

# Startup of scale-up kookboek en ingrediënten

Met literatuurverwijzingen  
Losjes geordend

De bedrijfsmatige  
uitgangspunten van de startup.

Aan de slag met ideeën in  
discovery en iteratieve mindset

Product en markt  
MOAT Framework

Scrum Development  
routine

Model

Product habits

Sterkten	Woorden die jij je hebt toegeëigend	Alles draait om gebruikersfeedback	Startup: een race naar product/market fit.	Discovery: Maak een reeks frames in Keynote die eruitzien als werkende software.	Strategy: dominant, disruptive, or differentiated?	Product Backlog	Consumer	Trigger Action Investment Variabel reward
Zwakten	Jouw zandbak en merkbeloofte	Scope creep (verschuiving projectdoel) voorkomen	Helft van de product ideeën zal falen	Maak een simpele flow/kaart (geen details) Personages links en einde rechts.	Ocean conditions	Refining	Business	Habbits die hard
	Garantie bij merkbeloofte (katalyserend mechanisme)	Denk als een wetenschapper. gevalideerd leren	Risico's voor bouw tackelen, Betrek alle expertises.	Betrek een experts	Audience Top Down or Bottom op	Sprint Backlog	Freemium Demo Free trail	Painkillers vs Vitamins
Trends	Strategie in één zin (het kernproces waarmee geld wordt verdiend)	Gevalideerd leren wil zeggen de wetenschappelijke conclusie die we voor elk opeenvolgend experiment kunnen trekken	Holistiek; functioneel, technisch, user experience.	Schets de oplossing	Time to value	Sprint Planning		Tasks to become habits
Kernwaarden	X-factor (onderliggende voordeel x10-x100)	Hebben mensen daadwerkelijk het idee dat jij denkt dat ze hebben?	Diepgaande kennis van issues, pijn, wensen v/d klant en gebruiker.	Storyboard; openingsscène, genoeg details	GTM = Go to market strategy market conditions competitive positioning ideal customer product offering.	Sprint Review		
	Winst per X (economische motor) en BHAG	Meest cruciale blinde aanname		Prototype door imitatie, simulatie, centrale ervaring			Sprint Retrospective	
Missie	Team	Gaan mensen hun werkwijze veranderen?		Small data, 5 is genoeg (85%)	TAM = Total Addressable Market			
Merkbeloften	Een psychologische veilig leerproces	Waarde en groei hypothese	Functionele waarde	Interview, denk hardop, structuur, neutraal blijven, vraag door	LTV = Lifetime Value customers			
	Ik weet het niet, Ik heb hulp nodig, Ik heb een fout gemaakt Het spijt me.	Hypotheseverklaring	Emotionele waarde	Minimaal idee om gevalideerde kennis op te doen (mvp)	ACV = Annual Contract Value			
BHAG	Het draait om team. De strategie zal veranderen, het team niet.	Waardenetwerken Waardering van kenmerken	Sociale waarde	Welke experimenten wanneer welke kosten, welke vraag	ARR = Annual Recurring Revenue			
	Een team van zeven of minder, inclusief lastpost.	Koophiërarchie: functionaliteit betrouwbaarheid gemak, prijs						<b>Functionele blokken</b> Epics/modules van de oplossing
	Team verantwoordelijk voor al het werk, type en scope							<b>Segmentatie waarde</b> Welke waardes zijn belangrijk en waarom?  Zoals: Snelheid, eenvoud, gemak, betrouwbaarheid, prijs
								<b>Segmentatie klant</b> Plotten van Hypotheekverklaring en waardes op bepaald profiel klant  Indicatoren als schaarste, 80/20, scenario, markten prijs

Scaling Up Verne Harnish	Product-led growth Wes Bush	Het Innovatie-dilemma Clayton M Christensen	Hooked Nir Eyal	De Onbevreesde Organisatie Amy C. Edmondson	Inspired Marty Cagan	Sprint Jake Knapp	De Startup Methode Eric Ries	De Scrum Guide Jeff Shutterland Ken Schwaber
-----------------------------	--------------------------------	--	--------------------	--	-------------------------	----------------------	---------------------------------	--

Dit is een persoonlijk overzicht als geheugensteuntje is en bevat vanzelfsprekend blinde vlekken.