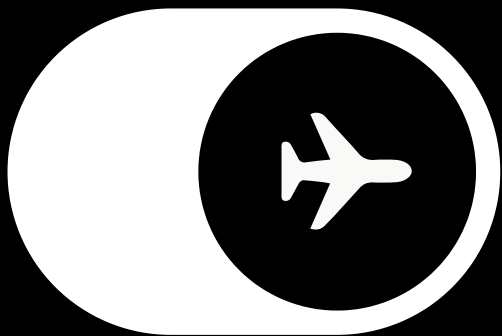


Learnnn
ffline

PRODUCT MARKET FIT

Caso Studio



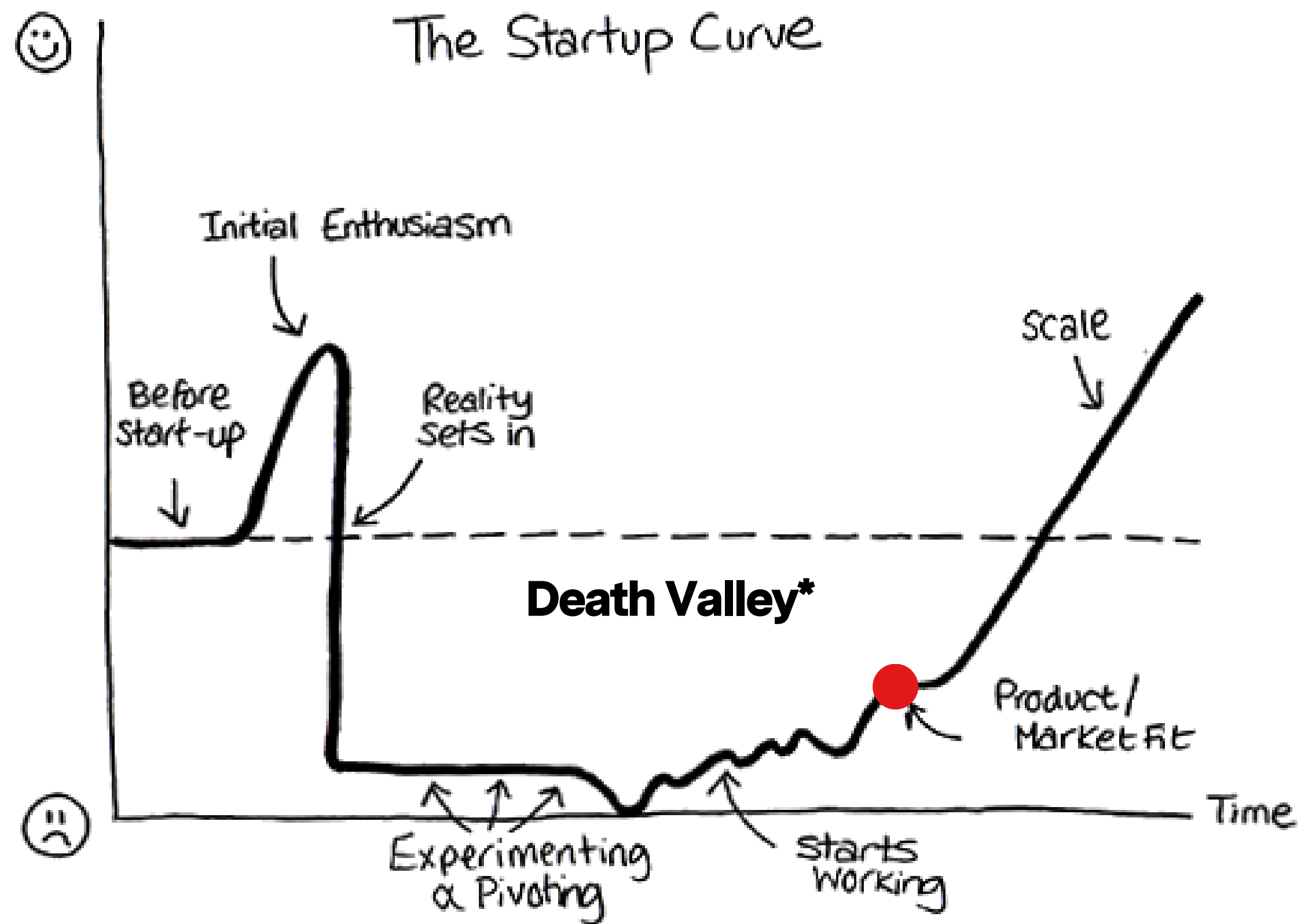
The term product/market fit describes the moment when a startup finally finds a widespread set of customers that resonate with its product

Eric Ries



“The only thing that matters is getting to product/market fit”.

Marc Andreessen



***Meno del 20% delle startup supera questo stadio**





Matteo Aliotta

CEO & Head of Growth @ LTV

- 15+ di esperienza nel digital, consulente Growth su +70 mercati, tra Startup, PMI e Corporate
- Già Manager della divisione Growth di LVenture Group
- Mentor per alcuni dei più importanti acceleratori italiani
- Docente e creatore dell'Executive Skill Lab in Growth Hacking - LUISS Business School



Marketplace wellbeing fitness leader in Italia, con i clienti B2B più importanti

- Series A (sotto covid)
- 16m di fatturato
- EBITDA positivo
- +50 dipendenti



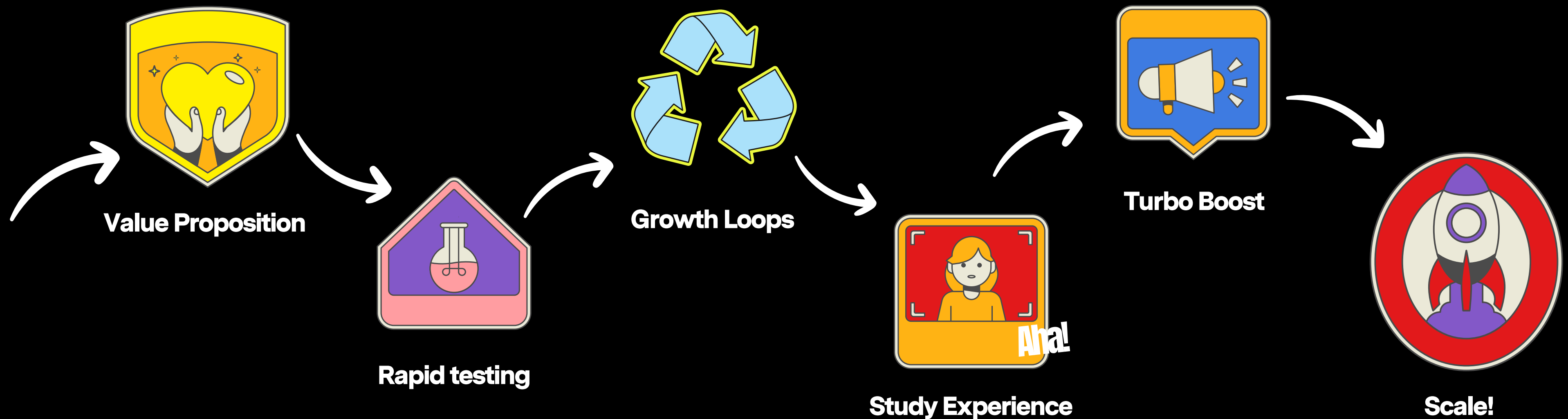
Ma riavvolgiamo il nastro al 2017



- 5 ragazzi appena usciti dal programma di accelerazione
- una stanzetta
- un seed da 300k
- 3k di budget mkg mese
- competitor sbarcati in IT con funding da decine di milioni

Spoiler:
Abbiamo vinto noi.

Road to Product Market Fit

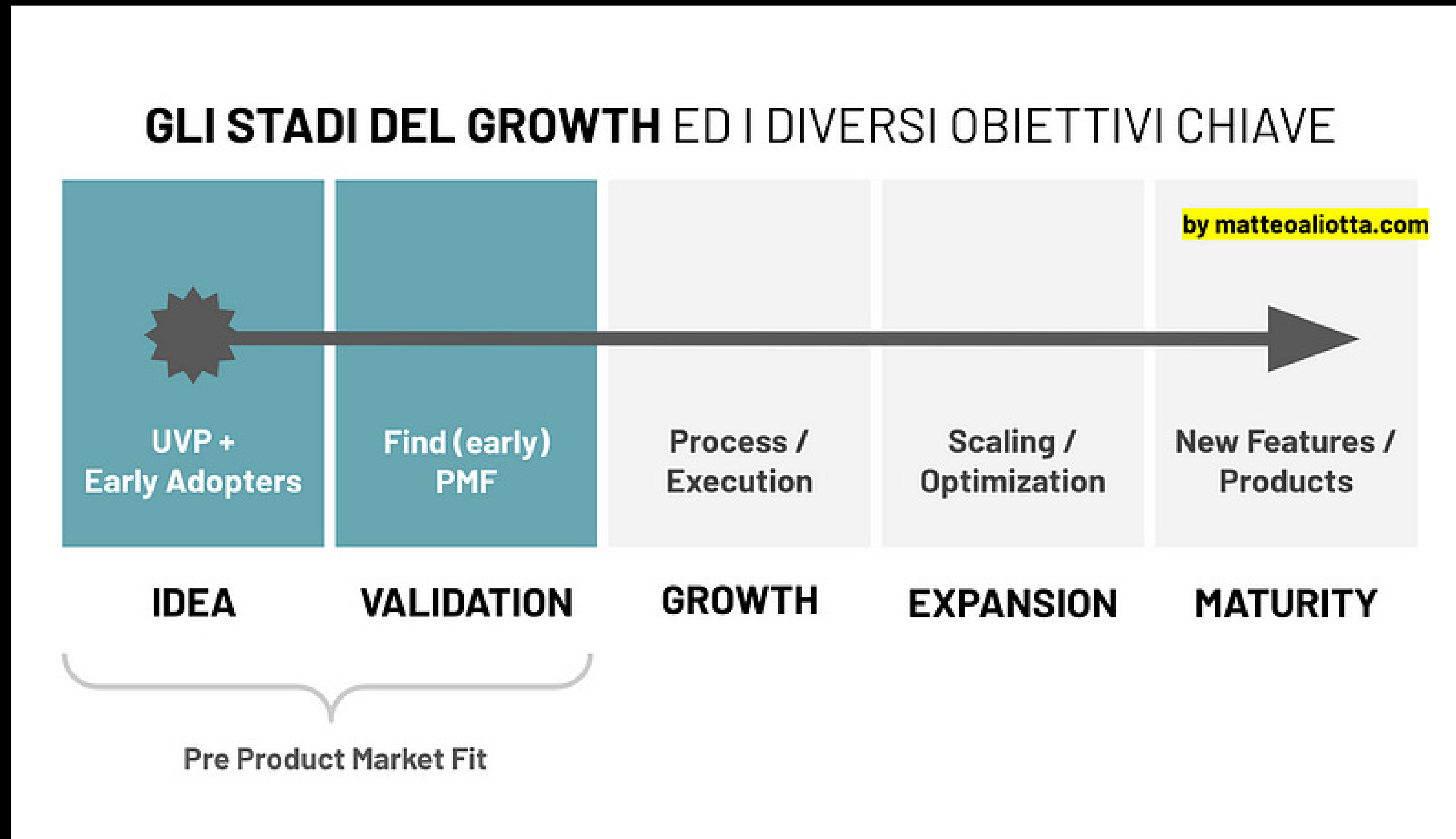


Ovvero la storia di come Fitprime ha raggiunto i primi 1000 clienti

Cosa vedremo:

- 1. Le insidie nel go-to market di una startup early stage**
- 2. UVP: priorità numero uno e la più sottovalutata**
- 3. Il Growth Loop che è la crescita esponenziale**
- 4. User Experience e la scoperta dell'Aha Moment**
- 5. Come abbiamo abbattuto ogni barriera d'ingresso**
- 6. Mettere il boost: alcuni metodi (PR, offerte, automation)**
- 7. Il PMF. Come ti accorgi di averlo raggiunto e cosa succede**
- 8. Lezioni chiave da portarsi a casa e risorse utili**

UVP: priorità numero uno e la più sottovalutata

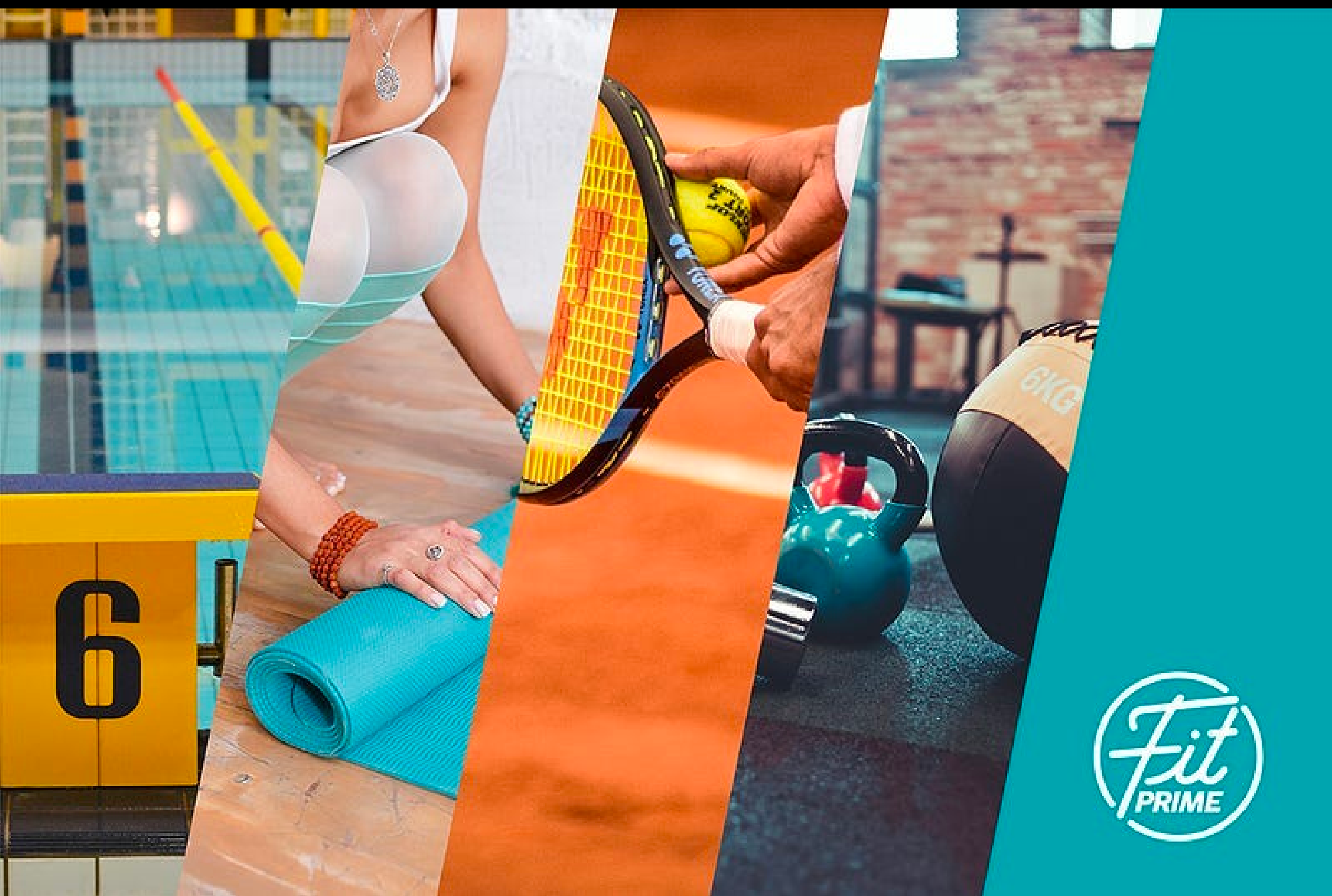


Cosa ho fatto

- 1. Interviste e non survey!**
- 2. Customer Care: una miniera d'oro**
- 3. Testing: dal qualitativo al quantitativo**
- 4. Ancora testing! indaga e indaga ancora**



La value proposition era diventata chiara



Le attività



le ads a tema piscina convertivano il 320% in più



Le adv prima e dopo

Fitprime
Written by Monica Drusian (?) · 11 January ·

Ti iscrivi e ti prenoti alle palestre che vuoi direttamente da app, pagando solo per i mesi in cui ti alleni! No altri costi né vincoli. ☒ **PROMO 30%** ☒
[Usa il Coupon FIT30 e inizia subito ad allenarti]



1 mese promo al 30%

Use App



Fitprime
Written by AdEspresso (?) · 1 September ·

Lo sapevi? con Fitprime entri in 200 Palestre a partire da €28 /mese.
Un'app, niente annuali ed iscrizioni. Centinaia di attività.



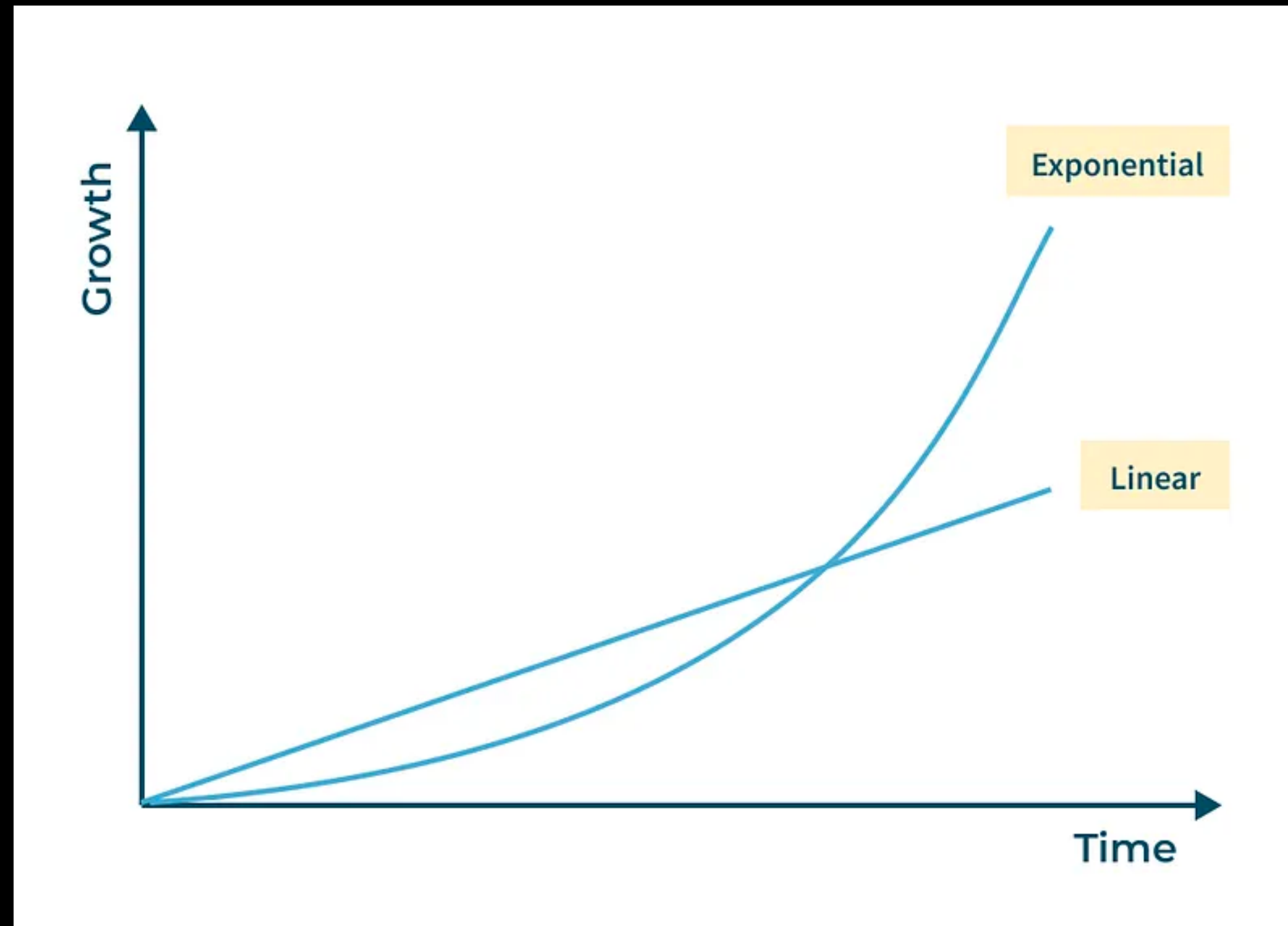
Entra in 200 palestre da 28€/mese

Install Now

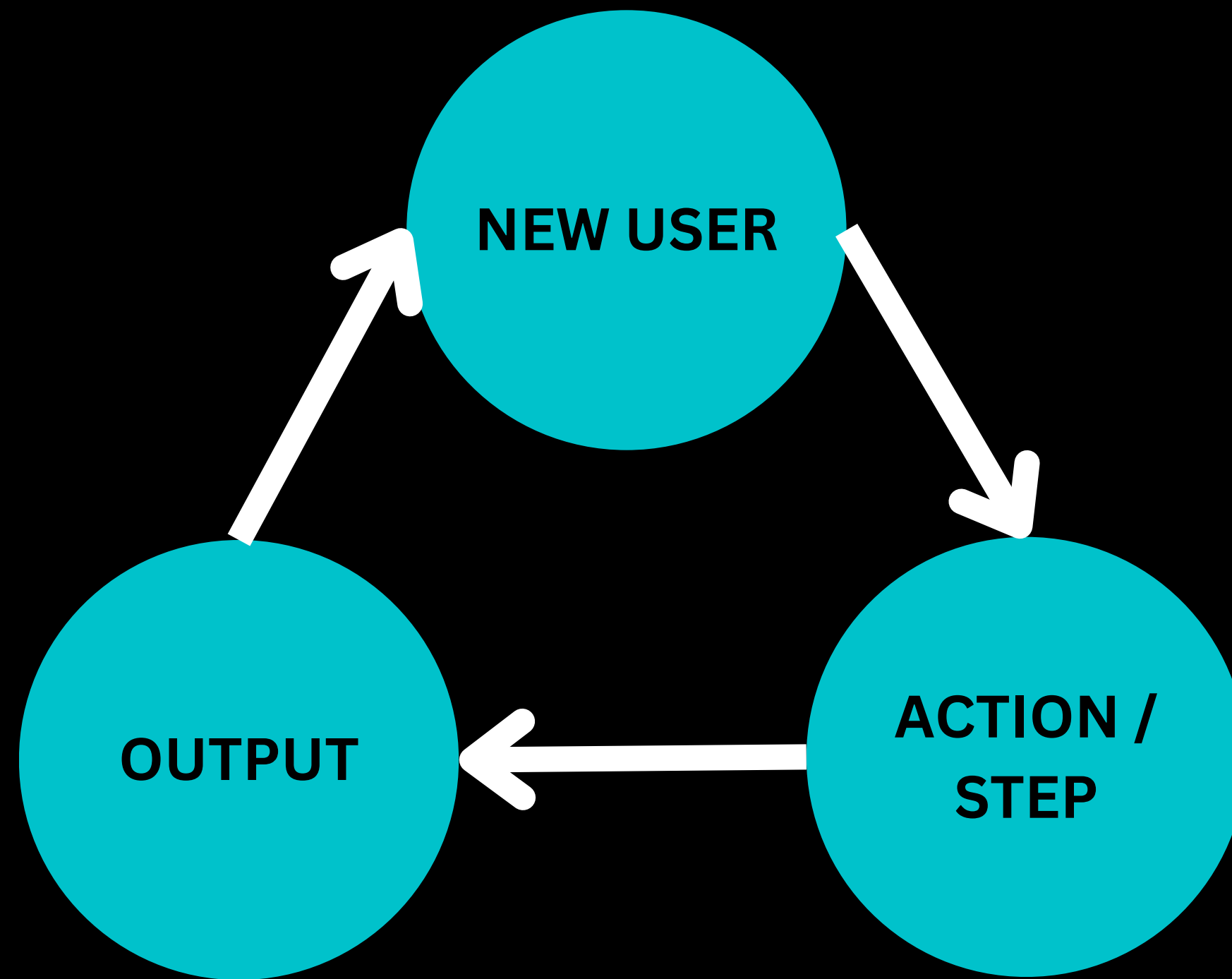
App install +348%, Iscrizioni +30%, Condivisioni +200%

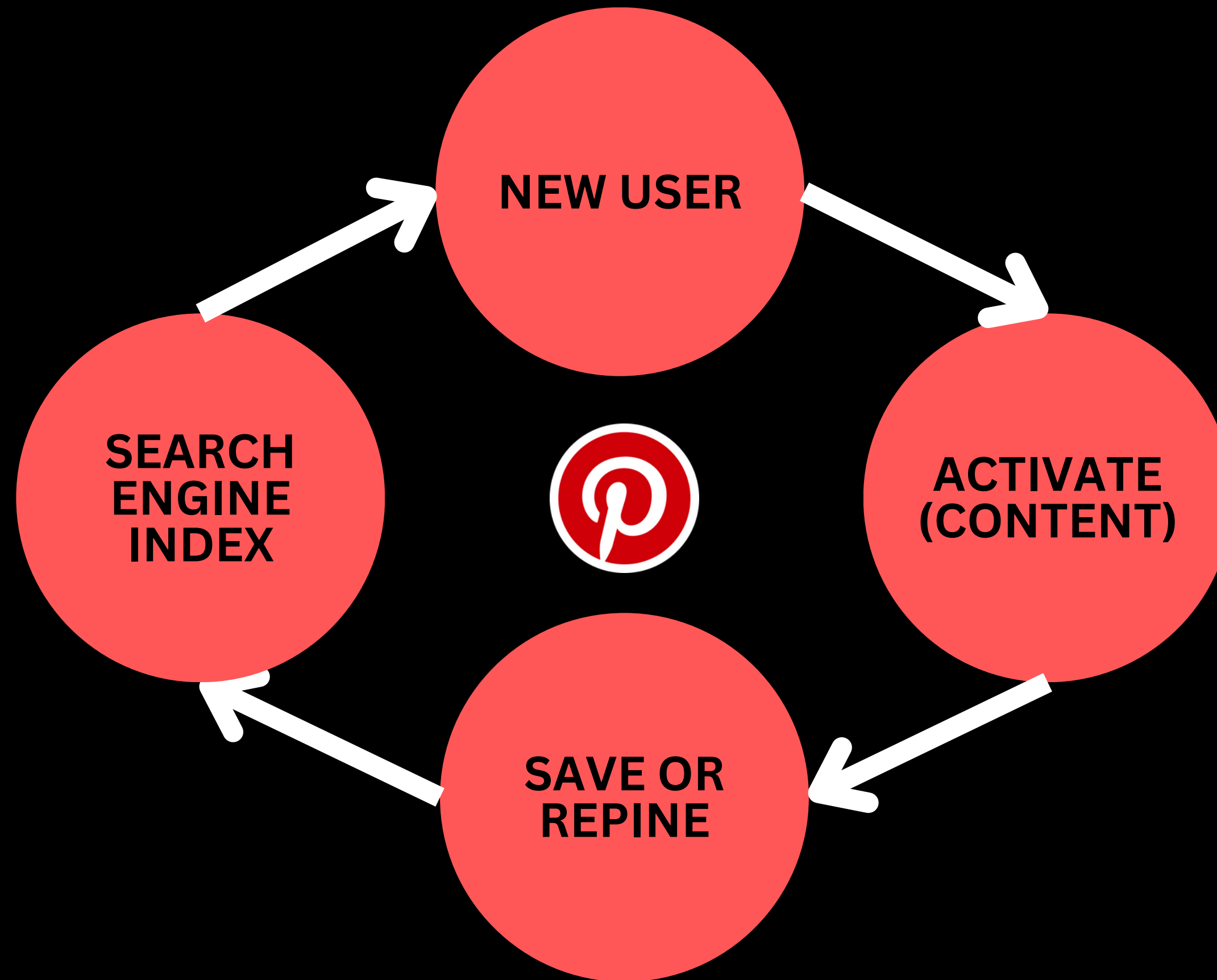
Learnn
Offline

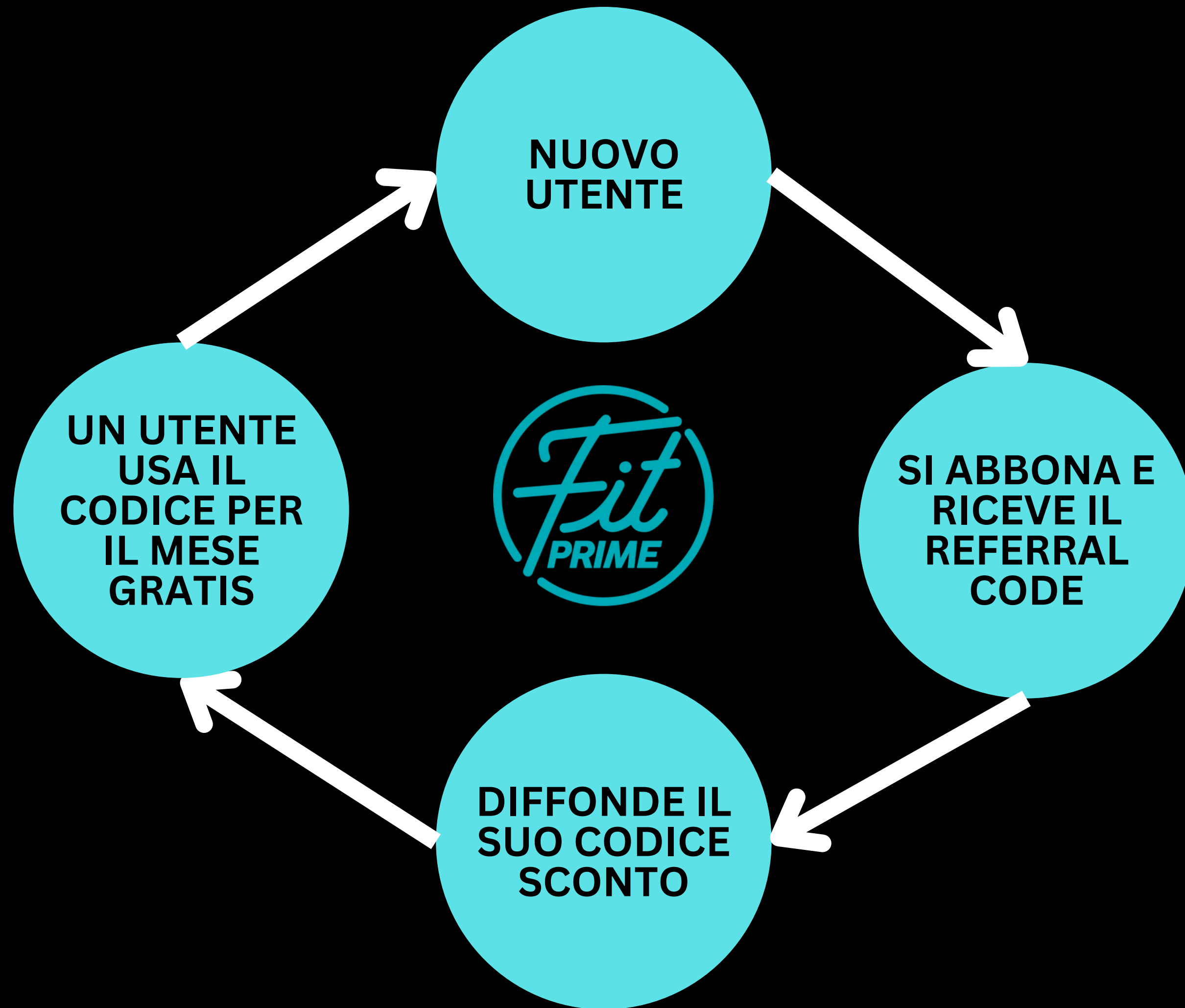
La ricerca della crescita esponenziale



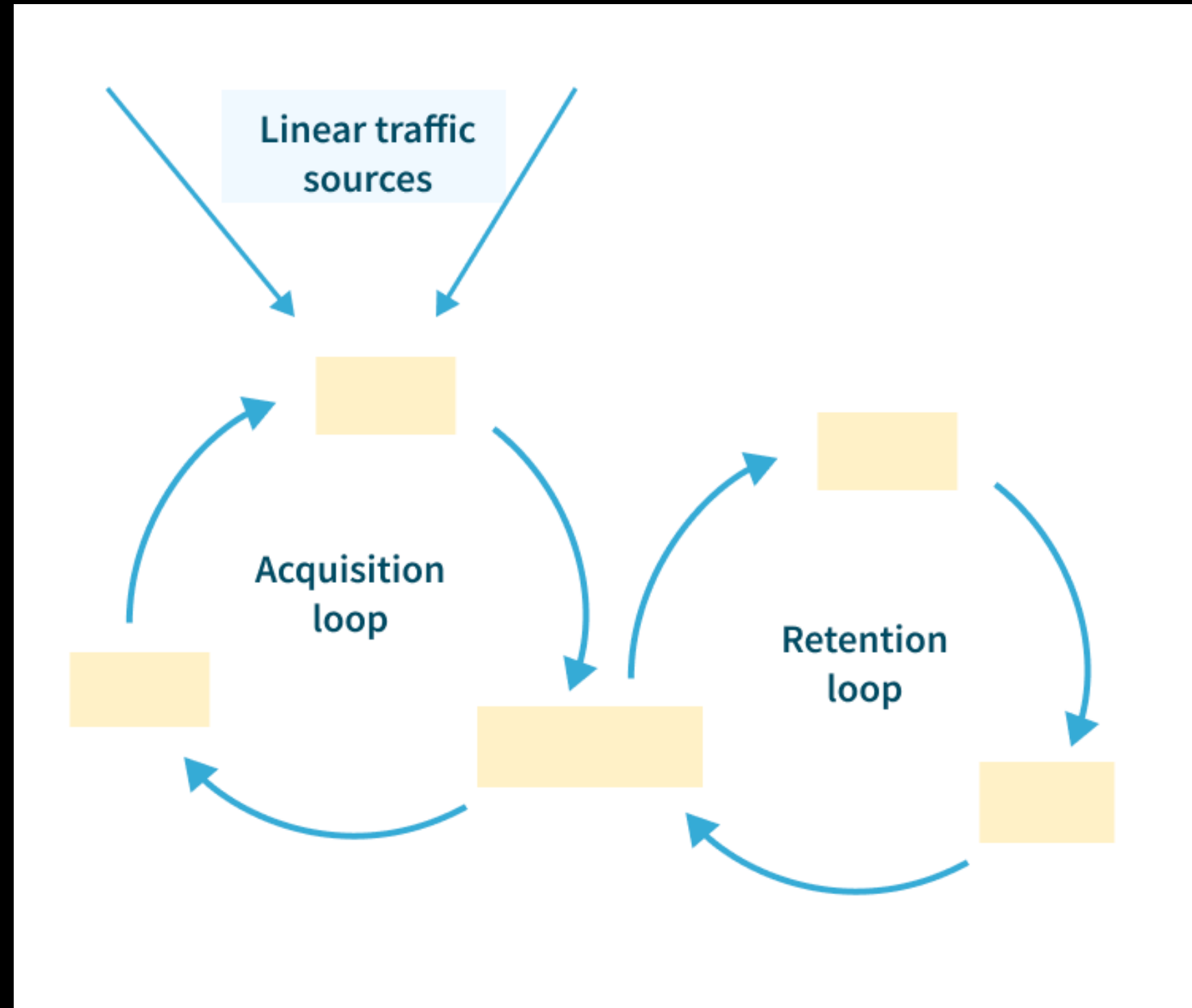
I Growth Loops







Funnel + Loop



Growth Loop Framework®

Pro Tip from Ward:

The closer you can mimic real-life situations, the higher the chance of your growth loop being effective & sustainable.

Observe

1. Describe the **real-life** scenario

2. **Why** they do it?

Select their **why(s)**:

☐ To look good	☐ To get
☐ To feel good	☐ To bond
☐ To help others	☐ To convince

Printsize: A3
© Ward van Gasteren
All Rights Reserved

Purpose: This canvas is intended to design better growth loops that fit perfectly into the lives of your user's & gives you a system to improve your growth loops.

Design

3. What is the **trigger** & how to mimic that through our product?

5. What is the action's **output** & how to boost its impact on the user's 'why'?

Goal:

4. What is the user's **action** & how can we make it easier/better?

Iterate

6. **Steps** to track

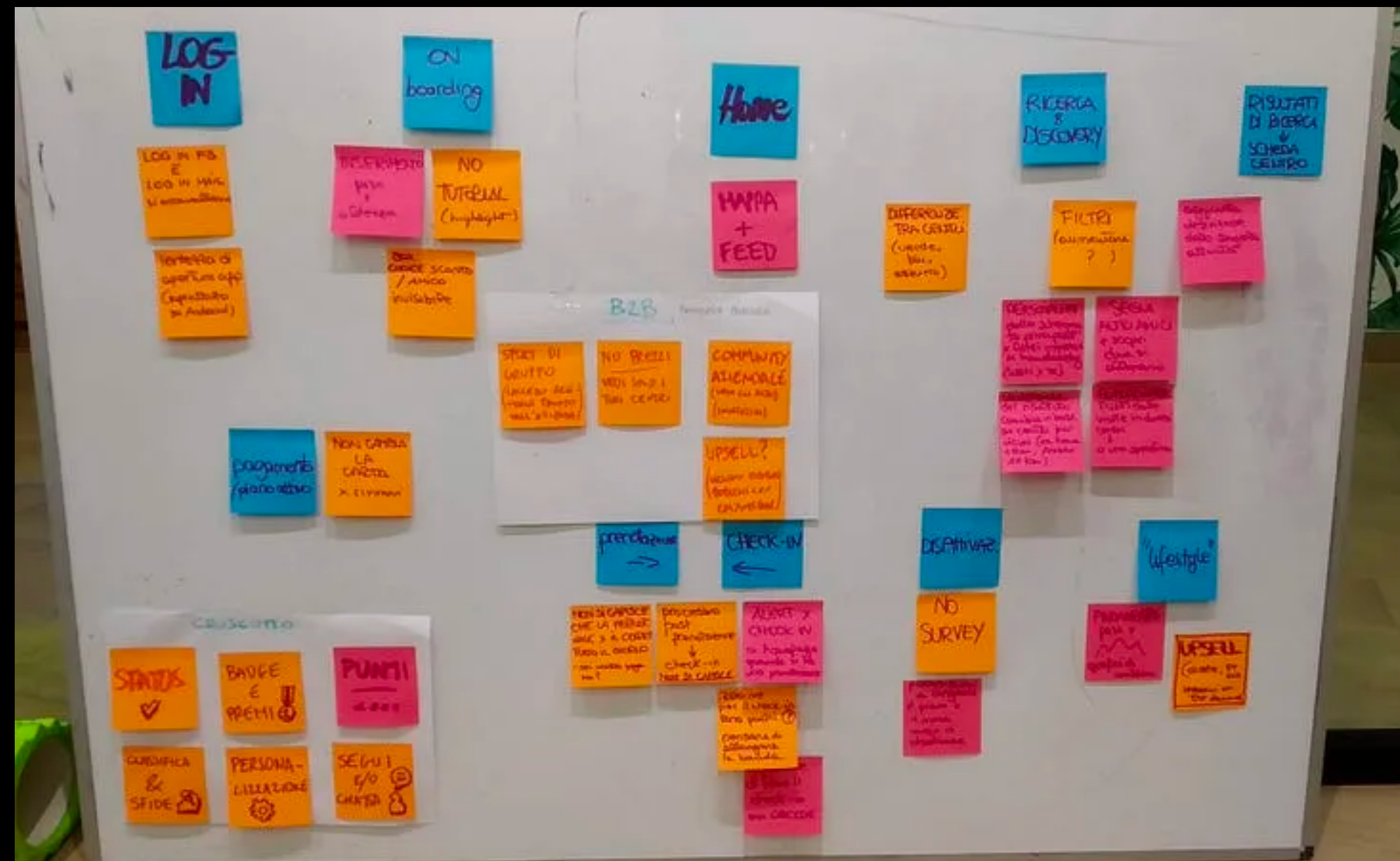
7. **Metrics** to track

 **Grow with Ward**
Growth Hacking Coach

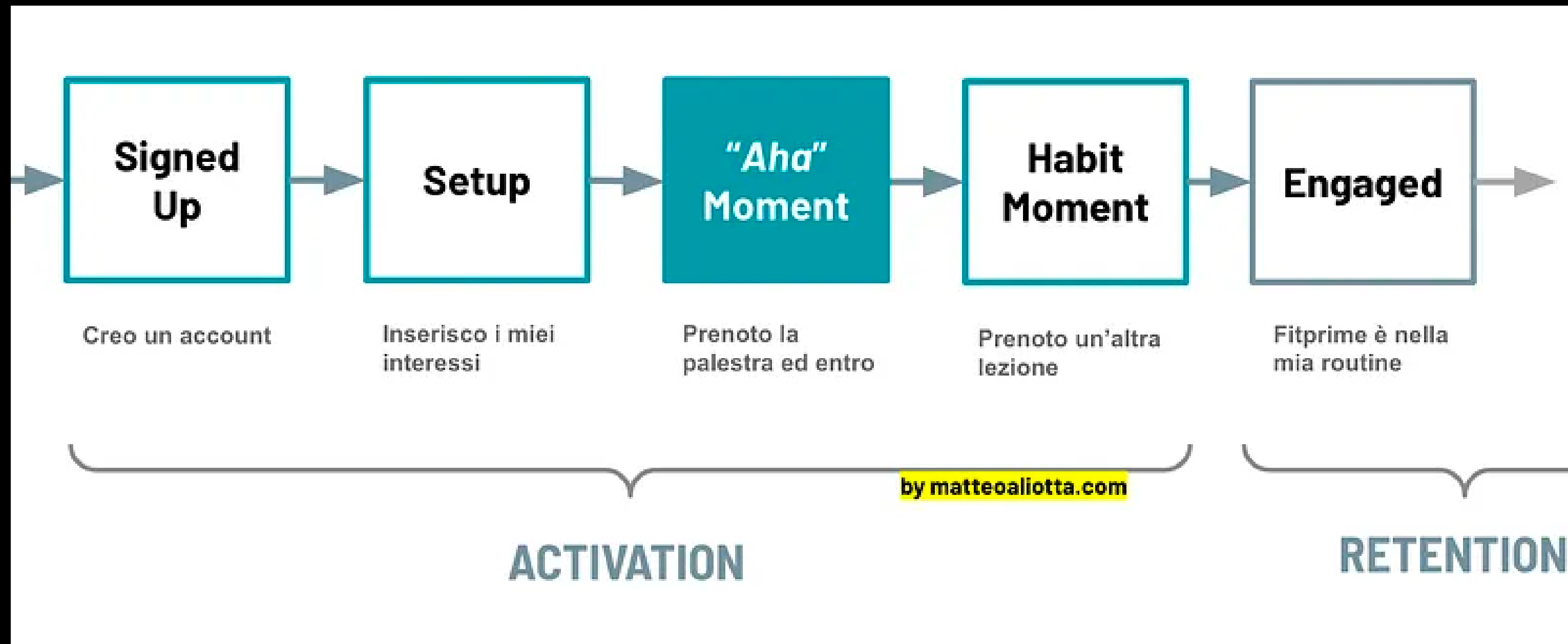
aspetta la fine per le risorse :)

Learnn
 **Offline**

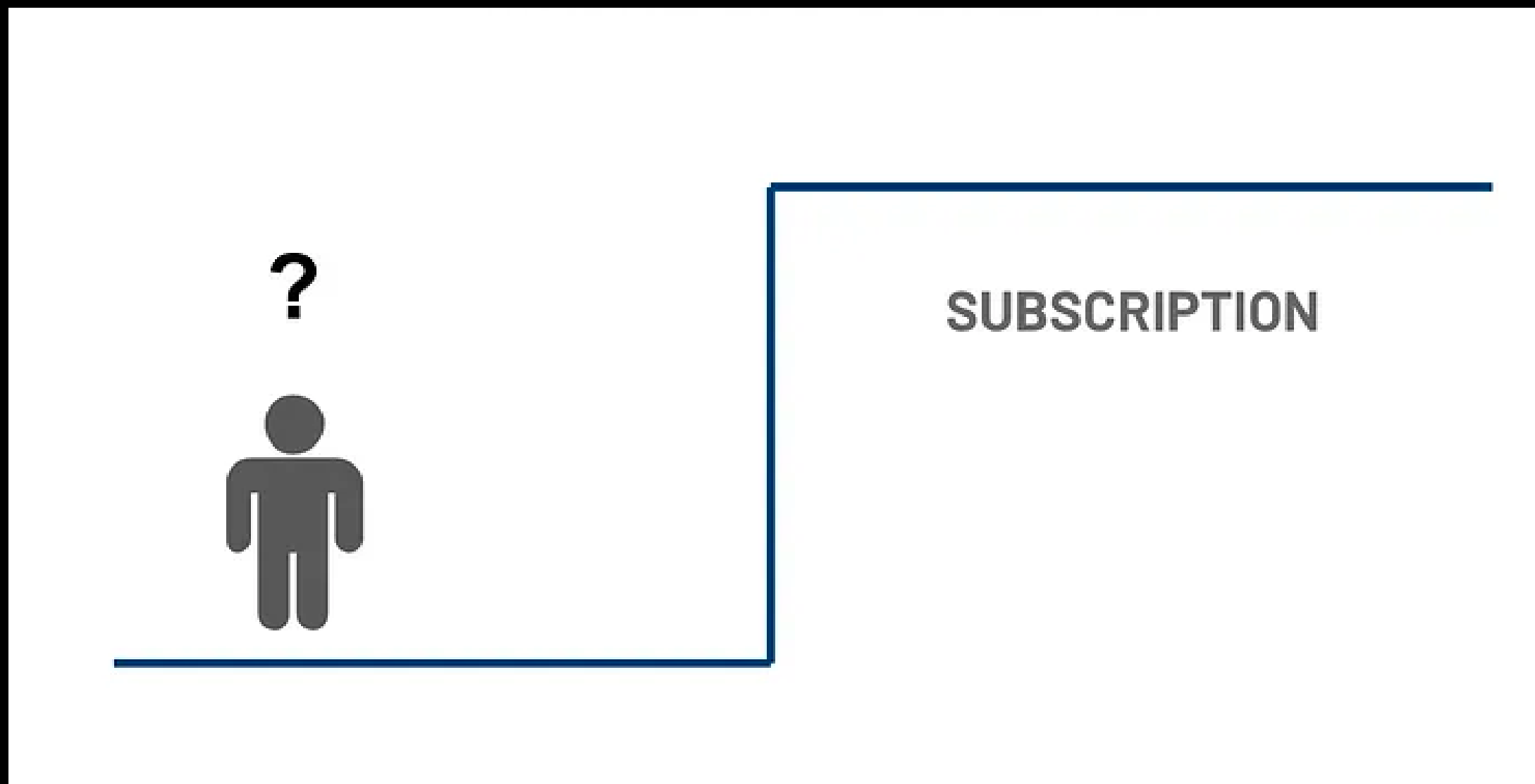
Studiare l'esperienza utente: la scoperta dell'aha moment



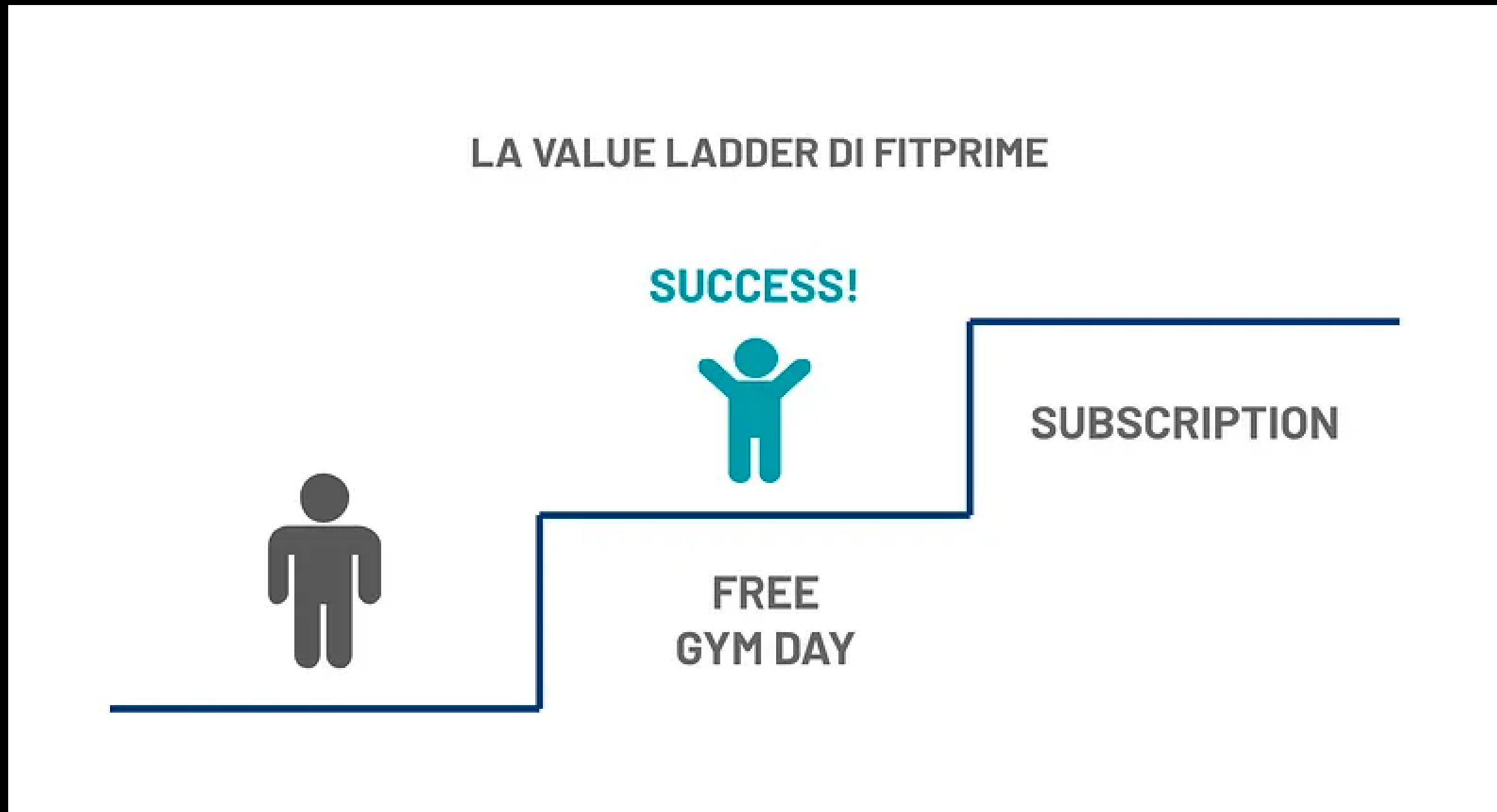
La fase di onboarding



La nostra value ladder



La value ladder dopo



Il nostro focus si era spostato dal vendere abbonamenti in palestra, a portare più persone possibile a fare una giornata di fitness gratuita.

Turbo boost



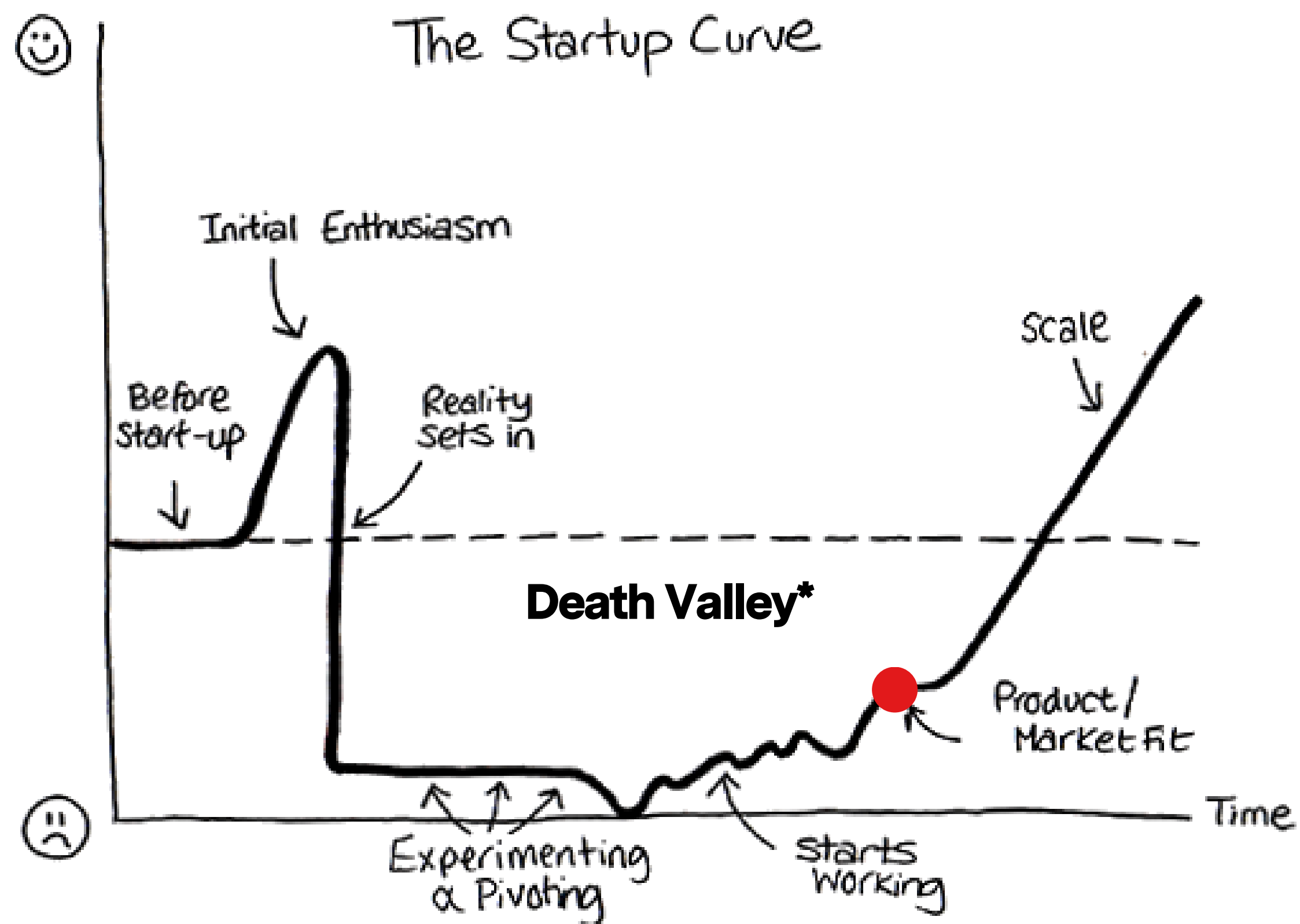
dal Lenny's Racecar Framework

Cosa ha funzionato di più

- 1. PR: gli articoli costruiscono trust**
- 2. Pushing PR: gli articoli come metodo di acquisizione**
- 3. Video Ads: testa sempre nuovi canali e formati**
- 4. Fai double down su ciò che funziona**

Come scopri di aver raggiunto il PMF?





1000 clienti in 2 anni e 6000 nei successivi 3 mesi

Cosa ho imparato

- 1. Prodotto: keep it simple. Roadmap brevi e agilità**
- 2. Marketing: bilancia discovery e acquisition**
- 3. UX: l'arma più sottovalutata, il dialogo con l'utente**
- 4. Metriche: poche metriche, in super focus**
- 5. Fai double down su ciò che funziona**
- 6. Venire da un'altra industry è un plus**

Per me questo è stato trovare il PMF. Pensare:

**“Arriverò in ogni modo a conquistare
il mercato, anche se questo dovesse
voler dire provarne una nuova al
giorno per i prossimi 10 anni”**

Grazie per l'attenzione!

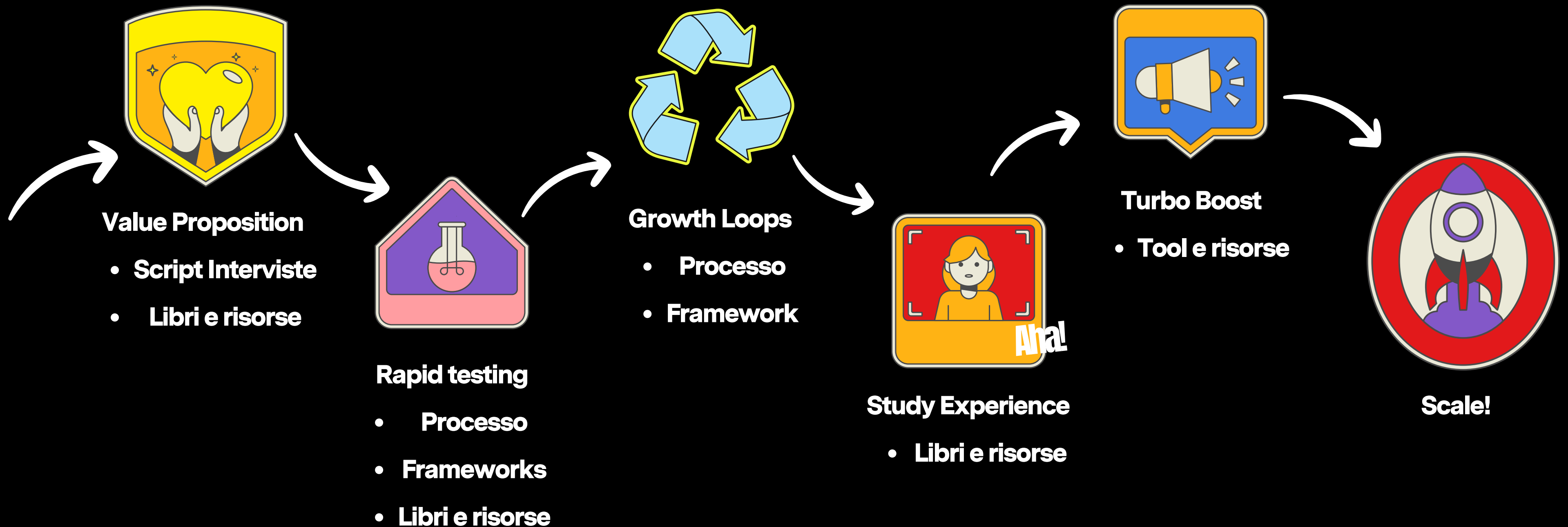


Matteo Aliotta

CEO & Head of Growth @ LTV

 [linkedin.com/in/matteo-aliotta](https://www.linkedin.com/in/matteo-aliotta)

Le risorse per ogni step



Le risorse per ogni step



**Scansiona e
ottieni qui tutte
le risorse**



Ci sono domande?



Lasciami un
feedback



Matteo Aliotta

Consulente Growth su +70 mercati differenti, dalle startup early stage alle multinazionali

Già manager del Growth in un Venture Capital leader in Italia

Mentor in alcuni tra i più importanti Acceleratori in Italia

Docente e creatore dell'Executive Skill Lab in Growth Hacking - LUISS Business School

Co-autore del corso Growth Hacking di Learnn!