

تخم طلا!

داستان اعتبار سنجی و توسعه مشتری

دکتر محمد نوری زاده

<http://www.free-powerpoint-templates-idea.com>



محمد نوری زاده

✓ استاد دانشگاه فنی و حرفه‌ای

✓ مشاور اسکای روم

✓ OKR Coach هدف سنج

✓ ۱۴ کتاب از جمله «استارت‌آپ صد دلاری»، «قوانین خلاقیت»

✓ دو دوره برگزیده «کتاب سال»

✓ پژوهش‌گر برتر سال ۱۳۸۹ – استاد نمونه سال ۱۳۹۰

✓ کارشناس سابق «واحد مدیریت قراردادهای بانک جهانی در ایران»

✓ نماینده جهانی استارت‌آپ ویکند در ایران

✓ همکاری با باراناگیمز، رشدانا، فرآموز، امین‌دیتا



سرفصل مطالب



01

اساس رویکرد ناب و چابک

- استارت‌آپ و مدل کسب و کار
- درست‌سنجی و اعتبارسنجی

02

چی بیرسیم؟ چی نپرسیم؟

- اعتبارسنجی چی هست؟ چی نیست؟
- ۵ سوال اساسی از مشتریان
- در چه مراحل اعتبارسنجی کنیم؟

03

توسعه محصول یا توسعه مشتری

- مراحل توسعه مشتری
- مراحل توسعه محصول

04

انواع جور کردن ...

- جور کردن مسئله – راه حل
- جور کردن محصول – بازار
- ...



یکی بود یکی نبود ...
داستان مرغ تخم طلا



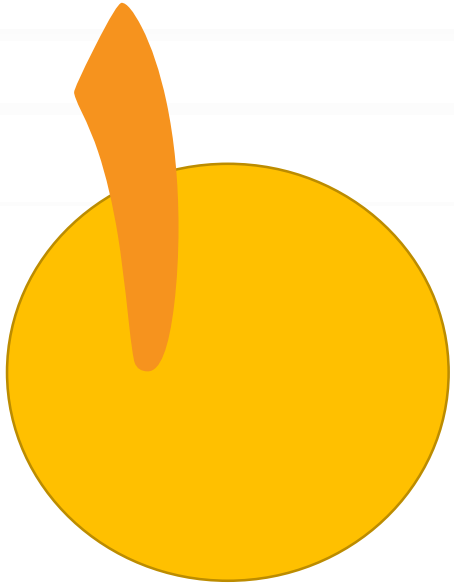
فصل ۱

اساس رویکرد ناب و چابک

ای کاش پرسیده بودی...

فعلالت

چه چیزی محصول مارو موفق می‌کنه؟



عامل موفقیت؟

عوامل موفقیت محصول

عوامل درونی (خود)

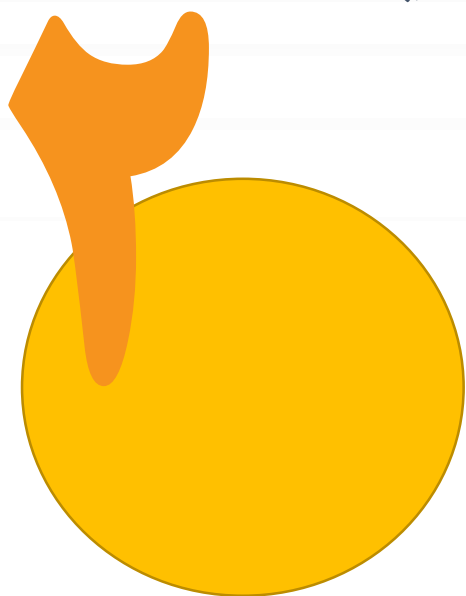
عوامل بیرونی (بازار)



فعالیت

چه قدر خویم ما...

تابه حال شاید محصول بدون مشتری بودید؟



از کجا می‌دونی!!



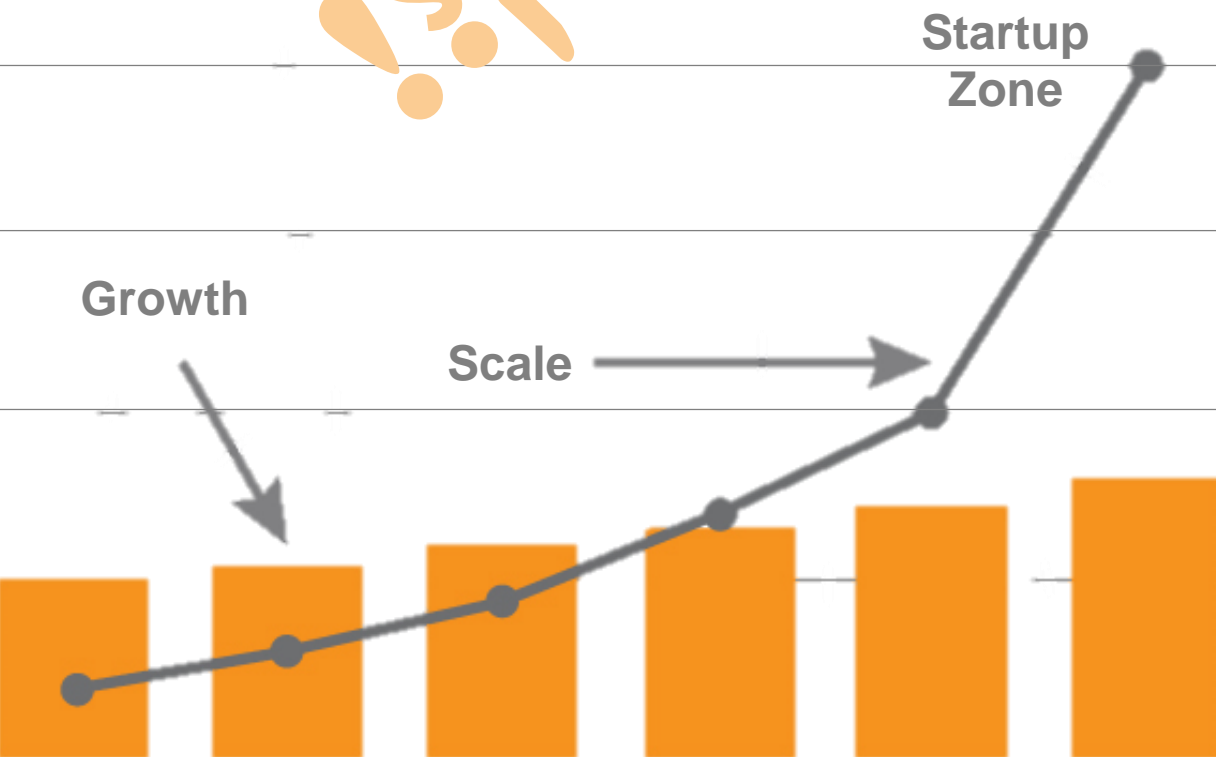
استارت‌آپ (Startup) و اعتبار سنجی

• سازمان موقتی که به دنبال مدل کسب و کار
تکرارپذیر و سنجش پذیر (مقیاس پذیر) است
(استیو بلنک، ۲۰۱۰).

• موقتی – Temporary

• تکرارپذیر – Repeatable (مثال: سیستم پایش
زنبور عسل)

• سنجش پذیر (مقیاس پذیر) (خودم: جهش پذیر) –
Scalable



اجتماعی؟

بوم مدل کسب و کار

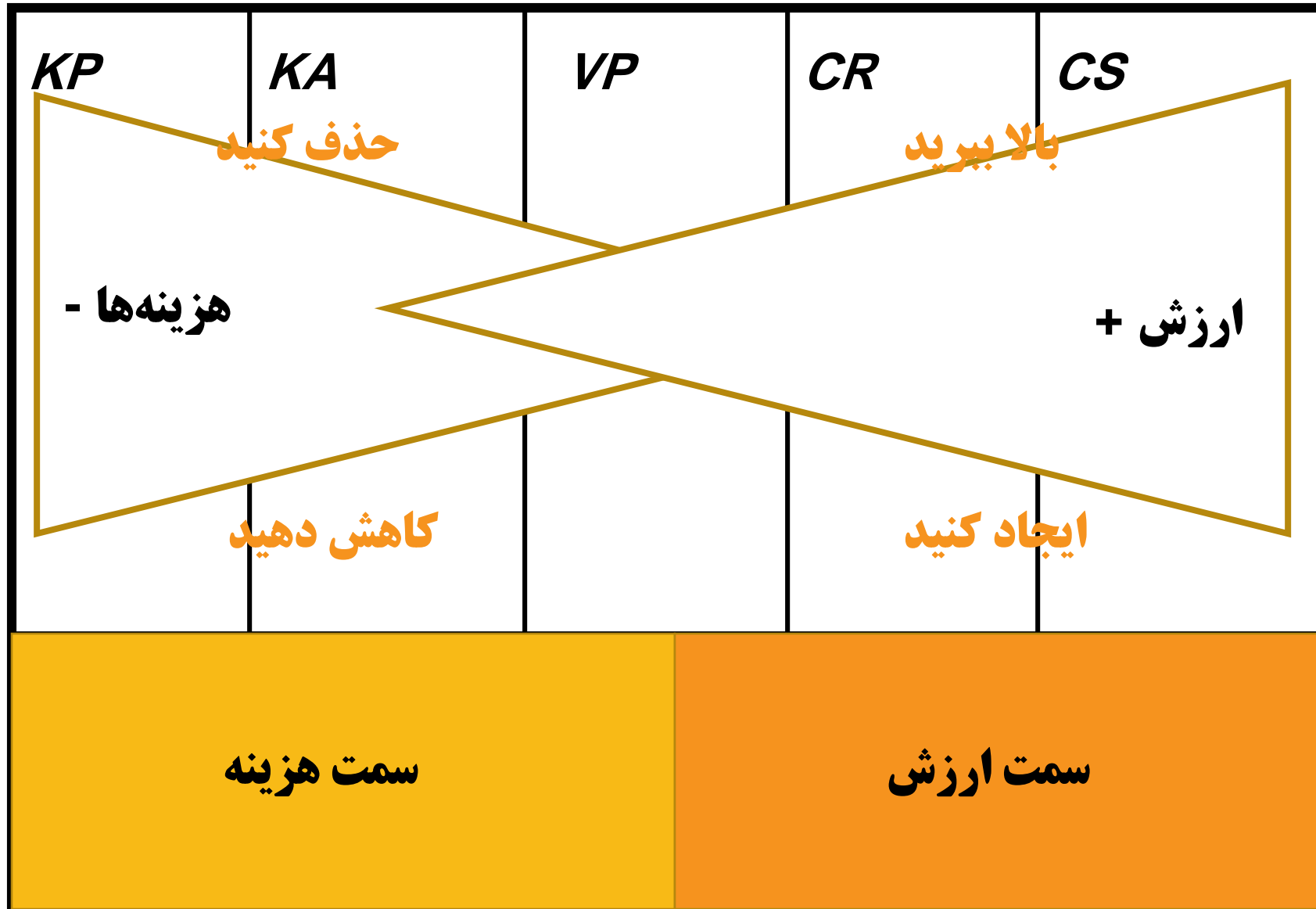
نام پروژه

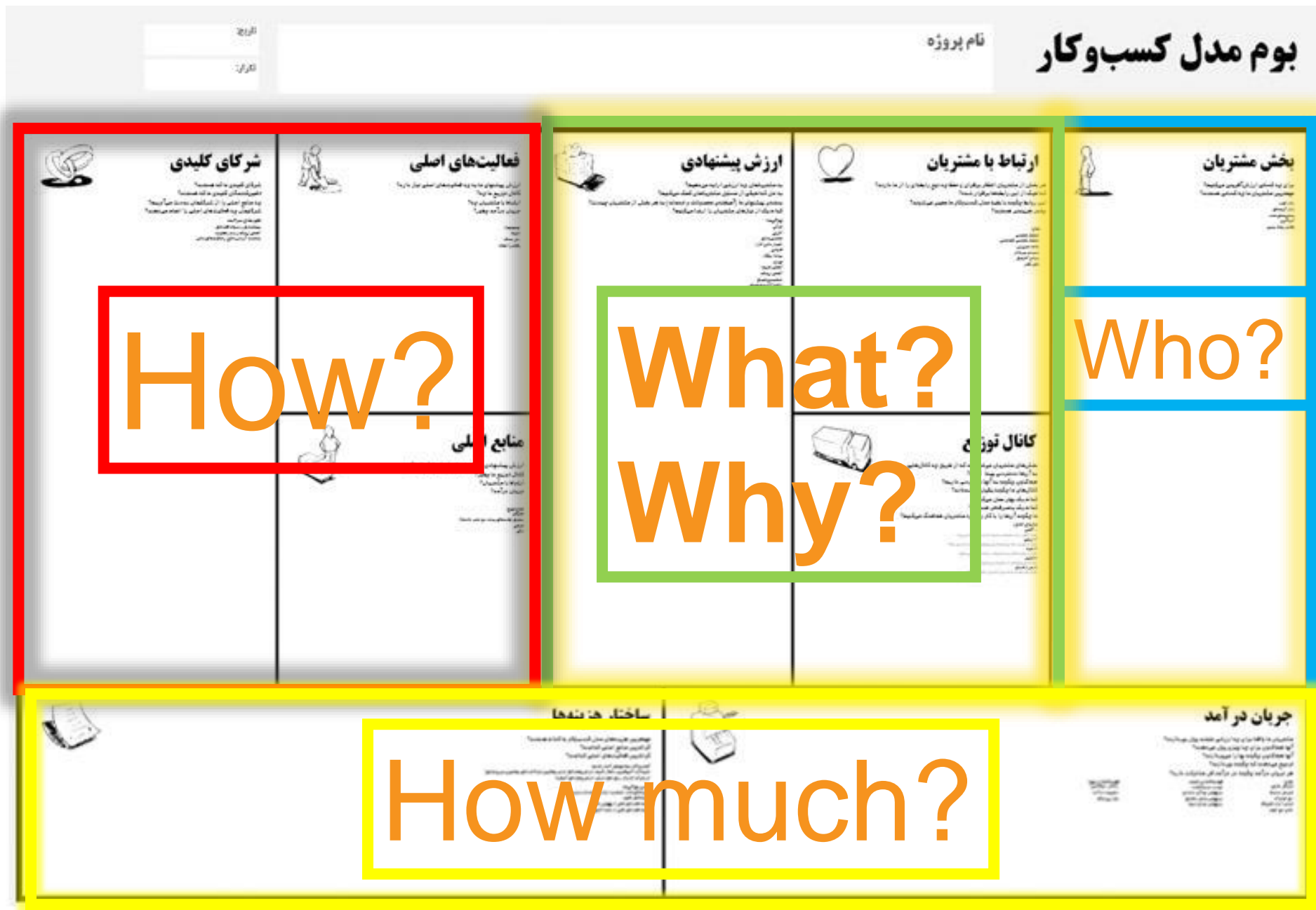
تاریخ:

تاریخ:

<p>بخش مشتریان</p> <p>برای چه کسانی ارزش می‌سازیم؟</p> <p>مشتریان هدف ما چه کسانی هستند؟</p> <p>چرا آنها را می‌خواهیم؟</p> <p>چرا آنها را نمی‌خواهیم؟</p>	<p>ارتباط با مشتریان</p> <p>چگونه با مشتریان ارتباط برقرار می‌کنیم؟</p> <p>از چه کانال‌هایی استفاده می‌کنیم؟</p> <p>چگونه با آنها ارتباط برقرار می‌کنیم؟</p> <p>چرا آنها را می‌خواهیم؟</p> <p>چرا آنها را نمی‌خواهیم؟</p>	<p>ارزش پیشنهادی</p> <p>ما به مشتریان چه ارزشی می‌دهیم؟</p> <p>چرا آنها را می‌خواهیم؟</p> <p>چرا آنها را نمی‌خواهیم؟</p>	<p>فعالیت‌های اصلی</p> <p>ما چه فعالیت‌هایی انجام می‌دهیم؟</p> <p>چرا آنها را می‌خواهیم؟</p> <p>چرا آنها را نمی‌خواهیم؟</p>	<p>شرکای کلیدی</p> <p>ما با چه کسانی همکاری می‌کنیم؟</p> <p>چرا آنها را می‌خواهیم؟</p> <p>چرا آنها را نمی‌خواهیم؟</p>
<p>جریان در آمد</p> <p>ما چگونه درآمد می‌آوریم؟</p> <p>چرا آنها را می‌خواهیم؟</p> <p>چرا آنها را نمی‌خواهیم؟</p>	<p>کانال توزیع</p> <p>ما چگونه محصولات خود را توزیع می‌کنیم؟</p> <p>چرا آنها را می‌خواهیم؟</p> <p>چرا آنها را نمی‌خواهیم؟</p>	<p>منابع اصلی</p> <p>ما از چه منابعی استفاده می‌کنیم؟</p> <p>چرا آنها را می‌خواهیم؟</p> <p>چرا آنها را نمی‌خواهیم؟</p>	<p>ساختار هزینه‌ها</p> <p>ما چه هزینه‌هایی داریم؟</p> <p>چرا آنها را می‌خواهیم؟</p> <p>چرا آنها را نمی‌خواهیم؟</p>	

به روز رسانی ارزش (نوآوری ارزش)





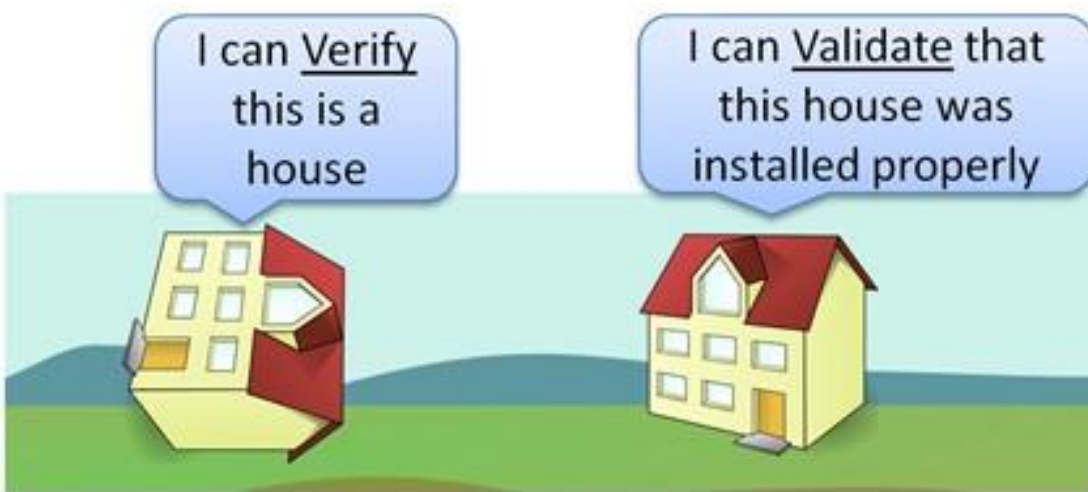
درست سنجی و اعتبار سنجی (V&V)

درست سنجی (Verification)

- آیا محصول را درست می سازیم؟
- مطابق مشخصات (Specifications=Specs)
- = کار آیی (Efficiency)

اعتبار سنجی (Validation)

- آیا محصول درستی (مناسبی) می سازیم؟
- مطابق نیاز کاربر واقعی (Real User)
- = اثربخشی (Effectivity)



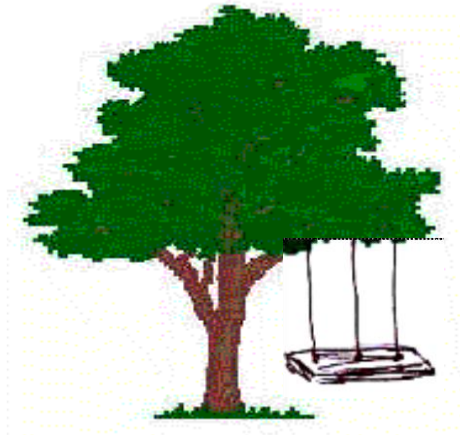
$$(V \& V = \text{Productivity} = \text{Efficiency} + \text{Effectivity})$$

Verification and Validation

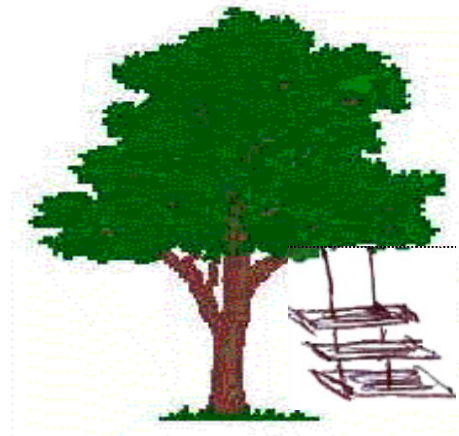
درست سنجی و اعتبار سنجی



بنابر الزامات



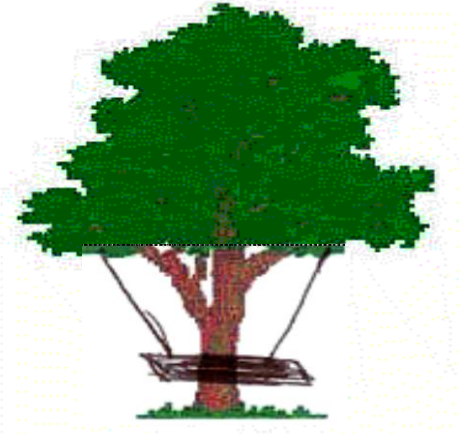
بنابر مشخصات سیستم



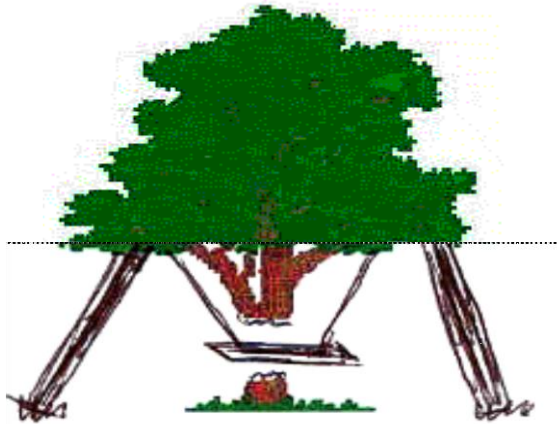
بنابر طراحی مهندسی

اگر هر دو رو باهم نداشته باشید...

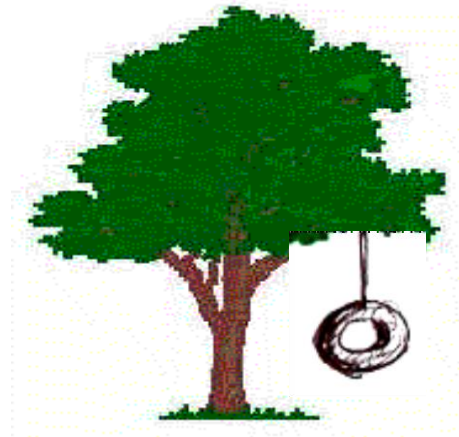
درست سنجی و اعتبار سنجی



چیزی که از کارخانه در میاد



نتیجه کار ائتلافی همه



چیزی که مشتری می خواد



تمام مشخصات فنی رعایت شده ولی باز هم گند زدید...

درست سنجی بدون اعتبار سنجی

اتلاف ...

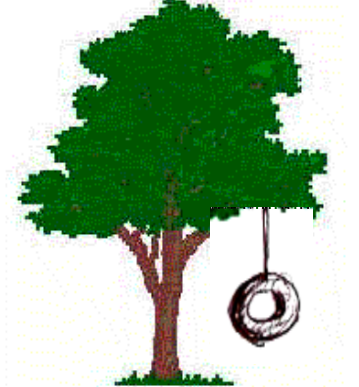
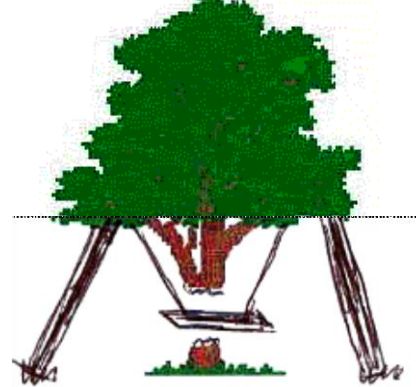
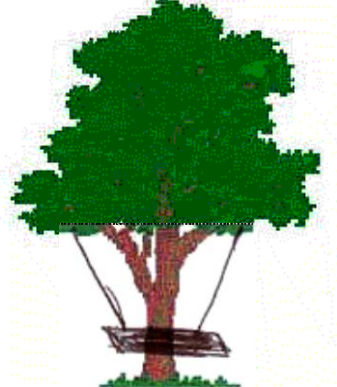
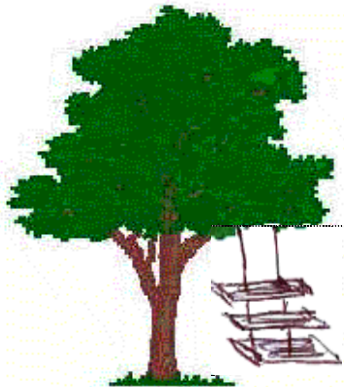
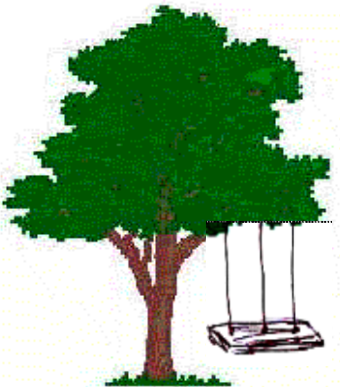
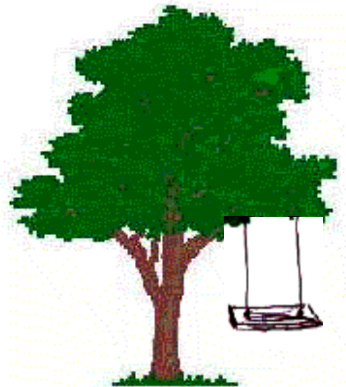
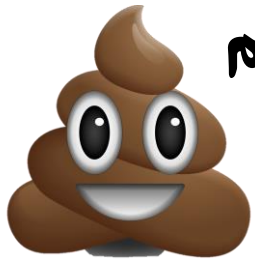
• وقت

• انرژی

• پول

• منابع

... تبریک! یه عالمه سولوشن مزخرف داریم



درست سنجی / اعتبار سنجی

اعتبار سنجی	درست سنجی
آیا نیازهای مشتری رو می‌دونید؟	آیا مطابق الزامات است؟
آیا فهمیدید که محصول چه جوری باید کار کنه؟	آیا فهمیدید که محصول چه جوری باید درست بشه؟
آیا محیطی که سیستم در آن کار می‌کند را درک می‌کنید؟	آیا با رابط‌ها و استانداردها مطابقت دارید؟
آیا محصولِ درستی را ساخته‌اید؟	آیا محصول را به درستی ساخته‌اید؟

نکاتی دربارهٔ درست‌سنجی با تست محصول

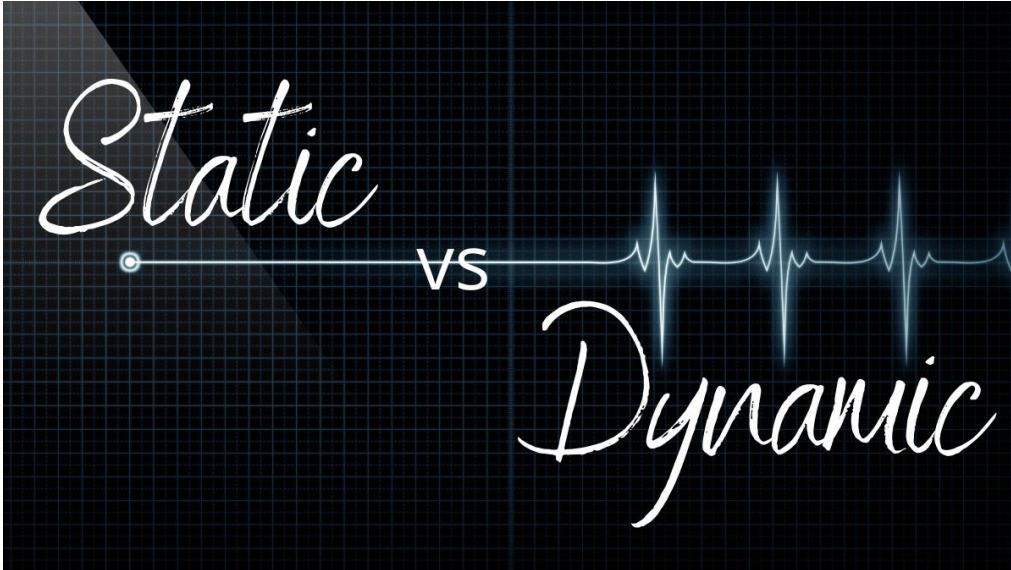
- آزمون محصول: می‌تواند وجود **خطا** را اثبات کند ولی نمی‌تواند **درستی** را اثبات کند.
- تست موفق = خطا ندارد / یک یا چند خطا هست.
- با برنامه قبلی باشید

انواع درست‌سنجی (تست)

• درست‌سنجی ایستا (Static Verification)

• بررسی برای کشف مشکلات

• اسناد و کدها رو تحلیل می‌کنید.



• درست‌سنجی پویا (Dynamic V.)

• زیرباربردن و مشاهده رفتار محصول

• آزمون محصول (Product Test)

• برنامه آزمون (Test planning)

دربارهٔ تست محصول ... کدام‌ها جمله درست است؟



“

- ☐ • تست خوب محصول، تستی است که به ما بگوید خطا نداریم.
- ☒ • تست خوب، تستی است که یک یا چند خطا را نشان بدهد.
- ☐ • «خطا نداشتن» قابل اثبات است.
- ☒ • «خطا داشتن» قابل اثبات است.

ساختار برنامه ریزی آزمون (Test Planning)

در اوایل فرآیند توسعه
تعیین استاندارد و فرآیند آزمون
خود آزمون محصول

- فرآیند تست
- الزامات قابل ردگیری و بررسی
- مواد آزمودنی
- زمان بندی
- مراحل ثبت آزمون
- الزامات سخت / نرم افزاری
- محدودیت ها

چی گفتیم؟



01

اساس رویکرد ناب و چابک



- استارتاپ و مدل کسب و کار
- درست سنجی و اعتبار سنجی

02

چی بیرسیم؟ چی نپرسیم؟

- اعتبار سنجی چی هست؟ چی نیست؟
- ۵ سوال اساسی از مشتریان
- در چه مراحل اعتبار سنجی کنیم؟

03

توسعه محصول یا توسعه مشتری

- مراحل توسعه مشتری
- مراحل توسعه محصول

04

انواع جور کردن ...

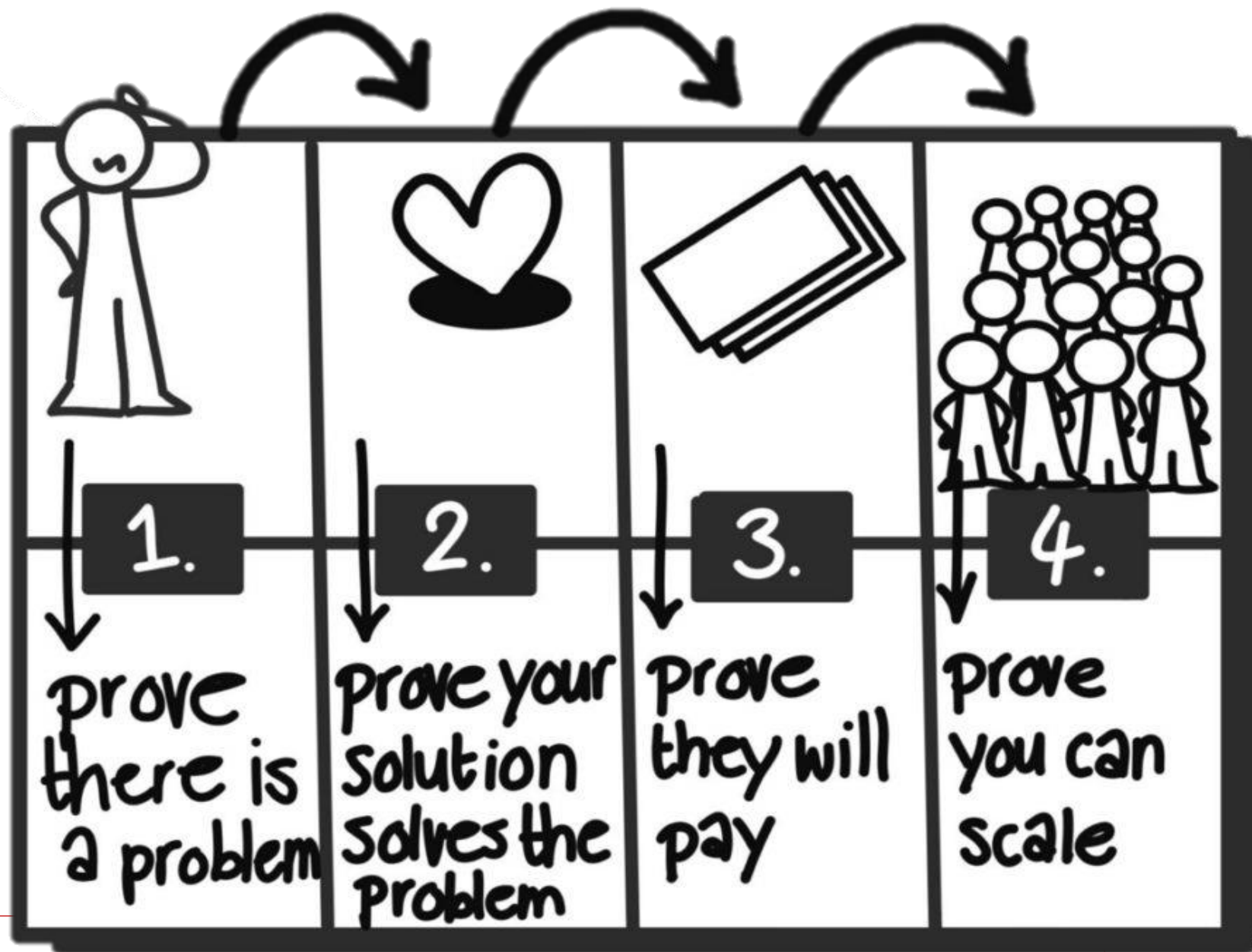
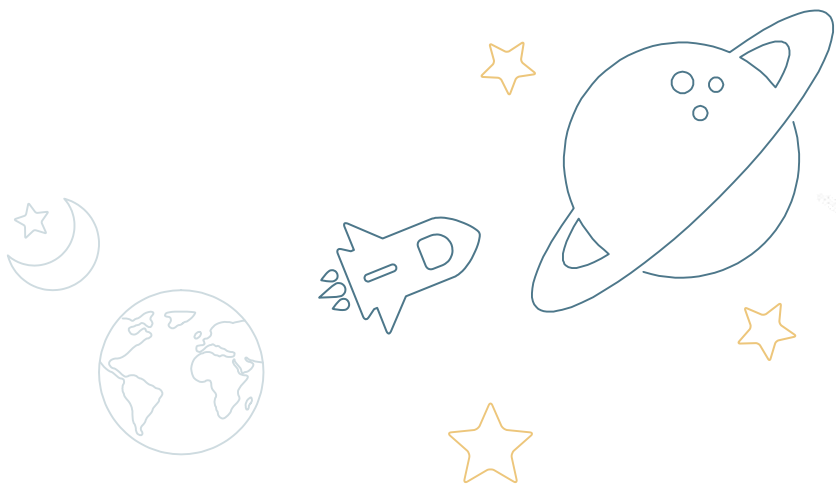
- جور کردن مسئله - راه حل
- جور کردن محصول - بازار
- ...



فصل ۲

چی پیرسیم؟ / چی نپرسیم؟

تست مامان



در هپروت...

چی نیست؟ / چی هست؟

1

هدف = یادگیری از زندگی
و سفر مشتری

2

صحبت از = مسئله و مشکل

3

اطلاعات کیفی = مهمتر

4

هدف = فروش محصول

5

صحبت از = محصول و
راه حل

6

اطلاعات کمی = مهمتر

چی نیست؟ / چی هست؟

7

گذشته نگر

8

آینده نگر

9

الان چطوری حل اش می کنی؟
چقدر خرج می کنی؟

10

اگه این محصول رو بسازیم
استفاده می کنی؟ پول می دی؟

11

گوش کردن

12

صحبت (اجتناب از هرچی ور)
وراجی / ورجه و ورجه / وروجک

۵ سوال اساسی برای کشف مشتری

شناسایی دقیق **مشکل**

01 سخت‌ترین قسمت کار برای شما
چی‌ه؟

– نگاه به رفتار گذشته
مشتری
– **اهمیت** مشکل

02 آخرین باری که به این مشکل
برخوردی کی بود؟

03 چرا می‌گی این قسمت سخت بود؟

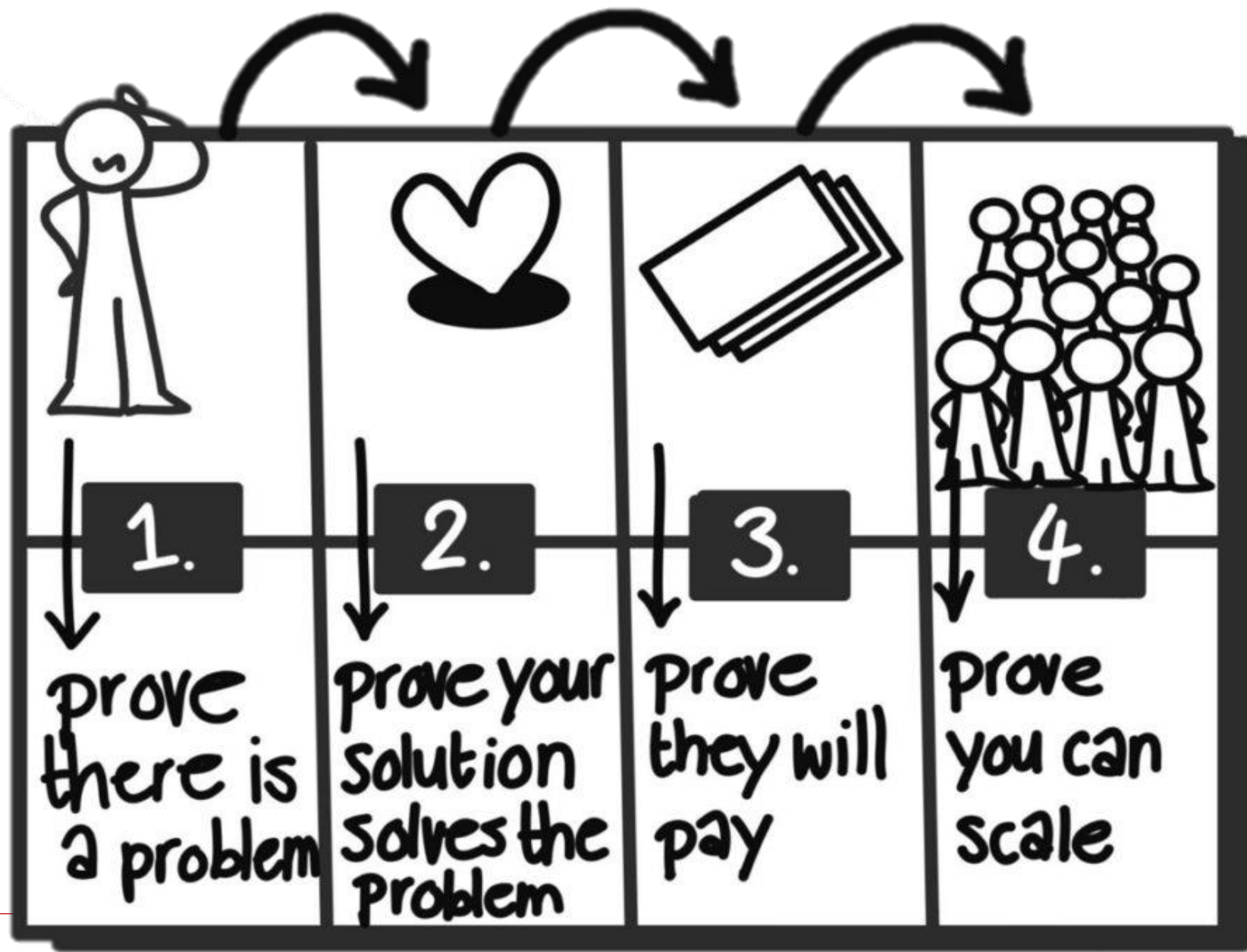
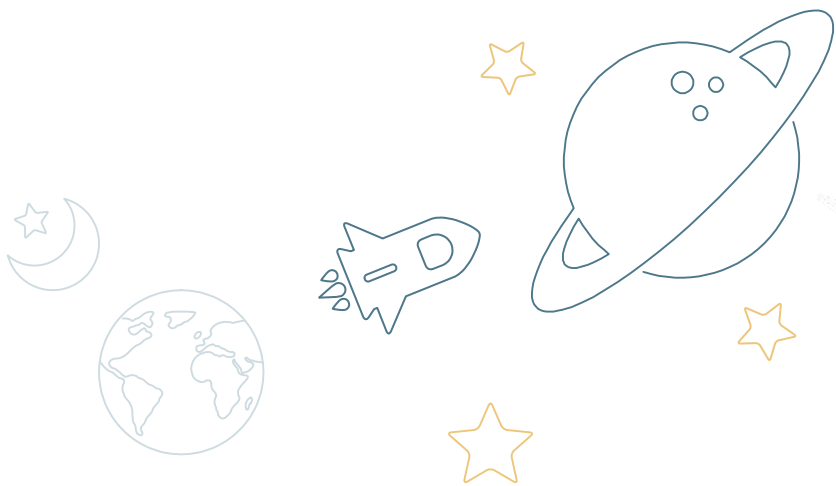
نحوه بیان **ارزش** و
منافع در بازاریابی

– اگه کاری نکرده،
مشکل مهمی نیست = ریشه
– کمک به **درک رقبا** و
مزیت رقابتی شما

04 اگر کاری برای حل مشکل کردی،
چه کاری بوده؟

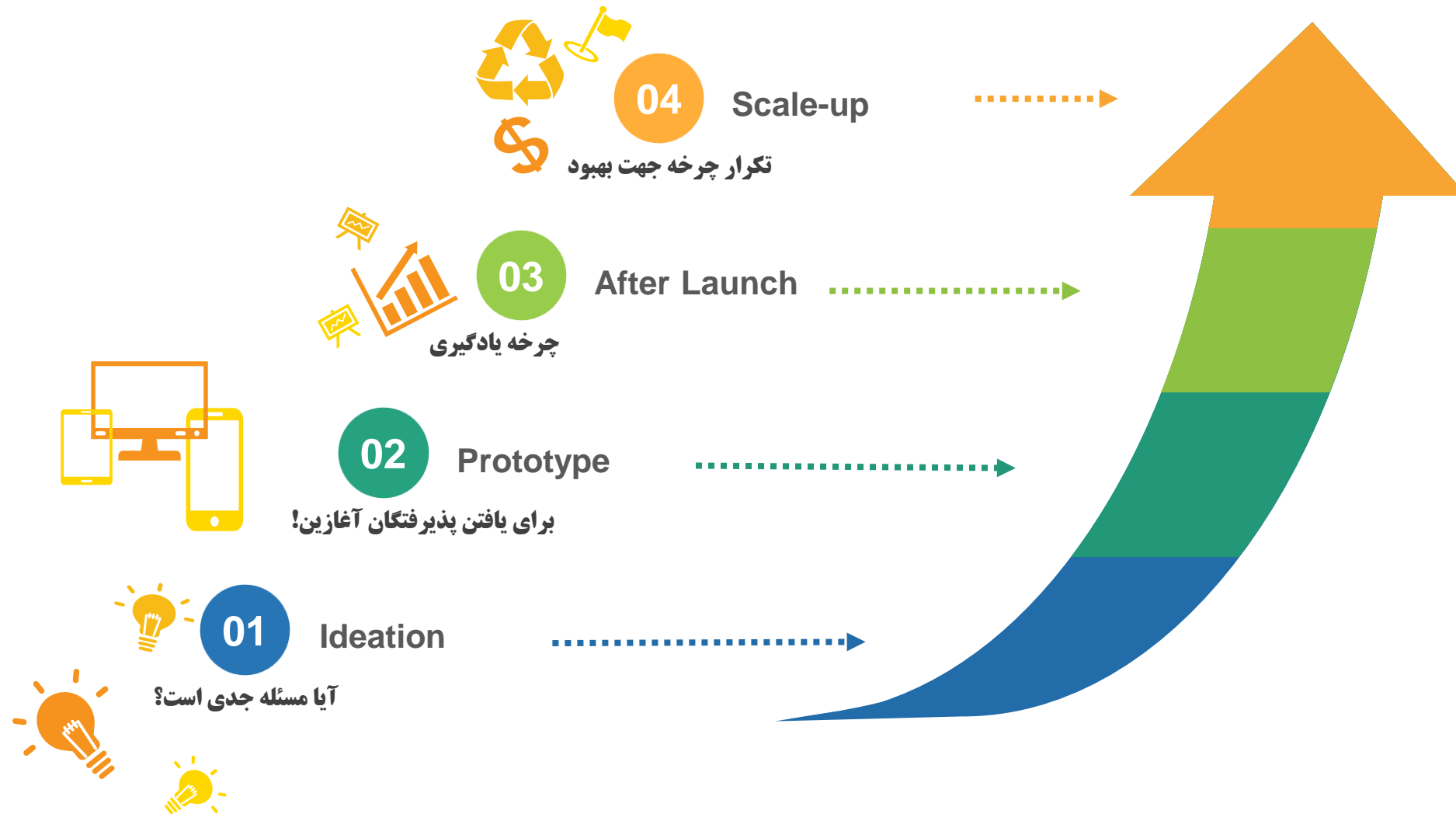
05 از راه حل قبلی چی رو خوش
نمیاد؟

– چیدن اولین
فیچرهای محصول
– اصلی‌ترین **تمایز** شما
با رقبای موجود



از هیپروت
دریاباید!

کجاها از مشتری باید نظر خواست؟





ایده پردازی

اولین مرحله اعتبارسنجی از مشتری

بوم ایده پردازی Idea Canvas

How

ابتکار و تازگی

Wow

– ایده های آینده
– رویاها و چالش ها
– ایده قرمز فردا

– ایده نوآورانه
– ساختار شکن
– هیجان انگیز
– قابل اجرا

امکان ناپذیری



– اجرای آسان
– ریسک کم
– پذیرش بالا
– نمونه موجود

Now

روش اجرای بوم ایده پردازی

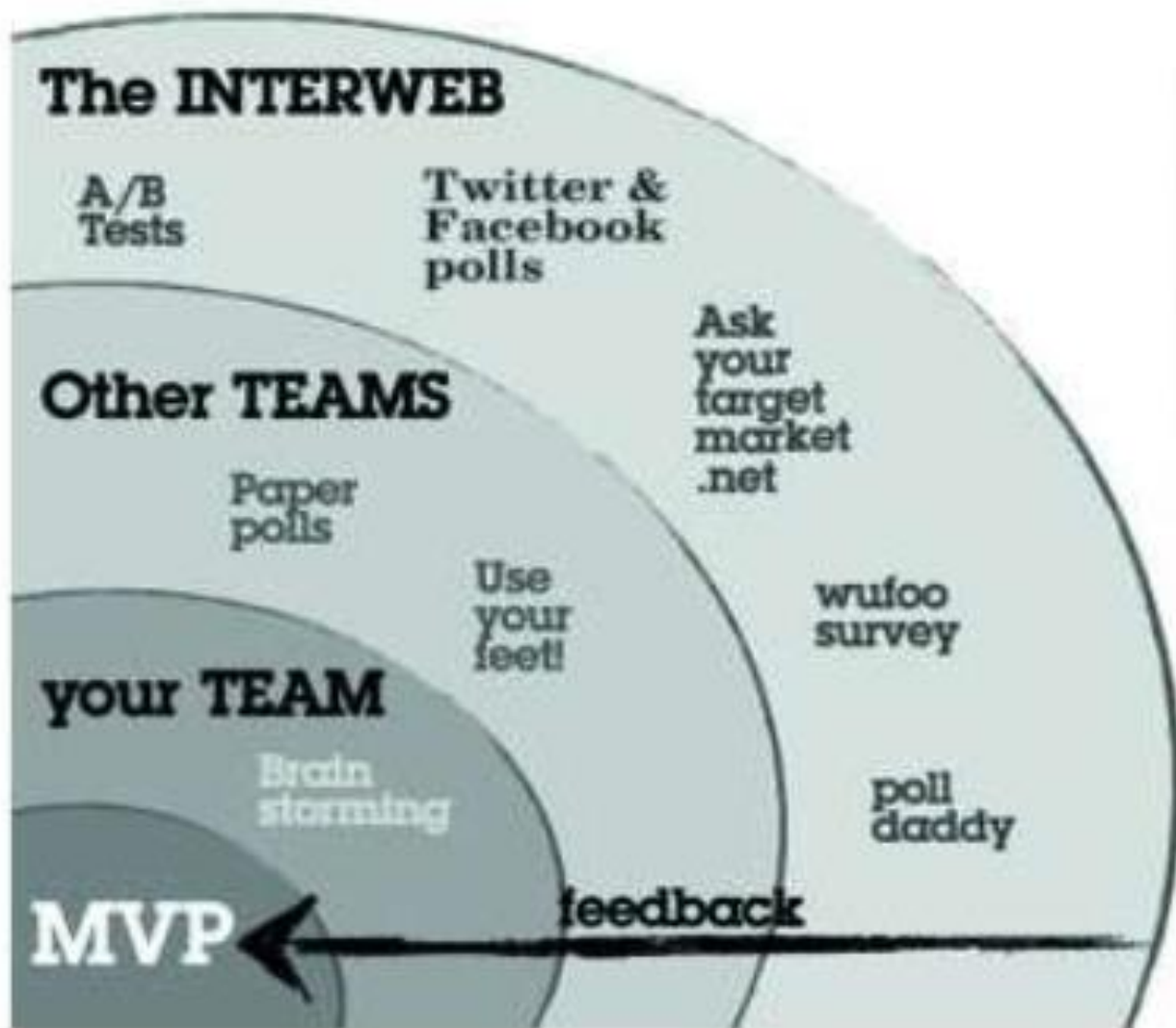
حداقل ۴۰ ایده بدهید

در زرد / قرمز / آبی گروه بندی کنید
با چسباندن دکمه رنگی

هر نفر ۴ تا ۸ ایده فارغ از رنگ انتخاب کند
با دکمه رنگی



تایید ایده



چرا تایید و اعتبار سنجی
ایده اینقدر مهم است:
شما به تنهایی
توانایی در نظر گرفتن
تمامی جنبه های کار
رو ندارید!



Time to Eat



Time to Sell

اعتبار سنجی ایده

۱. نکات اعتبارسنجی در مرحله ایده‌پردازی

■ درباره **جدی** بودن مسئله

■ از خودتان – دوستان و همکاران – بیرون مشتریان
احتمالی

■ هزاران نفر – چند نفر کافی است

■ ارائه ایده – سوال بدون سوگیری

■ ۲۰-۱۰ مصاحبه





نمونه سازی

دومین مرحله اعتبارسنجی از مشتری

۲. نکات اعتبار سنجی در مرحله نمونه سازی

- با اولین نسخه محصول

- یافتن پذیرندگان آغازین

- همراهش کیفی نیست:

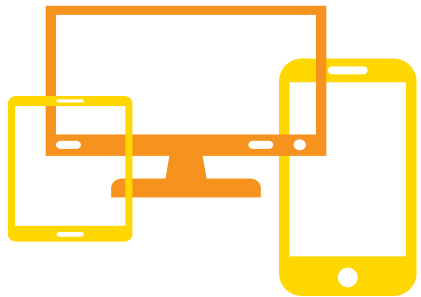
- ۱. این مشکل همین امروز براتون چقدر خرج داره؟

- یا حل اش چقدر منفعت؟

- ۲. مشکل هر چند وقت یه بار؟

- ۳. برای حل مشکل چقدر خرج می کنید؟ تصمیم

خرید؟





راه اندازی یا عرضه

سومین مرحله اعتبار سنجی از مشتری

۳. نکات اعتبار سنجی در مرحله پس از عرضه یا راه اندازی

- برای چرخه یادگیری ——— فیت کردن محصول با بازار = ساخت چیزی که ملت بخوان (پل گراهام)
یک هفته بعد از عرضه:
- سوال مهم: اگه محصول ما نباشه چه حسی دارید؟
- الف – حاله گرفته است، ب – کمی ناراحت، ج – کم هم نمی گزه
- Sean Ellis: گزینه الف $< 40\%$ = محصولتون با بازار جوره = انتظار جهش



چی گفتیم؟



01

اساس رویکرد ناب و چابک



- استارتاپ و مدل کسب و کار
- درست سنجی و اعتبار سنجی

02

چی بیرسیم؟ چی نپرسیم؟



- اعتبار سنجی چی هست؟ چی نیست؟
- ۵ سوال اساسی از مشتریان
- در چه مراحل اعتبار سنجی کنیم؟

03

توسعه محصول یا توسعه مشتری

- مراحل توسعه مشتری
- مراحل توسعه محصول

04

انواع جور کردن ...

- جور کردن مسئله - راه حل
- جور کردن محصول - بازار
- ...

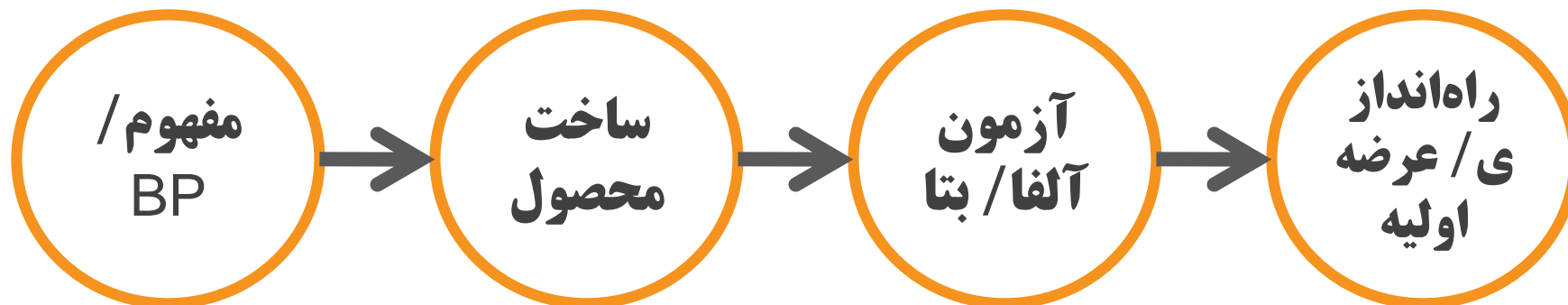
فصل ۳

توسعه محصول یا توسعه مشتری

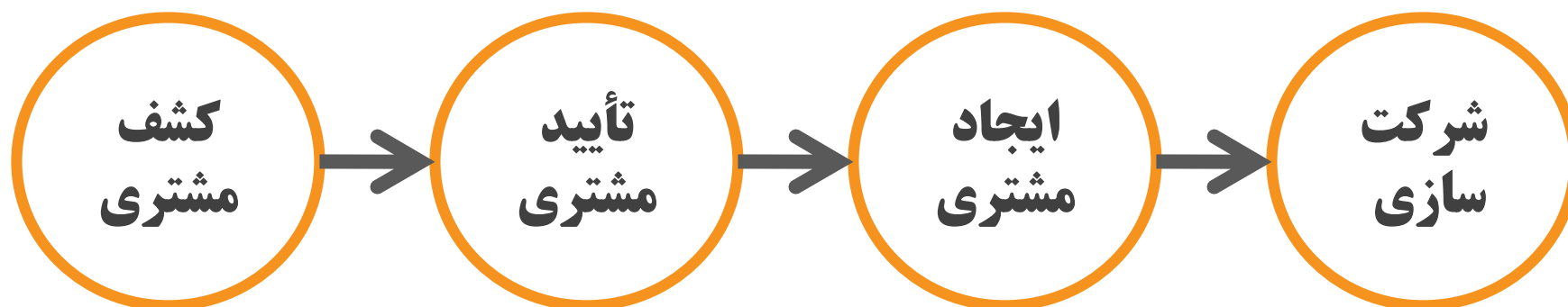
تخم طلا یا خریدار تخم طلا؟!



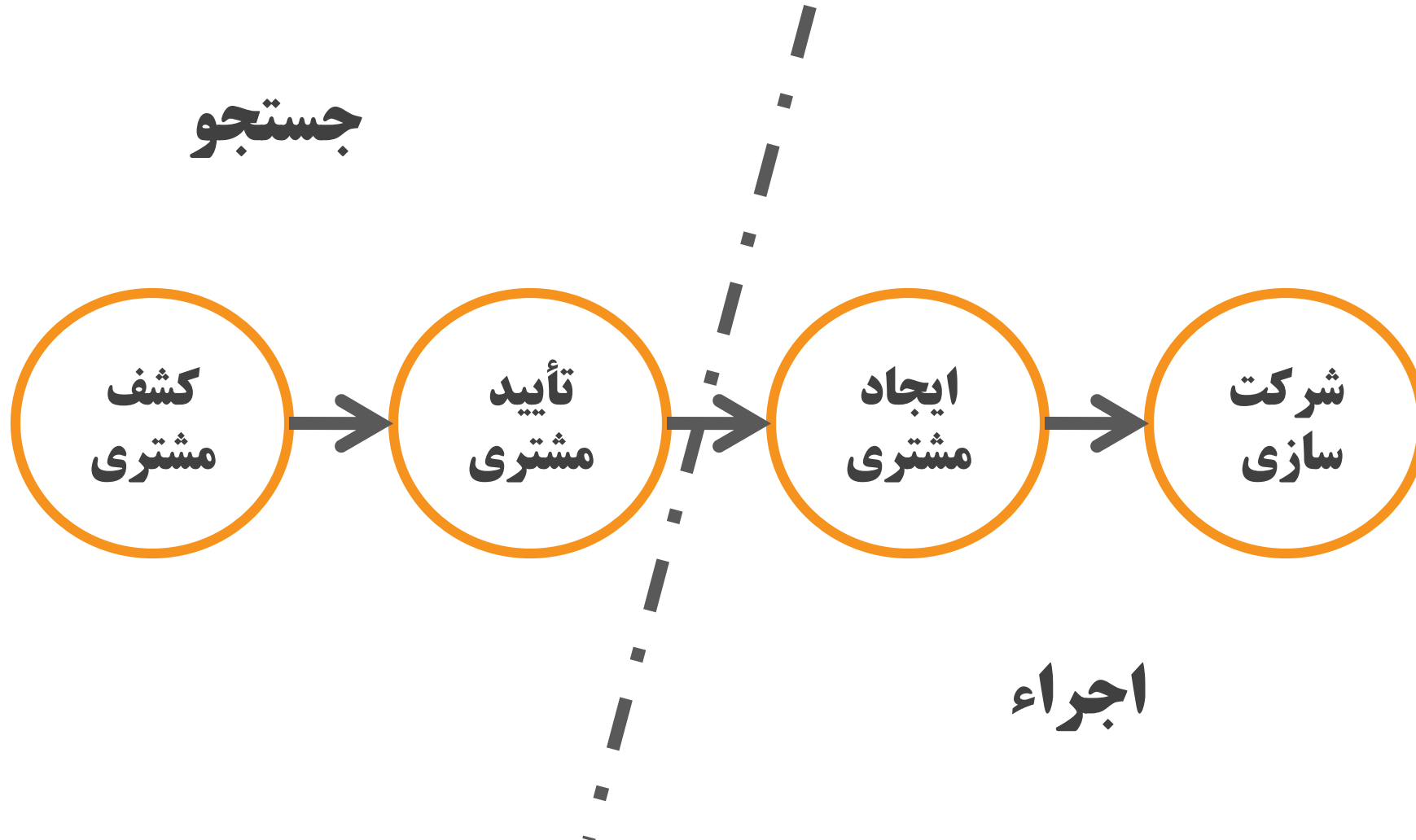
توسعه محصول



توسعه مشتری

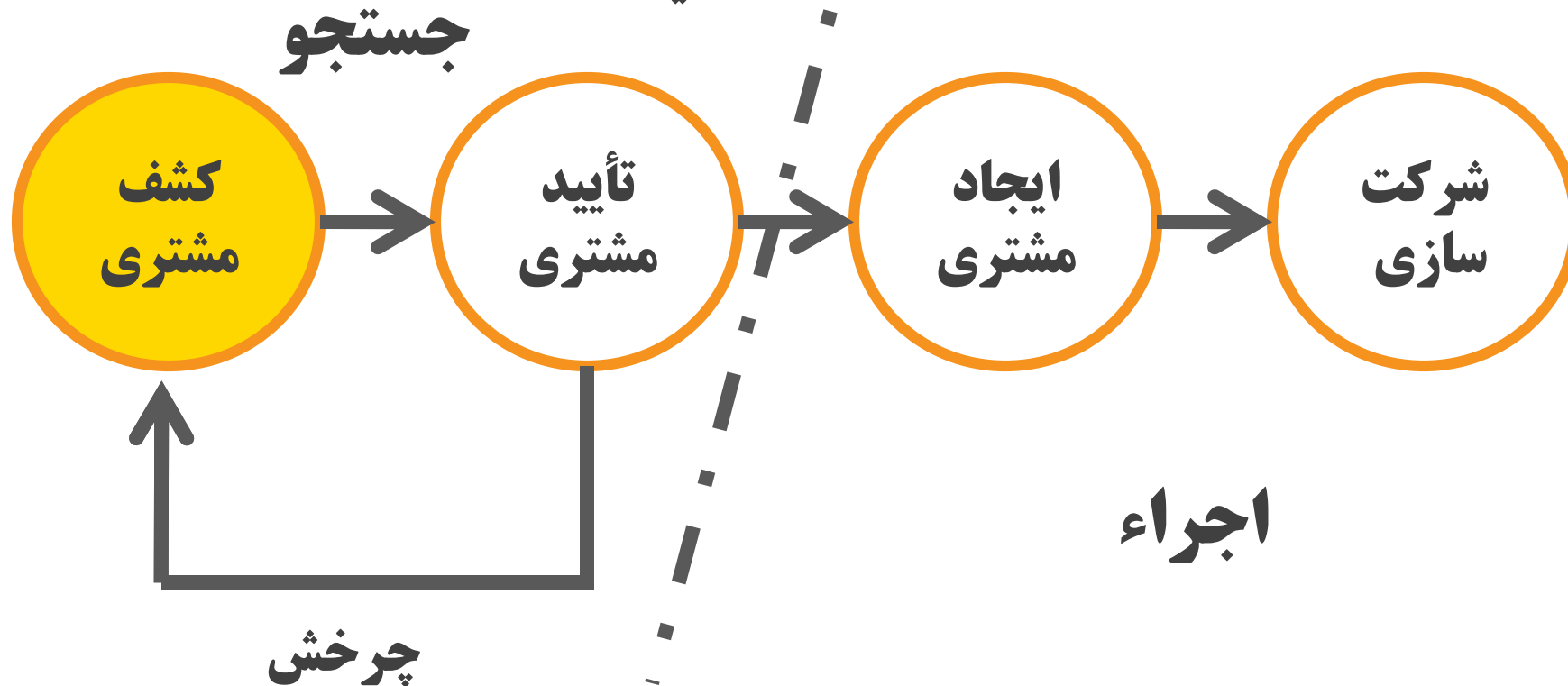


توسعه مشتری: آزمایش مدل کسب و کار



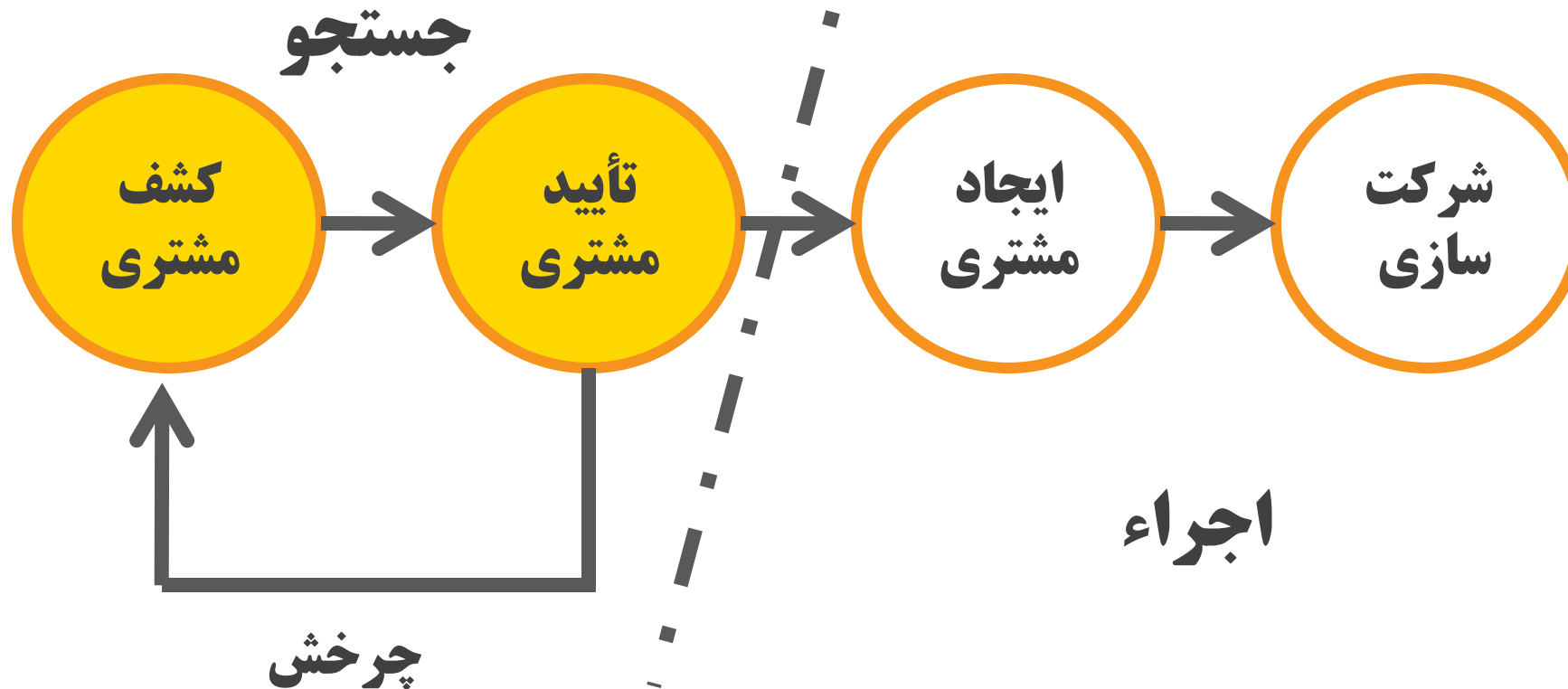
توسعه مشتری: آزمایش مدل کسب و کار

هر فرضیه‌ای را در مدل کسب و کارتان
اعتبارسنجی کنید –
بیرون بروید و داده زنده و واقعی جمع
کنید!!!



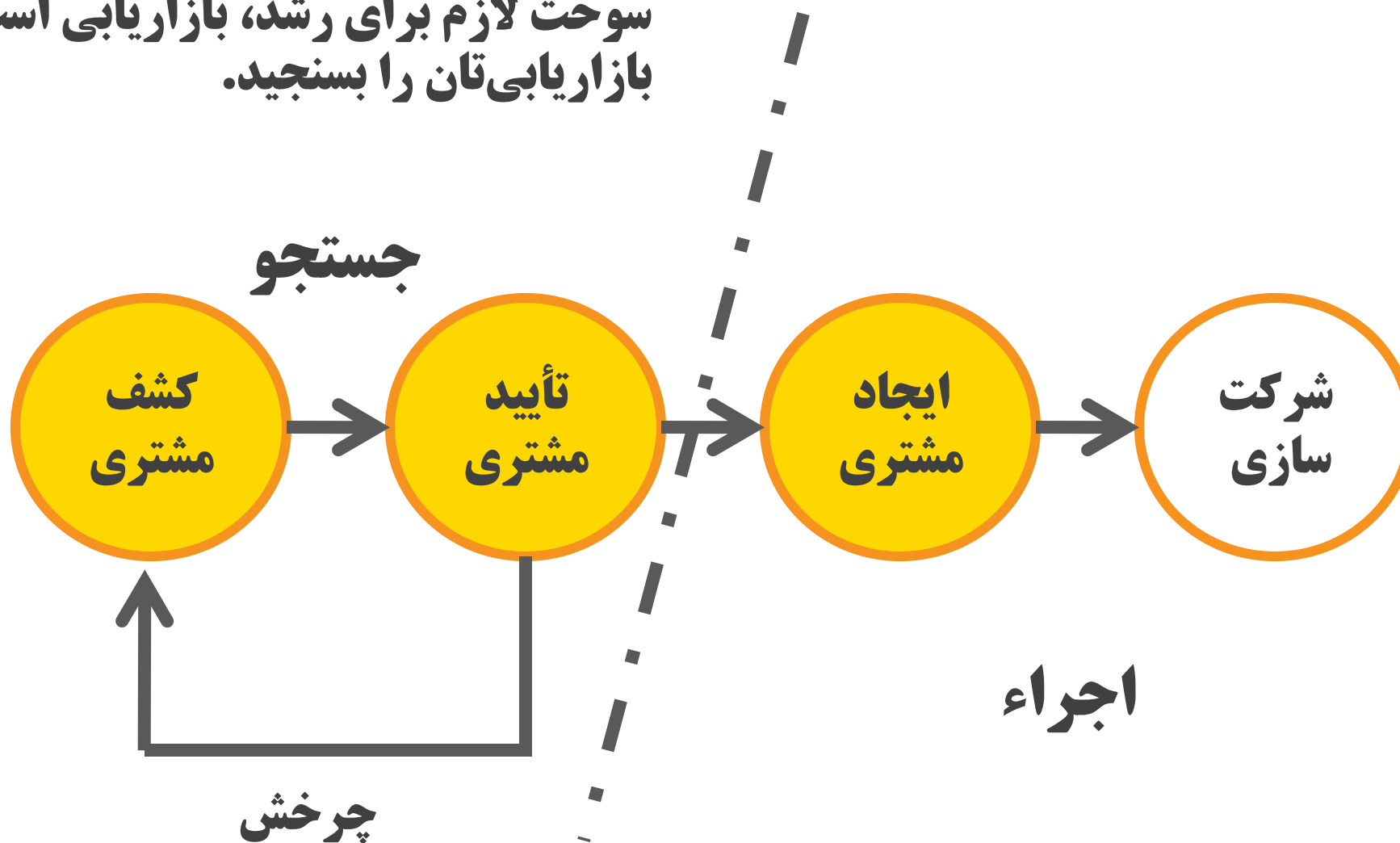
توسعه مشتری: آزمایش مدل کسب و کار

مدل کسب و کارتان را با داده‌ها عوض کنید و
تطبيق دهید -
تا مطمئن شوید این مدل کار می‌کند.



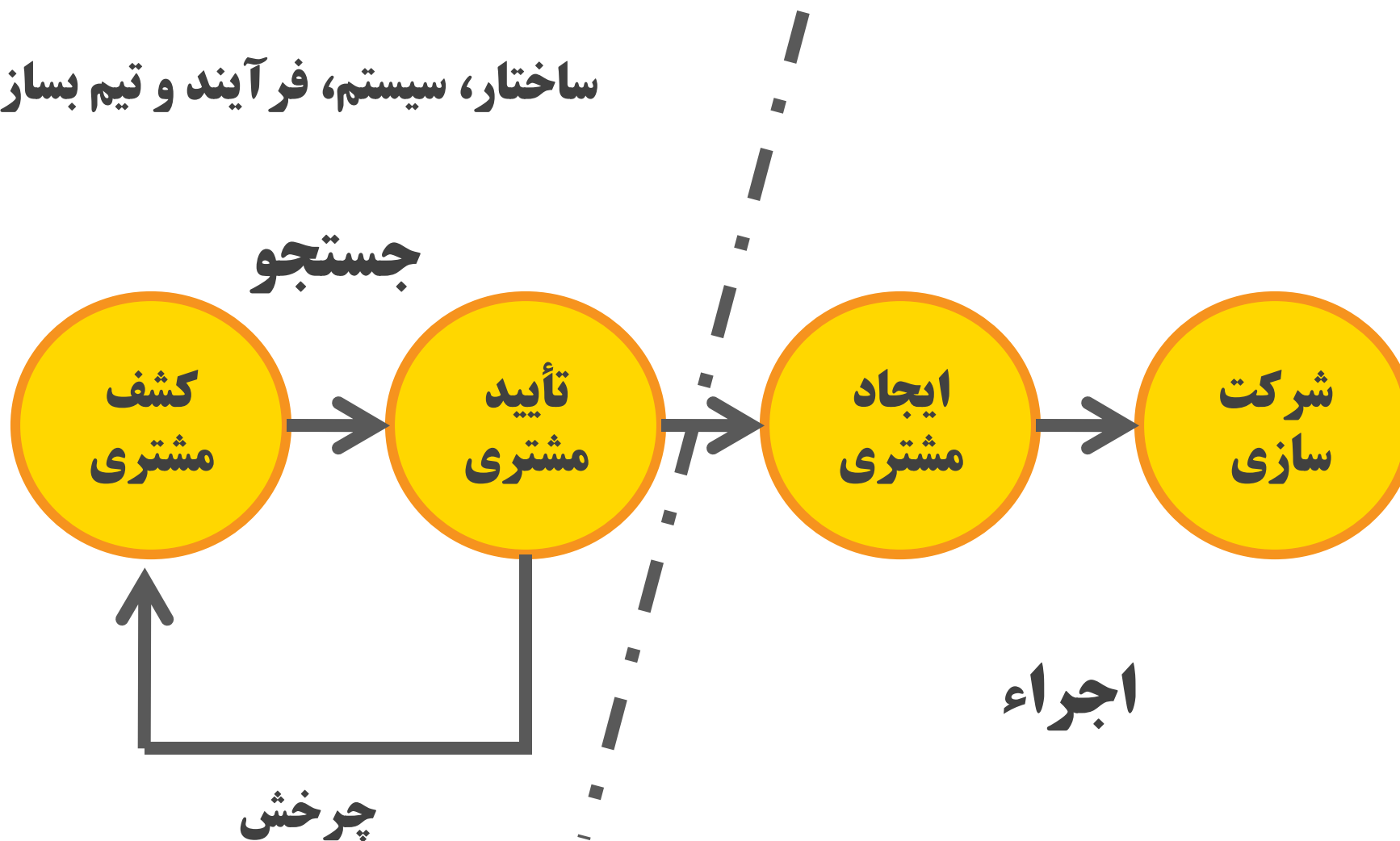
توسعه مشتری: اجرای مدل کسب و کار

- سوخت لازم برای رشد، بازاریابی است. – بازاریابی تان را بسنجید.



توسعه مشتری: اجرای مدل کسب و کار

ساختار، سیستم، فرآیند و تیم بسازید.



آیا این رو یادتونه؟



آیا همیشه باید نظر مشتری رو خواست؟ کجای کار به نوآوری و در نتیجه اعتبار سنجی نیاز است؟



چی گفتیم؟



01

اساس رویکرد ناب و چابک



- استارتاپ و مدل کسب و کار
- درست سنجی و اعتبار سنجی

02

چی بیرسیم؟ چی نپرسیم؟



- اعتبار سنجی چی هست؟ چی نیست؟
- ۵ سوال اساسی از مشتریان
- در چه مراحل اعتبار سنجی کنیم؟

03

توسعه محصول یا توسعه مشتری



- مراحل توسعه مشتری
- مراحل توسعه محصول

04

انواع جور کردن ...

- جور کردن مسئله - راه حل
- جور کردن محصول - بازار
- ...

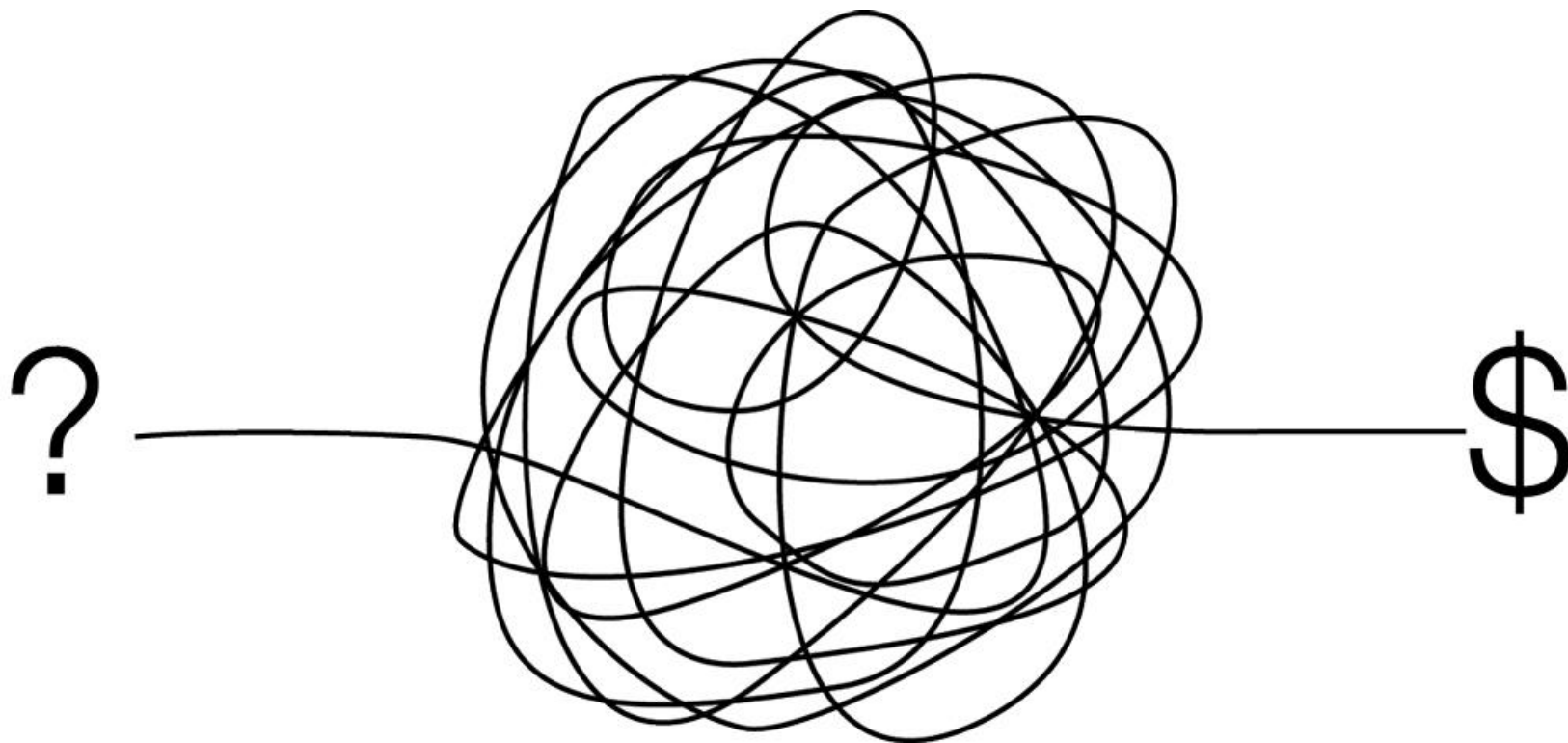


فصل ۴

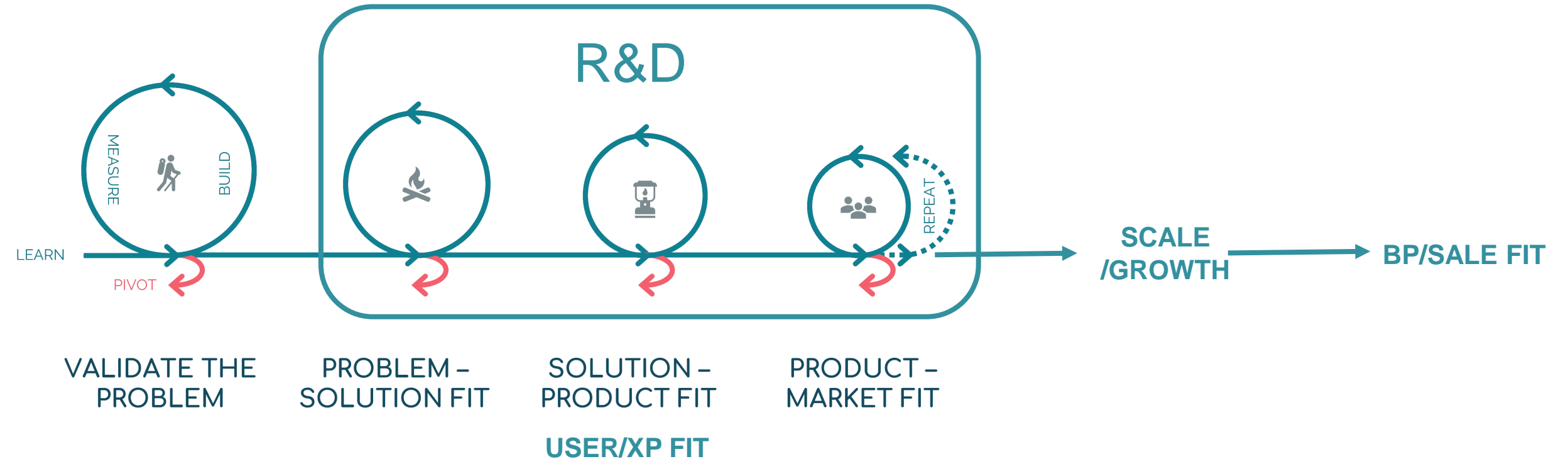
انواع جور کردن...

درو تخته‌مون به هم جور نمیشه...

فرآیند مشکل تا راه حل (تیم برنان – مدیر بخش خدمات خلاق اپل)



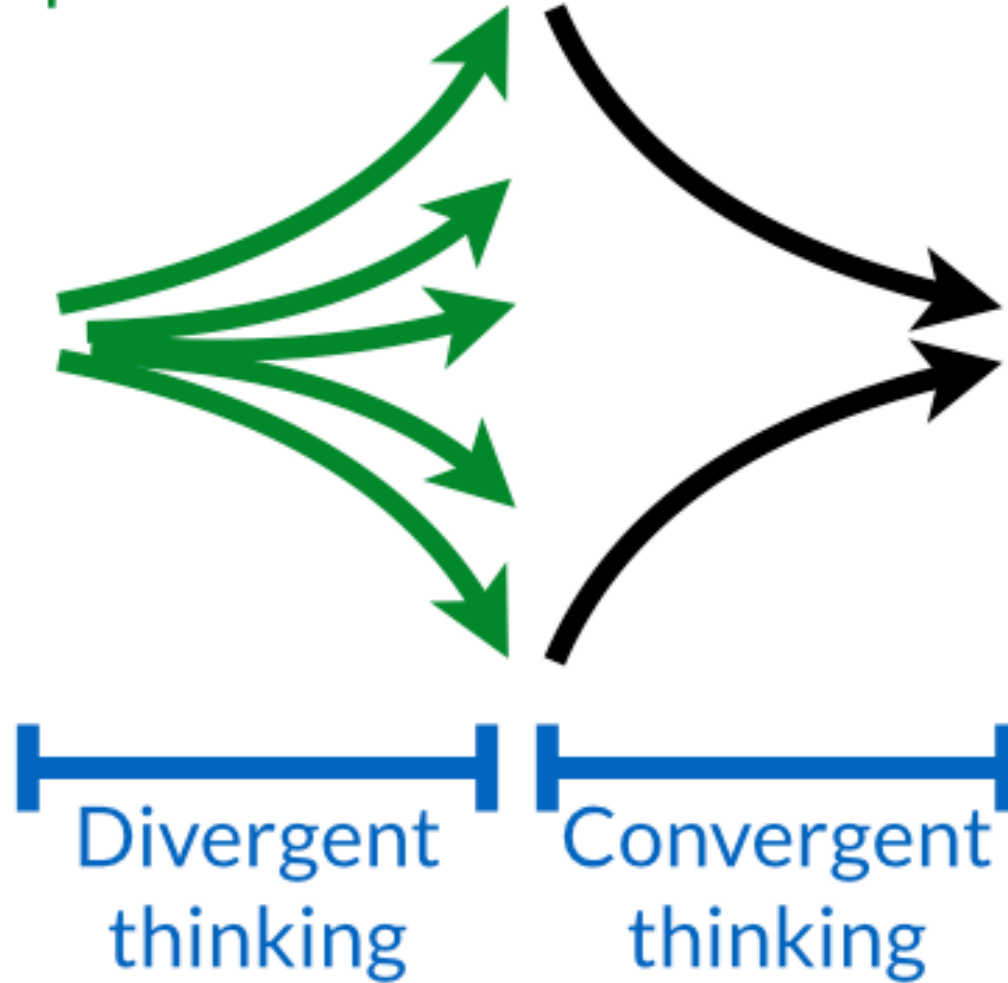
در و تخته رو به هم جور کنید...



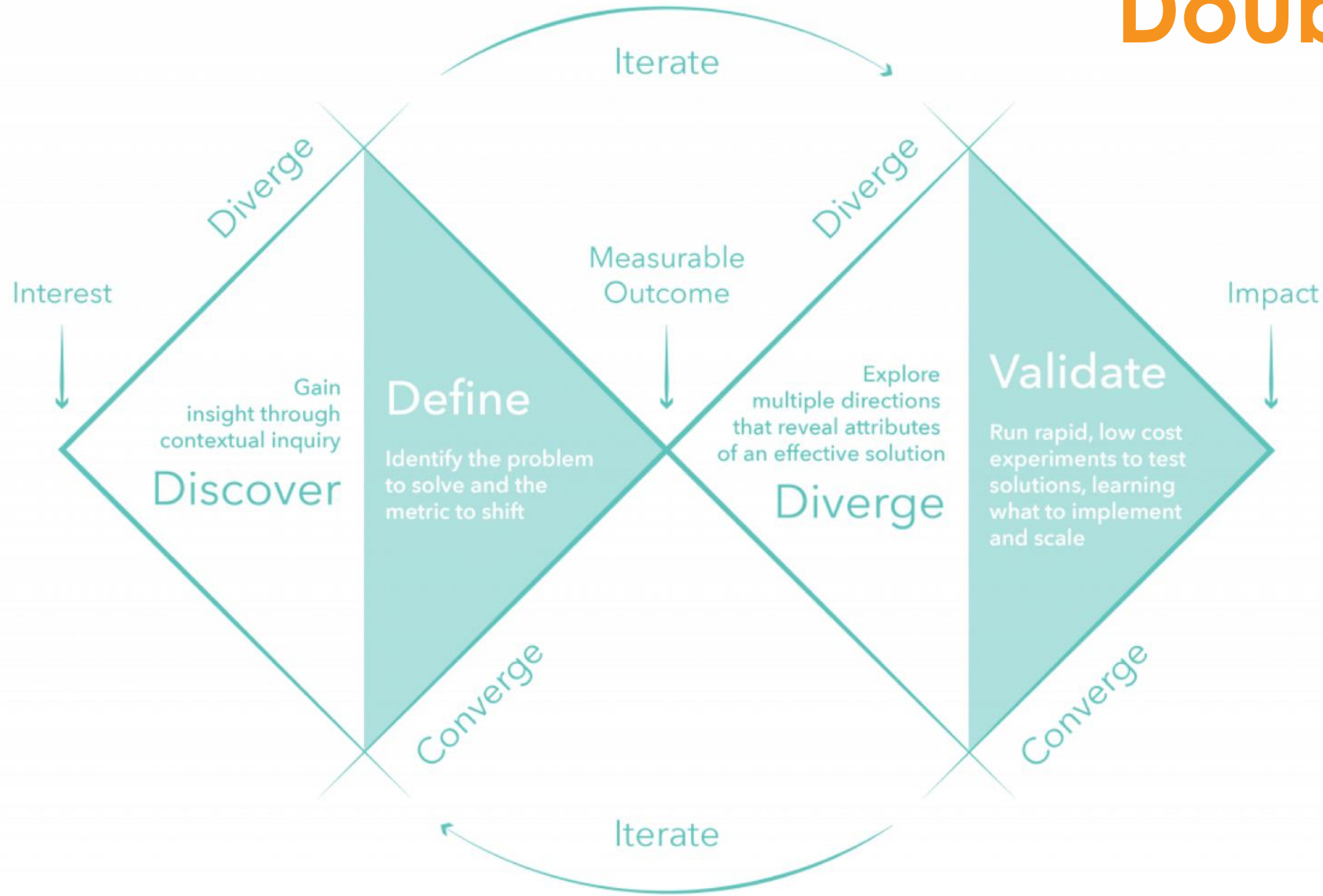
1. Explore
possibilities

2. Decide
what to do

واگرا تا همگرا



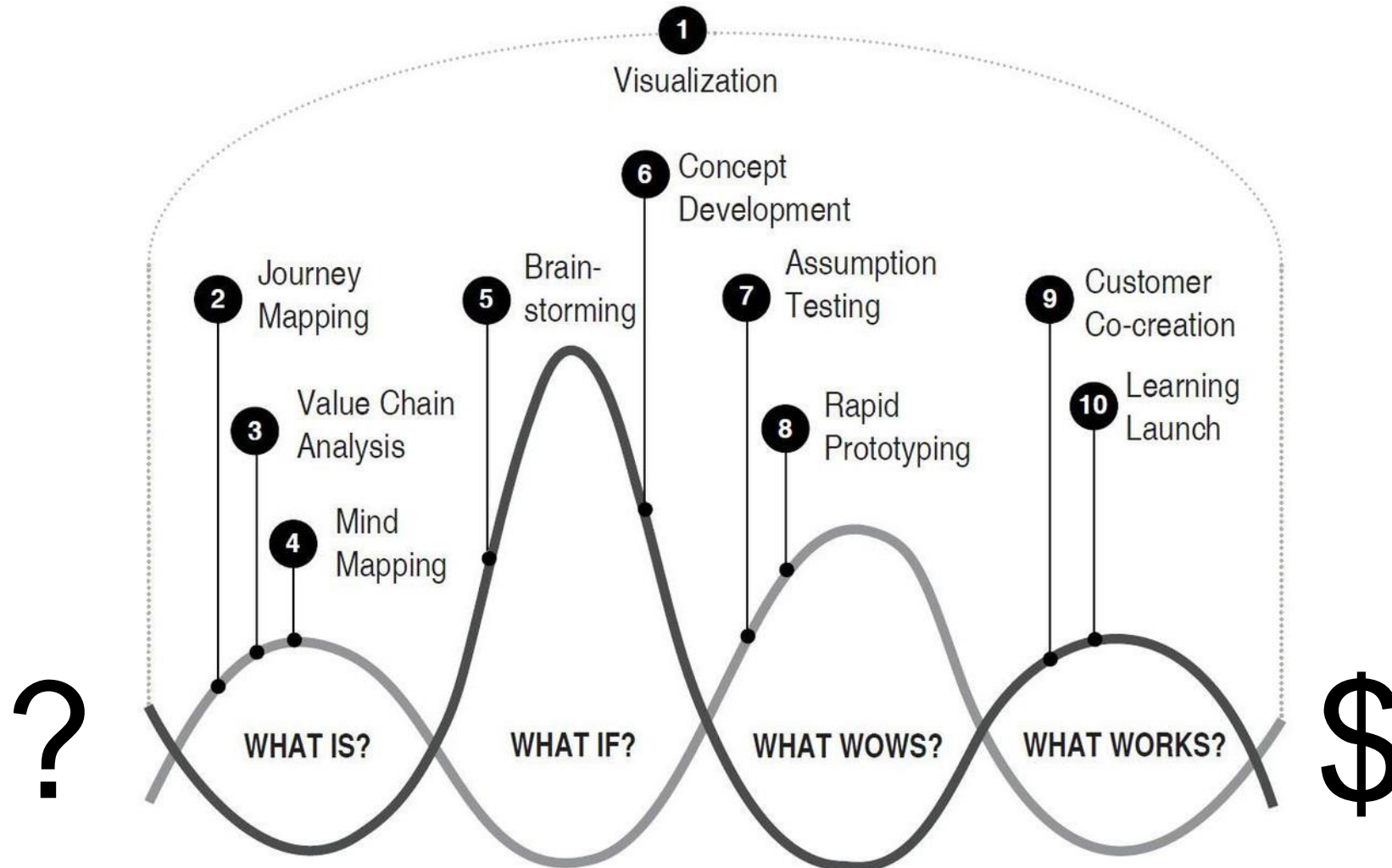
Double-Diamond Framework



Adapted from the UK Design Council



فرآیند مشکل تا راه حل (تیم اگیلوی و جین لیدکا)





“



مهارت انتخاب ایده بیشتر جزو کدام دسته از مهارت‌های تفکر است؟

- ☐ واگرا
- ☒ همگرا
- ☐ خلاقانه
- ☐ همه موارد

چی گفتم؟



01

اساس رویکرد ناب و چابک



- استارتاپ و مدل کسب و کار
- درست سنجی و اعتبار سنجی

02

چی بیرسیم؟ چی نپرسیم؟



- اعتبار سنجی چی هست؟ چی نیست؟
- ۵ سوال اساسی از مشتریان
- در چه مراحل اعتبار سنجی کنیم؟

03

توسعه محصول یا توسعه مشتری



- مراحل توسعه مشتری
- مراحل توسعه محصول

04

انواع جور کردن ...



- جور کردن مسئله - راه حل
- جور کردن محصول - بازار
- ...

خلاصه این که ...

- نمی‌خوای بفروشی
- سوالات بدیهی نپرس
- چیزی رو به مشتری تحمیل نکن
- نظریه نفر اعتبارسنجی نمی‌شه
- عملکرد گذشته مهم‌تر از عملکرد آینده
- مشتری در حالت واقعی مهم‌تر از مشتری در حالت ایده‌آل
- داستان بهتر از کوتاه‌پاسخ



کارگاه‌های دیگر من

کارگاه
اولویت بندی کارها
با ماتریس آیزنهاور

دانش با کیفیت را جستجو کنید

فرآموز
faramooz.net

تاریخ و زمان برگزاری:
۲۳ مهر ماه ۹۹ از ساعت ۱۸ الی ۲۰

مکان برگزاری:
اسکای روم فرآموز

هدفگذاری شخصی با متد OKR

✓ لزوم هدفگذاری و برنامه شخصی
✓ آشنایی با متد OKRs با تمرین عملی
✓ معرفی چند رویکرد هدف گذاری

دکتر محمدنوری زاده

دوشنبه
۱۸ مرداد ۱۴۰۰
ساعت ۱۱:۰۰

☎ 0915 153 2392
🌐 www.shetab-center.com

کارگاه کاربردی (آنلاین)
کارگاه خلاقیت و حل مسئله با تکنیک 6 کلاه فکری
Six Thinking Hats

اصولی، مهارتی است که هر فردی در هر جایگاهی باید
ت را بلد باشد. متأسفانه بسیاری از افراد فکر می کنند
که صورت خدادادی در خود دارند اما این طور نیست و
روش اصولی آموختنی است.

کارگاه کاربردی (آنلاین)
کارگاه کاربردی (آنلاین)

دکتر محمد نوری زاده
مترجم و مؤلف بیش از ده کتاب
یک جلسه سه ساعته
۱۶ مهرماه ۱۳۹۹ ساعت ۱۶:۳۰ تا ۲۰

کارگاه کاربردی (آنلاین)
«مهم» «مهمتر»، یا «فوری»؟
اولویت بندی با ماتریس آیزنهاور
قرن نو، اندیشه نو

دکتر محمد نوری زاده
مترجم، مؤلف، مدرس و
عضو هیات علمی دانشکده فنی تیشابور

یک جلسه یک ساعته
۴ فروردین ۱۴۰۰، ساعت ۲۱ الی ۲۲

کارگاه کاربردی (آنلاین)
تکنیک های طلایی حل مسئله

دکتر محمد نوری زاده
مترجم، مؤلف، مدرس و
عضو هیات علمی دانشکده فنی تیشابور

یک جلسه سه ساعته
۹ خرداد ۱۴۰۰
ساعت ۱۶:۳۰ الی ۲۰
برگزاری بصورت آنلاین
ارائه گواهی حضور در کارگاه

۷۰ درصد حمایت ویژه پارک علم و فناوری خراسان رضوی از شرکت های عضو پارک

جزئیات بیشتر: www.Roshdanaa.com
Roshdanaa

کارگاه کاربردی (آنلاین)
نحوه شناسایی مشکل، یافتن ایده
Problem Identification Workshop

وجود مشکلات در فضای استارتآپی که فضایی در حال رشد است کاملاً طبیعی بوده و
نیاید به آنها به دید مانعی برای پیشرفت در حوزه های استارتآپی نگاه شود.

دکتر محمد نوری زاده
مترجم و مؤلف بیش از ده کتاب
یک جلسه سه ساعته
۱۶ مهرماه ۱۳۹۹ ساعت ۱۶:۳۰ تا ۲۰

کتاب‌های من ...

<http://rasabooks.ir>

از این جا این کتاب را تهیه کنید.


زیر چاپ:

- قوانین خلاقیت - تینا سیلیگ

- خرکاری نکنید «شگردهای کار هوشمندانه»



چی بخونی؟

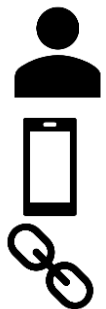
 استارتاپ ۱۰۰ دلاری – کریس گیلبو – انتشارات رسا

 ایده‌سازی کسب‌وکار – اندری سدنیو – انتشارات آدینه

 اسپرینت – جیک ناپ – انتشارات آدینه

 تفکر طراحی در کسب‌وکار – انتشارات آریانا قلم

 تست مامان – راب فیتزپاتریک – انتشارات پینگونیو



محمد نوری زاده

۰۹۱۵۵۵۱۶۰۱۶

@nooorizad





قصه ما به سر رسید...

اعتبار سنجی و توسعه مشتری