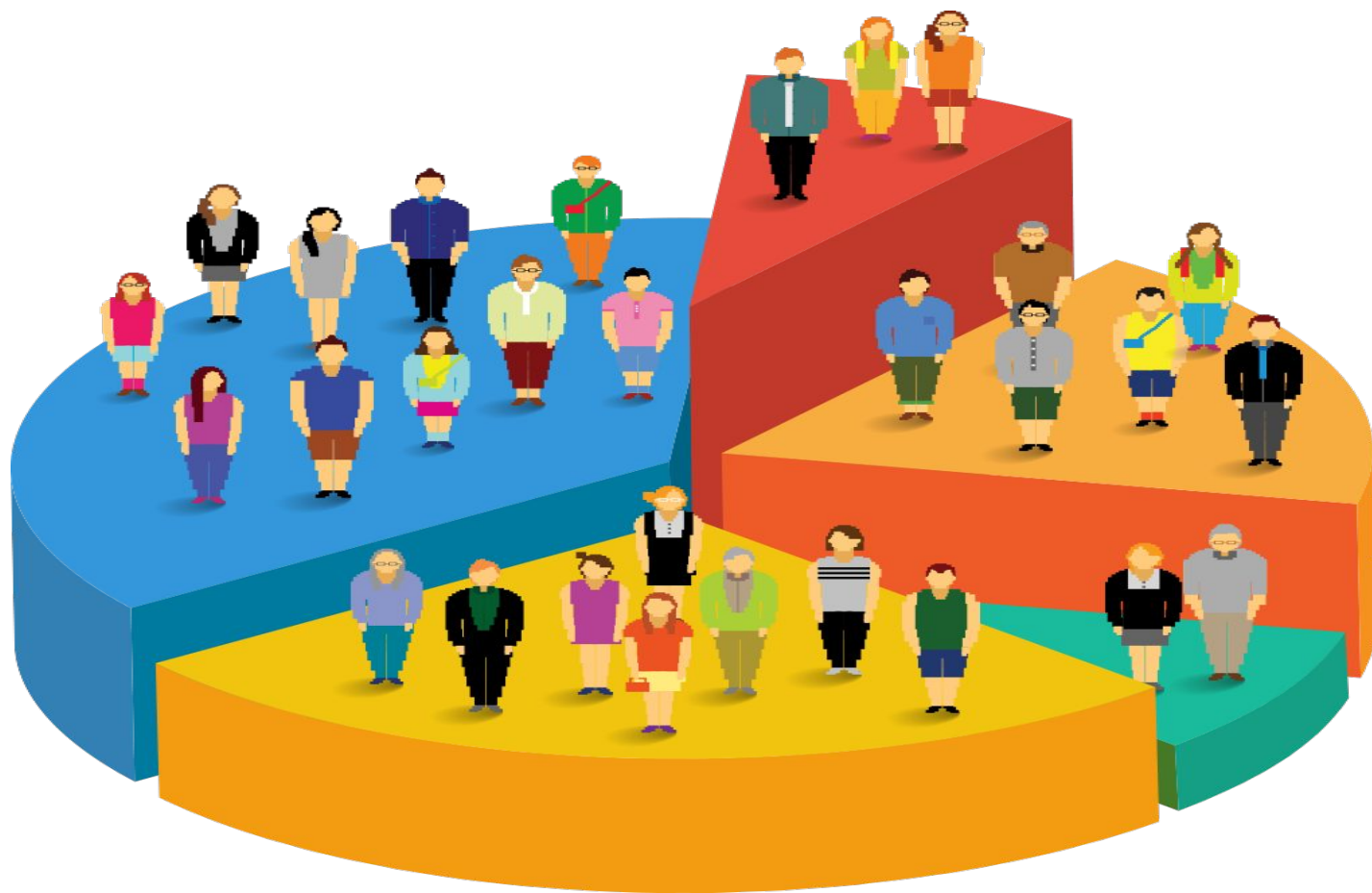


Тақырып "Мақсатты аудиторияны анықтау, MVP, сұхбат техникасы»

- 1. Мақсатты аудитория дегеніміз не;*
- 2. Мақсатты аудиторияның түрлері және анықтамасы*
- 3. MVP, ең аз өміршең өнім ;*
- 4. Сұхбат техникасы*

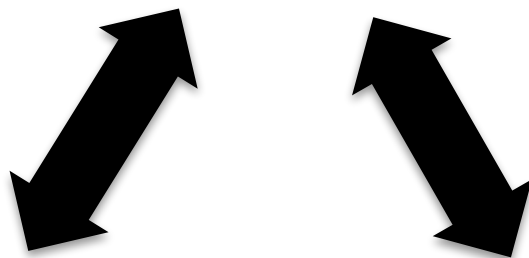
- **Мақсатты аудитория** – бұл кейбір жалпы сипаттамалары, қасиеттері, мүдделері бар адамдар тобы.





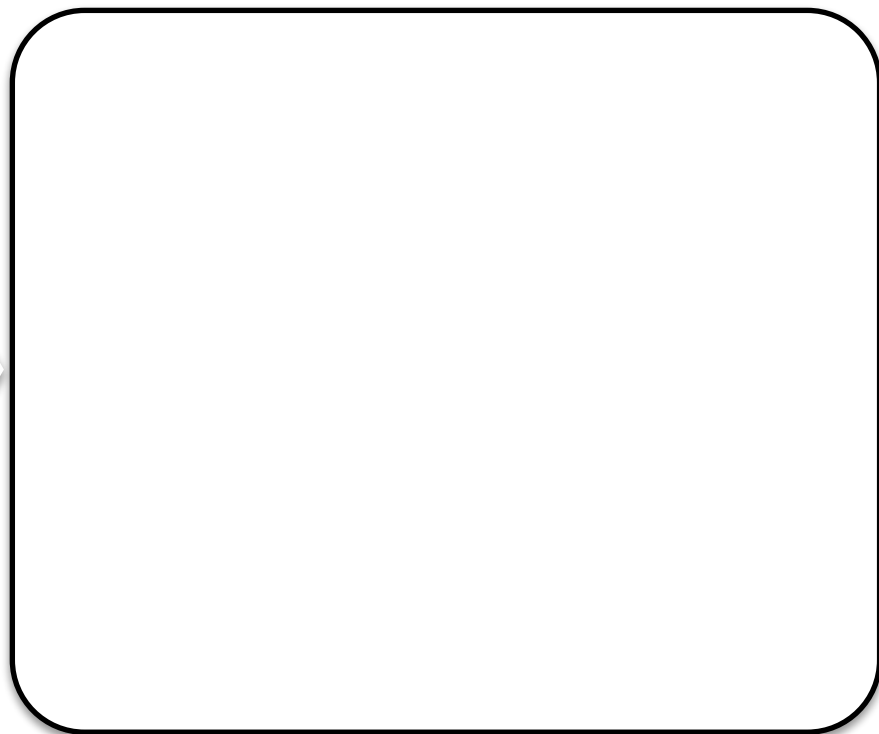
1 тапсырма

- Мынадай бизнес үшін мақсатты аудиторияны анықтаңыз:
- 1) жүгіруге арналған киім дүкені;
- 2) скейтборд дүкені;
- 3) үйді жинау қызметтері;
- 4) балаларды дамыту орталығы;
- 5) тапсырыс бойынша галстук тігу.



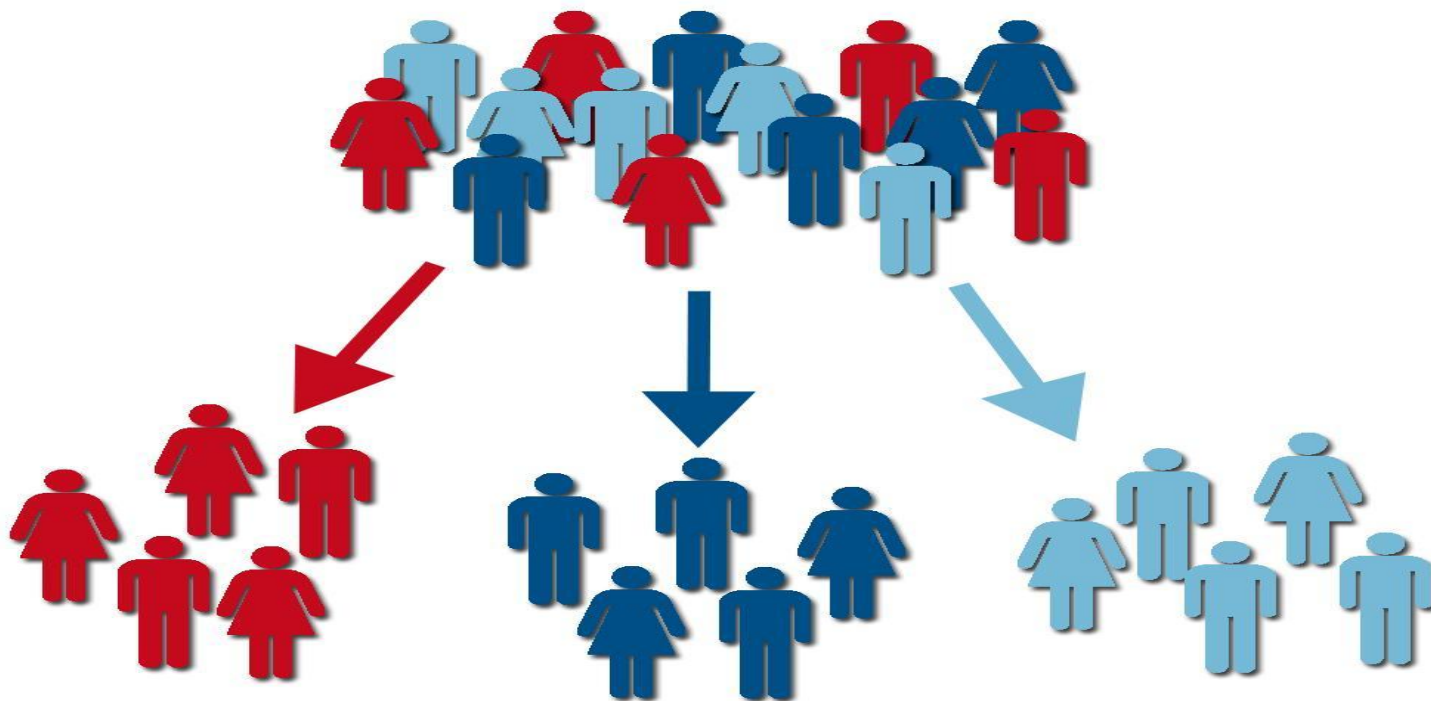
НЕГІЗГІ

Тапсырыс беру
туралы тікелей
шешім
қабылдайтын
адамдар жатады



МАҚСАТТЫ АУДИТОРИЯНЫҢ ҮШ НЕГІЗГІ

ТОҒЫ



1) Географиялық

2) Демографиялық

3) Психологиялық

Географиялық

- Олар қалада немесе ауылда өмір сүре ме?
- Олар үлкен қалада өмір сүре ме?
- Олар қай елде тұрады?
- Климат сіздің өніміңізді сатуға әсер ете ме?
- Интернет сіздің өніміңізді сатуға әсер ете ме?
- Олар белгілі бір аймақта өмір сүре ме?

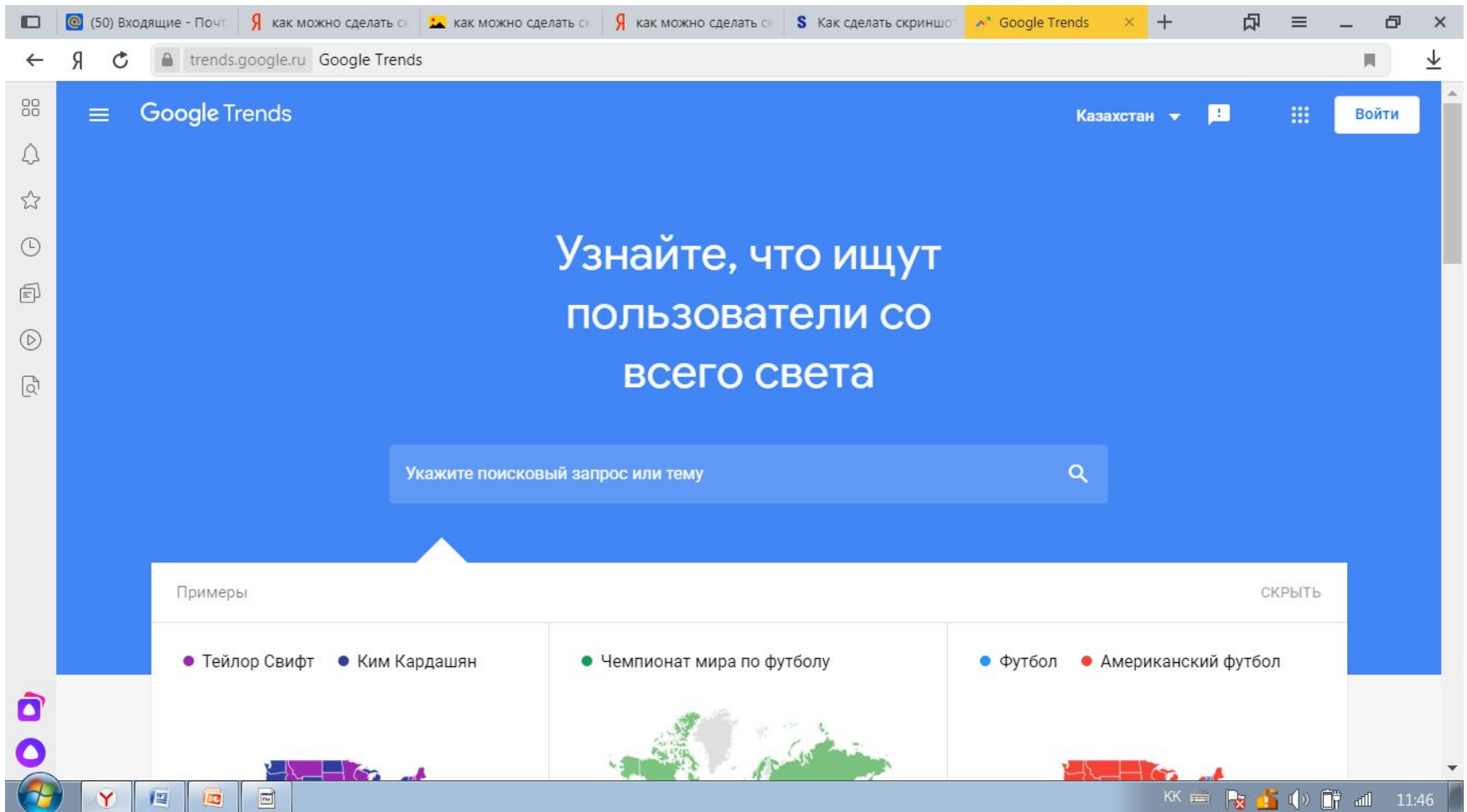
Демографиялық

- Олар қанша жаста?
- Олар қандай жынысты?
- Олардың ұлты маңызды ма?
- Олардың табыс деңгейі маңызды ма?
- Олардың білім деңгейі маңызды ма?
- Олар некеде тұр ма, жоқ па?

Психографиялық

- Олар қандай сипатқа ие?
- Олардың мүдделері қандай?
- Олар не жақсы көреді немесе ұнатпайды?
- Олардың сенімі қандай?
- Олардың өмір стилі қандай?

- Wordstat талдау қызметтері, Google сілтемеге өтіңіз (<https://trends.google.ru/trends/?geo=RU>).



- *№2 тапсырма*

- Сізде кез келген дәмхана немесе мейрамханалардан тағамдарды жеткізу қызметі бар. Сіз тек жеткізумен айналысасыз. Сіз нарықта жаңа кәсіпкерсіз. Сіз жарнамалық Науқанды іске қосуды жоспарлап отырсыз. Бастапқы кезеңде сіздің негізгі мақсатты аудиторияны анықтаңыз.



- *MVP (немесе ең аз өміршең өнім) — өнімнің ең ерте нұсқасы.*
- *MVP стратегиясы әзірлеу құнын азайтады, сондай-ақ нарыққа қажетсіз өнімді жеткізу нәтижесінде қаржылық құлдырау тәуекелдерін төмендетеді.*
- *MVP құру мақсаты - пайдаланушының мақсатты тобына өнімді ұсыну үшін қандай функцияларды анықтау.*



Product

MVP



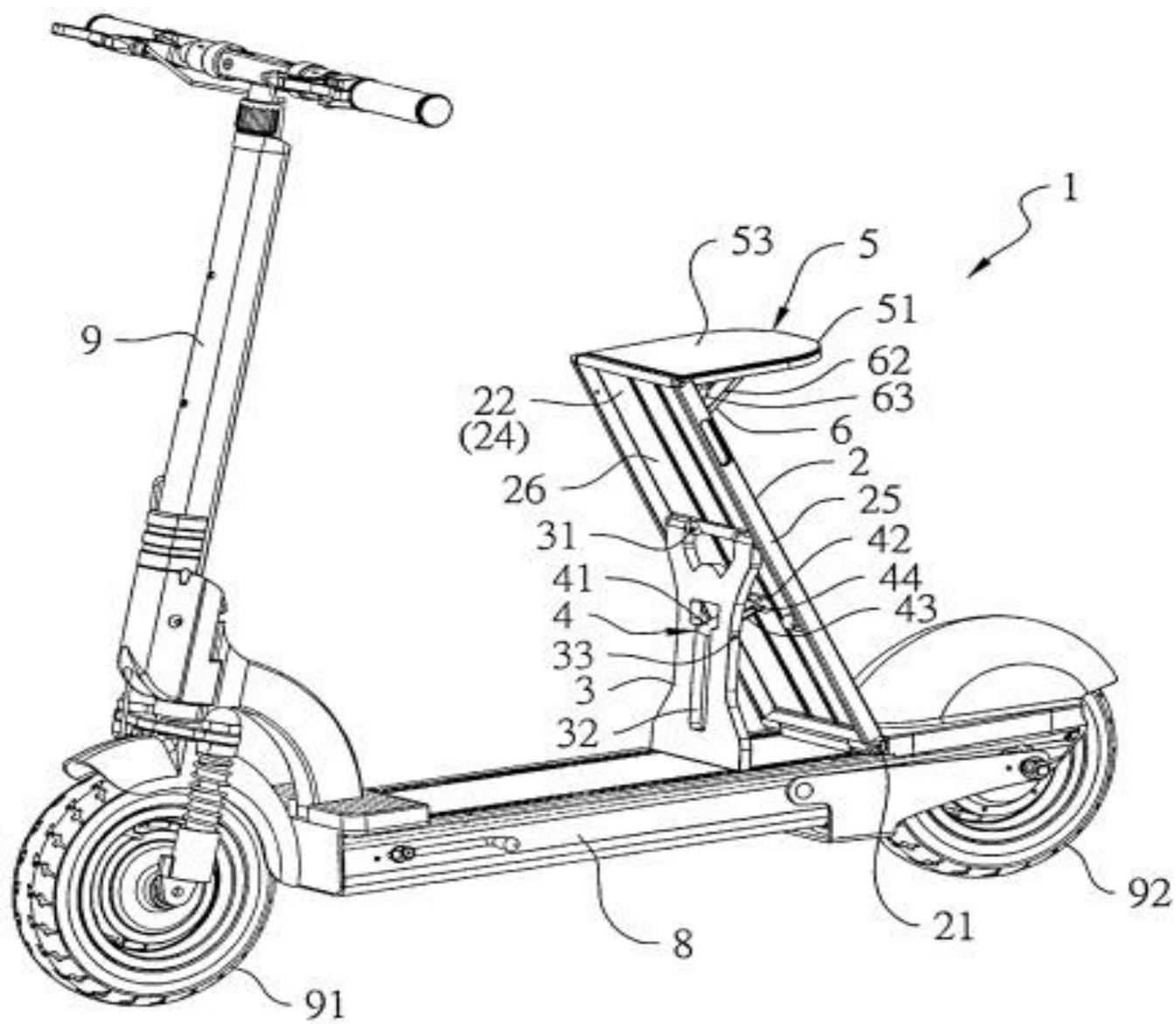
● *MVP ең көп таралған түрлері:*

● 1. Жоспар-схемалар

● 2. Макеттер

● 3. Жылдам прототиптер

● 4. Жеңіл (light) өнім нұсқасы



№4 тапсырма

MVP қандай түрі сіздің стартапыңыз үшін ең қолайлы және оны жасау үшін қанша уақыт пен ақша қажет екенін анықтаңыз. стартап үшін ең аз өміршең өнім жобасын жасаңыз (сурет немесе егжей-тегжейлі сипаттама түрінде болады).

● СҰХБАТ ДЕГЕНІМІЗ НЕ?

● Сұхбат сұрау нысаны ретінде сұралушымен жеке қарым-қатынас жасайды, онда зерттеуші (интервьюер) сұрақ қояды және жауаптарды сұхбат бланкісінде белгілейді.



СҰХБАТТЫ ӨТКІЗУДІҢ ТИІМДІ ӘДІСТЕРІ.

- 1) "Экспресс сұхбат" әдісі»
- 2) "терең сұхбат" әдісі»

- *Экспресс сұхбат "мұнда және қазір" режимінде бірдеңе сынау қажет болған кезде пайдалы.*
- *Дайындау: 5-10 негізгі сұрақтарды құрыңыз*
- *Өткізу: Барлық кезеңде әңгімелесушіні "Иә", "әрине", "бірге болсын" және т.б. сияқты сөйлеу айналымдарымен қолдай отырып, бейтарап позицияда қалу өте маңызды. Егер адам сөйлегісі келсе, оған бұл мүмкіндік Пайдаланушы сізді берілген тақырыпқа қарай алып келмеуін қадағалаңыз.*

- *"Терең сұхбат" әдісі пайдаланушылардың тарихын алуға көмектеседі. Бұл ең көп еңбекті қажет ететін және жауапты кезеңдердің бірі, өйткені терең интервью кезінде сіз өзі түсініп, түсіне алмайтын адамның "біліміне" шығуға тырысасыз.*
- **Мақсаттар:**
- *Сіз сұхбатты не үшін аласыз?*
- *Сіз не білгіңіз келеді?*
- *Ақпарат қайда барады?*
- *Бұл маңызды білуге болады?*
- *Назар аудару керек пе?*
- ***Терең сұхбат 1-ден 2,5 сағатқа дейін созылуы мүмкін.***
- **Дайындау**
- *Сұрақтардың тізімі 20-дан 50-ге дейін сұрақтан тұрады.*
- *Сұхбат диктофонға жазу маңызды*

● *5 тапсырма*

- *1. Сұхбат кезінде адамға жүгінуіңіздің аңызын ойлап.*
- *Мысалы: "Сәлеметсіз бе! Менің үстінде оқу жобасымен. Сіз бірнеше сұраққа жауап бере алмайсыз. Бұл бірнеше минут кетеді".*
- *2. Сіздің жоба бойынша экспресс сұхбат үшін 5 сұрақ ойлап.*
- *3. Сіздің жобаңыз бойынша жедел сұхбат қандай жерлерде және қандай адамдармен өткізе алатындығын сипаттаңыз.*

- **Тақырып бойынша бақылау сұрақтары:**
- мақсатты аудитория " ұғымының мәні»;
- мақсатты аудиторияның түрлері;
- мақсатты аудиторияны анықтау тетіктері;
- стартап үшін MVP мәні;
- MVP түрлері;
- УТП білу;
- сұхбат дегеніміз не және ол не үшін пайдаланылады;
- жедел сұхбатты дайындау, өткізу және талдау әдісі, кезеңдері;
- терең сұхбатты дайындау, жүргізу және талдау әдісі, кезеңдері;