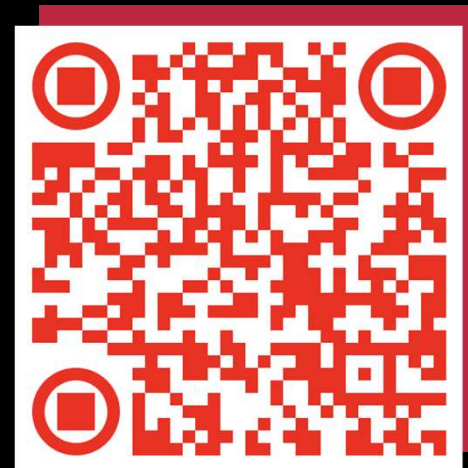


Jak powinien wyglądać proces tworzenia MVP produktu od zera?

Gotowy przewodnik
dla producentów i startupowców

Adam Hendzel

Kim jestem?





Czym jest MVP?

I czy faktycznie pomaga uniknąć porażki?



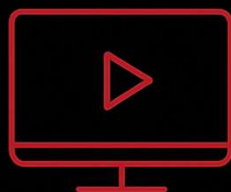


MVP to taka wersja nowego produktu, która pozwala zespołowi uzyskać maksymalną ilość zweryfikowanej wiedzy o klientach przy najmniejszym możliwym wysiłku.

– Eric Ries, The Lean Startup



User interview



Demo



Smoke tests



Paper proto- Landing page



Fake button



Digital survey



The upvote



Diary study



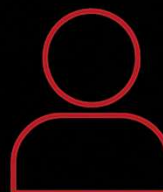
Pretotype



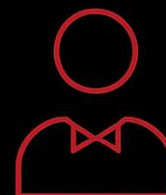
Explainer video



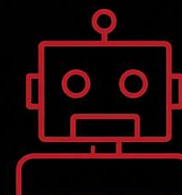
Pre-order



Waiting lists



Concierge



Wizard of Oz



MVP to najmniejsze rozwiązanie, które dostarcza klientom wartość (i przy okazji odzyskuje część tej wartości).

- Ash Maurya, The Lean Canvas



User interview



Demo



Smoke tests



Paper proto-



Landing page



Fake button



Digital survey



The upvote



Diary study



Pretotype



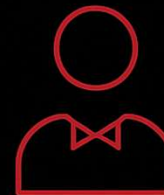
Explainer video



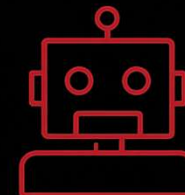
Pre-order



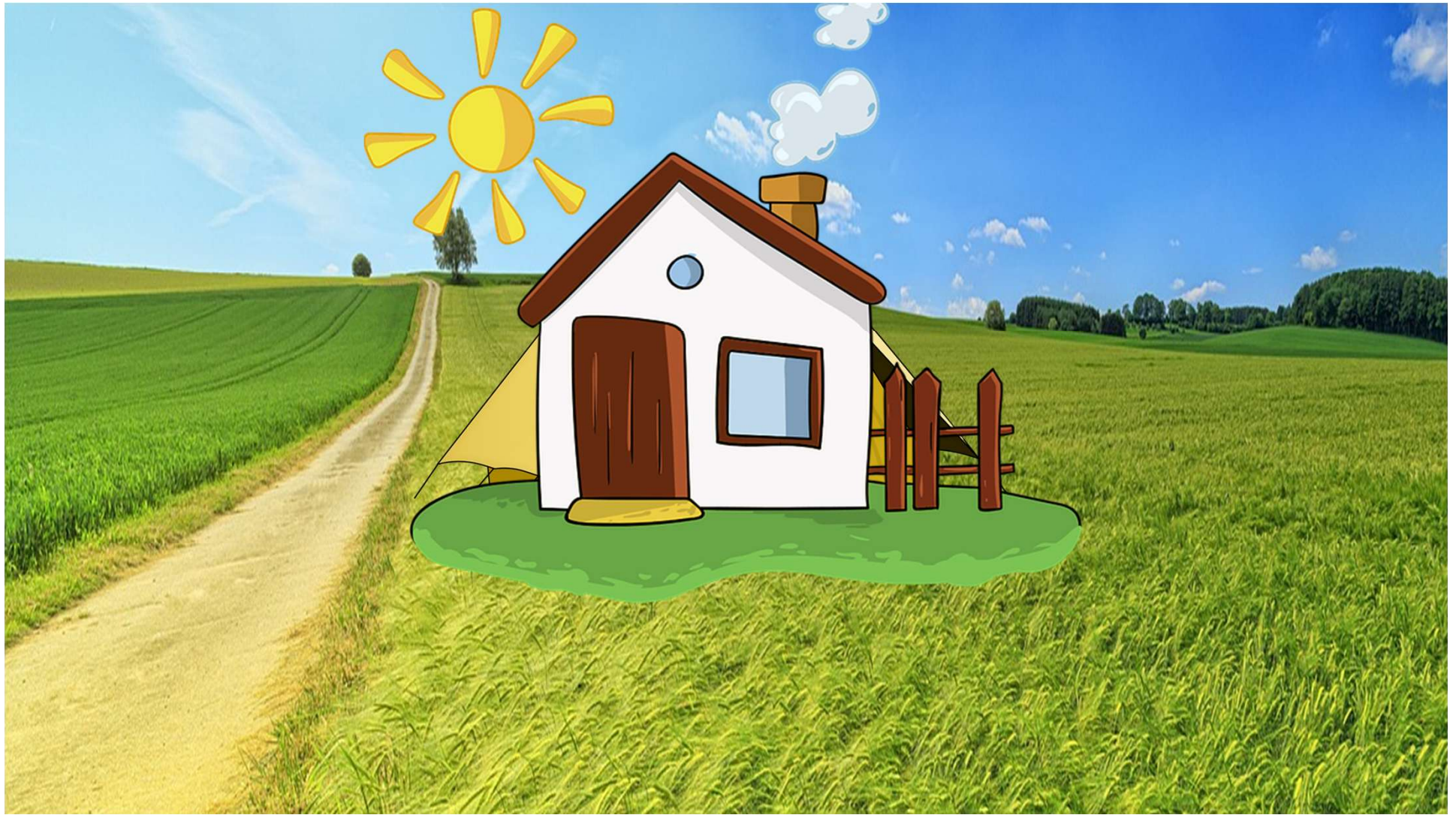
Waiting lists



Concierge



Wizard of Oz





Zamiast budować pełnoprawny produkt, MVP pozwala sprawdzić, czy rynek rzeczywiście potrzebuje tego, co chcesz zaoferować. Dzięki temu można uniknąć kosztownych błędów, zanim zaangażuje się duże środki.

MVP jest punktem startowym – produktem rozwijanym krok po kroku, zgodnie z informacją zwrotną od użytkowników. Na początku może to być coś prostego (jak namiot), ale z czasem może ewoluować w coś złożonego i dopracowanego (np. dom).

MVP to nie demo ani prototyp – to pierwsza funkcjonalna wersja produktu, z której użytkownik może realnie skorzystać. Zawiera tylko podstawowe funkcje, ale dostarcza wartość i pozwala sprawdzić, czy użytkownicy chcą tego rozwiązania.

Proces tworzenia MVP



1

2

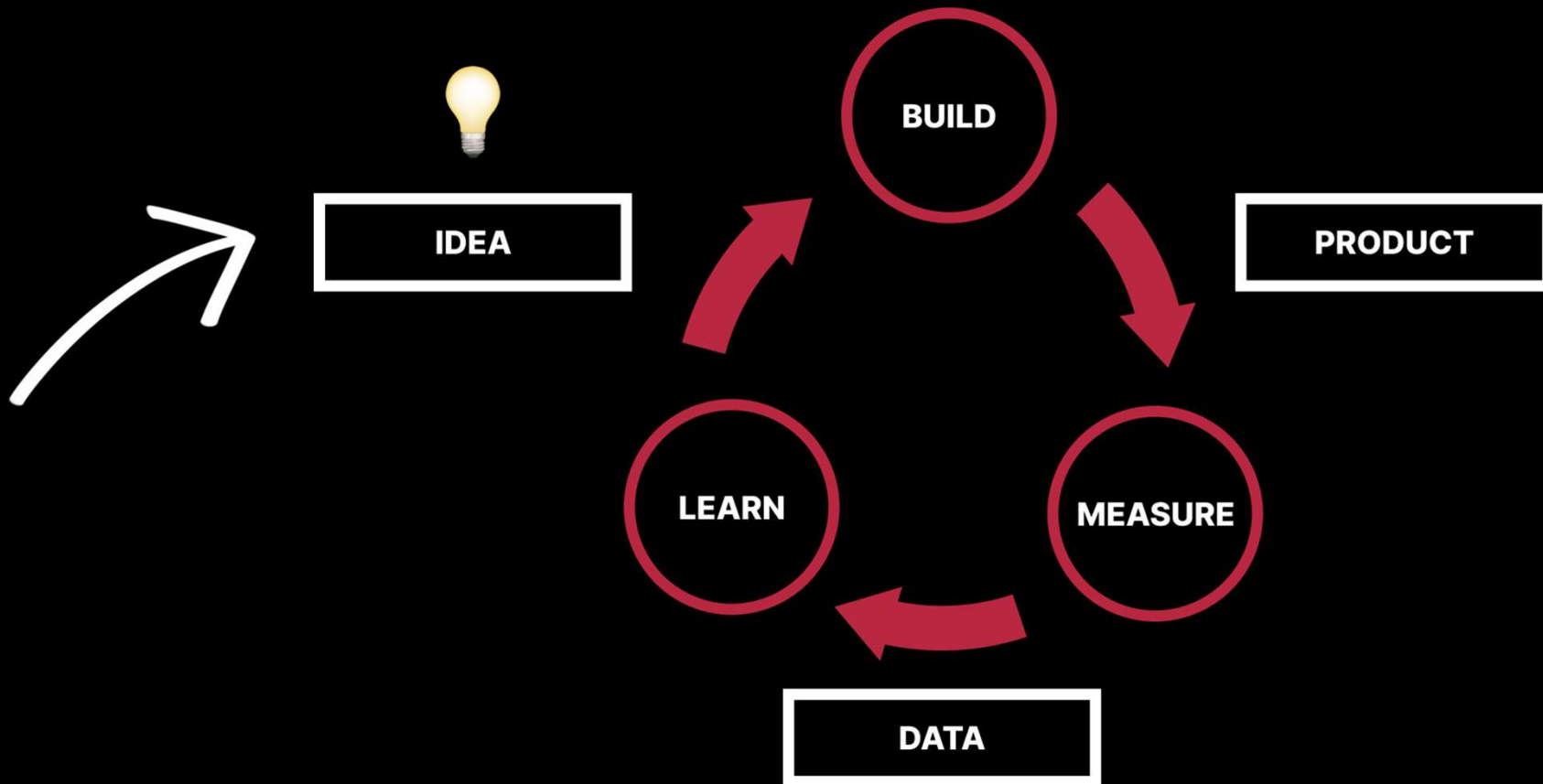
3

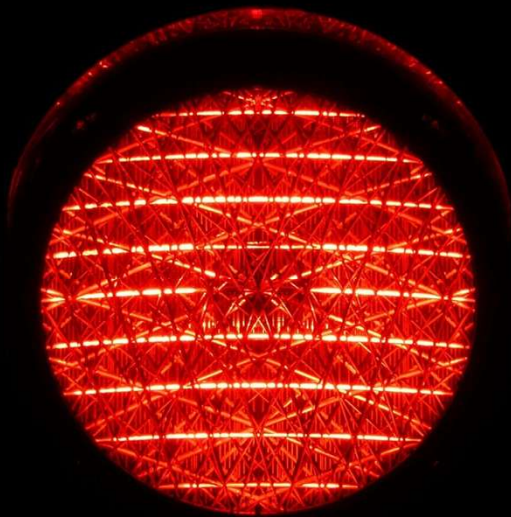
4

POMYSŁ

Product
Problem
Market
Founder
Technology
Customer
Solution
Vision
Trend
Distribution
Community
Data
Legal

POMYSŁ





#1 Zasada tworzenia MVP

Nie zaczynaj od tworzenia MVP

- ✗ Jest drogie
- ✗ Jest czasochłonne
- ✗ Nieefektywne

Proces tworzenia MVP



1

POMYSŁ

2

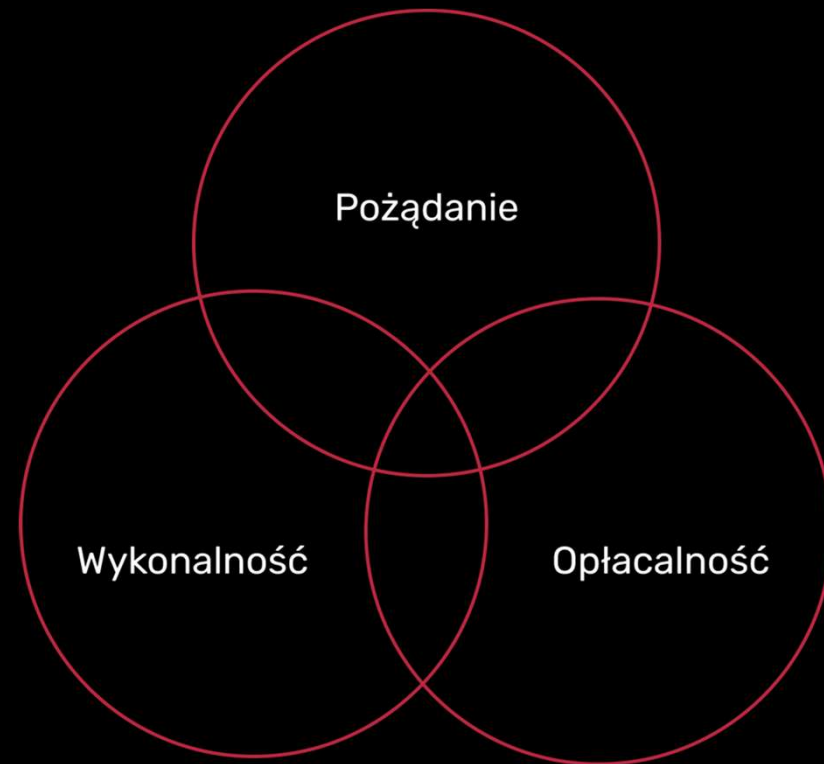
OCENA

3

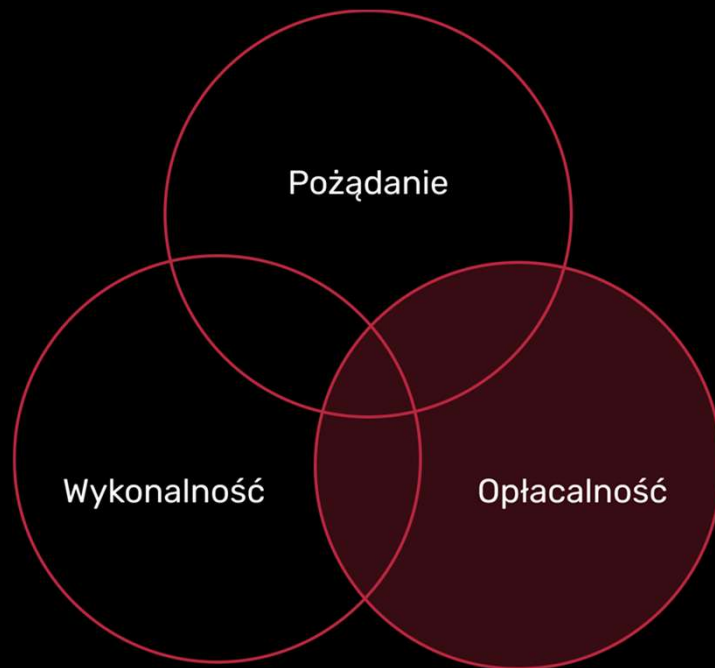
4



OCENA POMYSŁU



Opłacalność



**Czy możemy zbudować
zrównoważony biznes wokół tego
rozwiązania?**

- ☐ Czy da się na tym zarobić - po prostu (!)
- ☐ Czy model biznesowy ma sens ekonomiczny?
- ☐ Czy rynek jest wystarczająco duży?
- ☐ Czy potrafimy konkurować i generować zysk?

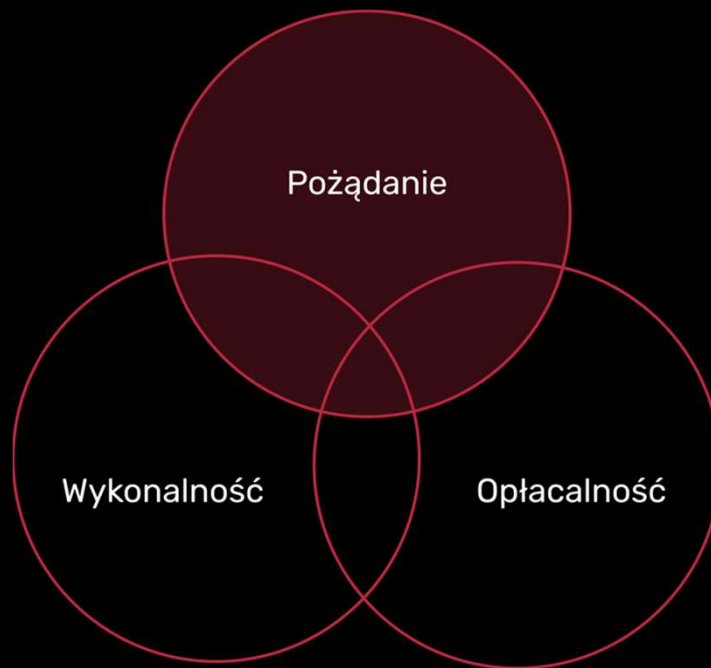
Wykonalność



Czy jesteśmy w stanie technologicznie, operacyjnie, prawnie i finansowo dostarczyć to rozwiązanie?

- ☐ **Technologiczna:** Czy mamy kompetencje techniczne? Czy jesteśmy w stanie to zbudować w rozsądnym czasie i koszcie?
- ☐ **Operacyjna:** Czy mamy dostęp do niezbędnych zasobów (ludzkich, materialnych, partnerów, dostawców)? Czy procesy operacyjne są wykonalne?
- ☐ **Prawna:** Czy rozwiązanie jest zgodne z obowiązującymi przepisami prawa (np. RODO, specyficzne regulacje branżowe)? Czy są jakieś ryzyka prawne?
- ☐ **Finansowa:** Jak jest potrzebne finansowanie na start i na utrzymanie? Czy nie przekracza naszych możliwości/budżetu?
- ☐ **Inne aspekty:** Czy istnieją ograniczenia etyczne, społeczne lub środowiskowe?

Pożądanie



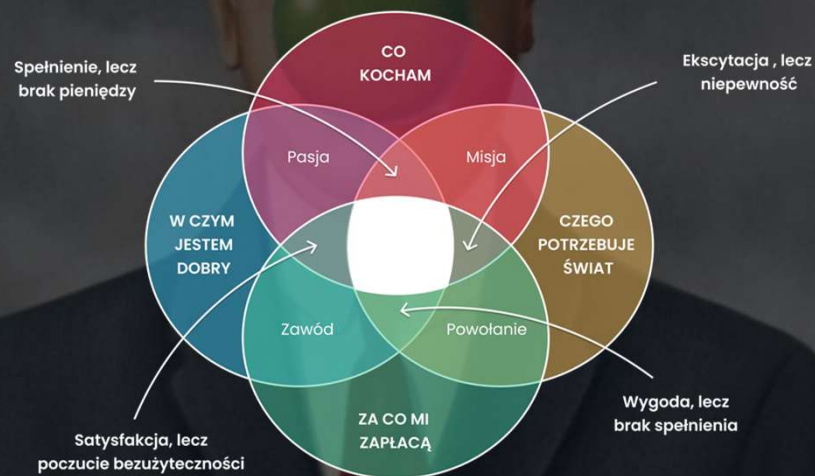
Czy klienci rzeczywiście chcą tego produktu/usługi?

- ☐ Czy rozwiązujemy prawdziwy problem?
- ☐ Czy użytkownicy są gotowi za to zapłacić?
- ☐ Czy nasze rozwiązanie jest lepsze od alternatyw?

BONUS



Product-founder fit





PROBLEM

Trzy największe problemy Klientów.

ISTNIEJĄCE ALTERNATYWY

Jak zidentyfikowane problemy są rozwiązywane dzisiaj.



ROZWIĄZANIE

Rozwiązania dla każdego z problemów.



MIERNIKI SUKCESU

Rozwiązania dla każdego z problemów.



UNIKALNA PROPOZYCJA WARTOŚCI

Krótkie, przekonujące streszczenie, dlaczego produkt lub usługa jest unikalna i atrakcyjna dla Klientów.



PRZEWAGA

Coś, co nie może być łatwo skopiowane lub naśladowane.



KANAŁY

Sposoby kontaktu z Klientami.



SEGMENTY KLIENTÓW

Grupy docelowe, dla których rozwiązywane są problemy.

WCZEŚNI NAŚLADOWCY

Grupa Klientów, którzy jako pierwsi przyjmują i wypróbują nowy produkt lub usługę.



STRUKTURA KOSZTÓW

Kluczowe koszty związane z prowadzeniem działalności biznesowej.



STRUMIENIE PRZYCHODÓW

Sposoby, w jakie firma generuje przychody od swoich Klientów.

Lean Canvas:

- ✓ Prosta i kompletna mapa pomysłu
- ✓ Szybkie tworzenie i iterowanie
- ✓ Identyfikacja problemu i założeń

Proces tworzenia MVP



1

POMYSŁ

2

OCENA

3

WALIDACJA

4



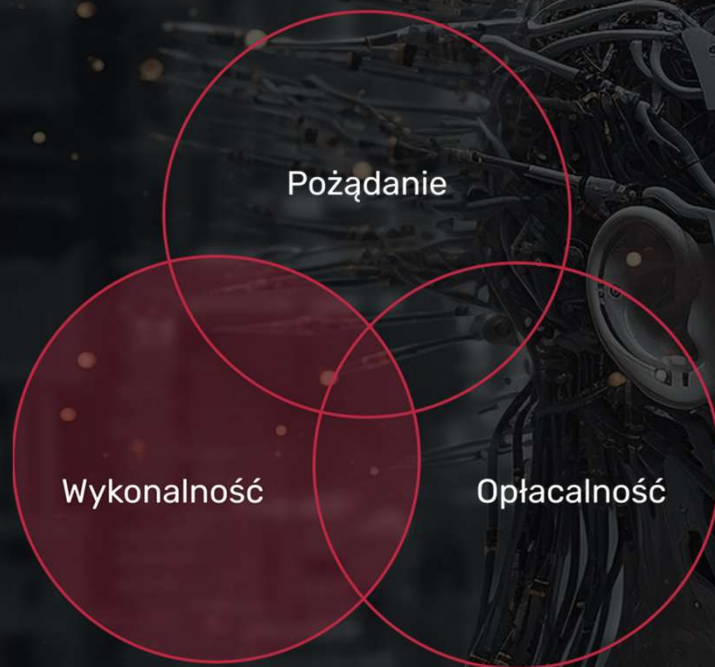
WALIDACJA POMYSŁU

Opłacalność



- ✓ Analiza wartości rynku
- ✓ Analiza konkurencji
- ✓ Analiza modelu
- ✓ Analiza opcji wzrostu

Wykonalność



- ✓ Proof of concept
- ✓ Prototyp
- ✓ Audyt prawny
- ✓ Audyt społeczny
- ✓ Audyt środowiskowy

Pożądanie

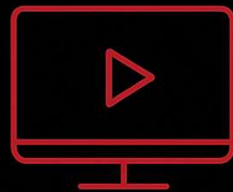
#1 Powód niepowodzenia: Brak zapotrzebowania na produkt -42%*

**„Zbudowaliśmy coś,
czego nikt nie chciał.”**

<https://startupnews.com.au/news/top-20-reasons-startups-fail-cb-insights/>



User interview



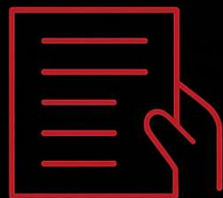
Demo



Smoke tests



Paper proto- Landing page



Fake button



Digital survey



The upvote



Diary study



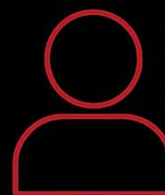
Pretotype



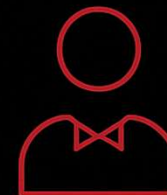
Explainer video



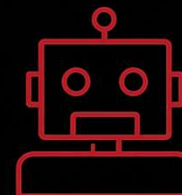
Pre-order



Waiting lists



Concierge



Wizard of Oz

Proces tworzenia MVP



1

POMYSŁ

2

OCENA

3

WALIDACJA

4

MVP



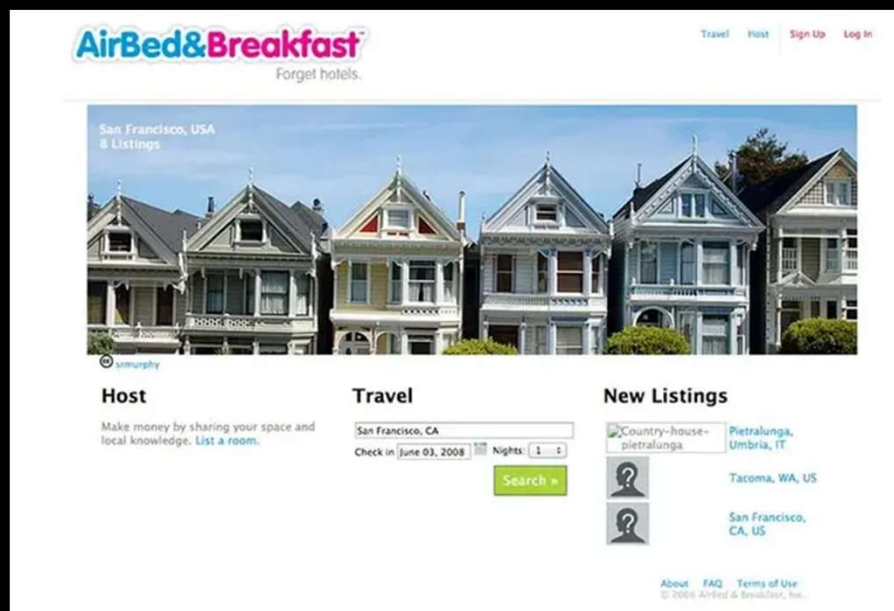
BUDOWA MVP



#1

Precyzyjna definicja celu

Jakie kluczowe założenie (jedno!) chcemy przetestować?



Airbnb 2008, brak płatności, brak widoku mapy

***Czy ludzie będą
chcieli spać w
mieszkaniach
obcych?***

***Nie: Czy będą spać, płacić online, oceniać, czatować
i przysyłać zdjęcia etc.***

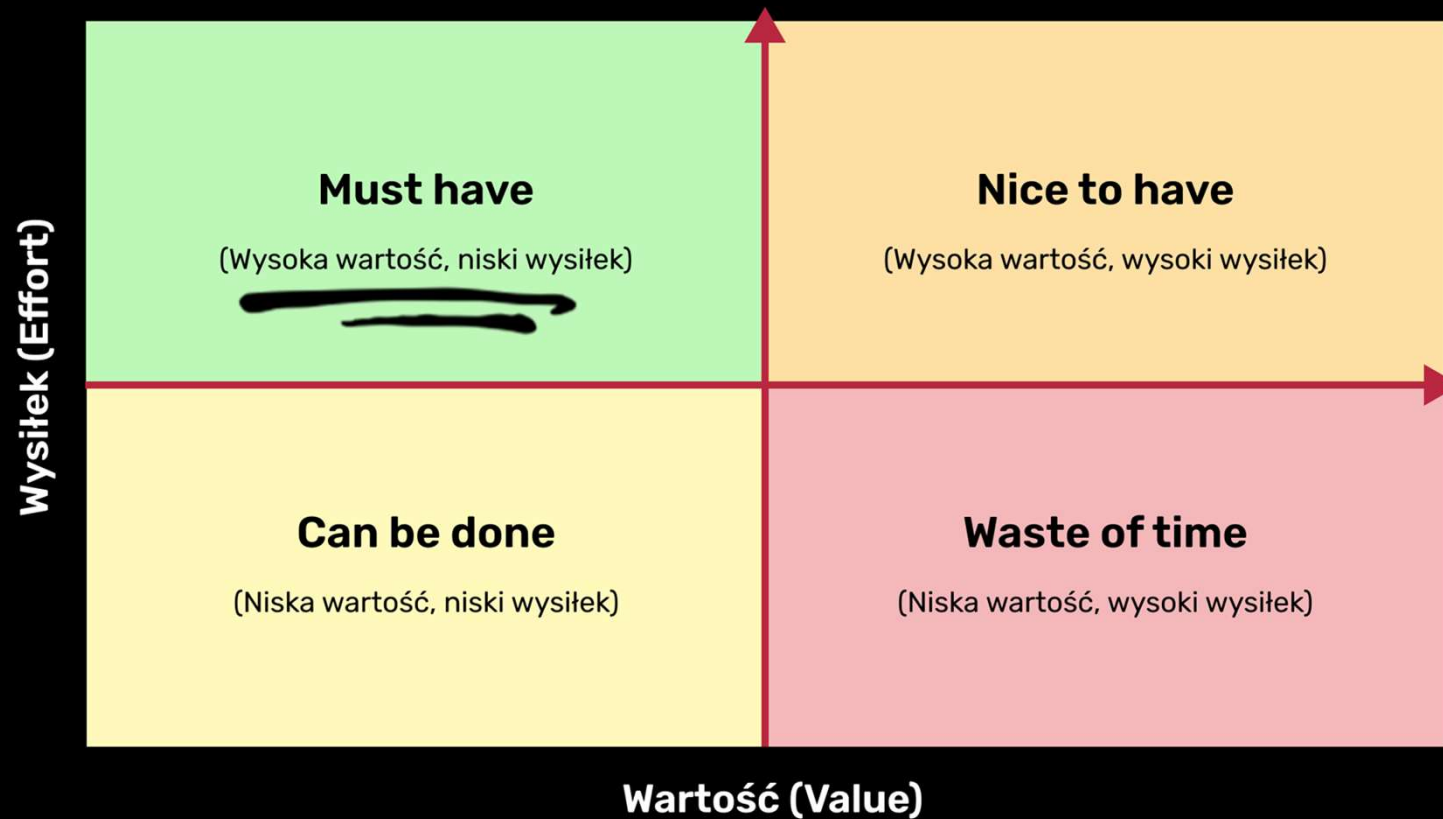


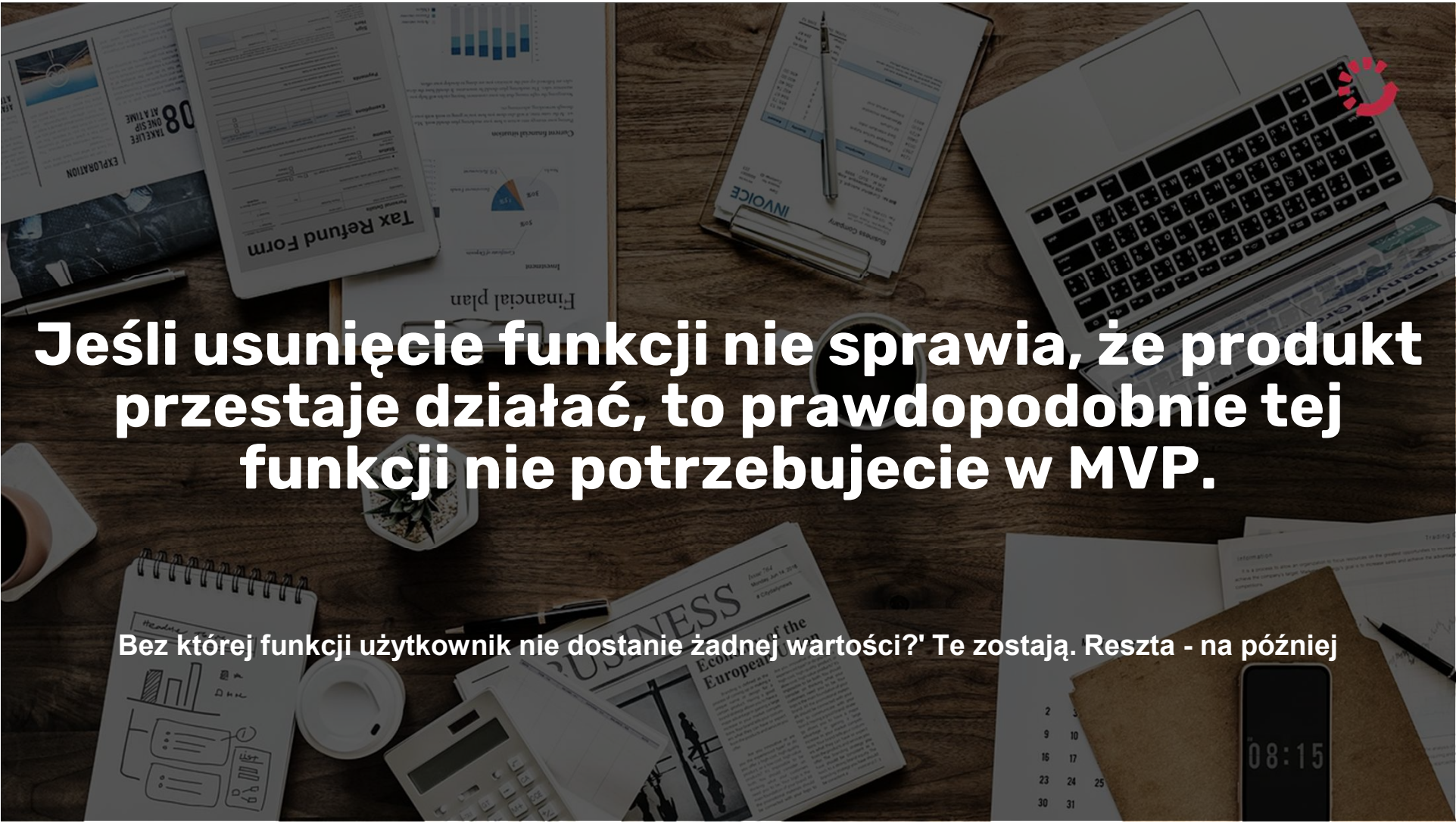
#2

Wybór i priorytetyzacja funkcjonalności

Less Is More -> simplicity leads to clarity

Priorytetyzacja funkcjonalności



A top-down view of a wooden desk cluttered with various business-related items. In the upper left, there's a 'Tax Refund Form' and a document titled 'Financial plan'. To the right, a laptop is open, showing a keyboard with a red smiley face sticker on the top right. Below the laptop, a clipboard holds an 'INVOICE' document. In the lower left, a spiral notebook shows a hand-drawn diagram of a user interface. Next to it is a calculator and a small potted plant. In the lower right, a smartphone displays the time '08:15' on its screen, resting on a calendar page. A pen lies horizontally across the middle of the desk. The overall scene suggests a busy, organized workspace for business or development work.

Jeśli usunięcie funkcji nie sprawia, że produkt przestaje działać, to prawdopodobnie tej funkcji nie potrzebujecie w MVP.

Bez której funkcji użytkownik nie dostanie żadnej wartości?' Te zostają. Reszta - na później



#3

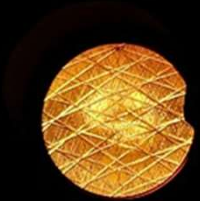
Development



Co dalej?



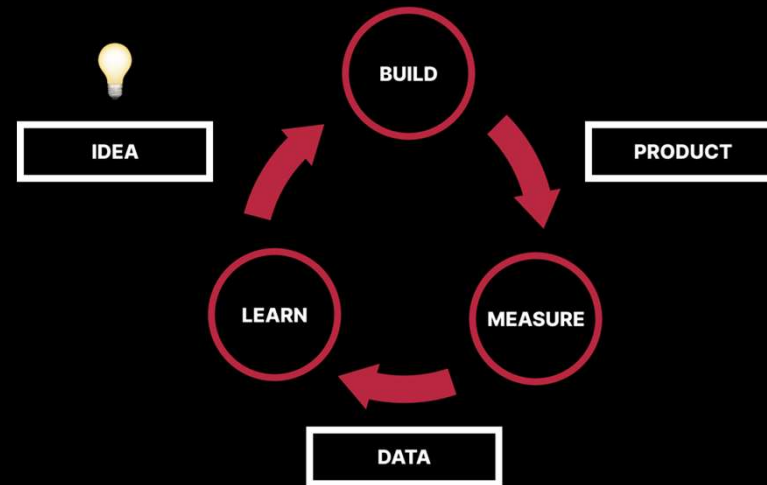
STOP?



PIVOT?

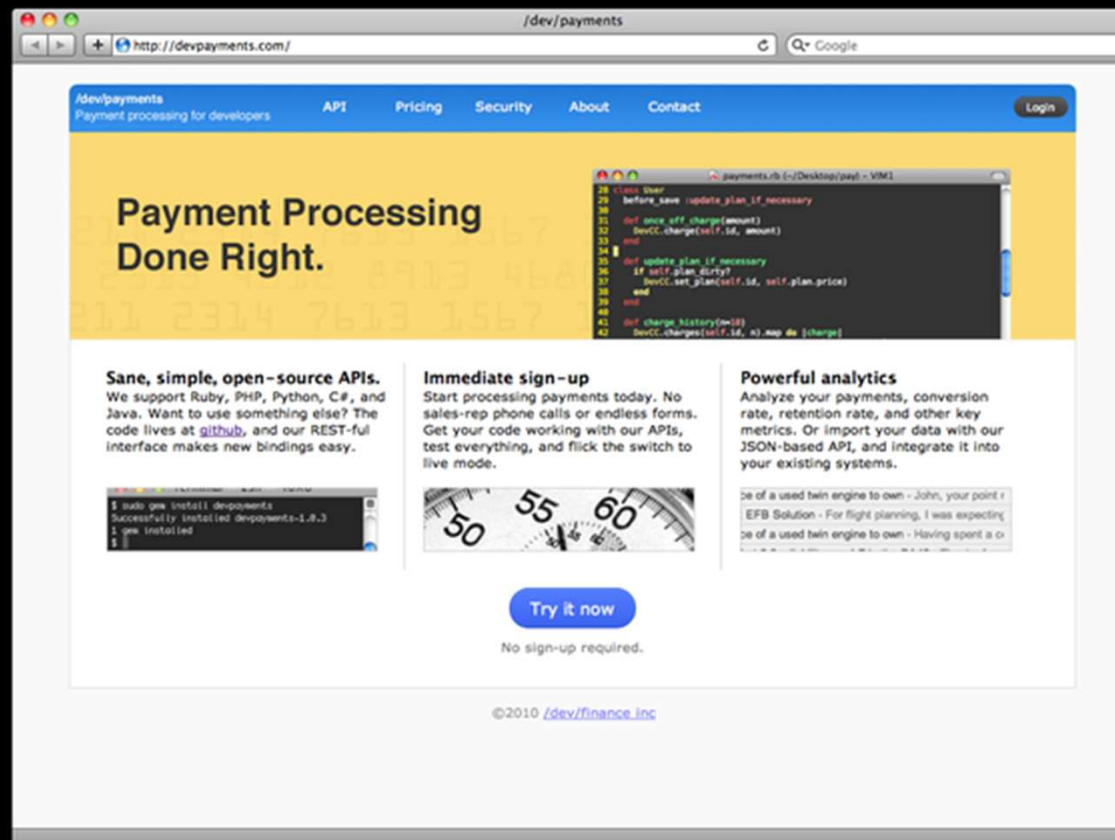


PERSEVERE?



Klasyczne przykłady

<https://www.versionmuseum.com/>



2010 (wówczas /dev/payments), integracja przez founderów (!)





login register about

Email:

Password:

register login

Welcome to Thefacebook!

[Welcome to Thefacebook]

Thefacebook is an online directory that connects people through social networks at colleges.

We have opened up Thefacebook for popular consumption at **Harvard University**.

You can use Thefacebook to:

- Search for people at your school
- Find out who are in your classes
- Look up your friends' friends
- See a visualization of your social network

To get started, click below to register. If you have already registered, you can log in.

Register Login

[about](#) [contact](#) [faq](#) [terms](#) [privacy](#)

a Mark Zuckerberg production

Thefacebook © 2004

2004, profil, dodawanie znajomych, wall

Dziękuję!

