



Dodatek dla początkujących: jak ruszyć z tym modelem, gdy startujesz od zera

Klaudia Stawiarska

Jak wdrożyć model z case study, nawet jeśli dopiero zaczynasz

Jeśli czytasz case study premiery Akademii Systemu i Automatyzacji i myślisz:

- „to wszystko brzmi super, ale ja nie mam jeszcze takiej listy”
- „nie mam dużej społeczności”
- „nie wiem, skąd wziąć pierwsze osoby do researchu”
- „webinar live totalnie mnie blokuje”

to ten dodatek jest właśnie dla Ciebie.

Główny raport pokazuje realny proces premiery produktu cyfrowego w biznesie, który miał już wcześniej zbudowaną relację z odbiorcami, listę mailową i społeczność. To ważny kontekst.

Ale to nie znaczy, że jeśli jesteś na wcześniejszym etapie, ten model nie może Ci pomóc.

Wręcz przeciwnie.

Ty po prostu nie musisz kopiować go 1:1.

Ty potrzebujesz go **dopasować do swojego etapu**.

W tym dodatku pokażę Ci 3 rzeczy:

1. skąd wziąć pierwsze osoby, jeśli nie masz jeszcze społeczności
2. jak ocenić, czy walidacja wyszła dobrze przy małej bazie
3. co zrobić, jeśli webinar live jest dla Ciebie na ten moment za dużą blokadą

Celem tego materiału nie jest dać Ci kolejną teorię.

Celem jest dać Ci prosty plan działania, żebyś nie utknęła na starcie.

1. Skąd wziąć pierwsze osoby, jeśli nie masz jeszcze społeczności

To jest jedna z najczęstszych blokad:

„Ale z kim ja mam zrobić research, skoro jeszcze nie mam społeczności?”

Prawda jest taka, że na początku nie potrzebujesz tłumu.

Potrzebujesz **pierwszych sygnałów z rynku**.

Na tym etapie Twoim celem nie jest „zbudować wielki launch”.

Twoim celem teraz jest:

- sprawdzić, czy problem jest realny,
- zobaczyć, jak ludzie o nim mówią,
- usłyszeć ich język,
- i zebrać pierwsze dowody zainteresowania.

Gdzie szukać pierwszych osób

1. Własne kontakty i obserwatorzy

Nawet jeśli masz małą społeczność, to nadal są to prawdziwi ludzie. Nie patrz na liczby z pogardą. Patrz na to, czy są tam osoby, które mogą być Twoim odbiorcą. Napisz do nich wiadomość prywatną, rozpocznij rozmowy, daj szansę tym, którzy już są w Twoim otoczeniu. Pokazuję dokładnie proces i skrypty, jak to zrobić, w moim Przewodnik [“Pierwsza Sprzedaż w 7 Dni”](#), [kliknij tu by zobaczyć](#).

2. Odpowiedzi na stories

To jedna z najprostszych form mikro-researchu.

Zadaj pytanie, wrzuć ankietę, poproś o wiadomość zwrotną.

3. Grupy na Facebooku

Nie po to, żeby spamować ofertą, tylko żeby:

- obserwować pytania
- czytać komentarze
- notować problemy
- sprawdzać, co ludzi naprawdę blokuje

4. Komentarze pod treściami innych twórców

To kopalnia języka klienta.

Zobacz, o co ludzie pytają, czego nie rozumieją, co ich frustruje.

5. Rozmowy 1:1

Kilka szczerych rozmów często daje więcej niż 100 przypadkowych lajków. W ebooku [“Pierwsza Sprzedaż w 7 Dni”](#) daje Ci gotowe skrypty.

6. Ankieta / krótki formularz

Nawet prosty formularz z 3 - 5 pytaniami może bardzo pomóc.

7. Lead magnet jako pierwszy ruch

Jeśli jeszcze nie masz listy, możesz stworzyć prosty materiał startowy i wokół niego zacząć zbierać pierwsze zainteresowane osoby.

Checklista: skąd wziąć pierwsze osoby

Sprawdź, które z tych źródeł możesz uruchomić już teraz:

- mam choćby małą grupę obserwatorów, do których mogę napisać
- mogę zrobić ankietę na stories
- mogę zadać pytanie w poście na Facebooku (profil/grupa)
- mogę wejść do 3-5 grup tematycznych i obserwować problemy
- mogę zrobić 3 rozmowy 1:1
- mogę przygotować prosty formularz z pytaniami
- mogę zacząć zbierać pierwsze maile przez prosty lead magnet

Zadanie praktyczne

Uzupełnij:

Mój idealny odbiorca to:

3 miejsca, w których mogę znaleźć pierwsze osoby do researchu:

1.
2.
3.

Jedno pytanie, które zadam im już dziś:

.....

2. Jak rozumieć „wystarczający” wynik walidacji przy małej bazie

To druga bardzo częsta blokada:

„No dobrze, ale skąd mam wiedzieć, czy wynik jest dobry, jeśli nie mam dużej listy?”

I tu ważna rzecz: na początku nie patrz tylko na **duże liczby**. Patrz na **jakość reakcji i proporcje**.

Bo jeśli masz małą bazę, to naturalne, że nie zobaczysz od razu 168 zapisów. Ale możesz zobaczyć coś równie ważnego:

- że ludzie odpowiadają
- że pytają
- że zapisują się
- że reagują na temat
- że mówią: „to jest dokładnie mój problem”

To też jest walidacja.

Na co patrzeć przy małej bazie

1. Czy temat wywołuje reakcję?

Czy ktoś odpisuje, reaguje, klika, pyta?

2. Czy problem jest trafiony?

Czy ludzie rozpoznają się w tym, o czym mówisz?

3. Czy pojawia się ciekawość?

Czy chcą wiedzieć więcej?

4. Czy ktoś zrobił konkretny krok?

Np. zapisał się, odpowiedział, wypełnił ankietę, kliknął.

5. Czy sygnał się powtarza?

Jedna reakcja to ciekawostka.

Powtarzalna reakcja to już sygnał.

Jak myśleć o walidacji przy małej bazie

Zamiast pytać: „Czy to jest dużo?”

zapytaj:

- czy ludzie rozumieją problem?
- czy temat ich rusza?
- czy robią kolejny krok?
- czy mam podstawę, żeby iść dalej lub dopracować komunikat?

Prosty model oceny walidacji

Zielone światło

- ludzie reagują
- temat przyciąga uwagę
- pojawiają się odpowiedzi / zapisy / pytania
- czujesz, że problem „żyje”

Żółte światło

- jest trochę reakcji, ale mało konkretnie
- temat może wymagać dopracowania
- problem może być zbyt szeroki albo za mało bolesny

Czerwone światło

- brak reakcji
- brak odpowiedzi
- brak kliknięć
- brak zainteresowania mimo kilku prób

To nie zawsze znaczy, że pomysł jest zły. Czasem znaczy po prostu, że trzeba poprawić:

- problem
- komunikat
- grupę docelową
- albo sposób zadania pytania

Checklista walidacji przy małej bazie

- ludzie reagują na temat
- przynajmniej część osób odpisuje lub klika
- problem jest dla nich zrozumiały
- widzę zainteresowanie kolejnym krokiem
- nie opieram decyzji tylko na jednej liczbie
- patrzę na jakość reakcji, nie tylko na skalę

Zadanie praktyczne

Uzupełnij:

Mój obecny wskaźnik walidacji to:

.....

Po czym poznam, że temat ma potencjał?

.....

Co uznam za zielone światło przy mojej obecnej bazie?

.....

3. Co zrobić, jeśli webinar live Cię blokuje

Od razu Cię uspokajam, to bardzo normalne. Dla wielu osób webinar live nie jest blokadą techniczną, tylko blokadą mentalną (wiem, bo sama miałam te same wyzwania na początku).

Pojawiają się myśli:

- „nie jestem jeszcze ekspertem”
- „a jeśli nikt nie przyjdzie?”
- „a jeśli się zatnę?”
- „a jeśli nie dam rady sprzedać?”
- „a jeśli wyjdę nieprofesjonalnie?”

Jeśli tak masz, chcę Ci powiedzieć jedno: **webinar live nie jest jedyną drogą**. To świetne narzędzie, ale nie jest obowiązkowe!

Co możesz zrobić zamiast live'a

Opcja 1. Nagrane szkolenie

Nagrywasz materiał wcześniej i wysyłasz go jako:

- masterclass
- mini szkolenie
- video z omówieniem procesu

Pssst.... Zdradzę Ci sekret :) Ja wciąż tak robię :)

Opcja 2. Nagrana prezentacja + krótkie Q&A live

To świetna opcja pośrednia.

Nie musisz prowadzić całego szkolenia na żywo.

okazujesz wcześniej przygotowany materiał, a na żywo jesteś tylko na końcu.

Opcja 3. Audio / podcast / prywatne nagranie

Jeśli dobrze mówisz, ale live Cię paraliżuje, możesz zacząć od formatu audio.

Opcja 4. Seria maili edukacyjnych

Zamiast webinaru budujesz sprzedaż przez 3–5 dobrze napisanych maili. I ja właśnie tak działałam z większością moich produktów :)

Opcja 5. Prosty VSL / video sales page

Krótkie nagranie na stronie landingowej, w którym:

- nazywasz problem
- pokazujesz prostą mapę
- zapraszasz do produktu

Ważne

Nie pytaj siebie teraz: „Czy robię to idealnie?”

Zapytaj po prostu: „Jaka forma jest dla mnie wykonalna teraz?”

Bo lepiej zrobić prostszy ruch niż utknąć miesiącami w myśli: „kiedyś zrobię webinar”.

Checklista: wybierz najlepszą formę dla siebie

- dobrze czuję się na żywo
- wolę nagrać coś wcześniej
- chcę tylko krótkie Q&A live
- lepiej wypowiadam się w audio
- wolę pisać i budować przez maile
- chcę zacząć od czegoś prostszego niż pełny webinar

Zadanie praktyczne

Dokończ:

Forma sprzedaży, która dziś byłaby dla mnie najbardziej realna, to:

.....

Największa blokada przy live to:

.....

Moja prostsza alternatywa na ten moment to:

.....

Jak wdrożyć ten model, jeśli dopiero zaczynasz

Jeśli jesteś na początku, nie próbuj odtworzyć całego case study w 100%.

Twoim celem nie jest skopiować wszystkie elementy. Twoim celem jest wdrożyć **właściwą kolejność**.

Prostsza wersja tego modelu dla początkujących

Krok 1

Nazwij problem, który chcesz rozwiązać.

Krok 2

Zbierz pierwsze sygnały z rynku:

- pytania
- odpowiedzi
- rozmowy
- ankiety
- reakcje

Krok 3

Sprawdź, czy temat naprawdę budzi zainteresowanie.

Krok 4

Zbuduj prostą listę zainteresowanych lub prostą ścieżkę kontaktu.

Krok 5

Dopiero potem rozwijaj produkt i komunikację.

Krok 6

Wybierz najprostszą formę „premiery”, którą jesteś w stanie zrobić teraz.

Ważna zasada

Nie chodzi o to, żeby zrobić wszystko na raz i się wykończyć.

Chodzi o to, żeby **nie robić od razu kilku rzeczy i na dodatek w złej kolejności**.

To właśnie zła kolejność najczęściej męczy ludzi najbardziej.

Checklista: uproszczony model startowy

- wiem, jaki problem chcę rozwiązać
- wiem, gdzie znajdę pierwsze osoby
- wiem, jaki sygnał uznam za walidację
- wiem, jaki będzie mój pierwszy prosty krok sprzedażowy
- nie próbuję robić wszystkiego naraz
- skupiam się na procesie, nie na perfekcji

Twój plan działania na najbliższe 7 dni

Jeśli po przeczytaniu tego dodatku nadal myślisz: „okej, ale od czego mam zacząć konkretnie?”.... to poniżej masz prosty plan.

Dzień 1

Opisz problem, który chcesz rozwiązać.

Dzień 2

Wybierz 3 miejsca, w których znajdziesz pierwsze osoby.

Dzień 3

Zadaj jedno konkretne pytanie i zbierz odpowiedzi.

Dzień 4

Przeanalizuj język ludzi i sprawdź, co się powtarza.

Dzień 5

Zdecyduj, jaki sygnał uznasz za wystarczającą walidację.

Dzień 6

Wybierz prostą formę dalszego kroku:

- lista zainteresowanych
- mail
- nagranie
- ankieta
- małe szkolenie

Dzień 7

Podjmij decyzję:

- idę dalej
- dopracuję problem
- testuję jeszcze raz

Zadanie końcowe

Uzupełnij:

Mój pomysł:

.....

Problem, który chcę rozwiązać:

.....

Pierwsze osoby znajdę tutaj:

.....

Mój sygnał walidacji będzie wyglądał tak:

.....

Moja najprostsza forma dalszego kroku to:

.....

I już kończąc

Jeśli jesteś na wcześniejszym etapie, bardzo możliwe, że nie potrzebujesz dziś większej wiedzy, tylko większej prostoty.

Nie musisz mieć od razu dużej społeczności, idealnej listy i być gotowa na wielki webinar.

Musisz tylko zacząć we właściwej kolejności.

Bo nawet mały start może dać Ci bardzo dużo, jeśli:

- opiera się na realnym problemie,
- jest sprawdzony z rynkiem,
- i nie jest budowany w ciemno.

Mam nadzieję, że ten bonusowy dodatek pomoże Ci spojrzeć na ten proces z większym spokojem i mniejszą presją.

Pamiętaj! Nie musisz robić wszystkiego od razu, ale możesz już teraz zacząć robić to mądrzej.

Powodzenia!

Klaudia Stawiarska