Pomysł jest jednym z najważniejszych czynników w tworzeniu produktu lub prowadzeniu biznesu. Jeśli jest dobry, jesteś o krok bliżej do sukcesu. Jednak zawsze podkreślam, że same pomysły są nic nie warte, jeśli nie rezonują z rynkiem. W szczególności – z potrzebami potencjalnych klientów. Wydaje się to oczywiste, ale gdyby naprawdę tak było, nigdy nie powstałyby takie wynalazki jak poduszka do smartfona czy awokado na patyku. Skąd więc wiadomo, który pomysł odniesie sukces? Dziś porozmawiajmy o pierwszych klientach (early adopters) oraz cechach i potrzebach, które powinien zaspokajać Twój produkt.

Co to jest early adopter

?

Według słownika Cambridge Dictionary, adopter to *osoba lub firma, która zaczyna korzystać z nowego produktu lub usługi.* W przyszłości, pierwsi użytkownicy będą Twoimi pierwszymi klientami. Co jest w nich takiego wyjątkowego? Co najważniejsze, to oni jako pierwsi przetestują Twój wynalazek. Oznacza to, że jeśli spodoba im się Twój produkt, prawdopodobnie rozpowszechnią o nim informacje. Z drugiej strony, jeśli im się nie spodoba, istnieje duże prawdopodobieństwo, że produkt nie przetrwa zbyt długo. Dlaczego? Ponieważ wcześni użytkownicy to ludzie, którzy wyznaczają trendy.

>

Co to jest krzywa wczesnych użytkowników?

Krzywa wczesnej adopcji, zwana również krzywą adopcji technologii, ilustruje proces akceptacji nowego produktu na rynku przez pięć segmentów społecznych. W pierwszej fazie pojawia się niewielka liczba klientów zwanych Innowatorami (około 3%). Następną grupą są Wcześni Adepci (około 14%). To właśnie oni, pomimo niewielkiej wiedzy na temat produktu, decydują się go przetestować i wyrazić swoją opinię. Dlatego są najważniejsi na wczesnym etapie. Dają oni pozostałej części rynku, zwanej Wczesną Większością i Późną Większością (łącznie 68%) pewność co do przyjęcia innowacji. Ostatni segment, zwany Laggards (około 16%), to ci, którzy zwykle niechętnie podchodzą do nowości i podejmowania ryzyka. Dlatego właśnie Laggards kupują Twój produkt najpóźniej.

>

Krzywa wczesnych użytkowników pokazuje, że głównymi klientami są Wczesna Większość i Późna Większość. Dlaczego więc warto zawracać sobie głowę Wczesnym Adopterem? Ponieważ na początku podróży produktu to właśnie Early Adopters mają moc przekonywania pozostałych segmentów do korzystania z produktu. Dlatego warto skoncentrować swoje wysiłki na znalezieniu i przyciągnięciu tych cennych osób.

Cechy wczesnych użytkowników

Twoi pierwsi klienci nie są przeciętnymi ludźmi. Z biznesowego punktu widzenia są oni nieocenieni, dlatego tak ważne jest, aby wiedzieć, kim są. Poniżej możesz odkryć niektóre z ich najważniejszych cech:

- Posiadają opinię lidera na rynku – uwielbiają próbować nowych rzeczy, zanim inni zdążą na nie spojrzeć. Wynika to ze sposobu myślenia wczesnych użytkowników, którzy są wszystkowiedzący. Oznacza to, że chętnie dzielą się swoją ‘nieomylną’ opinią z innymi, którzy (według nich) powinni się z nią zgodzić.
- wykształceni, o wysokiej wiedzy finansowej – często inwestują w testowanie nowych technologii, nawet jeśli nie są one związane z ich dziedziną lub branżą, ponieważ są ciekawi i lubią szukać nowych możliwości i rozwiązań swoich problemów
- mają wysoki status społeczny – ze względu na swój status społeczny są szanowani. A szacunek jest powodem, dla którego inni często uważają ich za wiarygodnych.
- rozsądni, jeśli chodzi o podejmowanie ryzyka – oznacza to, że prawdopodobnie spróbują nowych rzeczy, które inni uznają za niebezpieczne lub ryzykowne; będą pierwszymi, którzy kupią nowość, przetestują ją i przekażą informacje zwrotne. Dzięki temu mniej odważna część rynku może pójść w ich ślady.

Jak znaleźć i przyciągnąć pierwszych użytkowników?

Ponieważ wiemy już, że dobrze jest mieć po swojej stronie wczesnych użytkowników, przejdźmy do trudniejszej części, jak ich przyciągnąć. Jak zwykle, wszystko sprowadza się do odpowiednich badań. Musisz najpierw odrobić pracę domową jako detektyw, wyśledzić i poznać swoją ‘ofiarę’, zanim uderzysz. Poniższe

cztery kroki pomogą ci przyciągnąć potencjalnych wczesnych użytkowników.

Zidentyfikuj swój rynek docelowy

.

Poświęć trochę czasu na określenie, kim są Twoi pierwsi klienci. Być może najważniejszym pytaniem jest to, czego potrzebują i w jaki sposób Twój produkt zaspokaja te potrzeby. Odpowiedzi na powyższe pytania dadzą ci obraz idealnego klienta dla twojego produktu. Wygeneruje to również scenariusz problemu, który jest opisem tego, jak twój produkt rozwiązuje konkretny problem, z którym boryka się klient.

>

Znajdź kanały

.

Gdzie i jak twoi klienci spędzają swój czas pracy i wolny? W jaki sposób się komunikują? Odpowiadając na te pytania, znajdziesz sposób na dotarcie do wczesnych użytkowników. Miejsca, które napotkasz, są często nazywane ‘wodopojami’ i będą obejmować (i nie są ograniczone do):

>

- platformy mediów społecznościowych
- forum
- blogi
- webinaria
- grupy i społeczności online
- newslettery
- podcasty

Choć era Internetu i połączeń online kwitnie, nadal należy brać pod uwagę inne kanały offline, takie jak konferencje, warsztaty, targi itp.

Przygotuj swoją wiadomość

.

Napisz jasną, zwięzłą wiadomość i wyjaśnij rozwiązanie bieżącego problemu, który rozwiązuje Twój produkt. Propozycja powinna również potwierdzać Twoją wiarygodność. Nikt nie chce współpracować z nieznaną i nieprofesjonalną firmą, więc upewnij się, że struktura jest schludna, wolna od błędów i atrakcyjna. Wykorzystaj dobrze znane formuły marketingowe, takie jak PAS, AIDA lub USP, które zawierają najważniejsze wezwanie do działania. Tym działaniem będzie oczywiście skorzystanie z produktu.

Dotrzyj i przetestuj

Nadszedł w końcu czas na interakcję. Przetestuj wszystkie swoje kanały i dowiedz się, które z nich są najskuteczniejsze w przyciąganiu pierwszych użytkowników. Skorzystaj z narzędzi, które pomagają w ocenie skuteczności, takich jak strony docelowe, kampanie e-mailowe i analityka.

Efektywne wykorzystanie ‘wodopojów’

Teoria wydaje się dość prosta, ale czasami może być trudna do wdrożenia w praktyce. Mamy cię! W Sailing Byte chętnie pomagamy startupom w ich drodze do sukcesu, pomagając im pozyskać wczesnych użytkowników w ukierunkowany i skuteczny sposób. Wdrożenie naszego dostosowanego podejścia zapewnia zauważalny wzrost liczby wczesnych użytkowników i rosnącą społeczność lojalnych zwolenników, którzy będą promować Twój produkt w swoich sieciach. W rezultacie Twój startup będzie dobrze przygotowany do szerszej penetracji rynku i przyszłego wzrostu.

Jeśli jesteś właścicielem startupu, który chce przyciągnąć wczesnych użytkowników i wyruszyć w podróż sukcesu, trafiłeś we właściwe miejsce! Nasz zespół w Sailing Byte jest gotowy, aby pomóc Ci przekształcić Twoją wizję w rzeczywistość. Umów się na rozmowę telefoniczną, aby omówić nieskończone możliwości, które oferujemy.