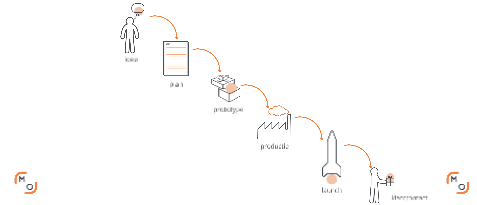


ONTWERP JE WAARDEPROPOSITIE  
Waardepropositie Canvas – Rechts: Klantprofiel  
&  
GOOTB

Zo werkt  
een **traditionele**  
StartUp



Dat is  
**riskant**

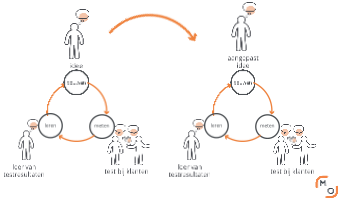


Een **startup** is  
gebaseerd op  
**aannames**

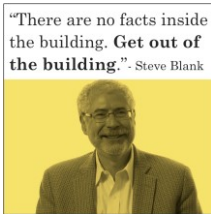
Die **aannames**  
moet je  
snel **testen**



Zo werkt  
een **huidige**  
StartUp



Dat is véééééél  
beter



GOOTB  
Get Out Of The Building  
Get uncomfortable



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



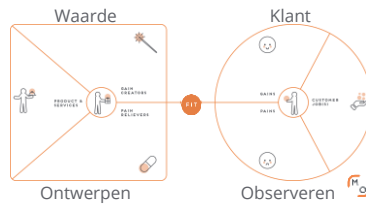
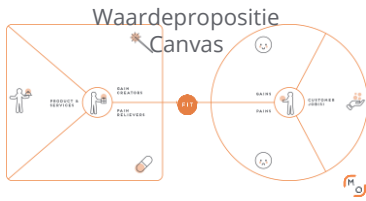
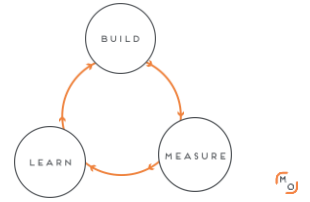
- Culturen
- Authenticiteit
- Verhalen

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





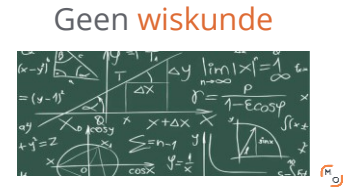
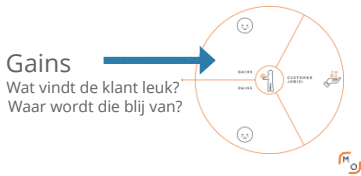
- Eerst zonder, daarna met alcohol
- Veel smaken getest
- Product te duur voor drankenhandel
- B2C via website
- Verkoop op feesten en partijen
- Vaten op festivals, eigen verkoop



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

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





Customer jobs - Of Gains?

Dat kan per klant verschillen.

Restaurant

kwaliteit, sfeer, goedkoop, snelheid, exotische keuken

Sportschool

zweten/ sporten, spieren, uiterlijk, gezondheid

**BIOSCOOP**

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

**Andere** klanten,  
**andere** jobs, pains en  
gains

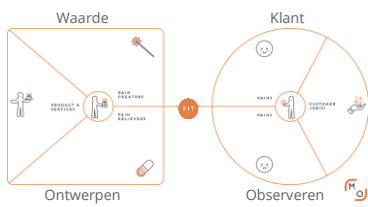
Zelfde klant,  
andere jobs



Job: ik wil OK eten  
Gain: het eten is top



Job: ik wil top eten \*  
Pain: het eten is OK  
Kwaliteit



Eerste Onderzoek:  
je klant observeren en  
interviewen



Dus ALTIJD  
eerst  
je klanten  
onderzoeken!



Wat willen klanten precies?  
Wel en Niet.



Daarna pas  
je product  
ontwerpen



Dit is je gereedschap



[doelgroep] fietsende vrouwen met een rok aan

[taak] ook bij harde wind kunnen fietsen met een rok aan

[probleem] rok waait op

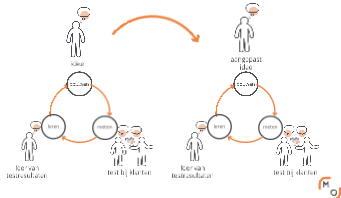
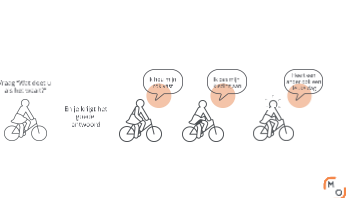
Dit zijn de aannames



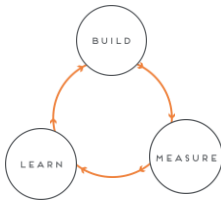
Schrijf de Jobs, Pains en Gains van jouw (potentiële) klanten

op geeltjes, veel geeltjes

Plak ze in het Waardepropositiecanvas



dus: measure = testen/ onderzoeken



Het Waardepropositiecanvas is een

**ontwerptool**

Het verandert met ieder nieuw inzicht



Praat  
Wat willen klanten  
**wel en niet**  
precies?



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?



Wees **concreet!**

Wat is duur, makkelijk, mooi,  
lang, snel, flexibel, duurzaam,  
makkelijk, speciaal?



## Hoe onderzoeken? Met open vragen!



### THE MOM TEST

How to talk to customers and learn if your business is a good idea when everyone is lying to you.

Rob Fitzpatrick



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?

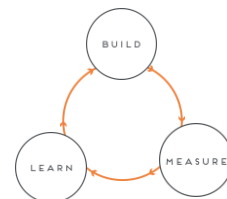
Waar zit  
de (potentiële) doelgroep?



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



Op fora      Op instructables  
Op etsy      Op marktplaats  
Op pinterest      Op youtube  
Vakbladen      Marktdeskundiger  
Branchevereniging





# GOOTB Get Out Of The Building

Get ~~un~~comfortable

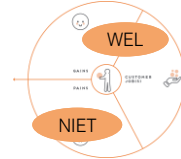


Pas op: Valkuul!

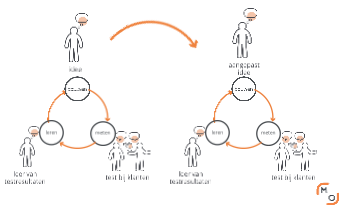


Praat niet  
(gelijk) over je idee

Wat wil de klant



Observeren/ interviewen



Itereren: herhalen  
Iteratie: herhaling

Pivotten: bijstellen, veranderen  
Pivots: bijstellingen, veranderingen



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

op **geeltjes**, veel **geeltjes**

Plak ze in het Waardepropositiecanvas

**ALLEEN RECHTERKANT!!**



## Opdracht WPC en (vervolg) 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. **Tweede** doelgroep? Maak nóg een Klantprofiel. (Kleurje?)
4. Maak een **top 3** van aannames m.b.t. je klanten. Welke Jobs, Pains of Gains moet je onderzoeken?
5. Bepaal de **gespreksthema's** voor de klantgesprekken plus de **OPEN vragen**.

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



Steve Blank