

Uğurlu startap ideyasının axtarışı və təsdiqi

Fərid Kazimov

Fərid Kazimov

- **Azərbaycanın İnnovasiyaların İxracı Konsorsiumunun icraçı direktoru**
- **Rəqəmsal İnkişaf və Nəqliyyat Nazirliyinin İctimai Şurasının üzvü**
- **Kiçik və Orta Biznes Agentliyinin Startap Şurasının üzvü**
- **Layihələrin İdarə Edilməsi Assosiasiyasının vitse-prezidenti**
- **Azərbaycan Sahibkarlar Konfederasiyasının Rəqəmsal Texnologiyalar üzrə komissiyasının katibi**
- **2018-ci ildən məhsul menecmenti üzrə təlimçi və konsultant**

Təlimin məzmunu

01	Tələbatlar
02	JTBD
03	JTBD-müsahibə
04	KEYS
05	Minimal dəyərli məhsul (MVP)
08	Digər son dərəcə vacib suallar: Məhsulun dəyəri + Bazar segmenti

Sizin Startapın gələcəyi yoxdur

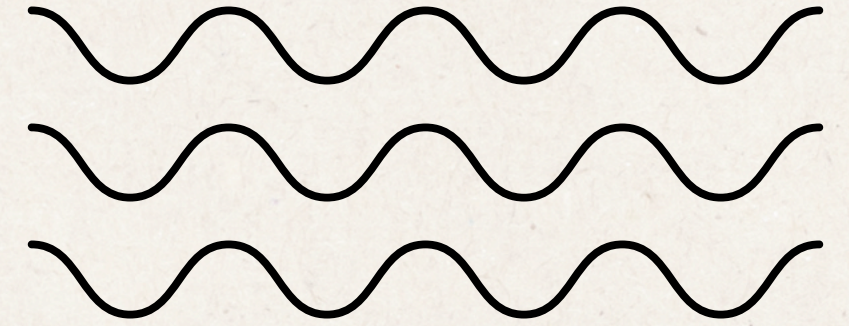
- 90% əminliklə demək olar ki, **SİZİN STARTAP BAĞLANACAQ**
- 95% əminliklə demə olar ki, hətta startapınız fəaliyyət göstərsə də, gəlirlilik aşağı olacaqdır və böyük uğur ehtimalı minimum olacaqdır.



Tələbatlar

İnsanlar əksər hallarda tələbatları dərk etmir. İnsan tələbatları aşağıdakılar kimi göstərilə bilər:

- Baza fizioloji tələbatlar: su, yemək, yaşayış, dincəlmək;
- Təhləsizliklə bağlı tələbatlar: fiziki təhlükəsizlik, maliyyə təhlükəsizliyi, potensial zərərdən qorunma və s.
- Sosial tələbatlar: ünsiyyət, emosional ünsiyyət, cinslərarası ünsiyyət, cəmiyyətin bir hissəsi olmaq tələbatı və s.
- Hörmət hiss etmək tələbatı: status, hörmət, cəmiyyətdə müəyyən yer tutmaq tələbatı və s.
- Özünü reallaşdırmaq tələbatı;
- Kompetentlik: müəyyən vərdislərin əldə edilməsi və inkişafı tələbatı.



JTBD

Jobs to Be Done

(İş Yerinə Yetirilməlidir)

Jobs to Be Done

**(İş Yerinə Yetirilməlidir) freymvorkuna
əsasən hər bir müştərinin müəyyən “iş”
(job) var və bütün məhsullar bu işləri
yerinə yetirmək üçün “işə” götürülür**

Müştəriyə məhsullar lazım deyil

**Müştəri sadəcə olaraq öz məqsədlərinə
çatmaq istəyir**



İşlər əsasdır!

Startapın məhsulu, məhsulun xassələri
(features), biznes-modellər,
müşətilərin cəlbətmə kanalları
2-Cİ DƏRƏCƏLİDİR!



Hər bir müştərinin “işi” var



Müştərinin “işləri”

01

- Həftədə 2-3 dəfə idmanla məşğul olmaq;
- Evdən Universitetə getmək;
- Kommunal ödənişləri etmək;
- Paltar və aksesuarlar almaq;
- Avtomobili yanacaqqla təmin etmək;
- Universitetə daxil olmaq üçün hazırlaşmaq;
- Uğurla işə düzəlmək;
- İngilis dilini öyrənmək və s.

KEYS: PhotoHome (the UK)

PhotoHome Böyük Britaniyanın aparıcı ev alqı-satqı saytlarında ev elanları üçün çekilən fotosessiyalara “uber mexanikasi” ilə qeyri-peşəkar fotoqrafları cəlb etmək istəyirdi. İlk investisiya kimi 400 min GBP cəlb etmək niyyətində idi.

Nə üçün uğursuz oldu: MVP qurmadan maliyyə yatırımı edildi .



KEYS: Mexanik .az (Azərbaycan)

Startap komandası müştərinin bir işini yaratmaq üçün Mexanik.az-ı qurmaq istəsə də proses zamanı bu “işlərin” sayını 8-ə çatdırdı və platformanı sona çatdıra bilmədi.



**Müştəri bu işi görmək üçün
hər hansı bir məhsulu “işə”
götürür**



KEYS: Quibi (USA)

Peşəkar 7-dəqiqəlik qısa videolar platforması olaraq Quibi özünü “qısametrajlı” Netflix kimi bazara təqdim etmişdi. İnvestisiya həcmi 1,7 ABŞ dolları

Nə üçün uğursuz oldu?



**Startup müştərinin işini
görmək üçün öz həllini
təqdim edir**

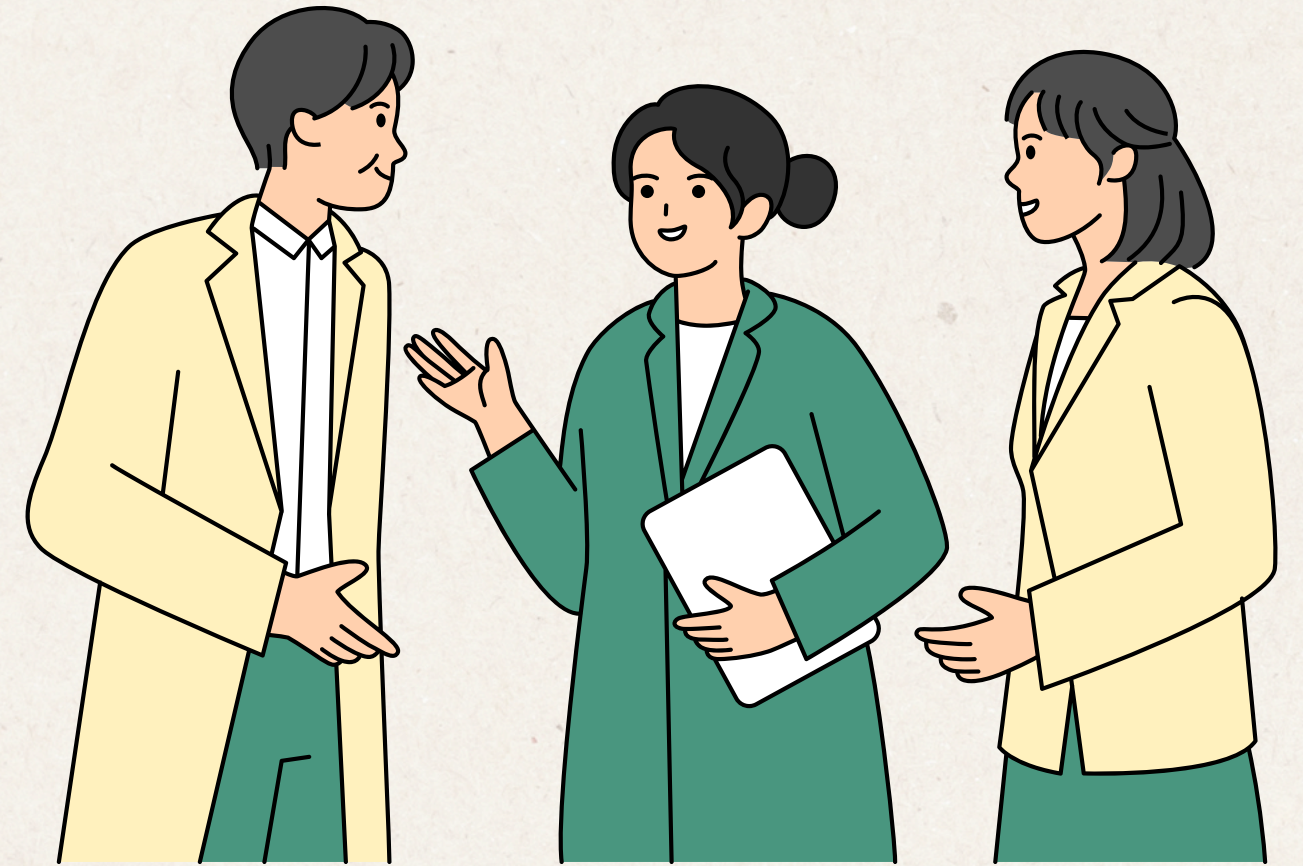


Müştərinin aşağıdakı “işlərinini” yerinə yetirmək üçün hansı məhsullar yarada bilərik?

03

- **Həftədə 2-3 dəfə idmanla məşğul olmaq;**
- **Evdən Universitetə getmək;**
- **Kommunal ödənişləri etmək;**
- **Paltar və aksesuarlar almaq;**
- **Avtomobili yanacaq ilə təmin etmək;**
- **Universitetə daxil olmaq üçün hazırlaşmaq;**
- **İngilis dilini öyrənmək və s.**

**Müştəri bazarda olan həllər
arasında seçim edərək öz
işini daha effektiv, daha
qənaətcil və əlavə
üstünlüklər verən
MƏHSULU seçir**



**Müştərinin öz “işini” yerinə yetirmək üçün
bazarda mövcud təkliflərdən nə üçün MƏHZ
SİZİN MƏHSULU seçməlidir?**

**SİZİN MƏHSULUN seçilməsini istəyirsinizsə,
bunun üçün nə etmək zəruridir?**

**Müştərinin öz “işini” yerinə yetirmək üçün
bazarda mövcud təkliflərdən nə üçün MƏHZ
SİZİN MƏHSULU seçməlidir?**

**SİZİN MƏHSULUN seçilməsini istəyirsinizsə,
bunun üçün nə etmək zəruridir?**

Big and small jobs

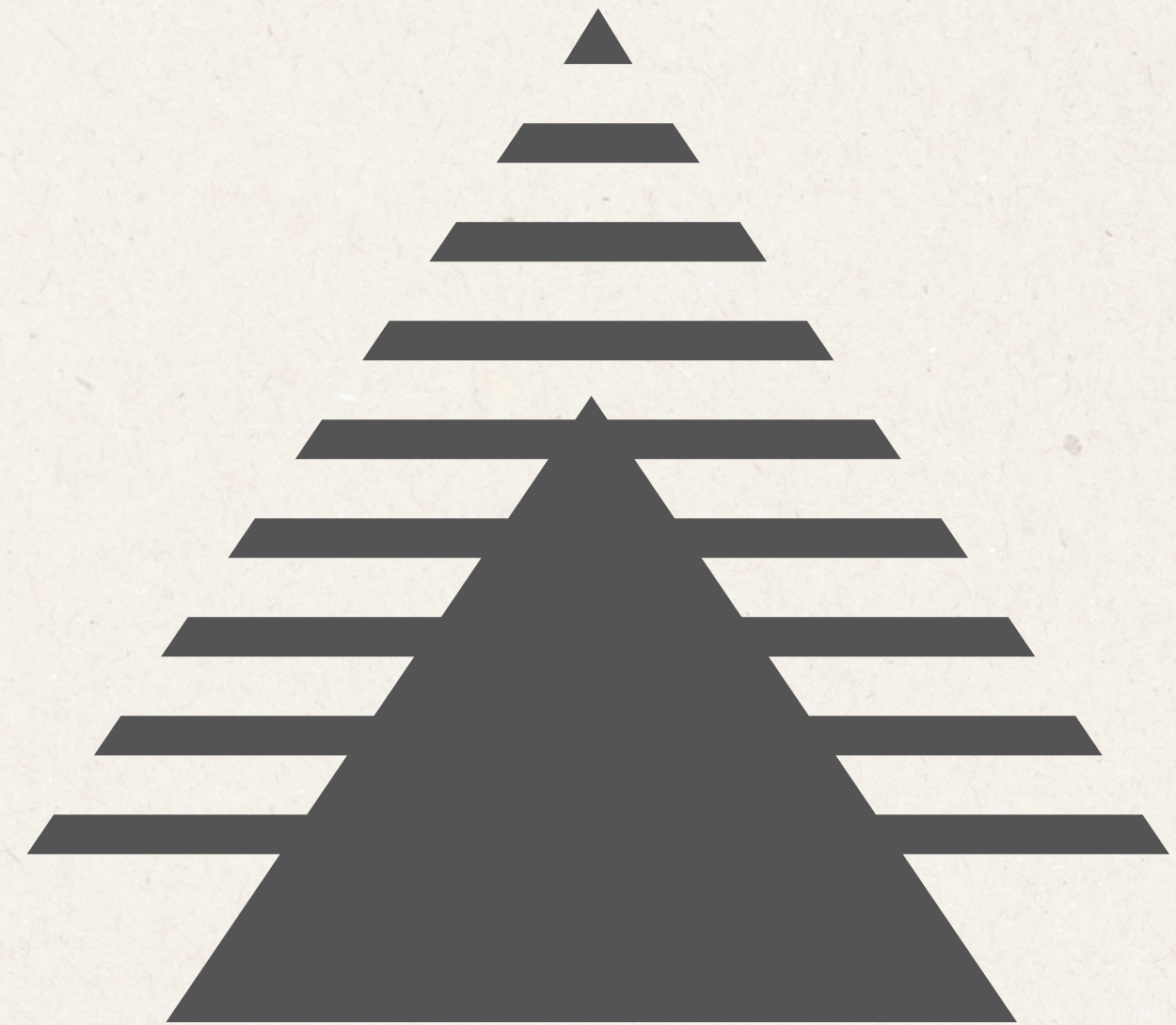
Məmməd İstanbula səyahət etmək niyyətindədir. Bu niyyət “big job” (İstanbula səyahət) kimi müəyyən oluna bilər. Bu “big job”-u yerinə yetirmək üçün Məmməd bir neçə “small job” yerinə yetirməlidir.



small job = main job

**Startaplar adətən hər hansı
bir small job-a uyğun həll
hazırlayıb bazara çıxır
(termin kimi bu small job-u
“main job” adı ilə müəyyən
edə bilərik)**

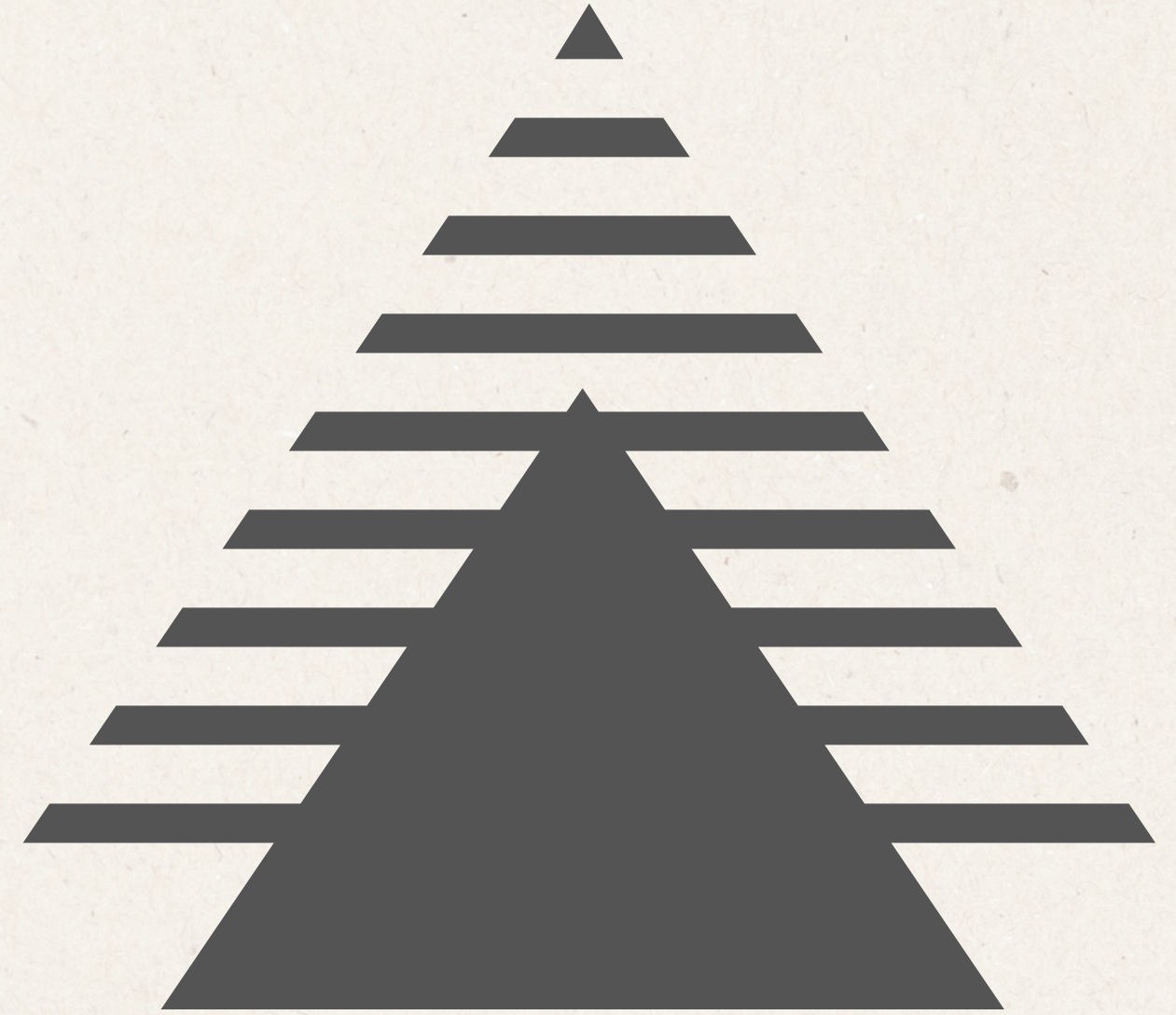
**Nümunə: GetTransfer -
aerportlarda transfer “job”-unu
həll etmək üçün MƏHSULU təklif
edir**



Big Job

**Big Job-u yerinə yetirməyə
iddialı olan startapların uğur
şansı dəfələrlə böyük olur.**

**Big job-u yerinə yetirən
startaplar bütün rəqiblərə
qalib gəlir, çünki onlar
müşlərinin bir neçə işini
birdən yerinə yetirir**



KEYS: Tələbələrin iş axtarışı

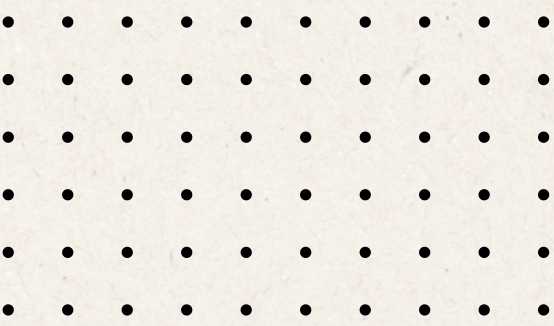
ATU MBA proqramının bir neçə tələbəsi REKRUT stratap komandasında birləşərək “insan rerursları” seqmentində məhsul yaratmaq niyyətindədirlər.

REKRUT komandası hansı məhsulu yarada bilər?

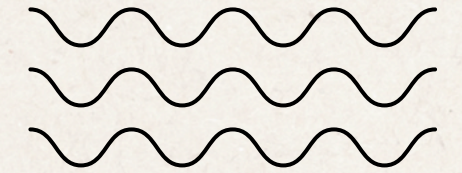


JTBD-müsahibə

JTBD-müsahibə Startap komandasına potensial müştərilərin “işini” müəyyən etməyə kömək edən praktik alətdir

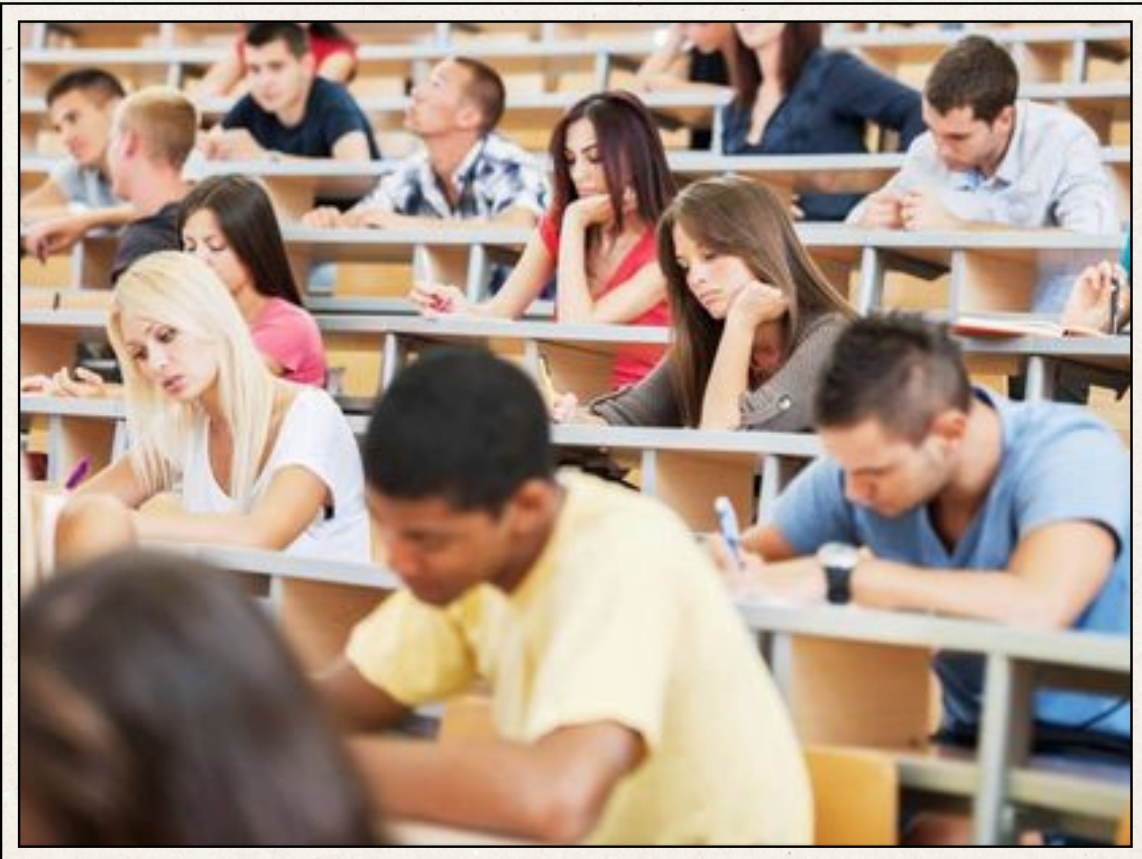


Nəyə nail olmaq istəyirdin (müşəterinin “işini”)
Necə özünə iş axtarırdın? (müvcud həllər/current solutions)
İş tapmaqda nə mane olurdu? (maneələr/pains, struggles)
İş axtaranda hansı faktorlar səndə prioritet idi? (maaşın məbləği, ixtisasa aiddiyatı, uyğun iş saatları və s.)
İndi işləyirsənsə, səni bu işin qane edirmi?
İş tapmaq üçün HƏLLİN hansı xüsusiyyətləri olmalıdır?
Nə qədər bu sənə vacibdir? (prioritetlik)



Müştərinin “İşinin” hazırlanma nümunəsi

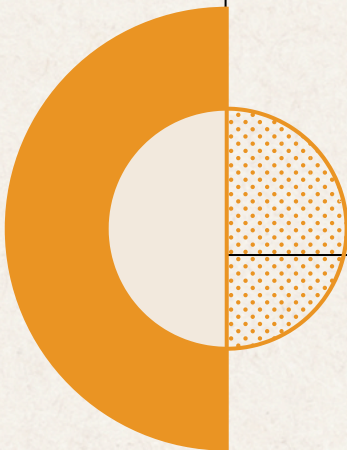
- Mən tələbə olaraq belə müvəffəqiyyətlə təhsil alıb gələcək karyerama töhvə vermək yanaşı təhsil dövründən başlayaraq öz ixtisasım üzrə ilkin praktik vərdişlər qazanmaq niyyətindəyəm.
- Bunun üçün ixtisasıma aid birbaşa yaxud dolayısı aidiyyatı olan işə düzəlmək niyyətindəyəm.
- Bunun müqabiləndə öz gündəlik tələbatımı ödəmək üçün gəlir qazanmaq da yaxşı olardı.



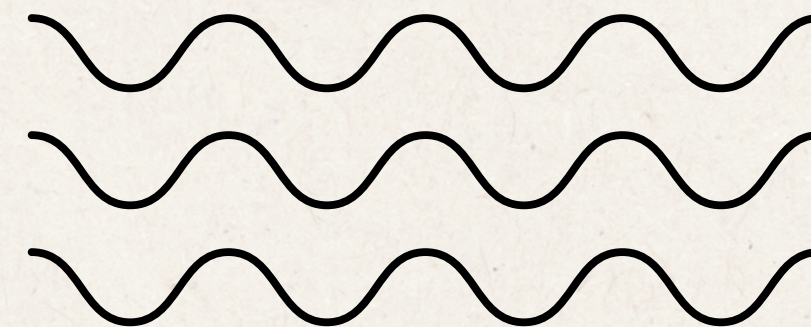
“İşin” müştəri üçün vacibliyi: 6/10

MVP məhsula olan tələbatı öyrənmək üçün vacibdir

40-70 JTBD-mü sahibəsi vasitəsilə müəyyən olunmuş işin yerinə yetirilməsi üçün yaradılan MƏHSUL İDEYASINI yoxlamaq üçün Minimal dəyərli məhsulun (MVP) 1-2 həftə ərzində yaradılması və istifadəsi tövsiyə olunur. Əldə edilən statistika bu MƏHSULUN yaradılması yaxud digər məhsul ideyasına keçidinə qərar verməyə kömək edə bilər



1	“İşi” yerinə yetirmək üçün vacib bir xassəni əsas götürürük
2	Bu xassəni yoxlamaq üçün müxtəlif platformalardan istifadə edərək MVP yaradırıq (Wix, Tilda, Bubble, Glide və s.)
3	Mütləq olaraq monetizasiya haqqında fikirləşirik və bunu test edirik
4	Metrikaları təhlil edirik və təhlil nəticəsində “normal” məhsul yaratmaq haqqında qərar qəbul edirik



**Məhsulun dəyəri
(xeyri)**

Bazar seqmenti



Təşəkkürlər!

FARID KAZIMOV

Telefon +994 50 315 15 68 (+ whatsapp)

Linkedin <https://www.linkedin.com/in/faridkazimov>
