

УДК 658.51
ББК 65.291.218
А56

Переводчик В. Башкирова
Научный редактор В. Потапов

Альварес С.

А56 Как создать продукт, который купят: Метод Lean Customer Development / Синди Альварес ; Пер. с англ. — М. : Альпина Паблишер, 2016. — 248 с.

ISBN 978-5-9614-5395-9

Книга Синди Альварес «Как создать продукт, который купят» дополняет, расширяет и детализирует инновационные идеи, изложенные в международных бестселлерах «Четыре шага к озарению» Стива Бланка и «Бизнес с нуля» Эрика Риса. Новизна подхода Альварес в том, что она успешно распространяет методику развития потребителей за рамки сегмента стартапов. Предлагаемый ей метод Lean Customer Development применим в компаниях любого размера, от недавно созданных до признанных флагманов рынка. Прочитав книгу Синди Альварес, вы освоите стратегию и инструментарий для решения критически важной задачи современного бизнеса — как надежно проверить свои гипотезы и выйти на рынок с продуктом, который востребован покупателями.

УДК 658.51
ББК 65.291.218

Все права защищены. Никакая часть этой книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме и какими бы то ни было средствами, включая размещение в сети Интернет и в корпоративных сетях, а также запись в память ЭВМ для частного или публичного использования, без письменного разрешения владельца авторских прав. По вопросу организации доступа к электронной библиотеке издательства обращайтесь по адресу mylib@alpina.ru.

Authorized Russian translation of the English edition of Lean Customer Development, ISBN 9781449356354 © 2014 Cindy Alvarez. This translation is published and sold by permission of O'Reilly Media, Inc., which owns or controls all rights to publish and sell the same © Издание на русском языке, перевод, оформление. ООО «Альпина Паблишер», 2016

ISBN 978-5-9614-5395-9 (рус.)
ISBN 978-1-449-35635-4 (англ.)

Оглавление

Предисловие	7
Введение	11
Глава 1. Для чего нужно заниматься развитием потребителей?	21
Глава 2. С чего начать?	37
Глава 3. С кем говорить?	49
Глава 4. Что нужно узнать?	81
Глава 5. Выходите из офиса	105
Глава 6. Как понять, что гипотеза подтверждена?	133
Глава 7. Каким должен быть минимально работоспособный продукт?	161
Глава 8. Как заниматься развитием потребителей, если они у вас уже есть?	181
Глава 9. Непрерывное развитие потребителей	217
Приложение	233