

Uğurlu startup ideyasının axtarışı və təsdiqi

Fərid Kazimov

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!

Müştərinin “işləri”

- **Həftədə 2-3 dəfə idmanla məşğul olmaq;**
- **Dostlarla və yaxınlarla asudə vaxt keçirmək;**
- **Kommunal ödənişləri etmək;**
- **Xarici universitet diplomunu almaq;**
- **Avtomobili təmiz saxlamaq;**
- **Universitetə daxil olmaq üçün hazırlaşmaq;**
- **Uğurla işə düzəlmək;**
- **İngilis dilini öyrənmək və s.**



Keys: Study Abroad

**Xaricdə təhsil almaq istəyənlərə dəstək
göstərən platforma**

**Təqdimatda tələbələrə ölkə və şəhər seçimi zamanı ekoloji
faktora diqqət yetirmək üçün feature göstərilmişdi.**

**Sizin fikrinizcə, xaricdə təhsil almaq üçün “işlər” siyahısında
“ekologiya” faktoru nə qədər müştəri üçün mühümdür?**



Keys: Study Abroad

Xaricdə təhsil almaq istəyənlərin hansı işləri var?

- **X**
- **X**
- **X**
- **X**

**Startapın məhsulunu
müşəri üçün real
necə dəyəərli edək**

Məhsulu müştəri üçün daha dəyərli etmək üçün vacibir?

**Müştərinin gözləntilərinə cavab verməliyik -
gözləntiyə cavb verməsək məhsulun dəyəri
müştəri üçün aşağı olacaqdır**

**Universitetinizin “məhsulunun”
(təhsil proqramınızın) verdiyi dəyər
gözləntinizə uyğundurmu?**

**Bu məhsulunuzun sizə verdiyi dəyəri
sizi qane edirmi? Bu “məhsulu”
digərlərinə tövsiyə edərdinizmi?**

**Dünən müştəridən “möhtəşəm” kimi
qiymətləndirmə eşitsək də sabah
məhsulun ona verdiyi dəyəri
“standart” kimi qəbul edəcəkdir**

**Müştəri segmentindən
asılı olaraq eyni
məhsuldan gözləntilər
müxtəlif ola bilər**



Müştərinin məhsuldan gözləntilərini müəyyən etmək üçün suallar

- Gözlənilən nəticəni alan zaman sizin üçün ən mühümü nədir?**
- Gözlənilən nəticənin alınmasının uğurunu hansı meyarla ölçürsünüz?**
- Gözlənilən nəticəni necə almaq istəyərdiniz?**

Müştəri üçün dəyəri necə yaradaq?

**Məhsulu müştəri üçün dəyərli etmək
üçün yetərinə alqoritmlər
mövcuddur**

Ən məlumatları:

- Ucuz edək məhsulu alsınlar**
- Məhsul müştəri problemini həll
etsə müştəri onu alacaq**

Müştəri üçün yerinə yetirilməyən işi yerinə yetirmək

**iş: Tələbə universiteti bitirəndən sonra əmək
bazarında rəqabətqabiliyyətli işçi deyil**

**Həll: Tələbəni post-universitet mərhələsinə
hazırlamaq;**

Müştərinin mövcud problemini həll etmək

İş: Xarici universitetlərə qəbul olmaq istəyən tələbələrin əksər hissəsi yalnız aşağı reytinqli və prestijli olmayan universitetlərə daxil ola bilir

Həll: Tələbələri daha prestijli universitetlərə qəbuluna kömək edən platforma

Müştərinin özü gördüyü “iş” görmək üçün məhsul yaratmaq

**iş: Valideynlər öz övladlarını məktəbə özləri
aparıb gətirir**

**Həll: Məktəbli taksi xidməti, Məktəbli avtobusu
xidməti**

Müştərinin “işini” öldürmək

**iş: Kommunal xərcləri ödəmək üçün Million tipli
ödəniş qurğularından istifadə etmək lazımdır**

**Həll: Bankların mobil tətbiqlərində kommunal
xərcləri ödəmək üçün funksional vardır**

Bir həll vasitəsilə daha çox “iş” görmək

**İş: Taksi sifariş vermək üçün bir həll lazımdır,
yemək çatdırılması üçün isə başqa həll**

**Həll: BOLT hər iki “iş” yerinə yetirə bilən həll
təklif edir.**

Eyni məhsulla daha bir segmentə girmək

iş: Servis səviyyəsinə tələbkar olan şəxslər öz avtomobillərindən A-dan B-yə çatmaq üçün istifadə edir

Həll: BOLT, UBER, YANGO müxtəlif segmentlərə, o cümlədən “komfort” və “biznes” segmentlərinə xidmət təklif edir

Bir “işin” həllinin xərclərinin müştəri üçün azaldırılması

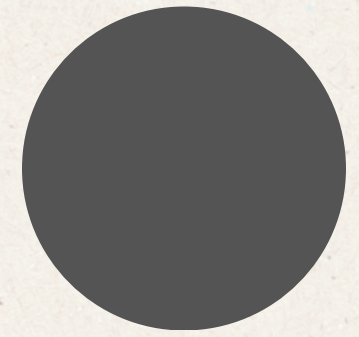
İş: Bir avtomobili yumaq üçün orta hesabla 10-15 manat ödəmək lazımdır

Həll: Kontaktsiz “50 qəpik” adı altında tanınan biznes-model vasitəsilə bu “işin” xərci 1 manatdan başlayır (50 qəpik - sabun suyu, 50 qəpik - su)

Bir “işin” həllinin faydalarının müştəri üçün artırılması

**iş: Bankların ilk mobil tətbiqləri yalnız bank
kartlarını idarə etmək üçün nəzərdə tutulmuşdu**

**Həll: Hazırda bankların mobil tətbiqləri onlayn
ödəniş “nöqtəsinə” çevrilmişdir**



Lean Canvas şablonu

PROBLEM Top 3 problems 1	SOLUTION Top 3 features 4	UNIQUE VALUE PROPOSITION Single, clear, compelling message that states why you are different and worth buying 3	UNFAIR ADVANTAGE Can't be easily copied or bought 5	CUSTOMER SEGMENTS Target customers 2
	KEY METRICS Key activities you measure 8		CHANNELS Path to customers 9	
COST STRUCTURE Customer Acquisition Costs Distributing Costs Hosting People, etc. 7		REVENUE STREAMS Revenue Model Lifetime Value Revenue Gross Margin 6		

Problem (Problem) - müştərinin “problemini” yaxud “işini” göstərmək olar

Müştərilərin segmentləri (Customer Segments) - məhsulun hansı segmentlərə hədəflənidiyi göstərilir

Unikal Dəyər Təklifi (Unical Value Proposition) - məhsulun verdiyi dəyərin izahı

Həll (Solution) - hansı məhsul təklif olunur

Kanallar (Channels) - məhsulun dəyərinin hansı kanallarla müştəriyə çatdırılması

Gəlir mənbəyi (Revenue Streams) - gəlir necə, nə qədər və s. izahı

Xərclər strukturu (Cost Structure) - məhsulun verdiyi dəyərin izahı

Əsas metrikalar (Key metrics) - hansı metrikalar uğuru təsdiqləyək

Ədalətsiz üstünlük (Unfair advantage) - hansı üstünlük vasitəsilə rəqiblərdən önzə olacqsınız

Təşəkkürlər!

FARID KAZIMOV

Telefon +994 50 315 15 68 (+ whatsapp)

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