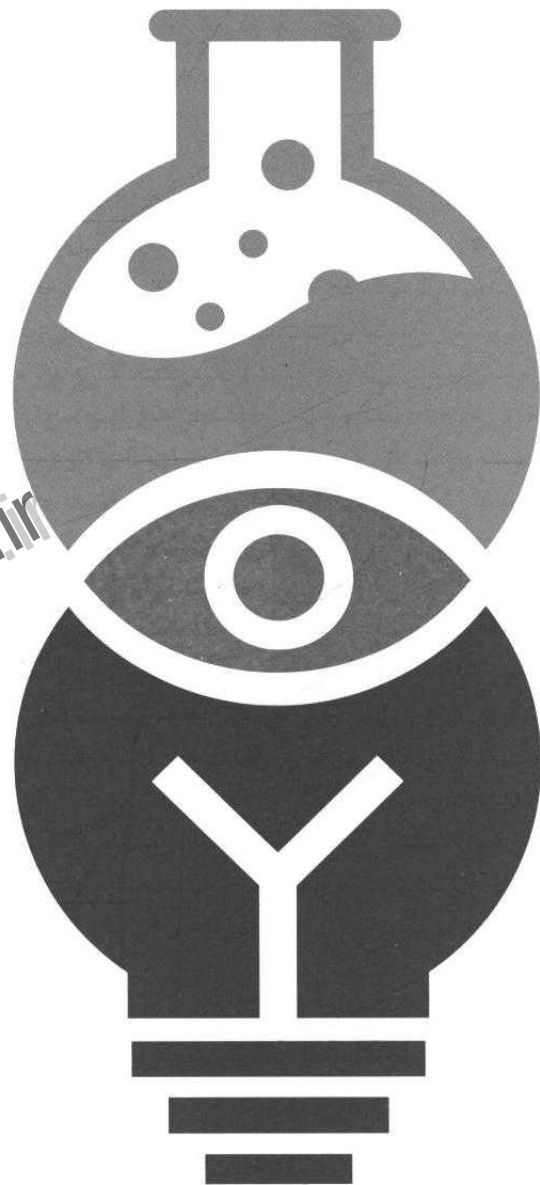


TESTING BUSINESS IDEAS

آزمودن ایده‌های کسب و کار

با استفاده از ۴۴ آزمایش این کتاب، مسیرافزایش مقیاس کسب و کارتان را پیدا کنید.
به شکلی نظام‌مند، دست به ریسک‌های کوچکی بزنید تا به موفقیتی بزرگ نائل شوید.

دیوید جی. بلند و الکساندر استروالدِر | حامد شیدائیان و علیرضا علی سلیمانی



۲۲۹۹۸۵۶

کد ملی: ۸۸۳۴۲۹۱۰

نویسندگان: دیوید جی. بلند و الکساندر استروالدر

مترجمان: حامد شیدائیان و علیرضا علی سلیمانی

نسخه پرداز: کیوان دهقان پور

طراح جلد: امیرحسین قیصری

صفحه آرا: داریوش گل سرخی

نوبت چاپ: اول، زمستان ۱۴۰۰

شمارگان: ۱۵۰۰ نسخه

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۷۰۸۹-۱۳-۴

لیتوگرافی، چاپ و صحافی: واژه پرداز اندیشه

ناشر: آریانا قلم

نشانی: خیابان سهروردی جنوبی، خیابان ملایری پور غربی، پلاک ۳۷، واحد ۱

تلفن: ۸۸۳۴۲۹۱۰

فروشگاه اینترنتی: www.AryanaGhalam.com

رسم الخط این کتاب براساس دستور خط فارسی فرهنگستان زبان و ادب فارسی است. تمام حقوق چاپ و نشر این اثر برای انتشارات آریانا قلم محفوظ است. تکثیر و انتشار تمام یا بخشی از این اثر به هر شکل بدون اجازه کتبی ناشر ممنوع است.

سرشناسه: بلند، دیوید جی.، ۱۹۷۶-م. / Bland, David J., 1976-

عنوان و نام پدیدآور: آزمودن ایده‌های کسب و کار / نوشته دیوید جی. بلند و الکساندر استروالدر؛ ترجمه حامد شیدائیان و علیرضا علی سلیمانی.

مشخصات نشر: تهران: آریانا قلم، ۱۴۰۰.

مشخصات ظاهری: ۳۵۴ ص.؛ مصور، جدول، نمودار.

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۷۰۸۹-۱۳-۴

وضعیت فهرست نویسی: فیا

عنوان اصلی: [Testing Business Ideas, 2020]

موضوع: برنامه ریزی راهبردی، strategic planning

مصرف کنندگان-تحقیق، consumers-research

فراورده‌های جدید، new products

شناسه افزوده: اوستروالدر، الکساندر / Osterwalder, Alexander

شناسه افزوده: شیدائیان، حامد، ۱۳۵۸-، مترجم

شناسه افزوده: علی سلیمانی، علیرضا، ۱۳۵۷-، مترجم

رده بندی کنگره: HD ۳۰/۲۸

رده بندی دیویی: ۶۵۸/۴۰۳۴

شماره کتاب شناسی ملی: ۸۷۰۵۷۷۱

سخن ناشر

اینکه کارآفرینان و ایده‌پردازان عاشق ایده خود می‌شوند موضوع آشنایی است. بیشتر افراد وقتی ایده‌ای برای راه‌اندازی کسب‌وکار یا توسعه محصول یا سازمانشان دارند بیشتر بر نقاط قوت آن تمرکز می‌کنند و نقاط ضعف یا به تعبیری حلقه‌های سست زنجیره کار خود را نمی‌بینند و با اشتیاقی ستودنی ماه‌ها یا حتی سال‌های زیادی را صرف تکمیل ایده و سپس تولید و ارائه آن می‌کنند و فکر می‌کنند اگر به بازار عرضه شود بی‌تردید فروش خوبی خواهد داشت و شاید تنها مشکل خود را نبود سرمایه کافی یا سرمایه‌گذار می‌دانند. در نهایت زمانی این نقاط ضعف و ایرادات کار را می‌بینند که کار از کار گذشته است و شکست خورده‌اند و با این تعبیر که شکست جزئی از این فرایند است سهل‌انگاری خود در فرایند آزمون را توجیه می‌کنند و مسیر یادگیری هم مسدود می‌شود. به نظر می‌رسد علت شکست خیلی از محصولات و ایده‌ها همین توجه نکردن به این باشد که کارآفرین یا ایده‌پرداز بنا بر مفروضاتی که از نگاه خودش و هم‌تیم‌هایش صحیح و مورد تأیید است و نه از نگاه مصرف‌کننده و مخاطب نهایی کار را به سرانجام رسانده است و تصمیم‌گیری کرده است. البته این قصه جدیدی نیست در کتاب طراحی ارزش پیشنهادی و تفکر طراحی در کسب‌وکار هم به آن اشاره کرده بودیم. احتمالاً بیشتر افراد حاضر در این حوزه تا الان به این نتیجه رسیده باشند که باید مخاطب نهایی را به درستی انتخاب کنیم و فقط بر پایه آنچه خود می‌پنداریم درست است عمل نکنیم، اما در مرحله اجرا نمی‌دانند که چگونه می‌بایست بررسی و آزمون را انجام دهند و نهایتاً بسته و گریخته کارهایی انجام می‌دهند، اما چون هدفمند طراحی و اجرا نشده است باز هم نتیجه موثقی به دست نمی‌دهد.

برای کمک به این مسئله، استروالدرو همکارانش در ادامه انتشار کتاب‌های حوزه کسب‌وکار و کارآفرینی مانند خلق مدل کسب‌وکار و طراحی ارزش پیشنهادی کتاب آزمون ایده‌های کسب‌وکار را منتشر و به بازار ارائه کرده‌اند. هدف اصلی این کتاب کمک به افراد مختلف در سطوح مختلف از کارآفرین فردی تا سازمانی از مدیران محصول

تا بازاریابی است تا بتوانند ایده‌ها و مفروضاتی مرتبط با بازار و محصول را با دقت و جزئیات مختلف بسنجند. نویسندگان سعی کردند در کتاب قبلی خود طراحی ارزش پیشنهادی - تناسب میان مشتری و ارزش پیشنهادی را شرح دهند و کمک کنند خواننده کتاب به درستی مشتری را شناسایی کند و متناسب با آن ارزش پیشنهادی ارائه دهد و در این کتاب به صورت جزئی و دقیق‌تر به فرایند آزمون بخش‌های مختلف ایده یا ارزش پیشنهادی پرداختند. یکی از ویژگی‌های این کتاب این است که سعی شده تا در آن تمامی آزمون‌های موجود با جزئیات کامل و مراحل اجرای آن گام‌به‌گام شرح داده شود. احتمالاً بسیاری از افراد حاضر در فضای استارت‌آپی و کارآفرینی با برخی از این آزمون‌ها آشنا باشند، اما گردآوری همه آنها در یک کتاب نقشه راهی مفید و کاربردی فراهم می‌کند، به ویژه که برای هر کدام مسیر اجرا، هزینه، ریسک، اعتبار و مثالی در قالبی مشخص آمده است. در نهایت مخاطب کتاب می‌تواند با توجه به اهمیت، بودجه و زمانی که در اختیار دارد چند آزمون را انتخاب کند و ایده خود را بیازماید و با ملموس کردن ایده‌های خود برای شرکت‌ها و سرمایه‌گذاران گفت‌وگوهای معنادارتری با آنها داشته باشد.

شایان ذکر است این کتاب هم مانند سایر کتاب‌های این نویسندگان با همکاری آنها و اطلاع و اجازه انتشارات جان وایلی ترجمه و منتشر شده است، اما به دلیل مسائل مرتبط با تحریم‌ها فرایند اخذ رسمی مجوز آن طولانی‌تر شد و تا زمان انتشار این چاپ به دست ما نرسید.

از همراهی تمامی خوانندگانمان در طی این سال‌ها سپاسگزاریم و امیدواریم توانسته باشیم با انتشار کتاب‌های تخصصی مرتبط با کارآفرینی در کنار و همراه کارآفرینان و توسعه‌دهندگان کسب‌وکارهای ایرانی باشیم.

سمیه محمدی

مدیرعامل انتشارات آریاناقلم