

## **КАСТДЕВ КАК МАРКЕТИНГОВЫЙ ИНСТРУМЕНТ: ЦЕЛИ, МЕТОДИКА, ПРАКТИЧЕСКОЕ ПРИМЕНЕНИЕ**

Метод кастдев (Customer Development) – эффективный маркетинговый инструмент, который помогает бизнесам понять свою целевую аудиторию (ЦА) и создать продукт или услугу, отвечающую их потребностям. Актуальность данного метода заключается в том, что любой тип дискурса должен быть направлен на конкретную целевую аудиторию, чтобы быть успешным.

Customer Development (CustDev) переводится как «развитие потребителей». Он позволяет выявить потребности ЦА и проверить, насколько разработанный компанией прототип удовлетворяет эти потребности. Это серия «глубинных» интервью, которые проводят, чтобы протестировать жизнеспособность будущего продукта на потенциальных покупателях. В рамках CustDev проводят 3 вида интервью: проблемные, решенческие интервью и UX-тесты.

Стив Бланк, разработчик концепции, в своей книге «Четыре шага к озарению. Стратегии создания успешных стартапов» утверждает: «Многие стартапы упускают из виду процессы исследования своих рынков, выявления своих первых потребителей, подтверждения своих гипотез и развития своего бизнеса. Только немногие компании делают это. И они идут по пути успеха. Они следуют по этапам модели развития потребителей» (С. Бланк, 2005). Данная модель разбивает все виды деятельности, связанные с потребителем, на 4 этапа: выявление потребителей, верификация потребителей, расширение клиентской базы, выстраивание компании (С. Бланк, 2005).

Этот подход основан на предположениях к пониманию следующих вещей: 1) Кто ваши потребители? 2) Каковы их проблемы и потребности? 3) От чего сегодня зависит их поведение? 4) За какие новые продукты они готовы платить? 5) Как при принятии решений вами следует учитывать то, как принимают решения ваши клиенты? (С. Альварес, 2015)

От внедрения данной модели выигрывают не только новички на рынке, так как бизнес-модели крупных и зрелых компаний также не могут оставаться неизменными (С. Альварес, 2015).

Основные принципы методологии можно свести к 5 пунктам: 1) желание понять потребности клиента; 2) четкая последовательность экспериментов; 3) обратная связь; 4) итеративность; 5) фокус на клиенте.

Кастдев помогает составить портрет целевой аудитории, узнать ее предпочтения, желания, запросы и развивать свой продукт или услугу в соответствии с полученной информацией.