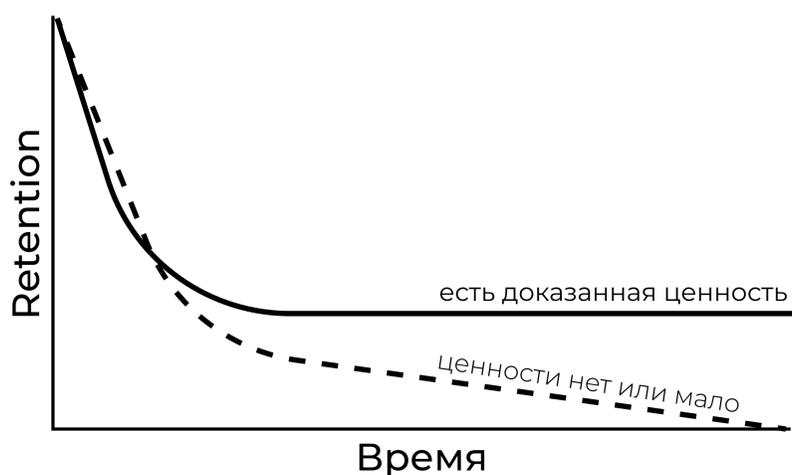


Как узнать, доказана ли ценность вашего продукта и достигнут ли product/market fit

Четыре варианта на выбор от GoPractice

Критерий на основе долгосрочного Retention от Алекса Шульца

☆ Если кривая Retention становится параллельной оси X, то у вас есть product/market fit для сегмента рынка.



Критерий на основе динамики DAU/MAU от Эндрю Чена

☆ Если DAU/MAU > 20%, это хорошо. Если > 50%, отлично!

Разделите DAU на MAU:



Критерий на основе опроса от Шона Эллиса

☆ Возьмите шаблон опроса на rmtsurvey.com и направьте его пользователям. Суть опроса:

— Спросите у людей, насколько они будут разочарованы, если не смогут продолжать пользоваться вашим продуктом.

— Варианты: сильно разочарованы / слегка разочарованы / не будут разочарованы / не пользуются вовсе.

— Если >40% заявят, что будут сильно разочарованы, то ценность вашего продукта можно считать доказанной.

«Эмоциональный» критерий от Марка Андриссена

☆ Проанализируйте сигналы, поступающие от людей.

— Клиенты выстраиваются в очередь за продуктом.

— Деньги текут рекой.

— Вы расширяете отделы продаж и поддержки.

— Вам часто звонят журналисты и инвесторы.

— Серверы не выдерживают нагрузки.

Что-то из этого (или нечто подобное) происходит? Если да, то ваш продукт скорее всего доказал свою ценность.

 Распечатайте эту подсказку, выбрав печать только первой страницы, и разместите ее на видном месте.

Мы рекомендуем использовать режим экономии чернил и тонера ради заботы о ваших ресурсах и наших общих.

**GO
PRACTICE**