

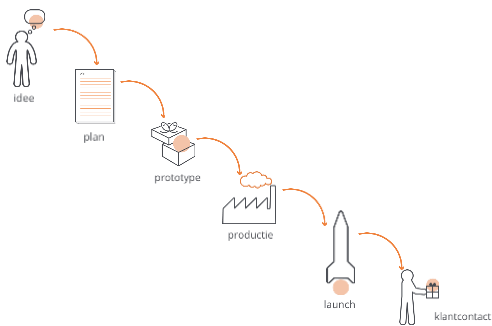
ONTWERP JE WAARDEPROPOSITIE
Waardepropositie Canvas
&
Klantgesprekken

ONTWERP JE WAARDEPROPOSITIE
Waardepropositie Canvas
&
GOOTB

GOOTB Get Out Of The Building

Zo werkt
een **traditionele**
Startup

Get ~~un~~comfortable



Dat is
riskant

Focus op productontwikkeling



Focus niet op de klant



Duurt lang



Kostbaar



Een **startup** is gebaseerd op **aannames**

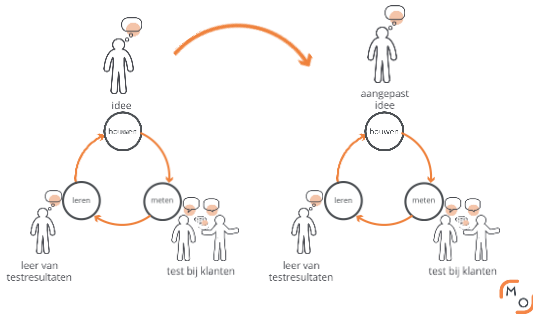
Die **aannames** moet je snel **testen**



Maak er **feiten** van

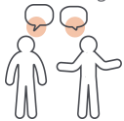


Zo werkt een **huidige** StartUp



Dat is
véééééél
beter

productontwikkeling met de klant



focus op de klantbehoefte



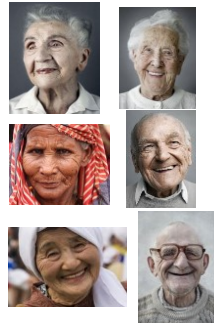
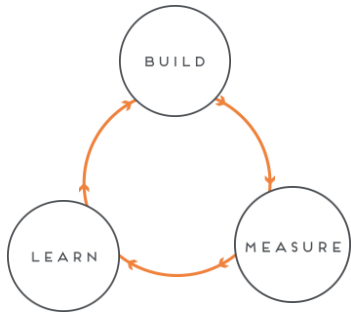
snel inzicht in top of flop



GOOTB Get Out Of The Building



1. Huizen kopen en verhuren
2. Samenwerking met projectontwikkelaars
3. Marketing voor projectontwikkelaars



- Culturen
- Authenticiteit
- Verhalen

Verdienmodel??
Boeken, Ansichtkaarten, video's Mwah ...

SHOP

Home / Shop

Sort by Popularity

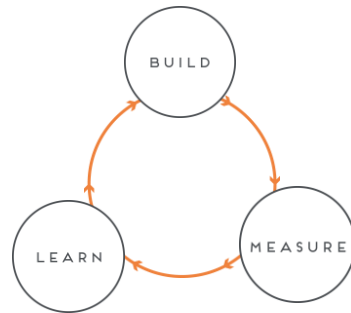
- Cultuur: Moluks
- Authenticiteit: oude traditie
- Verhaal: verbinding

Doelgroep: Nederlanders die iets hebben met Molukse cultuur

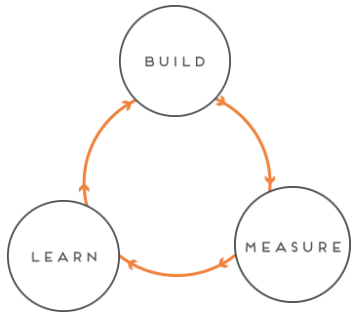
Via webshop en aan restaurants

BAG 1000 €4.50

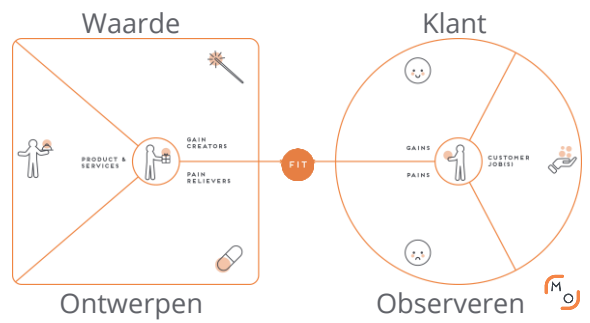
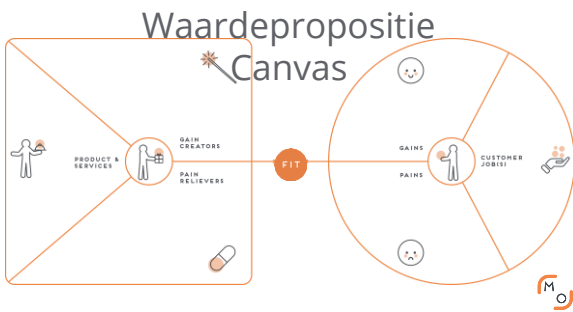
BOX 1KG €40.00



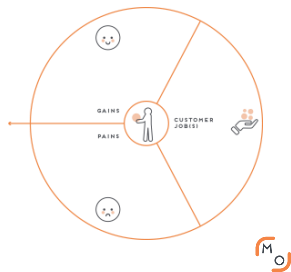
- Eerst zonder, daarna met alcohol
- Veel smaken getest
- Product te duur voor drankenhandel
- B2C via website
- Verkoop op feesten en partijen
- Vaten op festivals, eigen verkoop



Je hebt **aannames** over je **klant**



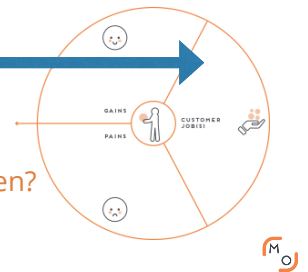
De **klant**



Jobs

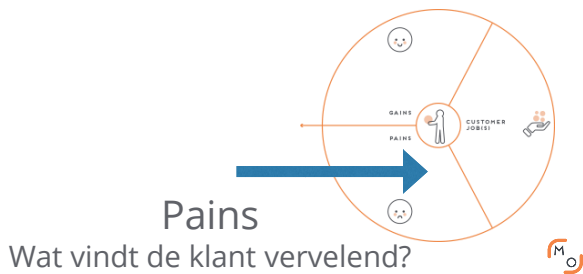


Wat de klant voor elkaar wil krijgen?

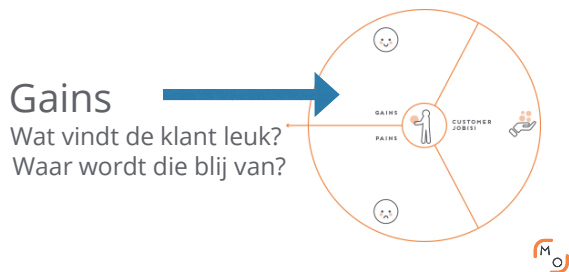


Customer jobs - the Jobs to be done Wat wil de klant bereiken?

- Restaurant
kwaliteit, sfeer, goedkoop, snelheid, exotische keuken
- Sportschool
zweeten/ sporten, spieren, uiterlijk, gezondheid
- Boormachine
iets ophangen, stevigheid, gezelligheid

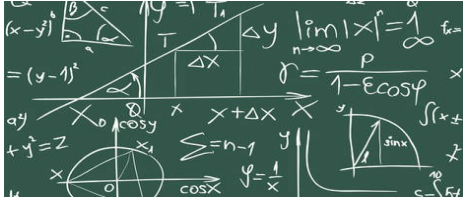


- ### Pains
- Wat vindt de klant vervelend?
- Slecht resultaat**
het werkt niet
het ziet er niet uit
 - Obstakels**
het kost tijd, geld
moeite
 - Risico's**
kans op verlies
kans op defect



- ### Gains
- Wat vindt de klant leuk?
Waar wordt die blij van?
- Gewenst, niet noodzakelijk extra's**
mooi ontwerp
service
 - Onverwacht verrassingen**

Geen wiskunde



BIOSCOOP
 Gain: snel naar binnen
 Pain: in de rij staan
Wachttijd

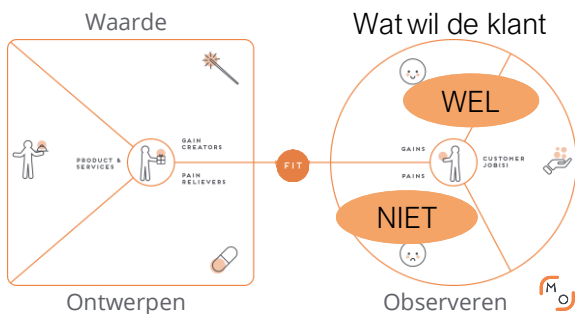


Eerste **Onderzoek:**
 je klant **observeren** en
 interviewen



Waardepropositie Canvas - Klantprofiel

= Observeren

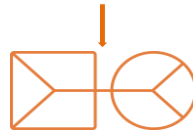


Dus **ALTIJD**
 eerst
 je klanten
onderzoeken!



Daarna pas je product ontwerpen

Dit is je gereedschap



je gezond
verstand



waardepropositiecanvas



[doelgroep]

fietsende vrouwen
met een rok aan

[taak]

ook bij harde wind
kunnen fietsen met
een rok aan

[probleem]

rok waait op

Dit zijn
de aannames



[doelgroep]

Er zijn genoeg
fietsende vrouwen
met een rok aan

[taak]

Ze willen ook bij
harde wind
kunnen fietsen met
een rok aan

Ze willen kunnen
dragen wat
ze willen

Ze willen 'fatsoenlijk'
gekleed fietsen

[probleem]

Je rok waait
omhoog

Je fietst bijna in
je blote kont

Je moet gaan
nadenken over
wat je aantrekt

Je rok vasthouden
is onveilig

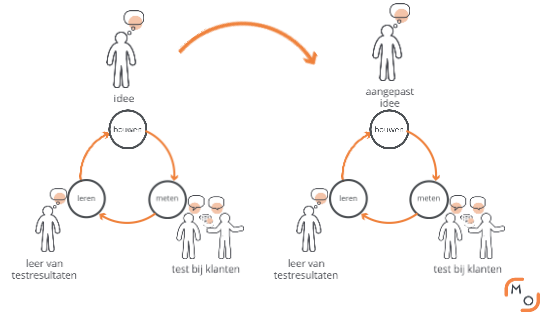
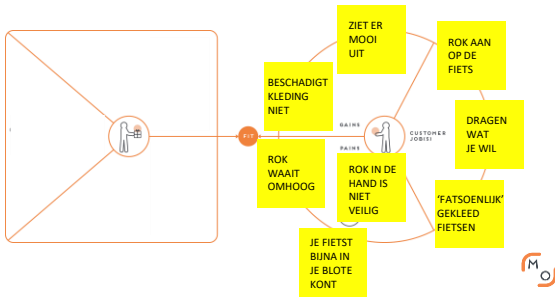


Schrijf de Jobs, Pains en Gains
van jouw (potentiële) klanten

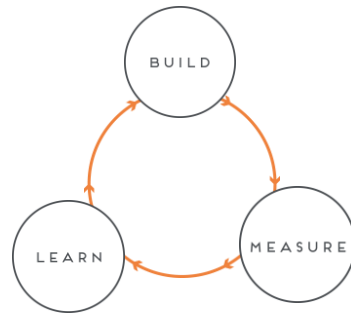
op geeltjes, veel geeltjes

Plak ze in het
Waardepropositiecanvas





dus: testen! = measure



Het Waardepropositiecanvas is een

ontwerptool

Het verandert met ieder nieuw inzicht



Praat
met klanten
Wat willen ze
wel en niet?



Bepaal je
gespreksonderwerpen

en je
vragen

En dan
naar buiten



Praat **niet** over je oplossing

Vindt u het een goed idee?

Ja!

Praat **niet** over de toekomst

Zou u het gaan gebruiken?

Natuurlijk!



Hoe **werkte** dat?

Wat zou **beter** kunnen?

Waar word je **blij** van?

Waar **baal** je van?



Hoe onderzoeken? Met open vragen!

Vraag wat mensen
in een situatie
doen of willen

en

LUISTER



Vertel eens over **de laatste keer** dat... (LUISTER)
Wanneer was dat? Hoe **vaak**? - OPEN VRAGEN -
 Wat ging **goed**? Waarom?
 Wat ging **slecht**? Waarom?
 Welke **probleem** kwam je daarbij tegen?
 Hoe heb je dat toen **opgelost**? Waarom zo?
 Wat zouden **alternatieven** kunnen zijn?
 Wat zou je in die situatie (nog) **wensen**?
 Wil je het goedkoper, sneller, makkelijker, groener,
 efficiënter, lekkerder, beter etc. etc.? (**concreet!**)
 Wat is echt **belangrijk**? Waarom? Een vraag **vergeten**?
Dan pas oplossing, product.
 Met wie kan ik **verder nog** praten?

Waar vind je
de **klant**?

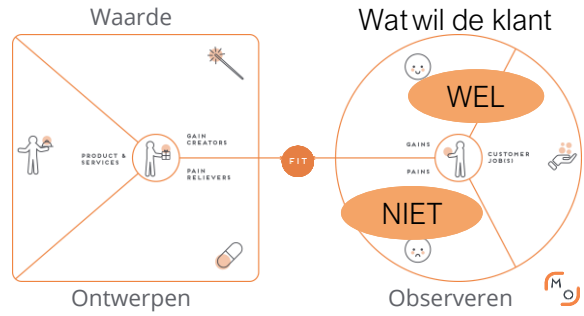


Waar zit
de (potentiële) **doelgroep**?

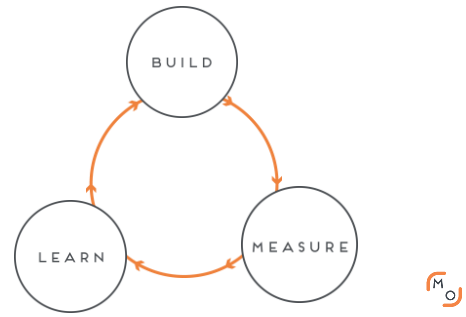
Bij Ikea	Bij AH
Op het station	Op de markt
Op de campus	In de kroeg
Op straat	Bij de buren
	Aan de telefoon



Op **fora** Op **instructables**
 Op **etsy** Op **marktplaats**
 Op **pinterest** Op **youtube**
 Vakbladen Marktdeskundiger
 Brancheverenigenen



Cheating on your
 research
 is like
 cheating on
 packing your
 own parachute



GOOTB
 Get Out Of The Building
 Get ~~un~~comfortable

Pas op: Valkuil!



Praat niet
 (gelijk) over je idee

Vertel eens over **de laatste keer** dat... (LUISTER)

Wanneer was dat? Hoe **vaak**? - OPEN VRAGEN -

Wat ging **goed**? Waarom?

Wat ging **slecht**? Waarom?

Welke **probleem** kwam je daarbij tegen?

Hoe heb je dat toen **opgelost**? Waarom zo?

Wat zouden **alternatieven** kunnen zijn?

Wat zou je in die situatie (nog) **wensen**?

Wil je het goedkoper, sneller, makkelijker, groener, efficiënter, lekkerder, beter etc. etc.? (**concreet!**)

Wat is echt **belangrijk**? Waarom? Een vraag **vergeten**?

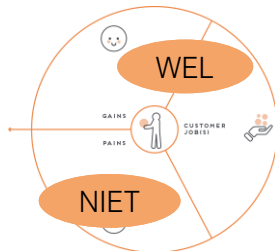
Dan pas oplossing, product.

Met wie kan ik **verder nog** praten?

Opdracht Klantgesprekken

1. Bepaal je belangrijkste doelgroep(en).
2. Bedenk zoveel mogelijk Jobs, Pains & Gains (**aannames**) van de doelgroep(en) op geeltjes. (Dus: Wat willen klanten **wel** en **niet**?) Plaats ze in een **Waardepropositiecanvas** (**alleen rechterkant!!**)
3. Maak een **top 3** van aannames m.b.t. je klanten. Welke Jobs, Pains of Gains moet je onderzoeken?
4. Bepaal de **gespreksthema's** voor de klantgesprekken plus de **OPEN vragen**.
5. Daarna ga je **naar buiten!** Letterlijk en figuurlijk.

Wat wil de klant



Observeren/ interviewen

