

SPIS TREŚCI

Przedmowa.....	7
Wstęp.....	11
 Rozdział 1.	
Dlaczego model Customer Development jest niezbędny?.....	21
 Rozdział 2.	
Od czego zacząć?.....	37
 Rozdział 3.	
Z kim powinienem rozmawiać?.....	49
 Rozdział 4.	
Czego powinienem się dowiedzieć?.....	79
 Rozdział 5.	
W teren!.....	101
 Rozdział 6.	
Jak wygląda potwierdzona hipoteza?.....	125
 Rozdział 7.	
Jakiego rodzaju minimalnie satysfakcjonujący produkt powinienem zbudować?.....	151
 Rozdział 8.	
Jak działa model Customer Development, gdy masz już klientów?.....	171
 Rozdział 9.	
Model Customer Development w trybie ciągłym.....	203
 Dodatek A	
Skuteczne pytania.....	217