

ZŁOTY PROCES WERYFIKACJI INWESTYCJI BIZNESOWYCH

SIEMA!



Nazywam się **Maciej Aniserowicz**. Jestem ex-programistą, przedsiębiorcą, blogerem (devstyle.pl i devtalk.pl), influenserem (według niektórych), mężem i tatą. Zmęczony wszechobecnym pędem i hustlowaniem, stworzyłem inicjatywę slowbiz.pl. Dzięki niej pokazuję, jak robię **biznes powoli**. Koniec etykietek, przejdźmy do konkretów!



SKĄD WIEM, ŻE MÓJ PRODUKT ZNAJDZIE KLIENTÓW?

Mam już dobrych kilka lat doświadczenia w B2C. Nieskromnie powiem, że potrafię określić, co może spodobać się ludziom, ale **nic nie zastąpi weryfikacji przez rynek**. Niejeden *byznesmen* przejechał się na swoim genialnym pomysłe, bo nie poddał go próbie kapitalistycznego ognia.

Dlatego opieram realizacje na **twardych danych**. Danych dostarczonych mi przez osoby **REALNIE** zainteresowane moją ofertą. Podobny schemat działania możesz skonstruować dla swoich produktów. Nawet bez rozbudowanej społeczności, ale o tym później.

Dzisiaj podzielę się z Tobą moim **Złotym Procesem Weryfikacji**. Jest ściśle tajny, pamiętaj, żeby opowiedzieć o nim wszystkim! Najlepiej przemycając jeszcze link do slowbiz.pl. :)

WERYFIKACJA INWESTYCJI BIZNESOWEJ

Nie lubię wykonywać zbędnej pracy, zwłaszcza tworząc kurs online. Dlatego zanim zdecyduję się na produkcję, przechodzę przez kilka **checkpointów**. Pomagają mi ocenić, czy dana inicjatywa ma sens. Na każdym etapie weryfikacji mogę wybrać, czy wchodzę w to, czy odpuszczam. Bez znacznych strat w czasie, pieniądzu i ludziach.





**1 000
MAILI**

1 Mówią, że na początku był chaos, ale ja tego nie kupuję. Wszystko zaczyna się od **listy mailowej**. Jeśli w ciągu miesiąca nie uda mi się zebrać na niej **tysiąca osób**: odpuszczam. To wyraźny znak, że ludzie nie potrzebują mojego produktu.

Nie lajki. Nie serduszka. Nie suby. Nie łapki, gwiazdki czy inne pierdoły. **Tylko maile się liczą**. Dobrze zrobiony e-mail marketing działa rewelacyjnie. Jeśli ktoś Ci powie, że nikt nie otwiera maili, uciekaj od tego „specjalisty” jak najdalej. Ta osoba po prostu nie umie w maile.

Skąd wziąć zainteresowanych ludzi? Z kręgu swoich znajomych, z kręgu ich znajomych, z portali społecznościowych (szczególnie grupy tematyczne na FB oraz LinkedIn). Czasem warto te starania delikatnie podpompować reklamą.



**100
WYPEŁNIONYCH
ANKIET**

2 Kolejny etap to **ankieta** z pytaniami o potrzeby czytelników listy mailowej. Ankiety są często niestudnie bagatelizowane, dlatego tu będą miały moment chwaty.

Moje ankiety mają dwa cele:

- ✓ badam **faktyczne zaangażowanie i zainteresowanie**,
- ✓ odpowiedzi z nich pomagają mi w budowaniu agendy, bo dowiaduję się, czego ludzie **najbardziej potrzebują**.

Nie dbam o wygląd moich ankiet, używam zwykłych, brzydkich Google Forms. Nie daję też żadnych bonusów za wypełnienie. Czasem moje pytania są zbyt skomplikowane i ciągną się w nieskończoność. Niektórych z nich sam bym nie wypełnił!

Po co ten cyrk? Jeśli ktoś przejdzie przez wszystkie kłody, które rzucam pod nogi w ankiecie, mam pewność, że **NAPRAWDĘ** zależy mu na moim produkcie. Z moich dotychczasowych doświadczeń wynika, że **liczba uzupełnionych ankiet to minimalna liczba Klientów, na których mogę liczyć**. Tutaj dolnym limitem jest **sto odpowiedzi**. Jeśli ich nie zbiorę: zawieszam prace.



**100 000
ZŁOTYCH**

3 Ostateczny test: **przedsprzedaż!** Próg wejścia to zarobienie **stu tysięcy złotych** przed zabraniem się do porządnej pracy.

Jeśli uzyskam mniej: zwracam pieniądze i szukam nowego tematu. Dopiero po przejściu tego etapu przeznaczam największą część środków na rozwój produktu.

Dlaczego? Jeżeli projekt pozytywnie zaliczy trzeci checkpoint, mam pewność, że sprzedaż pójdzie dobrze i nie skończy na minusie.

Checkpointowy proces może mieć zastosowanie także u twórców z mniej rozwiniętą społecznością. Wystarczy przełożyć moje liczby z checkpointów na Twoje warunki (zwiększyć/zmniejszyć wartość sprzedaży, liczbę czytelników mailingu itp.) i zastanowić się, **jaka kwota sprzedaży zadowała CIEBIE**. Bez oglądania się na opinie guru sprzedaży.

A potem weryfikować. Rynek jest bezlitosny.

Podobał Ci się ten dokument?

Odwiedź slowbiz.pl i dołącz do ponad **3 000 osób** w **Slow Mailingu**. Znajdziesz tam krwiste merytoryczne steki, teksty o biznesie bez asapów i wiele więcej! Wszystko w rytmie *Dolce Vita*.

Pozdro i powodzenia!

Maciej Aniserowicz, slowbiz.pl