

Spis treści

Jak czytać tę książkę?	7
Wstęp	15
Z myślą o kim powstała ta książka?	19
Wprowadzenie	25
I Początek	
Rozdział 1.	
Przepis na katastrofę — startup nie jest małą wersją dużej firmy ...	37
Rozdział 2.	
Droga do objawienia — model Customer Development	59
Manifest Customer Development	73
II Etap pierwszy — rozpoznanie rynku	
Rozdział 3.	
Wprowadzenie do rozpoznania rynku	99
Rozdział 4.	
Rozpoznanie rynku, faza pierwsza — zdefiniuj hipotezy dotyczące modelu biznesowego	117
Rozdział 5.	
Rozpoznanie rynku, faza druga — udaj się w teren i przetestuj problem: „Czy ludzi to interesuje?”	245
Rozdział 6.	
Rozpoznanie rynku, faza trzecia — udaj się w teren i przetestuj rozwiązanie	287
Rozdział 7.	
Rozpoznanie rynku, faza czwarta — zweryfikuj model biznesowy, a potem wykonaj zwrot lub kontynuuj prace	323

III. Etap drugi — weryfikacja rynku

Rozdział 8.

Wprowadzenie do weryfikacji rynku345

Rozdział 9.

Weryfikacja rynku, faza pierwsza — przygotuj się do sprzedaży361

Rozdział 10.

Weryfikacja rynku, faza druga — udaj się w teren i sprzedawaj!435

Rozdział 11.

Weryfikacja rynku, faza trzecia — opracuj pozycjonowanie produktu i firmy499

Rozdział 12.

Weryfikacja rynku, faza czwarta — najtrudniejsze pytanie:
wykonać zwrot czy kontynuować prace?517

Podręcznik właściciela startupu — mapa strony.....561

Dodatek A. Listy kontrolne565

Dodatek B. Słowniczek639

Dodatek C. Jak zbudować internetowy startup — krótki przegląd653

Podziękowania661

O autorach667

Skorowidz671