

ИГЭУ

MVP - МИНИМАЛЬНО ЖИЗНЕСПОСОБНЫЙ ПРОДУКТ



Тимур Тараканов

Ex-топ-менеджер компаний Auchan и X5 Retail Group.

Занимал руководящие должности последние 18 лет.

На данный момент **профессиональный трекер, эксперт, ментор, бизнес-тренер.**

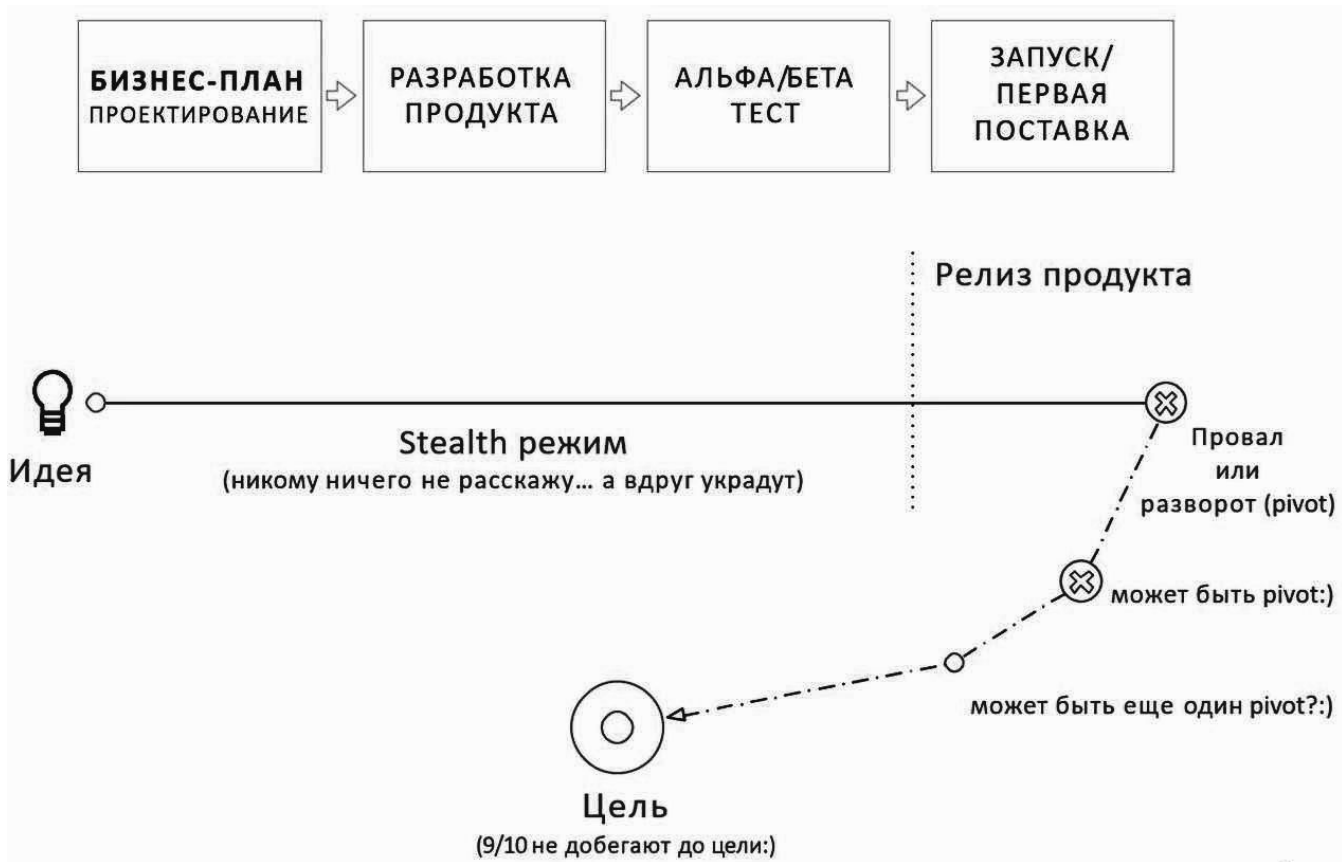
- Трекер предпринимателей
- Академия Трекеров при фонде «Месторождение»
- Подготовительный курс для трекеров
- Университет национальной технологической инициативы 2035

***Трекинг проектов разных форматов:
от стадии диагностики
идеи до создания MVP и тестирования.***

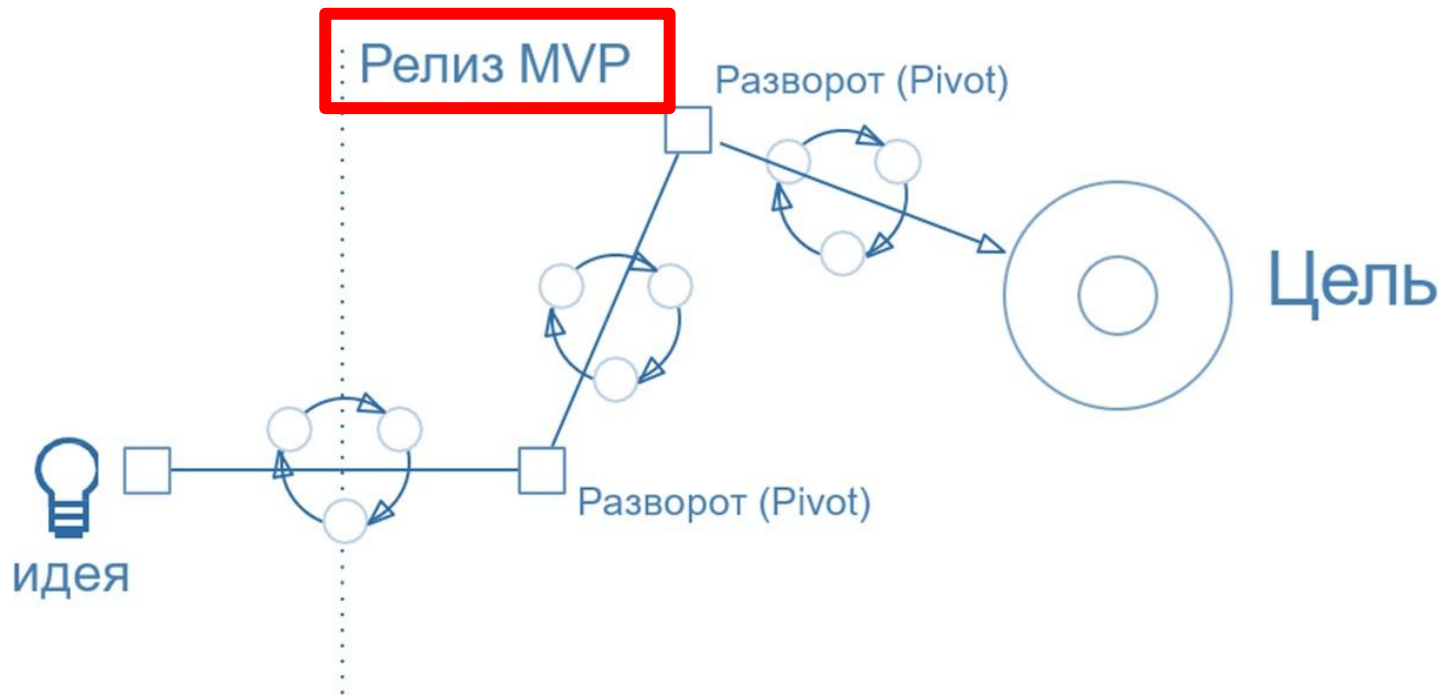
Акселерационные программы:

- Трекинг команд администраций губернаторов в процессе разработки новых G2C сервисов
- Трекинг команд акселерационных программ Пятигорского государственного университета:
- Трекинг 7-и студенческих стартапов на базе Национального исследовательского Томского государственного университета:
- Трекинг 5-и студенческих стартапов на преакселерационной программе «Физтех.Идея» от МФТИ.

ТИПИЧНЫЙ ПУТЬ СТАРТАПА

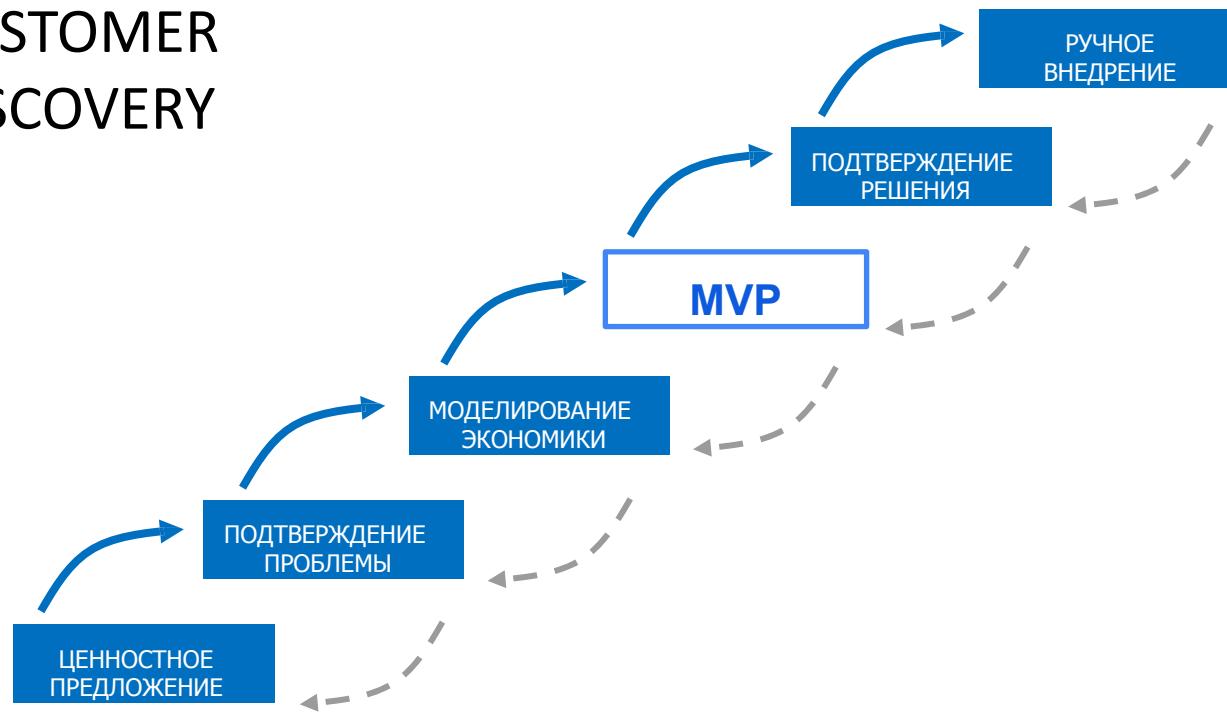


БЕРЕЖИВЫЙ ПУТЬ СТАРТАПА



CUSTOMER DEVELOPMENT

CUSTOMER
DISCOVERY



Жизненный цикл продукта

- **Proof of concept**

подтверждение концепта

- **Prototype**

прототип

- **Pilot**

пилот

- **MVP**

минимально жизнеспособный / ценностный

продукт

- **MMP**

минимальный продающийся продукт

Proof of concept, Prototype, Pilot, MVP

	Лаборатория		Реальные условия		
	Proof of concept	Prototype	Pilot	MVP	MMP
когда делаем	ранняя стадия	ранняя стадия	пред-релиз / релиз	подготовка к продажам	начало продаж
что проверяем	Предположение	идея	решение	интерес рынка	устойчивость бизнес-модели
какая цель	можно ли предположение реализовать технически	проверить идею на практике и научиться в процессе проверки	проверить как решение будет работать в реальных условия и сгладить недочеты	проверяем, востребован ли продукт	заработать Денег
критерий успеха	если предположение технически реализуемо	если ваша идея работает так, как задумывалось	если ваше решение работает как задумывалось и полезно заказчику	будущим покупателям интересен продукт, сходятся ключевые метрики	продукт востребован и работает так, как задумывалось, клиенты платят
кто тестирует	внутренние стейкхолдеры, профильные специалисты	внутренние стейкхолдеры, потенциальные пользователи	потенциальные заказчики, ЛПР (b2b)	потенциальные заказчики, реальные пользователи	реальные пользователи

MVP или не MVP



MVP

МИНИМАЛЬНО ЖИЗНЕСПОСОБНЫЙ ПРОДУКТ (MVP)

продукт

для проверки гипотез проекта

MVP

МИНИМАЛЬНО ЖИЗНЕСПОСОБНЫЙ ПРОДУКТ (MVP)
продукт



НЕ
MVP

MVP

МИНИМАЛЬНО ЖИЗНЕСПОСОБНЫЙ ПРОДУКТ (MVP) продукт



MVP

МИНИМАЛЬНО ЖИЗНЕСПОСОБНЫЙ ПРОДУКТ (MVP) продукт



НЕ
MVP



НЕ
MVP



MVP

Шаги по разработке MVP

Шаг 1. Обозначить проблему для решения

В нескольких словах ответить на вопрос:

- Для чего продукт?
- Для выполнения какой работы клиент «нанимает продукт»?

Шаг 2. Определить целевую аудиторию и сузить её

Развернутое описание клиента:

B2C

- Возраст
- Пол
- Образование
- Сфера работы
- Уровень доходов

B2B

- Сфера деятельности
- Размер компании
- География и масштаб
- Тип «внутреннего заказчика»

Шаг 3. Сделать анализ конкурентов

- Проанализировать главных игроков
- Выявить сильные и слабые стороны продуктов
- Исследовать прошлые и текущие стратегии
- Цели, объем продаж, доходы, прибыль

Шаг 4. Выбрать тип MVP

Необходимо выбрать наиболее подходящий тип MVP исходя из:

- Сложности разработки
- Базовых функций
- Пути клиента
- Способа оценки удовлетворенности клиента

О типах MVP - далее

Шаг 5.

Разработать MVP, сделать альфа/бета тесты

Альфа-тестирование

продукта в «близком окружении»

Бета-тестирование

реальными пользователями в течение короткого срока с

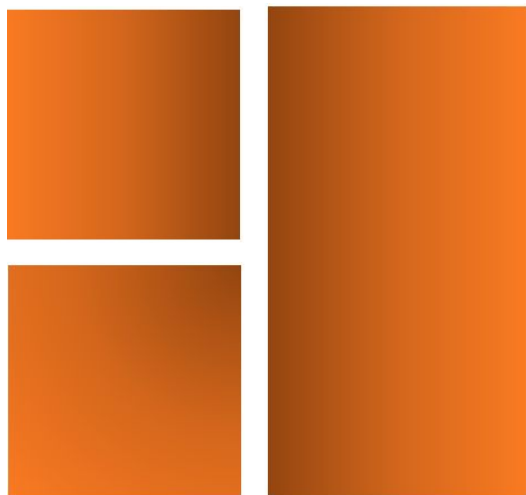


*О проведении тестов -
далее*

**Как
ранжировать
функционал
MVP по
значимости?**



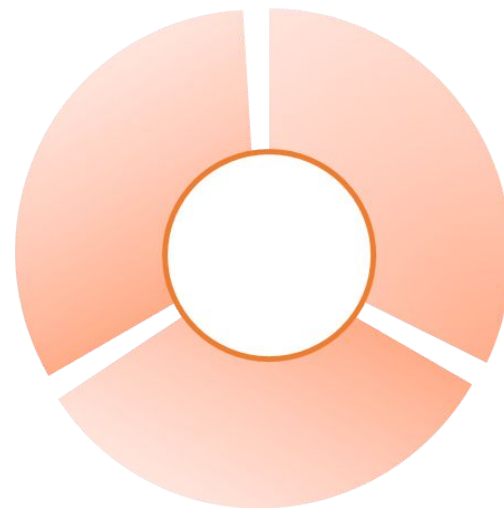
КАРТА ЦЕННОСТИ



Продукт
(товар или
услуга)



Соответств
ие



**Сегменты
целевой
аудитории**

ЦА: ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ДЕЙСТВИЙ



**Выберите
сегмент
потребителей,**
профиль
которого вы
хотите
составить

**Определите
задачи
потребител
ей**
Спросите и
запишите
каждую на
отдельном
стикере

**Определите
проблемы
потребител
ей**
Спросите и
запишите
все,
включая
препятствия
и риски

**Определите
выгоды
потребител
ей**
Запишите
все, что
узнаете и
сможете
придумать

**Ранжируй
те задачи,
проблемы
и выгоды**

Расположите
в три
столбца,
вверху
самые
важные

Ранжирование задач, выгод, проблем



Важность задачи



Значимость выгоды



Серьезность проблемы

Высокая



Низкая



1. Запишите каждую

- Задачу
- Проблему
- Выгоду

на отдельном стикере

2. Расположите в три столбца

3. Рассматривайте разные задачи, проблемы и выгоды, не только те, которые напрямую связаны с вашим предложением.

ФУНКЦИОНАЛ: ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ДЕЙСТВИЙ



Для выбранного продукта возьмите самые значимые задачи, проблемы и выгоды



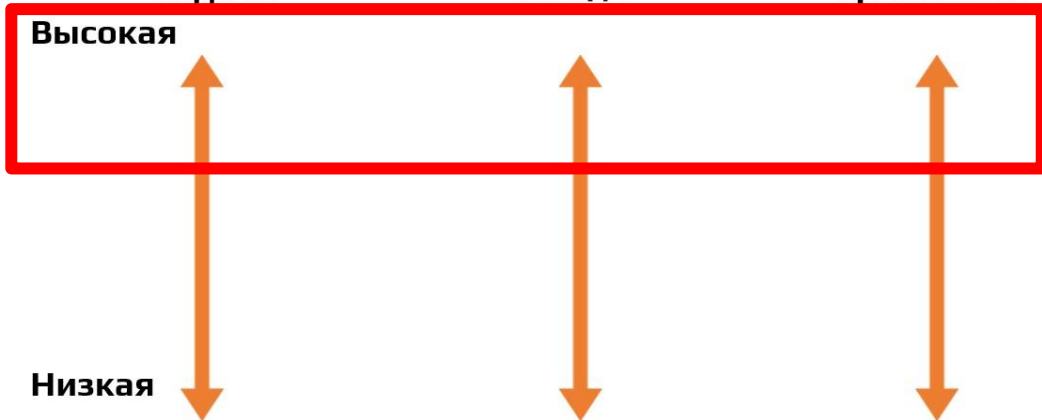
Важность задачи



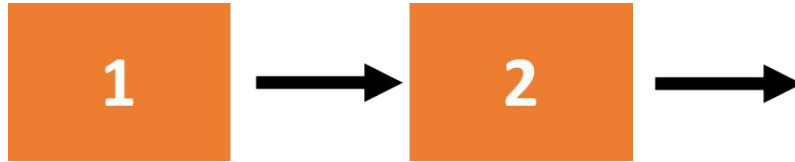
Значимость выгоды



Серьезность проблемы



ФУНКЦИОНАЛ: ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ДЕЙСТВИЙ



**Для выбранного
продукта
возьмите самые
значимые
задачи,
проблемы и
выгоды**

**Перечислите
факторы
помощи**
Опишите каждый
фактор на
отдельном стикере

ФУНКЦИОНАЛ: ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ДЕЙСТВИЙ

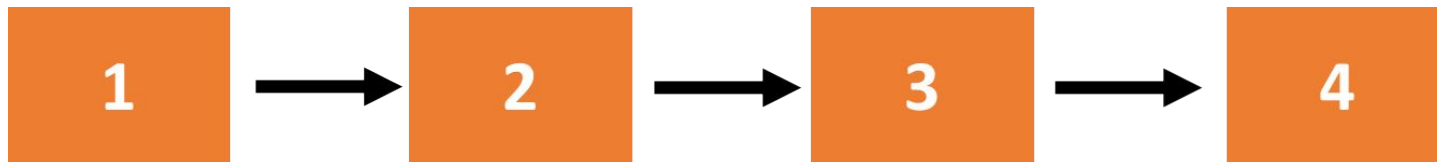


**Для выбранного
продукта
возьмите самые
значимые
задачи,
проблемы и
выгоды**

**Перечислите
факторы
помощи**
Опишите каждый
фактор на
отдельном стикере

**Перечислите
факторы
выгоды**
Описывайте
каждый фактор на
отдельном стикере

ФУНКЦИОНАЛ: ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ДЕЙСТВИЙ



**Для выбранного
продукта
возьмите самые
значимые
задачи,
проблемы и
выгоды**

**Перечислите
факторы
помощи**
Опишите каждый
фактор на
отдельном стикере

**Перечислите
факторы
выгоды**
Описывайте
каждый фактор на
отдельном стикере

**Ранжируйте
по
значимости**
Расположите
стикеры в двух
столбцах по
уровню значимости

КАРТА ЦЕННОСТИ

ТОВАР ИЛИ УСЛУГА

Фактор
выгоды

Фактор
помощи

Высокий



Низкий



1. Опишите каждый фактор выгод и помощи на отдельном стикере, которые помогли бы выполнять задачи, решать проблемы и достигать выгоды.

2. Расположите стикеры в двух столбцах по уровню значимости.

3. Выделите те факторы выгоды и помощи, которые попадают на самый верх обоих списков.

4. Для них опишите функционал, который войдет в MVP.

Варианты MVP

Варианты

MVP

- Консьерж и Волшебник Страны Оз
- Виртуальный прототип (продукта нет)
- ZeroCode | NoCode | HybridApp

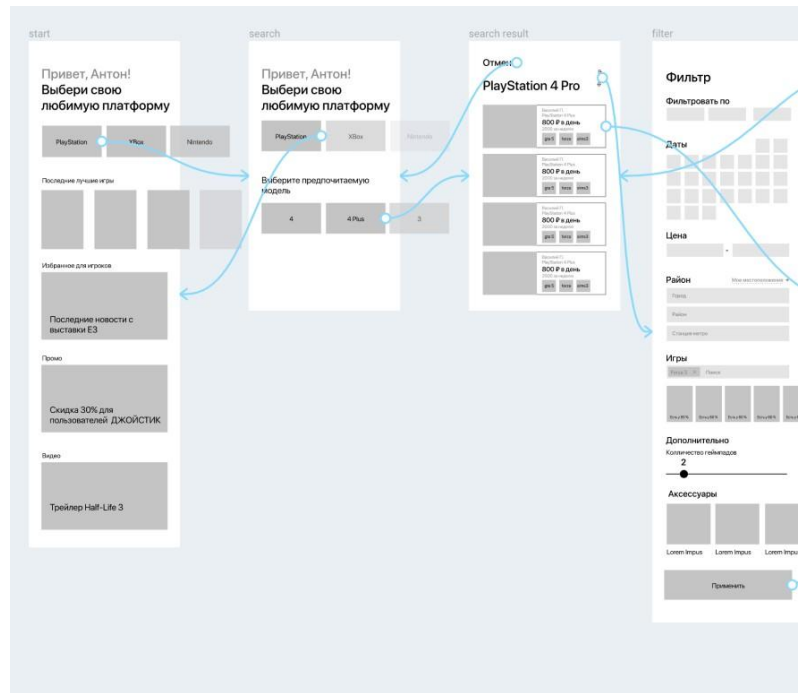
- Продать чужой продукт/товар под своим брендом
- «Витринный образец» – штучный товар для демонстрации
- Производство по требованию / Предзаказ / Краудфандинг
- Коллаборации и субаренда
- Клиентообразующий MVP (оценка заинтересованности)

ТИПЫ

MVP

ВИРУТАЛЬНЫЙ ПРОТОПИП

- Создаем виртуальный прототип
 - Презентация
 - Ролик
 - 3d модель
 - Mockups / Wireframe Figma
 - и т.п.)
- Показываем покупателю
- Проводим решенческое интервью

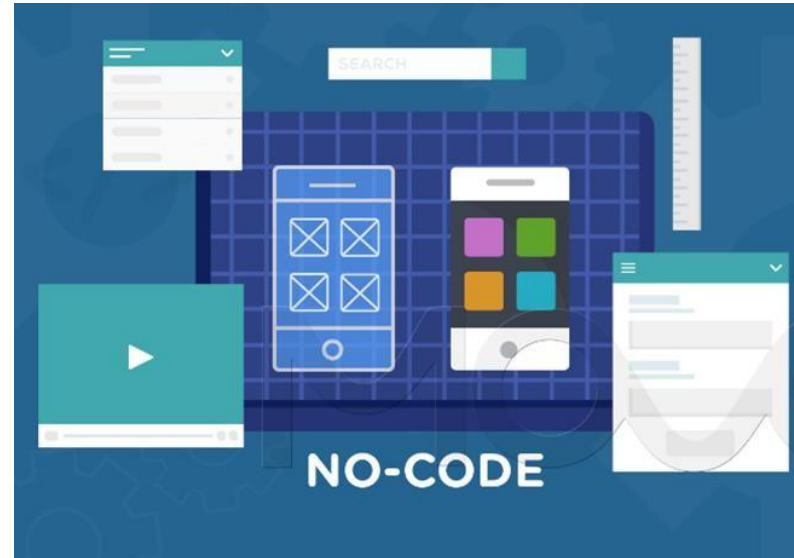


ТИПЫ

MVP

NO-CODE ПРИЛОЖЕНИЕ

- Создаем приложение без кода (NoCode \ ZeroCode платформы) или с гибридным кодом (HTML5 app и т.п.)
- Упаковываем для пользователя (Cordova / WebView и т.п.)
- Alfa test
 - Приглашаем стейкхолдеров
 - Смотрим за поведением
- Beta test
 - Заливаем трафик
 - Смотрим на метрики



ТИПЫ

MVP

КРАУДФАНДИНГ

- Регистрируемся на платформе
- Описываем продукт
- Делаем рекламную кампанию
- Смотрим на конверсию
- Получаем взносы от «ранних потребителей»

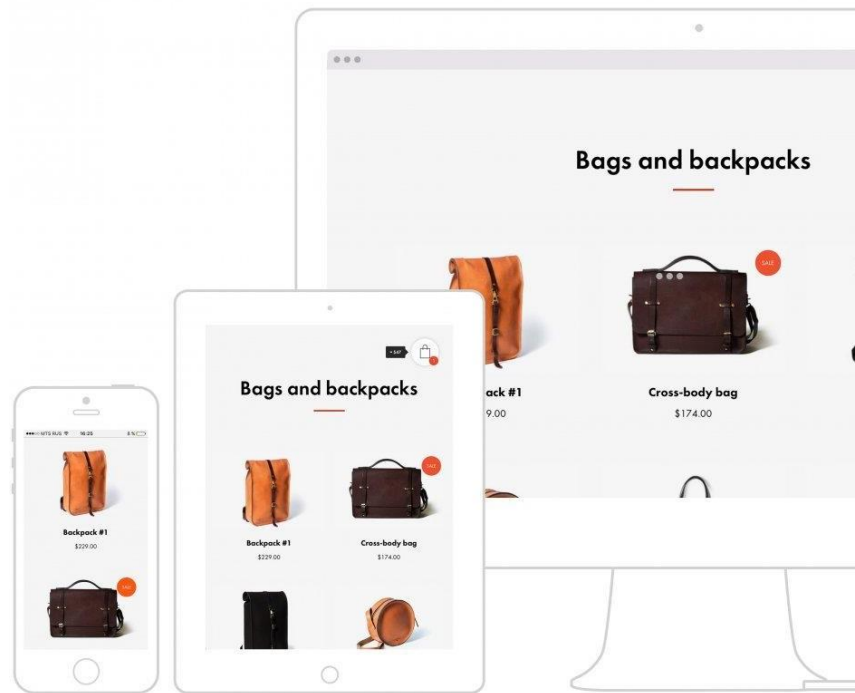


ТИПЫ

MVP

НЕНАСТОЯЩИЙ МАГАЗИН

- Делаем сайт на Тильде и т.п.
- Создаем там витрину с товарами
- Подключаем аналитику на ссылки
- Заливаем трафик
- Смотрим на метрики



ТИПЫ

MVP

ПРОДУКТ С ОДНОЙ ФУНКЦИЕЙ

- Формируем образ «идеального продукта / сервиса»
- Выбираем одну функцию, **создающую ценность**
- Выделяем в самостоятельный продукт/сервис
- Проверяем



ТИПЫ

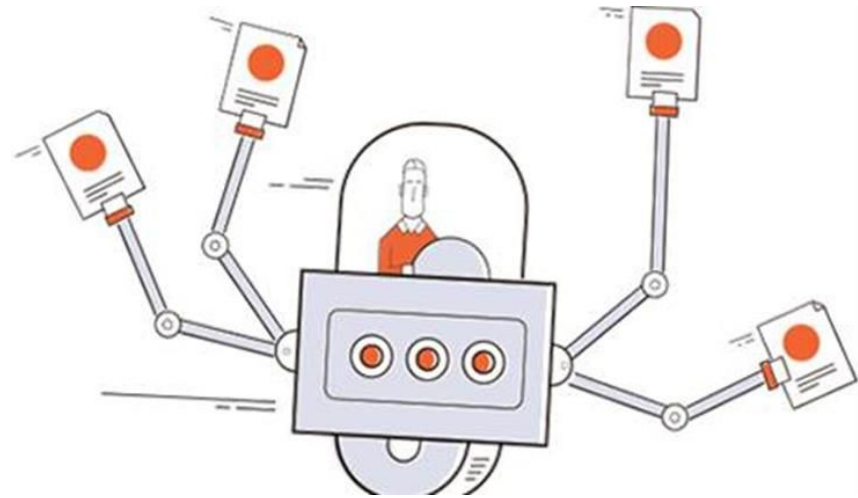
MVP

РУЧНАЯ АВТОМАТИЗАЦИЯ

- Описываем «цепочку создания ценности»
- Выделяем места, где должна быть автоматизация
 - Продумываем как будем делать

это вручную

- Подготавливаем инструменты



КЕЙСЫ И ПРИМЕРЫ

Служба доставки еды Sprig

MVP - готовим на кухне
другого ресторана и
сами развозим заказы.

Проверяли УТП «доставим
за
20 минут в центре»



Сервис скидок “Groupon”

MVP - виджет, который отправлял pdf файл со скидкой на почту пользователя.



Сервис аренды “Airbnb”

Разместили
объявление о сдаче
своей комнаты.

Проверили спрос и после
этого уже сделали
платформу для аренды
комнат и квартир по всему
миру.



Облачное хранилище Dropbox

Записали
видеопрезентацию
сервиса.

Предложили оставить почту
тем, кто хочет первым
узнать о запуске сервиса.



Интернет-магазин Zappos

MVP - основатель пошел в местные магазины и сфоткал обувь потом загрузил изображения на свой сайт.

Когда появлялся заказ, основатель шел в магазин, покупал обувь и отправлял посылку заказчику.



Социальная сеть Foursquare

MVP - в приложении две возможности — «чекиниться» и получать награды за чекины.

Только позже появились остальные функции.



Культура и искусство (ТВ-Шоу)

Создатели пилотных серий сериалов хотят сначала убедиться, что их продукт будет востребован аудиторией (=прибылен), а только потом вкладывать остальные средства в его создание.





**“Оставайтесь голодными.
Оставайтесь безрассудными”.**
Стив Джобс

