



# آزمودن ایده های اینشورتکی

مدرس:  
محمد جعفری



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



# معرفی مدرس

محمد جعفری

راهبر مرکز رشد شتابدهنده پلنت



کارشناسی ارشد  
مهندسی و  
مدیریت ساخت

۸ سال سابقه در  
صنعت بیمه

۴ سال سابقه در  
اکوسیستم  
نوآوری

ارزیاب ریسک و  
خسارت بیمه

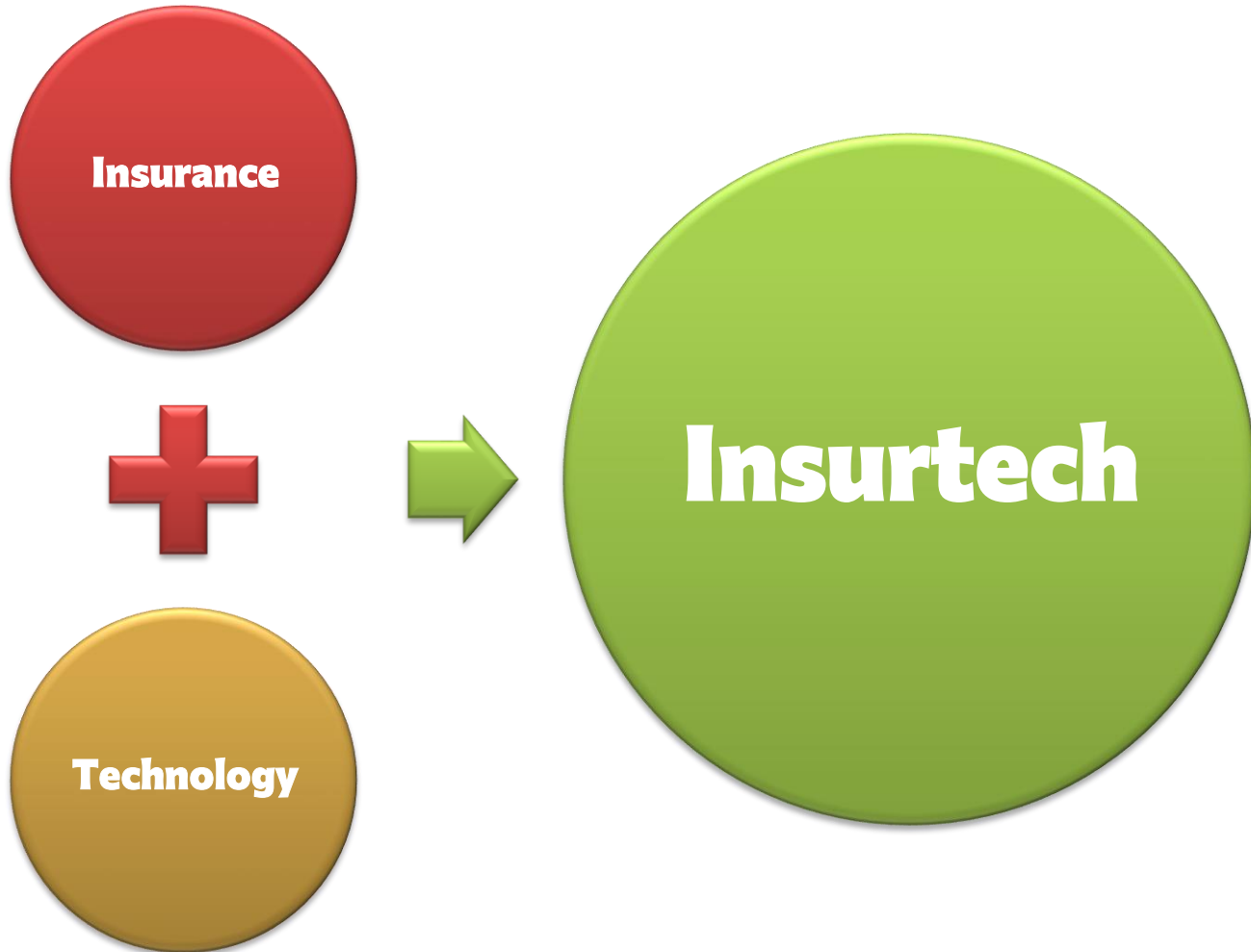
ناظر و مجری نظام  
مهندسی

۰۹۱۰۳۰۰۸۴۵۲

Mohammad.j69@gmail.com



# طرح موضوع





# محورهای فعالیت در اینشورتک





## ایده از کجا بیاریم؟

**یک ایده مطرح کنید؟**



## ایده از کجا بیاریم؟

**با چه عینکی به مسئله نگاه کردید؟**

## این عکس چیه و چه کاربردی داره؟





# ما به نیازهای چه کسی توجه کردیم؟

Clients



Users





## مثال برای مشخص کردن مسئله





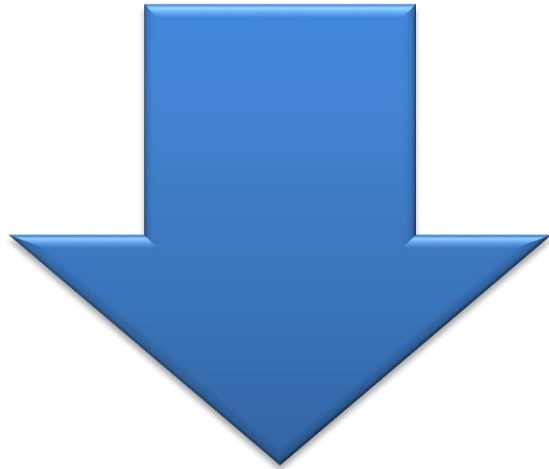


# از مسئله به راهکار یا برعکس؟





# سرنخ ایجاد ارزش برای شرکت بیمه



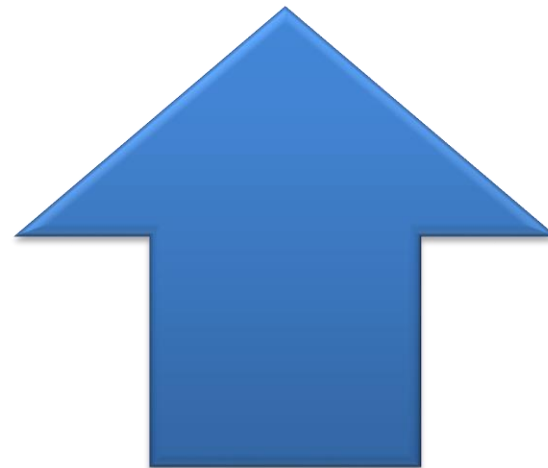
## افزایش میزان فروش

- تسهیل فرآیند فروش
- ایجاد کانال جدید فروش
- سرعت دهی به فرآیند



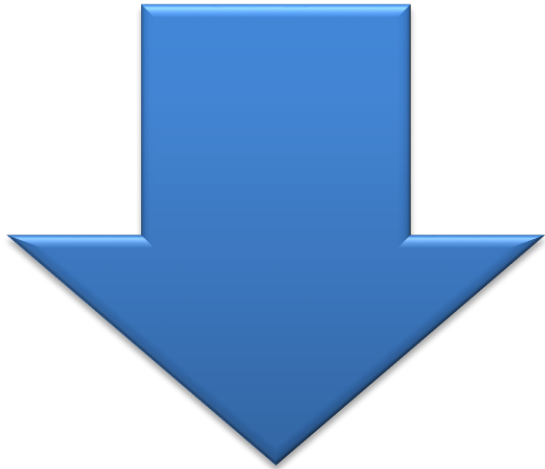
## کاهش میزان خسارت

- ابزارهای شناسایی ریسک
- ابزارهای کاهش خسارت
- ابزارهای کاهش تقلب





# سرنخ ایجاد ارزش برای بیمه گزار



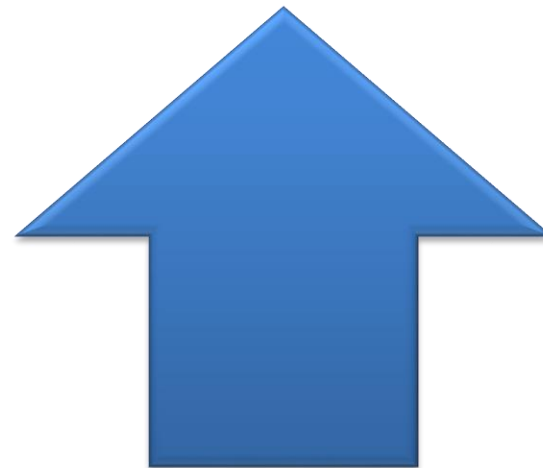
## بهبود تجربه خرید

- سرعت دهی به فرآیند
- دسترسی آسان
- رفع نیاز واقعی
- پاسخ سریع و واضح به سوالات



## کاهش موارد عدم پرداخت

- آموزش و آگاهی رسانی
- پر کردن خلاءهای خسارت
- سرعت بازگشت به وضعیت قبل





# چطور ایده رو بیان کنیم؟








## The Business Model Canvas

Designed for:

Designed by:

Date:

Version:

Key Partners 	Key Activities 	Value Propositions 	Customer Relationships 	Customer Segments 
	Key Resources 		Channels 	
Cost Structure 		Revenue Streams 		

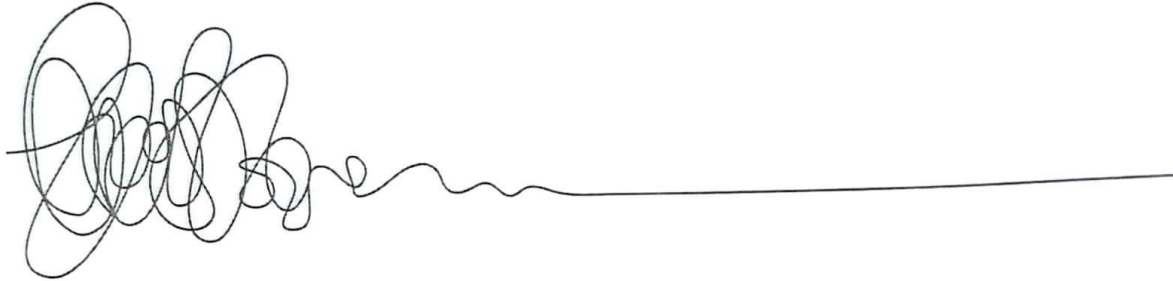




# مسیر ایده تا کسب و کار



ایده



کسب و کار

## اکتشاف

دریابید که آیا مسیر کلی تان درست است. فرضیات پایه ای را بیازمایید. بینش های اولیه ای کسب کنید تا در طی مسیر به سرعت جهت حرکتتان را اصلاح کنید.



## اعتباربخشی

از درستی مسیری که در پیش گرفته اید مطمئن شوید. با شواهد قوی اثبات کنید که ایده کسب و کاری تان به احتمال خیلی زیاد نتیجه بخش است.

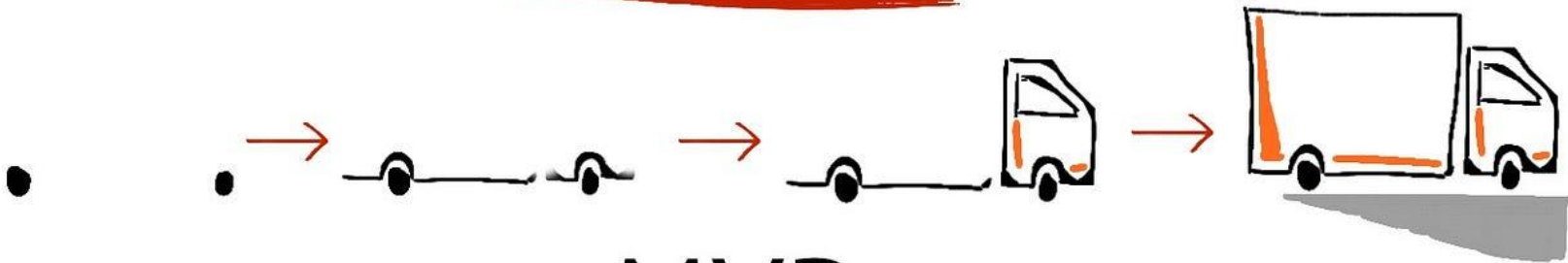




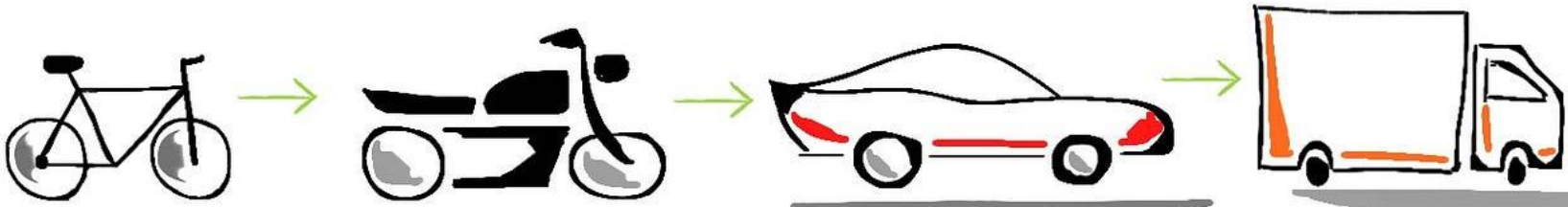


# مفهوم MVP چیه؟

Not MVP

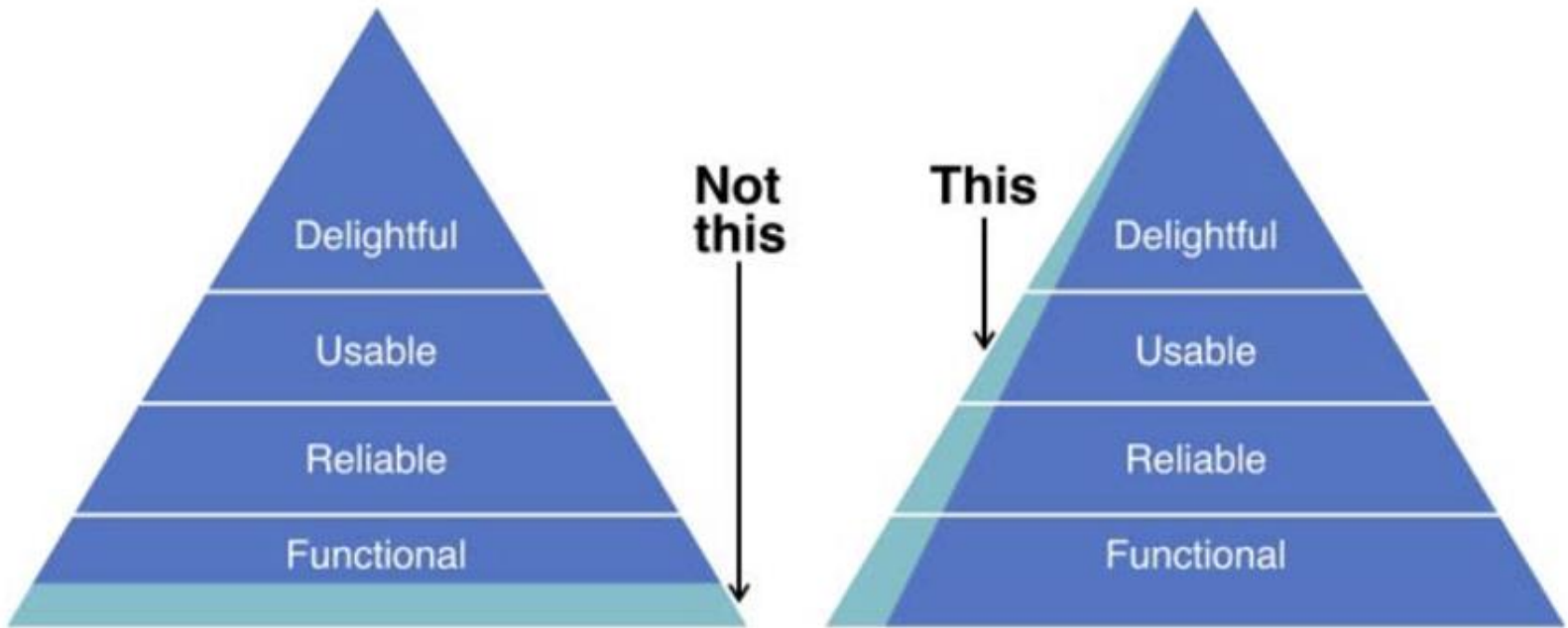


MVP





# مفہوم MVP چہ؟



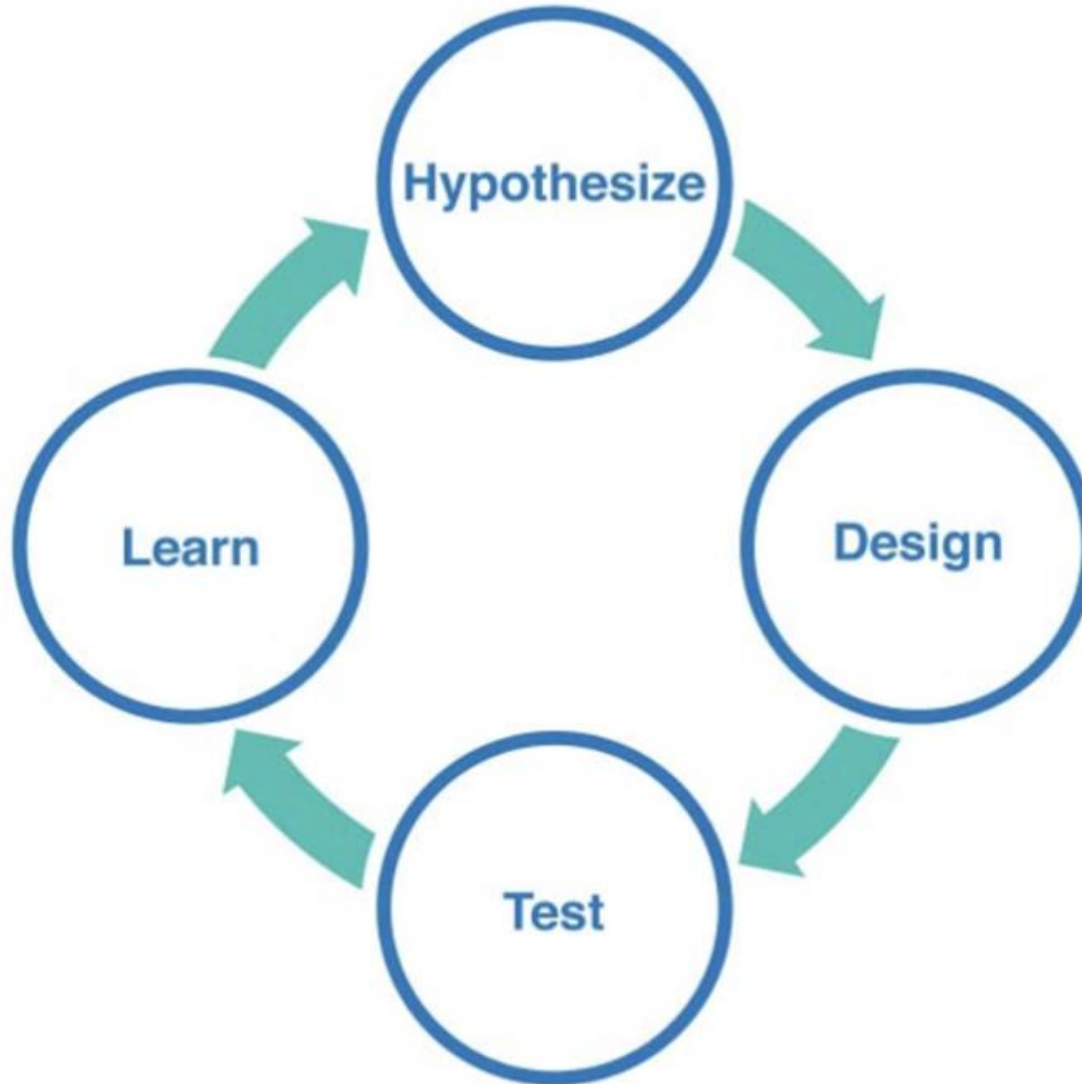


# MVP ایدہ شما چی میسه؟



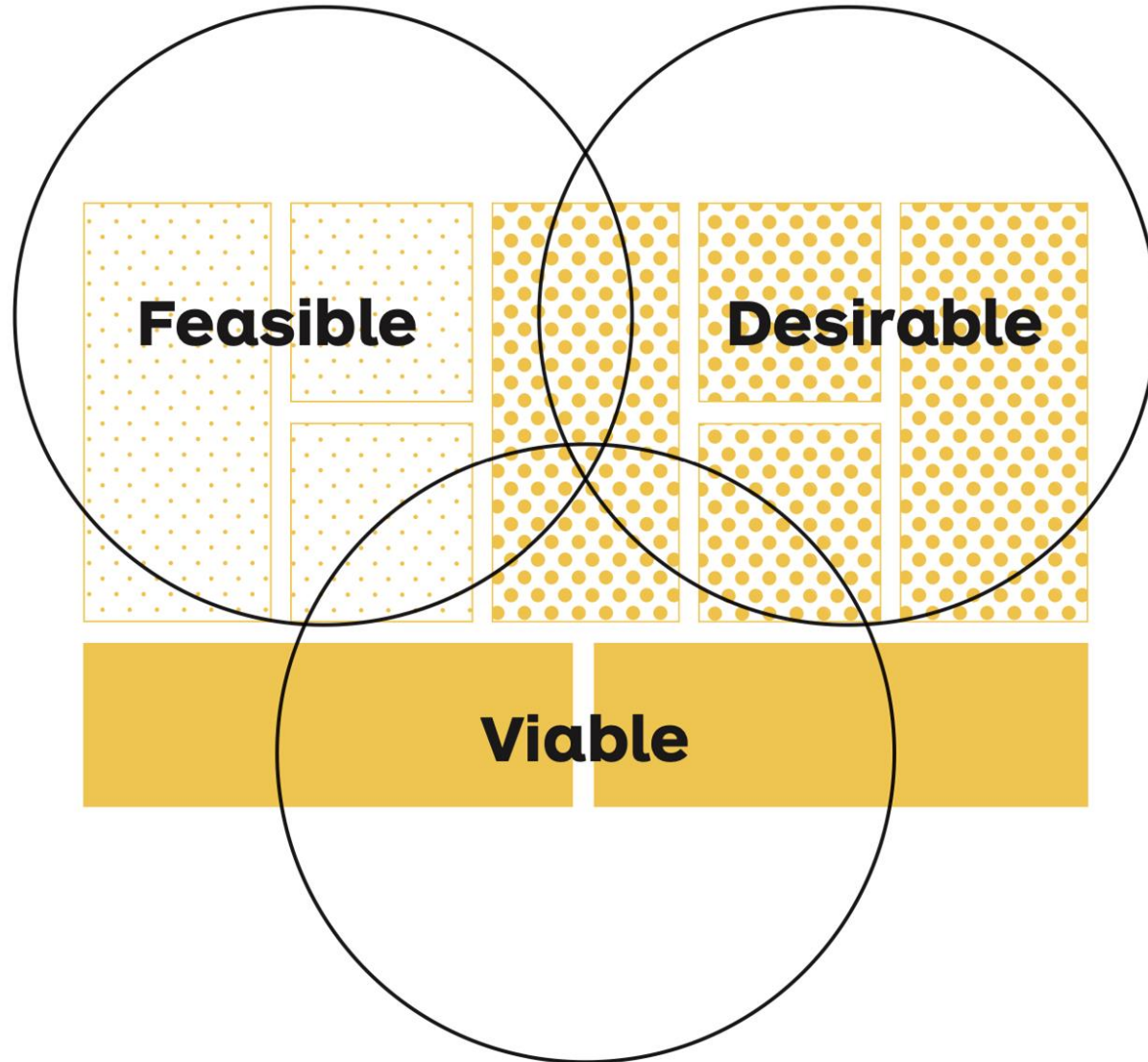


# شروع فرآیند تست





# ابعاد فرضیه سازی





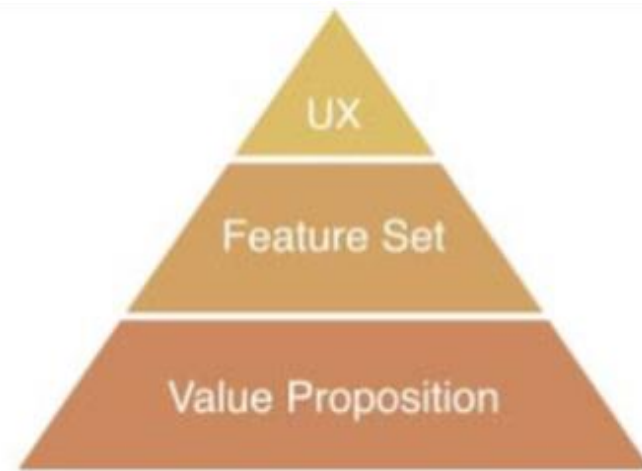
## تفاوت فرض با فرضیه؟

مطلوبیت



# برای چه چیزی تلاش می کنیم؟

**Product:**



**Market:**





## سوالات لایه مطلوبیت (مشکل)

آیا مردم مشکل و نیاز مطرح شده را دارند؟

در حال حاضر چگونه مشکل و نیاز خود را حل می کنند؟

راه حل های کنونی چه مشکلات و معضلاتی دارند؟ و چه نیازهایی را برآورده نمی کنند؟

آیا مشکلات کنونی برای مشتریان به قدری بزرگ هستند که حاضر به استفاده از راه حل های جدید شود؟

کدام دسته از جامعه ی ما بیشتر با این مشکل روبه رو هستند؟





## سوالات لایه مطلوبیت (راه حل)

آیا محصول ما پاسخگوی نیاز و درد و مشکلات های اصلی کاربران می باشد؟

کاربران در استفاده از محصول ما دچار چه مشکلاتی می شوند؟

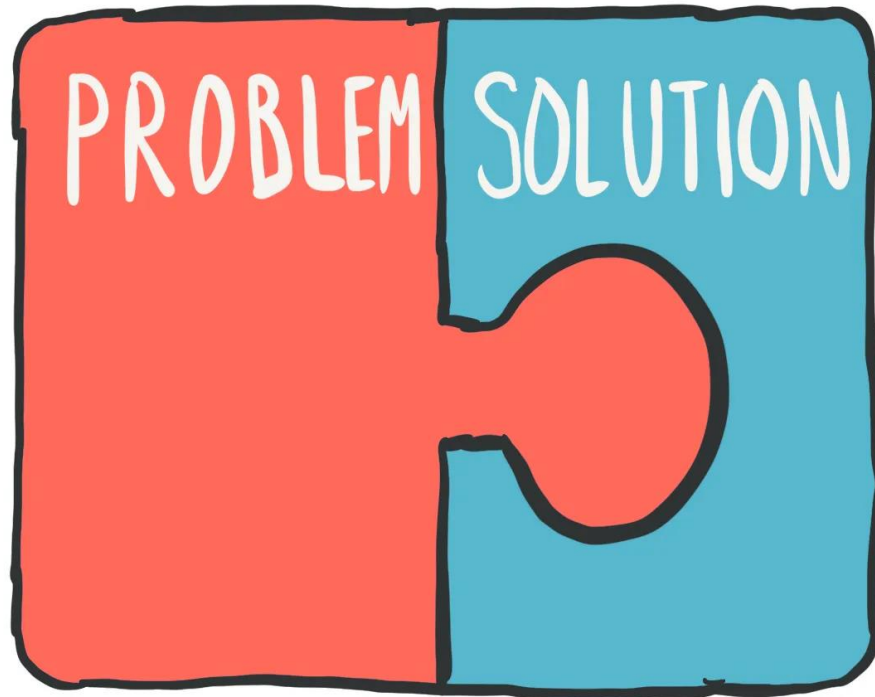
آیا محصول ما می تواند نقصان محصولات قبلی را برطرف سازد؟

از دیدگاه بصری محصول ما در دید مشتری زیبا، شکیل به نظر می رسد؟

چه ویژگی در محصول ما وجود دارد که کاربر برای استفاده از آن حاضر باشد ما را جایگزین رقبا کند؟



## تطابق مشکل و راه حل





## سوالات لایه امکان پذیری

آیا ایده از لحاظ فنی قابل پیاده سازی است؟

آیا دانش تولید و منابع مورد نیاز برای تولید این محصول وجود دارد؟

آیا می توانیم مجوزهای لازم برای اجرای این کار را اخذ نماییم؟

آیا می توانیم بسترهای قانونی طرح را فراهم آوریم؟

آیا دسترسی به شرکای کلیدی این پروژه امکان پذیر است و آنها با ما همکاری خواهند کرد؟



## سوالات لایه تداوم پذیری

آیا مدل درآمدی ما می تواند برای این طرح خلق درآمد کند؟

آیا بزرگی بازار این ایده به قدری هست که بتوان نقطه سر به سر را رد کرد؟

آیا می توان با وجود رقبا به سود دهی در این بازار رسید؟

آیا مشتریان حاضرند بابت این محصول پول پرداخت کنند؟

چه چیزی باعث می شود رقبا نتوانند با پول از شما جلو بزنند؟



## تفاوت فرض با فرضیه؟

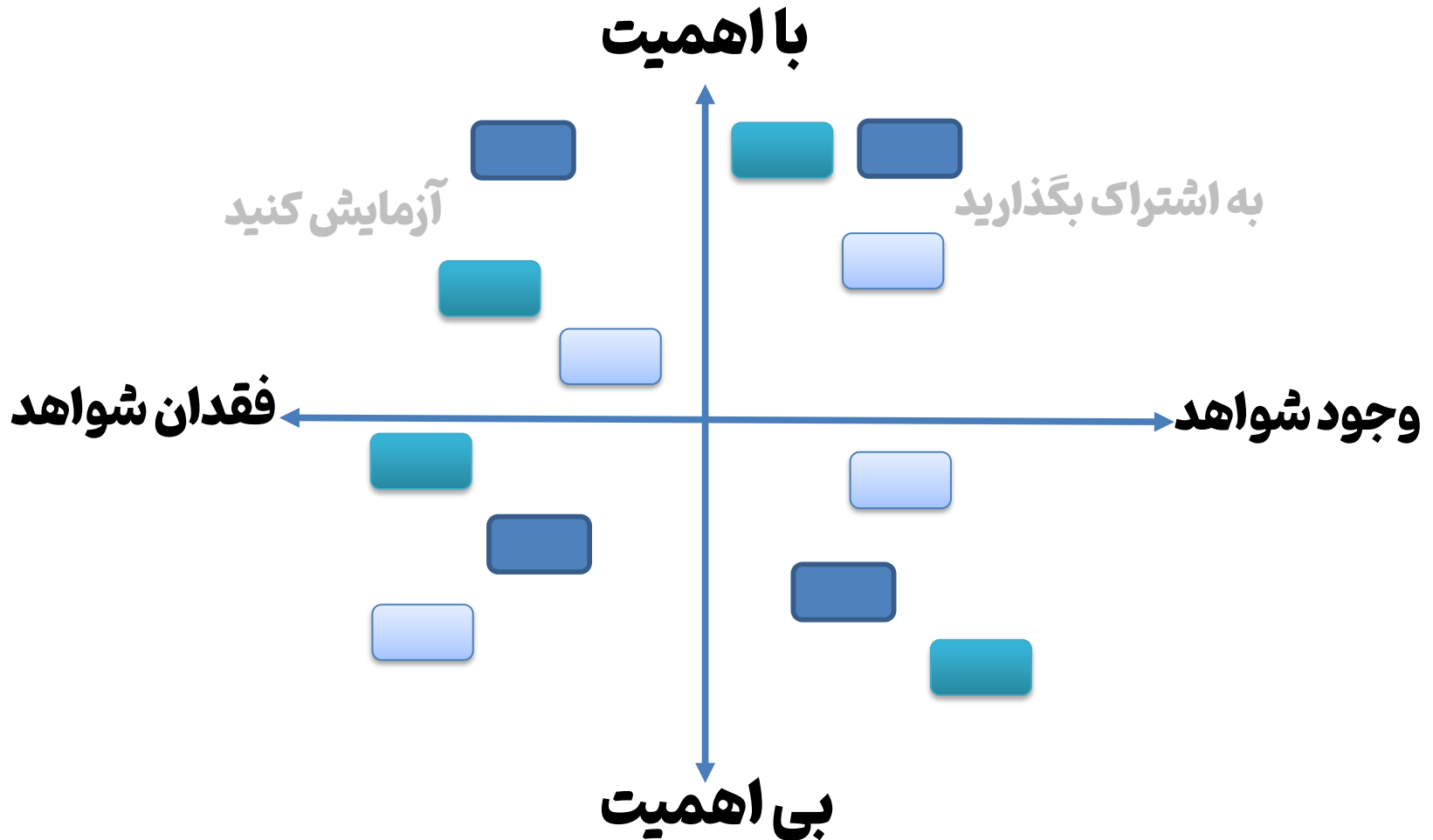
فرض VS فرضیه



ما معتقدیم...

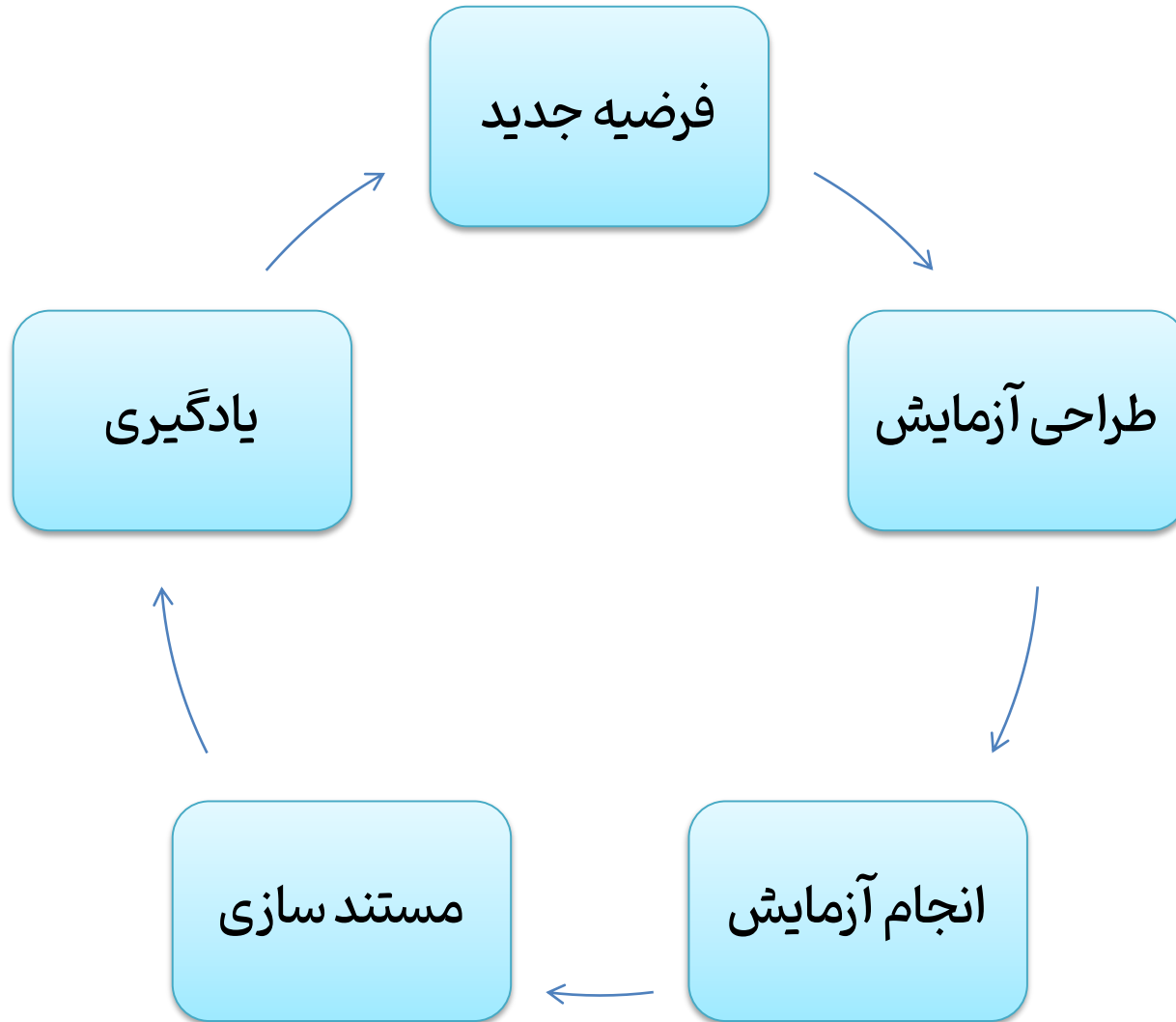


# تشکیل ماتریس فرضیات







# مسیر پیشروی در آزمایش











# طراحی آزمایش

نوع	آزمایش	هزینه	مدت زمان آماده‌سازی	مدت زمان اجرا	قوت شواهد	درون‌مایه
کاوش 	مصاحبه با مشتریان	○○○●●	○○○●●	○○○●●	○○○○●	مطلوبیت . امکان پذیری . تداوم‌پذیری
	مصاحبه با شرکا و تأمین‌کنندگان	○○○●●	○○○●●	○○○●●	○○○●●	مطلوبیت . امکان‌پذیری . تداوم‌پذیری
	مصاحبه با ذی‌نفعان خیره	○○○●●	○○○●●	○○○●●	○○○●●	مطلوبیت . امکان‌پذیری . تداوم‌پذیری
	روزی از زندگی	○○○●●	○○○●●	○○○●●	○○○●●	مطلوبیت . امکان‌پذیری . تداوم‌پذیری
	نظرسنجی اکتشافی	○○○●●	○○○●●	○○○●●	○○○●●	مطلوبیت . امکان‌پذیری . تداوم‌پذیری
تحلیل داده‌ها 	تحلیل روند جست‌وجو	○○○○●	○○○●●	○○○●●	○○●●●	مطلوبیت . امکان‌پذیری . تداوم‌پذیری
	تحلیل ترافیک وب	○○○●●	○○○●●	○○○●●	○○○●●	مطلوبیت . امکان‌پذیری . تداوم‌پذیری
	تالارهای گفت‌وگو	○○○○●	○○○●●	○○○●●	○○○●●	مطلوبیت . امکان‌پذیری . تداوم‌پذیری
	بازخورد کارکنان فروش	○○○●●	○○○●●	○○○●●	○○○●●	مطلوبیت . امکان‌پذیری . تداوم‌پذیری
	تحلیل داده‌های پشتیبانی مشتری	○○○●●	○○○●●	○○○●●	○○○●●	مطلوبیت . امکان‌پذیری . تداوم‌پذیری

# طراحی آزمایش

مطلوبیت . امکان پذیری . تداوم پذیری	○ ○ ● ● ●	○ ○ ● ● ●	○ ○ ○ ● ●	○ ○ ● ● ●	<p>تبلیغ آنلاین ردیابی لینک شبه قابلیت آزمون ۴۰۴ کمپین ایمیلی کمپین در رسانه های اجتماعی برنامه ارجاع</p>  <p>کشف علاقه مندی</p>
مطلوبیت . امکان پذیری . تداوم پذیری	○ ○ ● ● ●	○ ○ ● ● ●	○ ○ ○ ○ ●	○ ○ ○ ○ ●	
مطلوبیت . امکان پذیری . تداوم پذیری	○ ○ ● ● ●	○ ○ ○ ● ●	○ ○ ○ ● ●	○ ○ ○ ○ ●	
مطلوبیت . امکان پذیری . تداوم پذیری	○ ○ ● ● ●	○ ○ ○ ○ ●	○ ○ ○ ○ ●	○ ○ ○ ○ ●	
مطلوبیت . امکان پذیری . تداوم پذیری	○ ○ ● ● ●	○ ○ ● ● ●	○ ○ ○ ● ●	○ ○ ○ ○ ●	
مطلوبیت . امکان پذیری . تداوم پذیری	○ ○ ● ● ●	● ● ● ● ●	○ ○ ● ● ●	○ ○ ○ ● ●	
مطلوبیت . امکان پذیری . تداوم پذیری	○ ● ● ● ●	● ● ● ● ●	○ ○ ○ ● ●	○ ○ ● ● ●	
مطلوبیت . امکان پذیری . تداوم پذیری	○ ○ ○ ● ●	○ ○ ● ● ●	○ ○ ● ● ●	○ ○ ● ● ●	<p>چاپ سه بعدی نمونه اولیه کاغذی داستان نگاره برگه مشخصات دفترچه راهنما ویدئوی توضیحی بومرنگ تظاهر به داشتن محصول</p>  <p>نمونه اولیه های گفت وگویی</p>
مطلوبیت . امکان پذیری . تداوم پذیری	○ ○ ○ ○ ●	○ ○ ○ ● ●	○ ○ ○ ● ●	○ ○ ○ ○ ●	
مطلوبیت . امکان پذیری . تداوم پذیری	○ ○ ○ ○ ●	○ ○ ○ ○ ●	○ ○ ○ ● ●	○ ○ ○ ● ●	
مطلوبیت . امکان پذیری . تداوم پذیری	○ ○ ● ● ●	○ ○ ○ ○ ●	○ ○ ○ ○ ●	○ ○ ○ ○ ●	
مطلوبیت . امکان پذیری . تداوم پذیری	○ ○ ● ● ●	○ ○ ○ ● ●	○ ○ ● ● ●	○ ○ ○ ○ ●	
مطلوبیت . امکان پذیری . تداوم پذیری	○ ○ ○ ○ ●	○ ○ ○ ● ●	○ ○ ○ ● ●	○ ○ ○ ● ●	
مطلوبیت . امکان پذیری . تداوم پذیری	○ ○ ○ ● ●	○ ○ ○ ○ ●	○ ○ ○ ● ●	○ ○ ○ ○ ●	
مطلوبیت . امکان پذیری . تداوم پذیری	○ ○ ○ ● ●	○ ○ ○ ○ ●	○ ○ ○ ● ●	○ ○ ○ ● ●	<p>جعبه محصول قایق تندرو دسته بندی کارت ها خرید قابلیت</p>  <p>کشف ترجیح و اولویت</p>
مطلوبیت . امکان پذیری . تداوم پذیری	○ ○ ○ ● ●	○ ○ ○ ○ ●	○ ○ ○ ● ●	○ ○ ○ ● ●	
مطلوبیت . امکان پذیری . تداوم پذیری	○ ○ ○ ● ●	○ ○ ○ ○ ●	○ ○ ○ ● ●	○ ○ ○ ● ●	
مطلوبیت . امکان پذیری . تداوم پذیری	○ ○ ○ ● ●	○ ○ ○ ○ ●	○ ○ ○ ● ●	○ ○ ○ ● ●	

## آزمایش‌های اعتباربخشی

نوع	هزینه	مدت زمان آماده‌سازی	مدت زمان اجرا	قوت شواهد	درون‌مایه
<b>نمونه اولیه تعاملی</b> 	نمونه اولیه قابل کلیک	○ ○ ○ ● ●	○ ○ ○ ● ●	○ ○ ○ ● ●	مطلوبیت . امکان پذیری . تداوم پذیری
	محصول حداقلی تک‌قابلیتی	○ ● ● ● ●	○ ● ● ● ●	○ ● ● ● ●	مطلوبیت . امکان پذیری . تداوم پذیری
	محصول حداقلی ترکیبی	○ ○ ● ● ●	○ ○ ● ● ●	○ ○ ● ● ●	مطلوبیت . امکان پذیری . تداوم پذیری
	کارپرداز	○ ○ ○ ○ ●	○ ○ ○ ○ ●	○ ○ ○ ○ ●	مطلوبیت . امکان پذیری . تداوم پذیری
	نمونه اولیه در ابعاد واقعی	● ● ● ● ●	○ ● ● ● ●	○ ● ● ● ●	مطلوبیت . امکان پذیری . تداوم پذیری
<b>دعوت به اقدام</b> 	صفحه فرود ساده	○ ○ ○ ● ●	○ ○ ● ● ●	○ ○ ○ ● ●	مطلوبیت . امکان پذیری . تداوم پذیری
	تأمین مالی جمعی	● ● ● ● ●	○ ● ● ● ●	○ ● ● ● ●	مطلوبیت . امکان پذیری . تداوم پذیری
	آزمون انشعاب	○ ○ ○ ● ●	○ ○ ● ● ●	○ ○ ● ● ●	مطلوبیت . امکان پذیری . تداوم پذیری
	پیش فروش	○ ○ ● ● ●	○ ○ ● ● ●	○ ○ ● ● ●	مطلوبیت . امکان پذیری . تداوم پذیری
	نظرسنجی اعتباربخشی	○ ○ ○ ● ●	○ ○ ● ● ●	○ ○ ● ● ●	مطلوبیت . امکان پذیری . تداوم پذیری
<b>شبیه‌سازی</b> 	جادوگر شهرآز	○ ○ ○ ● ●	○ ○ ● ● ●	○ ○ ● ● ●	مطلوبیت . امکان پذیری . تداوم پذیری
	فروش ساختگی	○ ○ ○ ● ●	○ ○ ● ● ●	○ ○ ● ● ●	مطلوبیت . امکان پذیری . تداوم پذیری
	نامه ابراز تمایل	○ ○ ○ ○ ●	○ ○ ○ ○ ●	○ ○ ○ ○ ●	مطلوبیت . امکان پذیری . تداوم پذیری
	فروشگاه موقت	○ ● ● ● ●	○ ○ ● ● ●	○ ○ ● ● ●	مطلوبیت . امکان پذیری . تداوم پذیری
	راه‌حل ضربتی (قلاب) مبتنی بر اصول برنامه‌نویسی مفراط	○ ○ ○ ● ●	○ ○ ○ ○ ●	○ ○ ○ ○ ●	مطلوبیت . امکان پذیری . تداوم پذیری





# مستند سازی آزمون

## کارت آزمون

مهلت	نام آزمون
مدت	مسئول

گام ۱: فرضیه

### ما معتقدیم

میزان اهمیت:



گام ۲: آزمون

### برای تأیید آن،

اعتبار داده ها:



هزینه آزمون:



گام ۳: سنج

### و می‌سنجیم که

زمان مورد نیاز:



گام ۴: معیار

### فرضیه ما درموردی درست است که



# مستند سازی یادگیری

## کارت یادگیری

تاریخ یادگیری

نام بینش

فرد مسئول

گام ۱: فرضیه

ما معتقد بودیم

گام ۲: مشاهده

مشاهده کردیم

اعتبار داده‌ها:



گام ۳: آموخته‌ها و بینش‌ها

از آن آموختیم

ضرورت اقدام:



گام ۴: تضمینات و اقدامات

بنابراین، کاری که انجام خواهیم داد این است که



تاکی؟

تاکی این فرآیند رو  
ادامه بدیم؟



# منابع

You're holding a field guide for rapid experimentation. Use the 44 experiments inside to find your path to scale. Systematically win big with small bets by...

## Testing Business Ideas

[strategizer.com/test](http://strategizer.com/test)

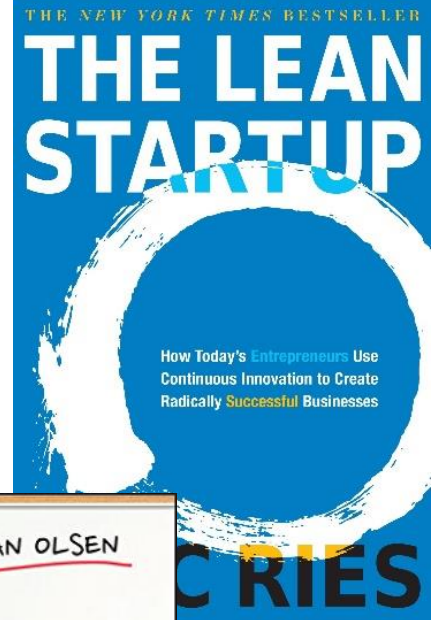
WRITTEN BY  
David J. Bland  
Alex Osterwalder  
ASSISTED BY  
Alan Smith  
Trish Papadakos

WILEY



How to create products and services customers want. Get started with...

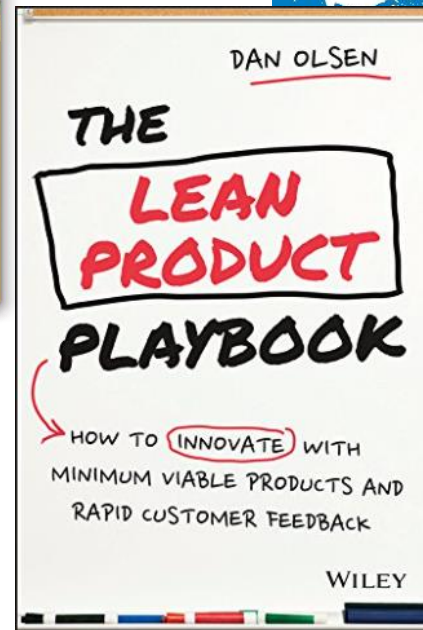
## Value Proposition Design



You're holding a handbook for visionaries, game changers, and challengers striving to defy outmoded business models and design tomorrow's enterprises. It's a book for the...

## Business Model Generation

WRITTEN BY  
Alexander Osterwalder & Yves Pigneur  
CO-CREATED BY  
An amazing crowd of 470 practitioners from 45 countries  
DESIGNED BY  
Alan Smith, The Movement





# بِاسْتِیْثِنَائِی از شُما

۰۹۱۰۳۰۰۸۴۵۲

Mohammad.j69@gmail.com