

# Cake for Sale

Ver.1  
150611

Рекомендовано для предварительного ознакомления участникам [Start in Garage](#)

## Продукт

## Рынок

### Customer needs & wants, denominations of value



### Источники и дополнения продукта

2

### Нерыночные конкурентные преимущества

4

### Источники информации о клиентах, каналы



### Customers segments



Design packaging with 4U rule

### Core products and packaging



Define key metrics  
Design packaging

### Воронки продаж, маркетинг



Roughly identify buying audience



Try various hooks



Test packaging in channels inspecting funnels

### Рыночная стратегия

5

Initial KPI & channel efficiency metrics

# Important Details

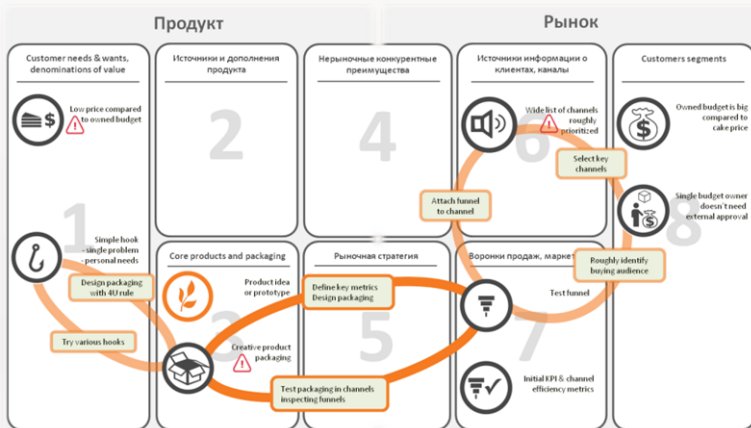
Ver.1  
150611

Рекомендовано для предварительного ознакомления участникам [Start in Garage](#)

## Making cake for sale

Найдите способ донести идею продукта до потребителя, используя каналы, которые вам доступны. Полезность, необходимость, уникальность и специфичность (4U) продукта должна быть “упакованы” так, чтобы это понравилось не только вам, но и нашло отражение в метриках конкретного канала и воронки продаж.

Меняйте упаковку и свойства продукта до тех пор, пока полученные метрики в воронке продаж вас не удовлетворят



## Live cases to discuss are welcome

Lets work out your consumer internet copycat project and discuss your questions in our private [RIS community](#)

## Идея продукта



Идея продукта – необходимое, но не достаточное условие, поскольку нет самого продукта, упаковки и способа продвижения

## Ключевые факторы успеха



“Цепляющая” потребителей упаковка. Возможно – пока пустая



Цена решения элементарной проблемы потребителя должна быть незначительной по сравнению с его бюджетом



Знание особенностей работы с каналами, доступ к каналам

## Проверка идеи



Примерное знание целевой аудитории помогает ускорить определение нужных каналов и способов продвижения



Уточнять продуктовую гипотезу нужно до тех пор, пока полученные метрики в воронке продаж вас не удовлетворят