

O'REILLY®

Cindy Alvarez

LEAN

CUSTOMER DEVELOPMENT

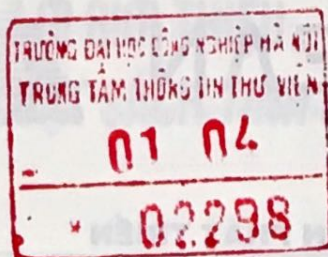
PHÁT TRIỂN KHÁCH HÀNG TINH GỌN



NHÀ XUẤT BẢN
CÔNG THƯƠNG

Thanh Mai dịch, Cù Hoàng Hùng hiệu đính

BUSINESS



PHÁT TRIỂN KHÁCH HÀNG TINH GỌN

Thanh Mai dịch

Cù Hoàng Hùng hiệu đính

(Tái bản lần thứ nhất, có chỉnh sửa)

CINDY ALVAREZ



alpha
books
knowledge is power

NHÀ XUẤT BẢN
CÔNG THƯƠNG

Cuốn sách được hoàn thành với sự hợp tác của:



1. LỊCH SỬ HÌNH THÀNH PHÁT TRIỂN

Trường Đào Tạo MTC (Gọi tắt là "Trường MTC") là một trong những trường đào tạo doanh nghiệp chuyên đào tạo về quản lý sản xuất nhằm phục vụ Doanh Nghiệp đầu tiên ra đời tại Tp. Hồ Chí Minh. Trường MTC được kỹ sư VÕ SÁNG NGHIỆP thành lập vào năm 1983.

Với nhiều doanh nghiệp tin cậy và tham gia liên tục trong nhiều năm như Nhà máy Đạm Phú Mỹ, VPIC, PNJ, BETRIMEX, VINAMILK,...

MTC tự hào đã góp phần cùng với các doanh nghiệp không ngừng nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, tối ưu quy trình sản xuất kinh doanh, tiết giảm chi phí hoạt động để đáp ứng yêu cầu phát triển sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

2. TẦM NHÌN & SỨ MỆNH

Tầm nhìn

Dẫn đầu về đào tạo và tư vấn doanh nghiệp qua việc thực hành & ứng dụng triết lý LEAN để xây dựng hệ thống tự vận hành hiệu quả.

Sứ mệnh

Chúng tôi mong muốn đem hết tâm trí để giúp các doanh nghiệp xây dựng một hệ thống vận hành hiệu quả qua việc vận dụng tư duy và công cụ Tinh Gọn (LEAN)

3. KẾT QUẢ ĐẠT ĐƯỢC

Qua hơn 38 năm hoạt động, Trường MTC đã đạt được những kết quả ấn tượng MTC tiếp tục theo đuổi phương châm "Sự hài lòng của khách hàng là đỉnh cao của chất lượng".

38 năm hoạt động	2007-2020	2007-2020	38 năm hoạt động
> +1.000	> +1.200	> +100.000	54
doanh nghiệp được đào tạo	Khóa học được tổ chức	Học viên được huấn luyện	Chuyên gia/giảng viên

4. LIÊN HỆ

Địa chỉ: 643 Điện Biên Phủ, Phường 1, Quận 3, TP. Hồ Chí Minh

Điện thoại: 028. 710 212 18 – 710 212 19

Hotline: 0932 001 777

Email: tuvandaotao@mtc.edu.vn

www.mtc.edu.vn

LỜI GIỚI THIỆU CHO LOẠT SÁCH *TINH GỌN*

Trong vài năm gần đây, LEAN hay TINH GỌN trong quản trị sản xuất và quản trị doanh nghiệp không còn là một thuật ngữ xa lạ. Mọi tổ chức, doanh nghiệp hay mọi lĩnh vực kinh doanh từ sản xuất đến dịch vụ, thương mại đều muốn áp dụng triết lý, nguyên tắc và công cụ của phương pháp Tinh gọn vào các hoạt động quản trị để trở nên hiệu quả hơn và cạnh tranh hơn.

Loạt sách *Tinh gọn* do Eric Ries chủ biên bao gồm các cuốn: (i) *Doanh nghiệp Tinh gọn*, (ii) *Vận hành Tinh gọn*, (iii) *Xây dựng Thương hiệu Tinh gọn*, (iv) *Phát triển Khách hàng Tinh gọn* và (v) *Phân tích Dữ liệu Tinh gọn*. Với những nghiên cứu tỉ mỉ về triết lý Tinh gọn, nhóm tác giả đã mang đến cho độc giả những cách thức gần gũi và đơn giản nhất để có thể vận dụng triết lý Tinh gọn khởi nguồn từ những hoạt động sản xuất tại các nhà máy vào hầu hết những hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Thông qua những bài học quản lý được các tác giả lồng ghép trong các cuốn sách, độc giả có thể thấy sức mạnh của việc áp dụng triết lý Tinh gọn tới thành công của mọi mặt trong kinh doanh.

Với cuốn *Doanh nghiệp Tinh gọn*, các bạn có thể nắm bắt được cách thức vận dụng triết lý Tinh gọn trên bình diện toàn bộ doanh nghiệp để cải tiến, đổi mới hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp từ quản trị chiến lược, quản trị tài chính, quản trị hoạt động tác nghiệp, quản lý danh mục đầu tư, đến quản lý rủi ro, tái cấu trúc bộ máy, hệ thống kinh doanh. Các tác giả đã cố gắng xây dựng một bộ khuôn mẫu và những nguyên tắc theo triết lý loại bỏ lãng phí của hệ

MỤC LỤC

LỜI GIỚI THIỆU CHO LOẠT SÁCH <i>TINH GỌN</i>	5
LỜI TỰA	11
LỜI NÓI ĐẦU	15
CHƯƠNG 1. Tại sao bạn cần phát triển khách hàng?	27
CHƯƠNG 2. Tôi nên bắt đầu từ đâu?.....	46
CHƯƠNG 3. Tôi nên nói chuyện với ai?.....	59
CHƯƠNG 4. Tôi nên học hỏi điều gì?	96
CHƯƠNG 5. Bước ra khỏi văn phòng	123
CHƯƠNG 6. Điều gì cho thấy một giả thuyết được xác nhận?	155
CHƯƠNG 7. Tôi nên xây dựng loại sản phẩm khả thi tối thiểu nào?	187
CHƯƠNG 8. Làm thế nào để phát triển khách hàng khi bạn đã có khách hàng?.....	212
CHƯƠNG 9. Không ngừng phát triển khách hàng	253
PHỤ LỤC. Các câu hỏi hiệu quả.....	271

LỜI TỰA

Ngày nay, ý tưởng của Steve Blank nổi tiếng đến mức một số người trong chúng ta không biết rằng vào lần đầu ông tự xuất bản cuốn *The Four Steps to the Epiphany* (Bốn bước chinh phục đỉnh cao), những gì ông nói đều bị phớt lờ. Steve, người mà tôi may mắn được làm việc cùng trong vai trò nhà đầu tư, người cố vấn và một người bạn, đã can đảm kêu gọi vận dụng một lối tiếp cận chặt chẽ về phát triển sản phẩm vào bộ phận kinh doanh và marketing của các công ty khởi nghiệp – rất lâu trước khi các doanh nhân và nhà đầu tư mạo hiểm bắt tay vào việc đó; qua đó, ông đã truyền cảm hứng và khiến rất nhiều người trong chúng tôi phải suy nghĩ lại về niềm tin trong khởi nghiệp. Ông gọi đó là lý thuyết Phát triển Khách hàng.

Giờ đây, những ý tưởng này đã vượt Vịnh San Francisco, trở thành một phần không thể thiếu của phong trào Khởi nghiệp Tinh gọn, và đã đến lúc nhìn lại chúng để chia sẻ một số câu chuyện thành công, lời khuyên và thủ thuật đến từ đó. Vừa hay, Cindy Alvarez, một người truyền bá Khởi nghiệp Tinh gọn từ những ngày đầu, đã sử dụng kinh nghiệm làm việc của mình tại những công ty khởi nghiệp giai đoạn đầu cũng như nhóm Fortune 500, gần đây nhất là vị trí Giám đốc bộ phận Trải nghiệm Người dùng của Microsoft tại Yammer, để viết nên một hướng dẫn chi tiết và cần thiết cho một thế hệ doanh nhân mới.

Từ “doanh nhân khởi nghiệp” có thể khơi gợi hình ảnh một nhóm sinh viên mò mẫm một vài kỹ thuật mới trong một gara, nhưng tôi dùng nó theo một nghĩa hơi khác. Một công ty khởi nghiệp có thể là bất cứ doanh nghiệp nào tạo ra sản phẩm hoặc dịch vụ mới trong