

Karta Commercial Point of View

Teza o rynku jest warta tyle, ile da się z niej obalić. Osiem pytań sprawdza, co się naprawdę zmieniło, jaki mechanizm za tym stoi, co jeszcze mogłoby to tłumaczyć — i co musiałoby się wydarzyć, żebyście się z niej wycofali.

PRACA ZESPOŁU · PIĘTNAŚCIE MINUT NA JEDNĄ TEZĘ

KIEDY SIĘGNAĆ

- + macie tezę o rynku i chcecie ją opublikować albo powiedzieć zarządowi;
- + teza kończy się zdaniem prowadzącym prosto do waszej oferty;
- + liczby w tezie pochodzą z cudzego opracowania i nikt nie sprawdził metody;
- + ktoś w zespole mówi „to nieuchronne”;
- + teza działała rok temu i nie wiadomo, czy nadal obowiązuje.

WYPEŁNIJ 8 PÓŁ

01 CO SIĘ ZMieniŁO

Co konkretnie widać w danych albo w zachowaniu rynku?

02 WOBEC CZEGO

Od jakiego punktu i w jakim okresie liczycie tę zmianę?

03 JAKIE ZAŁOŻENIE PRZESTAJE DZIAŁAĆ

W co ludzie nadal wierzą, a co przestaje być prawdą?

04 DLACZEGO TAK SIĘ DZIEJE

Jaki mechanizm to tłumaczy?

05 CO JESZCZE MOGŁOBY TO TŁUMACZYĆ

Jakie inne wyjaśnienie tych samych danych jest równie sensowne?

06 DLA KOGO TO OBOWIĄZUJE

W jakich firmach ta teza działa — a w jakich na pewno nie?

07 CO JĄ OBALI

Co musiałyby się wydarzyć, żebyście się z niej wycofali?

08 DECYZJA

Publikujecie, zawężacie zakres, dokładacie dowód czy wycofujecie?

CO Z TEGO WYCHODZI

Teza kończy się zdaniem prowadzącym do waszej oferty

To nie jest teza o rynku, tylko wstęp do sprzedaży. Wróć do pytania 4 — mechanizm ma tłumaczyć rynek, nie was.

Nie umiecie powiedzieć, co ją obali

Nie publikujcie. Teza, której nic nie może obalić, nie mówi nic o rzeczywistości.

Liczba pochodzi z opracowania, którego metody nikt nie sprawdził

Podajcie źródło i zakres razem z liczbą albo jej nie używajcie.

Teza obowiązuje w firmach jednej wielkości, a mówicie ją wszystkim

Zawęż w pytaniu 6. Teza z granicami jest mocniejsza niż uniwersalna, bo da się ją sprawdzić.

To, co opisujecie, przestało być prawdą

Wycofajcie tezę i powiedzcie o tym wprost. Wycofana teza kosztuje mniej niż broniona wbrew danym.