

مقدمة عن دراسة و استطلاع السوق لرواد الأعمال

تامر أحمد - خبير ريادة الأعمال

عن هذا الكورس

• يقدم هذا الكورس خطوات واضحة لكيفية التأكد من احتياج السوق للمنتج الذي تقدمه شركتك الناشئة

محتوى الكورس:

- السبب الرئيسي لفشل الشركات الناشئة
- كيف يمكن تطوير نموذج العمل بصورة مستمرة
- الخطوات الثلاثة من أجل التأكد من وجود سوق للمنتج أو الخدمة
- تفاصيل كل خطوة وما يجب فعله فيها
- مراجع أساسية

سنتعلم من هذا الكورس:

- تعديل خطة العمل بصورة مستمرة
- كيفية اجراء المقابلات مع العملاء الاوائل
- الخطوات التمهيديّة لمقابلة العملاء
- كيفية البحث عن المعلومات بعد المقابلة
- نقل المعلومات بصورة متوازنة لفريق العمل ومشاركتهم في الرأي

9/10

المنتجات
~~الشركات تفشل~~

66%

من الشركات تغير
خطتها بطريقة كلية

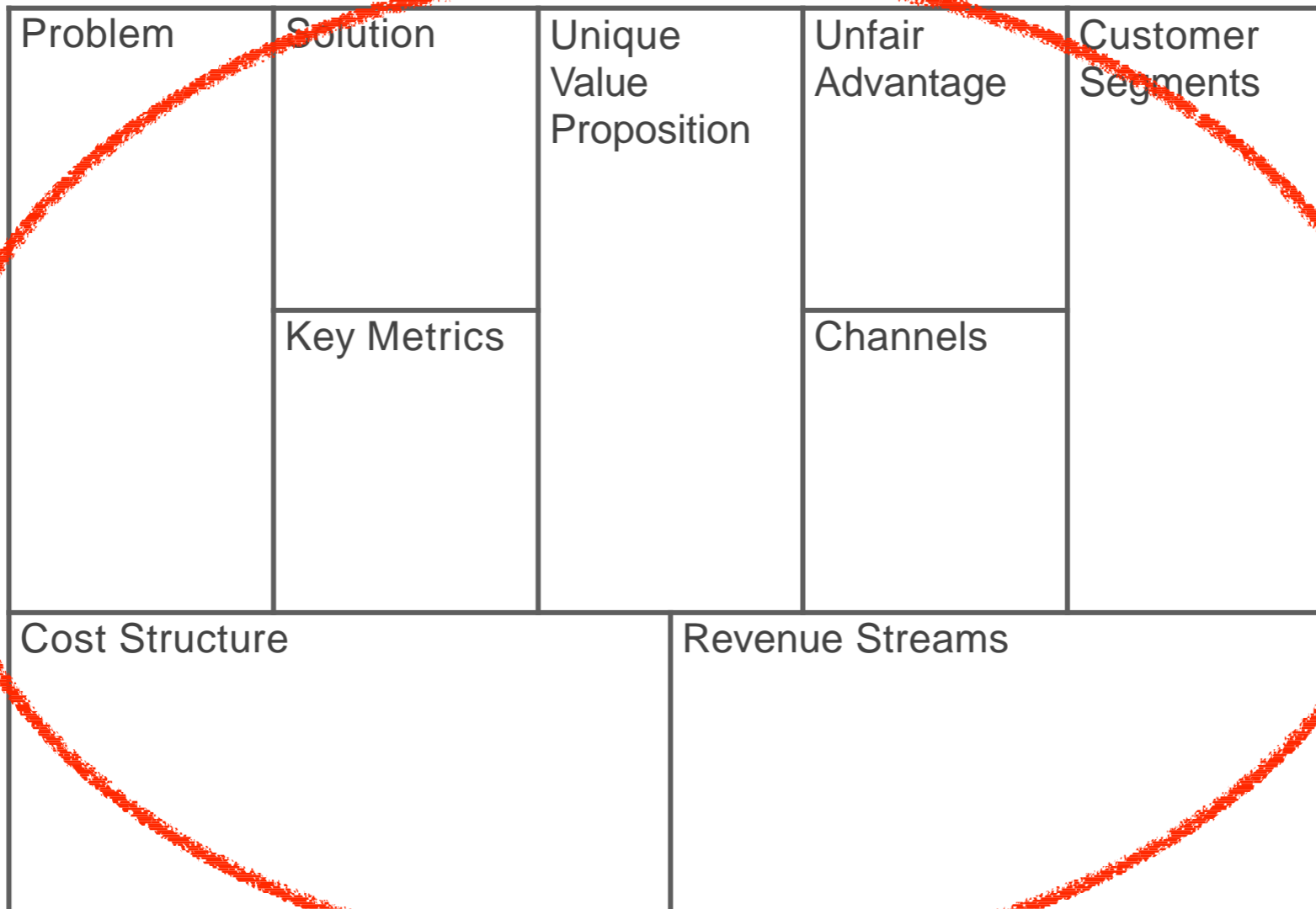


أنت لا تبحث عن خطة
أفضل ، أنت تبحث
عن خطة يمكنك أن
تعمل

1

منتجك الحقيقي كشركة ليس منتجك الذي تبنيه

Problem	Solution	Unique Value Proposition	Unfair Advantage	Customer Segments
	Key Metrics		Channels	
Cost Structure			Revenue Streams	

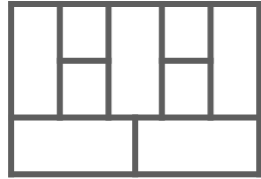
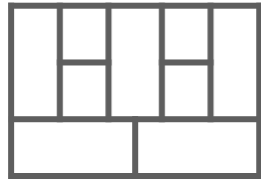
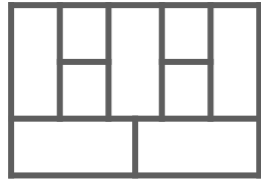
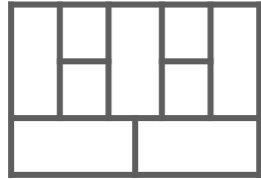
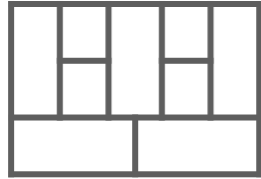


Problem	Solution	Unique Value Proposition	Unfair Advantage	Customer Segments
	Key Metrics		Channels	
Cost Structure			Revenue Streams	

2

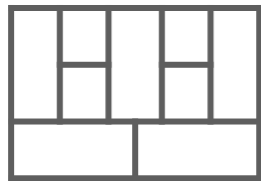
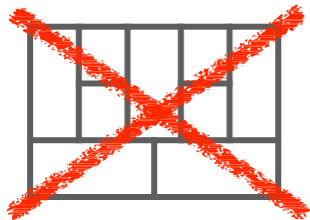
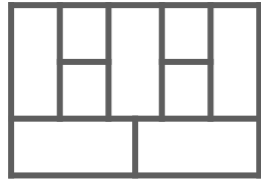
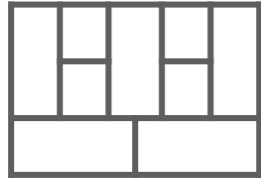
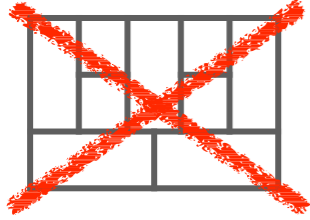
عليك وضع العديد من نماذج العمل ثم تحديد أولوية لبعضهم

عصف ذهني لتوليد العديد من نماذج العمل



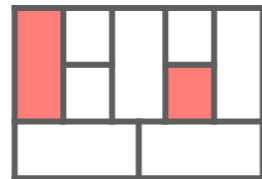
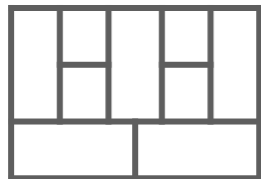
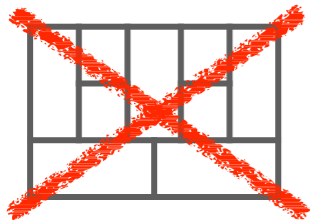
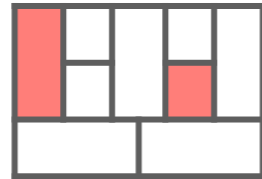
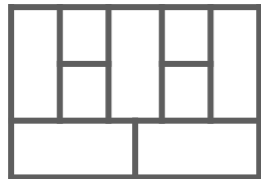
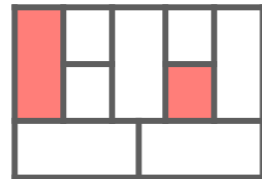
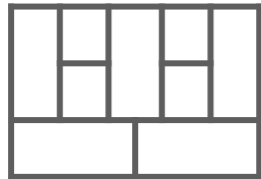
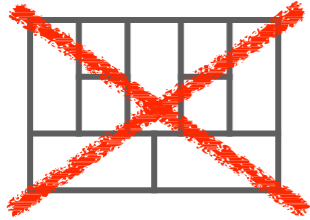
الزمن

حدد أولويات البداية



الزمن

حدد أكثر العناصر في المخاطرة كي تبدأ بأختبارها



الزمن

كيفية



أبدأ هنا

كمي



ثم قارن بالبيانات الكمية

القاعدة الأولى. - تجنب استطلاعات الرأي الأونلاين



نظام استكشاف العملاء

- التخطيط المسبق (قبل مغادرة مكتبك)
- المقابلات
- التحليل و الرؤية



التخطيط المسبق



- ابحاث عن ١٠٠ عميل
- استخدم السوشيل ميديا
- هل انت B2C or B2B
- لا تذهب لقمة المؤسسة
- اختار شخصيات من الإدارة الوسطى
- مقابلات شخصية
- هل ينبهرون بالحل الذي تقدمه ؟
- ما السؤال الذي توقعت ان تسمعه مني ولم أطرحة ؟

التخطيط المسبق

- مقابلات تجريبية
- تدرب على المقابلات
- مع شركائك
- مع أصدقائك و زملاؤك
- جرب من ٣-٥ مقابلات تدريبية



التخطيط المسبق



- لا تطلبها من شركة أو جهة أخرى
- هذه ليست مجموعات تركيز
- أفضل من يقوم بها هم المؤسسين

التخطيط المسبق

- عليك تصميم اختبارات مرور للافتراضات
- قارن بين افتراضاتك والنتائج التي ستحصل عليها
- التجارب تعطيك رؤية واضحة



استكشاف العملاء - خارج المكتب

• كن مشاكساً

• رواد الأعمال مشاكسون و مثابرون



استكشاف العملاء – خارج المكتب

- قابل العملاء في مكانهم المفضل
- استخدم لغة حوار مريحة وهادئة
- اجعل الحوار يسير بطريقة طبيعية
- توقع العديد من المفاجآت



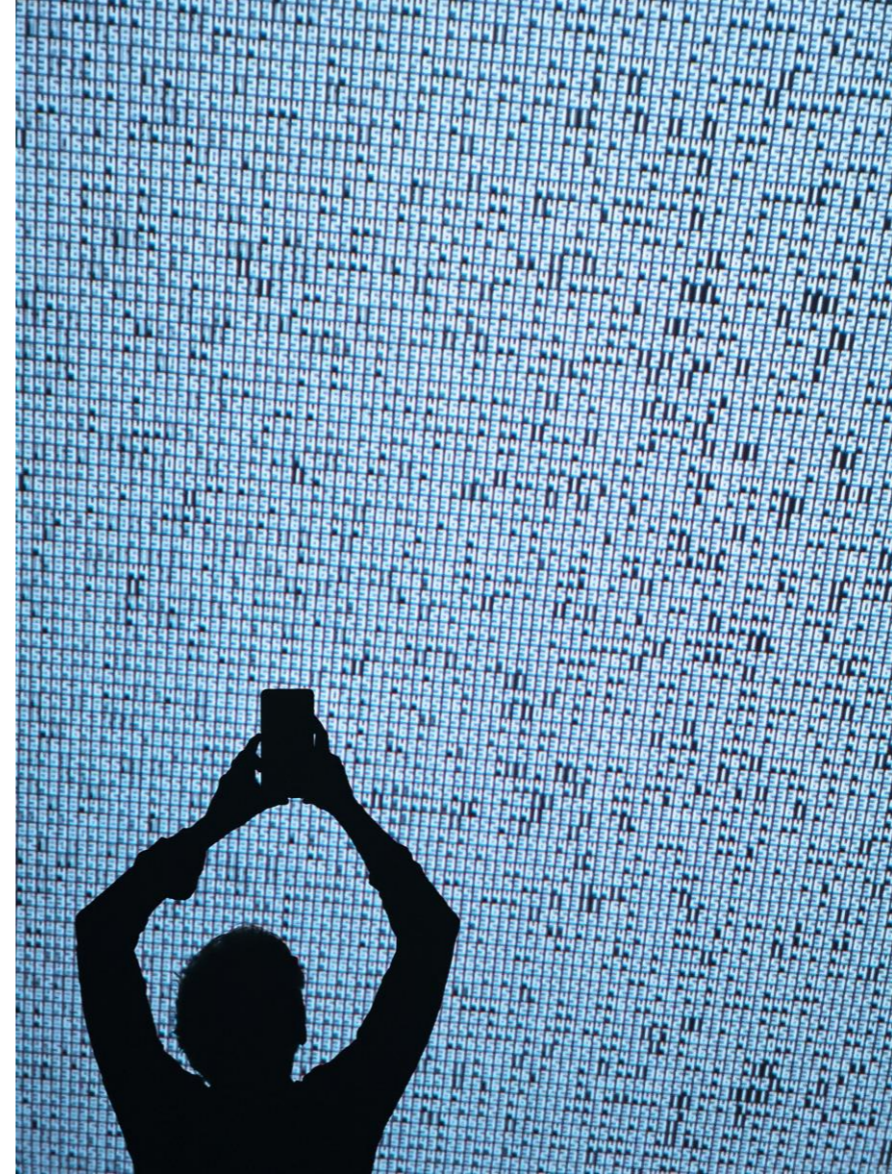
استكشاف العملاء – خارج المكتب

- هذه ليست جلسة ترويج أو بيع لمنتجك
- أنت فقط تختبر افتراضاتك
- استغل الفرصة
- حاول أن تعرف كل شيء عن السوق والمنافسة و المنافسين
- حاول أن تعرف هل انت في سوق جديد أو سوق موجود بالفعل ؟



استكشاف العملاء - خارج المكتب

- أبحث عن معنى للبيانات
- المفاجآت قد تقودك لافتراضات جديدة
- الرؤية الواضحة تحتاج للكثير من المقابلات (١٠٠)
- يمكنك إنهاء المقابلات عندما تجد المعلومات متكررة و متسقة بشكل واضح



استكشاف العملاء - خارج المكتب

- لا تستنفذ في التفاصيل التقنية ، هذه ليست جلسة نقاشات فنية
- أستمع جيداً لكل مايقوله العميل



استكشاف العملاء - عودة للمكتب تحليل و تنظيم البيانات



- عملاؤك الأوائل
- يعرفون المشكلة
- عندهم أفكار رائعة
- يعطونك آراء واضحة
- أول من يجرب المنتج أو الخدمة
- سيقومون بنشر الكلمة

استكشاف العملاء - عودة للمكتب تحليل و تنظيم البيانات

- لا تعامل كل معلومة على انها محرك للتغيير
- قم بفلتر المعلومات جيداً
- أكتب ما اكتشفته أولاً بأول
- شارك ما وجدته مع فريقك
- كن متفتحاً للأفكار التي ستأتي من فريقك
- حافظ على التواصل مع العملاء و فريقك



Reading



RUNNING **LEAN**
Ash Maurya



THE LEAN STARTUP
Eric Ries

Thank You

Tamer Ahmed

