

创业学



[创业学_下载链接1](#)

著者:[日]田所雅之

出版者:东方出版中心

出版时间:2019

装帧:平装

isbn:9787547315286

本书面向创业者和有志于创业的相关人士。本书作者用5年的时间，访问了1000多位创业者、投资者，再加上自己经历过的创业和投资经验，写成了这本《创业学》，从五个方面、二十个阶段，以科学系统而全面地解析出创业的流程和创业的误区，列出每个阶段该做的事和不该做的事，逐个解决创业过程中的难题，让创业者清楚地认识到自己所处的创业阶段和应该采取的具体行动。

作者介绍:

田所雅之 Masayuki Tadokoro，日本当下最活跃的新创事业支援顾问之一。大学毕业后曾进入外企工作，不久便开始独立创业，之后一直从事创业和投资工作。在日本，他曾创立咨询类、教育技术类等公司3家，之后又到美国创业，开设电子商务公司。回到日本后，还曾担任美国的创投公司合伙人，负责日本国内外创业公司的投资事务。现在，他除了在日本和美国担任多家创业公司的战略顾问和董事会成员外，也担任创业公司Blue Marine Partners（东京・港区）的CSO（最高战略负责人）、网络营销公司Basic（东京・千代田区）的CSO。2017年，还成立了新的创业支援公司。他根据自己的创业经历和研究心得，写成《创业学》一书，迅速成为日本经管类的畅销书，受到企业界的广泛赞誉，版

权也相继出售到多个国家和地区。

目录: 第一章

构想的优劣 / 1

1-1 对新创事业来说, 什么是“好的构想”? / 4

是否把焦点放在待解决的问题上? / 4

任何人都觉得很棒的构想反而不应尝试 / 18

你能察觉到他人察觉不到的秘密吗? / 25

为何要追求疯狂的构想? / 29

新创事业应该要避免的七种构想 / 36

1-2 了解新创事业的原则 / 40

新创事业与小型企业的差别 / 40

你能对97% 的常识说不吗? / 48

新创事业相当违反直觉 / 63

1-3 分析构想的可行性 / 68

新创事业的时机就是一切 / 68

看懂市场环境的潮流 / 75

以PEST 分析找出“预兆” / 80

破坏式创新与持续式创新 / 95

新创事业的十个框架 / 105

瞄准目标市场 / 118

1-4 制作计划A (可行性最高的计划) / 128

如何撰写精实画布 / 128

修正轨道的重要性与注意事项 / 144

COLUMN 利用副业来琢磨你的构想 / 149

第二章

提升问题的质量 / 157

2-1 建立问题假说 / 159

提高问题的品质 / 159

设想顾客的人物画像 / 169

倾听顾客体验 / 177

2-2 分析这个问题有哪些前置条件 / 185

如何撰写实验图板 / 185

2-3 验证问题与前提的因果关系 / 192

走出户外! / 192

访谈顾客以梳理问题 / 196

逐渐修正问题假说 / 212

COLUMN 创业团队的成员对问题的看法一致吗? / 216

第三章

验证你的解决方式 / 221

3-1 制作使用者体验蓝图 / 223

在着手最优化产品前仔细检查 / 223

3-2 建构产品原型 / 254

以用户体验设计为基础制作出产品原型 / 254

3-3 访问使用者 / 265

顾客的意见可减少创业的风险 / 265

“验证解决方式”的达成条件 / 270

COLUMN 打造创业团队 / 276

第四章

制作出人们想要的东西 / 291

4-1 设计使用者实验 / 293

彻底实践精实创业 / 293

塑造最小可行产品的雏形 / 303

4-2 制作最小可行产品 / 311
最大化利用从最小可行产品学到的东西 / 311
4-3 将最小可行产品送到顾客手上 / 324
在产品还未成熟的时期就该拿到市场 / 324
与市场直接对话 / 330
4-4 分析使用者对最小可行产品的评价 / 331
在反复冲刺、改善的过程中，分析使用者对最小可行产品的评价 / 331
使用特定指标进行定量分析 / 334
借助访谈的定性分析获得新的洞见 / 350
4-5 开始新的冲刺 / 356
再进行新的冲刺以达成“制作出人们想要的东西” / 356
达成“制作出人们想要的东西”了吗？ / 364
4-6 反复修正使用者体验 / 366
使用者体验会影响使用者的黏着度 / 366
提升使用者黏着度的秘诀 / 367
明了易懂是让用户成为忠实用户的关键 / 375
4-7 探讨是否需要修正轨道 / 393
该坚持下去，还是该修正轨道？ / 393
还有几次修正轨道的机会？ / 400
COLUMN 打造一个弹性度高的团队以达成“制作出人们想要的东西” / 404
第五章
规模化时须做出的改变 / 409
5-1 评估单位经济效益 / 411
打造顾客增加后收益也会增加的商业模式 / 411
计算顾客终生价值 / 419
5-2 提高每单位顾客的顾客终生价值 / 429
培养长期稳定顾客的秘诀 / 429
5-3 降低招揽每单位顾客所需的成本 / 439
掌握达成“制作出人们想要的东西”后的获取顾客成本变化 / 439
借助有机顾客来减少招揽每单位顾客所需成本 / 445
持续累积产品信息以期未来能推广至其他客户群 / 459
结 语 / 464
• • • • • ([收起](#))

[创业学_下载链接1](#)

标签

创业

方法论

指南

全阶段指导

用户体验

好书

产品

2020

评论

确实是 StartUp

Science，涵盖了从构想、计划、验证、设计、销售、产品项目管理、营销、团队等主要新创事业要素，系统性地总结规划了从开始到规模化过程中遇到的问题及当下实践总结的方法论。特别特别强调了与顾客一对一访谈以发现问题，制造出顾客真正需要的产品。虽然书中极个别案例和观点的论证关系个人觉得不够扎实，但整体看下来就好像帮过去这么多年工作方法和经验的串联和归纳。也适合当手册有需要时翻查。特别推荐产品人阅读。

这本书压倒性地凌驾于其他新事业系的书籍，成为事业创造的圣经。不仅是理论，还登载了许多事例中易懂地明白事业创造的流程，能马上应用的手法。
我想这是与事业创造有关的一本宝典，如果有创业的激情和点子，它会是创业道路上的最佳伴侣。

这是一本关于创业的详细解说书籍。所谓创业就是创造新的商业服务，实际上与销售现实物品的事业性质不同。书里详细地解说着，哪个新创事业真正被认为是必要的，应该怎样做调查才好等事例，我想如果能够好好地按照书里所写内容来做，失败的机率会小很多吧。是一本好书。

[创业学_下载链接1](#)

书评

[创业学_下载链接1](#)