

*Lean customer development :
twórz produkty, po które klienci będą ustawiać się w kolejkach*
Cindy Alvarez

Spis treści

Przedmowa (7)

Wstęp (11)

Rozdział 1. Dlaczego model Customer Development jest niezbędny? (21)

Rozdział 2. Od czego zacząć? (37)

Rozdział 3. Z kim powinienem rozmawiać? (49)

Rozdział 4. Czego powinienem się dowiedzieć? (79)

Rozdział 5. W teren! (101)

Rozdział 6. Jak wygląda potwierdzona hipoteza? (125)

Rozdział 7. Jakiego rodzaju minimalnie satysfakcjonujący produkt powinienem zbudować? (151)

Rozdział 8. Jak działa model Customer Development, gdy masz już klientów? (171)

Rozdział 9. Model Customer Development w trybie ciągłym (203)

Dodatek A Skuteczne pytania (217)