- Czy czynność jest dla klienta:
powtarzalna, czasochłonna, frustrująca

3. Pytanie wytrych

Przykłady:

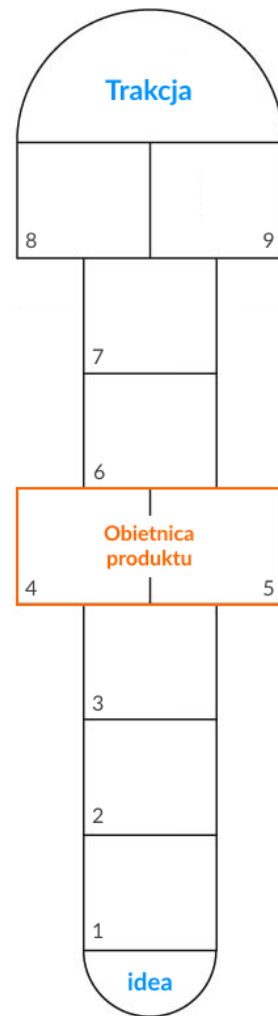
- Czy organizujecie imprezy okolicznościowe? (Briefly)
- Czy podróżujesz pociągami Intercity? (Skycash)
- Czy prowadzisz bloga lub jesteś dziennikarzem? (Twitter)

Obietnica produktu

Obietnica produktu to:

- obietnica sukcesu
- odpowiedź na pytanie:

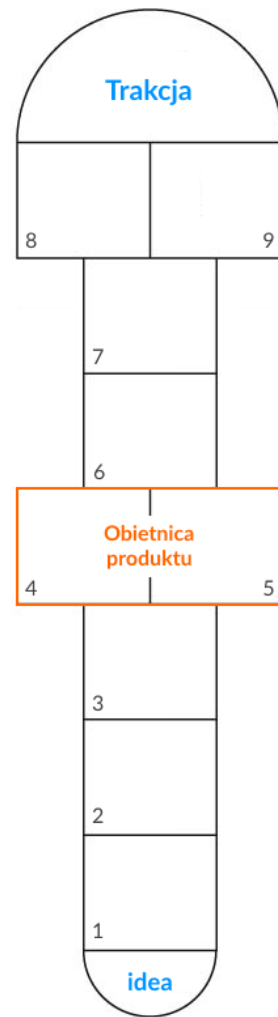
Jaki sukces osiągnie klient dzięki naszemu produktowi?



Obietnica produktu

Obietnica produktu musi określać:

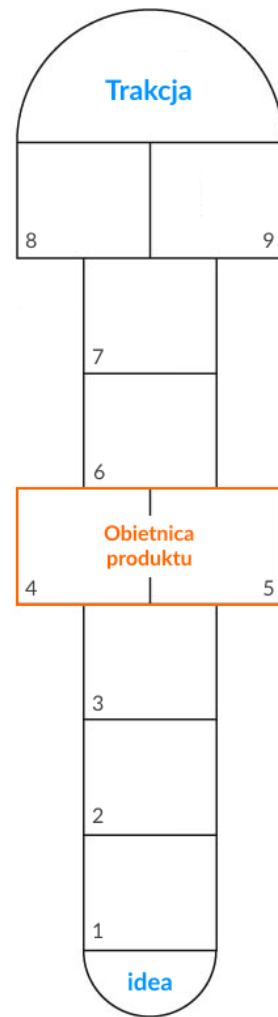
- problem *must have* klienta
- precyzyjny kontekst



Obietnica produktu

Dzięki obietnicy wiemy:

- jakie funkcje są najważniejsze w naszym produkcie
- jak powinien wyglądać proces *onboardingu* klientów
- czy produkt daje szansę na powracalność klientów



Obietnica

Przykłady:

- Dzięki Briefly **zorganizujesz więcej** imprez okolicznościowych
- Dzięki Twitter'owi **najszybciej dowiesz się**, co się dzieje na świecie.
- Dzięki Skycash **kupisz bilet na każdy** pociąg Intercity.
- Dropbox ***keeps your files safe, synced, and easy to share***



tomek@askbriefly.com