Inhoud

Deze kaartenset bestaat uit 42 Lean Startup methoden en technieken om je te helpen een innovatief idee te valideren. De kaarten bieden je inspiratie en handvatten voor het bedenken van experimenten.

- Kaarten in de categorie **Discovery & Ideation** beschrijven manieren om gebruikersbehoeften te ontdekken en daar oplossingen voor te bedenken.

- De categorie **Problem-Solution Fit** beschrijft experimenten die onderzoeken of je bedachte oplossing inderdaad een probleem oplost voor je gebruiker.

- Tot slot vind je in de categorie **Product-Market Fit** experimenten die onderzoeken of er voldoende vraag is voor je productidee.



Discovery & Ideation

- Interview de gebruiker
- Interview de leverancier
- Interview de interne stakeholders
- Dagje meelopen
- Open vragenlijst
- Zoektrendanalyse
- Website-analyse
- Forumanalyse
- Feedback van interne experts
- Speedboot
- Concurrentieanalyse
- Focusgroep
- Inspiratiemuur
- Klantreis
- ‘Hoe kunnen we...?’



Problem-Solution Fit

- Online advertentie
- Link tracking
- E-mailcampagne
- Papieren prototype
- Storyboard
- Folder interview
- Uitlegvideo
- Boomerang
- Card sorting

De omroepen en de NPO-organisatie hebben hun krachten gebundeld om media-innovatie te bevorderen en in te spelen op het snel veranderende mediagedrag van het publiek. De afdeling NPO Innovatie stimuleert en faciliteert dit proces.

Dagje meelopen

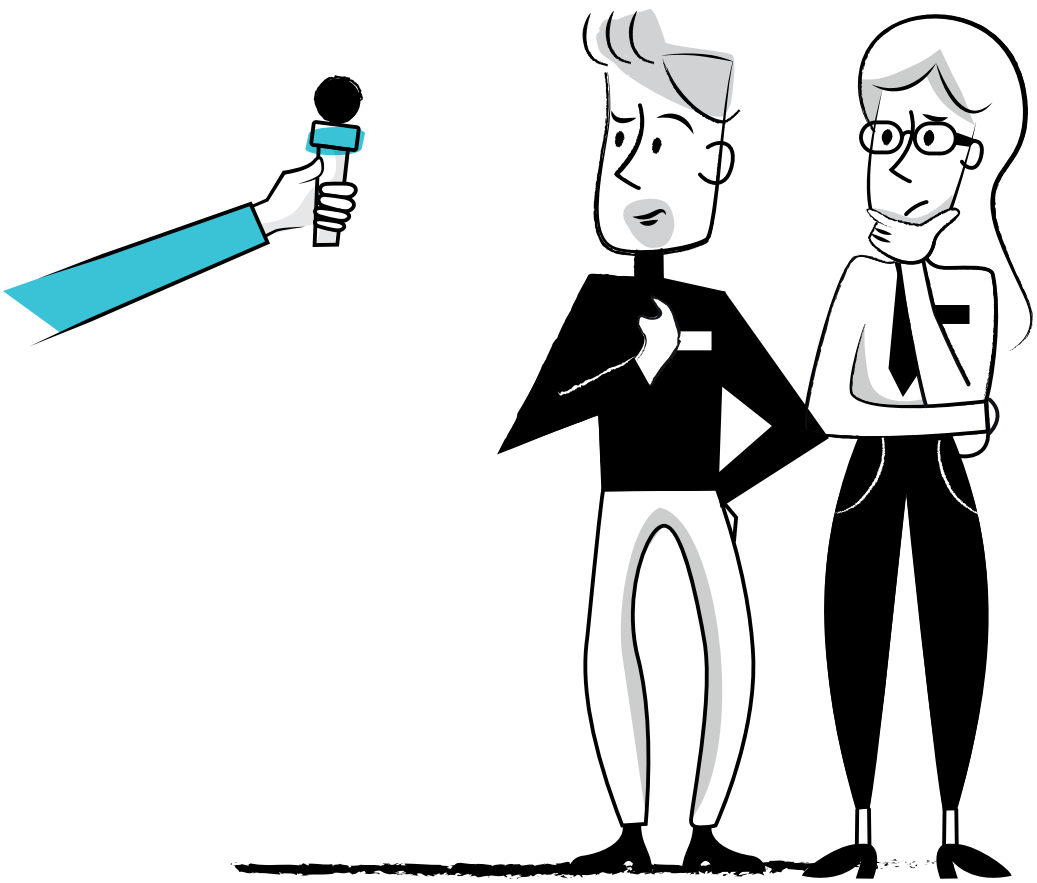
Loop mee met je gebruiker



Zoek gebruikers op in hun natuurlijke omgeving en loop met ze mee om te kijken hoe ze een bepaald product of dienst gebruiken, waar ze tegenaan lopen en welke keuzes ze maken.

Interview interne stakeholders

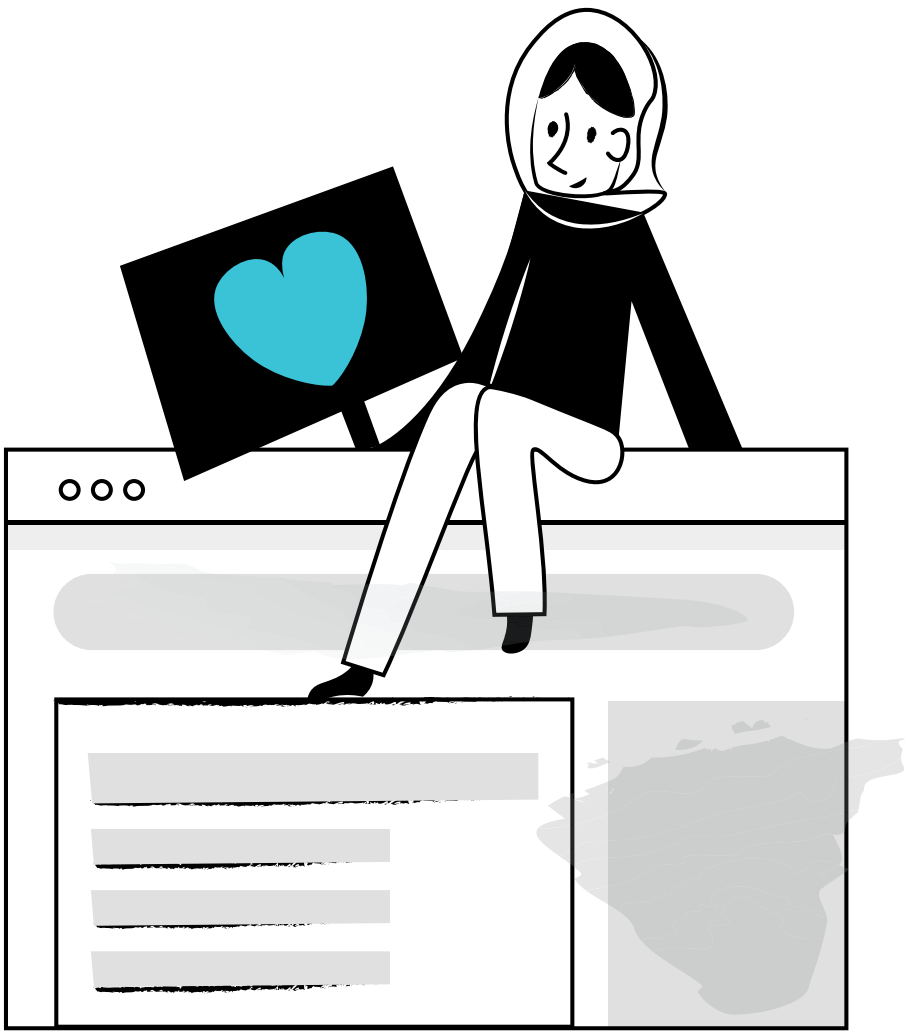
Haal kennis op bij de belanghebbenden



Interview je interne belanghebbenden om waardevolle inzichten en kennis te verzamelen over jouw idee. Door ze om input te vragen werk je tegelijkertijd aan het interne draagvlak.

Website-analyse

Hoe gedragen mensen zich op je website?



Je bestaande sites en apps zijn de perfecte plek om al veel te weten te komen over het gedrag van je gebruiker. Wat zijn hun interesses? Waar haken ze af? Hoe lang blijven ze? Op welk moment van de dag? Op welk apparaat?

Interview de gebruiker

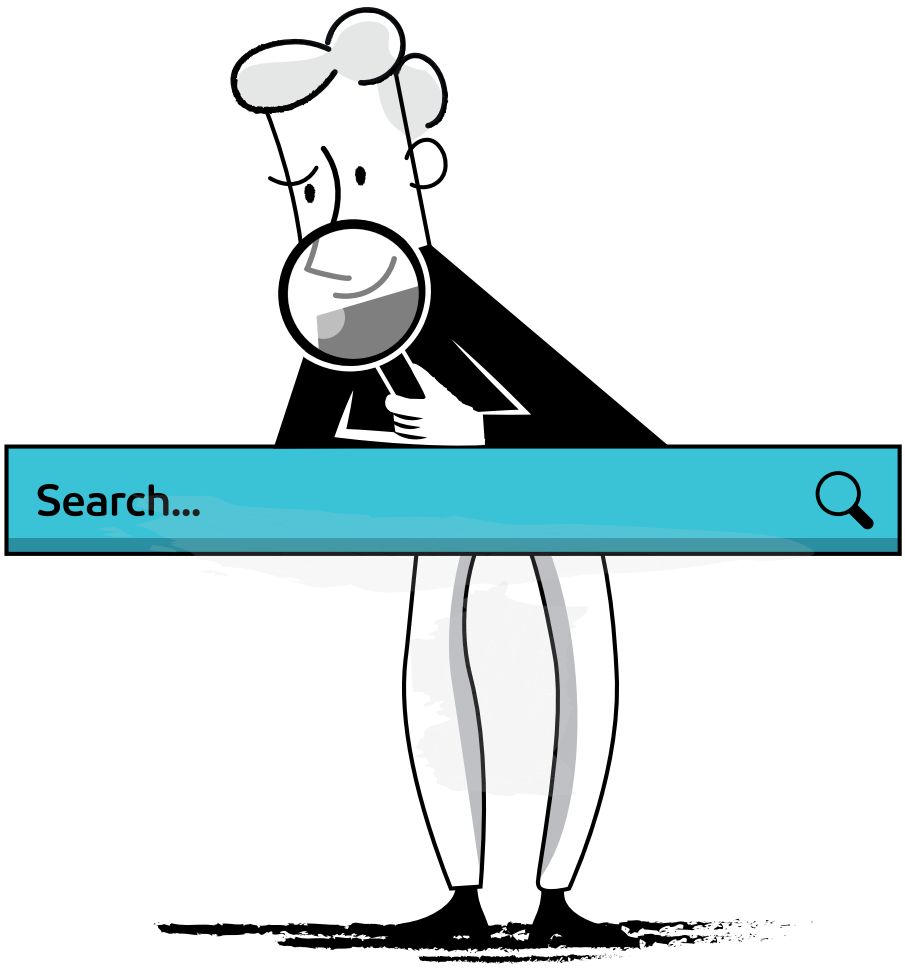
Identificeer de problemen van je doelgroep



Door je lezers, kijkers, luisteraars of bezoekers te interviewen, kun je achterhalen welke problemen zij ervaren. Vaak zijn dat hele andere problemen dan jij-zelf, als maker, denkt. Gebruik de inzichten om nieuwe oplossingen te bedenken of aannames te valideren.

Zoektrendanalyse

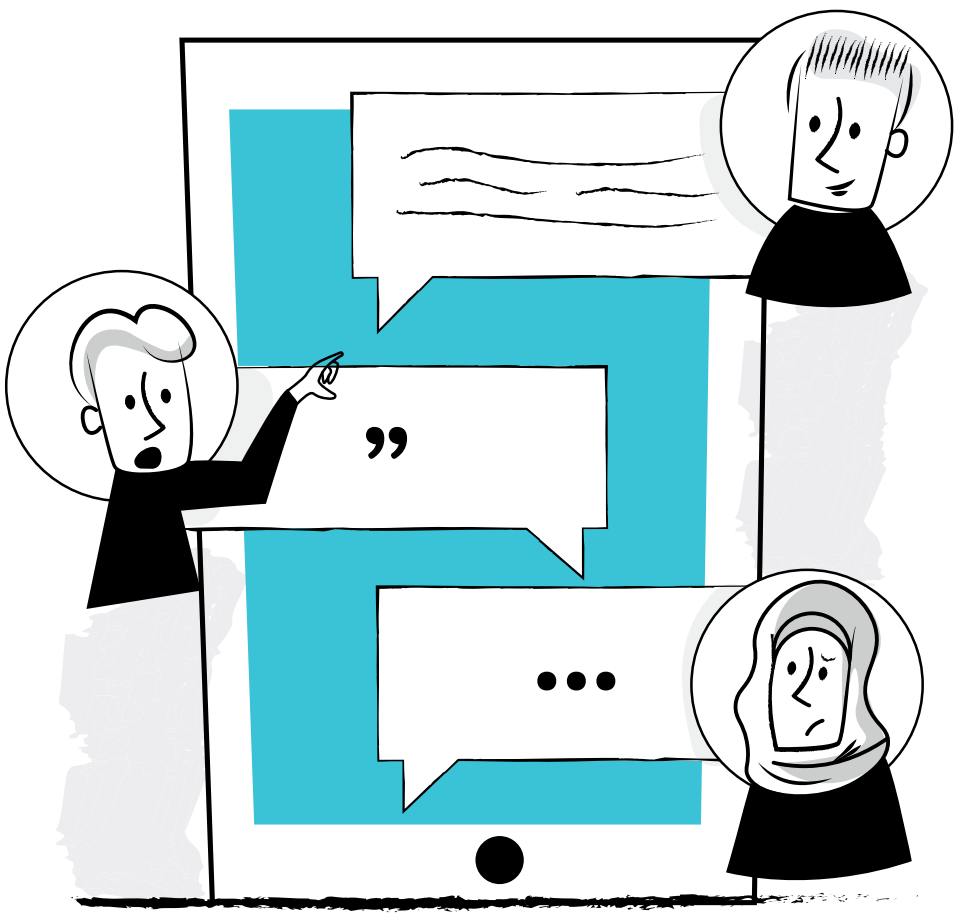
Waar zoeken mensen op in zoekmachines?



Zoektrendanalyse is een razendsnelle manier om inzicht te verkrijgen in de behoeften en problemen van je doelgroep.

Forumanalyse

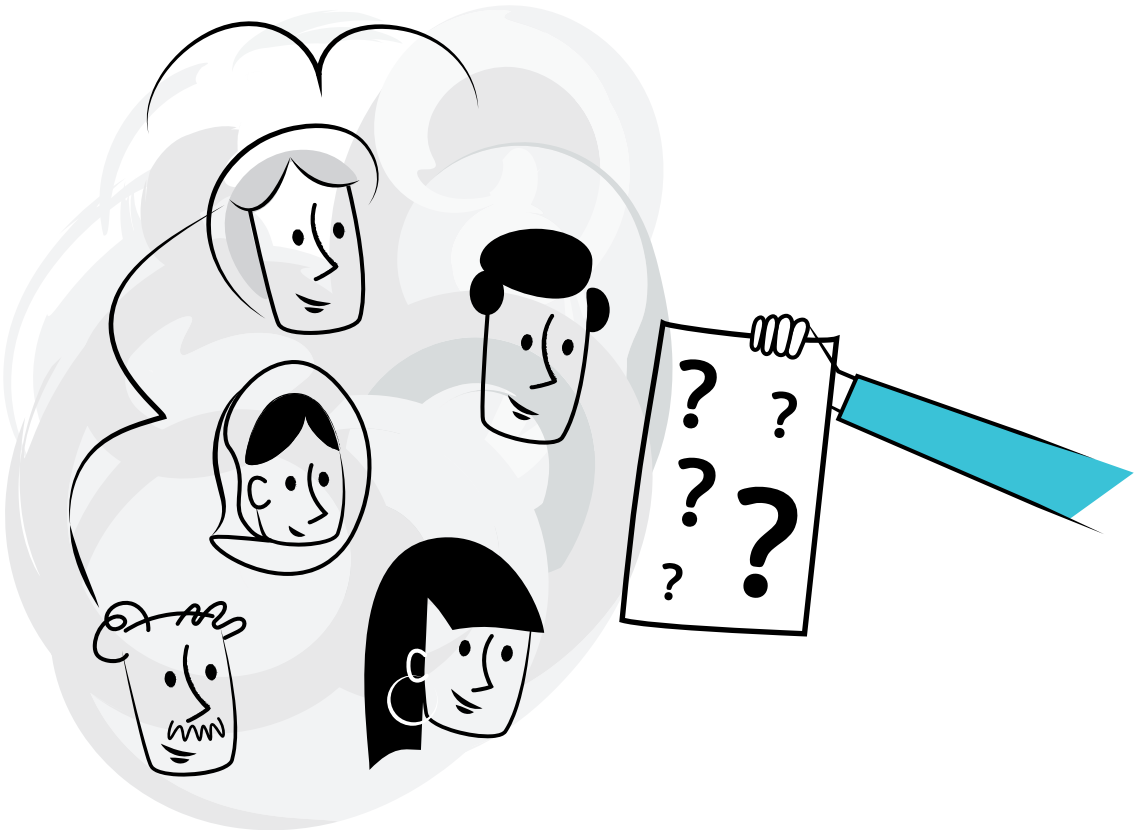
Waar praten je gebruikers over?



Op internet is er altijd wel een plek te vinden waar gebruikers met elkaar discussiëren over jouw product óf over bestaande alternatieven van je concurrent. Dat geeft een mooi inkijkje in hun klachten en meningen.

Open vragenlijst

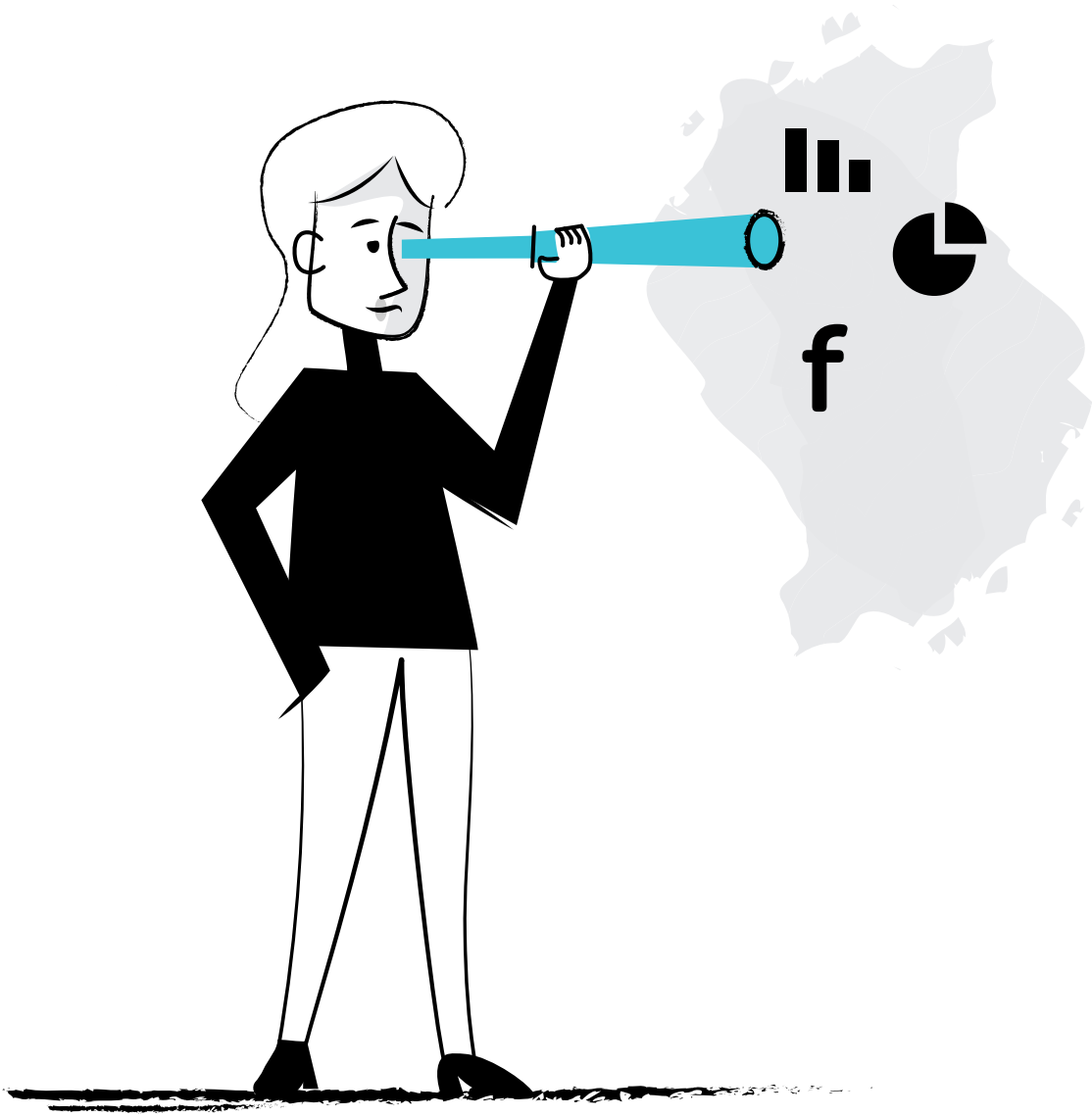
Enquêteer je doelgroep



Een enquête met open vragen kan je in de Discovery & Ideation-fase helpen om behoeften en problemen te ontdekken binnen je doelgroep.

Concurrentieanalyse

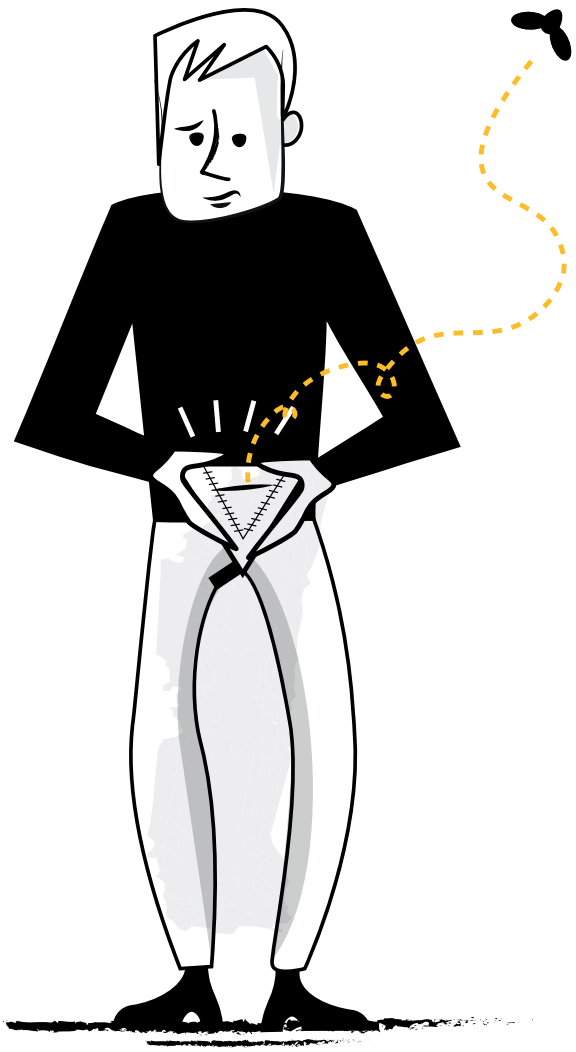
Leer van je concurrent



Goede ideeën zijn vaak niet uniek. Onderzoek waar ter wereld jouw idee, of iets soortgelijks, al is uitgeprobeerd en leer van deze concurrent.

Koop een feature

“Waar zou jij je geld aan uitgeven?”



In gesprekken met gebruikers kun je overspoeld worden door wensenlijstjes voor nieuwe features van je app of digitale product. Laat ze zelf met geld spelen om te ontdekken wat nou echt het belangrijkste is.

Crowdfunding

Euro's zeggen meer dan duizend woorden



Je kan nog zoveel interviews houden, maar uiteindelijk is niets zo overtuigend als een klant die zijn portemonnee voor je trekt. Succesvolle crowdfunding levert je niet alleen een startbudget op, maar ook een duidelijk beeld van je klanten.

Prototype

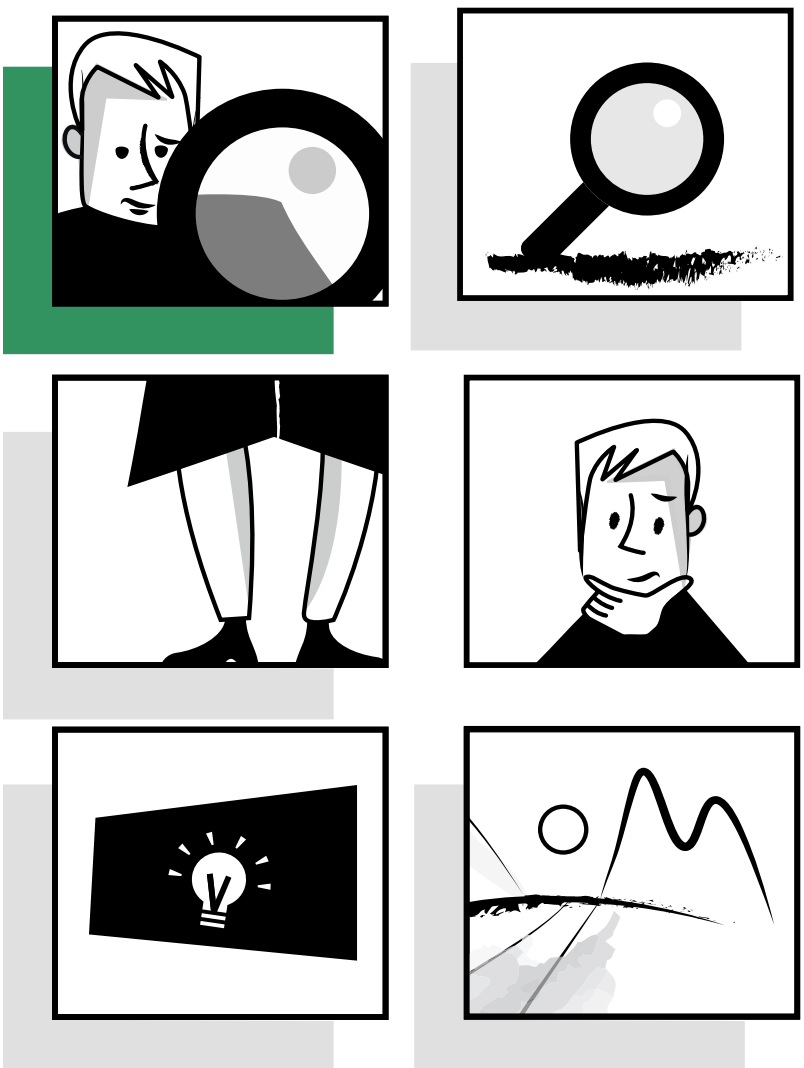
Leg een prototype voor aan je doelgroep



Laat testgebruikers door een digitaal prototype klikken om te zien of de uitwerking van je idee past bij hun verwachtingen. Zo ontdek je snel en goedkoop welke fouten er nog in je uitwerking zitten.

Storyboard

Uit welke stappen bestaat je idee?



Zodra jouw idee wat vorm begint te krijgen, kun je ervoor kiezen om met een team een storyboard uit te werken en je beoogde doelgroep hierop te laten reflecteren. Zo geef je je idee wat meer handen en voeten en hoor je al wat eerste reacties van je gebruikers.

Landingspagina

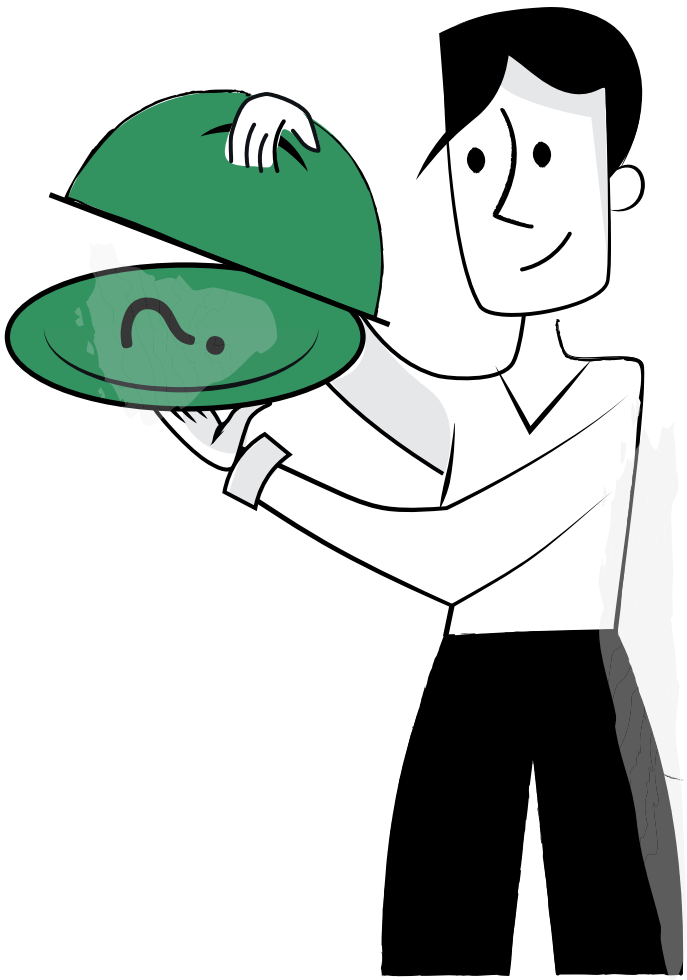
Promoot je idee op een landingspagina



Wanneer je idee al wat uitgewerkt is, kun je een landingspagina maken om te zien hoe je doelgroep erop reageert. Het is een mooie kwantitatieve manier om interesse te meten en je kunt eenvoudig meerdere varianten uitproberen.

Teaser

Bied een voorproefje



Televisiezenders vragen vaak eerst om een pilotaflevering voor ze een hele serie bestellen. Boekenuitgeverijen vragen debutanten om een eerste hoofdstuk te schrijven. Hoe kan je van jouw idee een voorproefje maken?