



Customer development.sa_ProductM

- 1 Что такое Custdev?
- 2 Что такое боль клиента?
- 3 Для чего в целом используется Custdev?
- 4 Что такое MVP?
- 5 Что не относится к качественным методам исследования?
- 6 Что такое Лендинг?
- 7 Что такое Бэклог продукта ?
- 8 Для запуска MVP продукта сколько необходимо собрать информации о новом рынке?
- 9 Что такое Гипотеза?
- 10 Какие инструменты можно использовать для проверки гипотезы?
- 11 Стейкхолдер - это
- 12 Какой метод работы со стейкхолдером является не эффективным?
- 13 Продуктовая метрика это
- 14 Customer journey map (CJM) — это
- 15 Что описывает CJM?
- 16 Что поможет проведению качественного CustDev для сложных и многосоставных продуктов?
- 17 Вид маркетингового исследования, которое подразумевает сбор и анализ информации о рынке из открытых источников:
- 18 После появления общего представления о рынке и формирования гипотезы, какого метода исследование нужно в первую очередь?





- 19 Составляющие продукта?
- 20 Что делать если личный бренд вредит бизнесу:
- 21 Точечный Custdev нужен, если:
- 22 Кто должен заниматься лэндингом ?
- 23 Насколько важно отделять CustDev от аккаунтинга и сервиса?
- 24 Как продать идею стейкхолдеру?
- 25 Что такое нетворкинг?
- 26 Что такое meetup?
- 27 Кто такой Роб Фитцпатрик?
- 28 Кто такой респондент ?
- 29 Что такое Метод кабинетного исследования?
- 30 Что такое Soft Skills ?

