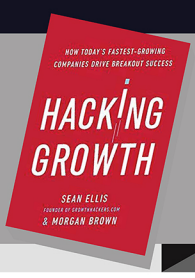
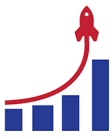
# هک رشد

## روش شرکت‌های در حال رشد برای دستیابی به موفقیت‌های عظیم




باوجود رقابت سخت و بودجه محدود، بازاریابی و تبلیغات سنتی ضعیف‌ترین منبع رشد به‌حساب می‌آیند.



برای تعیین، آزمون و اجرای هک رشد، به تیم‌های چندمهارته، تحلیل‌های دقیق و آزمون‌های سریع نیاز داریم. هر شرکتی می‌تواند این ترفندها را در هر کاری اجرا کند.

# هک رشد: اجزا و روندها

## سه پیش‌نیاز:

قبل از رشد سریع باید این سه جزء را در اختیار داشته باشید

### تیم مسئول رشد

- باید از انواع تخصص‌های تحلیل، بازاریابی و مهندسی محصول سررشته داشته باشید تا بتوانید بین بخش‌های سازمانی ارتباط برقرار کنید.
- به مدیرعامل، موسس یا مدیر ارشدی که مسئول رشد شرکت است گزارش دهید.

### محصول مناسب

- وجه تمایز محصولتان را مشخص کنید. وقتی کاربر ارزش واقعی محصول را درک کند، دیگر نمی‌تواند در برابر آن مقاومت کند و طرفدارش می‌شود.
- داشتن محصول اجباری است و باید از ۲ آزمون سربلند بیرون بیاید تا برای بازار مناسب باشد: ۱) اگر دیگر در دسترس نباشد، ۴۰ درصد کاربرانش بسیار غمگین و ناامید شوند و ۲) مشتریانی که به آن وفادار می‌مانند خیلی بیشتر از مشتریانی باشند که سراغ رقبا می‌روند. اگر چنین نیست، باید با نظرسنجی‌ها، مصاحبه‌ها، آزمون‌های مفید و تحلیل دقیق داده‌ها محصولتان را اصلاح کنید.

### ابزار رشد

- معادله رشد شرکت را تعیین کرده و عوامل کلیدی رشد را مشخص کنید.
- ستاره قطبی و راهنمای خود را مشخص کنید؛ یعنی همان معیار کلیدی که ارزش اصلی و وجه تمایز شما را نشان می‌دهد.
- با کمک تحلیل‌های کمی و کیفی روندها و موانع را مشخص کنید و داده‌ها و معیارها را در اختیار همه اعضای شرکت قرار دهید.

## آزمون سریع:

انواع آزمون‌ها را به‌سرعت و در چهار مرحله در کل قیف فروش انجام دهید. هرچه سریع‌تر آزمون کنید و یاد بگیرید، سریع‌تر رشد می‌کنید.

**۱ جلسات تیم:**
اعضای تیم هفته‌ای یک‌بار (یا هر دو هفته یک‌بار) با هم جلسه دارند تا درباره آزمون قبلی صحبت کنند و درباره آزمون جدید تصمیم بگیرند.

**۲ تحلیل:**
عمیق بررسی کنید. با داده‌های کمی و کیفی، نیازها، خواسته‌ها و رفتار مشتریان را بررسی کرده و موانع و فرصت‌های احتمالی برای رشد را مشخص کنید.

**۳ ایده پردازی:**
اعضا ایده‌هایشان را در یک قالب مشخص ارائه می‌کنند که شامل اسم ایده، تعریف آن، فرضیه‌ها و معیارها است.

**۴ اولویت بندی:**
با استفاده از نرم‌افزارهای ICE score-Impact, Confidence, Ease به ایده‌ها امتیاز دهید، درباره ایده‌های برتر بحث کنید و ایده‌ای که باید اول امتحان شود را مشخص کنید.

**۵ آزمون:**
هر هفته آزمون‌های تعیین‌شده را انجام دهید تا ببینید کدام ایده بهترین نتیجه را دارد. این ایده‌ها باید از نظر آماری هم معتبر باشند.

در کل قیف اجرا کنید

## یافتن مشتریان:

مقرون به صرفه ترین راه‌های جذب کاربران و مشتریان جدید را پیدا کنید.

- زبان بازار را یاد بگیرید. واژه‌ها و عبارات مناسبی برای تعریف محصولتان پیدا کنید که با مخاطبان هدف تناسب داشته باشد.
- با کانال‌های مناسب توزیع محصول آشنا شوید. کانال‌ها را آزمایش کنید و بر اساس هزینه، هدف‌گیری، کنترل، زمان ورود/خروج و اندازه، مناسب ترینکانال برای مخاطبان هدف را پیدا کنید.
- چرخه مشتریان طراحی کنید تا محصولتان مسری شود و از شبکه‌سازی‌ها، ارائه تشویقی‌ها و افراد معرفی‌شده بیشترین بهره را ببرید.

## ترغیب مشتریان:

آن‌ها را به استفاده از محصولتان ترغیب کنید

- گام‌های لازم برای رسیدن به نقطه جذب مشتری را مشخص کنید. نرخ تبدیل هر گام را محاسبه کنید.
- این نرخ تبدیل‌ها را در گزارش قیف فروش بنویسید تا حوزه‌هایی که بیشترین ریزش دارند را پیدا کنید.
- با استفاده از نظرسنجی‌ها و مصاحبه‌ها دلایل ریزش مشتریان را پیدا کنید و ترفندهای اثرگذار را آزمایش کنید.

## حفظ مشتریان:

مشتریان را به استفاده مکرر از محصولتان تشویق کنید و رابطه‌ای بلندمدت با آن‌ها شکل دهید

- برای حفظ کاربران در ابتدای کار، کمترین میزان فعالیت را از آن‌ها بخواهید تا به استفاده از محصول ادامه دهند.
- برای حفظ کاربران در میان‌مدت، محصولتان را به روند روزانه آن‌ها وارد کنید و در ایجاد عادت‌های جدید به آن‌ها کمک کنید.
- برای حفظ کاربران در بلندمدت، ویژگی‌های فعلی و جدید محصولتان را ارتقا دهید و برداشت کاربر از ویژگی‌های محصول را از نو تعریف کنید.
- کاربرانی که محصولتان را کنار گذاشته‌اند، دوباره جذب کنید، ببینید چرا شما را ترک کردند و جریان جذب دوباره مشتریان رفته را بهینه کنید.

## کسب درآمد از مشتریان:

کسب درآمد بلندمدت از مشتریان را افزایش دهید

- سفر خرید مشتریان را بررسی کنید و همه فرصت‌های پولسازی را مشخص کنید، حوزه‌هایی که بیشترین پول را خلق می‌کنند یا باعث از دست دادن درآمد احتمالی می‌شوند را تعیین کنید.
- گروه‌های جمعیتی مختلف را آزمون کنید، بازخوردهای هدفمند دریافت کنید، قیمت‌هایتان را آزمایش کنید و برای درآمدزایی بیشتر، شخصی‌تر و اختصاصی‌تر فعالیت کنید.

## چند نکته مهم دیگر برای بهینه‌سازی ترفندهای رشد

- گروه‌های جمعیتی مختلف را تحلیل کنید تا تفاوت بین گروه‌های کاربران و دلیل به‌وجود آمدن آن‌ها را پیدا کنید.
- به آزمایش ادامه دهید تا بهترین فرصت‌ها و ترفندهای رشد را برای محصول یا مدل کسب‌وکار ویژه‌تان پیدا کنید.
- وقتی یک تیم رشد به یک ایده برنده می‌رسد، روی آن سرمایه‌گذاری کنید تا بیشترین بهره را از آن ببرید، نه اینکه سراغ ایده‌های جدید بروید.

modiresabz.com