



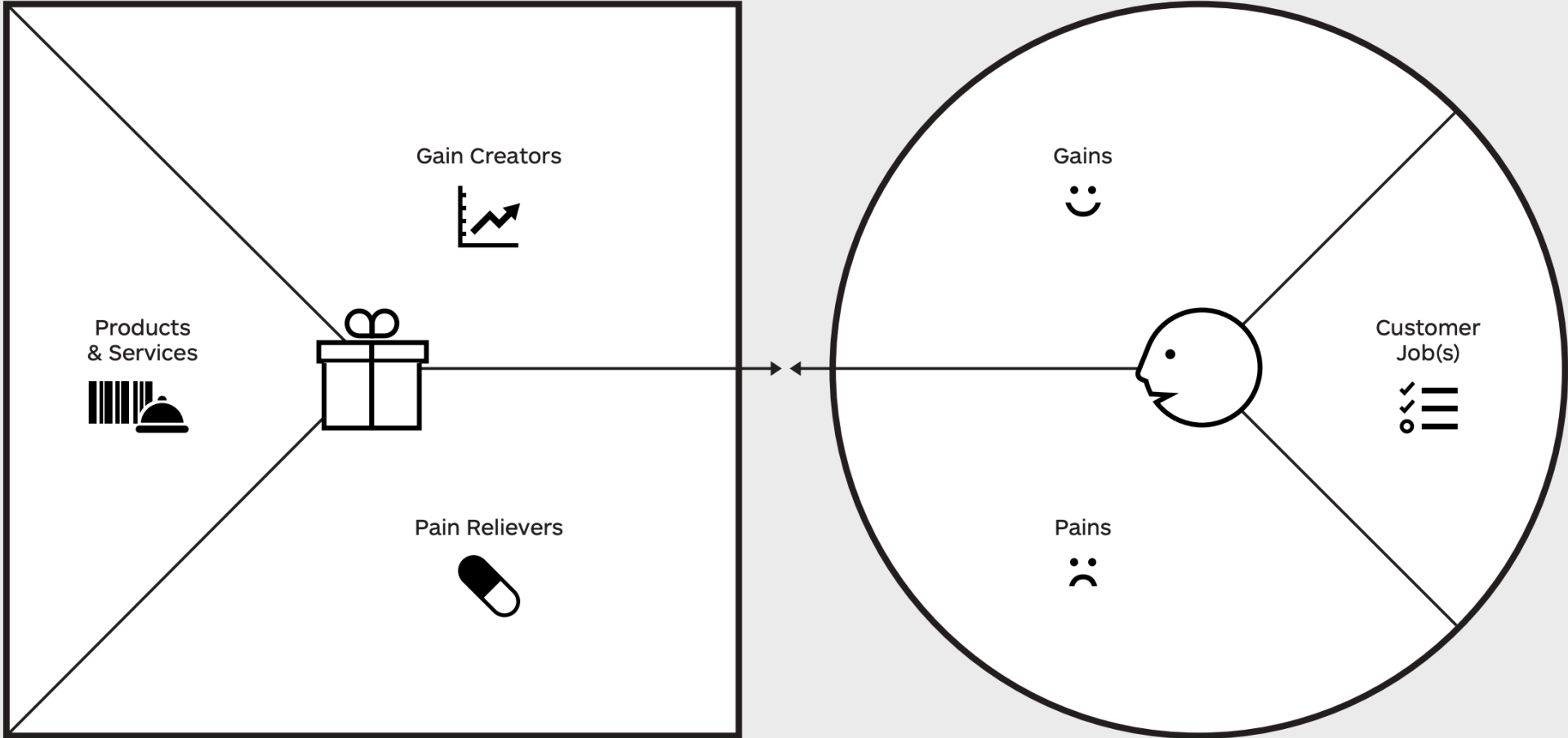
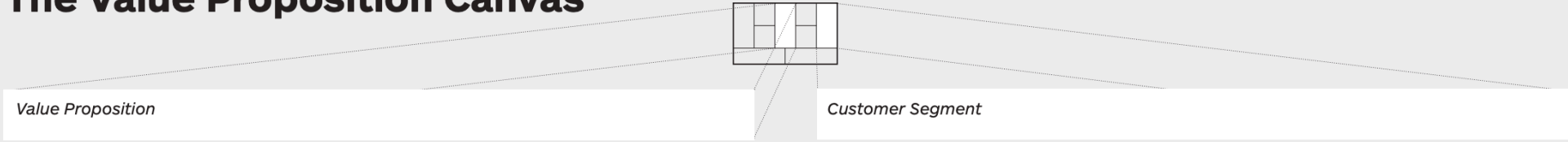
# Customer Profile Workshop Measure Camp 2019

Poznejme zákazníky optimalizace CR pro efektivnější komunikaci

# Proč řešit Customer Profile?

- Porozumím zákazníkům
- Komunikuji přesvědčivěji
- Vylepším svůj produkt
- Přitáhnu více klientů
- \$ Profit \$

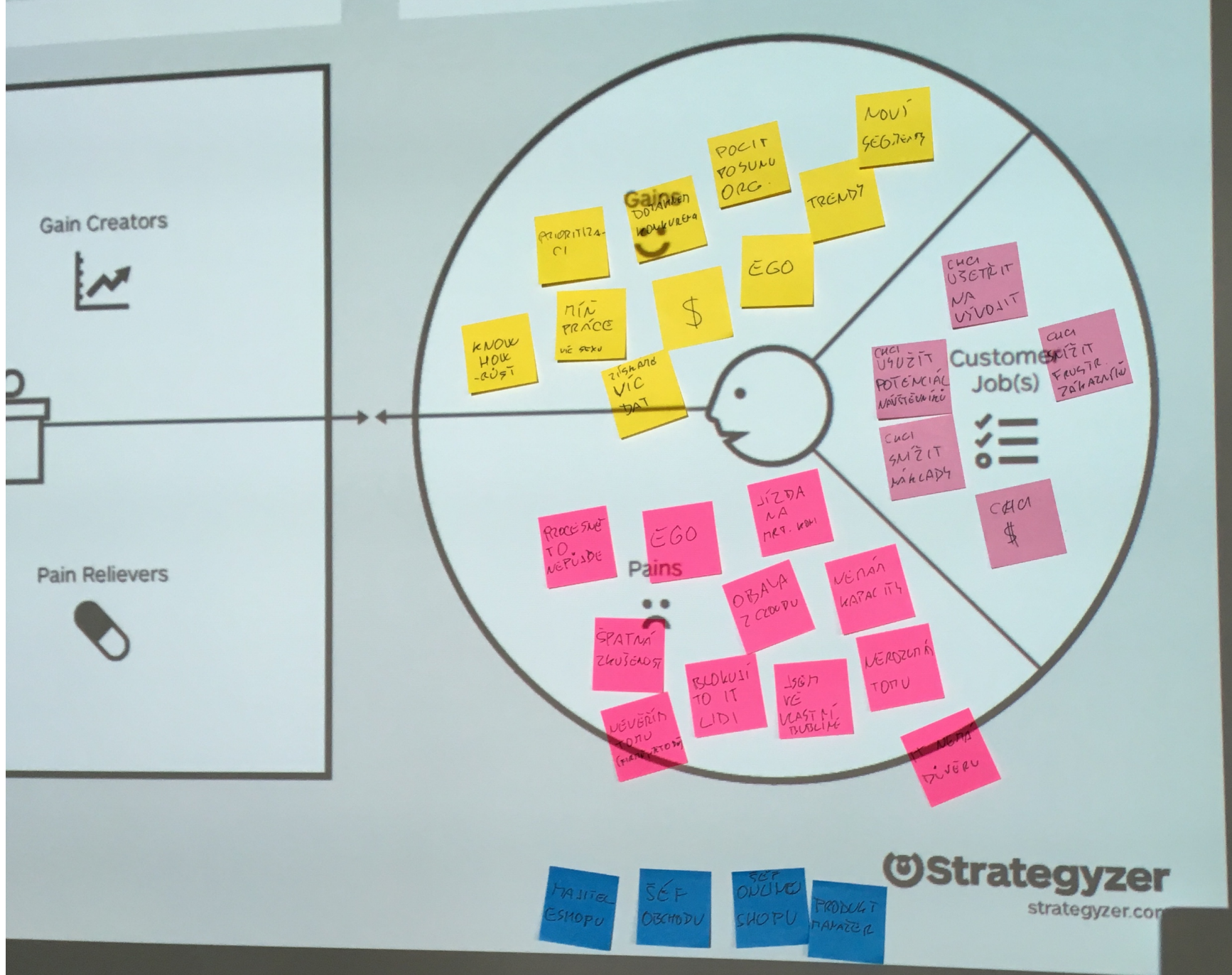
# The Value Proposition Canvas



# Value Proposition Canvas (VPC)

- Nádstavba Lean Canvasu
- Pravá část – Customer Profile
  - Shrnuje zákaznickovy potřeby, obavy a touhy
- Levá část – Value Map
  - Jak vypadá náš produkt, co řeší za potřeby a touhy, jak pracuje s obavami?
- [Vysvětlení ve 3 minutách – anglicky](#)

# Customer profile klientů CRO



# Poznámky k vyplněnému canvasu

- Trochu se nám míchají Jobs (potřeby, vpravo) a Gains (motivace, nahoře).
  - Potřeby by měly být obecnější, např.: jistota, zábava, uznání.
  - Motivace konkrétnější, např.: přímý kontakt, zasouložit si, pochvala šéfa.
- Všechno jsou to jen naše domněnky o těch lidech tam venku, které nás pro začátek nutí přemýšlet jinak. To je rozhodně lepší než nic, ale spolehlivá data přinese jedině uživatelský výzkum.

# Next step: úprava komunikace / produktu

- Příklady:
- *Blokují to IT lidi* -> Testimonial: "Bál jsem se, že se project zastaví v našem zahlceném IT oddělení, ale během 15 minut jsme už testovali."
- *Nerozumí tomu* -> Komunikujeme srozumitelně a neděsíme lidi zkratkami jako CRO a ROI.
- *Nemám kapacitu* -> Jasně komunikuji, kolik času klienta zabere jaký krok mého procesu. A že to fakt není náročný.



Díky!





## Ondřej Henek

[linkedin.com/in/ondrejhenek](https://www.linkedin.com/in/ondrejhenek)

[ondrej@houseofrezac.com](mailto:ondrej@houseofrezac.com)

[houseofrezac.com](https://www.houseofrezac.com)