

Что такое MVP и зачем он нужен

16.11.2022



ПОЛИТЕХ
Санкт-Петербургский
политехнический университет
Петра Великого



**Кадеева
Зульфия Каюмовна**

Кандидат экономических наук, доцент Казанского национального исследовательского технологического университета

Эксперт и модератор федерального проекта «Кадры для цифровой экономики» национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации»

Модератор и трекер Мастерской управления «СЕНЕЖ» - образовательного центра президентской платформы «Россия – страна возможностей»

Профессиональный коуч, предприниматель

Тел.: +79033135313

телеграмм: @Zulfia_Kadeeva

vk.com/id18429303



Моя визитка

О чем будем сегодня говорить?

1. Что такое MVP - понятие, цели, задачи
2. Ценность MVP
3. Этапы создания MVP
4. Ошибки в создании MVP
5. Тестирование MVP
6. Полезные сервисы для создания MVP
7. Примеры MVP
8. FAQ по MVP вашего продукта

Определение

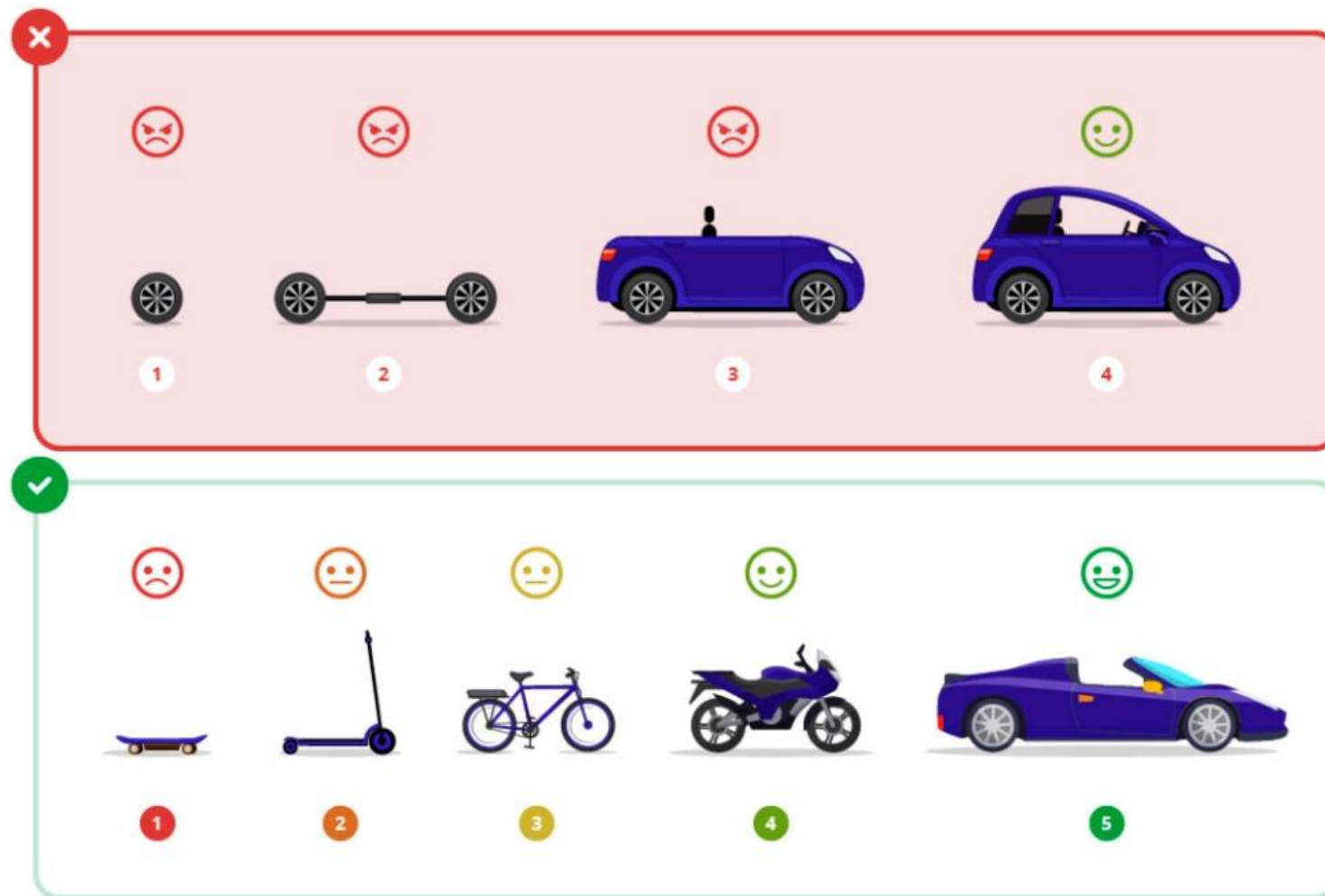
MVP (англ. Minimum Viable Product) – минимально жизнеспособный продукт

MVP – продукт, обладающий минимальными, но достаточными функциями для удовлетворения первых потребителей

MVP – продукт, обладающий функциями, которые дают пользователю максимальную ценность

Ценность – это то, ради чего будут покупать продукт в будущем

Картинка из
VC.RU



Зачем нужно MVP?

- Подтвердить жизнеспособность идеи и проверить гипотезы о продукте с помощью реальных данных
- Выявить тенденции, которые можно использовать при разработке полной версии продукта
- Снизить риск крупных финансовых потерь в случае выпуска неудачного продукта
- Сократить стоимость разработки за счет приоритизации важных и выявления не востребуемых функций
- Ускорить поиск ошибок и внутреннее тестирование продукта
- Собрать базу пользователей перед полномасштабным запуском
- Занять рыночную нишу и привлечь инвесторов раньше конкурентов

ВАЖНО!

MVP обязательно должен представлять
ценность для потребителя

MVP не про «заработать деньги»,
а про «проверить, можно ли это вообще
сделать»

Этапы создания MVP

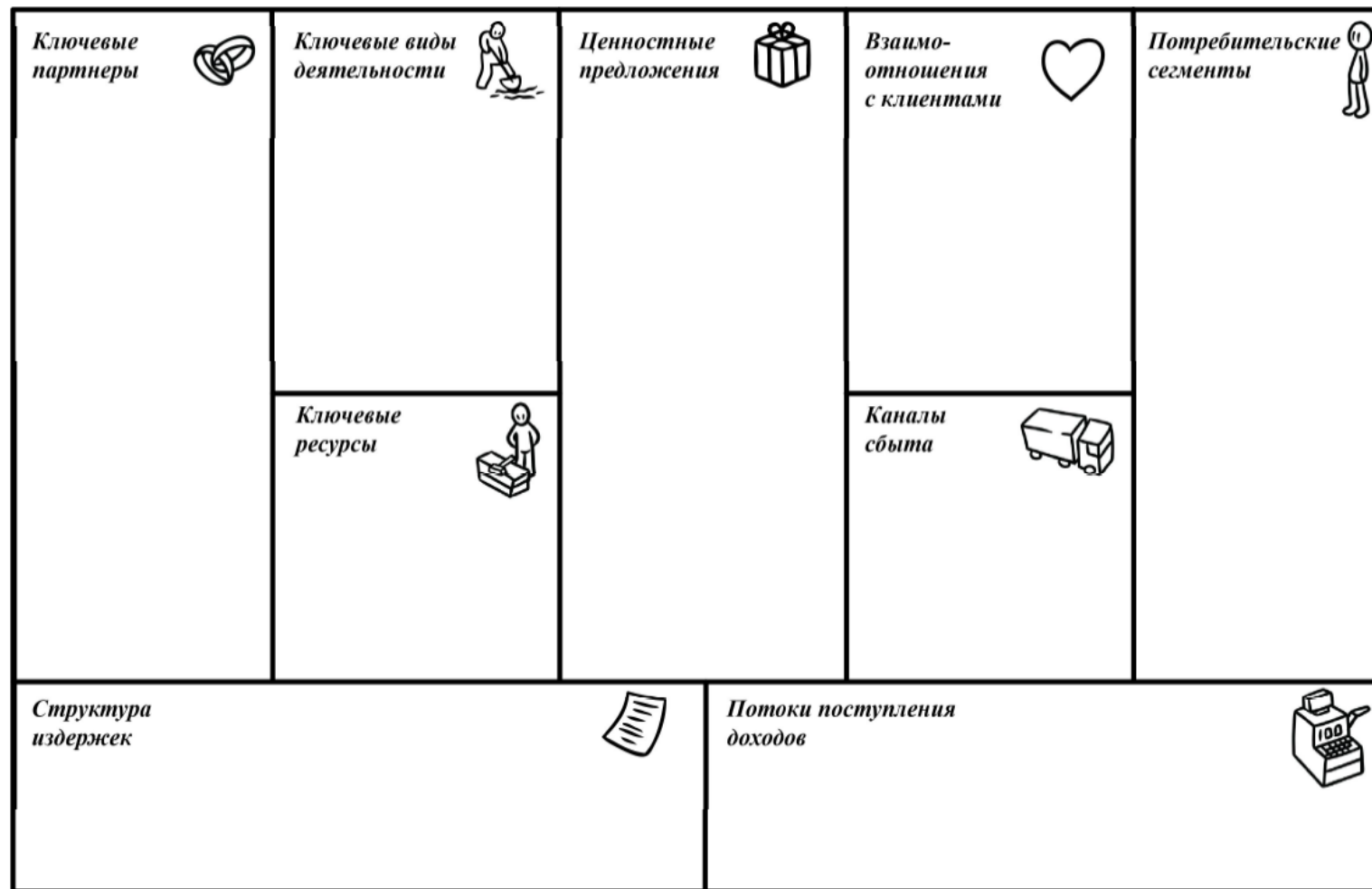


Проверка гипотез

HADI-циклы



Шаблон бизнес-модели Остервальдера



Интервью

Проблемное

Проблемное интервью показывает, есть ли у потребителя проблема и что он об этом думает. Главные вопросы:

Как часто возникает проблема?

Насколько она важна для клиента?

Какие решения уже используются?

Нужно ли решение проблемы другим способом?

Решенческое

В решенческом интервью выбирают одну фокус-группу потребителей и предлагают протестировать готовый образец продукта. Узнайте, какие у образца достоинства и недостатки, как бы использовал его клиент и решает ли продукт личную проблему.

Главные вопросы, чтобы понять, нужен ли продукт на рынке:

Как потребитель оценивает товар?

Нужен ли ему этот продукт?

Купит ли его клиент?

Задайте себе
вопрос:

Зачем клиент придет ко мне?

Как потратить минимум ресурсов?

Как взаимодействовать с клиентом?

Как сделать первые продажи продукта?

Как буду продвигать продукт?

Тестирование MVP

- Необходимо выбрать только те функции, которые будут решать проблемы пользователей
- Фокусируйтесь на проблемах конкретного сегмента целевой аудитории
- Запускайте MVP как можно скорее: определите основные функции и поработайте с ними в первую очередь

ВАЖНО!!!

Определите критерии. Метрики оценки результата.

Ошибки в создании MVP

- Завышение требований
- Небрежная работа
- Отсутствие обратной связи
- Отсутствие конкретной цели
- Завышенные обещания
- Отсутствие анализа

MVP — это минимальный, но качественный продукт, к созданию которого нужно подходить с полной ответственностью, но без перфекционизма.

Полезные сервисы для создания MVP

- Лендинги <https://ru.nocode.tech/build/landing-page>
- Прототипы <https://www.figma.com/>
- E-mail-рассылки или чат-боты

Примеры MVP

- UBER
- YAHOO
- SNAPCHAT
- AIRBNB

Что еще?

