

МЕТОДОЛОГИЯ СОЗДАНИЯ ПРОДУКТОВ И СТАРТАПОВ:

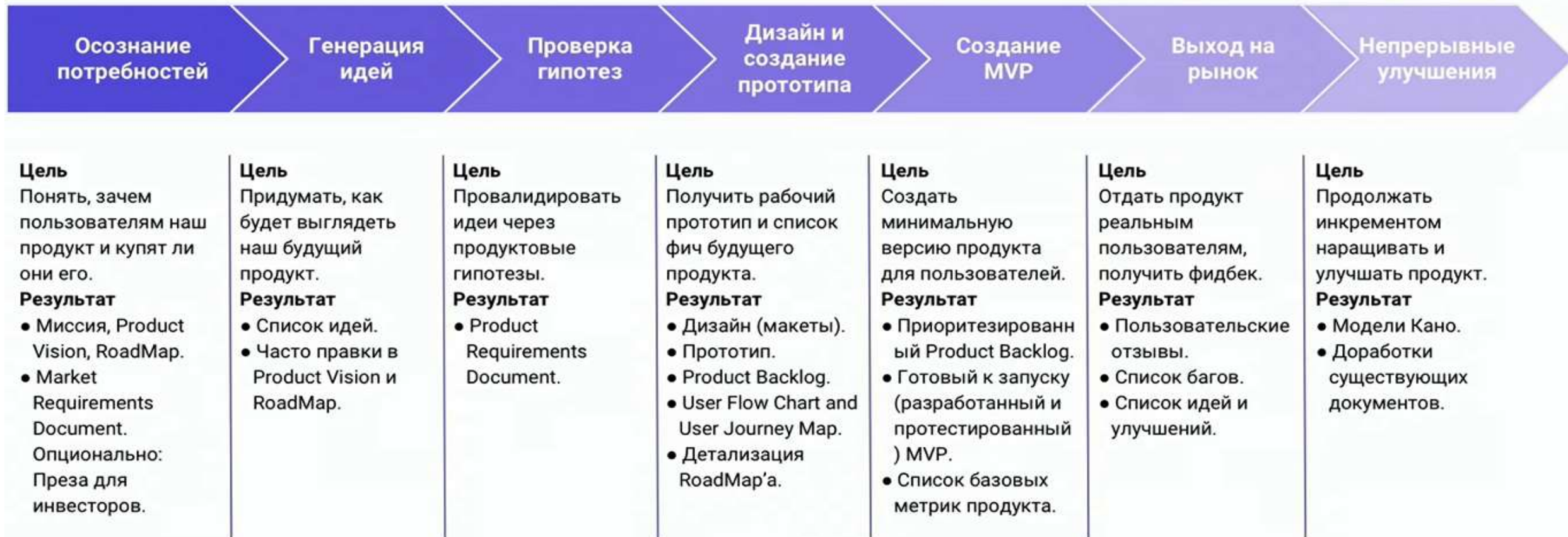
Customer Development,
Бизнес-моделирование,
Ценностное предложение для клиента

ВАСИЛЬЕВА НАТАЛЬЯ

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ИННОВАТИКА,
ДОЦЕНТ КАФЕДРЫ МЕНЕДЖМЕНТА И БИЗНЕСА



Базовые этапы создания продукта



БАЗОВЫЕ ЭТАПЫ СОЗДАНИЯ ПРОДУКТА



Mars

2004 год - инвестиции в создание бизнеса составили \$10 млн

2006 год - предполагаемая доля рынка на рынке жидких супов 90%, прирост – 20% в год

2009 год - бренд так и не смог перешагнуть локальный потребительский барьер

Что за барьер?

Цель
Понять, зачем
пользователям наш
продукт и купят ли
они его.

Осознание
потребностей

Генерация
идей

Проверка
гипотез

Дизайн и
создание
прототипа

Создание
MVP

Выход на
рынок

Непрерывное
улучшение

Цель
Понять, зачем
пользователям наш
продукт и купят ли
они его.

Осознание
потребностей

ОСНОВНЫЕ ИДЕИ ЭРИКА РИСА

- Предпринимательство, как и запуск нового продукта или услуги, имеет свой процесс. Вы можете научиться этому
- Цель компании – понять, что нужно производить как можно быстрее то, что люди хотят и за что будут платить
- Клиенты не выражают нам своих желаний. Своими действиями или бездействием они раскрывают истину
- Вы должны проверить и подтвердить свою гипотезу ценности и роста, используя цикл обратной связи “Построить – измерить – изучить”
- Используйте MVP для быстрого прохождения цикла обратной связи Build-Measure-Learn
- Поворачивайте столько раз, сколько потребуется, пока не закончатся средства

Генерация
идей

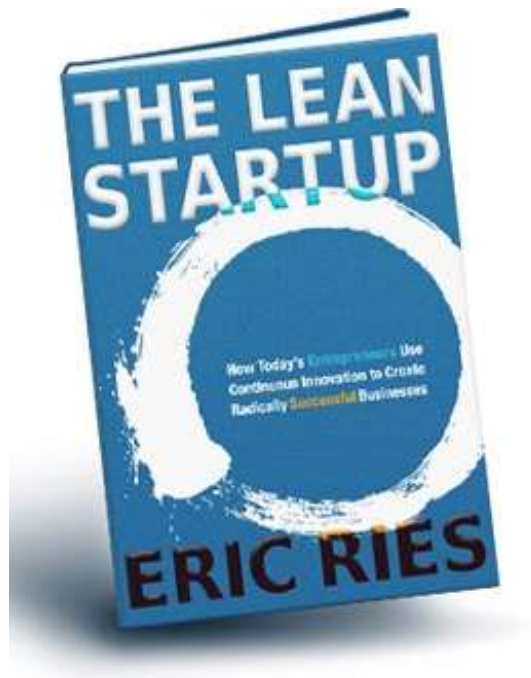
Проверка
гипотез

Дизайн и
создание
прототипа

Создание
MVP

Выход на
рынок

Непрерывное
улучшение



Цель
Понять, зачем
пользователям наш
продукт и купят ли
они его.

Осознание
потребностей

Генерация
идей

Проверка
гипотез

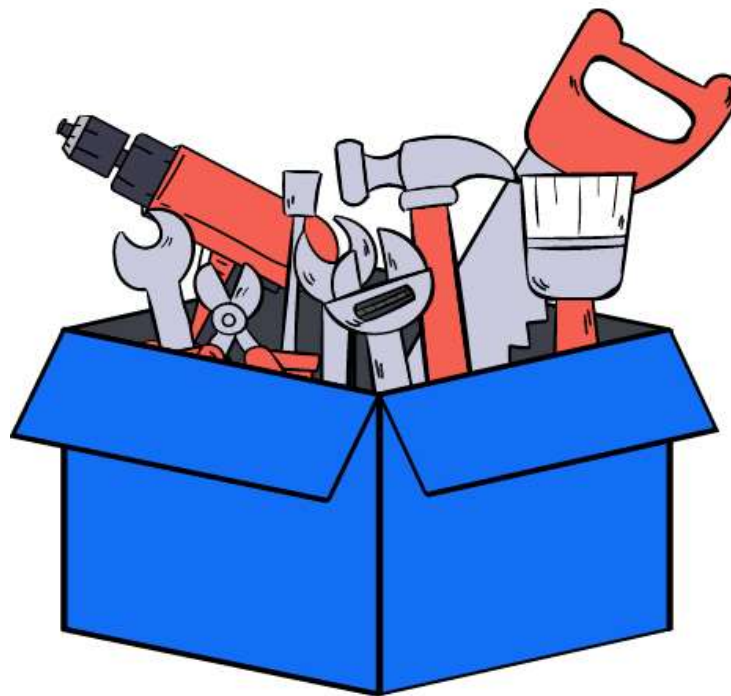
Дизайн и
создание
прототипа

Создание
MVP

Выход на
рынок

Непрерывное
улучшение

ФРЕЙМВОРК ОТ ЭРИКА РИСА



фреймворк

Фреймворк (англ. *framework* - каркас, структура) –
заготовка, готовая модель, общие правила



ФРЕЙМВОРК ОТ ЭРИКА РИСА

1. **ЗАЧЕМ** ПОТРЕБИТЕЛЮ НАШ ПРОДУКТ?
2. ЕСЛИ БЫ СЕЙЧАС СУЩЕСТВОВАЛ ТАКОЙ ПРОДУКТ, **КУПИЛИ БЫ** ЕГО ПОТРЕБИТЕЛИ (ВАЛИДАЦИЯ ИДЕИ) ?
3. КУПИЛИ БЫ ОНИ ЕГО ИМЕННО **У ВАС**?
4. ВЫ **СМОЖЕТЕ** ЕГО СДЕЛАТЬ?



БАЗОВЫЕ ЭТАПЫ СОЗДАНИЯ ПРОДУКТА

Цель
Понять, зачем
пользователям наш
продукт и купят ли
они его.

Осознание
потребностей

Генерация
идей

Проверка
гипотез

Дизайн и
создание
прототипа

Создание
MVP

Выход на
рынок

Непрерывное
улучшение

Вы создали правильный продукт



Вы создали продукт правильно

•**Валидация** – продукт соответствует ожиданиям и потребностям потребителей

•**Верификация** – продукт соответствует требованиям и спецификациям

БАЗОВЫЕ ЭТАПЫ СОЗДАНИЯ ПРОДУКТА

Цель
Понять, зачем
пользователям наш
продукт и купят ли
они его.

Осознание
потребностей

Генерация
идей

Проверка
гипотез

Дизайн и
создание
прототипа

Создание
MVP

Выход на
рынок

Непрерывное
улучшение



vs.



gosuslugi

Проще, чем кажется



Потребность **надо создать**

Потребность **есть**

С какой потребностью вы будете работать?

БАЗОВЫЕ ЭТАПЫ СОЗДАНИЯ ПРОДУКТА



Цель
Придумать, как
будет выглядеть
наш будущий
продукт.

- Осознание потребностей
- Генерация идей
- Проверка гипотез
- Дизайн и создание прототипа
- Создание MVP
- Выход на рынок
- Непрерывное улучшение

Как вы бы хотели, чтобы выглядел ваш продукт?

БАЗОВЫЕ ЭТАПЫ СОЗДАНИЯ ПРОДУКТА



Цель
Придумать, как
будет выглядеть
наш будущий
продукт.

Осознание
потребностей

Генерация
идей

Проверка
гипотез

Дизайн и
создание
прототипа

Создание
MVP

Выход на
рынок

Непрерывное
улучшение

Product Vision (англ. - видение продукта) - высокоуровневое описание того, какой должен быть конечный продукт и с какой целью он должен служить для своих пользователей



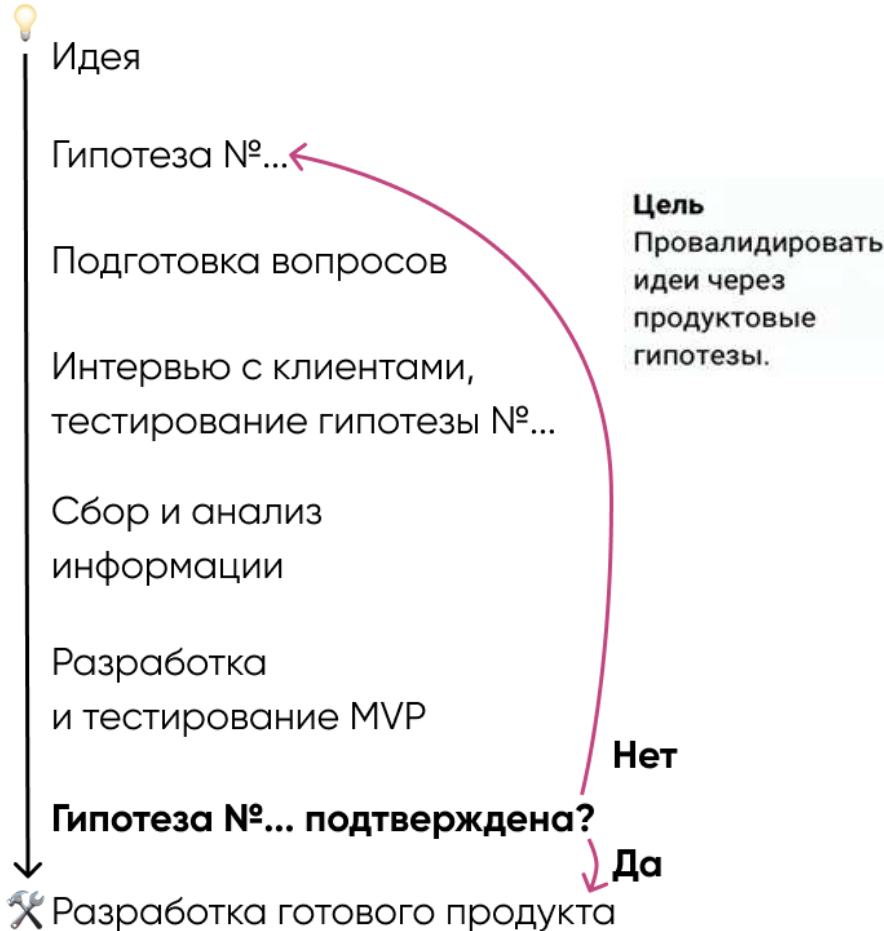
Цель
Провалидировать идеи через продуктовые гипотезы.

Осознание потребностей
Генерация идей
Проверка гипотез
Дизайн и создание прототипа
Создание MVP
Выход на рынок
Непрерывное улучшение

Сколько у вас есть реального времени на проверку гипотез?

БАЗОВЫЕ ЭТАПЫ СОЗДАНИЯ ПРОДУКТА

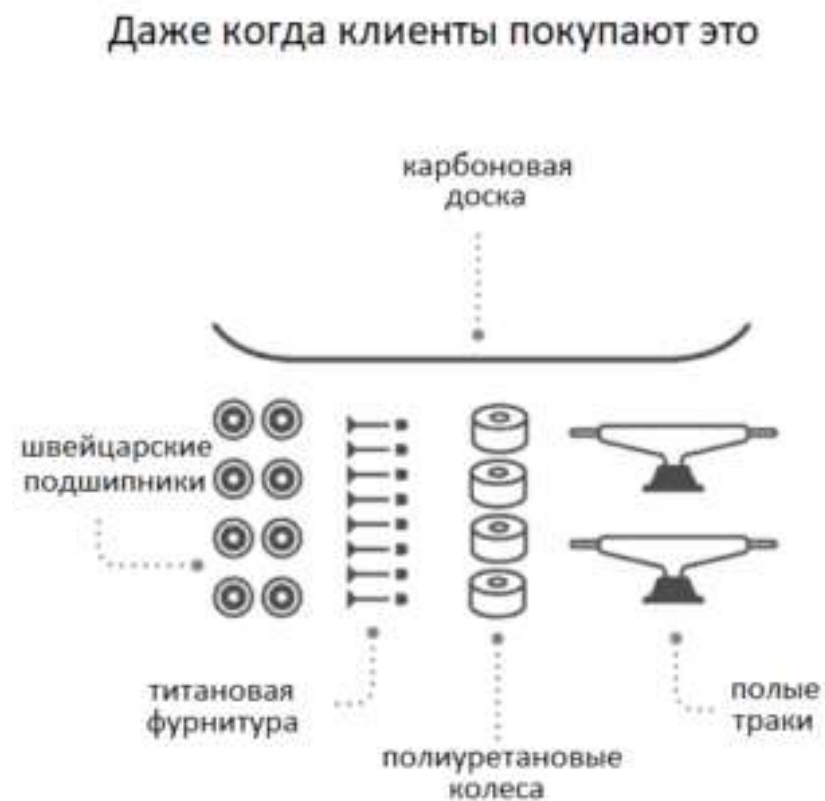
Customer Development
(касдев, кастдев) -
глубинные
пользовательские
интервью



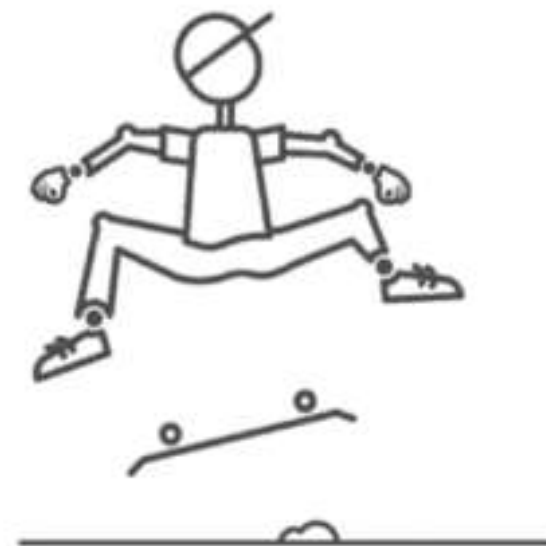
- Осознание потребностей
- Генерация идей
- Проверка гипотез
- Дизайн и создание прототипа
- Создание MVP
- Выход на рынок
- Непрерывное улучшение

Сколько у вас есть реального времени на проверку гипотез?

1. JTBD (Jobs to Be Done) — какую «работу» выполняет ваш продукт?



...они действительно хотят этого.



Цель
Провалидировать идеи через продуктовые гипотезы.

Осознание потребностей
Генерация идей
Проверка гипотез
Дизайн и создание прототипа
Создание MVP
Выход на рынок
Непрерывное улучшение

Сколько у вас есть реального времени на проверку гипотез?

Кейс 1: Производство кухонных комбайнов

Ваша задача: Понять, какие проблемы ваши клиенты решают, когда готовят еду, и как сделать так, чтобы ваш продукт справлялся с этими проблемами лучше остальных

- **Что хотят клиенты?** Упростить процесс приготовления пищи и сократить время, которое уходит на нарезку, смешивание или измельчение продуктов
- **Почему это важно?** Люди хотят больше времени уделять себе и семье, а не стоять на кухне с ножом и теркой
- **JTBD:** Клиент «нанимает» кухонный комбайн, чтобы упростить и ускорить процесс готовки. Он покупает возможность готовить вкусные и разнообразные блюда с минимальными усилиями и за короткий срок

Решение: Подумайте, какие функции облегчат процесс приготовления. Например, добавьте насадки для разных типов нарезки, измельчители и венчики для теста. Дополнительно можно разработать мобильное приложение, которое будет предлагать рецепты, контролировать процесс приготовления и давать подсказки

Цель
Провалидировать
идеи через
продуктовые
гипотезы.

Осознание
потребностей

Генерация
идей

Проверка
гипотез

Дизайн и
создание
прототипа

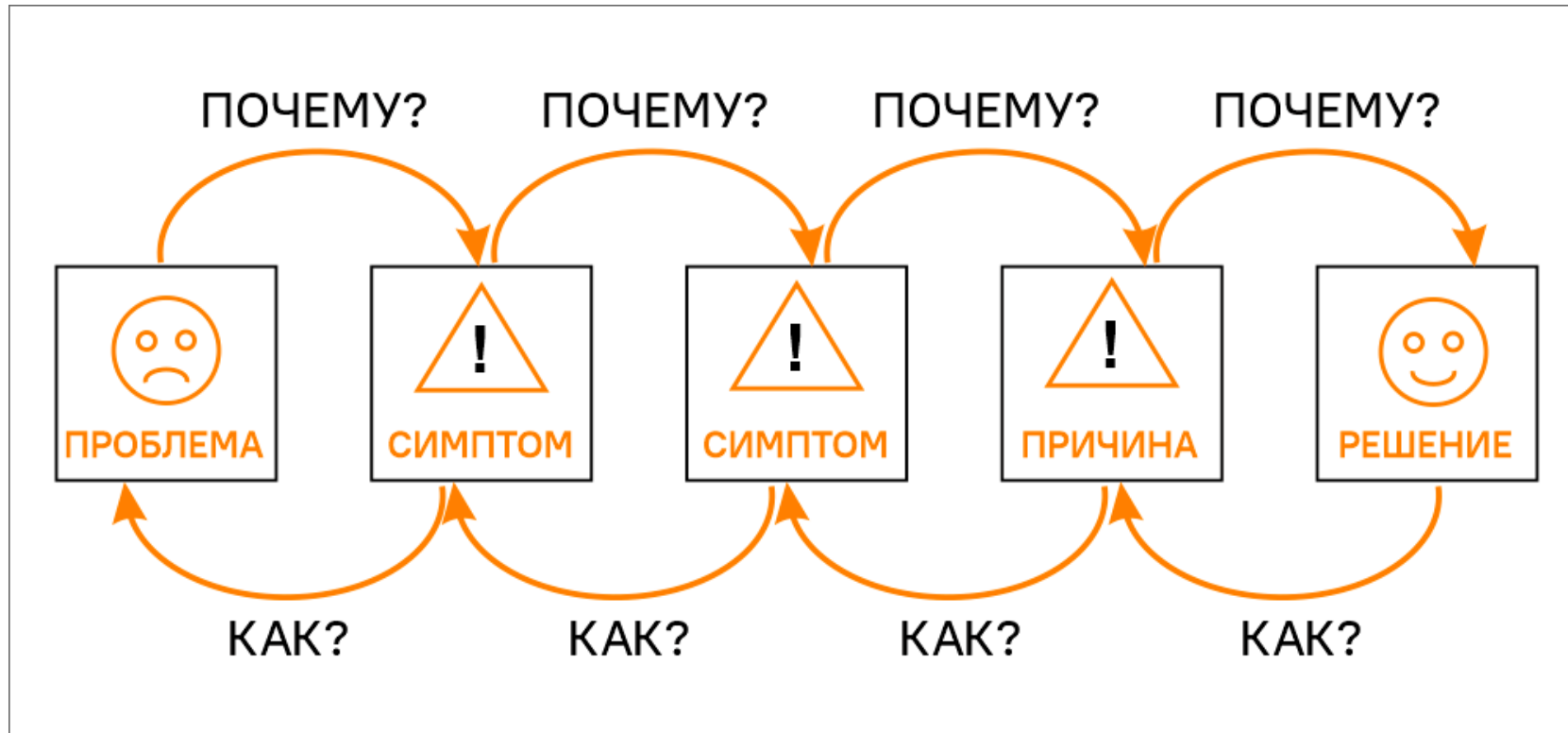
Создание
MVP

Выход на
рынок

Непрерывное
улучшение

Сколько у вас есть реального времени на проверку гипотез?

2. Метод 5 Почему — докопаться до сути проблемы



Цель
Провалидировать
идеи через
продуктовые
гипотезы.

Осознание
потребностей

Генерация
идей

Проверка
гипотез

Дизайн и
создание
прототипа

Создание
MVP

Выход на
рынок

Непрерывное
улучшение

Сколько у вас есть реального времени на проверку гипотез?

Кейс 2: Сервис для онлайн-заказа еды

ПРИМЕР ИНТЕРВЬЮ ПО МЕТОДУ «5 ПОЧЕМУ»:

- **Почему вы перестали использовать наше приложение для онлайн-заказа еды?** Клиент: «Сложно и долго оформлять заказ»
- **Почему сложно и долго?** Клиент: «Нужно выполнить много действий, чтобы добавить еду в корзину»
- **Почему много действий?** Клиент: «Мне нужно выбирать несколько опций для каждого блюда, например, размер, соус и количество»
- **Почему вам это неудобно?** Клиент: «Я не могу тратить много времени на заказ еды»
- **Почему вам важно экономить время?** Клиент: «Я часто заказываю еду на ходу. Мне нужно решать более важные задачи, чем выбор соуса»

РЕШЕНИЕ: добавить опцию «быстрого заказа», которая будет запоминать и сохранять предпочтения клиента

Цель
Провалидировать идеи через продуктовые гипотезы.

Осознание потребностей

Генерация идей

Проверка гипотез

Дизайн и создание прототипа

Создание MVP

Выход на рынок

Непрерывное улучшение

Сколько у вас есть реального времени на проверку гипотез?

3. Value Proposition Canvas — соответствие ценности продукта и потребностей клиента



Цель
Провалидировать идеи через продуктовые гипотезы.

- Осознание потребностей
- Генерация идей
- Проверка гипотез
- Дизайн и создание прототипа
- Создание MVP
- Выход на рынок
- Непрерывное улучшение

Сколько у вас есть реального времени на проверку гипотез?

3. Value Proposition Canvas — соответствие ценности продукта и потребностей клиента

Использование метода при подготовке к интервью:

Разделите вопросы на три ключевых блока:

- **Задачи:** чего клиент хочет достичь?
- **Боли:** что мешает ему добиться желаемого?
- **Выигрыши:** что сделает процесс легче или лучше?

Что делать с ответами?

Используйте полученные данные, чтобы сформировать ценности вашего продукта:

- Какие функции или услуги решают задачи клиента?
- Как продукт устраняет боли клиента?
- Где продукт не соответствует ожиданиям клиента?

КРИТЕРИИ, ПО КОТОРЫМ ВАШ ПРОДУКТ «НЕ ДОТЯГИВАЕТ» — ЭТО И ЕСТЬ ВАШИ ТОЧКИ РОСТА

Сколько у вас есть реального времени на проверку гипотез?

Цель
Провалидировать
идеи через
продуктовые
гипотезы.

Осознание
потребностей

Генерация
идей

Проверка
гипотез

Дизайн и
создание
прототипа

Создание
MVP

Выход на
рынок

Непрерывное
улучшение

Осознание потребностей
Генерация идей
Проверка гипотез
Дизайн и создание прототипа
Создание MVP
Выход на рынок
Непрерывное улучшение

Хороший опрос

Что спросить – чтобы понять, а не услышать «да»

Примеры хороших вопросов:

- Как вы сейчас решаете задачу?
- Что вызывает трудности?
- Какие решения уже пробовали?
- Что подтолкнуло бы вас к новому решению?

Избегайте:

- Нравится ли вам идея..?
- Вы бы купили..?



Цель
Провалидировать идеи через продуктовые гипотезы.

Хороший опрос

чек-лист

Хороший вопрос:

- Как вы сейчас решаете задачу сейчас?

Плохой вопрос:

- Вы бы купили наш продукт?

Сколько у вас есть реального времени на проверку гипотез?

Кейс 3: Фитнес-приложение для домашних тренировок

Ситуация: Команда разрабатывала приложение с видео-тренировками

Гипотеза: Люди 20-35 лет хотят заниматься дома, но им не хватает мотивации

Действия: Провели 30 проблемных интервью онлайн и 50 UX-тестов с прототипом

Что спрашивали:

Как вы организуете тренировки дома?

Что мешает регулярно заниматься?

Какие приложения вы пробовали? Что не понравилось?

Какие функции помогли бы не бросать тренировки?

Инсайт	Действие	Результат
70% хотят персонализацию (фитнес-приложение)	Добавить адаптивные планы	Удержание +20%

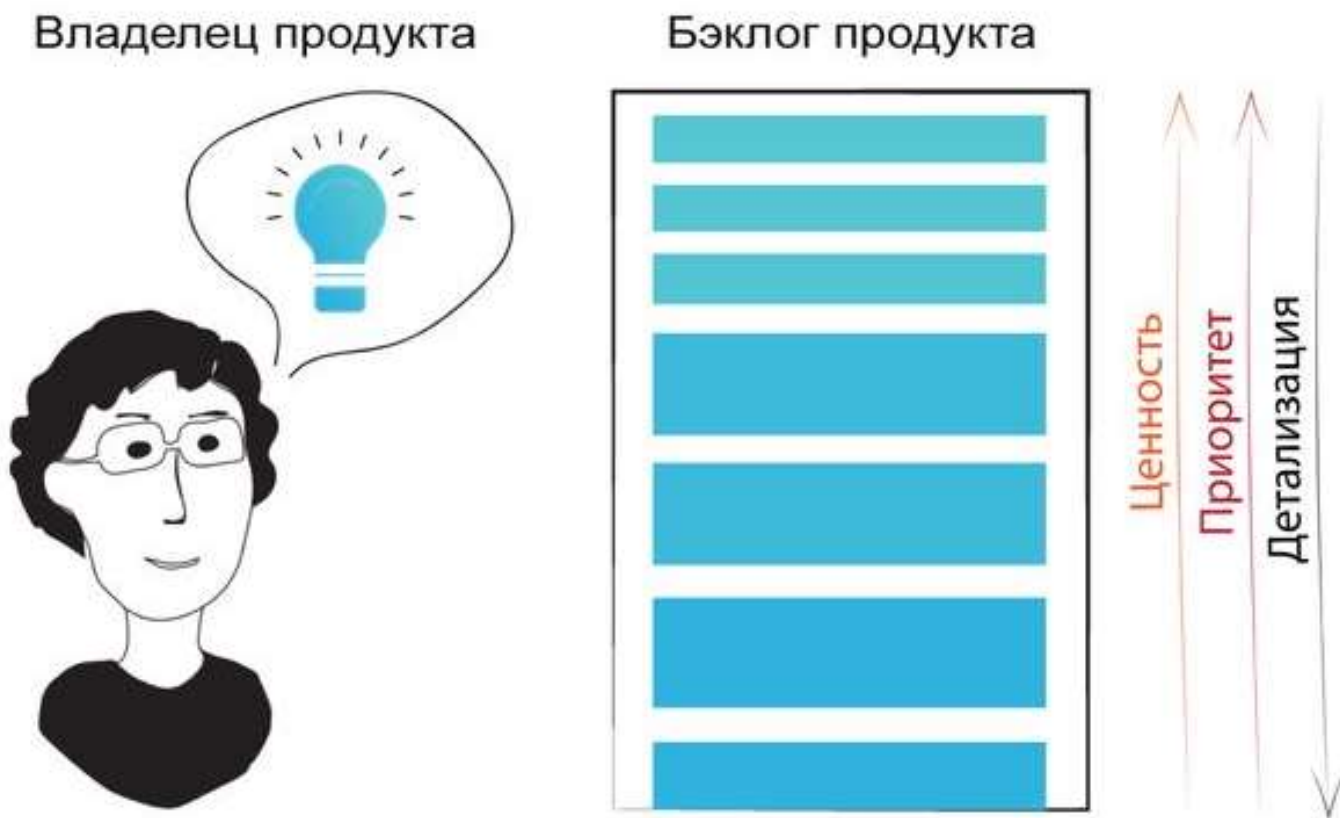
Результаты: 70% бросают тренировки из-за отсутствия прогресса, 60% хотят персонализированные планы.

Итог: Создали MVP с адаптивными планами и системой наград. Тестирование с 100 пользователями увеличило удержание на 20%. Слоган «Тренировки, которые втягивают» повысил кликабельность рекламы на 12%

Цель
Провалидировать идеи через продуктовые гипотезы.

Осознание потребностей
Генерация идей
Проверка гипотез
Дизайн и создание прототипа
Создание MVP
Выход на рынок
Непрерывное улучшение

Сколько у вас есть реального времени на проверку гипотез?



Цель
Получить рабочий прототип и список фич будущего продукта.

- Осознание потребностей
- Генерация идей
- Проверка гипотез
- Дизайн и создание прототипа**
- Создание MVP
- Выход на рынок
- Непрерывное улучшение

1. Цели создания продукта (фичи, feature)?
2. Как мы будем измерять результат?
3. User Story (пользовательские истории)?

БАЗОВЫЕ ЭТАПЫ СОЗДАНИЯ ПРОДУКТА



Цель
Создать
минимальную
версию продукта
для пользователей.

Осознание
потребностей

Генерация
идей

Проверка
гипотез

Дизайн и
создание
прототипа

Создание
MVP

Выход на
рынок

Непрерывное
улучшение

MVP – такая версия продукта, которая не идеальна, в которой может не быть каких-то фичей, но которую можно отдавать **РЕАЛЬНЫМ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯМ**, в **РЕАЛЬНЫЙ РЫНОК**

МЫ ВЫХОДИМ НА РЫНОК ОДИН РАЗ!!

Жизненный цикл пользователя



Цель
Отдать продукт реальным пользователям, получить фидбек.

Осознание потребностей

Генерация идей

Проверка гипотез

Дизайн и создание прототипа

Создание MVP

Выход на рынок

Непрерывное улучшение

Онбординг (англ. *onboarding* - адаптация) – процесс знакомства клиента с продуктом

МЫ ВЫХОДИМ НА РЫНОК ОДИН РАЗ!!



Фидбэк (англ. *feedback* - обратная связь) – ответная реакция, отклик человека или группы на какое-либо действие, событие, информацию и т. п.

Цель
Отдать продукт
реальным
пользователям,
получить фидбек.

Осознание
потребностей

Генерация
идей

Проверка
гипотез

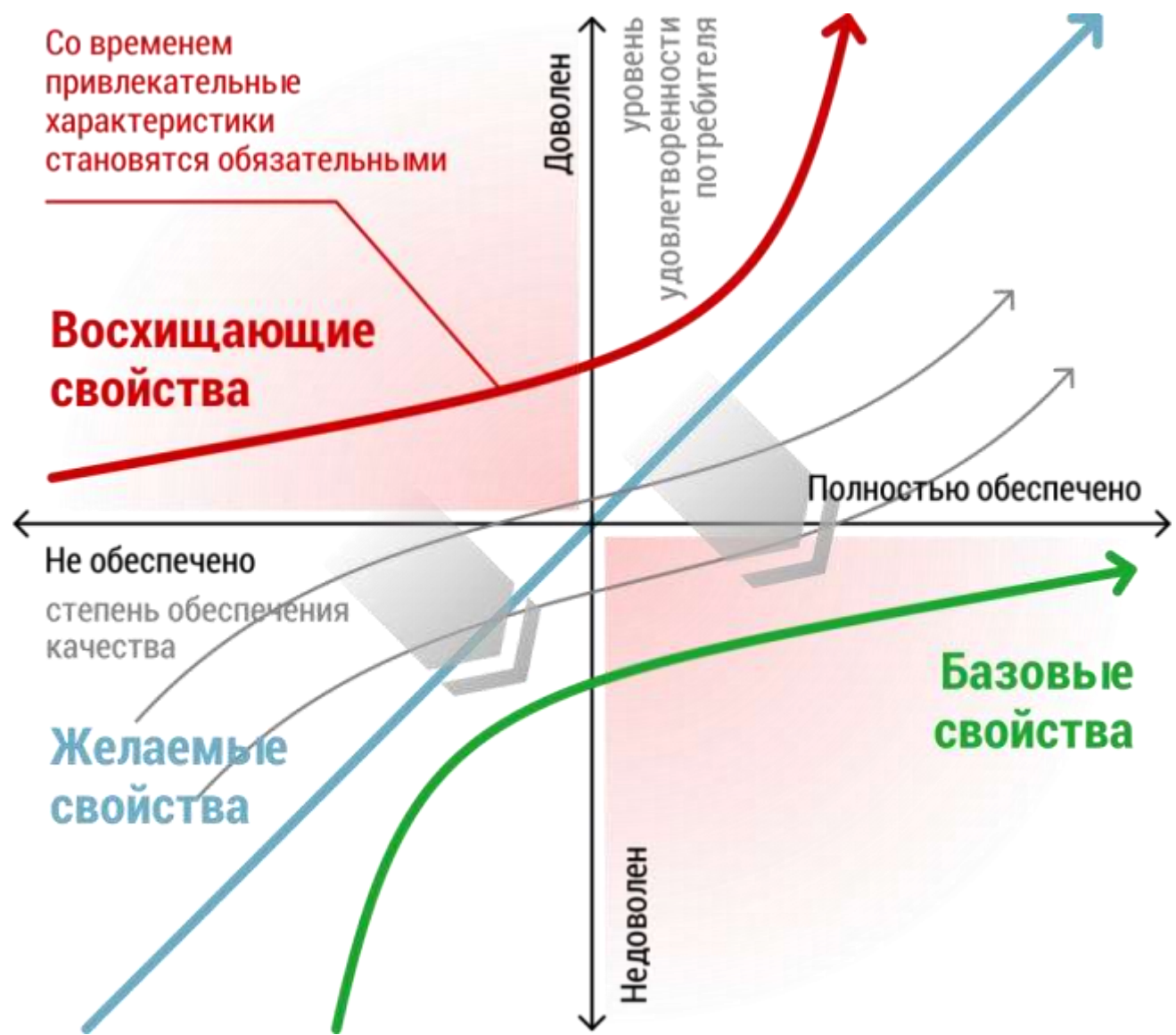
Дизайн и
создание
прототипа

Создание
MVP

Выход на
рынок

Непрерывное
улучшение

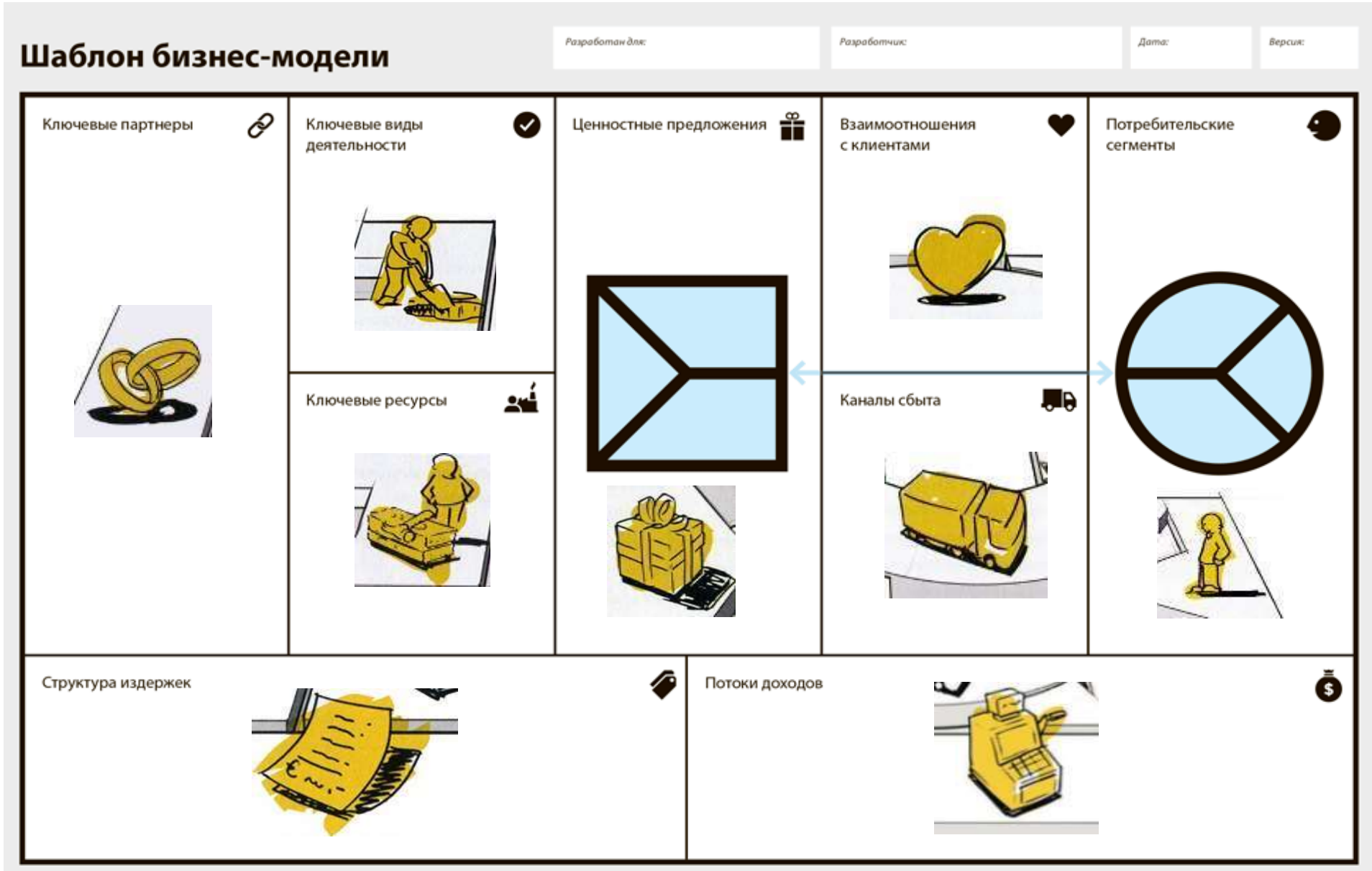
БАЗОВЫЕ ЭТАПЫ СОЗДАНИЯ ПРОДУКТА



Цель
Продолжать инкрементом наращивать и улучшать продукт.

- Осознание потребностей
- Генерация идей
- Проверка гипотез
- Дизайн и создание прототипа
- Создание MVP
- Выход на рынок
- Непрерывное улучшение

ИНСТРУМЕНТЫ РАЗРАБОТКИ ЦЕННОСТНОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ



- Осознание потребностей
- Генерация идей
- Проверка гипотез
- Дизайн и создание прототипа
- Создание MVP
- Выход на рынок
- Непрерывное улучшение

Value Proposition Canvas: шаблон ценностного предложения



КАРТА ЦЕННОСТИ



ПРОФИЛЬ КЛИЕНТА

Осознание
потребностей

Генерация
идей

Проверка
гипотез

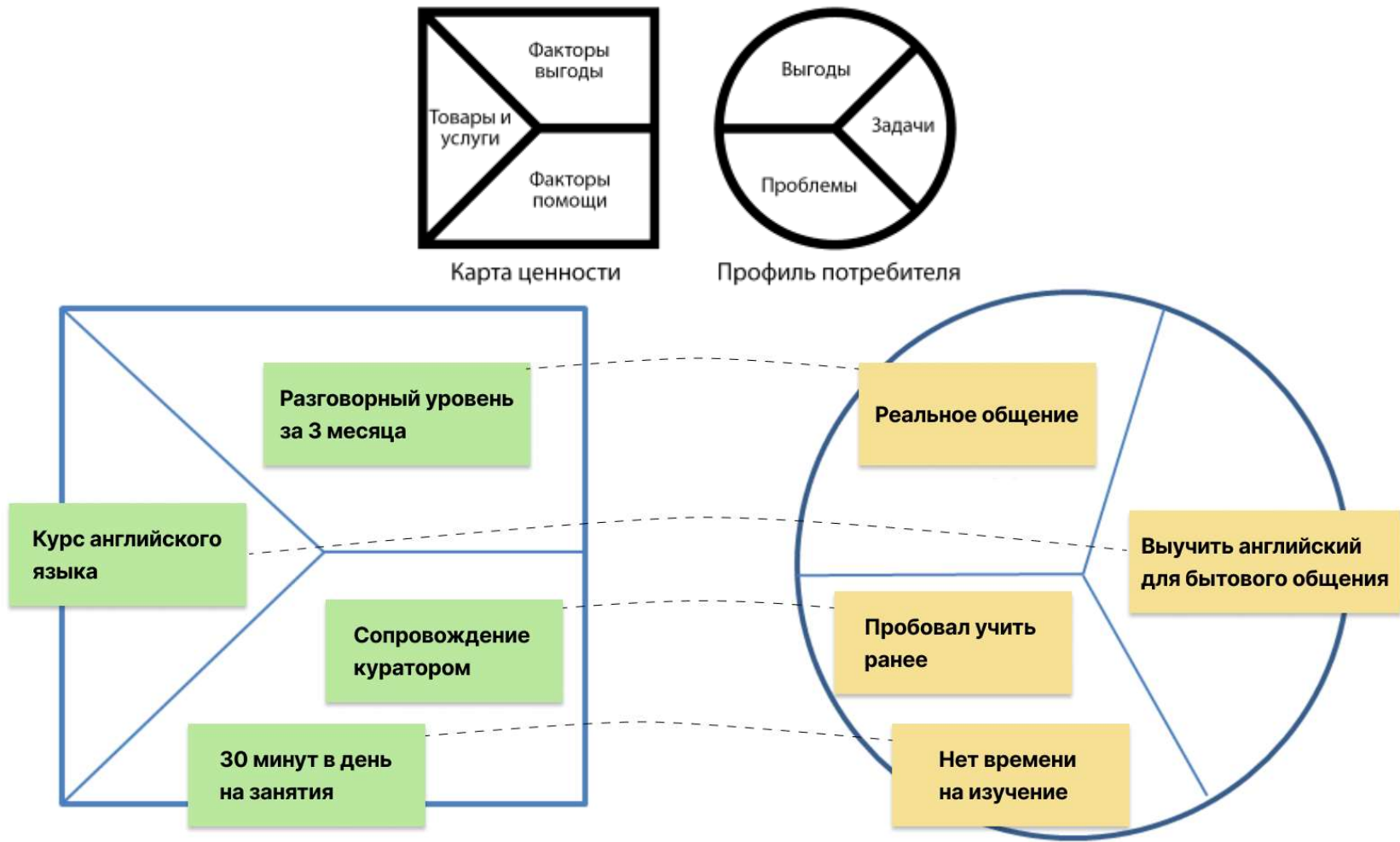
Дизайн и
создание
прототипа

Создание
MVP

Выход на
рынок

Непрерывное
улучшение

ИНСТРУМЕНТЫ РАЗРАБОТКИ ЦЕННОСТНОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ

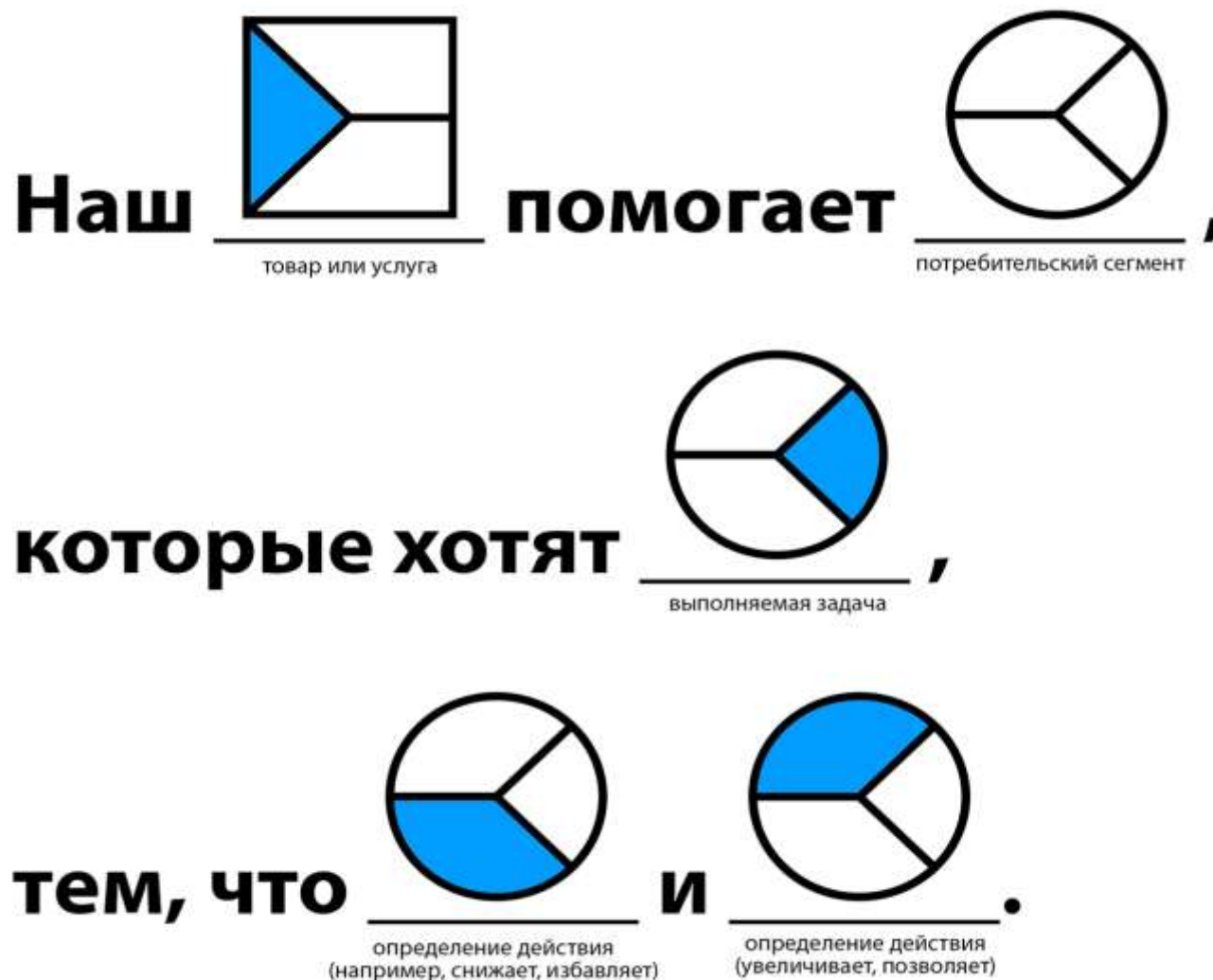


Ценностное предложение: Заговорите на английском языке с нуля всего за 3 месяца, занимаясь по 30 минут в день в сопровождении личного куратора

- Осознание потребностей
- Генерация идей
- Проверка гипотез
- Дизайн и создание прототипа
- Создание MVP
- Выход на рынок
- Непрерывное улучшение

ФОРМУЛА ЦЕННОСТНОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Ремарка. Ценностное предложение существует в двух видах и используется с двумя целями: 1) для создания нового продукта или доработки существующего, 2) для маркетинговой «упаковки».



Осознание
потребностей

Генерация
идей

Проверка
гипотез

Дизайн и
создание
прототипа

Создание
MVP

Выход на
рынок

Непрерывное
улучшение

ИНСТРУМЕНТЫ РАЗРАБОТКИ ЦЕННОСТНОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Карта ценностного предложения

Ценностное предложение

Продукт

Для кого
Потребитель

Когда
Ситуация потребителя

Что
Изменение для потребителя

Зачем
Результат для потребителя

Против кого
Ключевые конкуренты

Как
Дифференциация

Карта ценностного предложения

Позволяет связать и отобразить на одной странице ответы на главные вопросы, формирующие ценность продукта:

- Кто целевой потребитель и в чем заключаются его потребности?
- Как продукт может им помочь?
- За счет чего продукт делает это лучше или отличным от конкурентов способом?

Осознание потребностей

Генерация идей

Проверка гипотез

Дизайн и создание прототипа

Создание MVP

Выход на рынок

Непрерывное улучшение

Три главных вопроса

Карта ценностного предложения отвечает на три главных вопроса:

- 1 Кто наши клиенты?**
Какие свои задачи они хотят решить?
- 2 Как наш продукт помогает людям решать их задачи?**
- 3 Кто наши конкуренты?**
За счет чего наш продукт решает задачи людей лучше конкурентов?



Осознание потребностей

Генерация идей

Проверка гипотез

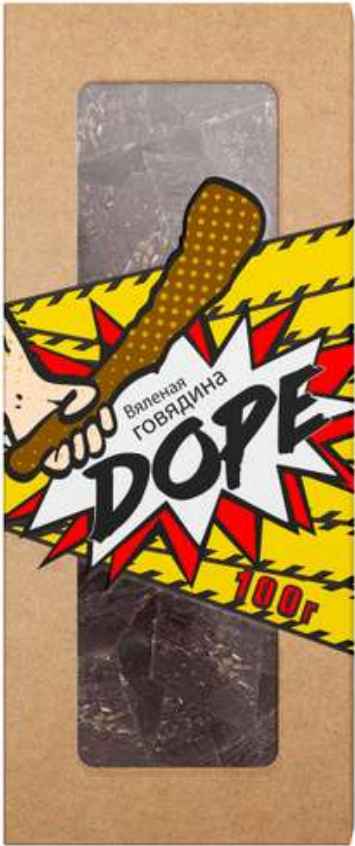
Дизайн и создание прототипа

Создание MVP

Выход на рынок

Непрерывное улучшение

Снэк Боксы DOPE



- набор перекусов
с ВЫСОКИМ
содержанием
белка, без муки и
сахара для тех, кто
следит за своим
питанием



Карта ценностного предложения

Снэк Бокс DOPE / v1.2 / 14.05.21 / разработал [имя]

Ценностное предложение

Перекус без вины: нормальная еда, подготовленная для длительного хранения и удобного потребления.

Продукт

Снэк Бокс DOPE - набор снэков: вяленое мясо (индейка, курица, говядина, крольчатина или оленина), вяленые томаты и льняные крекеры.

Для кого

Потребитель Для людей, которые следят за своим питанием

Когда

Ситуация потребителя Когда я не могу полноценно пообедать или поужинать

- потому что занят делом и не могу отвлечься
- нет доступа к нормальной еде (не могу приготовить, заказать или сходить в кафе)

Что

Объяснение для потребителя Хочу перекусить чем-то невредным

Зачем

Результат для потребителя Чтобы не испытывать чувство вины

Против кого

Конечные конкуренты Не ПП перекусов:

- быстрый сладкий снэк (сникерс и пр)
- чипсы, сухарики, соленый арахис
- бутерброд
- выпечка, печеньки, кексы, пряники
- мороженое

Как

Дифференциация Не вредно

- Не сладкое (на вкус; в том смысле, что не всем нравится перекусывать сладким)
- "На дольше" утоляет голод

- Осознание потребностей
- Генерация идей
- Проверка гипотез
- Дизайн и создание прототипа
- Создание MVP
- Выход на рынок
- Непрерывное улучшение

Каталог Инфо Подарочный набор

DOPE

Купить

Снэк Бокс DOPE — перекус без вины!



400
невредных
килокалорий



Мясо,
клетчатка,
медленные
углеводы



30-40 г
белка



Снэк Бокс
DOPE

Валериное мясо
Валериные томаты
Валериные хренеры
(без муки и сахара)

Копи дубины
и получай мясо
бесплатно

Осознание
потребностей

Генерация
идей

Проверка
гипотез

Дизайн и
создание
прототипа

Создание
MVP

Выход на
рынок

Непрерывное
улучшение

Ценностное предложение для деревянных лестниц

1

О компании

Каталог изделий

Цены

Портфолио

Оплата

Блог

Контакты

СЕНДЕГА | столярное производство

Поиск по сайту

ЗАКАЗАТЬ ЗВОНОК

+7(921)647-79-07

+7(812)252-19-77

Главная > Каталог > Лестницы

ЛЕСТНИЦЫ

Деревянные лестницы

Лестницы на металлическом каркасе

Отделка бетонных лестниц

Лестницы со стеклянными ограждениями

Перила и ограждения

В каталоге представлены примеры наших готовых работ и их стоимость. Каждую из представленных в каталоге лестниц можно сделать других размеров, из других материалов и окрасить в другой цвет.

Вы можете заказать у нас любое изделие, не ограничиваясь в выборе представленными вариантами. Мы производим лестницы по индивидуальному заказам: все детали изготавливаем на собственном производстве в Санкт-Петербурге.

- Осознание потребностей
- Генерация идей
- Проверка гипотез
- Дизайн и создание прототипа
- Создание MVP
- Выход на рынок
- Непрерывное улучшение

Ценностное предложение для деревянных лестниц

2

МОСКОВСКИЕ ЛЕСТНИЦЫ
Все лестницы в одном месте с 1997года

Готовые (275)

На заказ (131)

Деревянные (153)

Металлические (49)

Услуги

Виды лестницы

Деревянные (153)

Самые дешевые (100)

На металлокаркасе (49)

Модульные лестницы (42)

Элитные лестницы (9)

Лестницы на больцах (23)

Типы лестниц

Огромный шоу-рум по адресу:
Москва, Олимпийский пр., 16

Отправить проект zakaz@moslest.ru

Телефон в Москве:
7 (903) 567-55-44

Без выходных 9:00-20:00

Бесплатно по России:
7 903 567-55-44

Заказать звонок

Москва

В корзине
1 подарок
подробнее

Московские лестницы → Все лестницы → Лестницы для частного дома на второй этаж

Лестницы для частного дома на второй этаж

Лестница месяца

Успейте купить с выгодой!

Все товары месяца

Italia Mono2

Скидка 5%

Для проема: 1000 × 3000 мм
Высота: до 2800 мм
Осталось всего 1 шт
~~147 300 Р~~
139 900 Р

Подробнее

Свое производство

Профессиональная окраска

Нашли дешевле? Снизим цену

Доставка в регионы

Фирменная гарантия

АВТОПОДБОРЩИК ВАШЕЙ ЛЕСТНИЦЫ

17990 Р

426000 Р

Для проема

Высота

Производитель

Вперемешку

Показать 178 лестниц

ОБРАТНЫЙ ЗВОНОК

ВЫЗОВ ЗАМЕРЩИКА

ЗАБЕРИТЕ ПОДАРОК

- Осознание потребностей
- Генерация идей
- Проверка гипотез
- Дизайн и создание прототипа
- Создание MVP
- Выход на рынок
- Непрерывное улучшение

35

Ценностное предложение для деревянных лестниц

3

Закрыть

Все производители

Информация

Валюта

Корзина

Оформление заказа

ЛЕСТНИЦА

Все о лестницах и стремянках

КОНТАКТЫ

ИНФОРМАЦИЯ О ДОСТАВКЕ

+7 812 407 15 19

Заказать обратный звонок

0

КАТАЛОГ ТОВАРОВ

Закладки (0)

Поиск товара по каталогу

Все категории

Вход в интернет-магазин

Фильтр товаров

Цена:

1440

р.

336974

1 440

85 324

169 207

253 091

336 974

Применить

Производители:

ALBINI & FONTANOT

ATRIDIUM SYSTEM

DOLLE

ТАБ

Минка

ЛЕСЕНКА

Лестницы (межэтажные)

Межэтажные лестницы для дома

Выберите подкатегорию

ALBINI & FONTANOT

ALBINI&FONTANOT (Италия)

ATRIDIUM SYSTEM

ATRIUM (Польша)

DOLLE

DOLLE (Дания)

Minka

Minka (Австрия)

ЛЕСЕНКА

ОМАН

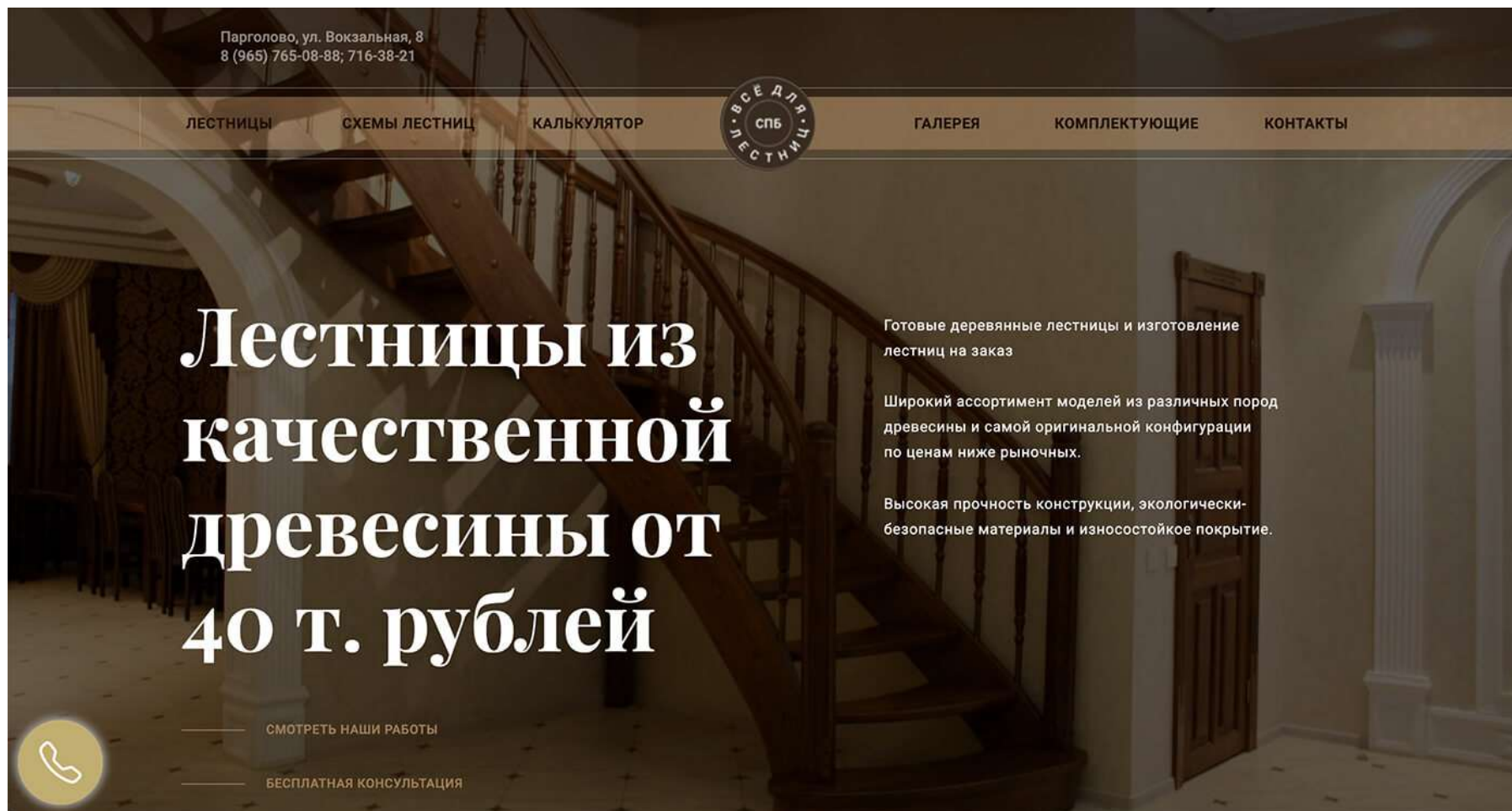
ТАБ

- Осознание потребностей
- Генерация идей
- Проверка гипотез
- Дизайн и создание прототипа
- Создание MVP
- Выход на рынок
- Непрерывное улучшение

36

Ценностное предложение для деревянных лестниц

4



Осознание
потребностей

Генерация
идей

Проверка
гипотез

Дизайн и
создание
прототипа

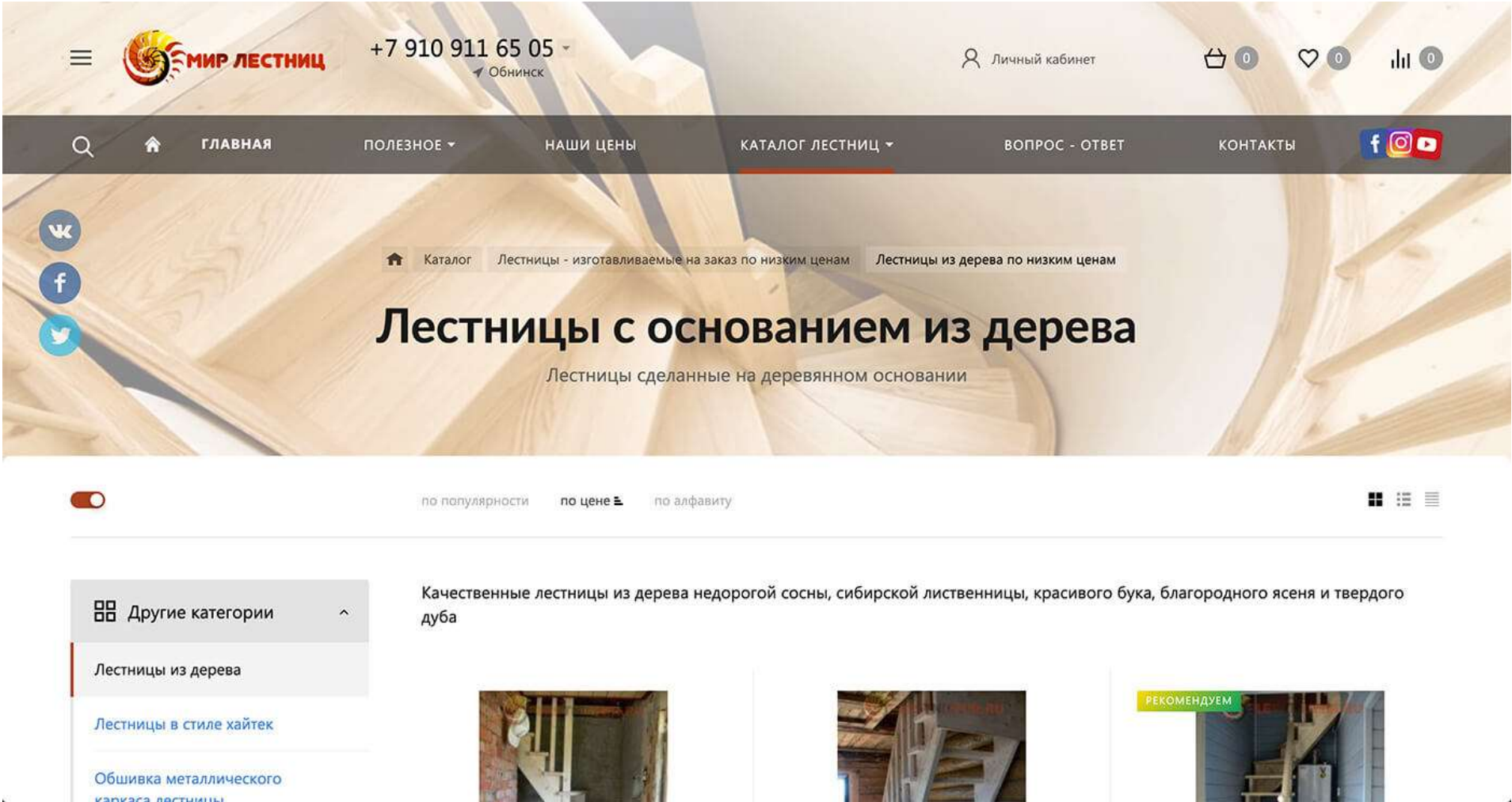
Создание
MVP

Выход на
рынок

Непрерывное
улучшение

Ценностное предложение для деревянных лестниц

5



- Осознание потребностей
- Генерация идей
- Проверка гипотез
- Дизайн и создание прототипа
- Создание MVP
- Выход на рынок
- Непрерывное улучшение

Ценностное предложение для деревянных лестниц

6

ГлавнаяФото работЦеныКалькуляторКомплектыКонтакт

Деревянные лестницы

из дерева на второй этаж

Тел: (812) 924 03 25

Купить лестницу.

Продажа недорогих деревянных лестниц на этаж.

Готовые деревянные лестницы на второй этаж для частного дома по выгодной цене от производителя!

Вы можете выбрать по размеру подходящую лестницу и купить у нас готовый комплект. Перед покупкой готовой лестницы рекомендуем Вам вызвать нашего мастера для точного замера и возможности установки лестницы на этаж, той или иной серии в Вашем доме.

Г – типа с забежными

Г – типа с площадкой

П – типа с забежными

П – типа с площадкой

Варианты

1234

312029252730

Левая

2700

Правая

1390900

www.spb-lestnica.ru

Лестница для дома К-001м

Высота: 2730-2925

Минимальный проем: 2700х920 мм

Высота шага: 195 мм

Материал: Сосна

Цена от 42 000 руб.

www.spb-lestnica.ru

Подробнее

- Осознание потребностей
- Генерация идей
- Проверка гипотез
- Дизайн и создание прототипа
- Создание MVP
- Выход на рынок
- Непрерывное улучшение

39

Ценностное предложение для деревянных лестниц



ПРОФ
Мануфактура

Лестницы от ПРОФ Мануфактуры

+7 812 642-57-50

РАСЧЁТ

ЗАЯВКА

ЦЕННОСТНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ:

ЧТО МЫ ДЕЛАЕМ?

ДЛЯ КОГО?

ЗАЧЕМ?

КАК (ПРИЧИНЫ ВЕРИТЬ)?



Осознание
потребностей

Генерация
идей

Проверка
гипотез

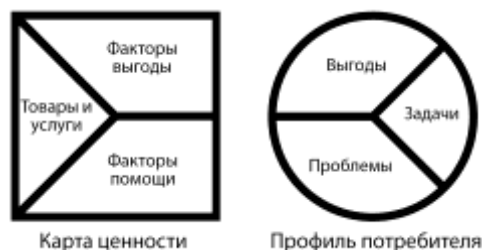
Дизайн и
создание
прототипа

Создание
MVP

Выход на
рынок

Непрерывное
улучшение

Ценностное предложение для деревянных лестниц



Задача клиента

Зачем вообще нужна лестница?

Лестница нужна не просто, чтобы перемещаться между этажами, а чтобы делать это **комфортно**.

Проблемы

Теперь ставим себя на место клиента.

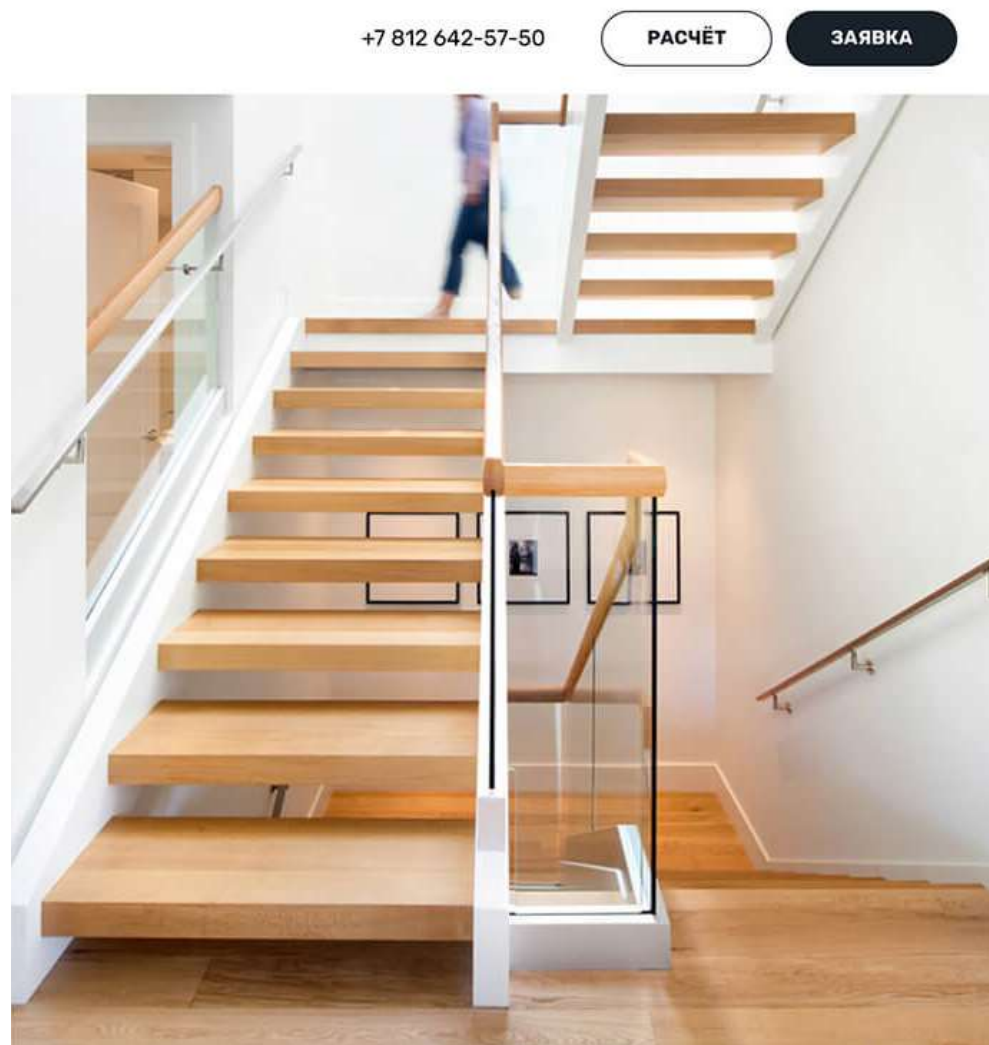
Что нарушит его комфорт и душевное спокойствие?

Выгоды

А что он хочет получить, кроме собственно возможности перемещаться между этажами?

Барьеры

Что меня еще как клиента волнует в процессе выбора и установки лестницы?



Осознание потребностей

Генерация идей

Проверка гипотез

Дизайн и создание прототипа

Создание MVP

Выход на рынок

Непрерывное улучшение

Ценностное предложение для деревянных лестниц



ПРОФ
Мануфактура

Лестницы от ПРОФ Мануфактуры

+7 812 642-57-50

РАСЧЁТ

ЗАЯВКА

Производим и устанавливаем лестницы

в Санкт-Петербурге
и Ленинградской области

Гарантия 5 лет на:



Отсутствие скрипа



Надежность конструкции



Окраску



Осознание
потребностей

Генерация
идей

Проверка
гипотез

Дизайн и
создание
прототипа

Создание
MVP

Выход на
рынок

Непрерывное
улучшение

Ценностное предложение для деревянных лестниц

Наши лестницы не скрипят

Чтобы лестница не скрипела,
нужно соблюсти три условия:

01

Качественная
древесина

02

Идеально
отмеренные и
вырезанные детали

03

Специальные клеи и
герметики

- ✦ Используем только подготовленную древесину влажностью 8-12%.
- ✦ Все детали изготавливаем на станках ЧПУ с точностью 0,01 мм и идеально подгоняем друг к другу без зазоров.
- ✦ При сборке используем профессиональные полиуретановые клеи и герметики.
- ✓ Поэтому наши лестницы не скрипят.

У наших лестниц долговечный цвет

Качество покраски — наша гордость. Мы можем окрасить лестницу в любой цвет и гарантировать, что краска не сотрется со временем. Все дело в технологии: красим в окрасочно-сушильной камере, которая обеспечивает точный цвет, отсутствие пыли, а также наилучшее сцепление нескольких слоев краски с древесиной.



Осознание
потребностей

Генерация
идей

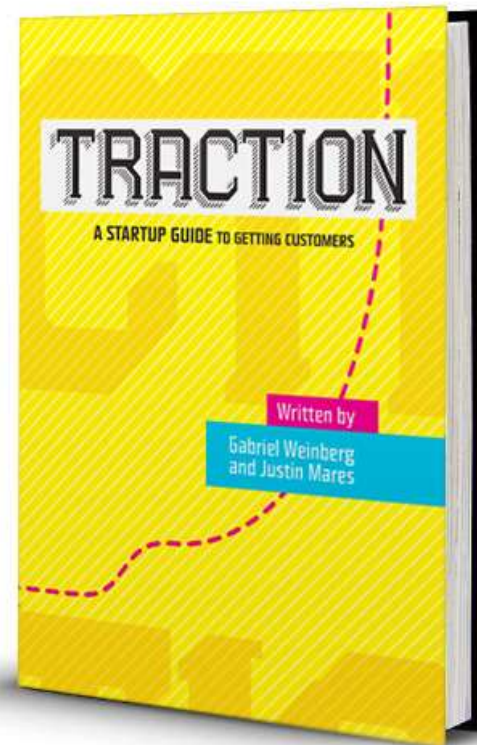
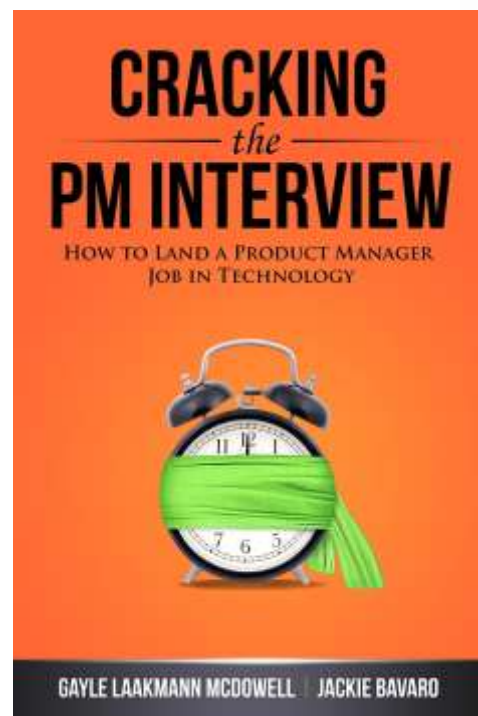
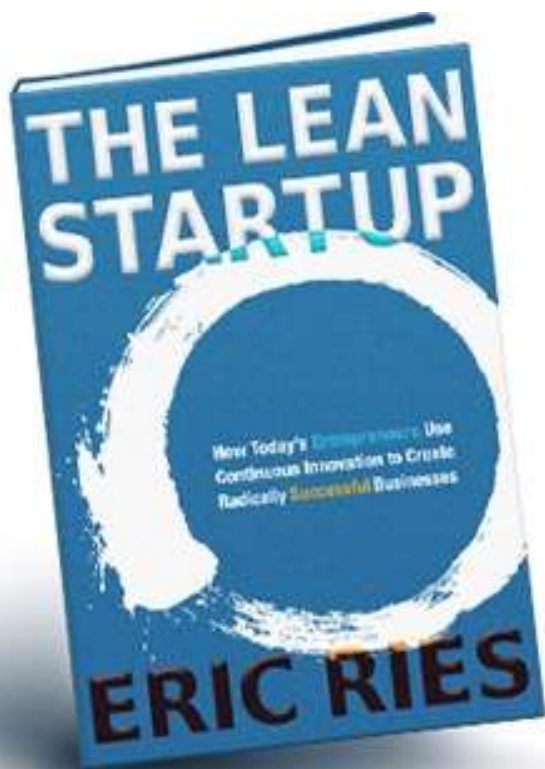
Проверка
гипотез

Дизайн и
создание
прототипа

Создание
MVP

Выход на
рынок

Непрерывное
улучшение



Осознание
потребностей

Генерация
идей

Проверка
гипотез

Дизайн и
создание
прототипа

Создание
MVP

Выход на
рынок

Непрерывное
улучшение

СПАСИБО!

КОНТАКТЫ

8 960 098 77 07

VasilevaNV@volgatech.net

