

Alat za shvaćanje perspektive kupca

Tvrtka:

Osoba koja popunjava:

1. Odgovorite na naredna pitanja:

ŠTO PRODAJEM?	<input type="checkbox"/> Proizvod <input type="checkbox"/> Usluga
TKO SU MOJI KUPCI?	<input type="checkbox"/> Krajnji korisnici / fizičke osobe <input type="checkbox"/> Krajnji korisnici / pravne osobe <input type="checkbox"/> Daljnja prodaja / preprodaja
ŠTO JE KUPCIMA NAJBITNIJE KOD KUPOVINE MOJEG PROIZVODA / USLUGE?	
KOJI PROBLEM U ŽIVOTU IMAJU MOJI KORISNICI?	
NA KOJE NAČINE SU VEĆ POKUŠALI RIJEŠITI TAJ PROBLEM?	
ŠTO IH SPRJEČAVA DA RIJEŠE PROBLEM?	
KAKO IM MOJ PROIZVOD ILI USLUGA RJEŠAVAJU TAJ PROBLEM?	
OPIŠITE: Što vaši korisnici rade? Koji su koraci u toj radnji? Što žele postići - cilj radnje?	
OPIŠITE: Kako to rade i izvršavaju? Bez čega ne bi mogli? Što bi im olakšalo? Što donosi uštedu? Što donosi olakšanje?	
Kontekst radnje? Gdje su? Ima li drugih sudionika s njima?	
Vidimo li tu neki problem ili otežavajuću stavku koje kupci nisu uopće svjesni?	

Koliko skupo je vašim kupcima preskupo?	
Koliko dugo je vašim korisnicima predugo?	
Koje su najčešće greške ili propusti korisnika?	
Što brine vaše kupce? Od čega ne mogu noću spavati?	

2. Analizirajte odgovore na gornja pitanja te sročite Job-To-Be-Done izjave za svoje korisnike/kupce.

- Što se događa (aktivnost)
- Što (ili tko) je primatelj događanja, odnosno objekt aktivnosti
- Gdje se aktivnost događa (kontekst)

JTBD Izjava se sastoji od 3 do 4 riječi. Po formuli: AKTIVNOST + OBJEKT aktivnosti + KONTEKST

Primjer: Pere odjeću kod kuće. (pere je aktivnost, odjeća je objekt, kod kuće je kontekst)

Napišite svoje JTBD izjave: