



MODUL 2

RESEARCH & ANALYTICS

User Research, Voice of Customer Research

3 Stufen zum Product-Market-Fit

Stufe 1

Problem-Market-Fit

Identifizierung eines Problems und Überprüfung, ob dieses Problem im Markt vorhanden ist.

Stufe 2

Problem-Solution-Fit

Erarbeitung einer Lösung für das Problem und Überprüfung, ob diese Lösung das Problem wirklich löst.

Stufe 3

Product-Market-Fit

Entwicklung eines Produktes bei dem mit großer Sicherheit gesagt werden kann, dass ein genügend großer Markt ein spezifisches Problem hat, das mit der neu entwickelten Lösung gelöst werden kann.

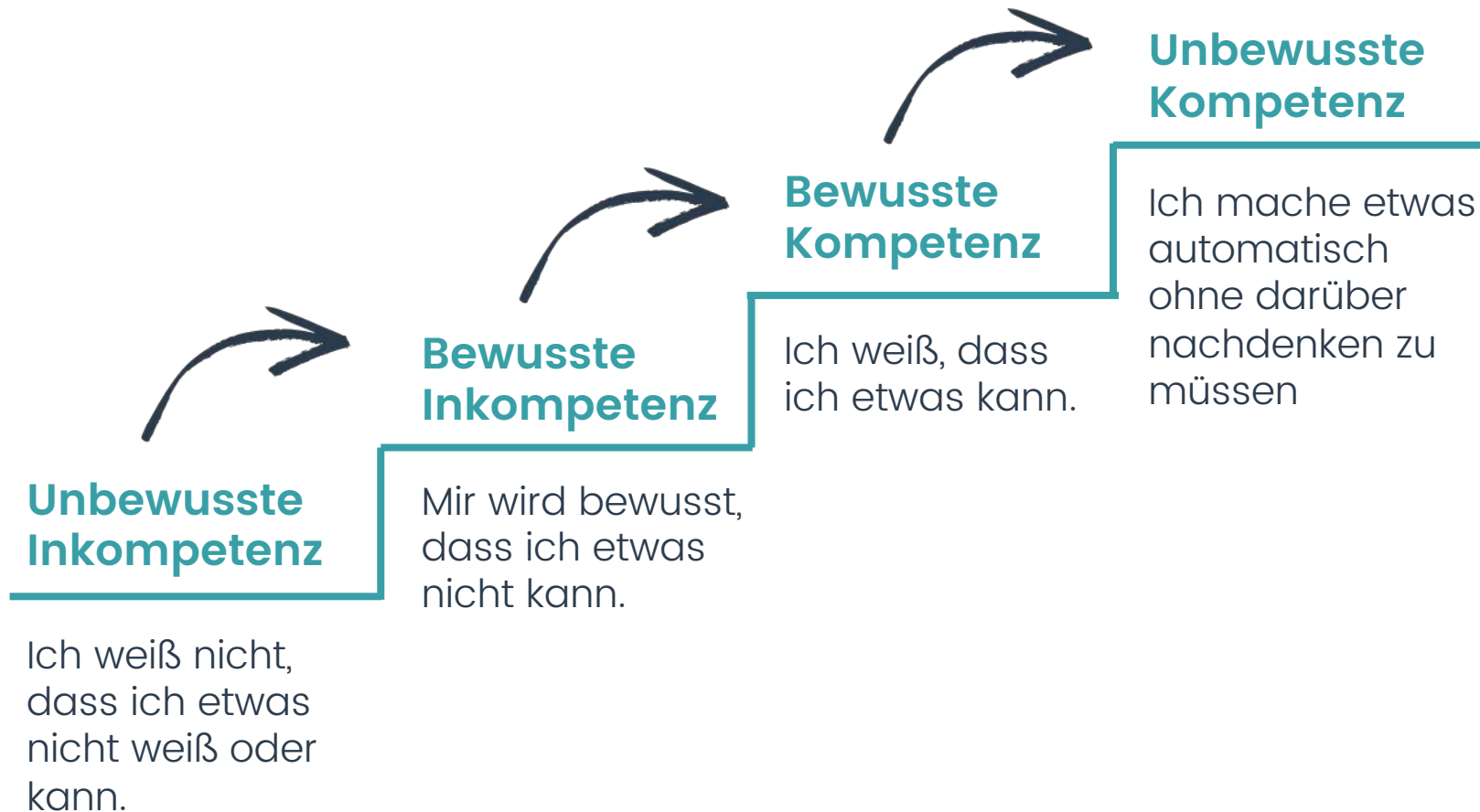
desire



We must learn what customers really want, not what they say they want or what we think they should want.

ERIC RIES

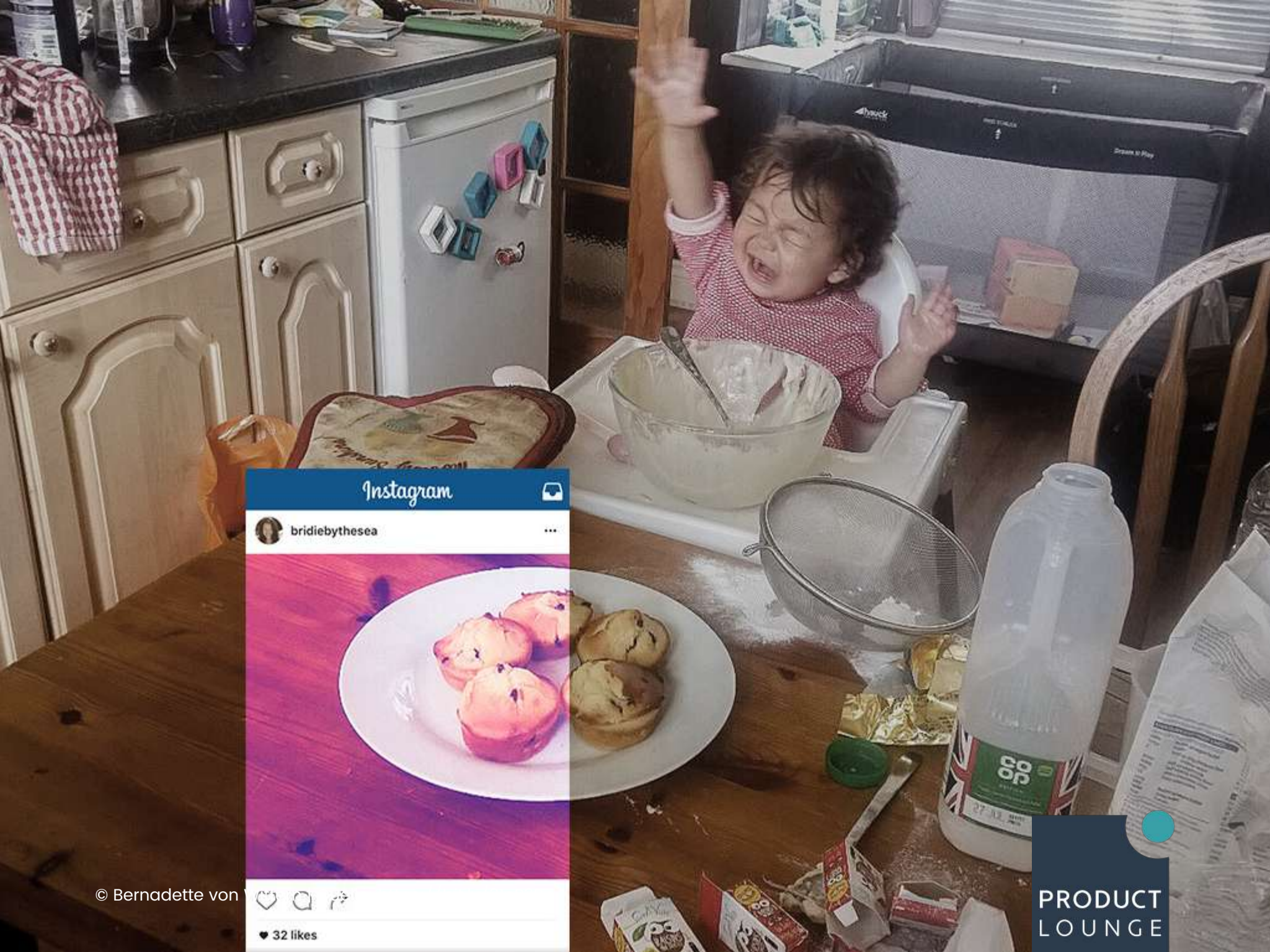
4 Phasen der Kompetenz





**Menschen sind nett.
Deshalb lügen sie.**





desire



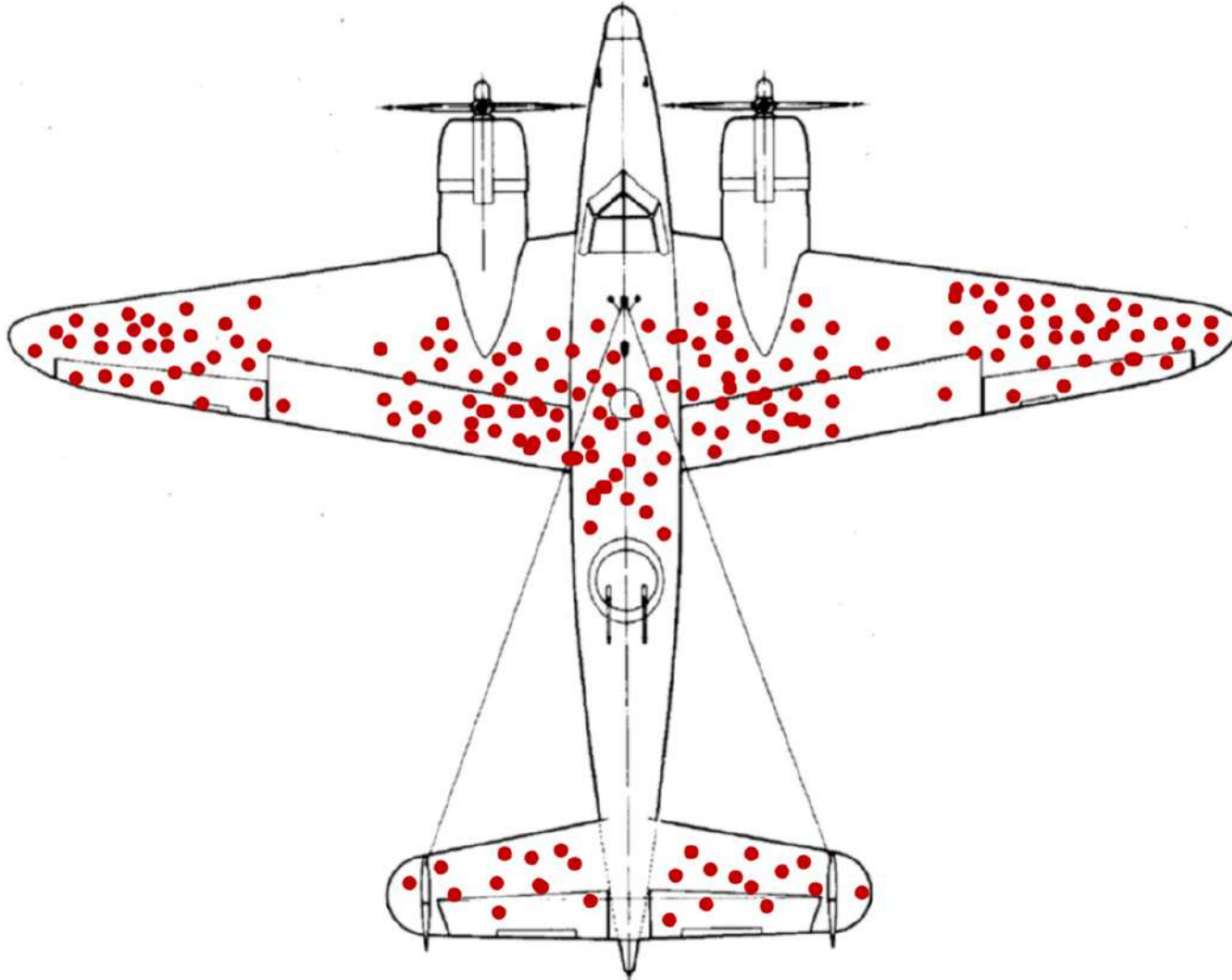
We must learn what customers really want, not what they say they want or what we think they should want.

ERIC RIES

Confirmation Bias



Survivor Bias





Research Prozess

- ✓ Annahmen treffen und Hypothesen aufstellen
- ✓ Studie aufsetzen und Daten sammeln
- ✓ Ergebnisse analysieren und interpretieren

create products that matter.
make a difference.
together.

www.productlounge.net

