

MVP - Minimum Viable Product - I

Minimum Viable Product (MVP) to produkt we wczesnej fazie rozwoju, o minimalnym zestawie cech, który jednak jest wystarczający, aby produkt można wprowadzić na rynek, by był on w stanie pozyskać zainteresowania pierwszych klientów oraz uzyskać ich wstępną ocenę jego funkcjonalności.

„Koncepcja **Minimum Viable Product**, stworzona przez Franka Robinsona i spopularyzowana przez Erica Ries’a w wolnym tłumaczeniu oznacza „**produkt o kluczowej funkcjonalności**”. Produkt taki musi posiadać jedynie te funkcje, które stanowiłyby będą wymaganą minimalną wartość dla testowej grupy konsumentów.

Większość debiutujących produktów czy usług, nie jest wolna od wad i niedociągnięć. Związane jest to z błędami oraz niedopatrzzeniami zarówno podczas procesu projektowania jak i produkcji. W takich przypadkach **pierwsi użytkownicy produktu** gdyż to właśnie oni dostarczają **bezcenne informacje zwrotne** na temat używania produktu, pozwalające na **zredukowanie liczby uchybień i błędów w produkcie** a co za tym idzie, wypuszczenie na rynek produktu bardziej dopracowanego, doskonalszego.”

Damian Reweda, <https://productvision.pl/2015/jak-skutecznie-priorytetyzowac-zadania-w-rejestrze-produktu/>
<https://www.parp.gov.pl/component/content/article/52414:minimum-viable-product>

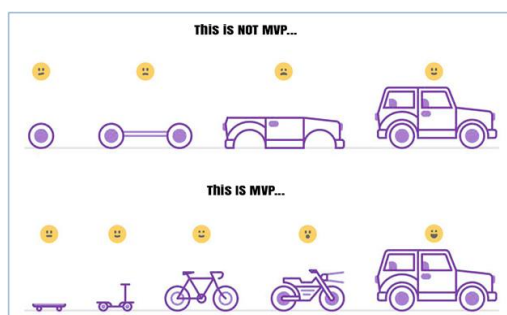
55

MVP - Minimum Viable Product - II

Należy zastanowić się czy na rynku istnieje potrzeba, którą proponowany przez nas produkty mógłby rozwiązać. Nie możemy starać się za wszelką cenę spełnić wszystkich zachcianek użytkowników. Takie podejście wymaga niesamowitych nakładów czasu a przede wszystkim pieniędzy.

W przypadku innowacyjnych projektów **należy nastawić się na jedną konkretną funkcję i dążyć do ciągłego jej udoskonalania.**

<https://www.parp.gov.pl/component/content/article/52414:minimum-viable-product>



56

MVP - Minimum Viable Product - III

Odrzucenie **teorii kompletnego projektu** pozwala na szybsze wejście na rynek z produktem lub usługą -> relatywnie szybkie otrzymanie informacji zwrotnej dostarczonej przez pierwszych użytkowników oferty. **MVP ma w swoim założeniu ochronić autora przed tworzeniem czegoś, czego nikt nie będzie chciał używać. Stawia nacisk na wyeksponowanie najbardziej pozytywnych cech projektu.**

MVP jest eksperymentem. Pomysł, który nie wzbudza wstępnego zainteresowania musi zostać odrzucony. Ciągłe uczenie się i dochodzenie do odpowiednich wniosków pozwala w znacznym stopniu zredukować nakłady zarówno finansowe jak i czasowe. Odpowiednie podejście wymaga dosyć często **podejmowania decyzji niezgodnych z intuicją** jednak w tym wypadku należy kierować się doświadczeniem i być konsekwentnym.

<https://www.parp.gov.pl/component/content/article/52414:minimum-viable-product>

57

MVP - Minimum Viable Product - IV

4 istotne korzyści z Produktu o kluczowej funkcjonalności (MVP):

- 1. MVP minimalizuje koszty i oszczędza czas**
- 2. MVP sposobem na szybkie wejście produktu na rynek**
- 3. MVP pozwala na analizę i weryfikację popytu**
- 4. MVP wskazuje, jak poprawić użyteczność produktu (wyznacza ścieżkę rozwoju projektu)**

Przykłady MVP z praktyki gospodarczej:

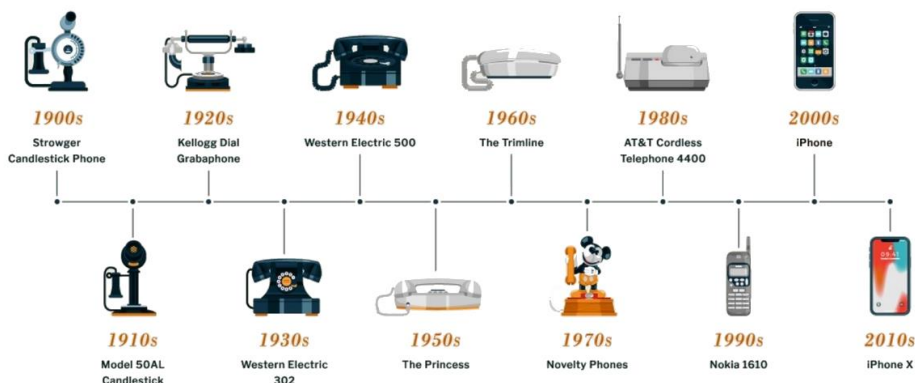
- **Dropbox** – przed pełnym wprowadzeniem produktu Dropbox stworzył prosty film demonstracyjny prezentujący, jak działa ich produkt, co przyciągnęło dużo zainteresowania.
- **Airbnb** – założyciele zaczęli od prostego serwisu, pozwalającego ludziom wynajmować materace w swoich mieszkaniach, zanim zaczęli rozwijać platformę.
- **Zappos** – założyciel Zappos zaczął od prostego testu, sprzedając obuwie online z lokalnego sklepu, zanim zainwestował w pełnoprawny sklep internetowy.
- **Spotify** – pierwsza wersja Spotify była prostą aplikacją umożliwiającą streaming muzyki, która była testowana na małym rynku, zanim została rozszerzona na większe rynki.

<https://www.parp.gov.pl/component/content/article/52414:minimum-viable-product>
<https://cyrekdigital.com/pl/baza-wiedzy/mvp-minimum-viable-product/>

58

MVP - Minimum Viable Product - V

Minimum Viable Product (MVP) – przykład telefonów



Minimum Awesome Product to pewne rozwinięcie koncepcji MVP – biorące pod uwagę, że użytkownik naszego MVP ma do wyboru bardzo dużo innych rozwiązań – i często kieruje się nie tylko oferowanymi mu funkcjonalnościami, ale także łatwością korzystania z aplikacji, czy jej wyglądem. Dlatego **MAP to produkt, który poza podstawowymi rozwiązaniami, które twórca chce pokazać, zawiera także takie, które mają sprawić, że użytkownik będzie oczarowany naszą aplikacją.**

59

Model KANO

Noriaki Kano, Japoński badacz i konsultant, pod koniec XX wieku stworzył **metodę służącą do identyfikacji i kategoryzacji potrzeb klientów**. Kategorie te są brane pod uwagę podczas **analizy potencjalnych możliwości ulepszeń oferty**.

Kano jest często używane podczas **gromadzenia, kategoryzowania i ustalania priorytetów** wszystkich form **opinii klientów**.

Główne założenia modelu KANO:

- **satysfakcja klienta z produktu** zależy od ilości oraz jakości dostarczonych w nim funkcji
- funkcje produktu są sklasyfikowane w 4 kategoriach
- przynależność funkcji do danej kategorii można ustalić poprzez zadawanie odpowiednich pytań użytkownikom produktu

Na układzie współrzędnych w modelu Kano są odwzorowane:

- oś pozioma – **zakres występowania/ poziom jakości danej cechy w produkcji**
- oś pionowa – **ocena/poziom zadowolenia konsumentów z danej cechy produktu**

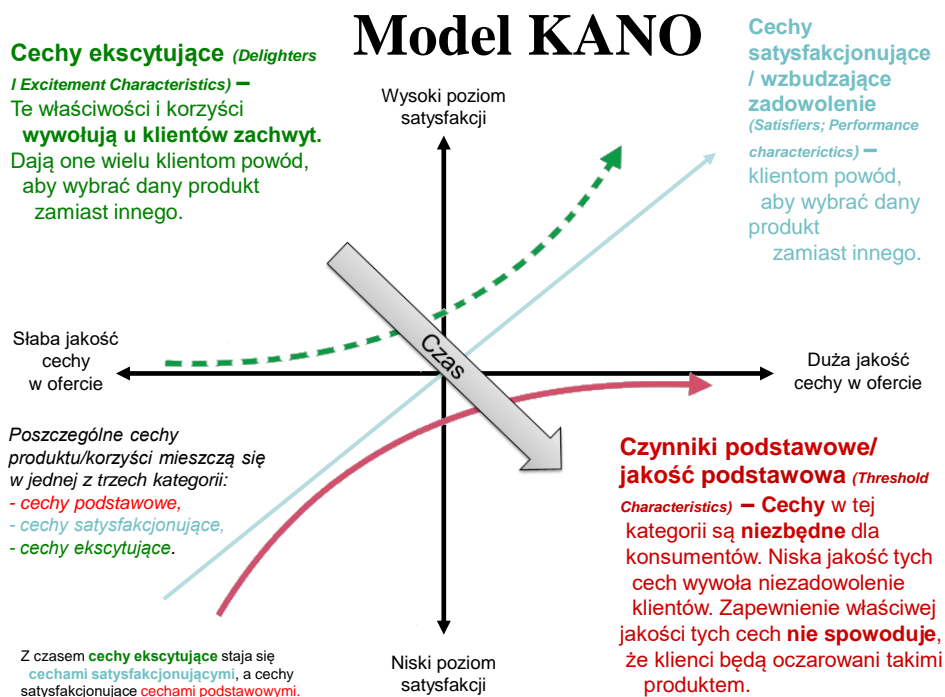
W modelu KANO występują odrębne kategorie cech ofert/produktów/usług:

- Cechy **pożądane/wymagane/podstawowe**
- Cechy **satysfakcjonujące/wzbudzające zadowolenie**
- Cechy **ekscytujące, wzbudzające zachwyty**

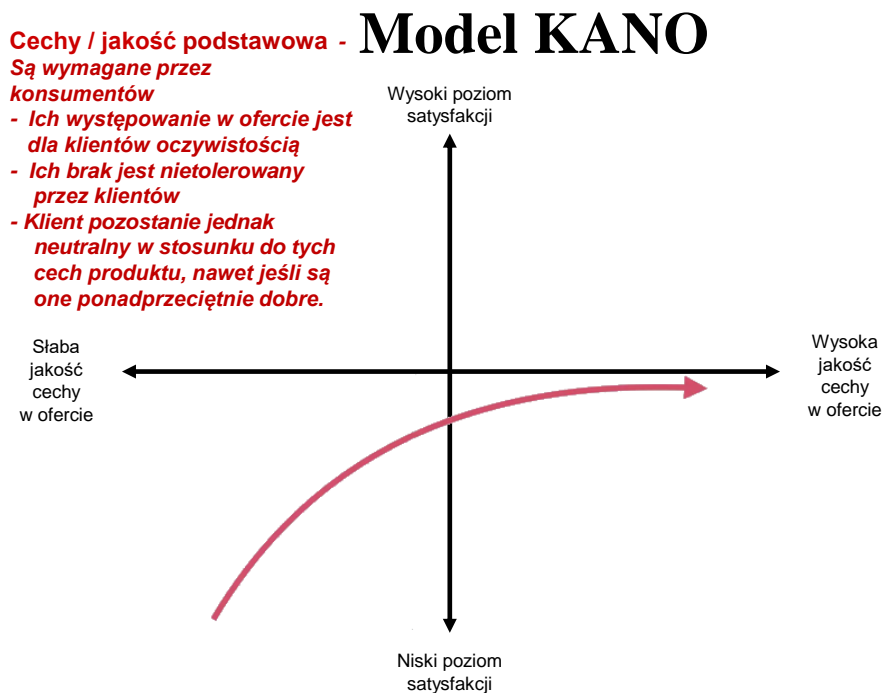
a także:

- Cechy obojętne dla klientów
- Cechy **niepożądane, zniechęcające konsumentów do oferty**

60

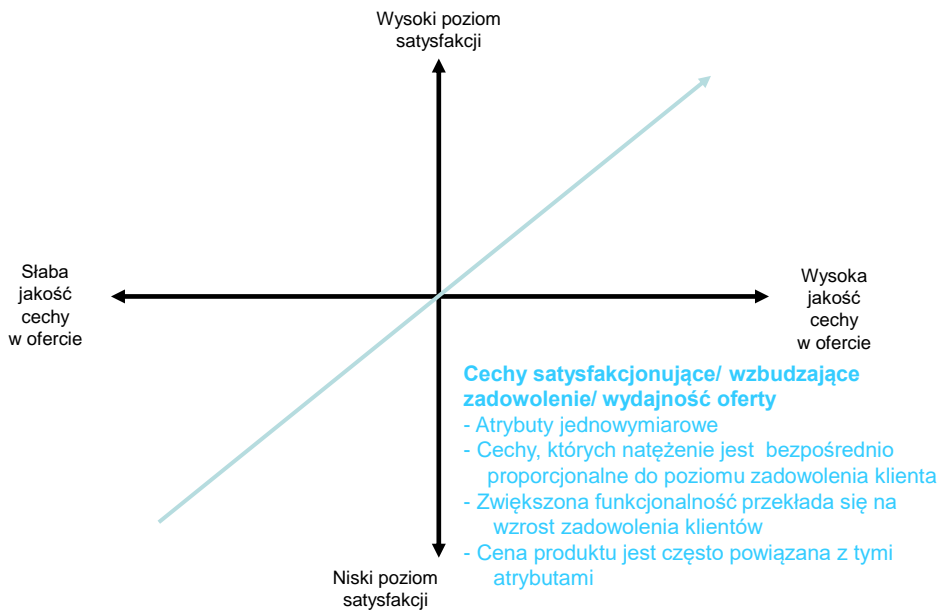


61



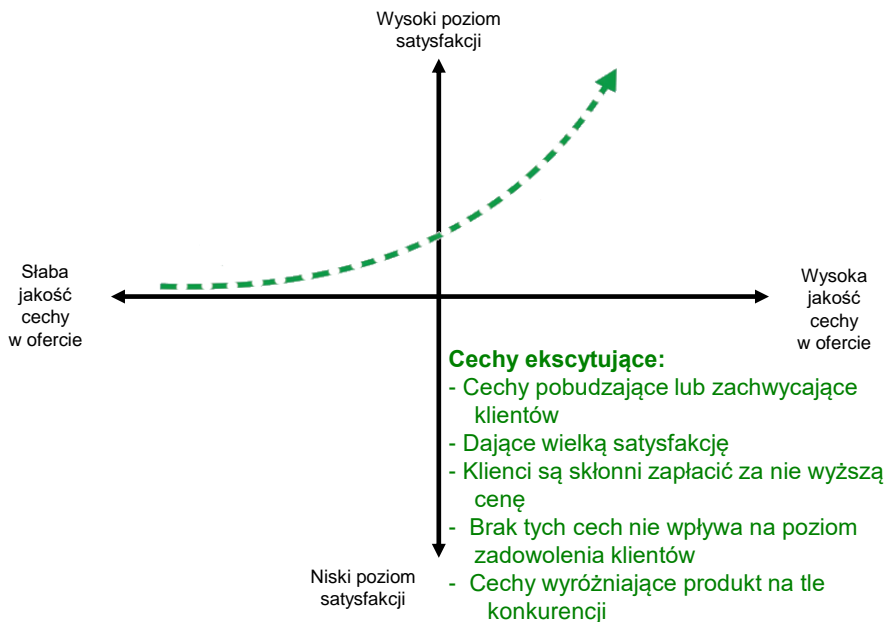
62

Model KANO



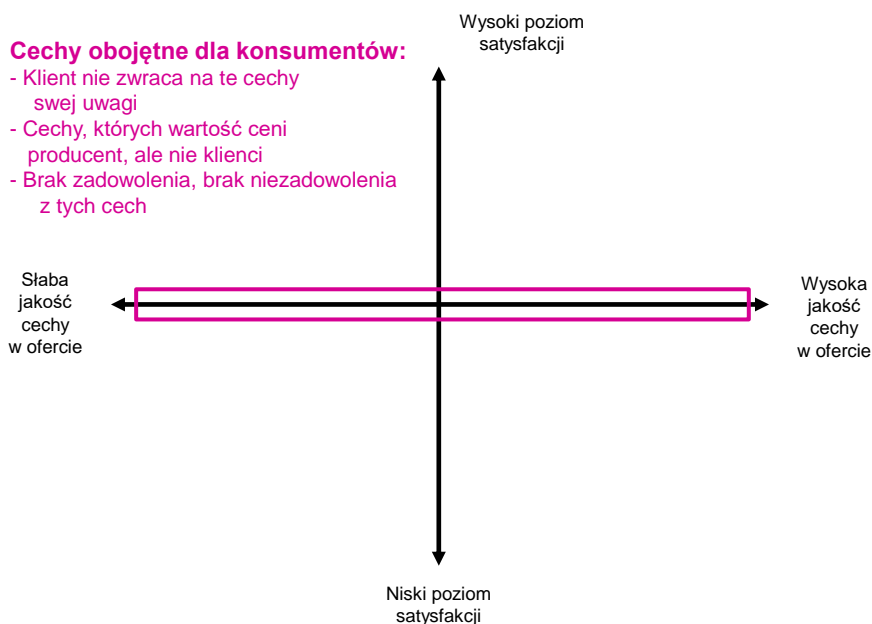
63

Model KANO



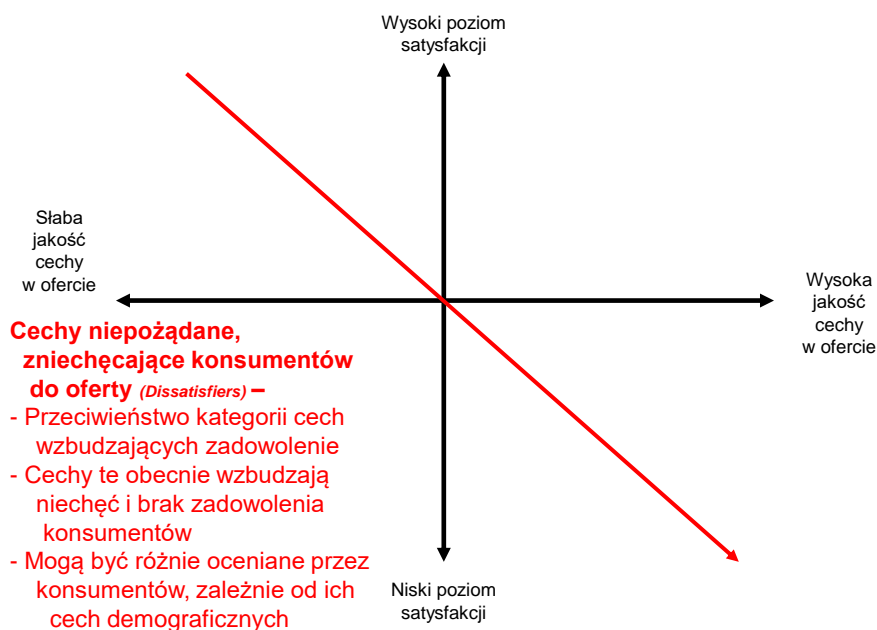
64

Model KANO



65

Model KANO



66

Zestaw pytań zadawanych klientom przy tworzeniu modelu Kano

Pytanie odnoszące się do występowania cechy/ funkcjonalności w produkcie/usłudze:

„Jak byś się czuł, gdyby produkt miał cechę X?”

- Byłbym zadowolony
- Spodziewam się występowania w produkcie tej cechy
- Jest mi to obojętne
- Dam sobie radę bez tej cechy/funkcjonalności
- Nie podoba mi się brak tej cechy/funkcjonalności

Pytanie odnoszące się do braku występowania cechy/funkcjonalności produktu: **„Jak byś się czuł, gdyby produkt nie miał funkcji X?”**

- Byłbym zadowolony z tego
- Spodziewam się, że dana cecha nie występuje w produkcie
- Jest mi to obojętne
- Dam sobie radę jeśli ta cecha/funkcjonalności występuje w produkcie
- Nie podoba mi się występowanie tej cechy/funkcjonalności w ofercie