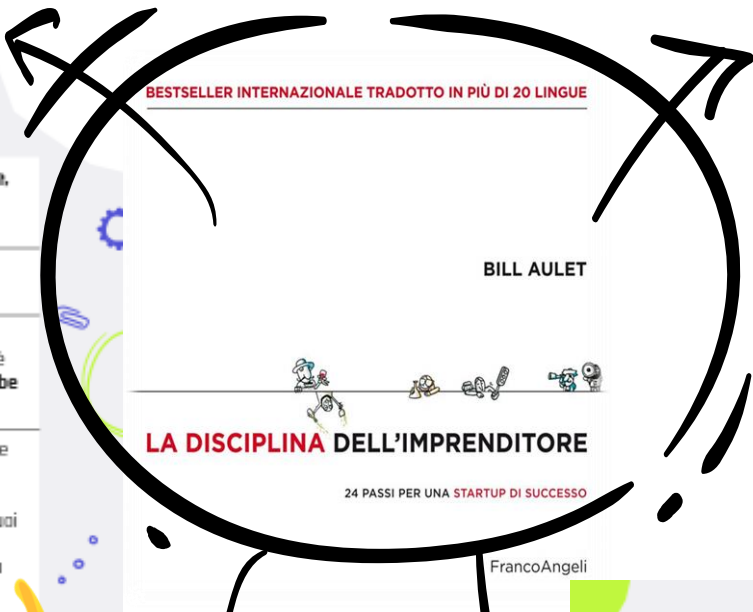


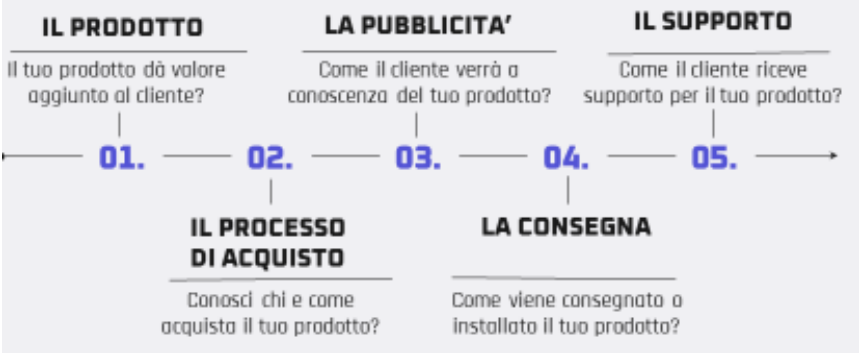
01. CHI E' IL TUO CLIENTE?

PROFILA LA PERSONA	Se avessi un solo individuo che rappresenta il mio cliente finale, chi sarebbe? Descrivi la sua storia, gli obiettivi, i suoi bisogni, i problemi
IDENTIFICA 10 POTENZIALI CLIENTI	Una volta fatto l'identikit del tuo cliente, identifica 10 persone fisiche che corrispondano al tuo identikit
TESTA IN MODO ECONOMICO LA TUA IDEA	Contatta i clienti tipo e verifica le tue ipotesi - Tieni un comportamento investigativo e non di difesa della tua idea, cioè ascolta veramente quella che il cliente ti dice - Verifica se sarebbe disposto a comprare
USA LA RICERCA DI MERCATO PRIMARIA PER CAPIRE IL TUO CLIENTE	Osserva direttamente i clienti come agiscono - Parla con i clienti e ascolta cosa ti dicono - Quale mansione migliora il tuo cliente grazie al tuo prodotto? - Qual è il vantaggio per il cliente? - Chi potrebbero essere gli early adapter? - Chi potrebbero essere i tuoi partner? - Quale potrebbe essere la dimensione del mercato totale? - Chi potrebbero essere i tuoi concorrenti? - Fai una lista dei potenziali mercati e sceglie uno

BESTSELLER INTERNAZIONALE TRADOTTO IN PIÙ DI 20 LINGUE



02. SEI OK PER IL TUO CLIENTE?



01. CHI E' IL TUO CLIENTE?

DIMENSIONI DEL MERCATO

Ci sarà un numero di clienti interessato ad acquistare il mio prodotto?

Un parametro per calcolare il valore di mercato è il **TAM (Total Addressable Market)**:

- Il valore del mercato disponibile è uguale al prodotto tra il totale dei clienti del tuo target (100%) e l'acquisto medio del cliente target.

UN BUON TAM DEVE VALERE TRA I 20 E I 100 MILIONI ANNUI



04. COME PROGETTARE IL TUO PRODOTTO?

DEFINISCI IL MINIMO PRODOTTO FUNZIONANTE VENDIBILE E PROVA A VENDERLO

LE 3 CONDIZIONI PER AVERE UN PRODOTTO MINIMO FUNZIONANTE VENDIBILE SONO:

- IL CLIENTE OTTIENE VALORE UTILIZZANDO IL TUO PRODOTTO.
- IL CLIENTE È DISPOSTO A PAGARE PER AVERE IL PRODOTTO.
- IL PRODOTTO È SUFFICIENTEMENTE SVILUPPATO PER CONSENTIRE AL CLIENTE DI DARTI ANCHE UN RISCONTRO CONTINUO CHE AIUTA A MIGLIORARLO IL PIÙ POSSIBILE.

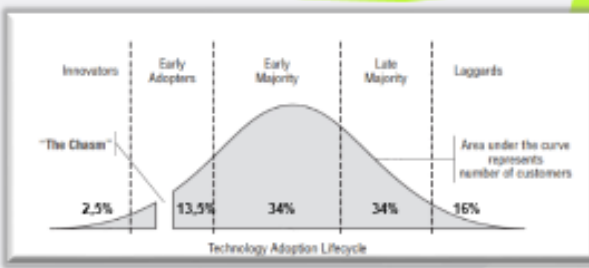
TIENI PRESENTE CHE IL TUO PRODOTTO DEVE ESSERE IL PIÙ SEMPLICE POSSIBILE, MA NON PIÙ SEMPLICE.

03. COME GUADAGNARE CON IL TUO PRODOTTO?

CON QUALE MODELLO DI BUSINESS REALIZZI IL TUO PROFITTO? LE 5 CATEGORIE DI CLIENTI

- I clienti sono disposti a pagare prezzi diversi a seconda del momento d'acquisto.
- Gli innovatori** della tecnologia: ultima novità.
 - Gli utilizzatori precoci**: hanno bisogno di molta attenzioni e alto servizio.
 - La maggioranza precoce** - i **pragmatici**: quelli che ti permettono di diventare una grande azienda e questi sono il tuo prezzo target.
 - La maggioranza ritardataria**: i conservatori.
 - I ritardatari scettici**: s'interessano al tuo prodotto quando tu avrai probabilmente venduto l'azienda.

RICORDA: dovresti puntare subito a conquistare gli innovatori e una parte degli utilizzatori precoci affinché il prodotto decolli.



VALORE DEL CLIENTE NEI PROSSIMI 5 ANNI	COSTO DI ACQUISIZIONE	COSTO DI MANTENIMENTO NEI PROSSIMI 5 ANNI	ALTRO	VALUTAZIONE DI CONVENIENZA