

**MVP для проверки гипотез**

# MVP

**MVP (Minimum Viable Product, «минимально жизнеспособный продукт»)** – минимальный жизнеспособный продукт. Ранняя (тестовая) версия продукта, решающая, как минимум, одну задачу потенциального клиента.

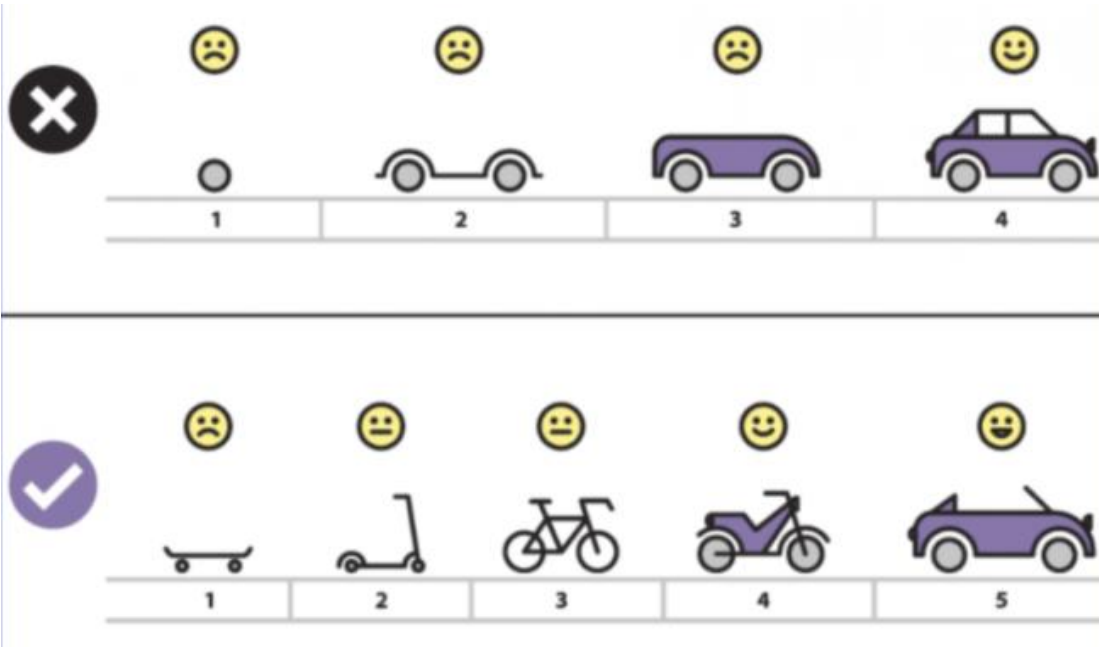


**Основная задача MVP** – не затрачивая много ресурсов протестировать будущий продукт на живой аудитории.

3 принципа качественного MVP:

- Продукт имеет достаточную **ценность**, чтобы потребители **захотели начать им пользоваться**.
- Он имеет в себе зачатки того продукта, который вы планируете разработать в будущем, что **заставляет пользователей ждать финального запуска**.
- Он собирает отзывы о продукте, которые помогают проверить гипотезу, **учесть обратную связь и усовершенствовать** конечную версию.

# MVP



Клиент выразил потребность в **транспортном средстве**, которое поможет ему **комфортно** и **быстро** передвигаться на **большие расстояния**.

**Самое рискованное предположение** – сможем ли мы сделать нужное нашему клиенту средство передвижения?

Скейтборд далек от идеала, но клиент сразу может прокатиться и дать обратную связь. Комфорт, скорость, расстояние можно будет развивать постепенно

# Цели MVP

Проверить **гипотезу успешности (ценность, спрос)** продукта, затратив минимальные ресурсы

**Сократить затраты** по времени для команды, быстро довести проект до «работоспособного» состояния

Как можно **раньше открыть продукт для первых клиентов** – начать захват рынка задолго до того, как появился бы полноценный продукт

Создать **базу для анализа поведения и потребностей пользователей**, чтобы решить, в каком направлении стоит дальше развивать продукт

Получить **внимание инвесторов** или открыть возможности для краудфандинга (коллективное сотрудничество людей, которые добровольно объединяют свои деньги или другие ресурсы вместе, чтобы поддержать усилия других людей или организаций).

# Лайфхаки для быстрого запуска

**Установить временные рамки.** Предположим, первое тестирование MVP запланировано через две недели. Тогда сроки разработки тоже должны уложиться в этот срок. Это позволит отказаться от излишне трудоемких шагов.

**Зафиксировать гипотезу и идею MVP.** Изначальная идея MVP может многократно меняться. Иногда – в процессе разработки. Это размывает задачу, при этом не факт, что в итоге изменения будут заметны.

**Заранее установить критерии успеха.** Это могут быть метрики, которые позволят говорить о подтверждении гипотезы или список вопросов, которые вы зададите потребителям с предполагаемыми ответами.

**Сократить все ненужное.** Если не успеваете завершить работы, выбрасывайте все ненужное. Когда закончатся неважные задачи, придется выбрасывать и важные тоже. Лучше хоть что-то показать миру, чем бесконечно откладывать старт: даже недоработанный MVP поможет набрать инерцию, начать развиваться.

**Не влюбляться в MVP.** Это всего лишь основа, от которой вы будете развиваться дальше – часто через пивоты и полную смену концепции.

# Прототип vs MVP

**Прототип** создается тогда, когда нас интересует осуществимость и доказательство гипотезы. Для определения осуществимости

**MVP (Minimum Viable Product, «минимально жизнеспособный продукт»)** – ранняя версия продукта. Разрабатывается для достижения результата.

# Виды MVP

<b>Для чего</b>	Изучить практическую ценность продукта; Найти наиболее эффективные и востребованные решения проблемы; Помочь с определением и пониманием потребностей клиента; Провести анализ ниши и понять, актуальна ли идея	Определить и оптимизировать маркетинговую стратегию; Протестировать ценностное предположение, каналов коммуникации, СТА; Найти потенциальные стратегии роста; Найти первых покупателей и ниши на рынке; Проанализировать спрос на разрабатываемый продукт
<b>Виды MVP</b>	Блоги. Форумы/сообщества Опросы/анкеты Посадочная страница Видеоинструкции Рекламная кампания Презентация/ макет Краудфандинговая кампания Сервисы по обзору новых идей	<b>Консьерж</b> – разработчики вручную направляют и контролируют сценарии работы пользователя вместо использования автоматизированных алгоритмов. <b>Волшебник изумрудного города.</b> Управление тоже ручное, но сам продукт выглядит и ощущается как реальное решение. <b>Таблетка обезболивающего.</b> Это упрощенное решение, которое устраняет лишь одну конкретную боль клиента. В дальнейшем возможно развитие и эволюция в более сложный продукт

# Примеры прототипов и MVP от известных компаний

## Dropbox

Трехминутное видео, в котором была представлена идея, получило миллионы просмотров, тысячи комментариев и помогло привлечь инвесторов к несуществующему продукту

## Видео-консультант на сайте МТС

В существующей интерфейс добавили pop-up окно, предлагающее позвонить видео-консультанту прямо с сайта. Пользователей переадресовывали на опрос, в ходе которого выяснилось, какую задачу он хочет решить

## Airbnb

Объявление о совместной аренде квартиры, в которой остановились сами, проверяло гипотезу решения проблемы жилья в городе, где проходят множество конференций

## WorkoutMe

Проверяли ценность с помощью WhatsApp и Excel-таблиц. Вручную организовывали совместные занятия для 25 пользователей.

## Uber

Для начала – аренда машин премиум-класса на ограниченной территории и только с iPhone.

## Подсказки в Яндекс.Навигаторе

Испытатель вел машину и получал подсказки от пассажира с телескопической палкой с бумажками.



Как перейти от MVP к созданию продукта

# Как перейти от MVP к планомерной разработке продукта

- Метрика полярной звезды
- Бэклог
- Приоритезация бэклога
- Оценка задач

# Что такое North Star Metric

**North Star Metric (Метрика Полярной Звезды)** применяется в продуктах в качестве ключевого ориентира для роста, демонстрируя ценность, которую продукт приносит клиентам. Показатель, который лучше всего отражает основную ценность продукта для пользователей.

Метрика Полярной Звезды помогает видеть:

- Что нужно сделать для повышения показателей, а какие задачи могут быть отложены или отменены;
- Прогресс всего проекта в числах и как устроить реализацию продуктовых инициатив;
- Конкретные результаты по проделанной работе.

# Как найти свою «полярную звезду»

Выбрать **ключевую цель**:

**Привлечение** – сколько времени потребитель проводит в продукте.

**Транзакции** – сколько оплат проходит через платформу.

**Продуктивность** – число задач, которые решаются с помощью продукта.

Договориться, в каких плоскостях команда будет воздействовать на NSM:






**Ширина** – количество новых и вернувшихся пользователей

**Глубина** – количество ценностей в одной задаче, решаемой продуктом, например, число товаров в заказе

**Частота** – количество задач в единицу времени, например заказов в месяц

**Эффективность** - % успешных задач, например вовремя доставленных заказов.

Как правило, за каждое направление отвечает один ответственный (подкоманда)

Цель	Компании	Гипотетические North Stars
Привлечение	 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Время, проведенное в ленте</li> <li>• Кол-во просмотров у подписчиков и кол-во просмотренного контента за месяц (в часах)</li> </ul>
Транзакции	 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Кол-во покупок на одного подписчика в Amazon Prime</li> <li>• Кол-во покупок на одну сессию</li> </ul>
Продуктивность	 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Кол-во данных, заносимых пользователями</li> <li>• Подписчики, работающие в аккаунте</li> </ul>

# Примеры North Star метрик

Facebook – число активных пользователей в день

Uber – еженедельные поездки

Airbnb – забронированные ночи

Блог платформа Medium – общее время чтения

WhatsApp – число отправленных сообщений

Сервис обмена знаниями Quora – количество вопросов, на которые отвечает пользователь

Spotify – время прослушивания музыки

**Выходные метрики** помогают устанавливать долгосрочные цели для устойчивого роста. Выходные метрики – это запаздывающие показатели, как на данный момент обстоят дела в компании.

**Входные метрики (KPI)** – это ведущие показатели, которые отражают, что происходит внутри компании. Входные метрики влияют на выходные метрики



# Apple MUSIC

## Входные метрики

Уведомления  
о новых  
исполнителях

Рекомендации

Создание  
плейлиста

Поиск  
новых песен

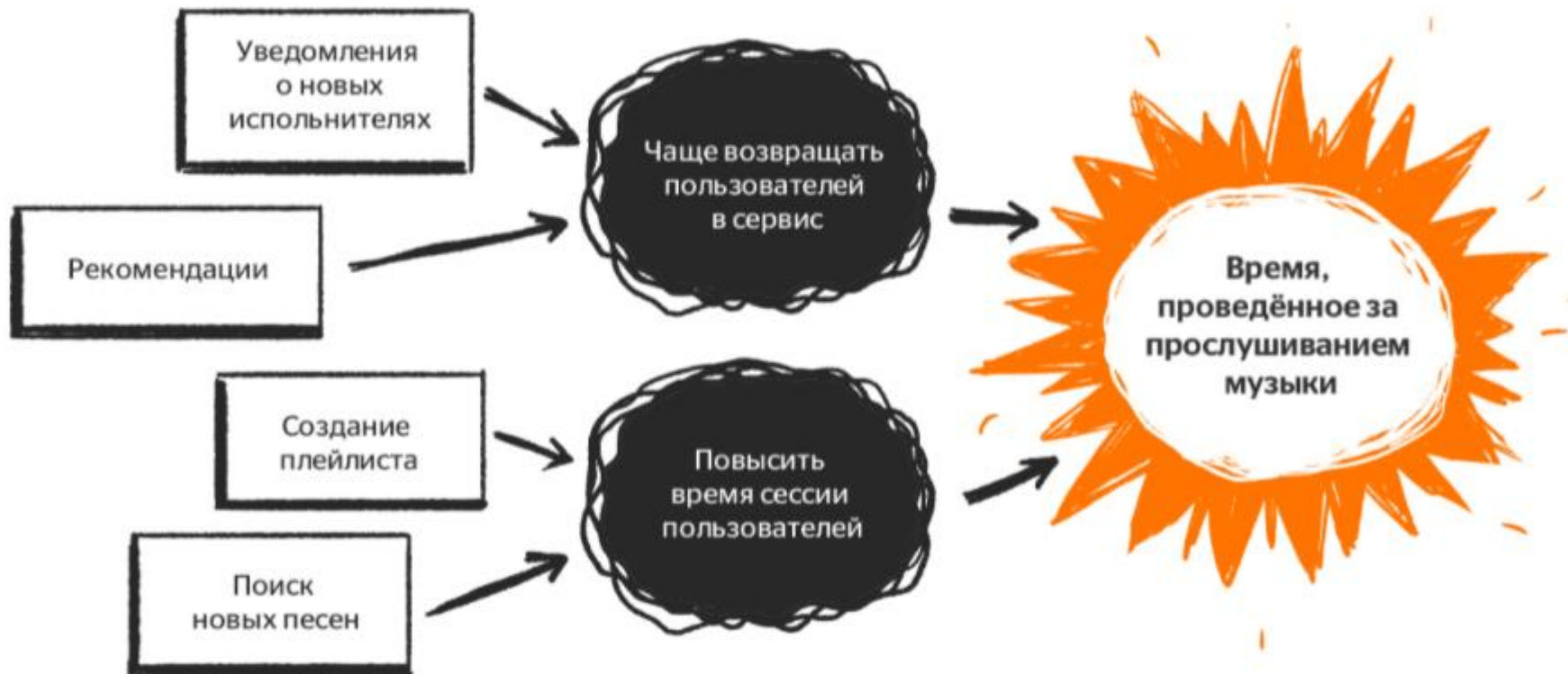
## Входные метрики

Чаще возвращать  
пользователей  
в сервис

Повысить  
время сессии  
пользователей

## Выходные метрики

Время,  
проведённое за  
прослушиванием  
музыки



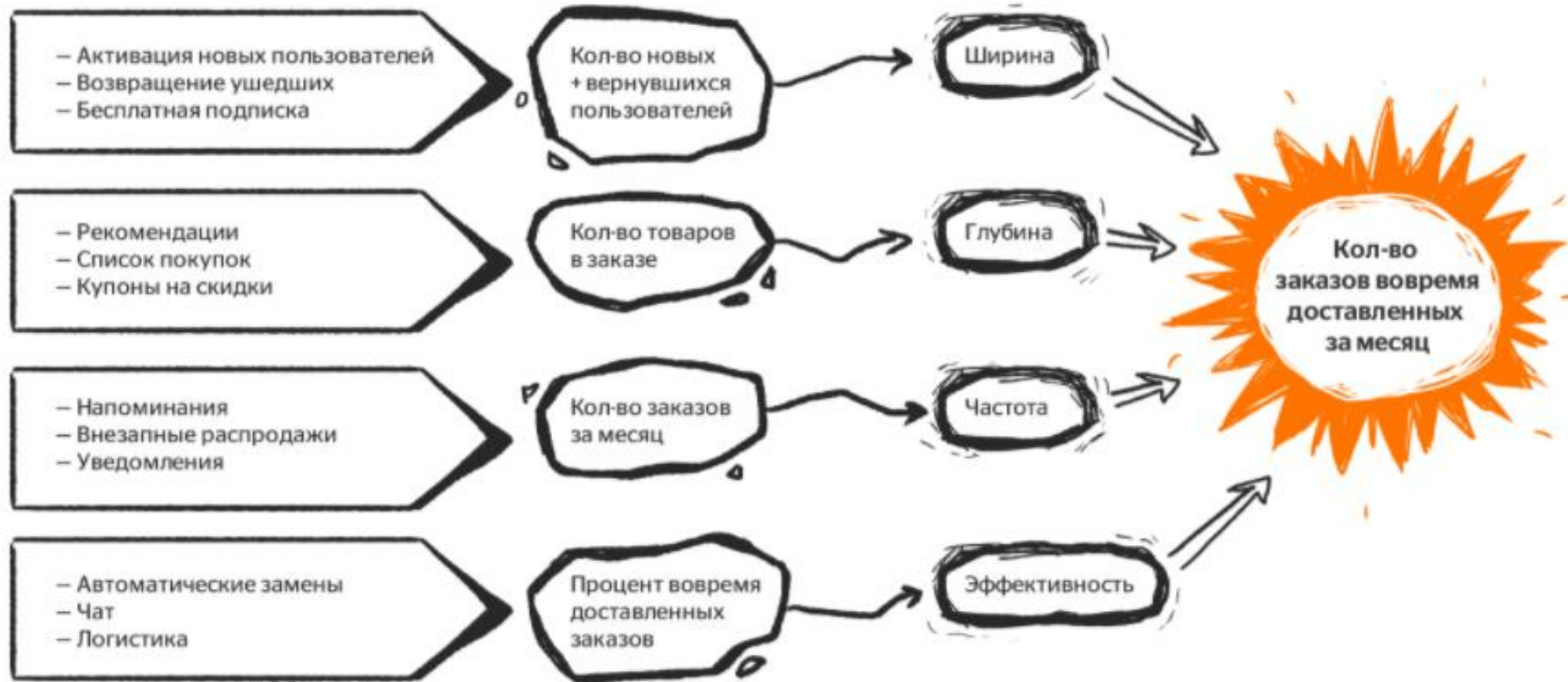


## Продуктовые инициативы

## KPI

## Dimension

## North Star



# Что такое бэклог продукта?

## **Перечень рабочих задач для команды**

Наиболее важные задачи расположены в начале бэклога продукта, чтобы команда понимала, какую работу следует выполнить в первую очередь

## **Приоритезированный список пользовательских историй**

Функциональные возможности описаны с точки зрения конечного пользователя и разъясняют, как функциональная возможность принесет прибыль/удовлетворит желание

Список важных для продукта свойств и функций, **состоящий из понятных команде описаний** этих особенностей продукта

Прочитав пользовательскую историю, команда знает, почему она создает данный продукт, и какую ценность он формирует

# Как понять, какие задачи нужно сделать

По этапам бизнес-процесса. Выделить последовательную цепочку шагов, которые могут быть реализованы и выполнены независимо друг от друга.

По видам операций. Создание, просмотр, редактирование, удаление

По группе пользователей. Приоритезировать базовые наборы функции для каждой из групп или роли

По позитивным или негативным сценариям. Выделить ожидаемый сценарий использования и неправильные, но вероятные сценарии работы.

# Принципы приоритезации бэклога

## Максимизируем ценность для клиента

Помним про полярную звезду и в каких разрезах воздействуем на ее приближение (ширина, глубина частота, эффективность)

## Минимизируем технологический риск

Задача с наибольшим технологическим риском реализуется в ранних релизах, чтобы как можно раньше выявить возможные технические сложности

## Составляем матрицу Задача/Критерии приоритезации

Взвешиваем значения критериев и получаем сводную оценку каждой задачи в бэклоге. Выстраиваем задачи в порядке приоритета

Criteria	Criterion 1	Criterion 2	Criterion 3	Score	Rank
Feature 1	+	-	0	0	2
Feature 2	+	+	+	3	1
Feature 3	-	-	0	-2	3