

# Как создать продукт за 30 дней и 30 ночей

Студенты создают продукт





# Станислав Завершинский

Founder и CEO CommTrade, CFO/CIO Deep.Movie

- ✦ В настоящем Founder и CEO стартапа CommTrade (B2B SaaS на рынке США и РФ). Успешные раунды от бизнес-ангела и от акселератора в США, оценка компании в \$2 млн.
- ✦ В прошлом руководитель направления hardware продуктов с военными заказчиками.
- ✦ Проходил акселерации в РФ, США и Европе. С 2014 года запускаю стартапы и продукты, стараюсь помогать проектам развиваться разумно.



## Что мы будем делать и как работать?

- **14/30 дней** буткемпа
- **1 час в день** почти без выходных
- Время вебинара всегда разное! Следите за расписанием!
- **Минимум необходимой теории - максимум практики**
- **2** преподавателя
- **1** общий продукт

**Полное погружение в разработку и запуск продукта с нуля!**

## РАБОТА НАД ПРОДУКТОМ

Подводим итоги

Финальный питчинг

Как не терять продуктовый подход в работе

Инвестиции

Конкурентный анализ

Продуктовый дизайн

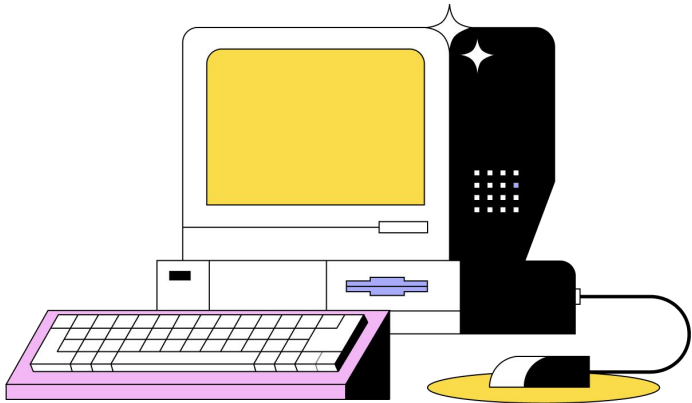
Customer Research

Как привлечь пользователей?

Формируем  
lean canvas



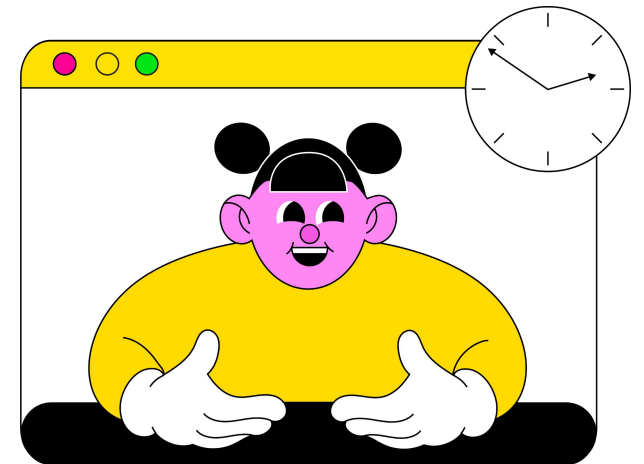
Для того, чтобы буткемп  
прошел продуктивно, вам нужно:



Внимательно смотреть все  
лекции, а еще лучше -  
**участвовать в вебинарах**,  
так вовлеченность в  
обучение выше



Выполнять **домашние  
задания** - только так вы  
погрузитесь в специальность  
максимально



**Задавать вопросы**  
в специально отведенное  
время



**Напишите в чат любые  
интересующие вопросы  
по организационным моментам**



# Как создать продукт за 30 дней и 30 ночей

ДЕНЬ 1: Вводный урок: Определяем верхнеуровневый план работ и зоны ответственности продукта и проджекта



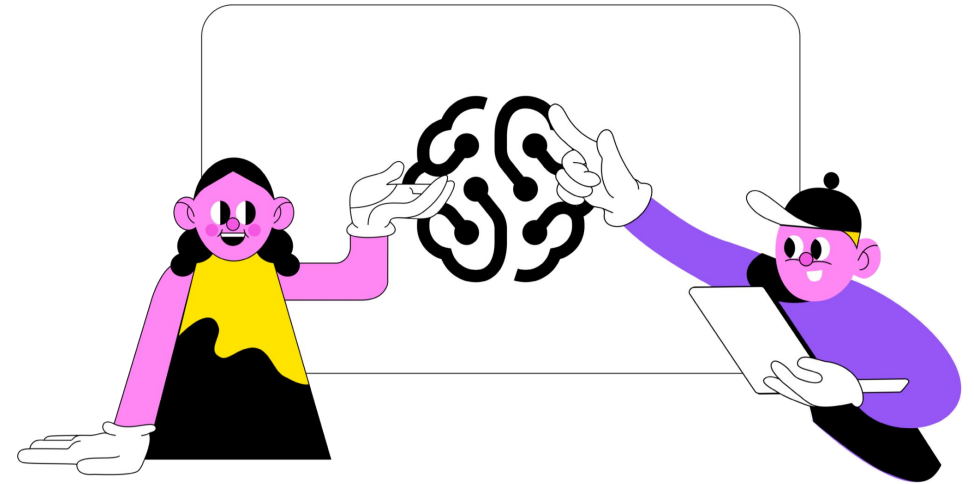
## Что такое продукт?

**товар или услуга**, которую можно предложить рынку, и которая:

- будет удовлетворять потребности клиентов
- будет достигать поставленные цели компании

Другие определения продукта:

- Способ конкретной реализации нашей идеи и конкретный способ зарабатывать деньги (А. Морейнис).
- Клиент x Бизнес x Технологии (Марти Кеган)
- Все, что может быть полезно людям настолько, что они готовы за это заплатить (Аноним)





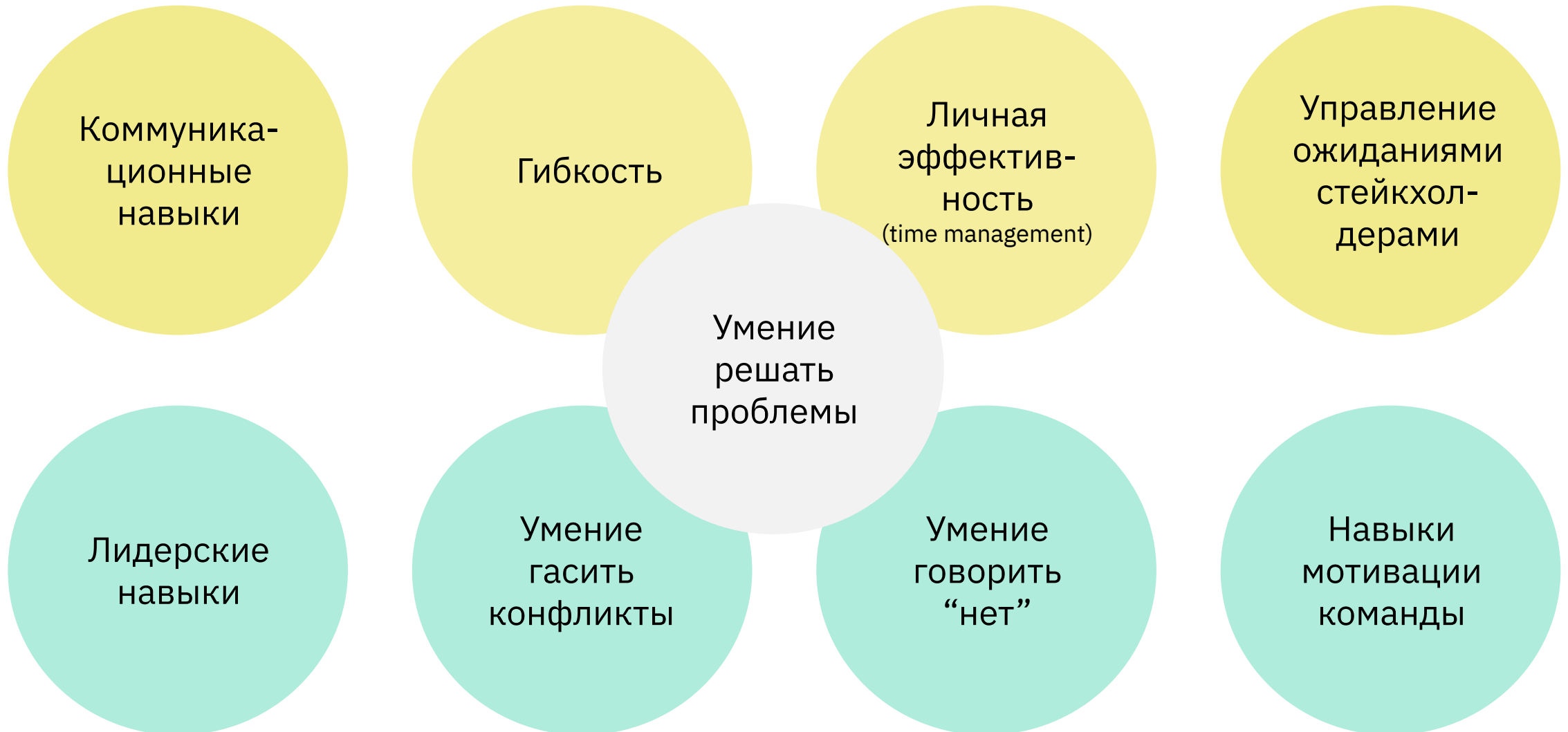
## Какой продукт мы будем делать?

**Продукт:** Разрабатываем и запускаем **курс-bootcamp** для молодых продактов и проджектов **"Как создать продукт за 30 дней и 30 ночей"**

**Гипотеза:** У молодых IT-специалистов будет востребован короткий курс в формате марафона, на котором по шагам ежедневно будет создаваться продукт и освещаться методы и инструментарий запуска продуктов.



## Soft Skills





# Hard skills

## Работа с пользователями

- CustDev
- Customer Journey Map

## Работа с метриками

- Работа с системами аналитики (Я.Метрика, Google Analytics, мобильная аналитика)
- Проведение A/B-тестов
- Расчет unit-экономики

## Понимание рынка и продукта

- Определение объема рынка (TAM, SAM, SOM)
- Определение стратегии выхода на рынок (ADL-матрица, 5 сил Портера, SWOT-анализ, PEST-анализ)
- Определение бизнес-модели продукта (Lean Canvas, Business Model Canvas, Value Proposition)

## Выстраивание процессов разработки

- Управление разработкой: Scrum, Kanban
- Фреймворки приоритизации продуктовых задач
- Формирование роудмапа продукта



# Product development -

(разработка нового продукта)

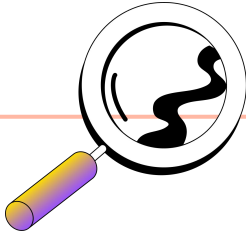
## процесс создания и вывода нового продукта (товара или услуги) на рынок

Что включает в себя Product Development:

- Изменения в существующий продукт
- Полная переработка продукта
- Расширение продуктовой линейки
- Новая продуктовая линейка
- Новое позиционирование
- Абсолютно новый продукт

## Этапы Product development

1



**формулирование  
проблемы**

2

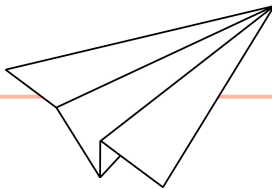
**генерация и проверка  
гипотез продукта**

3



**экономический анализ**  
а. оценка объемов рынка  
б. оценка прибыльности и точки  
безубыточности (юнит-  
экономика)

4



**запуск MVP продукта**  
а. первая версия продукта  
б. первые пользователи  
с. внесенные изменения

5

**реализация и запуск  
полноценного  
продукта**

6



**масштабирование**



## Генерация и проверка гипотез

Необходимо сформировать список гипотез и найти дешевые способы проверить их

На какие вопросы надо ответить:

- **какая боль решается?** Не могу позволить репетитора для ребенка так как дорого
- **кто ваш клиент?** Женщины 35+ с детьми школьного возраста
- **какие каналы продвижение будут использоваться?** Вк, Instagram, Facebook, реклама в лифте
- **кто ваши конкуренты?** Обычные репетиторы
- **какое ваше конкурентное преимущество?** Низкая цена

[Список вопросов для гипотез](#)



## Экономический анализ

Считаем экономику продукта, чтобы подтвердить ее жизнеспособность

- Оцениваем объемы рынка вашего продукта, и потенциальную долю, которую планируется занять, таким образом мы оцениваем примерную выручку продукта
- Считаем юнит-экономику продукта, чтобы на старте понимать, может ли продукт приносить прибыль





# Экономический анализ

TAM 1 млрд руб

SAM 100 млн руб

SOM 10 млн руб

Кол-во пользователей	конверсия в покупку	Число платящих	Доход на 1 платящего	В среднем клиент платит	Издержки на каждой продаже или комиссии	Число покупок на 1 платящего	Стоимость привлечения платящего	Стоимость привлечения пользователя	Доход на 1 привлеченного		Расходы на привлечение юзеров	Доход с потока пользователей	Расходы в месяц: ЗП, аренда и тд	Прибыль с потока пользователей	
Users	C1	Buyers	ARPPU, CLTV	AvPrice	COGS or Comission or Margin	Av Payment Count or Life Time	CAC	CPA	ARPU or LTV	Revenue	Acq Costs	Gross Profit	Fix Costs в месяц	Profit	Incremental
10 000	10,00%	1 000	100 000	5 000 000	2,00%	1,00	25 000	2 500	10 000	100 000 000	25 000 000	75 000 000	25 000 000	50 000 000	0
6 667	15,00%	1 000	100 000	5 000 000	2,00%	1,00	16 667	2 500	15 000	100 000 000	16 666 667	83 333 333	25 000 000	58 333 333	8 333 333
10 000	10,00%	1 000	115 000	5 000 000	2,00%	1,00	25 000	2 500	11 500	115 000 000	25 000 000	90 000 000	28 750 000	61 250 000	11 250 000
10 000	10,00%	1 000	101 000	5 050 000	2,00%	1,00	25 000	2 500	10 100	101 000 000	25 000 000	76 000 000	25 250 000	50 750 000	750 000
10 000	10,00%	1 000	101 000	5 000 000	2,02%	1,00	25 000	2 500	10 100	101 000 000	25 000 000	76 000 000	25 250 000	50 750 000	750 000





# Запуск MVP-продукта

## Первая версия продукта

С помощью максимально простой реализации запускаем первую версию продукта

Критерии запуска:

- быстро (до месяца)
- закрывает 1 боль
- ограниченная аудитория
- ограниченный ассортимент

Цель: продукт должен как можно быстрее столкнуться с реальностью. Столкновение с реальностью вызывает страх, но это лучший способ запуска продукта

Пример:

- <https://web.archive.org/web/20130517200909/http://skyeng.ru/>
- <https://web.archive.org/web/20030220173514/http://www.ozon.ru/>

# Как будем работать мы?

## Начнем с гипотезы и lean canvas:

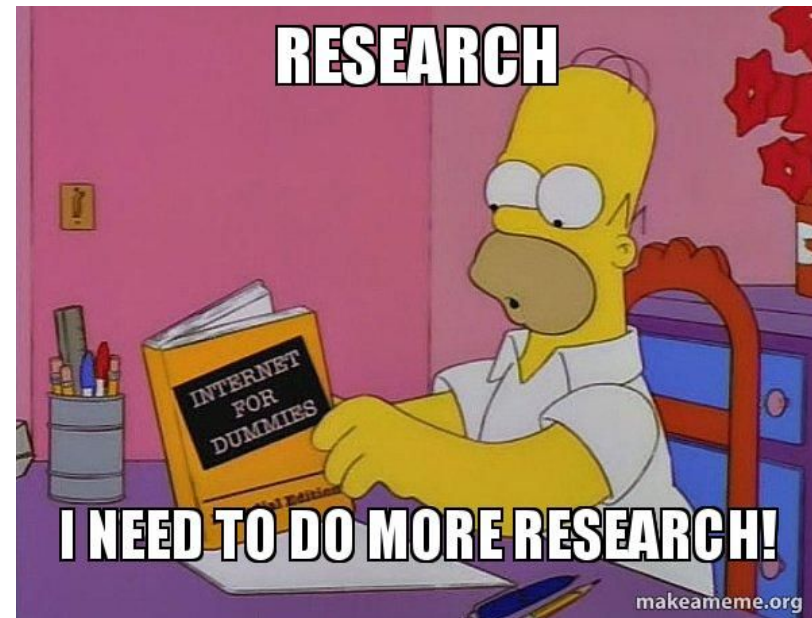


**Формируем lean canvas продукта "Буткемп" часть 1:** Сегменты потребителей, их проблемы и боли? Потребители, проблемы, решения, альтернативы, ранние последователи.

**Формируем lean canvas продукта "Буткемп" часть 2:** А что по ценностному предложению и нечестным преимуществам? Думаем о каналах продвижения и метриках. Финансы или определяемся с доходной и расходной частью.

Как будем работать мы?

Продолжим исследованиями  
потенциальной аудитории:



**Customer Research:** Определяем риски продукта, почему мы провалимся?

**Customer Research:** Определяемся с моделями монетизации. Разбираем цели и стратегию нашего продукта и способы их достижения.

**Customer Research:** Генерируем и приземляем гипотезы по продукту: Мультивселенные идеи.

**Customer Research:** Валидируем гипотезы (Количественные и качественные исследования)



## Как будем работать мы?

Подумаем над привлечением аудитории и  
посмотрим что там у конкурентов, ~~и есть ли они:~~

**Как привлечь пользователей?** Выбираем каналы продвижения для нашего продукта

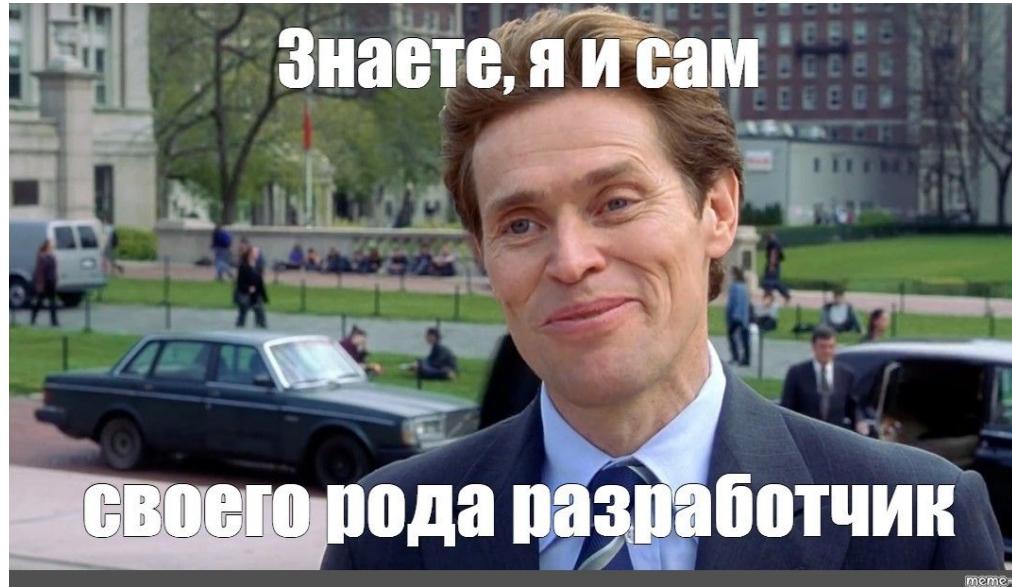
**Как привлечь пользователей?** Юнит-экономика (часть 1)

**Как привлечь пользователей?** Юнит-экономика (часть 2) Определяемся, какие каналы будут самыми эффективными, и в которые мы будем вкладываться

**Конкурентный анализ:** Анализируем конкурентов и их буткемпы.

Как будем работать мы?

Сделаем так продукт:



**Продуктовый дизайн:** Думаем над дизайном продукта. CJM

**Продуктовый дизайн:** Финализируем идеи для дизайна и делаем набросок

**Выходной у 30 дневного, у 14 дневного подведение итогов**

**Zero-code или создаем сайт для буткемпа своими руками** (часть 1: Выбираем инструмент)

**Zero-code или создаем сайт для буткемпа своими руками** (часть 2: Тильда - я у мамы фронтендер)

## Как будем работать мы?

### Поговорим о работе и её методах:

**Как не терять продуктовый подход в работе:** ТРИЗ / АРИП

**Как не терять продуктовый подход в работе:** GIST /Impact / Road Planning

**Как не терять продуктовый подход в работе:** Servant Leadership

**Как не терять продуктовый подход в работе:** Метод Канбан

**Как не терять продуктовый подход в работе:** Scrum фреймворк

**Как не терять продуктовый подход в работе:** Инструменты фасилитации /Обратная связь

**Как не терять продуктовый подход в работе:** Модель культур Шнейдера / OKR / Workplace Learning

**Как не терять продуктовый подход в работе:** Кайдзен / Теория ограничений и развития систем





## Как будем работать мы?

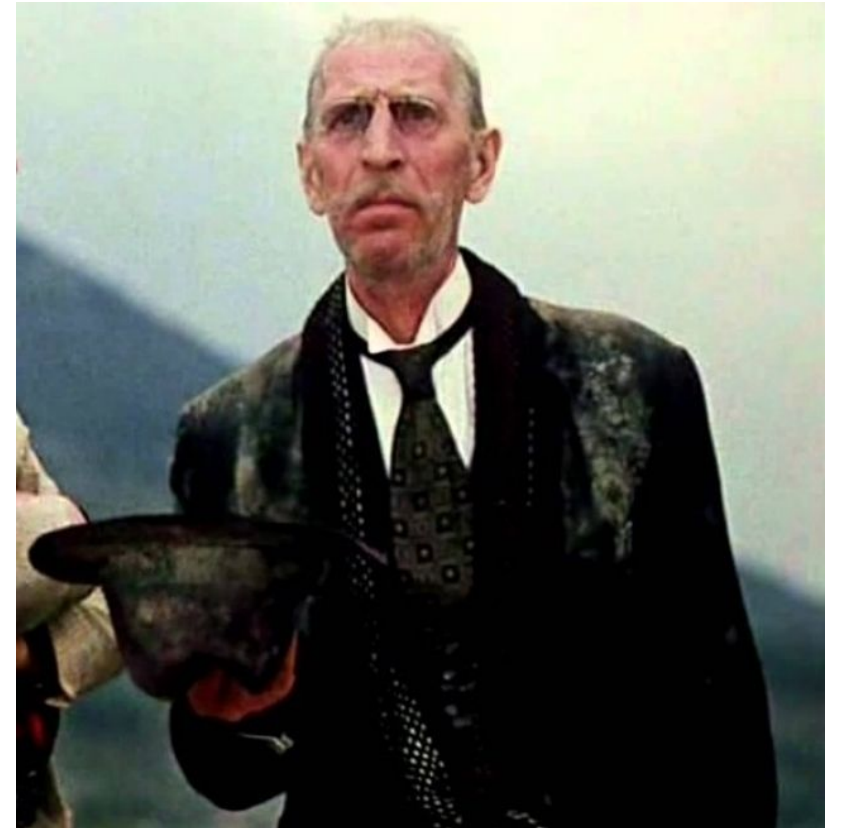
Подумаем где достать инвестиции и как рассказать о нашем продукте:

**Инвестиции:** Как привлечь инвестиции на развитие нашего продукта? (часть 1 - Сколько?)

**Инвестиции:** Как привлечь инвестиции на развитие нашего продукта? (часть 2 - Как?)

**Финальный питчинг:** Что рассказываем о продукте?

**Разговор с продактом:** "Перспективы профессии"



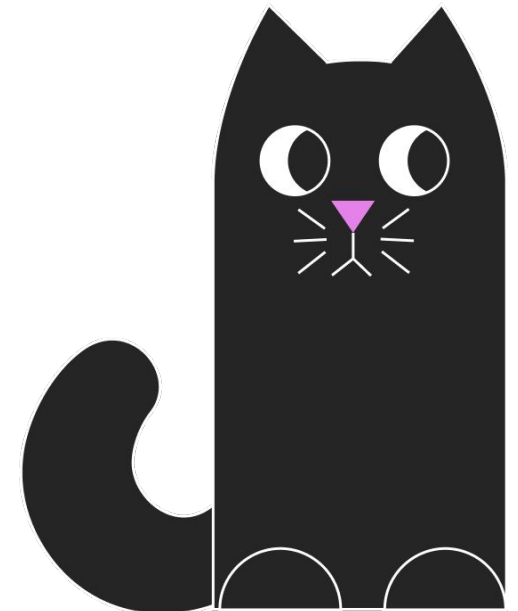


## А что будет дальше?

ДЕНЬ 2: Формируем lean canvas продукта "Буткемп" часть 1: Сегменты потребителей, их проблемы и боли? Потребители, проблемы, решения, альтернативы, ранние последователи.

### Домашнее задание:

Подготовить Lean Canvas в части потребителей, проблем, решений, альтернатив







**Вопросы?**





Спасибо  
за внимание

A yellow hand-drawn smiley face is positioned to the right of the text. It has two vertical lines for eyes and a large, curved line for a smile, partially overlapping the word 'за'.