

Как проверить идею продукта и довести её до первых продаж

1. Проверь, из какой боли рождается продукт

Продукт не должен начинаться с идеи «а давайте сделаем сервис». Он должен начинаться с процесса, который ты уже много раз видел, проходил или решал руками. Проверь:

- Я понимаю нишу не по статьям и трендам, а через личный опыт или опыт клиентов
- Я уже видел эту проблему много раз
- Я понимаю, почему текущие решения неудобны
- Я могу объяснить боль простыми словами без сложных терминов
- Я знаю, кто конкретно будет пользоваться продуктом
- У пользователя есть причина возвращаться к этому решению повторно

Вопрос для себя:

Какой процесс человек сейчас делает руками, в таблицах, в нескольких сервисах или через боль?

2. Не путай боль и фантазию

Боль, придуманная на брейншторме, ещё не является реальной болью рынка. Проверь:

- Я не просто придумал проблему в голове
- Я видел, как люди реально сталкиваются с этой задачей
- Я могу найти минимум 5 человек из этой ниши и поговорить с ними
- Я понимаю, какими словами сами пользователи описывают проблему
- Я знаю, что они уже используют вместо моего будущего продукта
- Я понимаю, почему они могут захотеть перейти на новое решение

Вопрос для себя:

Люди уже пытаются решить эту проблему или только мне кажется, что она у них есть?

3. Найди доступ к первым пользователям

Даже хороший продукт может провалиться, если непонятно, как донести его до аудитории. Проверь:

- Я понимаю, где находятся первые 20 потенциальных пользователей
- У меня есть доступ к сообществу, каналу, базе, партнёру или рабочей среде
- Я знаю, как показать продукт людям без больших рекламных бюджетов
- Я понимаю, какой контент или формат может заинтересовать именно эту аудиторию
- Я не рассчитываю только на то, что «сервис сам найдут»
- Я заранее думаю не только о продукте, но и о дистрибуции

Вопрос для себя:

Если продукт будет готов завтра, кому именно я его покажу первым?

4. Сделай не большой MVP, а маленький полезный клин

Не нужно сразу собирать огромную систему. Сначала нужна маленькая функция, которая быстро даёт понятный результат. Проверь:

- Я могу сделать первую полезную версию за несколько дней или неделю
- Эта версия решает одну конкретную задачу
- Пользователь быстро понимает, зачем это нужно
- Результат можно получить за несколько минут
- Функцию легко показать в контенте, видео или посте
- По реакции людей можно понять, есть ли спрос

Вопрос для себя:

Какая одна маленькая функция даст пользователю быстрый результат и покажет, нужен ли продукт?

5. Выпусти сырую версию раньше, чем хочется

Сырая версия нужна не для красоты, а для проверки поведения пользователей. Проверь:

- Я не жду идеального интерфейса, чтобы показать продукт
- Я готов выпустить версию с ограничениями
- Я понимаю, какие баги критичны, а какие можно поправить позже
- Я собираю обратную связь от реальных пользователей
- Я смотрю не на похвалу, а на повторное использование
- Я фиксирую, какие функции люди просят чаще всего

Важный сигнал:

- ❑ Если человек пишет в поддержку, ругается на баги, просит починить и продолжает возвращаться — это может быть хорошим знаком. Значит, продукт ему нужен, но пока мешают недоработки.

6. Смотри на поведение, а не на комплименты

Фразы «крутая идея» и «я бы пользовался» ничего не доказывают. Важны действия. Проверь:

- Пользователь возвращается в продукт повторно
- Пользователь просит конкретную функцию
- Пользователь готов терпеть недоработки
- Пользователь спрашивает про оплату или тариф
- Пользователь сравнивает продукт с конкурентами
- Пользователь сам формулирует, чего ему не хватает для перехода

Вопрос для себя:

Что человек сделал, а не что он сказал?

7. Создавай доверие до продажи

Недостаточно просто выложить продукт и написать «покупайте». Люди должны понимать, кто делает продукт, зачем он появляется и почему ему можно доверять. Проверь:

- Я рассказываю, что создаю и зачем
- Я показываю путь разработки, а не только готовый результат
- Я объясняю продукт через пользу, а не через технологии
- Я не продаю людям «сделано на Claude Code», если им важен результат
- У пользователей есть канал связи со мной или командой
- Я регулярно создаю точки контакта до запуска платной версии

Вопрос для себя:

Почему человек должен доверять моему продукту, если он видит его впервые?

8. Продумай бесплатную и платную версии

Бесплатная версия должна не просто раздавать продукт, а создавать привычку и подводить к платной ценности. Проверь:

- Бесплатная версия даёт реальную пользу
- Она помогает человеку привыкнуть к продукту
- В платной версии есть понятное усиление удобства или результата
- Ограничения бесплатной версии не выглядят искусственными
- Пользователь понимает, за что он платит
- Тарифы связаны с ценностью, которую получает клиент

Вопрос для себя:

Что человек получает бесплатно, а за какое удобство или результат ему логично заплатить?

9. Посчитай экономику заранее

Продукт должен быть не только полезным, но и прибыльным. Проверь:

- Я понимаю, какие будут расходы на сервисы, модели, серверы и налоги
- Я знаю, сколько останется после всех затрат
- Я не ставлю цену «на глаз»
- Я понимаю, при каком количестве клиентов продукт окупается
- Я учитываю будущую команду или поддержку
- Я заранее думаю о марже, а не только о выручке

Вопрос для себя:

Сколько я реально зарабатываю с каждого платежа после всех расходов?

10. Меняй продукт по сигналам рынка

Самые ценные идеи часто приходят не из головы, а от пользователей, которые уже пытаются решить задачу. Проверь:

- Я собираю повторяющиеся просьбы пользователей
- Я смотрю, какие функции помогают забрать аудиторию у конкурентов
- Я дорабатываю продукт на основе реальных запросов
- Я не трачу месяцы на функции, которые никто не просил
- Я умею быстро проверять гипотезы
- Я понимаю, что рынок меняется быстрее, чем идеальный план разработки

Вопрос для себя:

Какие сигналы от пользователей уже показывают, что нужно делать дальше?

Быстрая проверка перед запуском

Перед тем как тратить месяцы на разработку, ответь на 7 вопросов:

01	02	03
Какую боль я решаю?	Я сам проживал эту боль или хорошо понимаю людей, у которых она есть?	Где я найду первых 20 пользователей?
04	05	06
Какую маленькую функцию можно выпустить первой?	Что покажет, что люди реально хотят этим пользоваться?	За что пользователь будет готов заплатить?
07		
Как я буду рассказывать о продукте до запуска платной версии?		

Если на эти вопросы нет понятных ответов, проблема может быть не в коде, а в самой идее продукта.