

JOBS TO BE DONE

VOORBIJ
DE STARTUP
MANIA.

Als je succesvol wilt innoveren, moet je niet focussen op wat jij denkt dat een gat in de markt is, maar op je klant. En je verdiepen in zijn diepste behoefte, zijn grootste taak, zijn grootste job to be done dus. Haal deze voornaamste taak naar boven, ontwikkel een oplossing die hem helpt die klus te klaren, en de weg naar succesvolle innovatie is vrij. Dit doe je efficiënt en snel met de Jobs to be done aanpak.

STAP 1 SELECTEER RESPONDENTEN VOOR INTERVIEWS

Interviews helpen je de (mentale) reis te begrijpen die je klant onderneemt voordat hij of zij besluit een product te kopen en daarmee een behoefte te vervullen. De interviews geven je ook een beter beeld van de verschillende emotionele en sociale aspecten die het besluitvormingsproces beïnvloeden. Let er op dat de respondenten die je in deze eerste stap werft, een 'verleden' hebben met het onderwerp waar jij hen over interviewt.

STAP 2 IDENTIFICEER VIA INTERVIEWS DE JOBS TO BE DONE VAN JE KLANTEN

Plan interviews in met maximaal zes respondenten (na zes interviews zie je al 80 procent van de rode draden), per interview ongeveer drie kwartier. Dat geeft je voldoende ruimte om de diepte in te gaan. Denk vooraf al na over hoe je je vragen formuleert. Stel open vragen zoals: 'Vertel me over de laatste keer dat je x of y deed.' Hierdoor moedigt je je klant aan een verhaal te vertellen in plaats van gewoon met 'ja' of 'nee' te antwoorden. Stel ook altijd waarom-vragen. Door bijvoorbeeld vijf keer achter elkaar naar het waarom van een bepaald antwoord te vragen, ga je echt naar de wortel van het probleem en diep je echte inzichten op. Houd er in de interviews rekening mee dat mensen verschillende jobs to be done kunnen hebben: functionele, emotionele, en sociale.

STAP 3 STEL JOB-STATEMENTS OP

Een job-statement beschrijft een job to be done. De belangrijkste componenten van zo'n statement zijn een actief werkwoord, het doel van de actie, en verduidelijking van de context waarin de job wordt uitgevoerd. In deze stap zet je alle inzichten uit de interviews om naar jobs to be done-statements. Geef bij ieder statement aan of het hier om een functioneel, emotioneel, of sociaal doel gaat.

JOBS TO BE DONE-STATEMENTS

Werkwoord <i>warmhouden</i>	Object/element <i>van mijn voeten</i>
Context <i>in de winter, als ik buiten moet werken</i>	
<input type="radio"/> Functioneel doel <input type="radio"/> Emotioneel doel <input type="radio"/> Sociaal doel	

STAP 4 PRIORITEER DE JOBS TO BE DONE MOGELIJKHEDEN

Er zijn in elke markt honderden klussen die klanten willen klaren, elke dag weer. Maar welke van deze jobs bieden jouw bedrijf de beste mogelijkheden en kansen? Om daarachter te komen gebruik je een Likertschaal – een vijfpuntswaarderingsschaal – waarbij je klanten aangeven hoe belangrijk de taak voor hen is en hoe tevreden ze zijn met een bestaande oplossing of service. Een job to be done heeft een hoge waarde als veel klanten deze job hebben of als een beperkt aantal klanten veel wil betalen om deze job vervuld te krijgen.



STAP 5 VERKEN KANSEN

Je weet nu per job-statement hoe belangrijk het is en of je respondenten tevreden zijn met het aanbod. Vervolgens plot je de uitkomst op een grafiek waarin op de y-as staat hoe tevreden mensen zijn over de oplossing en op de x-as hoe belangrijk de taak is. Daarna valt er een driedeling te maken:

- Underserved jobs: taken die belangrijk worden gevonden, maar men is ontevreden over het aanbod.
- Served right jobs: taken die medium belangrijk worden gevonden, en men is medium tevreden over het aanbod.
- Overserved jobs: taken die niet belangrijk zijn, maar wel vaak aangeboden worden.

Je weet nu waar je kansen liggen. En hebt een kansrijke visie voor jouw merk geformuleerd. Maar wat dan? Met de inzichten uit de Jobs to be done-aanpak heb je de perfecte basis voor een Innovation Sprint te pakken. Hiermee kun je verder werken aan de oplossing die jouw klant helpt zijn grootste klus te klaren.

#2

JOBS TO BE DONE

VOORBIJ
DE STARTUP
MANIA.

Gebruik deze grafiek om een visie voor jouw merk te formuleren. Kijk daarvoor naar jobs die je kunt clusteren. Denk na over een inzicht en een visie voor de toekomst die bij het cluster passen.

