

पहली बार प्रैक्टिकल इंस्पिरेशन पब्लिशिंग, 2024 द्वारा ग्रेट ब्रिटेन में प्रकाशित किया गया

© एम्मा रेली, 2024

लेखक के नैतिक अधिकारों का दावा किया गया है

आईएसबीएन 9781788605069 (पीबी प्रिंट)

9781788605786 (एचबी प्रिंट)

9781788605083 (EPUB)

9781788605076 (MOBI)

सर्वाधिकार सुरक्षित। यह पुस्तक, या उसके किसी भी हिस्से को बिना पुनः पेश नहीं किया जा सकता है  
लेखक की लिखित अनुमति व्यक्त करें।

कॉपीराइट धारकों का पता लगाने और उनकी अनुमति प्राप्त करने के लिए हर प्रयास किया गया है  
कॉपीराइट सामग्री का उपयोग। प्रकाशक किसी भी त्रुटि या चूक के लिए माफी माँगता है और होगा  
आभारी यदि किसी भी सुधार के बारे में सूचित किया जाता है जिसे भविष्य के पुनर्मुद्रण में शामिल किया जाना  
चाहिए या

इस पुस्तक के संस्करण।

अपनी टीम और सहकर्मियों के लिए इस पुस्तक की थोक-खरीदें प्रतियां चाहते हैं? हम अनुकूलित कर सकते हैं  
सामग्री और सह-ब्रांड आपके व्यवसाय की जरूरतों के अनुरूप नो-कोड स्टार्टअप।

कृपया अधिक जानकारी के लिए [info@practicalinspiration.com](mailto:info@practicalinspiration.com) पर ईमेल करें।

समर्पण

मेरे माता-पिता, सुसान और केविन, मेरी बहन निक और मेरे भतीजे के लिए  
विलियम। तुम मेरे सब कुछ हो। यह पुस्तक संभव है क्योंकि  
सब कुछ आपने मेरे लिए किया।

M'Suze, आप मेरे दूसरे घर और मेरी प्रेरणा हैं।

CAZ। मेरी दुनिया और मेरी चट्टान। आप मुझे इसके माध्यम से मिल गए।

मुझे तुमसे प्यार है।

अंतर्वस्तु

प्रस्तावना

अध्याय एक: परिचय

टेक स्टार्टअप्स के पुराने दिन

नो-कोड की नई दुनिया

नो-कोड/लो-कोड क्या है?

आज के उद्यमियों के लिए नो-कोड का क्या मतलब है

नो-कोड की सीमाएँ

मेरे अपने असफल स्टार्टअप की गलतियों से बचें  
इस पुस्तक का उपयोग कैसे करे  
अध्याय दो: खोज और विचार  
हल करने के लिए एक समस्या खोजना  
अपना समाधान बनाना: पागल 8 फ्रेमवर्क  
अपने संभावित बाजार पर शोध करना  
उपयोगकर्ता अनुसंधान का संचालन कैसे करें  
संभावित ग्राहकों को कैसे खोजें और साक्षात्कार करें  
सही साक्षात्कार अनुरोध ईमेल को क्राफ्ट करना  
एक स्वचालित ईमेल कैप्चर का निर्माण करें  
अध्याय तीन: अपने एमवीपी की योजना बनाना  
MVP क्या है?  
हमारी व्यावसायिक मान्यताओं का परीक्षण  
एमवीपी के उदाहरण  
अपने एमवीपी को संशोधित करने के लिए माँस्को फ्रेमवर्क का उपयोग करना  
माँस्को से लेकर फ्लोचार्ट तक  
गतिविधि: अपना पहला फ्लोचार्ट बनाएं  
अध्याय चार: दृश्य प्रोटोटाइप बनाना और परीक्षण करना  
कम-निष्ठा प्रोटोटाइप क्या हैं?  
उच्च-निष्ठा प्रोटोटाइप क्या हैं?  
निम्न-निष्ठा उपकरण के प्रकार  
गतिविधि: अपना पहला कम-निष्ठा प्रोटोटाइप बनाना  
इकट्ठा करना प्रतिक्रिया: आपके प्रोटोटाइप को परिष्कृत करने में महत्वपूर्ण कदम  
जब पिघल करने के लिए: मिश्रित प्रतिक्रिया की भावना बनाना  
अध्याय पांच: बैक-एंड का निर्माण  
सॉफ्टवेयर विकास का बैक-एंड क्या है?  
नो-कोड विकास में बैक-एंड  
सही बैक-एंड टूल चुनना  
एक संबंधपरक डेटाबेस क्या है?  
डेटाबेस की दुनिया ने समझाया  
संबंधपरक डेटाबेस की चढ़ाई  
अपनी आवश्यकताओं के लिए सही डेटाबेस चुनना  
बाजार पर लोकप्रिय नो-कोड डेटाबेस  
गतिविधि: अपने डेटा को मैप करें  
अध्याय छह: फ्रंट-एंड का निर्माण  
फ्रंट-एंड क्या है?  
सही दृष्टिकोण चुनना

नो-कोड फ्रंट-एंड टूल्स के प्रकार और वे क्या करते हैं  
फ्रंट-एंड को बैक-एंड से कनेक्ट करना  
वर्कफ्लो में गहरी खुदाई  
गतिविधि: फोटो अपलोड फ़िल्ड के साथ एक उपयोगकर्ता फॉर्म का निर्माण करें  
अध्याय सात: स्वचालन  
ऑटोमेशन क्या हैं?  
API में एक गहरी गोता  
एक वेबहूक के साथ डेटा प्राप्त करना  
एक API और एक वेबहूक के बीच चयन  
अपने ऐप को बाहरी डेटा को नो-कोड वे से कनेक्ट करना  
गतिविधि: अपना पहला स्वचालन बनाएं  
अध्याय आठ: चलो निर्माण करते हैं  
अध्याय नौ: लॉन्च डे  
अतिरिक्त तकनीक की आपको आवश्यकता हो सकती है  
अध्याय दस: अपने स्टार्टअप की मूल बातें सही हो रही है  
धन का प्रबंधन  
अध्याय ग्यारह: बढ़ो या धुरी  
अपने निर्णयों को सूचित करने के लिए डेटा एकत्र करना  
आपके द्वारा एकत्र किए गए डेटा की समझ बनाना  
पिवट को चुनना  
बढ़ने के लिए चुनना  
एक उत्पाद रोडमैप का निर्माण  
प्राथमिकता की कला  
मेट्रिक्स के लिए एक गाइड: सही डेटा को मापना  
अध्याय बारह: टेक इको सिस्टम  
अपने उत्पाद बनाने में मदद करने के लिए उपकरण  
धन जुटाने के लिए उपकरण  
बिना कोड के अपने व्यवसाय के प्रबंधन के लिए उपकरण  
त्वरक  
अध्याय तेरह: संस्थापकों के साथ बातचीत  
जोफ वाल्टर्स: मिलियन लैब्स और सेसी  
स्टीफन मिशेल: SQCDP  
माइकल जॉन मैगडॉन्गन: स्ट्रैबो  
संसाधन  
अनुक्रमणिका  
Oceanofpdf.com  
प्रस्तावना

मेरे पिछले स्टार्टअप ने न्यूनतम बनाने के लिए £ 50,000 का खर्च किया व्यवहार्य उत्पाद (एमवीपी)। हमने एक शीर्ष स्तरीय एजेंसी और ए के साथ भागीदारी की स्टैंडआउट डेवलपर, जिसके परिणामस्वरूप एक प्रभावशाली वेब एप्लिकेशन होता है। हालाँकि, मुझे स्पष्ट रूप से याद है कि मैं डूबने वाली भावना को याद करता हूँ जैसा कि मैंने खेला था हमारा नया उत्पाद, एहसास, 'यह सिर्फ हमारे लक्ष्य के साथ गूँजता नहीं है ग्राहक '

विडंबना यह है कि मैं उस समय नो-कोड की अवधारणा से अनजान था, पिछले एक दशक में कई नो-कोड टूल का उपयोग करने के बावजूद। को मुझे, ये वेबसाइट निर्माण या डेटा के लिए सिर्फ उपयोगी उपयोगिताएं थीं भंडारण। थोड़ा मुझे पता था कि मैं निर्माण के लिए इन उपकरणों को एकीकृत कर सकता हूँ वास्तव में कुछ उल्लेखनीय है। जबकि नो-कोड प्लेटफ़ॉर्म जैसे बुलबुला, ग्लाइड, और एयरटेबल अभी भी नवोदित थे, एक मेहनती अन्वेषण कर सकता था मुझे हमारे महंगे के लिए एक तुलनीय उत्पाद बनाने की अनुमति दी है लागत के एक अंश पर एमवीपी - लगभग £ 700। यह एक होता बहुत आसान गोली यह निगलने के लिए कि क्या हमारा उत्पाद हमारे ग्राहकों से नहीं मिला है ' अपेक्षाएं।

कुछ साल तेजी से आगे बढ़ें, और मेरे पेशेवर और व्यक्तिगत रुचि उत्पाद विकास में मुझे हेडफर्स्ट को नॉट में डुबोने के लिए प्रेरित किया है कोड यूनिवर्स। मैंने उत्पादों की एक विस्तृत श्रृंखला बनाई है - एक बाज़ार, एक मिर्गी ट्रैकर, एक प्रकाशन मंच और एक समुदाय। जबकि सभी सफल नहीं थे, विचार की शानदार यात्रा, प्रयोग, और उपलब्ध उपकरणों की सीमाओं का परीक्षण किया गया है सचमुच पुरस्कृत।

यह पुस्तक किसी को भी समर्पित है, जो कभी भी एक विचार झिलमिलाहट पर था उनके दिमाग के पीछे लेकिन यह नहीं पता था कि इसे जीवन में कैसे लाया जाए। इसके लिए है जिन्होंने एक स्टार्टअप लॉन्च करने का प्रयास किया, लेकिन पहले पर ठोकर खाई बाधा। यह जीवन के सभी क्षेत्रों के पेशेवरों के लिए है - डिजाइनर, बैंकर, बिक्री निदेशक, एकाउंटेंट, डॉक्टर, देखभाल करने वाले, और बीच में हर कोई।

मेरे लिए, नो-कोड सॉफ्टवेयर के दायरे को स्थानांतरित करता है। यह एक है परिवर्तनकारी मानसिकता जिसे आपके हर पहलू पर लागू किया जा सकता है व्यवसाय - विपणन से लेकर टीम प्रबंधन तक। यह प्लेबुक आइडिएशन स्टेज पर शुरू होता है, एक चरण-दर-चरण प्रक्रिया की पेशकश करता है अपनी अवधारणा को एक दुबला, नो-कोड स्टार्टअप में बदल दें। जबकि यह है प्रत्येक सुविधा और प्रत्येक नो-कोड टूल के अपडेट को विस्तार से बताने के लिए अवास्तविक-घटनाक्रम की तीव्र गति को देखते हुए - मूल सिद्धांत

उत्पाद निर्माण अपरिवर्तित रहता है। वायरफ्रेम डिजाइन करने से  
Airtable में एक संबंधपरक डेटाबेस बनाने के लिए Figma जैसे उपकरणों का उपयोग करना,  
यह गाइड आपको उस चीज़ के माध्यम से एस्कॉर्ट करता है जिसे आपको दिन से जानना आवश्यक है  
एक लॉन्च की तारीख तक। यह नो-कोड के प्रकारों के लिए एक रोडमैप प्रदान करता है  
उपयोग करने के लिए उपकरण और पालन करने के लिए फ्रेमवर्क।  
हाल ही में, मैंने इन सिद्धांतों को अभ्यास में रखा, एक निजी लॉन्च किया  
सदस्य क्लब ने विलो। सटीक प्लेबुक का उपयोग करके विस्तृत किया  
यह पुस्तक। जब तक आप इस गाइड को पूरा करते हैं, मुझे आशा है कि आप ठीक हो जाएंगे  
एक सफल नो-कोड स्टार्टअप संस्थापक बनने का आपका तरीका।  
जब मैं नए नो-कोड टूल सीख रहा हूँ या किसी विशिष्ट का निर्माण कैसे कर रहा हूँ  
फ़ीचर, मुझे चरण-दर-चरण ट्यूटोरियल का पालन करना पसंद है। कभी-कभी यह मददगार होता है  
देखें कि अन्य बिल्डरों ने एक विशेष समस्या को कैसे हल किया है ताकि आप कर सकें  
इसे अपने स्वयं के ऐप पर लागू करें। यही कारण है कि मैंने अपना कुछ एकत्र किया है  
आप के लिए पसंदीदा 'कैसे-कैसे मार्गदर्शन' करने के लिए। मेरी वेबसाइट देखें  
बहुत अच्छे उपकरणों और संसाधनों के लिए <https://nocodestartup.co> अब,  
चलो अपने पहले नो-कोड प्रोजेक्ट पर क़ैकिंग करें!

Oceanofpdf.com

1

परिचय

टेक स्टार्टअप्स के पुराने दिन

ऐप डेवलपमेंट के शुरुआती दिनों में कदम रखें, एक युग की विशेषता  
जोखिम लेने और महान पुरस्कारों के लिए क्षमता द्वारा। वे जो  
इस मार्ग को नीचे रखा गया था, आधुनिक दिन की अल्केमिस्ट की तरह थे  
साहस और रचनात्मकता के साथ बहना और की ऊर्जा से ईंधन  
कैफीन। ये तकनीक-प्रेमी अग्रदूत, अक्सर एक पृष्ठभूमि से लैस होते हैं  
कंप्यूटर विज्ञान, कुशलता से कोड की तर्ज पर जीवन सांस लेते हैं  
परिष्कृत प्रोग्रामिंग का उपयोग करके जटिल ऐप्स का निर्माण  
जावा, C++, और Python जैसी भाषाएँ।

एक ऐप का निर्माण तब एक गगनचुंबी इमारत के निर्माण की तरह था।

.NET, रूबी ऑन रेल्स, और Django जैसे फ्रेमवर्क के रूप में सेवा की  
मचान, लेकिन डेवलपर्स को अभी भी हर ईंट को बिछाना था, या इस में  
मामला, कार्यात्मकता बनाने के लिए, कोड की हर पंक्ति लिखें।

इस परिदृश्य में एक गैर-तकनीकी संस्थापक होने की कल्पना करें। आपका  
सिर क्रांतिकारी विचारों से भरा था, फिर भी आपके पास तकनीकी की कमी थी  
उन्हें जीवन में लाने के लिए पता है। आपके विकल्प सीमित थे: या तो गोता लगाएँ  
गहरे अंत में और कोड के लिए सीखें, एक डेवलपर को किराए पर लें (एक महंगा  
अफेयर), या एक तकनीक-प्रेमी सह-संस्थापक खोजें। एक डेवलपर की कमी एक थी

महत्वपूर्ण बाधा, अक्सर आपके डिजिटल सपने की प्रगति को रोकती है। नो-कोड टूल मौजूद थे, लेकिन वे अल्पविकसित थे, सीमित थे, और नहीं विशेष रूप से उपयोगकर्ता के अनुकूल। ड्रीमविवर और फ्रंटपेज जैसे उपकरण जो संभव था, उसकी एक झलक पेश की, लेकिन उनके पास लचीलेपन की कमी थी और आधुनिक नो-कोड टूल्स की शक्ति। नतीजतन, एक बनाने की कला ऐप मुख्य रूप से उन लोगों तक ही सीमित था जो जटिल को नेविगेट कर सकते थे कोड की दुनिया।

कुछ तकनीकी दिग्गजों को देखें जिनसे हम आज परिचित हैं। उदाहरण के लिए, फेसबुक, मार्क जुकरबर्ग के दिमाग की उपज था, ए कंप्यूटर विज्ञान छात्र जिसने सामाजिक के प्रारंभिक संस्करण को तैयार किया अपने हार्वर्ड डॉर्म रूम से नेटवर्किंग साइट। माइस्पेस, एक और शुरुआती सोशल मीडिया दृश्य में महत्वपूर्ण खिलाड़ी, का उपयोग करके बनाया गया था कोल्डफ्यूजन, इसकी जटिलता के लिए प्रसिद्ध एक स्क्रिप्टिंग भाषा।

Google, भी, लैरी पेज के कोडिंग प्रूव से पैदा हुआ था और सर्गेई ब्रिन, स्टैनफोर्ड में दो पीएचडी छात्र जिन्होंने कॉम्प्लेक्स का इस्तेमाल किया गणितीय एल्गोरिदम खोज इंजन बनाने के लिए अब हम उपयोग करते हैं दैनिक।

ऐप के विकास के शुरुआती दिनों में उच्च की विशेषता थी प्रवेश के लिए बाधाएं, और लॉन्च करने का समय अक्सर लंबा था। बिना चुस्त और दुबला कार्यप्रणाली के व्यापक रूप से गोद लेना, विकास प्रक्रिया अक्सर एक रैखिक मॉडल का पालन करती है। यह नहीं था कई महीने लेने के लिए ऐप्स के लिए असामान्य, ओ यहां तक कि साल, से जाने के लिए लॉन्च करने के लिए गर्भाधान।

हालांकि, 2000 के दशक की शुरुआत में भी नो-कोड टूल्स का उद्भव देखा गया यह डिजिटल परिदृश्य का लोकतंत्रीकरण करना शुरू कर दिया। वर्डप्रेस, लॉन्च किया गया 2003 में, लोगों को कोडिंग के बिना वेबसाइट बनाने में सक्षम बनाया।

TechCrunch, आज सबसे प्रभावशाली तकनीकी ब्लॉगों में से एक, बनाया गया था वर्डप्रेस का उपयोग करते हुए, यह साबित करते हुए कि सफलता बिना भी प्राप्य थी-गहराई कोडिंग विशेषज्ञता।

इन प्रगति के बावजूद, प्रारंभिक नो-कोड की कार्यक्षमता उपकरण सीमित थे, और इन प्लेटफार्मों को अक्सर आवश्यक रूप से आवश्यक कोडिंग कौशल। जबकि उन्होंने एक कदम प्रदान किया, वे नहीं थे पूरा समाधान जो आज के नो-कोड टूल हैं।

आज, हम एक नो-कोड क्रांति देख रहे हैं। आधुनिक नो-कोड प्लेटफॉर्म शक्तिशाली उपकरणों में विकसित हुए हैं जो किसी को भी सक्षम करते हैं कोड की एक पंक्ति लिखने के बिना जटिल ऐप विकसित करने का विचार।

विकास प्रक्रिया तेजी से, दुबली हो गई है, और बहुत कुछ समावेशी, डिजिटल गोल्ड रश को एक व्यापक रेंज में खोलना प्रतिभागियों।

जैसा कि हम इस पुस्तक के माध्यम से यात्रा करते हैं, हम इस में गहराई तक पहुंचेंगे क्रांति, यह पता लगाना कि कैसे नो-कोड टूल पारंपरिक बाधित कर रहे हैं ऐप विकास और उद्यमियों की एक नई पीढ़ी को सक्षम करना उनके विचारों को वास्तविकता में बदल दें। चाहे आप एक कोडिंग विशेषज्ञ हों या एक गैर टेक संस्थापक, हमसे जुड़ते हैं क्योंकि हम बिना कोड की आकर्षक दुनिया को पार करते हैं, ए दुनिया जहां आपका डिजिटल सपना केवल कुछ ही क्लिक दूर है।

नो-कोड की नई दुनिया

शुरुआत से, एक ऐप बनाने या डिजिटल शुरू करने की यात्रा व्यवसाय कठिन लग सकता है, खासकर यदि आपके कौशल में शामिल नहीं है जटिल कोड लिखना। लेकिन यह अब एक बाधा नहीं होनी चाहिए आपको रोकता है। परिदृश्य नाटकीय रूप से जल्दी से बदल गया है 2000 के रूप में नो-कोड टूल विकसित और परिपक्व हो गए हैं। वे सिर्फ नहीं हैं डिजिटल उत्पादों के निर्माण की प्रक्रिया को सरल बना दिया है लेकिन भी है महत्वपूर्ण रूप से समय और लागत में शामिल हो गया।

यदि आप बिना कोड की शक्ति के बारे में सोच रहे हैं, तो एक नज़र डालें बबल, एक ऐसा मंच जिसने हजारों उद्यमियों को सशक्त बनाया है बिना किसी कोडिंग के सॉफ्टवेयर बनाने के लिए। या की सफलता पर विचार करें Adalo, एक सहज ज्ञान युक्त मंच जो किसी को भी अपना बनाने की अनुमति देता है ऐप्स, कई सुविधाओं और डिज़ाइन विकल्पों के साथ कुछ साल पहले एक समर्पित विकास टीम की आवश्यकता थी।

स्टार्टअप और व्यवसाय जो एक बार महीनों बिताते थे

एक तकनीकी सह-संस्थापक के लिए खोज करना या उनकी परियोजनाओं को आउटसोर्स करना महंगी एजेंसियां अब प्रोटोटाइप, निर्माण और यहां तक कि लॉन्च कर सकती हैं अपने उत्पाद। वे अपने विचारों को तेजी से और सस्ता कर सकते हैं पहले, जोखिम को कम करना और सफलता की क्षमता बढ़ाना।

लेकिन यह केवल स्टार्टअप के बारे में नहीं है। नो-कोड मूवमेंट भी है व्यक्तियों, फ्रीलांसरों और छोटे व्यवसायों को सशक्त बनाना

कस्टम समाधान उनकी अनूठी जरूरतों के अनुरूप। स्वचालित से व्यक्तिगत ग्राहक अनुभवों के निर्माण के लिए दोहराव कार्य, नहीं-

कोड उपकरण प्रौद्योगिकी और नवाचार तक पहुंच का लोकतंत्रीकरण कर रहे हैं।

इसलिए, यदि आपने कभी किसी ऐप के लिए एक शानदार विचार किया है, लेकिन इसे आश्रय दिया है क्योंकि आपको पता नहीं था कि कैसे कोड करना है या एक डेवलपर का खर्च नहीं उठा सकता है, इसे धूल चटाने और इसे जीवन में लाने का समय है। बिना कोड की शक्ति के साथ, केवल आपकी कल्पना ही एक सीमा है। चाहे आप एक बनाना चाह रहे हों

साइड हसल, अपना व्यवसाय बढ़ाएं, या अगली बड़ी चीज़ लॉन्च करें, नो-कोड उपकरण आपको वहां पहुंचने में मदद कर सकते हैं।

हम डिजिटल निर्माण में एक नए युग के पुच्छ पर खड़े हैं, जहां कोई भी एक निर्माता हो सकता है, जहां विचारों को सीमित नहीं किया जाना है उनके रचनाकारों के दिमाग लेकिन डिजिटल में रूप और आकार ले सकते हैं दुनिया। जैसा कि हम नो-कोड की दुनिया के माध्यम से इस यात्रा को शुरू करते हैं, याद रखें कि यह सीखने के बारे में नहीं है कि नए उपकरणों का उपयोग कैसे करें। इसका एक नई मानसिकता को गले लगाने के बारे में, सोचने और बनाने का एक नया तरीका, एक जो आपको डिजिटल ब्रह्मांड में अपनी पहचान बनाने का अधिकार देता है।

नो-कोड/लो-कोड क्या है?

प्रौद्योगिकी की दुनिया में, 'नो-कोड' और 'लो-कोड' बन गए हैं सबसे रोमांचक चर्चा में से कुछ। ये शर्तें एक नए को संदर्भित करती हैं उपकरणों की पीढ़ी जो किसी को भी, तकनीकी कौशल की परवाह किए बिना अनुमति देते हैं, डिजिटल उत्पादों का निर्माण करें। हम इनमें से गहराई से जा रहे हैं शर्तों का अर्थ है, उनकी उत्पत्ति, और परिवर्तनकारी शक्ति वे अंदर ले जाते हैं डिजिटल दुनिया।

मूल बातें के साथ शुरू करते हैं। 'नो-कोड' एक शब्द है जिसका उपयोग वर्णन करने के लिए किया जाता है ऐसे प्लेटफ़ॉर्म जो उपयोगकर्ताओं को एकल लिखे बिना सॉफ़्टवेयर बनाने की अनुमति देते हैं कोड की लाइन। जटिल वाक्यविन्यास और एल्गोरिदम टाइप करने के बजाय, ये उपकरण एक दृश्य इंटरफ़ेस का उपयोग करते हैं जहां उपयोगकर्ता खींच सकते हैं और ड्रॉप कर सकते हैं अपने एप्लिकेशन को डिजाइन करने और बनाने के लिए तत्व।

डिजिटल निर्माण के शुरुआती दिनों में, कोडिंग का एकमात्र तरीका था सॉफ़्टवेयर का निर्माण करें। यह एक उच्च विशिष्ट कौशल था, केवल एक द्वारा महारत हासिल थी कुछ का चयन करें। जिनके पास कोडिंग कौशल नहीं थे, वे अक्सर खुद को पाए जाते थे डिजिटल निर्माण प्रक्रिया से बाहर लॉक किया गया। एक डिजिटल उत्पाद के रूप में डिजाइनर खुद, मुझे यह निराशा महसूस हुई। मैंने खुद को टैटिंग पर पाया धार ओ

एफ डिजिटल दुनिया, उत्पादों की कल्पना करने में सक्षम लेकिन सुसज्जित नहीं उन्हें जीवन में लाने के लिए उपकरणों के साथ।

'नो-कोड' टूल के साथ मेरी पहली मुठभेड़ वर्डप्रेस के साथ थी। इट्स में सरलतम रूप, वर्डप्रेस वेबसाइटों के निर्माण के लिए एक उपकरण है। लेकिन एक के साथ प्लगइन्स की सरणी, इसने मुझे कार्यक्षमता को जोड़ने की क्षमता की पेशकश की एक बुनियादी वेबसाइट से परे। मैं ई-कॉमर्स प्लेटफ़ार्मों का निर्माण कर सकता था, इंटरैक्टिव पोर्टफोलियो, सोशल मीडिया नेटवर्क, और बहुत कुछ। मैंने भी बनाया व्यक्तिगत उपयोग के लिए एक पारिवारिक नुस्खा डेटाबेस।

वर्डप्रेस की सुंदरता यह थी कि इसने मुझे जटिल बनाने की अनुमति दी डिजिटल उत्पादों को जाने बिना कोड के। एक डिजाइनर के रूप में, यह



मेरे लिए नए व्यापार रास्ते खोले। मैं अब वेब डिज़ाइन की पेशकश कर सकता था सेवाओं, मेरे पोर्टफोलियो और मेरे बाजार पहुंच का विस्तार।

फिर भी, जबकि वर्डप्रेस एक गॉडसेंड था, यह अभी भी कुछ हद तक सीमित था। कुछ जटिल कार्यक्षमताएं पहुंच से बाहर थीं, और मुझे भरोसा करना पड़ा किसी भी अतिरिक्त सुविधाओं के लिए उपलब्ध प्लगइन्स पर। उदाहरण के लिए, वापस में 2003, फिल्म निर्माण का अध्ययन करते समय, मैंने एक मंच का सपना देखा जहां छात्र और फिल्म निर्माता अपने वीडियो अपलोड और साझा कर सकते थे। हालांकि, कोडिंग कौशल के बिना और एक कैश-स्ट्रैप्ड छात्र होने के नाते, मैं इस विचार को जीवन में नहीं ला सका। 2005 में, YouTube को एक द्वारा लॉन्च किया गया था डिजाइनर और दो कंप्यूटर वैज्ञानिक, मेरे विचार को एक वास्तविकता बनाते हैं लेकिन मुझे उस समय नो-कोड टूल की सीमाएं भी दिखा रहे हैं।

आज के लिए तेजी से आगे, और नो-कोड का परिदृश्य है नाटकीय रूप से विकसित हुआ। नए प्लेटफ़ॉर्म सामने आए हैं, प्रत्येक पेशकश अधिक जटिल कार्यक्षमता और अधिक अनुकूलन। से फुल-स्टैक ऐप डेवलपमेंट के लिए बबल के लिए वेब डिज़ाइन के लिए वेबफ्लो, संभावनाएं अंतहीन लगती हैं। अब, गैर-तकनीकी संस्थापक निर्माण कर सकते हैं सॉफ्टवेयर उत्पाद, वर्कफ़्लो को स्वचालित करें, और यहां तक कि एआई को भी लागू करें क्षमताएं, सभी कोड की एक पंक्ति लिखे बिना।

आप कुछ 'कम-कोड' नामक कुछ के सामने भी आए होंगे प्लेटफ़ॉर्म। इन उपकरणों को अभी भी कुछ कोडिंग की आवश्यकता है, लेकिन बहुत कम पारंपरिक प्रोग्रामिंग। वे आमतौर पर के लिए एक दृश्य इंटरफ़ेस की सुविधा देते हैं डिजाइन और उपयोगकर्ताओं को अधिक उन्नत के लिए कस्टम कोड जोड़ने की अनुमति दें कार्यप्रणाली।

कम-कोड प्लेटफ़ॉर्म, जैसे कि आउटसिस्टम या मेंडिक्स, ट्रेंडी हैं एंटरप्राइज़ सेटिंग्स, जहां वे डेवलपर्स को सॉफ्टवेयर बनाने की अनुमति देते हैं तेजी से और अधिक कुशलता से। वे कस्टम कोडिंग के लचीलेपन की पेशकश करते हैं नो-कोड की दक्षता के साथ, कई व्यवसायों के लिए एक आदर्श संतुलन।

आज के उद्यमियों के लिए नो-कोड का क्या मतलब है नो-कोड और कम-कोड का उदय सिर्फ एक तकनीकी से अधिक है उन्नति; यह एक प्रतिमान बदलाव है। दशकों के लिए, सॉफ्टवेयर विकास केवल उन लोगों के लिए सुलभ एक गेटेड समुदाय था कोड की भाषा बोली। आज, वह गेट खुला है। कोई भी एक विचार और दृढ़ संकल्प के साथ सॉफ्टवेयर का निर्माण कर सकते हैं, एक स्टार्टअप लॉन्च कर सकते हैं, या उनके व्यवसाय को डिजिटल करें।

सॉफ्टवेयर विकास का यह लोकतंत्रीकरण फिर से आकार ले रहा है टेक उद्योग। यह बाधाओं को तोड़ रहा है, खेल के मैदान को समतल करना, और एक अधिक विविध और समावेशी डिजिटल पारिस्थितिकी तंत्र को बढ़ावा देना। तकनीक

कल के दिग्गजों की स्थापना नहीं की जा सकती है

ऐसे व्यक्ति जो अपने लाने के लिए नो-कोड या कम-कोड प्लेटफार्मों का उपयोग करते थे जीवन के लिए दर्शन। हम इस परिवर्तन को वास्तविक समय में प्रकट करते हुए देख रहे हैं। तारा रीड को लें, जिन्होंने कोल्लेक्टो का निर्माण किया, एक कला सिफारिश ऐप नो-कोड टूल का उपयोग करना। या व्लाद मैग्दालिन, एक पूर्व एनिमेटर जो बनाया वेबप्लो, एक नो-कोड प्लेटफॉर्म, जिसका मूल्य अब \$ 2.1 से अधिक है अरब।

नो-कोड और लो-कोड का विकास भी बदल रहा है

स्टार्टअप के भीतर टीम निर्माण की गतिशीलता। परंपरागत रूप से, एक तकनीक स्टार्टअप का पहला किराया अक्सर एक डेवलपर या एक मुख्य तकनीक थी अधिकारी। अब, नो-कोड और कम-कोड टूल के साथ, संस्थापक मान्य कर सकते हैं उनके विचार और तुरंत एक तकनीकी टीम को काम पर रखने के बिना एमवीपी का निर्माण करें। यह विकास से लेकर समस्या-समाधान और तक शुरुआती फोकस को स्थानांतरित करता है मार्केट फिट, स्टार्टअप्स की गतिशील दुनिया में एक महत्वपूर्ण लाभ।

ध्यान देने के लिए एक महत्वपूर्ण बिंदु, हालांकि, यह है कि नो-कोड और कम-कोड डेवलपर्स को बदलने या कोडिंग को अप्रचलित बनाने के लिए उपकरण यहां नहीं हैं। इसके बजाय, वे ऐसे उपकरण हैं जो प्रौद्योगिकी को अधिक सुलभ बनाते हैं और फोस्टर सहयोग। डेवलपर्स को अभी भी कॉम्प्लेक्स को संभालने की जरूरत है कार्यात्मकता, सुरक्षा और स्केलेबिलिटी, विशेष रूप से एक उत्पाद के रूप में बढ़ता है।

नो-कोड और कम-कोड प्लेटफार्मों का भविष्य के साथ *teming* है

संभावित, एक जीवंत और समावेशी डिजिटल युग को हेराल्ड करना। इन उपकरणों के रूप में विकसित, वे ग्राउंडब्रेकिंग स्टार्टअप्स के लिए मार्ग प्रशस्त करते हैं, फिर से खोलते हैं पारंपरिक क्षेत्र, और एक विविध तकनीकी परिदृश्य को बढ़ावा दें। मेरी याद आती है खुद के प्रयास, मैं अक्सर म्यूज़ करता हूं कि फिल्म निर्माण में मेरी आकांक्षाएं कैसे हैं, विशेष रूप से एक वीडियो-साझाकरण मंच के लिए मेरी अवधारणा, हो सकती है आज की प्रगति के साथ फला-फूला। हालांकि, इसका सार डिजिटल पुनर्जागरण इसकी पहुंच में निहित है; यह केवल उपकरण के बारे में नहीं है लेकिन बाधाओं को मिटाने, नवाचार को बढ़ावा देने और गले लगाने के बारे में विविधता। चाहे कोई एक डिजाइनर, एक फिल्म निर्माता, या एक प्रवर्तक हो साथ

एक सपना, डिजिटल फ्रंटियर अब सभी मोल्ड और वेंचर के लिए खुला है में।

और याद रखें, इस रोमांचक नो-कोड और लो-कोड युग में, एकमात्र आप जो बना सकते हैं, उसकी सीमा आपकी कल्पना है।

नो-कोड की सीमाएँ

नो-कोड और लो-कोड प्लेटफार्मों ने वास्तव में तकनीक में क्रांति ला दी है अंतरिक्ष। मैं आवेदन विकास की शक्ति लाकर

गैर-तकनीकी उद्यमियों के हाथ, उन्होंने विचारों को बढ़ने की अनुमति दी है और अभूतपूर्व तरीकों से पनपते हैं। हालांकि, इन के रूप में शानदार उपकरण हैं, वे एक जादू की छड़ी नहीं हैं। कुछ विचार हैं और सीमाएँ जो किसी को भी ध्यान में रखते हुए ध्यान में रखना चाहिए अंतरिक्ष। आपकी व्यावसायिक आवश्यकताओं को समझने में महत्वपूर्ण है अपनी परियोजना का दायरा और किसी भी क्षमता को कम करने के लिए एक योजना बनाना समस्याएँ।

शुरू करने के लिए, रचनात्मक बाधाओं के बारे में बात करते हैं। बिना संकोच प्लेटफ़ॉर्म, स्वभाव से, अक्सर टेम्पलेट-चालित होते हैं। वे एक सेट प्रदान करते हैं पूर्व-परिभाषित फ़ंक्शन और सुविधाएँ जिनका उपयोग आप अपने ऐप के निर्माण के लिए कर सकते हैं। यह एक एमवीपी प्राप्त करने और जल्दी से चलने के लिए बहुत अच्छा है। तथापि, जब अद्वितीय सुविधाओं या कस्टम डिजाइन को लागू करने की बात आती है तब, ये प्लेटफ़ॉर्म कभी-कभी कम हो सकते हैं। वे नहीं कर सकते अनुकूलन के स्तर की पेशकश करें जिसे आपको पूरी तरह से व्यक्त करने की आवश्यकता है दृष्टि।

उदाहरण के लिए, वर्डप्रेस लें, एक ऐसा मंच कब का। यह प्लगइन्स का एक महासागर प्रदान करता है जिसका आप उपयोग कर सकते हैं अपनी वेबसाइट की क्षमताओं को बढ़ाएं। लेकिन हर प्लगइन जो आप जोड़ते हैं जटिलता को बढ़ाता है और संभावित रूप से आपकी वेबसाइट को धीमा कर देता है, और कुछ एक साथ काम नहीं कर सकते हैं। एक से अधिक बार, मैंने खुद को पाया है प्लगइन्स के साथ कुश्ती जो एक दूसरे के साथ अच्छा खेलने से इनकार कर दिया। लागत एक और विचार है। कई नो-कोड प्लेटफ़ॉर्म एक अनुसरण करते हैं सदस्यता-आधारित मूल्य निर्धारण मॉडल। यह कुछ से हो सकता है प्रति माह कई सैकड़ों पाउंड के लिए पाउंड, पर निर्भर करता है सुविधाएँ आपको चाहिए। जबकि ये लागत आमतौर पर तुलना में बहुत कम होती है एक पूर्णकालिक डेवलपर को किराए पर लेना, वे समय के साथ जोड़ सकते हैं, खासकर अगर आपको कई प्लेटफ़ॉर्मों को एक साथ जोड़ने की आवश्यकता है। उदाहरण के लिए, मैं मेरी नो-कोड यात्रा के शुरुआती दिन, मैं तीन अलग-अलग प्लेटफ़ॉर्मों का उपयोग कर रहा था मेरा भर्ती ऐप बनाने के लिए। प्रत्येक उपकरण की लागत उचित थी इसका अपना, लेकिन संयुक्त, वे एक पर्याप्त मासिक शुल्क के लिए थे। जब आप अपने नो-कोड का निर्माण कर रहे हों तो वास्तव में विचार करने के लिए कुछ ऐप यह है कि आपको अलग-अलग नो-कोड टूल कनेक्ट करने की आवश्यकता होगी एक साथ। जबकि प्रत्येक उपकरण अपने क्षेत्र में उत्कृष्टता प्राप्त कर सकता है, बहुत कम कर सकते हैं सब कुछ। इसलिए, आप अपने लिए एक उपकरण का उपयोग करके समाप्त कर सकते हैं डेटाबेस, आपके फ्रंट-एंड के लिए एक और, और फिर भी एक और के लिए ऑटोमेशन। जबकि यह संभव है, यह जटिलता को बढ़ाता है और उच्च सीखने की अवस्था की आवश्यकता है।

यह हमें एक और सीमा में लाता है - सीखने की अवस्था। इसके बावजूद कोड के लिए सीखने की तुलना में आसान होना, अभी भी नो-कोड टूल में महारत हासिल करना समय और प्रयास की आवश्यकता है। हर उपकरण के अपने quirks और अनूठे तरीके हैं बातें करना। आपके ऐप जितने जटिल होंगे, सीखने का वक्र।

स्केलेबिलिटी पर विचार करने के लिए एक और कारक है। जैसे-जैसे आपका उपयोगकर्ता आधार बढ़ता है, क्या आपके द्वारा चुना गया नो-कोड प्लेटफ़ॉर्म बढ़े हुए लोड को संभाल सकता है?

यह विचार करने के लिए एक महत्वपूर्ण बिंदु है। नो-कोड के साथ मेरा अनुभव उपकरण जो आवश्यक था, हर बार बार-बार मॉड्यूल ताज़ा करता है अपडेट एक वेक-अप कॉल था।

विचार करने के लिए एक महत्वपूर्ण निर्भरता नो-कोड प्लेटफ़ॉर्म ही है। अगर यह नीचे जाता है, इसलिए आपका ऐप करता है। यदि वे अपनी कीमतों में वृद्धि करने का फैसला करते हैं या उनकी नीति बदलें, आप उनकी दया पर हैं। इसके अलावा, आप इस पर भरोसा कर रहे हैं सुरक्षा को बनाए रखने और अनुकूलित करने के लिए विक्रेता, जो एक हो सकता है चिंता, खासकर यदि आप उपयोगकर्ताओं के व्यक्तिगत डेटा एकत्र करते हैं। आपका चुना प्लेटफ़ॉर्म अनिवार्य रूप से आपका साथी है। इसलिए, मूल्यांकन करना महत्वपूर्ण है विक्रेता न केवल उनके वर्तमान प्रसाद पर बल्कि उनके रोडमैप पर भी, उनकी ग्राहक सेवा, और उनकी वित्तीय स्थिरता। आप नहीं चाहते हैं केवल विक्रेता को बंद करने के लिए एक मंच पर अपना आवेदन बनाएं नीचे या पिवट को नो-कोड स्पेस से दूर।

इन सीमाओं के बावजूद, पर्याप्त योजना और एक स्पष्ट के साथ आपकी आवश्यकताओं की समझ, इनमें से कई चुनौतियां हो सकती हैं कम कर दिया। यदि आपका ऐप तेजी से पैमाने पर होने की संभावना है, तो अधिक विचार करते हुए गेट-गो से स्केलेबल सॉल्यूशन, जैसे बबल या फ्लुटरफ्लो, हो सकता है आपको बाद में दर्द की दुनिया बचाओ। यदि उच्च कार्यक्षमता एक आवश्यकता है, तब कम-कोड विकल्प जो कस्टम कोड के लिए अनुमति देते हैं, वे लायक हो सकते हैं खोज। यदि आप बड़ी मात्रा में डेटा को संभालने की योजना बनाते हैं, अपने भंडारण सीमाओं और मूल्य निर्धारण मॉडल को समझना चुना हुआ मंच महत्वपूर्ण है।

हालांकि आप तृतीय-पक्ष सॉफ्टवेयर और पर निर्भर हैं गलतियाँ और परिवर्तन वे ला सकते हैं, नो-कोड का भविष्य और निम्न-कोड उज्ज्वल है, जिसमें प्लेटफ़ॉर्म तेजी से विकसित हो रहे हैं। अधिक से अधिक सुविधाओं और क्षमताओं को नियमित रूप से जोड़ा जा रहा है, अंतराल को सिकोड़ रहा है पारंपरिक कोडिंग और इन के साथ क्या संभव है प्लेटफ़ॉर्म।

उदाहरण के लिए, एक लोकप्रिय नो-कोड टूल, बबल, उपयोगकर्ताओं को निर्माण करने की अनुमति देता है कस्टम वर्कफ़्लो, एकीकरण और यहां तक कि ए के साथ जटिल अनुप्रयोग

आवश्यक होने पर कोड का बिट।

अपनी खुद की यात्रा में, मुझे नो-कोड और लो-कोड टूल नहीं मिले हैं सशक्त। उन्होंने मुझे अपने विचारों को जीवन में लाने की अनुमति दी है कोडिंग कौशल की कमी से बाधा बन रहा है। हालाँकि, मैंने भी सीखा है इन उपकरणों, उनकी क्षमताओं और उनकी सीमाओं को समझना उनके सफल आवेदन के लिए महत्वपूर्ण है।

अंत में, नो-कोड और कम-कोड मूवमेंट हैं

ऐप डेवलपमेंट स्पेस को डेमोक्रेट करना, जिससे यह संभव हो गया

अधिक लोग अपने विचारों को जीवन में लाने के लिए। लेकिन किसी भी तकनीक के साथ,

ये उपकरण उनकी सीमाओं के बिना नहीं हैं। इन को समझकर

उनके लिए सीमाएं और योजना, आप पूरा लाभ उठा सकते हैं

संभावित नुकसान को कम करते हुए ये उपकरण। आप प्रवेश कर रहे हैं

एक अद्भुत समय पर बाजार, जहां आप, एक नो-कोड संस्थापक के रूप में हैं, हैं

भविष्य में ये उपकरण कैसे बढ़ेंगे।

मेरे अपने असफल स्टार्टअप की गलतियों से बचें

स्टार्टअप्स की दुनिया में, सफलता का मार्ग सबक से भरा हुआ है,

उनमें से कुछ ने कठिन रास्ता सीखा। मेरी यात्रा पर प्रतिबिंबित, मैं

याद रखें कि कैसे मेरी टीम और मैंने के व्यापक मुद्दे से निपटने की कोशिश की

हमारे समुदायों में मानसिक स्वास्थ्य देखभाल। हमारा उद्देश्य महान था; हम

मानसिक स्वास्थ्य सहायता को होशियार और अधिक बनाना चाहता था

निजीकृत, बड़े डेटा का उपयोग करना उन लोगों से चमकता था जिनके पास था

इसी तरह के अनुभवों से गुजरना। हालाँकि, हमारा दृष्टिकोण था

कुछ त्रुटिपूर्ण।

हमारी पहली गलतफहमी हमारी समस्या को सही ढंग से गुंजाइश करने में विफलता थी।

हम सभी की मदद करना चाहते थे, और बदलाव लाने के लिए हमारे जुनून में,

हमने खुद को ओवरटेक किया। सभी के लिए सब कुछ होने की कोशिश कर रहा है

इसका मतलब है कि हम खुद को पतला फैलाते हैं और कुछ का निर्माण करते हैं

यह किसी को भी पूरी तरह से संतुष्ट नहीं करता है।

हमें अपनी समस्या का इलाज एक पहाड़ की तरह करना चाहिए, इससे निपटने के लिए

एक समय में एक निशान। प्रत्येक निशान एक कदम आगे होगा, एक कदम गहरा

हमारे उपयोगकर्ताओं को समझने में, और एक समाधान के करीब एक कदम। बजाय,

हमने एक ही दिन में पहाड़ को स्केल करने की कोशिश की, और हम हार गए

जंगली इलाका।

बाधा में, हमारा शोध त्रुटिहीन था; हम मेडिकल पढ़ते हैं

कागजात, सर्वेक्षण किए गए, और विशेषज्ञों के साथ परामर्श किया। लेकिन

लापता टुकड़ा अंतिम उपयोगकर्ता था। हमने उनमें से पर्याप्त बात नहीं की।

यह एक महत्वपूर्ण गलती थी जिसने हमारे फाइनल को काफी प्रभावित किया

उत्पाद। हम भाग्यशाली थे कि एक बड़ी कंपनी हमें भुगतान करने के लिए तैयार थी अपने कर्मचारियों के साथ हमारे उत्पाद का परीक्षण करने के लिए। हालाँकि, हमारा उपयोगकर्ता पूल संकीर्ण था और एक एकल कार्य संस्कृति की ओर पक्षपाती। हम भी एक महत्वपूर्ण चूक गए बिंदु: हमारे उपयोगकर्ता हमारे ग्राहक नहीं थे। एचआर निदेशक, कौन होगा हमारे उत्पाद की खरीद, हमारा ग्राहक था। हमें ध्यान केंद्रित करना चाहिए था उनकी समस्याओं को हल करने पर अधिक, जिसने बदले में हमारी मदद की होगी एक बेहतर उत्पाद बनाने के लिए। हमारी यात्रा ने मुझे एक मूल्यवान सबक सिखाया: ए किसी भी उत्पाद के लिए मजबूत उपयोगकर्ता-केंद्रित दृष्टिकोण आवश्यक है, खासकर में स्टार्टअप दुनिया।

एक और बड़ी गलती जो हमने बनाई थी, वह यह थी कि हमने ड्रिल नहीं किया हमारे ऐप की प्रमुख विशेषताएं क्या होनी चाहिए थीं। भाग में, यह क्योंकि हमने एक महत्वपूर्ण अनुदान जीता, जिसने हमें एक विकास दिया 18 महीने का रनवे - एक एमवीपी के लिए बहुत लंबा। हमने साथ काम किया एक अविश्वसनीय एजेंसी, और यह सैकड़ों पृष्ठों को देखने के लिए रोमांचक था उन्होंने बनाया है मूड ट्रेकर्स, उपयोगकर्ता प्रोफाइल, पाठ्यक्रम थे, मानसिक स्वास्थ्य कार्य योजना, एसओएस बटन ... यह शानदार लग रहा था, लेकिन यह एक नए, अप्रकाशित ऐप के लिए बहुत फूला हुआ था।

एक टीम के रूप में, हम भी बहुत बेकार थे। हमने बहुत समय बिताया हमारे उत्पाद के निर्माण के बजाय नेटवर्किंग और हमारे ब्रांड का निर्माण। हमारे लक्ष्यों और विश्वासों को संरेखित नहीं किया गया था, और यह एक हानिकारक था हम जो हासिल करने की कोशिश कर रहे थे, उस पर प्रभाव।

यह तब तक नहीं था जब तक कि व्यवसाय समाप्त नहीं हुआ कि मैं देख सकता था कि कोई कोड कैसे नहीं होता हमें उन उत्तरों को दे सकते थे जिनकी हमें जरूरत नहीं थी।

महीने। जल्दी से, सस्ते में, और हमारी क्षमता के साथ -साथ निर्माण

ग्राहकों का मतलब यह होगा कि हम वर्षों से बच सकते थे

दिल का दर्द और तनाव। हालाँकि, यह सब व्यर्थ नहीं था। यह एक सीखने वाला था

अनुभव जिसने मुझे एक उद्यमी के रूप में आकार दिया। इसने मुझे सिखाया

उपयोगकर्ता-केंद्रित दृष्टिकोण का महत्व, ओवर-स्कोपिंग के नुकसान

समस्याएं, और तेजी से प्रोटोटाइप का मूल्य। और अधिक महत्वपूर्ण बात,

इसने ग्राहक की जरूरतों को समझने के महत्व को मजबूत किया -

और ग्राहक और उपयोगकर्ता कैसे अलग हो सकते हैं!

इन पाठों ने कठिन तरीके से सीखा, मुझे सूचित किया है

बाद में उद्यमी यात्राएं। उन्होंने मुझे और अधिक बनाया है

सूचित, अधिक रणनीतिक और अधिक सहानुभूति संस्थापक। और अगर मेरी

कहानी अन्य उद्यमियों को इन नुकसान से बचने और नेविगेट करने में मदद कर सकती है

उनकी स्टार्टअप यात्रा अधिक सुचारू रूप से, फिर हर गलत और ठोकर

इसके लायक होगा।

एक विशेष उपाख्यान जो मेरी स्मृति में खड़ा है, वह है एक 'छोटे' एमवीपी का विकास। क्योंकि हमें एहसास हुआ कि 18 महीने थे बहुत लंबे समय तक इंतजार करने के लिए लल गायन, सभी डांसिंग एमवीपी, हम एक पैदा करेंगे वेब के लिए सरल संस्करण। हमने एक डेवलपर के साथ काम किया, निवेश किया लगभग £ 50,000 और हमारे समय के 8-12 सप्ताह समर्पित। डेवलपर एक शानदार काम किया, लेकिन अंतिम परिणाम एक सुस्ती थी। उत्पाद था कुछ प्रभावशाली कार्यक्षमता, लेकिन यह जहां इसे वितरित करने में विफल रहा सबसे अधिक मायने रखता है: उपयोगकर्ता ऑनबोर्डिंग और समस्या-समाधान। यह अनुभव एक वेक-अप कॉल था। इसने मुझे एहसास कराया कि शांत सुविधाओं और प्रभावशाली कार्यक्षमता का मतलब कुछ भी नहीं है अगर आपका उत्पाद अपने उपयोगकर्ताओं के साथ गूंजता नहीं है। हमने एक महत्वपूर्ण राशि खर्च की थी पैसा और समय एक ऐसा उत्पाद बनाना जो हमारे उपयोगकर्ताओं को पूरी तरह से पूरा नहीं करता है ' जरूरत है। यह निगलने के लिए एक कठिन गोली थी, लेकिन यह एक मूल्यवान सबक था उपयोगकर्ता-केंद्रित डिजाइन और विकास का महत्व।

स्टार्टअप के निर्माण के उत्साह और जुनून को देना आसान है अपने फैसले को क्लाउड करें, लेकिन ग्राउंडेड और ध्यान केंद्रित करना महत्वपूर्ण है। अपने निपटान में टूल का उपयोग करें, चाहे वह नो-कोड प्लेटफॉर्म हो तेजी से प्रोटोटाइप, गहरी अंतर्दृष्टि, या ग्राहक के लिए उपयोगकर्ता साक्षात्कार अपने उत्पाद को परिष्कृत करने के लिए प्रतिक्रिया।

इस पुस्तक का उपयोग कैसे करें

इस पुस्तक का उद्देश्य रोमांचक पर आपका विश्वसनीय साथी बनना है नो-कोड टूल का उपयोग करके एक स्टार्टअप के निर्माण की यात्रा। हमने एक छोटा लिया है मेमोरी लेन टहलें, टेक-स्टार्टअप के बारे में याद दिलाते हुए परिदृश्य, नो-कोड/कम-कोड का विकास, कुछ पेशेवरों और नो-कोड और उन पाठों का उपयोग करने के विपक्ष संस्थापक। जैसा कि हम इस यात्रा के व्यावहारिक भाग के लिए पिवट करते हैं, यह आवश्यक है यह समझने के लिए कि इस पुस्तक को प्रभावी ढंग से कैसे नेविगेट किया जाए।

आगामी अध्यायों में आपको जो इंतजार है वह एक व्यापक है प्लेबुक जो आपको निर्माण के सिद्धांतों के माध्यम से मार्गदर्शन करेगा नो-कोड का उपयोग करके स्टार्टअप। यह सिर्फ एक से अधिक होने के लिए डिज़ाइन किया गया है सूचनात्मक गाइड। इसके बजाय, इसका उद्देश्य एक इंटरैक्टिव सीखना है अनुभव जो आपको सिखाएगा कि कैसे नो-कोड टूल का लाभ उठाना है अवधारणा से वास्तविकता तक आपका विचार।

नो-कोड एक कभी विकसित होने वाला परिदृश्य है। नए उपकरण और कार्यक्षमता को हर समय पेश किया जा रहा है, और सबसे अच्छा तरीका है ऊपर की ओर चलते हुए अंतर्निहित सिद्धांतों पर ध्यान केंद्रित किया जाता है



सफल कार्यान्वयन। यही कारण है कि यह पुस्तक में तल्लीन नहीं है  
विशिष्ट नो-कोड टूल के साथ व्यक्तिगत कार्यक्रमों का निर्माण कैसे करें। की अपेक्षा,  
यह एक मजबूत नींव बनाने और समझने पर ध्यान केंद्रित करता है  
नो-कोड की मूल बातें, आपको नो-कोड के रूप में अनुकूलित और पनपने की अनुमति देती हैं  
दुनिया विकसित होती रहती है।

इस पुस्तक की एक अनूठी विशेषता इसके व्यावहारिक कार्य हैं। प्रत्येक के बाद  
वैचारिक चर्चा, आपको ऐसे कार्य मिलेंगे जो आपको चुनौती देंगे  
जो आपने सीखा है उसे लागू करें। इन कार्यों को वास्तविक अनुकरण करने के लिए डिज़ाइन किया गया है-  
दुनिया की समस्याएं जो स्टार्टअप संस्थापकों का सामना करती हैं, उन्हें सोचने के लिए धक्का देती हैं  
नो-कोड टूल का उपयोग करके समाधान खोजने के लिए गंभीर और रचनात्मक रूप से। इन  
व्यायाम आपको नो-कोड की दुनिया में डुबो देगा, आपकी मदद करेगा  
व्यावहारिक कौशल विकसित करें और नो-कोड के सिद्धांतों को समझें।  
इसके अतिरिक्त, हम दूसरों से सीखने की शक्ति को पहचानते हैं।  
इसीलिए हमने संस्थापकों के साथ साक्षात्कार शामिल किए हैं जिनके पास है  
नो-कोड का उपयोग करके सफलतापूर्वक निर्मित स्टार्टअप। इन संस्थापकों के पास है  
अपनी यात्राओं सहित, अपनी यात्राओं को सामान्य रूप से साझा किया,  
चुनौतियां, और अंतर्दृष्टि, आपको अमूल्य वास्तविक दुनिया के साथ प्रदान करना  
परिप्रेक्ष्य।

इस पुस्तक में संदर्भ सामग्री एक और महत्वपूर्ण पहलू है  
प्रमुखता से दिखाना। इसमें नो-कोड टूल्स की एक व्यापक सूची शामिल है और  
संसाधन, उनके विवरण और उपयोग के मामलों के साथ। इन  
संदर्भ एक आसान मार्गदर्शक के रूप में काम करेंगे क्योंकि आप अपने नो-कोड को अपनाते हैं  
यात्रा, आपको सही उपकरण और संसाधनों को चुनने में मदद करना जो संरेखित करते हैं  
अपने स्टार्टअप की जरूरतों के साथ।

इस पुस्तक में मैं जो महत्वपूर्ण शक्तियों को लाता हूं, उनमें से एक का अनुभव एक के रूप में है  
स्टार्टअप संस्थापक। मैंने एक स्टार्टअप बनाने के तूफानों को पूरा किया है,  
अनगिनत चुनौतियों का नेविगेट किया, और साथ में कई सबक सीखे  
रास्ता। इस पुस्तक के दौरान, मैं अपने से उपाख्यान साझा करूंगा  
यात्रा, बाधाओं को दूर करने के लिए व्यावहारिक उदाहरणों को चित्रित करना,  
पिवट विचार, परीक्षण के लिए उपयोगकर्ताओं को ढूंढें, और बहुत कुछ।  
इसके अलावा, हम केवल नो-कोड टूल से परे संसाधनों में तल्लीन करेंगे।  
हम यह पता लगाएंगे कि ग्राफिक्स जैसे अतिरिक्त उपकरणों को कैसे खोजें और उपयोग करें,  
तस्वीरें, और मुफ्त में कॉपी करें। आखिरकार, एक स्टार्टअप का निर्माण अधिक के बारे में है  
सिर्फ कोडिंग से। यह एक आकर्षक और सार्थक उपयोगकर्ता बनाने के बारे में है  
अनुभव, और ये संसाधन उस प्रक्रिया में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं।

सारांश में, इस पुस्तक को आपके ऑल-इन-वन गाइड के लिए डिज़ाइन किया गया है  
नो-कोड स्टार्टअप बिल्डिंग की दुनिया को नेविगेट करना। चाहे आप ए



अनुभवही उद्यमी या बस शुरू, यह पुस्तक आपको सुसज्जित करेगी  
ज्ञान, कौशल और संसाधन आपको अपना स्टार्टअप बनाने की आवश्यकता है  
नो-कोड टूल का उपयोग करना। याद रखें, यह यात्रा सीखने के बारे में है,  
बढ़ रहा है, और प्रक्रिया का आनंद ले रहा है।

Oceanofpdf.com

2

खोज और विचार

हल करने के लिए एक समस्या खोजना

हम सभी फेसबुक, स्ट्रैटोस्फेरिक सोशल नेटवर्क के बारे में सुना है

उंगल

कई तकनीकी पाई में रु। शुरुआती दिनों में, यह एक के रूप में शुरू हुआ

हार्वर्ड छात्रों के साथ जुड़ने और बातचीत करने के लिए सरल मंच

अन्य विश्वविद्यालयों में फैलने से पहले एक -दूसरे और अंततः

आम जनता। फेसबुक के संस्थापकों ने एक समस्या की पहचान की:

लोगों को अपने साथियों के साथ जुड़े रहने की इच्छा, यहां तक कि जब भी

शारीरिक रूप से अलग हो गया। और उन्होंने एक समाधान बनाया जो गूंजता था

दुनिया भर में लाखों।

इसी तरह, वैश्विक ऑनलाइन भुगतान प्रणाली, पेपैल ने संबोधित किया

सुरक्षित, तेज और सरल वित्तीय लेनदेन बनाने की समस्या

इंटरनेट पर। उन्होंने एक आवश्यकता को मान्यता दी, विशेष रूप से के युग में

ई-कॉमर्स को बढ़ावा देना, और एक मंच विकसित किया जो

जिस तरह से हम ऑनलाइन लेनदेन करते हैं, उसमें क्रांति ला दी।

दूसरी ओर, Etsy ने शिल्पकारों और कारीगरों को बेचने के लिए एक समाधान दिया

एक वैश्विक दर्शकों के लिए उनकी रचनाएँ। इसके लिए एक मंच की पेशकश की

एक वैश्विक दर्शकों तक पहुंचने के लिए स्वतंत्र रचनाकार, एक आसान प्रदान करते हैं-

करने के लिए, सस्ती ऑनलाइन स्टोरफ्रंट जो पहले से दुर्गम था

अनेक। Etsy ने बाजार में एक अंतर देखा और इसे एक समाधान से भर दिया

एक आला अभी तक बड़े आकार के उपयोगकर्ता आधार को पूरा किया।

जैसा कि ये उदाहरण बताते हैं, हर सफल स्टार्टअप एक के साथ शुरू होता है

समस्या जिसे हल करने की आवश्यकता है। और ये समस्याएं मिल सकती हैं

कहीं भी - हमारे दैनिक जीवन में, दूसरों के साथ हमारी बातचीत में, और यहां तक कि

हमारे व्यक्तिगत अनुभवों में। मेरे मामले में, एक पुराने दर्द के साथ रहना

हालत ने मुझे उन चुनौतियों से अवगत कराया जिन्हें मैंने पहले नहीं माना था। यह

मुझे व्यक्तियों के सामने आने वाले मुद्दों पर एक अनूठा परिप्रेक्ष्य दिया

मुझे, मुझे एक ऐसा समाधान बनाने के लिए प्रेरित करना जो उनके जीवन को बना सके

थोड़ा आसान।

एक सम्मोहक समस्या की पहचान करना जिसे एक समाधान की आवश्यकता है, पहले है

और यकीनन एक सफल स्टार्टअप बनाने के लिए सबसे महत्वपूर्ण कदम। मैं से एक अधिकांश व्यवसाय असफल क्यों हैं, क्योंकि संस्थापक उत्पाद-बाजार फिट पाने में विफल रहते हैं। यानी, उन्होंने बनाया है कुछ ऐसा जो लोग सिर्फ चाहते हैं या जरूरत नहीं है। एक समस्या खोजना है एक कला का रूप और न केवल एक से एक विचार लेने का एक अभ्यास टोपी। इसमें समय और बहुत धैर्य हो सकता है। यह भी महत्वपूर्ण है शुरू से ही याद रखें कि आपकी प्रारंभिक समस्या आप के रूप में विकसित हो जाएगी अपने ग्राहकों से प्रतिक्रिया प्राप्त करें। हम बाद में इसके साथ अधिक व्यवहार करेंगे पुस्तक, लेकिन अभी के लिए, आपको बाहर जाने और उस चिंगारी को खोजने की जरूरत है। कई वर्षों से मेरे द्वारा किए गए कई विचार से उपजा है खुद को, मेरे परिवार और मेरे नेटवर्क का अवलोकन करना। कितनी बार करते हैं आप किसी को यह कहते हुए सुनते हैं, 'ओह, काश यह ऐसा होता, या 'मेरा जीवन होता इतना आसान अगर ऐसा हुआ '। वे सुराग हैं जो मैं भुगतान करने की कोशिश करता हूं पर ध्यान। कभी-कभी, मैं कुछ ऐसा सामना करूंगा जो निराश हो मुझे इतना है कि मैं सोचता हूं कि मैं इसे कैसे बेहतर करूंगा। मेरा स्टार्टअप, Willo.social एक बहुत ही व्यक्तिगत निराशाजनक अनुभव के साथ शुरू हुआ। जैसा एक दीर्घकालिक स्वास्थ्य स्थिति के साथ कोई, मैंने अपने कोविड का अधिकांश हिस्सा खर्च किया लॉकडाउन एक उपयुक्त ऑनलाइन फिटनेस वर्ग खोजने की कोशिश कर रहा है जो पूरा करेगा मेरी जरूरतों के लिए। यह एक कठिन प्रक्रिया थी, और कई अन्य देखने के बाद इसी तरह की महिलाएं अपने संगरोध वजन के बारे में शिकायत करती हैं, मैं सोचा कि यह हल करने के लिए एक समस्या थी। इस बिंदु पर, मैं कर सकता था काफी आसानी से एक वेबसाइट का निर्माण किया, एक फिटनेस विशेषज्ञ पाया जो जानता था महिलाओं की स्वास्थ्य स्थितियों के बारे में कुछ और फिर बहुत भुगतान किया फेसबुक पर कक्षाओं का विज्ञापन करने के लिए पैसा। लेकिन मुझे यह भी पता था कि यह हो सकता है समय की एक बड़ी बर्बादी। इसके बजाय, मैं इनमें से कुछ महिलाओं के पास पहुंचा ऑनलाइन और पाया कि उनके पास या तो एक जिम सदस्यता थी या वे ऑनलाइन फिटनेस करने में दिलचस्पी नहीं थी। बाजार था पहले से ही बाढ़ आ गई थी, और उस समय, वे बमबारी कर रहे थे 'महिला वजन घटाने' के विज्ञापनों के साथ। मुझे इस ऐप के लिए उनकी भूख का एहसास हुआ थोड़ा सुस्त हो सकता है। इन साक्षात्कारों के दौरान, हालांकि, मैंने एक उचित संख्या पर उठाया है दोस्तों के साथ योजनाओं को रद्द करने या काफी महसूस करने के बारे में बात करने वाले लोग उनकी स्थिति के कारण अलग-थलग। एक समस्या पर शोध करते हुए, मैं एक और मिला!

सही समस्या खोजना कोई कार्य नहीं है। यह है एक डिस्कवरी प्रक्रिया के लिए एक खुले दिमाग और एक उत्सुक कान की आवश्यकता होती है। मैंने हाल में कई उद्यमियों से पूछा गया कि उन्हें हल करने के लिए समस्याएं कैसे पाते हैं।

उनमें से कई ने अपनी नौकरी में समस्याओं को खोजने के बारे में बात की, जैसे दोहरावदार व्यवस्थापक कार्य करने या कुछ खोजने में सक्षम नहीं होने के कारण प्रमुख मेट्रिक्स आसानी से। कुछ ने कहा कि वे ऑनलाइन ब्लॉग या पोस्ट पढ़ना पसंद करते हैं लिंकडइन पर क्योंकि इसने विचारों को उछालने में मदद की। एक उद्यमी भी जीपीटी से मंथन करने के लिए एआई-जनरेशन टूल का उपयोग करने के लिए स्वीकार किया गया समस्याएं जो वह अधिक जांच कर सकती थीं। सभी ने क्या सहमत किया क्या वह लोगों से बात कर रहा था और उत्सुक होना सबसे अच्छा तरीका था समस्याओं और विचारों से बाहर।

एक उपकरण जो मेरी समस्या-शिकार का एक अभिन्न हिस्सा बन गया प्रक्रिया एक विचार नोटबुक थी। यह नोटबुक मेरी निरंतरता बन गई साथी, प्रेरणा या समस्या की हर चिंगारी को पकड़ने के लिए एक जगह सामना किया। हर बातचीत,

हर अवलोकन, हर विचार

उन पृष्ठों में एक घर मिला। एक 'विचार व्यक्ति' के रूप में, मेरा दिमाग था हमेशा नई अवधारणाओं और संभावनाओं के साथ गुलजार। हालाँकि, यह आसान है बहुत सारे विचारों से अभिभूत होने के लिए। यह वह जगह है जहां नोटबुक काम में आया। इसने मुझे अपने विचारों पर नज़र रखने और रहने में मदद की हाथ में समस्या पर ध्यान केंद्रित किया।

मेरी यात्रा के प्रमुख तत्वों में से एक दूसरे तक पहुंच रहा था

उद्यमी, उनकी सलाह और प्रतिक्रिया मांग रहे हैं। कई स्थानीय पुस्तकालय और व्यवसाय-समर्थन केंद्र मुफ्त मेंटरशिप कार्यक्रम प्रदान करते हैं, अमूल्य मार्गदर्शन और परिप्रेक्ष्य प्रदान करना। एक एकल संस्थापक के रूप में, यह मेरे बाहर अपने विचारों पर प्रतिक्रिया प्राप्त करने के लिए मेरे लिए महत्वपूर्ण था सामान्य ग्राहक खोज सत्र। की रचनात्मक समालोचना प्राप्त करना आप जो कर रहे हैं वह वास्तव में आपके अंतिम उत्पाद को और भी बेहतर बनाता है। ये वार्तालाप न केवल ज्ञानवर्धक थे, बल्कि प्रेरणादायक भी थे। उन्होंने मुझे याद दिलाया कि हर समस्या एक बनाने का अवसर है अंतर।

अंत में, आप जिस समस्या को हल करने के लिए चुनते हैं, वह न केवल होनी चाहिए महत्वपूर्ण लेकिन व्यक्तिगत रूप से आपके साथ भी प्रतिध्वनित करें। आखिरकार, आप होंगे इसके साथ काफी समय बिताना। मेरे मामले में, पुरानी स्वास्थ्य स्थितियों वाले व्यक्तियों द्वारा सामना की जाने वाली चुनौतियां थीं मेरे दिल के करीब, और इस मुद्दे के लिए मेरे जुनून ने मेरी ड्राइव को बढ़ावा दिया एक समाधान खोजो।

समस्या शिकार जिज्ञासा, सहानुभूति, और का एक नाजुक नृत्य है अटलता। यह पहचानने के बारे में है कि कौन प्रभावित है, समझना समस्या की प्रकृति, और यह पता लगाना कि यह वर्तमान में कैसा है

संबोधित किया। यह लोगों की कहानियों को सुनने, रुझानों का विश्लेषण करने के बारे में है, और डेटा-संचालित निर्णय लेना। लेकिन सबसे महत्वपूर्ण बात, इसके बारे में लोगों के जीवन में सकारात्मक बदलाव लाने के लिए प्रतिबद्ध है।

क्योंकि अंत में, सबसे सफल स्टार्टअप सिर्फ नहीं हैं

व्यवसाय; वे वास्तविक दुनिया की समस्याओं के समाधान हैं।

समस्याओं के लिए शिकार करते समय, यह उद्देश्यपूर्ण होना आवश्यक है और

निष्पक्ष, भले ही यह कुछ ऐसा हो जो आपने स्वयं अनुभव किया हो। आप

सिर्फ एक व्यक्ति हैं, इसलिए एक कदम वापस लेना और पता लगाना महत्वपूर्ण है

अगर यह सिर्फ आपसे बड़ा है। यह अविश्वसनीय रूप से एक से जुड़ना आसान है

विचार और उस लेंस के माध्यम से सब कुछ देखना शुरू करें। हालांकि, ऐसा

संकीर्ण दृश्य से गुमराह समाधान हो सकते हैं। के साथ मेरी बातचीत में

मेरे नए स्टार्टअप के लिए संभावित उपयोगकर्ता, जिसे अब willo.social कहा जाता है, मैंने इसे बनाया

ओपन-एंड, निष्पक्ष प्रश्न पूछने के लिए इंगित करें। इसके बजाय, के साथ अग्रणी,

'मैं इस समुदाय का निर्माण पुरानी स्वास्थ्य वाले लोगों के लिए बना रहा हूँ

स्थितियाँ; आपको क्या लगता है? ', मैंने पूछा, 'आखिरी बार आप कब थे

आप वास्तव में भाग लेना चाहते थे? '

आपको जाने से रोक दिया? '

प्रतिक्रियाएं जो मुझे उन वास्तविक मुद्दों को समझने में मदद करती हैं जो उन्होंने सामना किए थे।

अपना समाधान बनाना: पागल 8 फ्रेमवर्क

आपके द्वारा अपने सभी समस्या अनुसंधान करने के बाद, अगला कदम है

उस समस्या को हल करने के तरीके पर विचार करना शुरू करें। कोई एक आकार-फिट नहीं है-

इस प्रक्रिया के लिए सभी दृष्टिकोण। कभी-कभी, समाधान हो सकता है

सहज रूप से स्पष्ट, क्योंकि यह मेरे मामले में विलो.सोशल के साथ था। तथापि,

ऐसे समय होते हैं जब आपको कई मंथन की आवश्यकता हो सकती है

सबसे अच्छा विचार उत्पन्न करने के लिए समाधान। और फिर, वे समय हैं

जब आप एक रचनात्मक ब्लॉक से जूझ रहे हों और थोड़ी मदद की जरूरत होती है

अपने विचारों को आगे बढ़ाना।

विचारों को उत्पन्न करने के कई अलग-अलग तरीके हैं, और कई

फ्रेमवर्क इस प्रयास में आपकी सहायता कर सकते हैं। मंथन सत्र,

माइंड मैप्स, और स्नॉट एनालिसिस सामान्य तकनीक हैं, प्रत्येक के साथ

इसकी ताकत और कमजोरियाँ। लेकिन इन सभी के बीच, मेरे व्यक्तिगत

पसंदीदा पागल 8S फ्रेमवर्क है।

क्रेजी 8s फ्रेमवर्क एक तेज़-तरार आइडिएशन तकनीक है

Google वेंचर्स के पवित्र हॉल में उत्पन्न हुआ। यह करने के लिए डिज़ाइन किया गया है

तेजी से विचार पीढ़ी को उत्तेजित करें और रचनात्मक बाधाओं को दूर करें।

Name Crazy 8s 'नाम की एक शीट को मोड़ने के अभ्यास से आता है

आठ खंडों में कागज और एक मिनट में एक विचार स्केचिंग में खर्च करना

प्रत्येक खंड, इस प्रकार आठ मिनट में आठ विचार पैदा करते हैं।

यह अभ्यास बहुत बहुमुखी है। आप इसे अपने दम पर या उसके साथ कर सकते हैं टीम। तुम भी अपने विश्वसनीय दोस्तों और परिवार में मदद करने के लिए रस्सी कर सकते हैं लेकिन बौद्धिक संपदा स्वामित्व के बारे में सावधान रहें। याद है, लक्ष्य विभिन्न प्रकार के विचारों को बनाना है, न कि सही समाधान का उत्पादन करना एक ही बार में। उद्देश्य अपने दिमाग को मुक्त करना है और विचारों को बहने देना है। अब, इस अवधारणा को एक साधारण समस्या पर लागू करें: `start` स्टार्टअप संस्थापक मदद करने के लिए बहुत अधिक आवश्यक टीम के सदस्यों को नियुक्त नहीं कर सकते उनका व्यवसाय बढ़ता है '। यहां बताया गया है कि हम कैसे पागल 8 का उपयोग करने जा रहे हैं इस समस्या को हल करने के लिए कुछ विचार उत्पन्न करने के लिए ढांचा:

चरण 1: तैयारी

कागज की एक शीट प्राप्त करें और इसे मोड़ो ताकि इसमें आठ खंड हों। आप शायद आठ मिनट के लिए एक टाइमर सेट करना चाहते हैं, आपको केवल एक मिनट प्रति व्यक्ति देना है विचार।

चरण 2: नियम

बस एक नियम है: प्रत्येक अनुभाग को एक अलग विचार के साथ भरें एक मिनट की समय सीमा।

यह सब त्वरित सोच के बारे में है, सही नहीं है

कार्यान्वयन। स्केच, स्क्रिबल, या नीचे कीवर्ड को जोट - जो भी मदद करता है आप अपना विचार व्यक्त करते हैं।

एक सेकंड ले लो और एक पेंसिल और कागज की एक शीट पकड़ो; थे रचनात्मक होने के बारे में! अपने पागल 8 फ्रेमवर्क सेट करें और ऊपर आएँ हमारे कैश-स्ट्रैण्ड फाउंडर की समस्या के लिए कुछ समाधानों के साथ।

याद रखें कि इसे उखाड़ फेंकें - यह एक त्वरित और मजेदार माना जाता है उन रचनात्मक रस को बहने के लिए व्यायाम करें।

आइए कुछ विचारों में गोता लगाएँ जो मैंने पूरा करने से उत्पन्न किए थे यह ढांचा:

1। फ्रीलांस प्लेटफॉर्म: एक विशेषज्ञ-के लिए किराया मंच जो मदद करता है स्टार्टअप्स उस विशेषज्ञता को किराए पर लेते हैं जिसकी उन्हें आवश्यकता होती है।

2। वर्चुअल असिस्टेंट: एआई-आधारित वर्चुअल असिस्टेंट का उपयोग करें प्रशासनिक कार्य। वे कैलेंडर का प्रबंधन कर सकते हैं, भेज सकते हैं रिमाइंडर, और यहां तक कि ग्राहक सेवा पूछताछ को भी संभालते हैं, संस्थापकों को समय और पैसा बचाने में मदद करना।

3। स्वचालित वर्कफ्लो: एक उपकरण जो स्टार्टअप बनाने में मदद करता है सबसे अधिक समय लेने वाले कार्यों के ऑटोमेशन।

4। इंटरनशिप कार्यक्रम: एक ऐसा मंच जो छात्रों को जोड़ता है और इंटरनशिप के अवसरों की एक श्रृंखला के लिए स्टार्टअप के साथ स्नातक।

5। क्राउडसोर्सिंग प्लेटफॉर्म: खरीदने के लिए एक क्राउडसोर्सिंग प्लेटफॉर्म बहुत जरूरी संपत्ति जो हर स्टार्टअप की जरूरत है, जैसे कि ग्राफिक्स, सामग्री, और एक्सेल टेम्पलेट।

6। आसान किराया: एक ऐसा मंच जो स्टार्टअप को खोजने और अधिकार को किराए पर लेने में मदद करता है सही समय पर लोग, पैसे और संसाधनों की बचत करते हैं।

7। बिक्री प्लेटफॉर्म: एक बिक्री उपकरण जो व्यवसायों को सुधारने में मदद करता है राजस्व धाराएँ, बदले में उन्हें आवश्यक वृद्धि की अनुमति देती हैं टीम के सदस्यों को नियुक्त करने के लिए पूंजी।

8। क्राउडफंडिंग ऐप: एक उपकरण जो स्टार्टअप्स को निवेशकों को खोजने में मदद करता है टीम के सदस्यों को नियुक्त करने के लिए कौन आवश्यक पूंजी प्रदान करेगा एक इक्विटी हिस्सेदारी के बदले में।

जैसा कि आप देख सकते हैं, क्रेजी 8s फ्रेमवर्क ने हमें एक उत्पन्न करने में मदद की है समाधानों की व्यापक रेंज, प्रत्येक एक अद्वितीय से समस्या से निपटने के लिए कोण। कुछ विचार दूसरों की तुलना में अधिक संभव या व्यावहारिक लग सकते हैं, लेकिन यह इस अभ्यास की सुंदरता है। यह आपके रचनात्मक को बताने के बारे में है रस स्वतंत्र रूप से बहते हैं, चुनौतीपूर्ण धारणाएं और समस्या को देखते हैं ताजा दृष्टिकोण से।

क्रेजी 8 एस फ्रेमवर्क की सुंदरता इसकी गति और दक्षता में है।

यह हमारे प्राकृतिक झुकाव को आगे बढ़ाता है और आत्म-सेंसर को उखाड़ता है, निर्णय या निषेध के बिना विचारों को फैलाने के लिए हमें धक्का देना। यह प्रक्रिया कुछ आश्चर्यजनक समाधान सामने ला सकती है जो आप कर सकते हैं अधिक पारंपरिक विचार -मंथन सत्र में विचार नहीं किया है।

याद रखें, यह सिर्फ शुरुआत है। एक बार जब आप अपने विचार रखते हैं कागज, आप उन्हें परिष्कृत करना शुरू कर सकते हैं, इसी तरह का विलय कर सकते हैं, त्याग कर सकते हैं अव्यवहारिक लोगों, और होनहार लोगों पर विस्तार। साथ प्रत्येक पुनरावृत्ति, आपका समाधान अधिक ठोस और सिलवाया जाएगा आपकी समस्या के लिए।

इस अभ्यास से सबसे महत्वपूर्ण takeaway विचार नहीं है

खुद लेकिन उन्हें उत्पन्न करने की प्रक्रिया। यह गले लगाने के बारे में है

रचनात्मक अराजकता, रैखिक सोच से मुक्त, और एहसास

किसी समस्या को हल करने के लिए सिर्फ एक नहीं बल्कि कई तरीके हैं।

CRAZY 8S फ्रेमवर्क आपके विचारधारा में एक शक्तिशाली उपकरण है। इसका इस्तेमाल करें

जब भी आप अटक जाते हैं या किसी समस्या को अलग से देखने की जरूरत होती है कोण।

किसी समस्या की पहचान करने से लेकर समाधान खोजने तक की यात्रा एक है

रोमांचकारी साहसिक। यह चुनौतियों, ट्विस्ट और टर्न से भरा है, लेकिन

प्रत्येक चरण आपको अपने उद्यमशीलता के लक्ष्य के करीब लाता है। साथ

पागल 8s फ्रेमवर्क, आप एक ऐसी तकनीक से लैस हैं जो कर सकते हैं अपनी रचनात्मकता के लिए एक स्प्रिंगबोर्ड प्रदान करते हुए, अपने विचारों को आगे बढ़ाएं। तो, उस कागज को बाहर निकालें, तह शुरू करें, और विचारों को प्रवाहित करें - आपका समाधान खोजे जाने की प्रतीक्षा कर रहा है।

अपने संभावित बाजार पर शोध करना

उद्यमिता के परिदृश्य में, एक समाधान बनाने का कार्य

एक समस्या के लिए यात्रा का पहला चरण है। एक बार एक समाधान है अवधारणा, अगला, समान रूप से महत्वपूर्ण कदम अनुसंधान करना है बाजार में विचार। यह शोध महत्वपूर्ण है क्योंकि यह निर्धारित करता है वास्तविक दुनिया में अपने विचार की व्यवहार्यता और संभव की पहचान करने में मदद करता है बाजार में प्रतियोगी।

जब मैं willo.social बनाने के बारे में सेट करता हूं, तो एक मंच के लिए डिज़ाइन किया गया है पुरानी स्वास्थ्य स्थितियों वाले व्यक्तियों को स्थानीय मित्रों को खोजने में मदद करें

लक्षण-उपयुक्त खेल और सामाजिक गतिविधियाँ, मेरे पास पहले हाथ था

हाथ में समस्या का अनुभव। मुझे पता था कि मैं क्या पेशकश करना चाहता था

ग्राहक। हालांकि, आगे बढ़ने से पहले, जांच करना महत्वपूर्ण था

परिदृश्य और देखें कि बाजार में पहले से ही क्या समाधान उपलब्ध थे।

क्या समाधान पहले से ही हैं, और वे कैसे काम नहीं कर रहे हैं?

शुरू करने के लिए, मैंने अपने ग्राहकों की ओर रुख किया। के पाठ्यक्रम में

उनकी समस्याओं पर चर्चा करते हुए, उन्होंने विभिन्न प्लेटफार्मों का उल्लेख किया

पहले से ही साहचर्य और गतिविधियों को खोजने के लिए उपयोग कर रहे थे। इन

Meetup.com, EventBrite, Facebook Groups, और एक जोड़ी शामिल है

विशिष्ट स्थितियों के लिए आला ऐप्स। मैंने इन्हें एक स्प्रेडशीट में सूचीबद्ध किया और

हर एक में एक गहरी गोता लगा। मैंने उनके प्रस्ताव को देखा

जीएस, मूल्य निर्धारण

संरचनाएं, ताकत और कमजोरियां। डेटा का प्रत्येक टुकड़ा था

सावधानीपूर्वक नोट किया।

इसके बाद, मैंने अपने शोध को व्यापक इंटरनेट पर ले लिया। मैंने खोजा

ऐप मार्केटप्लेस, उद्योग पत्रिकाएं और ब्लॉग, की तलाश में

संभावित प्रतियोगी। मैंने ग्राहक पर भी विशेष ध्यान दिया

समीक्षा और प्रतिक्रिया। ये अक्सर जानकारी के सोने की खमीनी होती हैं, जैसा कि

ग्राहक अक्सर इस बारे में पोस्ट करते हैं कि वे एक सेवा के साथ क्या नहीं कर सकते हैं या

वे क्या चाहते हैं यह पेशकश करेगा। इस तरह की अंतर्दृष्टि आपको मार्गदर्शन कर सकती है

बाजार और उन क्षेत्रों में unmet आवश्यकताएँ जिन्हें आप कैपिटल कर सकते हैं।

मैंने एक फीचर सूची बनाई जिसमें मेरे प्रतियोगियों ने जो पेशकश की, उसकी तुलना की

उनके ग्राहक। यह अंतराल की पहचान करने का एक शानदार तरीका था

बाजार और संभावित अद्वितीय विक्रय बिंदु (USPS) willo.social के लिए।



इस क्षेत्र में कितना पैसा है?

निवेशक रुझान बाजार अनुसंधान का एक और महत्वपूर्ण हिस्सा हैं। कहाँ क्या निवेशक आपके सेक्टर में अपना पैसा लगा रहे हैं? अगर उद्यम पूंजीपतियों निवेश कर रहे हैं, यह एक अच्छा संकेतक है कि ग्राहक पैसा खर्च कर रहे हैं उस क्षेत्र में।

मेरे बाजार का पैमाना और अवसर क्या है?

सरकारी सांख्यिकीय साइटें अमूल्य डेटा भी प्रदान कर सकती हैं। इन आप जिस समस्या से निपट रहे हैं, उसके पैमाने को समझने में आपकी मदद कर सकते हैं, अर्थव्यवस्था की लागत, और इसके भीतर संभावित अवसर। भी, उपभोक्ता प्रवृत्ति रिपोर्टों पर एक नज़र डालें, जिनमें से कई आपको मिलेंगे एक त्वरित Google खोज करने के माध्यम से ऑनलाइन।

उपयोगकर्ता अनुसंधान का संचालन कैसे करें

इस तरह के व्यापक शोध का संचालन करते समय, संगठन महत्वपूर्ण है।

एक्सेल या गूगल शीट जैसे उपकरण डेटा रखने के लिए महान हैं

संरचित और सुलभ। गुणात्मक डेटा के लिए, धारणा जैसा उपकरण कर सकता है

अपने नोट्स और टिप्पणियों को व्यवस्थित रखने में मदद करें।

आज के युग में, आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस (एआई) भी एक मूल्यवान सहयोगी हो सकता है

बाजार अनुसंधान में। Openai द्वारा विकसित चटपट की तरह एक AI टूल,

डेटा के बड़े संस्करणों का विश्लेषण करने में मदद कर सकते हैं, रुझानों की पहचान कर सकते हैं, और यहां तक कि अंतर्दृष्टि उत्पन्न करें। इसकी प्राकृतिक भाषा प्रसंस्करण क्षमता का उपयोग किया जा सकता है

ग्राहक समीक्षाओं और कई में प्रतिक्रिया के माध्यम से झारना

प्लेटफ़ॉर्म और उपयोगी जानकारी निकालें।

बाज़ार में अपने विचार पर शोध करना एक महत्वपूर्ण कदम है

उद्यमी यात्रा। यह आपको अपनी प्रतियोगिता को समझने में मदद करता है,

बाजार में अंतराल की पहचान करें, और बेहतर मिलने के लिए अपने समाधान को ठीक करें

आपके ग्राहकों की जरूरतें। जबकि यह एक समय लेने वाला हो सकता है

प्रक्रिया, प्राप्त अंतर्दृष्टि सफलता के बीच अंतर हो सकता है

और अपने स्टार्टअप की विफलता। याद रखें, ऐसी कोई चीज भी नहीं है

बहुत जानकारी जब आपके बाजार को समझने की बात आती है।

संभावित ग्राहकों को कैसे खोजें और साक्षात्कार करें

अपने संभावित ग्राहकों को समझना एक मौलिक तत्व है

सफल उद्यमिता की। यह समझ में निहित है

पूरी तरह से ग्राहक प्रोफाइलिंग और सावधान साक्षात्कार, जो मदद करता है

सुनिश्चित करें कि आपका उत्पाद या सेवा बाजार की जरूरतों से मेल खाती है, उपयोगकर्ताओं को संलग्न करती है,

और आपके व्यवसाय के विकास को बढ़ावा देता है। ये प्रथाएं हैं

आपके लक्षित दर्शक बी 2 सी के बावजूद लागू हो

(व्यापार को वाणिज्य) या बी 2 बी (व्यवसाय के लिए व्यवसाय)।



बी 2 सी क्षेत्र में साक्षात्कार के लिए संभावित ग्राहकों की पहचान करना उनके ऑनलाइन और ऑफलाइन सभा की समझ की आवश्यकता है स्पॉट। ये विभिन्न सोशल मीडिया प्लेटफार्मों से लेकर हो सकते हैं ऑनलाइन मंच, स्थानीय सामुदायिक समूह, या ऑफलाइन घटनाएं। बी 2 बी के लिए, लिंकडइन, उद्योग-विशिष्ट जैसे पेशेवर नेटवर्क में टैपिंग फ़ोरम, ट्रेड शो, और व्यावसायिक सम्मेलन रणनीतिक रास्ते हैं। संभावित साक्षात्कारकर्ताओं के साथ संपर्क शुरू करते समय, यह महत्वपूर्ण है पारदर्शिता और एक विनम्र स्वर बनाए रखें। स्पष्ट रूप से समझाएं कि आप कौन हैं हैं और आप इस शोध का संचालन क्यों कर रहे हैं, और उन्हें आश्वस्त करते हैं उनके योगदान का महत्व और मूल्य। यदि आप करने का इरादा रखते हैं बातचीत को रिकॉर्ड करें, सम्मान के लिए अग्रिम में उनकी सहमति लें उनके अधिकार और यह भी सुनिश्चित करने के लिए कि आपके पास एक सटीक संदर्भ है उनकी प्रतिक्रिया।

के दौरान प्रतिक्रियाओं को दस्तावेज करने के लिए एक व्यवस्थित विधि रखें साक्षात्कार। एक निष्पक्ष, सावधानीपूर्वक रिकॉर्ड न केवल एक सुविधा देता है प्रतिक्रिया के लिए सहज संदर्भ बाद में लेकिन प्रभावी भी सक्षम बनाता है विश्लेषण। इस जानकारी को वर्गीकृत करने के लिए एक स्प्रेडशीट का उपयोग करना साबित हो सकता है काफी प्रभावी होना।

इस प्रक्रिया का एक महत्वपूर्ण पहलू आपको परिभाषित और परिष्कृत करना है ग्राहक के आधार। यह कभी-कभी एक चुनौती हो सकती है, जैसा कि मैंने अपने दौरान पाया था प्रारंभिक स्टार्टअप प्रयास। हम एक उत्पाद विकसित कर रहे थे जिसका उद्देश्य था अपने मानसिक स्वास्थ्य का बेहतर प्रबंधन करने के इच्छुक व्यक्ति। शुरू में, हमारे दृष्टिकोण व्यापक था; हमने किसी भी अनुभव के साथ किसी का भी साक्षात्कार किया मानसिक स्वास्थ्य के मुद्दों। हालांकि, हमें जल्द ही एहसास हुआ कि हालांकि वे कुछ सामान्य मुद्दों को साझा किया, उनके अनुभवों की बारीकियों के परिणामस्वरूप सैकड़ों अनूठी समस्याओं में। इसने हमें महत्व सिखाया एक विशिष्ट ग्राहक आधार पर लक्षित ध्यान केंद्रित। हमारे अंतिम ग्राहक एचआर निदेशक अपने कर्मचारियों को सहायक उपकरण प्रदान करने की मांग कर रहे थे चिंता और तनाव को संभालना। थी

एस अहसास पहले आ सकता था

क्या हमने शुरू से ही सटीक व्यक्तित्व तैयार किया था।

इस कार्यप्रणाली का अनुप्रयोग के दौरान महत्वपूर्ण साबित हुआ

willo.social का विकास, हमें तीन प्राथमिक की पहचान करने की अनुमति देता है

हमारे संभावित ग्राहकों का सामना करना पड़ा: उपयुक्त स्थानीय की कमी

समर्थन समूहों, वांछित गतिविधियों में भाग लेने में कठिनाई

उनकी अनूठी जरूरतें, और क्या गतिविधियों के बारे में अनिश्चितता होगी

सबसे उपयुक्त उनके लक्षणों को देखते हुए। इस समझ ने आकार दिया

विलो का विकास और प्रसाद।

सही साक्षात्कार अनुरोध ईमेल को क्राफ्ट करना

संभवतः एक बिंदु आ जाएगा जहां आप अपने तत्काल को समाप्त कर देंगे

नेटवर्क जब साक्षात्कार की व्यवस्था करने की बात आती है। इसके बजाय, आप जा रहे हैं

या तो फोन उठाना है और कुछ ठंडा आउटरीच करना है,

और/या आपको एक विनम्र ईमेल के माध्यम से उपयोगकर्ताओं के साथ जुड़ना होगा।

यह एक टेम्पलेट है जिसका उपयोग मैं लिंकडइन या के माध्यम से उपयोगकर्ताओं के साथ जुड़ने के लिए करता हूं

निजी कंपनी ईमेल:

विषय: [समस्या क्षेत्र] के बारे में एक संक्षिप्त चर्चा के लिए निमंत्रण

प्रिय [पहला नाम],

मेरा नाम [आपका नाम] है, और मैं एक उत्पाद डेवलपर की खोज कर रहा हूं

[समस्या क्षेत्र] में एक समाधान। एक [प्रासंगिक के रूप में

विशेषता/नौकरी/भूमिका], आपकी अंतर्दृष्टि अविश्वसनीय रूप से होगी

हमारे शोध के लिए मूल्यवान।

क्या आप चर्चा करने के लिए एक गोपनीय, 30 मिनट की कॉल के लिए खुले होंगे

[विशिष्ट कार्य/भूमिका] से संबंधित चुनौतियां? आपका इनपुट

इस डोमेन में उपयोगकर्ता की जरूरतों को पूरा करने वाले समाधान को आकार देने में मदद कर सकता है।

मुझे आपकी प्रतिक्रिया का इंतज़ार रहेगा।

श्रेष्ठ,

[आपका नाम]

निम्नलिखित अनुभाग में, हम इस के निर्माण में तल्लीन करेंगे

ईमेल कैप्चर पेज और चर्चा करें कि यह एक प्रारंभिक कदम के रूप में कैसे कार्य करता है

इच्छुक व्यक्तियों को क्षमता में बदलने की यात्रा

ग्राहक।

एक स्वचालित ईमेल कैप्चर का निर्माण करें

मेरे लिए एक महत्वपूर्ण कदम एक ईमेल कैप्चर बनाना है। यह एक है

सरल एक-पृष्ठ वेबसाइट जिसमें कुछ बुनियादी जानकारी है

आपका व्यवसाय और एक फॉर्म जो उपयोगकर्ताओं को अपना नाम जमा करने के लिए कहता है और

ईमेल। यह हो सकता है कि वे उत्पाद अपडेट प्राप्त करना चाहते हैं या वे

एक साक्षात्कार शेड्यूल करना चाहेंगे। अगर बहुत से लोग साइन अप कर रहे हैं

अपडेट के लिए तब यह एक अच्छा संकेत है कि इसमें कुछ रुचि है

क्या आप कर रहे हैं।

यदि आपने पहले कोई ईमेल कैप्चर पेज नहीं बनाया है, तो चिंता न करें! मैं हूँ

आपको इसे प्राप्त करने के लिए आवश्यक सरल कदमों के माध्यम से लेने के बारे में

ऑनलाइन और ईमेल डेटा एकत्र करना।

इस प्रक्रिया में पहला कदम एक लैंडिंग पृष्ठ बनाना है जहां

आप अपने फॉर्म की मेजबानी करेंगे। आप इसे वेबसाइट बिल्डरों के साथ पूरा कर सकते हैं

वर्डप्रेस, विक्स या वेबप्लो की तरह। इन प्लेटफार्मों को यह आसान बनाता है कोडिंग में तल्लीन करने की आवश्यकता के बिना एक वेबपेज डिजाइन और लॉन्च करें। हालाँकि, यदि आपका ध्यान सोशल मीडिया के माध्यम से फॉर्म साझा कर रहा है पोस्ट या ईमेल, आप स्टैंड-अलोन फॉर्म जनरेटर का उपयोग करना पसंद कर सकते हैं।

MailChimp, JotForm, या Google फॉर्म जैसे उपकरण के लिए उत्कृष्ट हैं

यह उद्देश्य। आदर्श रूप से, आपका फॉर्म उपयोगकर्ता का नाम, ईमेल एकत्र करना चाहिए, और नौकरी का शीर्षक (विशेष रूप से बी 2 बी उत्पादों के लिए महत्वपूर्ण)। ये उपकरण भी एक 'एम्बेड' सुविधा की पेशकश करें, जिससे आप फॉर्म को एक में एकीकृत कर सकें ईमेल या वेबपेज, अपने उपयोगकर्ताओं के लिए एक सहज अनुभव प्रदान करता है।

इस प्रक्रिया का एक अभिन्न अंग सुरक्षित रूप से एकत्र किए गए हैं

ईमेल। MailChimp जैसी सेवाएं भंडारण सुविधाओं की पेशकश करती हैं, एक के साथ शुरू होती है निः शुल्क स्तरीय और अपने डेटाबेस के रूप में सदस्यता-आधारित योजनाओं में जाना बढ़ता है। वैकल्पिक रूप से, आप एक स्प्रेडशीट का उपयोग करने पर विचार कर सकते हैं, लेकिन संभावित सुरक्षा जोखिमों से सावधान रहें। आपकी चुनी हुई विधि की परवाह किए बिना, अपने देश के गोपनीयता कानूनों और डेटा का पालन करना याद रखें संरक्षण नियम।

Willo.social के मामले में, हमने एक सरल स्थापित करने के लिए वर्डप्रेस का उपयोग किया लैंडिंग पृष्ठ। एक डोमेन नाम और होस्टिंग सेवा खरीदने के बाद, हमने ईमेल कैप्चर के लिए एक एम्बेडेड फॉर्म बनाने के लिए MailChimp का उपयोग किया। MailChimp के उपयोगकर्ता के अनुकूल इंटरफ़ेस ने भी हमें एकीकृत करने की अनुमति दी कैलेंडली के साथ, एक मीटिंग शेड्यूलिंग टूल, 30 मिनट के स्लॉट की स्थापना ज़ूम कॉल के लिए।

MailChimp और कैलेंडली के बीच एकीकरण का मतलब था

हर बार जब कोई उपयोगकर्ता एक साक्षात्कार निर्धारित करता है, तो मुझे एक अधिसूचना मिली, और उपयोगकर्ता को ज़ूम लिंक के साथ एक पुष्टिकरण ईमेल मिला। यह स्वचालित प्रणाली ने प्रक्रिया को सुव्यवस्थित किया, समय की बचत की और कम किया त्रुटि के लिए गुंजाइश।

ऐसे उदाहरणों के लिए जहां आपके चुने हुए उपकरण सीधे पेश नहीं करते हैं इंटीग्रेशन, ऑटोमेशन प्लेटफॉर्म जैसे जैपियर या इंटीगोमैट कर सकते हैं खाई पाटने। वे आपके कैलेंडर को आपके ईमेल कैप्चर से कनेक्ट कर सकते हैं सिस्टम, अपने वर्कफ़्लो को अधिक कुशल बनाता है। हम गहराई में जा रहे हैं ये स्वचालन उपकरण बाद में।

अब जब आपके पास एक अवलोकन है, तो आपके लिए प्रयोग करने का समय आ गया है।

एक ईमेल कैप्चर फॉर्म और मीटिंग शेड्यूलर बनाएँ

विचार। यह अनुभव आपकी समझ को गहरा करेगा

उपकरण और प्रक्रियाएं, आपको अपनी चुनौतियों के लिए लैस करती हैं

स्टार्टअप यात्रा। मेरा सुझाव है कि आप एक फॉर्म बनाने के साथ शुरू करें

पहले क्योंकि आप तब आसानी से इसे सीधे अपने में एम्बेड कर सकते हैं सामाजिक

पेज और ईमेल। आप पुराने जमाने के you कर सकते हैं 'आप किस समय हैं नि: शुल्क? '

मीटिंग शेड्यूलर आपको और आपके नए संभावित ग्राहकों को बचाएगा समय और परेशानी। एक सुव्यवस्थित और त्वरित सेवा बनाना अधिक है बहुत सारे संचार डालकर आपको एक बैठक जीतने की संभावना है रास्ते में बाधाएं।

Oceanofpdf.com

3

अपने एमवीपी की योजना

MVP क्या है?

आपने 'न्यूनतम व्यवहार्य उत्पाद' नामक किसी चीज़ के बारे में सुना होगा।

यह आपके व्यवसाय के विकास में एक मूलभूत कदम है, जैसा कि

आपका MVP आपके विचार के पहले मूर्त प्रतिनिधित्व के रूप में काम करेगा

कि आप अपने ग्राहकों के हाथों में डाल सकते हैं।

एक एमवीपी आपके उत्पाद का सबसे सरल संस्करण है जो अभी भी है

इसके मुख्य मूल्य प्रस्ताव को वितरित करता है। यह तत्काल प्रदान करने के लिए डिज़ाइन किया गया है

विकास लागत को कम करते हुए जल्दी से मूल्य। MVP नहीं है

एक सस्ता उत्पाद बनाने के बारे में; यह सीखने के बारे में है। यह आपको अनुमति देता है

अपनी मान्यताओं को मान्य करें, उपयोगकर्ता अंतर्दृष्टि प्राप्त करें, बाजार का परीक्षण करें, और

प्रतिक्रिया के आधार पर iterate। सीधे शब्दों में कहें, एक एमवीपी सबसे छोटी चीज़ है

आप ग्राहक के मूल्य को वितरित कर सकते हैं और, रिटर्न में, आपको अनुमति देता है

इससे सीखने के लिए।

एक उद्यमी की कहानी क्यों शुरू कर रही है, इस बात की एक स्पष्ट याद के रूप में कार्य करती है

एक एमवीपी के साथ महत्वपूर्ण है। इस व्यक्ति ने एक नए मोबाइल डेटिंग की कल्पना की

अनुप्रयोग। उसने ग्राहक खोज चरण को छोड़ने का फैसला किया और चली गई

ऐप के विकास के लिए सीधे, ऐप प्राप्त करने के लिए £ 70,000 के करीब खर्च करना

व्यावसायिक रूप से निर्मित। ऐप में हर उस फीचर थे जिसकी वह कल्पना कर सकती थी,

उनमें से ज्यादातर उसके लक्षित दर्शकों के साथ अस्वाभाविक थे।

जब उसने ऐप लॉन्च किया, तो यह फ्लॉप हो गया। उसकी कुछ धारणाएँ

उसके उपयोगकर्ता आधार के बारे में सही था, लेकिन उसने जो समाधान बनाया था वह नहीं था

उनकी जरूरतों को प्रभावी ढंग से पूरा करें। असाधारण विशेषताएं उसने सोचा था

आवश्यक थे कि वह अपने उपयोगकर्ताओं के लिए अप्रासंगिक साबित हुई। अगर उसने शुरू किया था

एक एमवीपी के साथ, वह एक महत्वपूर्ण राशि बचा सकती थी और

समय, वास्तविक दुनिया की प्रतिक्रिया के आधार पर उसके विचार को परिष्कृत किया, और, सबसे अधिक

महत्वपूर्ण रूप से, विफलता के जोखिम को कम कर दिया।

Airbnb जैसी कंपनियों की शुरुआत के साथ इस कहानी के विपरीत और अमेज़ॅन। Airbnb का MVP एक साधारण वेबसाइट थी जो अल्पकालिक पेशकश करती थी उन लोगों के लिए जीवित क्वार्टर और नाश्ता जो एक बुक करने में असमर्थ थे संतृप्त सैन फ्रांसिस्को बाजार में होटल। विचार नहीं था लॉजिंग के लिए सबसे बड़ा वैश्विक बाजार बनाएं लेकिन एक हल करने के लिए तत्काल समस्या। वे मान्य करना चाहते थे यदि लोग थे अजनबियों के घरों में रहने में आरामदायक और उन्होंने ऐसा किया कुछ भी अतिरिक्त निर्माण।

इसी तरह, जब अमेज़ॅन ने पहली बार शुरू किया, तो यह ऑनलाइन बड़े पैमाने पर नहीं था मार्केटप्लेस यह आज है। अमेज़ॅन का एमवीपी एक साधारण ऑनलाइन प्लेटफ़ॉर्म था पुस्तकें बेचना। अमेज़ॅन के संस्थापक जेफ बेजोस ने किताबें चुनीं क्योंकि वे कम लागत वाले और सार्वभौमिक रूप से मांग की गई थीं। बेचकर ऑनलाइन किताबें, अमेज़ॅन इस बात की व्यापक धारणा का परीक्षण कर रहा था कि क्या ग्राहक ऑनलाइन उत्पाद खरीदने के लिए तैयार थे। इस एमवीपी की सफलता विचार को मान्य किया, और अमेज़ॅन ने धीरे-धीरे बिक्री में विस्तार किया वस्तुतः सब कुछ।

ये उदाहरण एमवीपी की शक्ति और महत्व पर जोर देते हैं। यह आपको अपने विचारों को मान्य करने, समय और धन बचाने की अनुमति देता है, और जोखिम में कमी। एक एमवीपी आपके व्यवसाय की मुख्य समस्या पर ध्यान केंद्रित करता है हल करना और इसे संबोधित करने के लिए सबसे सरल विधि का उपयोग करता है। लॉन्च करके एमवीपी, आप अपने ग्राहकों की प्रतिक्रिया से सीख सकते हैं, पुनरावृत्ति से अपने उत्पाद में सुधार करें, और कुछ ऐसा बनाएं जो वास्तव में उनके मिले जरूरत है। ध्यान हमेशा सीखने और अपनाने पर होना चाहिए, न कि पर पहले उदाहरण में एक आदर्श उत्पाद वितरित करना। अगले खंडों में, हम नो-कोड टूल का उपयोग करके एमवीपी का निर्माण करने के तरीके में गहराई से बताएंगे, आपको अपने उत्पाद को जल्दी से बाजार में लाने में मदद करना आर्थिक रूप से।

हमारी व्यावसायिक मान्यताओं का परीक्षण ग्राहक खोज से एक एमवीपी के निर्माण तक की यात्रा एक है उद्यमशीलता की प्रक्रिया में महत्वपूर्ण। इस स्तर पर, हम लेते हैं अनुसंधान हम एकत्र किए हैं, इसे सबसे प्रमुख के लिए नीचे डिस्टिल्ड हमारे ग्राहक का सामना करना पड़ रहा है, और हमने क्षमता को कम करना शुरू कर दिया है समाधान।

Willo.social के साथ, मैं तीन सबसे बड़े पर केंद्रित हो गया समस्याएं जो मेरे संभावित ग्राहक अनुभव कर रहे थे। हम पहले चर्चा की गई कि हम उत्पन्न करने के लिए पागल 8 फ्रेमवर्क का उपयोग कैसे कर सकते हैं विचार। यह वही है जो मैंने यहाँ किया था, प्रत्येक समस्या को एक ले रहा था

एक और फ्रेमवर्क को पूरा करने के लिए। विचारों की प्रकृति एक व्यापक स्पेक्ट्रम - के लिए डिजिटल समुदाय प्रबंधन से पीयर-चालित सहायता समूह, लक्षण के लिए एक घटना-शैली बोर्ड के लिए-आधारित मीटअप। तीनों समस्याओं के लिए इस प्रक्रिया को दोहराने के बाद, एक उत्पाद का कंकाल उभरने लगा - एक उत्पाद जो हो सकता है संभावित रूप से इन तीन महत्वपूर्ण मुद्दों के समाधान की पेशकश करें। यह था विलो की प्रारंभिक स्थापना।

आइए एक स्टार्टअप के हमारे पहले के उदाहरण को फिर से देखें जिसमें कमी है एक पूर्णकालिक टीम के सदस्य को काम पर रखने के लिए संसाधन। जीवन को आसान बनाने के लिए, चलो हमारे नए काल्पनिक sta को बुलाओ

RTUP 'Startright'। समाधानों में से एक हम

बुद्धिशीलता एक ऐसा मंच था जो फ्रीलांस के साथ स्टार्टअप से जुड़ा था

विशेषज्ञ। हमारे ग्राहक वार्तालापों के माध्यम से, हमें पता चला कि

स्टार्टअप को अक्सर उन्हें नेविगेट करने में मदद करने के लिए अल्पकालिक विशेषज्ञता की आवश्यकता होती है चुनौतियों की श्रृंखला के रूप में वे पहले के भीतर अपने संगठन को विकसित करते हैं तीन साल। दुर्भाग्य से, वे हमेशा नहीं जानते कि किसे पूछना है या कैसे इन विशेषज्ञों को खोजने के लिए, पहली बार संस्थापकों के लिए एक बड़ी समस्या सीमित नेटवर्क।

जब हम उत्पाद विचारों को तैयार कर रहे हैं, तो हमारा ध्यान केंद्रित होना चाहिए

हमारे ग्राहक के चेहरे को मुख्य समस्या का समाधान करना, जो इस मामले में है

उन समस्याओं को हल करने की आवश्यकता है जो उनके व्यवसाय को फलने-फूलने की अनुमति देती हैं। हमारा

प्रारंभिक विचार एक बाज़ार मंच बनाने के लिए है जो सुविधा प्रदान करता है

स्टार्टअप और विशेषज्ञों के बीच कनेक्शन, एक पे-ए-यू-गो की पेशकश

नकदी-तली हुई व्यवसायों का समाधान। प्लेटफ़ॉर्म को संभालना होगा

भुगतान सहित प्रशासनिक पहलू।

अब एक महत्वपूर्ण चरण आता है - परीक्षण हम अपने ग्राहकों को क्या सोचते हैं

चाहना। हम यहां तीन प्रमुख धारणाएँ बना रहे हैं:

1। स्टार्टअप्स एक पे-ए-वे-वे-जरूरत के आधार पर विशेषज्ञों को नियुक्त करेंगे।

2। विशेषज्ञ अपना समय स्टार्टअप्स को बेचेंगे।

3। विशेषज्ञ हमारे मंच के माध्यम से अपना समय बेचेंगे, भुगतान करेंगे

हर बिक्री पर कमीशन।

यदि इनमें से कोई भी धारणा गलत साबित होती है, तो संपूर्ण व्यवसाय

प्रस्ताव जोखिम में है। यही कारण है कि हमारा अगला कदम इन को मान्य करना है

सबसे किफायती और कुशल तरीके से धारणाएं संभव हैं।

इन मान्यताओं का परीक्षण करने की हमारी प्रक्रिया होगी:

1। मान्यताओं को परिभाषित करें: अपनी परिकल्पना को स्पष्ट रूप से स्पष्ट करें। मैं

हमारा मामला, हम मानते हैं कि स्टार्टअप और फ्रीलांस विशेषज्ञ होंगे

हमारे प्रस्ताव में मूल्य खोजें।

2। परीक्षणों को डिजाइन करें: रूपरेखा तैयार करें कि आप प्रत्येक को कैसे मान्य करेंगे मान्यता। हम स्टार्टअप और विशेषज्ञों तक पहुंच सकते हैं  
गेज ब्याज या स्टार्टअप त्वरक के साथ संबंध बनाएं  
और व्यापार हब। हम अपने डेटा-कलेक्टिंग टूल का भी उपयोग कर सकते हैं  
लोगों को प्रतीक्षा सूची में साइन अप करने के लिए कहने के लिए। अगर हम देखते हैं कि वहाँ हैं  
बड़ी संख्या में स्टार्टअप और विशेषज्ञों की प्रतीक्षा कर रहे हैं कि हम क्या उपयोग करते हैं  
तब हम जानते हैं कि हमने कम से कम एक राग मारा है।

3। परीक्षणों को निष्पादित करें: अपने परीक्षण करें, चाहे वे हों  
सर्वेक्षण, साक्षात्कार, या खोजपूर्ण बैठकें। यह कदम इस बारे में है  
डेटा एकत्रित कर रहा। मेरे विचार को मान्य करने के लिए मेरे पसंदीदा तरीकों में से एक है  
मेरे उत्पाद विचार के वायरफ्रेम बनाने के लिए। हम गहराई से चले जाएंगे  
वायरफ्रेम बाद में क्या हैं, लेकिन अनिवार्य रूप से, वे एक ग्राफिक हैं-  
हमारा ऐप कैसा दिखेगा, इसका आधारित प्रतिनिधित्व। तुम कर सकते हो  
त्वरित प्रतिक्रिया प्राप्त करने के लिए अपने संभावित ग्राहकों को ये दिखाएं।

4। परिणामों का मूल्यांकन करें: आपके द्वारा एकत्र किए गए डेटा की व्याख्या करें। काम करना  
परिणाम आपकी परिकल्पना की पुष्टि या खंडन करते हैं? यदि वे संरेखित करते हैं, तो आप  
आगे बढ़ गया। यदि नहीं, तो यह ड्राइंग बोर्ड पर वापस आ गया है।

5। पुनरावृत्ति: यह प्रक्रिया चक्रीय है - आप लगातार बना लेंगे  
मान्यताओं, उनका परीक्षण करें, परिणामों का मूल्यांकन करें, और अपने संशोधित करें  
आवश्यकतानुसार उत्पाद विचार।

अंततः, लक्ष्य अंतर्निहित प्रमुख मान्यताओं की पहचान करना है  
आपका उत्पाद विचार और सबसे कुशल में इन मान्यताओं का परीक्षण करने के लिए  
और लागत प्रभावी तरीका संभव है। ऐसा करने में, आप जोखिम को कम करते हैं और  
इस संभावना को बढ़ाएं कि आपका अंतिम उत्पाद आपके साथ प्रतिध्वनित होगा  
अपेक्षित दर्शक। बेशक, नो-कोड टूल में हमारे एमवीपी का निर्माण एक है  
वास्तव में अपने परीक्षणों को निष्पादित करने का शानदार तरीका है, लेकिन जब आप करते हैं तो यह और भी  
बेहतर होता है

पहले से ही आपकी कुछ मान्यताओं को आंशिक रूप से उत्तर दिया गया।

एमवीपी के उदाहरण

जब हम एक एमवीपी के बारे में सोचते हैं, तो हम अधिक बार नहीं करेंगे, एक के बारे में सोचें  
कामकाजी सॉफ्टवेयर का टुकड़ा जो सहायक चरणों की एक श्रृंखला को स्वचालित करता है  
हमारे ग्राहक के लिए। निश्चित रूप से, वर्षों पहले, मैं विचारों पर बहुत लटका हुआ हूँ  
मुझे कुछ प्रभावशाली कोड करने के लिए एक डेवलपर की आवश्यकता है ताकि मैं  
यह साबित कर सकता है कि मेरे विचार में पैर थे। हालांकि, एक बार मैंने थोड़ा खोदा  
गहराई से, मैंने सीखा कि एमवीपी वास्तव में कई अलग-अलग रूपों में आता है।  
आइए देखें कि क्या आप आवेदन कर सकते हैं, यह देखने के लिए कुछ सबसे लोकप्रिय है



आपके अपने विचार के लिए ये तरीके।

ओज़ एमवीपी का जादूगर

इस दृष्टिकोण में, उत्पाद के कार्यों को मैन्युअल रूप से किया जाता है

पर्दे के पीछे की टीम, लेकिन कभी-कभी ए की छाप देती है

परिष्कृत उत्पाद। यह एक समाधान की आवश्यकता को मान्य करने का एक तरीका है

वास्तविक स्वचालित प्रणाली के निर्माण के बिना। का एक बड़ा उदाहरण

ओज़ एमवीपी का विज़ार्ड ज़प्पोस नामक एक कंपनी द्वारा है।

समस्या पहचान: निक स्विनमर्न, ज़प्पोस के संस्थापक,

एक समस्या की पहचान की: लोग ऑनलाइन जूते खरीदना चाहते हैं, लेकिन

इस बारे में अनिश्चितता थी कि क्या उपभोक्ता होंगे

आराम से जूते खरीदने के बिना उन्हें पहले आजमाए बिना।

परिकल्पना का परीक्षण: एक पूर्ण ई-कॉमर्स के निर्माण के बजाय

इन्वेंट्री के साथ मंच, स्वाइनमर्न ने मूल का परीक्षण करने का फैसला किया

परिकल्पना। वह स्थानीय जूता दुकानों में गया, जूते की तस्वीरें लीं,

और उन्हें ऑनलाइन पोस्ट किया।

मैन्युअल पूर्ति: जब किसी ने अपने से जूते की एक जोड़ी का आदेश दिया

वेबसाइट, स्वाइनमर्न स्टोर पर वापस जाएगा, जूते खरीदेंगे, और

फिर उन्हें ग्राहक को भेज दें। यह प्रक्रिया ई थी

ntirely मैन्युअल,

और स्टोर के मालिकों को यह भी पता नहीं था कि वह ऐसा कर रहा है।

सत्यापन: कंसीयज एमवीपी ने स्वाइनमर्न को यह मान्य करने की अनुमति दी

ऑनलाइन जूते खरीदने की मांग थी। मैन्युअल प्रक्रिया

उसे ग्राहक वरीयताओं, दर्द बिंदुओं और समझने में मदद की

एक महत्वपूर्ण अग्रिम निवेश के बिना रसद शामिल है।

स्केलिंग: एक बार अवधारणा मान्य होने के बाद, ज़ापोस ने अपना बनाया

इन्वेंटरी और लॉजिस्टिक्स सिस्टम, अंततः सबसे बड़े में से एक बन गया

ऑनलाइन जूता खुदरा विक्रेता। कंपनी को बाद में अमेज़ॉन द्वारा अधिग्रहित किया गया था

2009 में \$ 1.2 बिलियन।

कंसीयज एमवीपी

एक कंसीयज एमवीपी ओज़ एमवीपी के एक विज़ार्ड के समान है, सिवाय इसके कि

प्रौद्योगिकी आमतौर पर शामिल नहीं होती है। इसका एक बड़ा उदाहरण एक था

कंपनी ने मेज पर भोजन कहा।

अवधारणा: परिवारों को भोजन की योजना बनाने में मदद करने के उद्देश्य से मेज पर भोजन

उनकी भोजन वरीयताओं और स्थानीय किराने की दुकानों पर बिक्री पर।

विचार साप्ताहिक भोजन योजना और खरीदारी सूची प्रदान करने के लिए था

बिक्री पर क्या है, यह सुनिश्चित करना कि उपयोगकर्ता अपने भोजन में भी विविधता प्राप्त करते हैं

पैसे बचाना।



परिकल्पना का परीक्षण: एक ऐप या प्लेटफ़ॉर्म के निर्माण के बजाय सही दूर, संस्थापक, मैनुअल रोसो, व्यक्तिगत रूप से कुछ की सहायता करके शुरू किया परिवार। वह अपने घरों में गया, उनके भोजन के बारे में उनका साक्षात्कार किया प्राथमिकताएं, स्थानीय किराने की दुकान की बिक्री की जाँच मैनुअल रूप से, और फिर उन्हें एक साप्ताहिक भोजन योजना और खरीदारी सूची प्रदान की।

मैनुअल सेवा: रोसो ने व्यक्तिगत रूप से भोजन की योजना दी और हर हफ्ते इन परिवारों को खरीदारी की सूची। उन्होंने प्रतिक्रिया भी ली भोजन, क्या काम किया, क्या नहीं किया, और कोई अन्य वरीयताएँ या परिवारों के पास बाधाएँ थीं।

सत्यापन: इस हैंड्स-ऑन दृष्टिकोण ने रोसो को गहराई से अनुमति दी अपने लक्षित दर्शकों के दर्द बिंदुओं और जरूरतों को समझें। वह प्रत्यक्ष प्रतिक्रिया के आधार पर सेवा को परिष्कृत कर सकते हैं और समझ सकते हैं किराने की दुकान की बिक्री के साथ संयोजन में भोजन की योजना की जटिलताएं।

स्केलिंग: अवधारणा को मान्य करने और उपयोगकर्ता को समझने के बाद जरूरतों, मेज पर भोजन ने एक मोबाइल ऐप और वेब प्लेटफ़ॉर्म विकसित किया इस प्रक्रिया को स्वचालित किया। उपयोगकर्ता अपनी वरीयताओं को इनपुट कर सकते हैं, और प्लेटफ़ॉर्म भोजन की योजना और खरीदारी सूची उत्पन्न करेगा स्थानीय बिक्री।

विकास और अधिग्रहण: स्टार्टअप तेजी से बढ़ता गया, सैकड़ों तक पहुंच गया हजारों उपयोगकर्ताओं में से। 2013 में, मेज पर भोजन द्वारा अधिग्रहित किया गया था स्क्रिप्स नेटवर्क।

एकल सुविधा एमवीपी

कई सुविधाओं के साथ एक उत्पाद बनाने के बजाय, टीम केंद्रित है

एक एकल सुविधा बनाने पर जो मुख्य समस्या को संबोधित करता है। यह

उस विशेष के लिए मूल्य और मांग को समझने में मदद करता है

विशेषता। उबेर एक स्टार्टअप का एक बड़ा उदाहरण है जो एकल का उपयोग करता है-

फीचर MVP दृष्टिकोण।

मूल: 2009 में Uber ubercab 'के रूप में शुरू हुआ, गैरेट कैप द्वारा स्थापित किया गया

और ट्रेविस कलानिक। प्रारंभिक विचार व्यक्तिगत से बाहर पैदा हुआ था

सैन फ्रांसिस्को में एक टैक्सी की कठिनाई के साथ निराशा।

एकल सुविधा: UberCab की प्राथमिक विशेषता सरल थी: अनुमति दें

उपयोगकर्ता सिर्फ अपने स्मार्टफोन का उपयोग करके एक लक्जरी कार की सवारी का अनुरोध करने के लिए। वहाँ

Uberx, Uberpool, या Uber eats जैसे कोई मल्टीपल-राइड विकल्प नहीं थे।

यह सिर्फ एक काली कार सेवा थी जिसे एक ऐप के माध्यम से अनुरोध किया गया था।

परिकल्पना का परीक्षण: संस्थापकों ने सैन में सवारी की पेशकश करके शुरू किया

फ्रांसिस्को अवधारणा और गेज ब्याज का परीक्षण करने के लिए केवल तीन कारों का उपयोग कर रहा है।

उपयोगकर्ता ऐप का उपयोग करके एक सवारी का अनुरोध कर सकते हैं, और एक उच्च-अंत वाहन (जैसे)

एक मर्सिडीज) उन्हें उठाएगा।

सत्यापन: SAN में प्रारंभिक उपयोगकर्ताओं से तत्काल सकारात्मक प्रतिक्रिया फ्रांसिस्को ने संकेत दिया कि इस तरह की सेवा की मांग थी।

लोगों को सुविधा, प्रतीक्षा समय की भविष्यवाणी, और

एक लक्जरी वाहन में सवारी करने का अनुभव।

मूल्य निर्धारण मॉडल: प्रारंभिक मूल्य निर्धारण सीधा था, एक आधार किराया के साथ

प्लस समय और दूरी के आधार पर अतिरिक्त शुल्क। वृद्धि मूल्य निर्धारण

और अन्य मूल्य निर्धारण मॉडल बाद में आए क्योंकि प्लेटफॉर्म विकसित हुआ।

विकास और विकास: जैसे-जैसे अवधारणा मान्य थी और मांग बढ़ती गई,

उबेर ने अन्य शहरों में विस्तार करना शुरू किया और अतिरिक्त पेश किया

सुविधाएँ और सेवाएँ। उन्होंने UberX (एक कम खर्चीला विकल्प) लॉन्च किया

रोजमर्रा की कारों का उपयोग करना), इसके बाद विभिन्न अन्य सेवाओं की तरह

Uberpool (राइडशेयरिंग) और UberEats (भोजन वितरण)। लेकिन उस पर

स्थापना, एमवीपी पूरी तरह से एक लक्जरी कार की सवारी के माध्यम से अनुरोध करने के बारे में था

एक ऐप।

लैंडिंग पृष्ठ एमवीपी

उत्पाद विकसित करने से पहले, वर्णन करने के लिए एक लैंडिंग पृष्ठ स्थापित किया गया है

उत्पाद का मूल्य प्रस्ताव और सुविधाएँ। इच्छुक उपयोगकर्ता हस्ताक्षर कर सकते हैं

ऊपर या पूर्व-आदेश। यह ब्याज और मांग को बढ़ाने में मदद करता है। क्लासिक

एक स्टार्टअप का उदाहरण जो प्रभावी रूप से एक लैंडिंग पेज एमवीपी का उपयोग करता है

ड्रॉपबॉक्स।

अवधारणा: ड्रॉपबॉक्स का उद्देश्य एक सरल और कुशल समाधान प्रदान करना है

फ़ाइल सिंक्रनाइज़ेशन और डिवाइसों में साझा करने के लिए। जबकि विचार

अब आम लगता है, उस समय, यह एक उपन्यास समाधान था

व्यापक समस्या।

परिकल्पना का परीक्षण: उत्पाद को सही करने के लिए प्रतीक्षा करने के बजाय या

सिर्फ पाठ के साथ अवधारणा को समझाने की कोशिश कर रहा है, डू ह्यूस्टन,

संस्थापक

, एक साधारण व्याख्याकार वीडियो बनाया जो प्रदर्शित करता है कि कैसे

ड्रॉपबॉक्स काम करेगा। यह वीडियो उनकी लैंडिंग का केंद्र बिंदु था

पृष्ठ।

लैंडिंग पृष्ठ तत्व: ड्रॉपबॉक्स लैंडिंग पृष्ठ था:

- व्याख्याकार वीडियो।
- उत्पाद का एक संक्षिप्त विवरण।
- उपयोगकर्ताओं के लिए प्रारंभिक पहुंच के लिए साइन अप करने का निमंत्रण।

सत्यापन: वीडियो तकनीकी समुदायों में वायरल हो गया। रात भर,

ड्रॉपबॉक्स के लिए प्रतीक्षा सूची 5,000 लोगों से 75,000 से अधिक हो गई। यह

ब्याज में बड़े पैमाने पर वृद्धि ने एक महत्वपूर्ण मांग को मान्य किया  
समाधान ड्रॉपबॉक्स प्रस्ताव कर रहा था।

प्रतिक्रिया और पुनरावृत्ति: लैंडिंग पृष्ठ ने न केवल ब्याज दिया  
लेकिन संभावित उपयोगकर्ताओं को प्रतिक्रिया देने के लिए एक एवेन्यू भी प्रदान किया,  
ड्रॉपबॉक्स टीम को जनता के सामने अपने उत्पाद को परिष्कृत करने में मदद करना  
शुरू करना।

उत्पाद लॉन्च और विकास: सत्यापन और उपयोगकर्ता प्रतिक्रिया के साथ सशस्त्र,  
ड्रॉपबॉक्स ने अपना उत्पाद लॉन्च किया, जिसने जल्दी से कर्षण प्राप्त किया। आज,  
यह प्रमुख फ़ाइल सिंक्रनाइज़ेशन और क्लाउड स्टोरेज सर्विसेज में से एक है  
विश्व स्तर पर।

एमवीपी का सही प्रकार चुनना  
समय सहित विभिन्न कारकों पर सही एमवीपी टिका का चयन करना  
बाधाएं और बजट, जो आपकी स्थिति के लिए अद्वितीय हैं। मैं  
अनुभवी क्षण जहां मैंने एक तरह का एमवीपी विकसित किया, केवल  
जब मुझे एहसास हुआ कि यह स्पष्ट अंतर्दृष्टि प्रदान करेगा तो दूसरे को पिवट।  
कुंजी उन मान्यताओं को इंगित करना है जिन्हें आप मान्य करने के लिए लक्ष्य कर रहे हैं। पूछना  
अपने आप: इन मान्यताओं को संबोधित करने के लिए सबसे कुशल तरीका क्या है?  
यदि आप पूरी तरह से बाजार के हित में हैं, तो एक लैंडिंग पृष्ठ MVP हो सकता है  
आदर्श। हालाँकि, यदि आप खरीदने के लिए उपयोगकर्ता की इच्छा का आकलन कर रहे हैं, तो  
ओज़ या एकल-फीचर उत्पाद का जादूगर अधिक फिटिंग हो सकता है।  
सौभाग्य से, नो-कोड प्लेटफॉर्मों के साथ, इनमें से किसी भी एमवीपी को क्राफ्ट करना  
अविश्वसनीय रूप से सीधा हो जाता है!

अपने एमवीपी को संशोधित करने के लिए मॉस्को फ्रेमवर्क का उपयोग करना  
एक नई उत्पाद विकास यात्रा शुरू करते समय, यह सब भी है  
रचनात्मक विचारों के ज्वार में बहने के लिए आसान है। विस्तृत से  
जटिल डिजाइनों के लिए विशेषताएं, ये अवधारणाएं जल्दी से ढेर कर सकती हैं,  
अपनी स्पष्टता को पूरा करना और अपनी विकास प्रक्रिया को भारी करना।  
यह वह जगह है जहां मॉस्को फ्रेमवर्क कदम रखता है, एक मजबूत प्रदान करता है  
सुविधाओं को प्राथमिकता देने और के सार पर ध्यान केंद्रित करने की विधि  
आपका उत्पाद।

मॉस्को फ्रेमवर्क एक चुस्त प्राथमिकता तकनीक है  
जो होना चाहिए, होना चाहिए, होना चाहिए, हो सकता है, और नहीं है  
(या अभी तक नहीं)। इन में अपनी प्रस्तावित सुविधाओं को रखकर  
श्रेणियां, आप अपने दृष्टिकोण को सुव्यवस्थित कर सकते हैं, यह सुनिश्चित कर सकते हैं कि सबसे अधिक  
महत्वपूर्ण तत्वों को संबोधित किया जाता है, और कम से विचलित होने से बचें  
महत्वपूर्ण अतिरिक्त। मैं इस ढांचे का बहुत उपयोग करता हूँ क्योंकि मैं उनमें से एक हूँ  
वे लोग जिनके विचार मेरे आगे दौड़ते हैं।

मेरे मानसिक स्वास्थ्य स्टार्टअप के दौरान, हमने मास्को विधि का उपयोग किया अपने मोबाइल ऐप के लिए आवश्यक सुविधाओं में ड्रिल करने के लिए। के तौर पर सॉफ्टवेयर का जटिल टुकड़ा, यह महत्वपूर्ण था कि हमने अपना समय बिताया आवश्यक सुविधाएँ। मास्को फ्रेमवर्क ने एक व्यवस्थित प्रदान किया कोर घटकों को उबालने की विधि हमें पूरी तरह से आवश्यकता है। पर समय, यह वास्तव में मदद करता है कि हमारे पास एक विकास टीम थी जो कर सकती थी हमें विचारों को उछालने में मदद करें। यह बिल्कुल आवश्यक नहीं है, लेकिन मैं आपकी मदद करने के लिए आसपास के कुछ दोस्तों को प्राप्त करने की सलाह दूँगे इस गतिविधि के साथ। कभी-कभी, यह किसी के लिए बाहर से आसान होता है कहो, 'आपको वास्तव में इसकी आवश्यकता नहीं है'। बाद में, के विकास में Willo.social, फ्रेमवर्क समझदार में अमूल्य साबित हुआ नीस-टू-हैव्स से आवश्यक विशेषताएं। मुझे लगता है कि अगर मैं साथ गया हूँ मैं जो कुछ भी चाहता था, मैं शायद अभी भी इसके बजाय निर्माण कर रहा हूँ इसे ग्राहकों के हाथों में प्राप्त करना।

आइए जांच करें कि इस ढांचे को 'स्टारटाइट' पर कैसे लागू किया जा सकता है, हमारे अद्भुत काल्पनिक स्टार्टअप।

एक व्हाइटबोर्ड या कागज के एक बड़े टुकड़े पर, चार में विभाजित m (have-have), s (होना चाहिए), c (cave), c (हो सकता है) लेबल वाले अनुभाग, और w (नहीं है (अभी तक))। चिपचिपे नोटों का एक ढेर पकड़ो, प्रत्येक असर ए आपके ऐप के लिए संभावित सुविधा। हाथ में कार्य प्रत्येक को आवंटित करना है अपने बोर्ड पर चार खंडों में से एक पर चिपचिपा नोट।

होना चाहिए श्रेणी में, हमारे पास ऐसी विशेषताएं हैं जो आवश्यक हैं हमारे ऐप की मूल कार्यक्षमता के लिए। इन के बिना, ऐप बस काम नहीं कर सकता। हमारे मार्केटप्लेस ऐप के लिए, ये होंगे:

- 1। उपयोगकर्ता पंजीकरण और लॉगिन सिस्टम: स्टार्टअप और विशेषज्ञ दोनों सेवा का उपयोग करने के लिए व्यक्तिगत खातों की आवश्यकता है।
  - 2। कौशल द्वारा विशेषज्ञों को खोजने के लिए खोज सुविधा: स्टार्टअप्स को पता लगाने की आवश्यकता है उनकी जरूरतों के अनुसार विशेषज्ञ।
  - 3। सेवा निर्माण: हमारे विशेषज्ञों को एक सेवा बनाने की आवश्यकता है हमारे स्टार्टअप्स को बेचेंगे।
  - 4। भुगतान प्रणाली: एक पूर्ण अंत-से-अंत आदेश प्रबंधन और हमारे स्टार्टअप और हमारे विशेषज्ञों के बीच भुगतान प्रणाली।
  - 5। इन-हाउस चैट फीचर: हमारे स्टार्टअप और विशेषज्ञ को अनुमति देता है ऐप छोड़ने के बिना एक दूसरे के साथ संवाद करें।
- अगला, हमारे पास होना चाहिए श्रेणी। ये विशेषताएं हैं ऐप के प्राथमिक फ़ंक्शन के लिए महत्वपूर्ण लेकिन महत्वपूर्ण नहीं हैं। हमारा ऐप टी के बिना कार्य करेगा

हेम, लेकिन वे महत्वपूर्ण रूप से इसके मूल्य को बढ़ाते हैं।

हमारे ऐप के लिए, इनमें शामिल हो सकते हैं:

1। विशेषज्ञ समीक्षा: स्टार्टअप्स के लिए 1-5 स्टार छोड़ने की क्षमता

उस विशेषज्ञ के बारे में समीक्षा करें और टिप्पणी करें जो उन्होंने काम पर रखा है।

2। विशेषज्ञ और 'मंथ का स्टार्टअप' फीचर: यह चयन कर सकता है

और उस काम को हाइलाइट करें जो आखिरी में पूरा हो गया था

महीना।

3। मासिक समाचार पत्र: यह हमारे साथ जुड़ाव में सुधार कर सकता है

स्टार्टअप ग्राहक।

श्रेणी की श्रेणी में ऐसी विशेषताएं शामिल हैं जो अच्छे हैं

लेकिन ऐप के लिए अपना प्राथमिक कार्य करने के लिए आवश्यक नहीं हैं।

उन्हें एक महत्वपूर्ण प्रभाव के बिना स्थगित किया जा सकता है

ग्राहक अनुभव। हमारे स्टार्टअप-विशेषज्ञ ऐप के लिए, ये हो सकते हैं:

1। वीडियो प्रोफाइल: विशेषज्ञ एक वीडियो संदेश छोड़ते हैं जो उन्हें बढ़ावा देते हैं

सेवा या कौशल।

2। एक मंच: विशेषज्ञों के लिए एक दूसरे के लिए विचारों और सलाह को पोस्ट करने के लिए।

अंत में, जीता-जीने की श्रेणी में ऐसी विशेषताएं शामिल हैं जो हम तय करते हैं

इस विकास चक्र में शामिल करने के लिए नहीं। ये अप्रासंगिक हो सकते हैं

ऐप का मुख्य कार्य, विकसित करने के लिए बहुत महंगा है, या बेहतर अनुकूल है

भविष्य के संस्करण। हमारा स्टार्टअप ऐप निम्नलिखित को छोड़ सकता है:

1। पाठ्यक्रम निर्माण: विशेषज्ञ एक माध्यमिक के रूप में लघु पाठ्यक्रम बेच सकते हैं

आय।

2। मासिक वीडियो कार्यशालाएं: हमारे स्टार्टअप्स के लिए हमारे एक के नेतृत्व में

विशेषज्ञ।

इस प्रक्रिया से गुजरने से, आप अपने पर स्पष्टता प्राप्त कर सकते हैं

उत्पाद दृष्टि, अपने संसाधनों पर ध्यान केंद्रित करें जहां वे सबसे अधिक मायने रखते हैं, और

सुनिश्चित करें कि आप अपने ग्राहकों को मूल्य प्रदान कर रहे हैं।

मास्को से लेकर फ्लोचार्ट तक

जब मैंने मास्को फ्रेमवर्क पूरा कर लिया है और मेरे पास मेरी सूची है

आवश्यक विशेषताएं, मुझे कागज की कुछ चादरें पकड़ना पसंद है और कुछ को जोत

विचार नीचे। मैं अपनी उपयोगकर्ता यात्रा के एक साधारण प्रवाह चार्ट के साथ शुरू करता हूं। यह

मुझे यह बताने में मदद करता है कि मैं अपने ग्राहक को अपने ऐप का उपयोग कैसे करना चाहता हूं

पृष्ठों की मुझे आवश्यकता होगी और प्रत्येक स्क्रीन पर मुझे किन सुविधाओं की आवश्यकता होगी

सही या तकनीकी नहीं होना चाहिए। यह सिर्फ एक मोटा मार्गदर्शक है

अगले कदम पर पहुंचने में मदद करें। चित्रा 3.1 एक फ्लोचार्ट I का एक उदाहरण है

बहुत शुरुआती दिनों में willo.social के लिए बनाया गया।

चित्रा 3.1 फ्लोचार्ट

ऐसा करने से, मैं यह योजना बनाने में सक्षम था कि मेरा उपयोगकर्ता एक पर शुरू होता है लैंडिंग पृष्ठ और फिर एक पंजीकरण और ऑनबोर्डिंग के माध्यम से चला गया प्रक्रिया। मैं अपनी ऑनबोर्डिंग स्क्रीन को कई में तोड़ना पसंद करता हूँ लिंक किए गए पृष्ठ, ताकि उपयोगकर्ता को एक लंबे फॉर्म के साथ प्रस्तुत न किया जाए उन्हें स्कॉल करने की जरूरत है। तो, एक पेज पर मैं उनका नाम मांगता हूँ, ईमेल, और पासवर्ड; पेज दो पर मैं उनसे उनके व्यवसाय के बारे में पूछता हूँ और जगह; पृष्ठ 3 पर मैं एक प्रोफ़ाइल तस्वीर और उनके स्थान के लिए पूछता हूँ। मेरे ऐप के उपयोगकर्ताओं के संदर्भ में मैं देख सकता हूँ कि हमारे पास दो अलग हैं ग्राहक प्रकार: स्टार्टअप और विशेषज्ञ।

सबसे पहले, आइए एक स्टार्टअप उपयोगकर्ता की आदर्श यात्रा को देखें। संस्थापक या कंपनी के प्रतिनिधि लैंडिंग पृष्ठ पर पहुंचेंगे, जो विशेषज्ञों के लिए एक त्वरित खोज फ़ंक्शन प्रदान करेगा। हम चाहते हैं यह देखने के लिए कि हमारी साइट पर किस प्रकार के विशेषज्ञ हैं और वे कौन कर सकते हैं के साथ काम कर रहे हैं। वे 'विज्ञापन' जैसे खोज शब्दों का उपयोग करने में सक्षम होंगे, 'निवेश', या 'बिक्री'।

उन्हें काम करने वाले विशेषज्ञों का विवरण देने वाले एक उत्पाद पृष्ठ पर ले जाया जाएगा उस क्षेत्र के भीतर। यह एक छोटा जैव दिखाएगा, जिसमें उनकी कीमत भी शामिल है। एक विशेषज्ञ पर क्लिक करने से उन्हें अपने पूर्ण बायो में ले जाता है। यदि वे उस सेवा को खरीदने का फैसला करते हैं, जो विशेषज्ञ की पेशकश कर रहा है, तो वे चलते हैं एक भुगतान पृष्ठ के लिए और, अंत में, 'विशेषज्ञ से संपर्क करें' पृष्ठ, जहां वे अगले चरणों के बारे में एक दूसरे के साथ संवाद कर सकते हैं। यदि हम विशेषज्ञ की यात्रा को देखते हैं, तो वे भी, पर पहुंचेंगे एक पंजीकरण पृष्ठ पर जाने से पहले लैंडिंग पृष्ठ जहां वे कर सकते हैं उनका विवरण दर्ज करें। फिर उन्हें एक प्रोफ़ाइल पेज पर ले जाया जाएगा जहां वे अपने पूर्ण जैव बनाने के माध्यम से आगे बढ़ सकते हैं।

'Add Service' पेज पर, वे अपनी सेवा प्रदान कर सकते हैं, लागत सहित। यहाँ से वे सीधे अपने में जुड़े होंगे डैशबोर्ड, जहां वे कोई भी आदेश देख सकते हैं जो हुआ है और उस महीने उन्होंने कितना पैसा उत्पन्न किया है। चित्र 3.2 इस सिद्धांत को एक विशेषज्ञ फ्लोचार्ट के रूप में रेखांकित करता है।

चित्रा 3.2 विशेषज्ञ फ्लोचार्ट

गतिविधि: अपना पहला फ्लोचार्ट बनाएं अपनी मस्ट-फीचर लिस्ट लें और इसके लिए एक सरल प्रवाह चार्ट बनाएं आपकी अपनी उपयोगकर्ता यात्रा। आप पेन और पेपर का उपयोग कर सकते हैं, या हैं कई व्हाइटबोर्ड टूल ऑनलाइन, जैसे कि मिरो या कैनवा।

दृश्य प्रोटोटाइप बनाना और परीक्षण करना

कभी एक पर एक आत्म-चित्र को स्केचिंग की चुनौतीपूर्ण चुनौती का सामना करना पड़ा  
कागज की प्राचीन शीट? उस प्रारंभिक हिचकिचाहट, की अनिश्चितता  
जहां शुरू करने के लिए, आंखों को सही या सही करने के लिए कई प्रयास  
नाक अनुपात में - यह एक ऐसा लग रहा है जो कई से संबंधित हो सकता है। कुशल कलाकार  
अक्सर एक बुनियादी रूपरेखा के साथ शुरू करें, चेहरे की विशेषताओं और मैपिंग  
समग्र रचना। जब वे संतुष्ट होते हैं तो वे आगे बढ़ते हैं  
अंतिम ड्राइंग। इसी तरह, अगर मैं आपसे एक ऐप डिजाइन करने के लिए कहूं  
खरोंच, आप उस के डिजिटल समकक्ष से अभिभूत हो सकते हैं  
'खाली पेज'। एक योजना के बिना गोता लगाने से एक डिजाइन वें हो सकता है

पर

न केवल सौंदर्यवादी रूप से बंद बल्कि उपयोगकर्ताओं के लिए भी भ्रामक। यहीं पर  
दृश्य प्रोटोटाइप खेल में आता है। चलो दो प्राथमिक रूपों में देरी करते हैं  
प्रोटोटाइपिंग: कम निष्ठा और उच्च निष्ठा, उनके उद्देश्यों की खोज  
और कब प्रत्येक को नियोजित करना है।

कम-निष्ठा प्रोटोटाइप क्या हैं?

कम-निष्ठा (लो-फाई) प्रोटोटाइप सरल होते हैं, अक्सर गैर-संवादात्मक होते हैं  
आपके उत्पाद के मॉडल। अनिवार्य रूप से, वे किसी न किसी रेखाचित्र हैं  
आपका उत्पाद विचार जो इसकी मूल संरचना को चित्रित करने के लिए काम करता है और  
कार्यक्षमता। लो-फाई प्रोटोटाइप हाथ से तैयार किया जा सकता है  
चित्र, वायरफ्रेम, या यहां तक कि एक स्टोरीबोर्ड।

इन प्रोटोटाइप में दृश्य शोधन और विस्तृत विशेषताओं का अभाव है  
उस उच्च-निष्ठा वाले प्रोटोटाइप हैं। लेकिन वे पर्याप्त स्पष्ट प्रदान करते हैं  
उत्पाद के मौलिक डिजाइन और लेआउट का प्रतिनिधित्व,  
आवश्यक उपयोगकर्ता प्रवाह और सुविधाओं के सत्यापन को एक प्रारंभिक में सक्षम करना  
अवस्था।

आपको कम-निष्ठा प्रोटोटाइप का उपयोग कब करना चाहिए?

आपको अपने प्रारंभिक चरणों के दौरान कम-निष्ठा प्रोटोटाइप का उपयोग करना चाहिए  
उत्पाद विकास प्रक्रिया। चूंकि वे त्वरित और सस्ती हैं  
बनाने के लिए, वे आपके मुख्य अवधारणा को मान्य करने के लिए एकदम सही हैं  
उत्पाद।

कम-निष्ठा प्रोटोटाइप व्यापक प्रतिक्रिया को प्रोत्साहित करते हैं क्योंकि  
डिजाइन की सादगी उपयोगकर्ताओं, हितधारकों और टीम के सदस्यों को अनुमति देती है  
के बजाय कार्यक्षमता और उपयोगकर्ता अनुभव पर ध्यान केंद्रित करने के लिए  
उत्पाद के दृश्य और सौंदर्य पहलुओं।

लो-फाई प्रोटोटाइप प्रयोज्य मुद्दों को स्पॉट करने में महत्वपूर्ण हैं और  
प्रारंभिक उपयोगकर्ता प्रतिक्रिया एकत्र करना। वे एक उत्कृष्ट मंच प्रदान करते हैं



बुद्धिशीलता, उपयोगकर्ता परीक्षण और बिना पुनरावृत्ति डिजाइन के लिए एक अस्वाभाविक विचार के लिए अत्यधिक संसाधनों को कम करना। वे अनुमति देते हैं आपकी टीम तेजी से असफल होने, जल्दी से सीखने और पहले डिजाइन को अनुकूलित करने के लिए विकास के अधिक विस्तृत चरणों में आगे बढ़ना। संक्षेप में, कम-निष्ठा प्रोटोटाइप यह सुनिश्चित करता है कि आप 'सही' का निर्माण कर रहे हैं इससे पहले कि आप 'सही' का निर्माण शुरू करें।

उच्च-निष्ठा प्रोटोटाइप क्या हैं?

उच्च-निष्ठा (हाई-फाई) प्रोटोटाइप विस्तृत हैं, अक्सर इंटरैक्टिव, आपके उत्पाद का प्रतिनिधित्व। इन प्रोटोटाइप में सटीक शामिल हैं लेआउट, डिजाइन तत्व, इंटरैक्शन, और अक्सर सामग्री, मेकिंग वे दिखाई देते हैं और संभव के रूप में अंतिम उत्पाद के करीब कार्य करते हैं। ये प्रोटोटाइप एक यथार्थवादी उपयोगकर्ता अनुभव सिमुलेशन के लिए अनुमति देते हैं, उपयोगकर्ताओं, हितधारकों और डेवलपर्स को देखने और एक के साथ बातचीत करने में सक्षम बनाना निकट-फ़ाइनल उत्पाद संस्करण। वे एक स्पष्ट दृश्य और व्यावहारिक देते हैं वास्तविक दुनिया में उत्पाद कैसा दिखेगा और महसूस करेगा, इसकी समझ। आपको उच्च-निष्ठा प्रोटोटाइप का उपयोग कब करना चाहिए?

उच्च-निष्ठा प्रोटोटाइप को बाद में डिजाइन में नियोजित किया जाना चाहिए एक बार उत्पाद की मुख्य अवधारणा, संरचना और उपयोगकर्ता प्रवाह की प्रक्रिया करें कम-निष्ठा प्रोटोटाइप के साथ मान्य किया गया है।

चूंकि ये प्रोटोटाइप अंतिम उत्पाद के लुक और की बारीकी से नकल करते हैं कार्यक्षमता, वे विस्तृत प्रयोज्य परीक्षण करने के लिए महत्वपूर्ण हैं। हाई-फाई प्रोटोटाइप किसी भी शेष प्रयोज्य मुद्दों का पता लगाने में मदद कर सकते हैं, सत्यापित करें यूआई (उपयोगकर्ता इंटरफ़ेस) डिजाइन की प्रभावशीलता, और आकलन कुल मिलाकर उपयोगकर्ता अनुभव। वे एक उत्कृष्ट के रूप में भी काम करते हैं हितधारकों, ग्राहकों, या संभावित निवेशकों के लिए प्रदर्शन मॉडल।

उच्च-निष्ठा प्रोटोटाइप समय लेने वाले होते हैं और अधिक की आवश्यकता होती है बनाने के लिए संसाधन। इसलिए, जब आपको आवश्यकता हो तो उनका उपयोग किया जाना चाहिए सुनिश्चित करें कि आप केवल 'सही' का निर्माण नहीं कर रहे हैं, लेकिन आप भी हैं निर्माण 'सही'। यदि आप एक डिजाइनर नहीं हैं तो चिंता न करें। कई नो-कोड प्लेटफ़ॉर्म डिज़ाइन टूल प्रदान करते हैं, जिन पर हम बाद में गहराई से चर्चा करेंगे।

निम्न-निष्ठा उपकरण के प्रकार

कम-निष्ठा प्रोटोटाइप की सुंदरता यह है कि आपको किसी भी फैंसी की आवश्यकता नहीं है आरंभ करने के लिए उपकरण या सॉफ्टवेयर। वास्तव में, सबसे प्रभावी में से एक कम-निष्ठा प्रोटोटाइप के लिए उपकरण एक साधारण पेंसिल है। हां, तुमने यह सही सुना। एक पेंसिल एक सस्ता, अत्यधिक पोर्टेबल प्रदान करता है, और बहुमुखी का अर्थ है अपने विचारों को जल्दी से स्केच करना। आप मिटा सकते हैं और अपने डिजाइन को आसानी से संशोधित करें, तत्काल पुनरावृत्ति के लिए अनुमति देता है



अपने विचारों या प्रतिक्रिया पर। कागज की एक शीट के साथ एक पेंसिल जोड़ी, और आपको अपनी उंगलियों पर एक पोर्टेबल डिज़ाइन स्टूडियो मिला है! अपनी स्केचिंग प्रक्रिया में सहायता करने के लिए, कई मुफ्त टेम्प्लेट हैं वेब और मोबाइल डिज़ाइन दोनों के लिए ऑनलाइन उपलब्ध है। यदि आप खोज रहे हैं टेम्प्लेट का एक तैयार सेट, हमारी वेबसाइट,

<https://nocodestartup.co/templates>, विभिन्न प्रकार के प्रिंट करने योग्य प्रदान करता है ऐसे संसाधन जो आप उपयोग कर सकते हैं।

आप इस स्तर पर बनाने के लिए क्या लक्ष्य कर रहे हैं, यह एक 'वायरफ्रेम' है। वायरफ्रेम एक बुनियादी दृश्य गाइड है जो कंकाल का प्रतिनिधित्व करता है आपके उत्पाद का ढांचा। यह एक इमारत के खाका की तरह है; यह दिखाता है कि सौंदर्यशास्त्र पर ध्यान केंद्रित किए बिना तत्वों को कहाँ रखा जाएगा। अपने उत्पाद के वायरफ्रेम को स्केच करके, आप मैप कर सकते हैं संरचना, लेआउट और कार्यक्षमता प्रभावी ढंग से।

डिजिटल क्षेत्र में आगे बढ़ते हुए, ऑनलाइन का एक व्यापक स्पेक्ट्रम है कम-निष्ठा प्रोटोटाइप बनाने के लिए उपलब्ध उपकरण। निम्न में से एक स्टैंडआउट टूल फाई है

GMA, Adobe से एक भेंट। अंजीर दोनों को पूरा करता है शुरुआती और अनुभवी डिज़ाइनर समान रूप से अपने उपयोगकर्ता के अनुकूल इंटरफ़ेस के साथ और समृद्ध सुविधा सेट। न केवल आप सीधा बना सकते हैं Wireframes, लेकिन आप स्क्रीन को एक साथ लिंक भी कर सकते हैं, तत्व बना सकते हैं इंटरैक्टिव, और यहां तक कि बुनियादी एनिमेशन भी प्रदर्शित करते हैं। यह कार्यक्षमता उपयोगकर्ता परीक्षण के उच्च स्तर के लिए अनुमति देता है, उपयोगकर्ताओं को यथार्थवादी देता है अपने प्रोटोटाइप को नेविगेट करने का अनुभव।

MIRO कम-निष्ठा प्रोटोटाइप बनाने के लिए एक और प्रभावशाली उपकरण है। मिरो एक विस्तारक ऑनलाइन व्हाइटबोर्ड के रूप में कार्य करता है जहां आप कर सकते हैं डिज़ाइन वायरफ्रेम, डिज़ाइन विचारों को टकराएं, और नोट्स बनाते हैं। इसकी विशाल सरणी टेम्प्लेट और सहज ज्ञान युक्त ड्रैग-एंड-ड्रॉप इंटरफ़ेस स्ट्रीमलाइन प्रोटोटाइपिंग प्रक्रिया, आपको आसानी से अपने विचारों को बाहर निकालने में मदद करती है। मिरो के अनूठे विक्रय बिंदुओं में से एक इसका एकीकरण है

क्षमताओं। आप इसे ज़ूम, स्लैक, और जैसे अन्य उपकरणों से कनेक्ट कर सकते हैं Google ड्राइव, एक सहज वर्कफ़्लो को सक्षम करता है। यह एकीकरण अनुमति देता है आप अपने सभी नोट्स, प्रवाह आरेख और अन्य संसाधनों को एक में रखते हैं सुलभ स्थान, एक सामंजस्यपूर्ण डिज़ाइन प्रक्रिया को बढ़ावा देना।

चाहे आप पारंपरिक पेंसिल और पेपर या डिजिटल का विकल्प चुनें अंजीर और मिरो जैसे प्लेटफ़ॉर्म, कम-निष्ठा में महत्वपूर्ण फोकस प्रोटोटाइप अपने विचारों को जल्दी और सस्ते में देखने के लिए है। ये उपकरण आपको तेजी से परीक्षण करने और अपनी अवधारणाओं को पुनरावृत्त करने की अनुमति दें, मार्ग प्रशस्त करें

एक अच्छी तरह से संरचित, उपयोगकर्ता-केंद्रित उत्पाद की ओर।

गतिविधि: अपना पहला कम-निष्ठा प्रोटोटाइप बनाना

एक ठोस योजना के बिना सीधे निर्माण चरण में कूदना कर सकते हैं

बाद में गलत तरीके से और महंगा बदलाव। यही कारण है कि यह आवश्यक है

कम-निष्ठा प्रोटोटाइप, एक अल्पविकसित दृश्य प्रतिनिधित्व के साथ शुरू करें

आपके उत्पाद के लेआउट और प्रवाह में। आगे बढ़ो और अपना पहला बनाने की कोशिश करो

केवल एक पेंसिल और कागज का उपयोग करके कम-निष्ठा प्रोटोटाइप।

चरण 1: प्रमुख घटकों को पहचानें

अपने अनुप्रयोग के प्रमुख घटकों पर विचार करके शुरू करें।

इनमें लॉगिन स्क्रीन, डैशबोर्ड, नेविगेशन मेनू शामिल हो सकते हैं,

सामग्री क्षेत्र, और बटन या रूप जैसे इंटरैक्टिव तत्व। लेना

ध्यान में है कि क्या आपका एप्लिकेशन मोबाइल होगा या डेस्कटॉप-

आधारित, क्योंकि यह लेआउट और डिजाइन को प्रभावित करेगा।

एक मोबाइल एप्लिकेशन के लिए, सीमित स्क्रीन रियल एस्टेट पर विचार करें

और उपयोगकर्ता टच का उपयोग करके कैसे बातचीत करेंगे। दूसरी ओर, एक डेस्कटॉप

अनुप्रयोग अधिक स्थान और जटिल बातचीत का खर्च उठा सकता है लेकिन

माउस या ट्रैकपैड के साथ नेविगेट करने वाले उपयोगकर्ताओं के लिए सहज होने की आवश्यकता है।

चरण 2: मूल लेआउट को स्केच करें

अब जब आपने घटकों की पहचान कर ली है, तो अपने बाहर लाने का समय आ गया है

पेंसिल और कागज। इनका प्रतिनिधित्व करने के लिए बुनियादी आकृतियों को आकर्षित करना शुरू करें

तत्व। एक आयत एक सामग्री क्षेत्र का प्रतीक हो सकती है, मंडलियां कर सकते हैं

बटन को निरूपित करें, और लाइनें पाठ या विभाजन अनुभागों को इंगित कर सकती हैं।

याद रखें, इस स्तर पर, आपका ध्यान सौंदर्यशास्त्र पर नहीं है

कार्यक्षमता और उपयोगकर्ता अनुभव। आपके स्केच को स्पष्ट करना चाहिए कि कैसे ए

उपयोगकर्ता आपके ऐप को नेविगेट करेगा, तत्व कैसे व्यवस्थित हैं, और

जानकारी कैसे प्रस्तुत की जाती है।

चरण 3: अपने स्केच को पुनरावृत्त करना

एक बार जब आप मूल लेआउट को स्केच कर लेते हैं, तो एक कदम पीछे ले जाएं और समीक्षा करें

आपके काम। क्या प्रवाह समझ में आता है? क्या उपयोगकर्ता के लिए नेविगेट करना आसान है

एक सेक्शन से दूसरे में? क्या महत्वपूर्ण सामग्री आसानी से सुलभ है?

इस स्तर पर बदलाव करने से डरो मत। वास्तव में, में से एक

पेंसिल और कागज का उपयोग करने के प्रमुख लाभ वह आसानी है जिसके साथ आप

अपने डिजाइन को मिटा सकते हैं और संशोधित कर सकते हैं। पुनरावृत्ति का एक अभिन्न अंग है

डिजाइन प्रक्रिया, और यह बहुत आसान और सस्ता है परिवर्तन करना

अब विकास के चरण के दौरान।

चरण 4: उपयोगकर्ता यात्रा का अनुकरण करें

एक बार जब आप लेआउट और प्रवाह से संतुष्ट हो जाते हैं, तो उपयोगकर्ता का अनुकरण करने का प्रयास करें

यात्रा। कल्पना कीजिए कि आप अपने ऐप के पहली बार उपयोगकर्ता हैं। से शुरू करें होम या लॉगिन स्क्रीन और विभिन्न वर्गों के माध्यम से नेविगेट करें और विशेषताएँ। यह अभ्यास आपके डिजाइन में मूल्यवान अंतर्दृष्टि प्रदान कर सकता है ताकत और सुधार के संभावित क्षेत्र।

इकट्ठा करना प्रतिक्रिया: आपके परिष्कृत करने में महत्वपूर्ण कदम प्रोटोटाइप

यह अक्सर कहा जाता है कि ग्राहक हमेशा सही होता है। जब यह आता है एक नए उत्पाद या सेवा के लिए एक प्रोटोटाइप डिजाइन करना, यह अलग नहीं है। अपने ग्राहकों या संभावित उपयोगकर्ताओं से प्रतिक्रिया एकत्र करना एक है प्रोटोटाइप प्रक्रिया में महत्वपूर्ण कदम। यह आपको परीक्षण शुरू करने की अनुमति देता है उन शुरुआती मान्यताओं, प्रयोज्य मुद्दों की पहचान करते हैं, और समझते हैं प्रोटोटाइप आपके लक्ष्य की जरूरतों के साथ संरेखित करता है या नहीं श्रोता।

दृश्य प्रोटोटाइप पर प्रतिक्रिया कैसे इकट्ठा करें अपने स्टार्टअप के पहले दिनों में आप बैठक से बाहर हो गए होंगे और संभावित ग्राहकों से बात करना और सही प्रश्न प्रस्तुत करना उनके दर्दनाक बिंदुओं की खोज करें। अब जब आपके पास एक दृश्य प्रोटोटाइप है, आप अपने उत्पाद के बारे में उनकी वास्तविक भावनाओं को कैसे इकट्ठा करते हैं? कुंआ, इस प्रतिक्रिया को इकट्ठा करने के कई तरीके हैं।

1। इन-पर्सन टेस्टिंग: एक सत्र का आयोजन करें जहां आपकी क्षमता उपयोगकर्ता आपके प्रो के साथ बातचीत कर सकते हैं टाइप करने के लिए। उन्हें बारीकी से निरीक्षण करें, देखें कि वे इसके साथ कैसे बातचीत करते हैं, जहां वे चुनौतियों का सामना करते हैं, और वे सहज रूप से क्या समझते हैं। नोट्स लें या, यदि संभव हो तो, भविष्य के लिए इन सत्रों (उनकी सहमति के साथ, निश्चित रूप से) रिकॉर्ड करें संदर्भ। यदि आप रह सकते हैं तो और भी अधिक उपयोगी क्या हो सकता है कमरे से पूरी तरह से। किसी ऐसे व्यक्ति को प्राप्त करें जो जुड़ा नहीं है व्यवसाय के साथ उपयोगकर्ता के साथ बैठने और उनके कच्चे इकट्ठा करने के लिए प्रतिक्रिया। यदि आप वहां हैं और वे जानते हैं कि आप संस्थापक हैं, उन्हें ऐसा लग सकता है कि वे 100% ईमानदार नहीं हो सकते।

2। वर्चुअल टेस्टिंग: उन स्थितियों में जहां इन-पर्सन मीटिंग नहीं हैं संभव, आभासी परीक्षण एक उत्कृष्ट विकल्प है। वहाँ हैं कई उपकरण उपलब्ध हैं जो उपयोगकर्ताओं को आपके साथ बातचीत करने की अनुमति देते हैं जब आप उनकी बातचीत का निरीक्षण करते हैं (या तो लाइव या हीटमैप रिकॉर्डिंग के माध्यम से)। हॉटजार ट्रैक जैसा उपकरण आपके उपयोगकर्ता माउस आंदोलनों को ताकि आप देख सकें कि वे कैसे हैं अपने उत्पाद का उपयोग करना। तुम भी टूल पर शेयर-स्क्रीन का उपयोग कर सकते हैं

जैसे कि ज़ूम (यदि आप चाहें तो अनुमति मांगना याद रखें सत्र रिकॉर्ड करें)।

3। सर्वेक्षण और प्रश्नावली: जबकि वे प्रदान नहीं करते हैं लाइव टिप्पणियों, सर्वेक्षणों और के रूप में विस्तृत अंतर्दृष्टि प्रश्नावली मात्रात्मक इकट्ठा करने का एक अच्छा तरीका हो सकता है प्रतिक्रिया।

प्रतिक्रिया को समझना

एक बार जब आप प्रतिक्रिया इकट्ठा कर लेते हैं, तो यह समझने का समय आ जाता है। देखना पैटर्न के लिए - कई उपयोगकर्ता समान मुद्दों का सामना कर रहे हैं या व्यक्त कर रहे हैं इसी तरह की चिंताएं?

सभी प्रतिक्रिया प्रासंगिक नहीं होगी, और आप मुठभेड़ कर सकते हैं ऐसे व्यक्ति जो केवल आपके प्रोटोटाइप के साथ गूँजते नहीं हैं। वह है ठीक है। जैसे -जैसे आप अधिक प्रतिक्रिया एकत्र करते हैं, आप समझना शुरू करते हैं कि क्या है एक अलग राय और एक सामान्य प्रवृत्ति क्या है।

जब पिवट करने के लिए: मिश्रित प्रतिक्रिया की भावना बनाना फीडबैक इकट्ठा करते समय एक आम चुनौती मिश्रित हो रही है संकेत। कुछ उपयोगकर्ता आपके प्रोटोटाइप से प्यार कर सकते हैं, जबकि अन्य नहीं हो सकते हैं इसे आकर्षक या उपयोगी पाते हैं। इसलिए, आप कब पिवट या स्टिक करने का फैसला करते हैं आपकी बंदूकें?

अंगूठे के एक सामान्य नियम के रूप में, यदि आपके 70% से अधिक दर्शकों का है अपने प्रोटोटाइप से संतुष्ट, आप सही रास्ते पर हैं। हालांकि, यदि आप पाते हैं कि आपके आधे या अधिक दर्शकों को स्पष्टीकरण की आवश्यकता है, यह है ड्राइंग बोर्ड पर वापस जाने का समय और पुनरावृत्ति।

Iterating और pivoting: प्रतिक्रिया के आधार पर शोधन

प्रतिक्रिया के आधार पर आपके प्रोटोटाइप को परिष्कृत करने की प्रक्रिया में शामिल है अपने डिज़ाइन को पुनरावृत्त करना, परिवर्तन करना और ट्वीक करना, और फिर इसका परीक्षण करना दोबारा। यह एक बार की प्रक्रिया नहीं है, बल्कि एक चक्र है जो तब तक जारी रहता है आप एक ऐसा डिज़ाइन प्राप्त करते हैं जिससे आपके अधिकांश उपयोगकर्ता खुश हैं।

अंत में, अपने प्रोटोटाइप पर प्रतिक्रिया एकत्र करना एक महत्वपूर्ण है प्रक्रिया जो आपके विचारों को मान्य करने और आपके डिज़ाइन को परिष्कृत करने में मदद करती है वास्तविक दुनिया की अंतर्दृष्टि। याद रखें, आपका लक्ष्य है

एक ऐसा उत्पाद बनाएं जो आपके उपयोगकर्ताओं को प्रभावी ढंग से परोसता है, और उनके इसे प्राप्त करने में फीडबैक सबसे शक्तिशाली उपकरण है। यह एक चल रहा है, पुनरावृत्ति प्रक्रिया जिसमें लचीलापन और अनुकूलनशीलता की आवश्यकता होती है।

प्रतिक्रिया पर अभिनय: सुनना बनाम कार्यान्वयन

प्रतिक्रिया को समझना एक बात है; यह जानना कि इसके साथ क्या करना है एक और। यह याद रखना आवश्यक है कि प्रतिक्रिया कई में आती है

रूप और कई स्रोतों से। यह समझना महत्वपूर्ण है कि सभी नहीं फीडबैक समान बनाया जाता है, और प्रतिक्रिया के हर टुकड़े पर अभिनय किया जाता है प्राप्त करना हमेशा आवश्यक नहीं होता है।

प्रतिक्रिया का आकलन करते समय, यह पहचानना महत्वपूर्ण है कि क्या फीडबैक एक प्रयोज्य मुद्दा है (कुछ ऐसा जो उपयोगकर्ता में बाधा डालता है अनुभव) या एक सुविधा अनुरोध (कुछ ऐसा जो उपयोगकर्ता को पसंद आएगा ' देखने के लिए)। प्रयोज्य मुद्दों को जल्द से जल्द संबोधित किया जाना चाहिए, जबकि आपके उत्पाद के आधार पर सुविधा अनुरोधों का मूल्यांकन किया जाना चाहिए दृष्टि, संसाधन और समग्र उत्पाद रोडमैप।

प्रासंगिक प्रतिक्रिया: बड़ी तस्वीर

जब प्रतिक्रिया की बात आती है तो संदर्भ मायने रखता है। इस पर विचार करना महत्वपूर्ण है संदर्भ जिसमें प्रतिक्रिया दी गई थी। क्या यह एक आकस्मिक टिप्पणी थी, या क्या यह एक संरचित परीक्षण सत्र से आया था? कितना परिचित है आपके द्वारा बनाए गए उत्पाद के प्रकार के साथ व्यक्ति? क्या वे एक क्षमता हैं उपयोगकर्ता या कोई बाहरी राय दे रहा है?

प्रतिक्रिया के प्रत्येक टुकड़े को इन के प्रकाश में विचार करने की आवश्यकता है सवाल। इससे आपको महत्व और प्रासंगिकता का पता लगाने में मदद मिलेगी प्रतिक्रिया और समझें कि इसे कितना वजन करना चाहिए आपकी निर्णय लेने की प्रक्रिया।

समेकित प्रतिक्रिया: पैटर्न की पहचान करना

प्रतिक्रिया इकट्ठा करने के बाद, जानकारी को समेकित करने का समय आ गया है।

प्रतिक्रिया में सामान्यताओं या पैटर्न की तलाश करें। यदि कई उपयोगकर्ता समान मुद्दों या सुझावों को व्यक्त कर रहे हैं, यह एक संकेत है कि इन क्षेत्रों को आपके ध्यान की आवश्यकता है।

यह विभिन्न बाल्टी में प्रतिक्रिया को वर्गीकृत करने में भी मददगार है। यह 'प्रयोज्य मुद्दे', 'फीचर अनुरोध', 'डिज़ाइन फीडबैक', आदि हो सकते हैं। वर्गीकरण की यह प्रक्रिया आपको समझ में आने में मदद कर सकती है प्रतिक्रिया और अपने अगले चरणों पर निर्णय लें।

प्रतिक्रिया से कार्रवाई तक: पुनरावृत्ति प्रक्रिया

प्रतिक्रिया को कार्रवाई योग्य सुधारों में बदलने की प्रक्रिया

चालान

olves शोधन, परीक्षण और सीखने का एक पुनरावृत्ति चक्र। प्रत्येक चक्र

आपको एक ऐसे उत्पाद के करीब लाता है जो आपके उपयोगकर्ता की आवश्यकताओं के साथ बेहतर संरेखित करता है

और उम्मीदें।

खुले दिमाग के साथ इस प्रक्रिया को पूरा करना महत्वपूर्ण है। यह

अपने प्रारंभिक डिज़ाइन का बचाव करने के बारे में लेकिन इसके आधार पर सुधार के बारे में

उपयोगकर्ता अंतर्दृष्टि। प्रतिक्रिया का प्रत्येक दौर एक सीखने का अवसर है जो एक उत्पाद बनाने के लिए आपको एक कदम करीब लाता है जो वास्तव में प्रतिध्वनित होता है अपने दर्शकों के साथ।

संक्षेप में, अपने प्रोटोटाइप पर प्रतिक्रिया इकट्ठा करना सिर्फ के बारे में नहीं है यह पता लगाना कि क्या काम करता है या काम नहीं करता है; यह सीखने, शोधन करने के बारे में है, और जब तक आपके पास एक उत्पाद है जो आपके उपयोगकर्ताओं की सेवा करता है प्रभावी रूप से। जबकि प्रक्रिया चुनौतीपूर्ण और कभी-कभी हो सकती है असुविधाजनक, अंतर्दृष्टि और सुधार यह करने की ओर ले जाता है अमूल्य। जैसा कि आप प्रतिक्रिया प्रक्रिया को नेविगेट करते हैं, रहना याद रखें अपने अंतिम लक्ष्य पर खुला, लचीला, और ध्यान केंद्रित: एक उत्पाद बनाना कि आपके उपयोगकर्ता प्यार करते हैं।

Oceanofpdf.com

5

बैक-एंड का निर्माण

सॉफ्टवेयर विकास का बैक-एंड क्या है?

सरल शब्दों में, एक ऐप या वेबसाइट का बैक-एंड एक की रसोई है रेस्टोरेंट। हम इसे नहीं देखते हैं, लेकिन हम जानते हैं कि हमारा सारा भोजन कहां है संग्रहीत, जहां हमारे आदेश भेजे जाते हैं, और जहां हमारा भोजन पहले बनाया गया है हमारे पास भेजा जा रहा है।

सॉफ्टवेयर विकास के दायरे में, 'बैक-एंड' (या सर्वर--

पक्ष) किसी भी आवेदन के पीछे अनदेखी पावरहाउस को दर्शाता है या वेबसाइट जो एक उपयोगकर्ता के साथ बातचीत करती है। इसमें सर्वर, डेटाबेस और शामिल हैं एप्लिकेशन जो उपयोगकर्ता से भेजे गए किसी भी डेटा को संसाधित करते हैं। जबकि उपयोगकर्ता सीधे बैक-एंड के साथ बातचीत नहीं करते हैं, इसके लिए जिम्मेदार है उपयोगकर्ता-सामना करना सुनिश्चित करने के लिए डेटा का भंडारण, आयोजन और प्रसंस्करण साइड (फ्रंट-एंड) सही ढंग से कार्य करता है। एक बैक-एंड डेवलपर कोई है जो सभी विशेषताओं को बनाने और बनाए रखने के लिए जिम्मेदार है बैक-एंड, जैसे कि एक डेटाबेस बनाना या लेखन कोड जो एक बताता है जब कोई उपयोगकर्ता इसके साथ बातचीत करता है तो विशेष सुविधा क्या करें। एक पारंपरिक बैक एंड आमतौर पर विभिन्न का उपयोग करके तैयार किया जाता है जावा जैसी प्रोग्रामिंग भाषाएं, Python, Php, Ruby, .net और MySQL जैसे डेटाबेस प्रबंधन प्रणालियों के साथ युग्मित, PostgreSQL, mongodb, आदि संयोजन एक मजबूत होता है जटिल कार्यों को संभालने और बड़े पैमाने पर प्रबंधित करने के लिए इन्फ्रास्ट्रक्चर सुसज्जित डेटा लोड।

एक ऐप आइडिया (मुझे शामिल) के साथ अधिकांश व्यक्तियों के लिए, बैक-अंत हमेशा वह हिस्सा रहा है जिसने विकास को निघ-ऑन बनाया-

असंभव। ज़रूर, यह खींचने के लिए सीखने की अवस्था का एक छोटा सा हो सकता है एक साथ एक अच्छी तरह से डिज़ाइन किए गए ऐप या वेबसाइट, लेकिन सच्चा संघर्ष हमेशा आश्चर्यजनक रूप से शांत सामान करने के लिए ऐप प्राप्त करने में बने रहे। अंदर फेंके आधुनिक प्रौद्योगिकियां जैसी एआई, और बिल्डिंग ऐप्स की पहुंच औसत गैर-कोडर के लिए पहुंच से बहुत दूर था। यह निश्चित रूप से है जब तक बाजार में नो-कोड टूल दिखाई नहीं दिए।

नो-कोड विकास में बैक-एंड

नो-कोड विकास ने बैक-एंड की अवधारणा को फिर से मजबूत किया है। प्रक्रियाएं समान रहती हैं - सभी सामान जो हमारे ऐप को बनाते हैं सामान, लेकिन निष्पादन की विधि में काफी बदलाव आया है। मैं नहीं-कोड विकास, बैक एंड का निर्माण पूर्व-निर्मित का उपयोग करके किया जाता है, अनुकूलन योग्य तत्व जो नेत्रहीन हेरफेर किए जाते हैं। यह पूरी तरह से किसी भी कोड को लिखने की आवश्यकता को बायपास करता है, जिससे प्रक्रिया अधिक हो जाती है पहुंच योग्य।

बैक-एंड में शामिल मौलिक संचालन, जैसे डेटा भंडारण, पुनर्प्राप्ति और प्रबंधन, अभी भी प्रक्रिया का दिल हैं। परिवर्तन इन कार्यों को पूरा करने के लिए उपयोग किए जाने वाले उपकरणों में है। बिना संकोच विकास को लागू करने के लिए उपयोगकर्ता के अनुकूल इंटरफेस पर निर्भर करता है और बैक-एंड कार्यक्षमता के विभिन्न पहलुओं में हेरफेर करें, लाइनों की जगह सहज ज्ञान युक्त दृश्य तत्वों के साथ कोड।

सही बैक-एंड टूल चुनना

नो-कोड विकास में बैक एंड का प्रकार निकट से जुड़ा हुआ है अनुप्रयोग की प्रकृति और जटिलता। यदि आपको डेटा एकत्र करने की आवश्यकता है (जैसे) उपयोगकर्ता विवरण या श्रेणियां), तो आपको इसे स्टोर करने की आवश्यकता होगी डेटाबेस।

सरल डेटा संग्रह या अल्पविकसित अनुप्रयोगों के लिए, स्प्रेडशीट-शैली के प्लेटफ़ॉर्म जैसे Google शीट या एयरटेबल अक्सर पर्याप्त है। ये प्लेटफ़ॉर्म डेटाबेस के एक रूप के रूप में कार्य कर सकते हैं, डेटा संग्रहीत कर सकते हैं उपयोगकर्ताओं द्वारा या ऐप द्वारा इनपुट किया गया। सेटअप प्रक्रिया सीधी है, विभिन्न डेटा बिंदुओं और प्रत्येक पंक्ति का प्रतिनिधित्व करने वाले विभिन्न कॉलम के साथ एक अलग रिकॉर्ड को दर्शाता है। हम तब अपने ऐप में डेटा को पुनः प्राप्त करते हैं सिंपल ड्रैग-एंड-ड्रॉप कमांड। इसका एक बड़ा उदाहरण है अगर हम एक नुस्खा ऐप बनाना चाहता था। हम एक साधारण स्प्रेडशीट बना सकते हैं इसमें हमारे सभी व्यंजनों को शामिल किया गया था। फिर हम इस सूची को अपने पर प्रदर्शित कर सकते हैं हमारे उपयोगकर्ता के लिए ऐप।

हालांकि, साथ ही एक डेटाबेस, आपको अपने हेरफेर करने की आवश्यकता हो सकती है किसी तरह से डेटा, जैसे उपयोगकर्ताओं को व्यंजनों की खोज करने की अनुमति देना



कीवर्ड या श्रेणी। नो-कोड प्लेटफॉर्म जैसे कि एडालो, बबल, और

Outsystems न केवल आंतरिक डेटाबेस उपकरण प्रदान करता है, बल्कि वे भी प्रदान करते हैं हजारों तैयार-निर्मित घटक जो आपको वास्तव में कुछ करने की अनुमति देते हैं

क ₹

अपने डेटा के साथ चीजों को आराम देना। मेरे पसंदीदा में से एक है

उपयोगकर्ता का ईवेंट लोकेशन एकत्र करें और फिर उन विवरणों को पिन के रूप में प्रदर्शित करें एक नक्शे पर।

सही डेटाबेस या end बैक-एंड 'सिस्टम चुनना वास्तव में निर्भर करता है

आपका ऐप कितना जटिल है और आपको किन घटकों की आवश्यकता है।

विकल्प भी आपके पसंदीदा नो-कोड प्लेटफॉर्म से प्रभावित हो सकता है।

अपनी यात्रा में, मैंने निर्माण का अभ्यास करने के लिए पर्याप्त समय समर्पित किया

Airtable में डेटाबेस को गहन समझ हासिल करने के लिए

काम किया। यह हाथ-पर अनुभव लोभी में अमूल्य साबित हुआ

एक नो-कोड संदर्भ में डेटाबेस ऑपरेशन की जटिलताएं। जैसा कि आप उद्यम करते हैं

आपकी यात्रा पर, मैं आपको प्रयोग करने, अन्वेषण करने के लिए प्रोत्साहित करता हूं, और

उस उपकरण को खोजने के लिए अभ्यास करें जो आपकी आवश्यकताओं के साथ सबसे अच्छा संरेखित करता है।

एक संबंधपरक डेटाबेस क्या है?

किसी भी नो-कोड यात्रा पर सेट करते समय, हम अनिवार्य रूप से सामना करते हैं

डेटाबेस की अवधारणा। वे अदृश्य इंजन हैं जो स्टोर करते हैं,

हमारे अनुप्रयोगों में जानकारी को पुनः प्राप्त करें, और प्रबंधित करें। एक नौसिखिया के लिए,

डेटाबेस काफी हैरान करने वाला हो सकता है। जब मैंने शुरुआत की, मुझे याद है

सभी तकनीकी शब्दजाल और असंख्य के साथ अभिभूत महसूस करना

विकल्प उपलब्ध हैं। लेकिन समय के साथ, बहुत अभ्यास के साथ और

दृढ़ता, विशेष रूप से एयरटेबल जैसे सुलभ उपकरणों के साथ, मैंने पाया

स्पष्टता। मैंने की लालित्य और दक्षता की सराहना करना शुरू कर दिया

संबंधपरक डेटाबेस मॉडल, जो जल्दी से मेरे गो-टू के रूप में उभरा

नो-कोड अनुप्रयोगों में डेटा प्रबंधन के लिए दृष्टिकोण।

डेटाबेस की दुनिया ने समझाया

इससे पहले कि हम संबंधपरक डेटाबेस के कामकाज और गुणों में दे,

आइए डेटाबेस के व्यापक परिदृश्य पर एक संक्षिप्त नज़र डालें।

अनिवार्य रूप से, डेटाबेस कई रूपों में आते हैं:

1। फ्लैट-फाइल डेटाबेस: ये सबसे सरल प्रकार के डेटाबेस हैं

जहां सभी डेटा को एक ही तालिका में संग्रहीत किया जाता है, बहुत पसंद है

स्प्रैडशीट। वे समझने में आसान हैं लेकिन जल्दी से बन जाते हैं

डेटा की मात्रा और जटिलता के रूप में अक्षम।

2। पदानुक्रमित डेटाबेस: जैसा कि नाम से पता चलता है, ये डेटाबेस

एक पेड़ की तरह संरचित हैं, एक पदानुक्रम में व्यवस्थित डेटा के साथ

एक-से-कई रिश्ते। जबकि वे स्पष्ट रूप से अच्छा काम करते हैं पदानुक्रमित डेटा, वे जटिल, परस्पर जुड़े के साथ संघर्ष करते हैं रिश्ते।

3। नेटवर्क डेटाबेस: ये पदानुक्रमित का एक विकास है डेटाबेस और कई-से-कई रिश्तों की अनुमति देते हैं। हालांकि, वे जटिल हैं और बनाए रखने के लिए महत्वपूर्ण ओवरहेड की आवश्यकता होती है।

4। ऑब्जेक्ट-ओरिएंटेड डेटाबेस: ये स्टोर डेटा ऑब्जेक्ट्स के रूप में, जैसे ऑब्जेक्ट ओरिएंटेड प्रोग्रामिंग। वे जटिल डेटा को संभाल सकते हैं और रिश्ते लेकिन एक सीखने की अवस्था है और नहीं हो सकता है सभी उपयोग मामलों में फिट।

5। संबंधपरक डेटाबेस: ये डेटाबेस तालिकाओं में डेटा संग्रहीत करते हैं और तालिकाओं में संबंधित डेटा को लिंक करने के लिए सामान्य विशेषताओं का उपयोग करें। वे सादगी, लचीलापन और दक्षता का संतुलन, मेकिंग उन्हें आज सबसे लोकप्रिय प्रकार का डेटाबेस।

संबंधपरक डेटाबेस की चढ़ाई

1970 में ई.एफ. CODD द्वारा प्रस्तावित रिलेशनल मॉडल, क्रांति की जिस तरह से हम डेटाबेस के बारे में सोचते हैं। इसके पूर्ववर्तियों के विपरीत, संबंधपरक डेटाबेस को सभी को निर्धारित करने के लिए डेवलपर्स की आवश्यकता नहीं है रिश्ते और डेटा मार्ग अपफ्रंट हैं। इसने एक स्तर की अनुमति दी लचीलापन और गतिशीलता जिसने इसे एक विस्तृत श्रृंखला के लिए आदर्श बना दिया आवेदन।

मेरे अनुभव में, यह प्रमुख कारक था जो संबंधपरक सेट करता था अलग-अलग डेटाबेस। जब मैं एक नौसिखिया था, तो मुझे हमेशा नहीं पता था कि मैं क्या डेटा करता हूं जरूरत है, यह कैसे संबंधित था, और मुझे इसका उपयोग करने की आवश्यकता कैसे हो सकती है भविष्य। यह नो-कोड डेवलपर्स के लिए एक सामान्य चुनौती है, जो अक्सर एक साधारण विचार के साथ शुरू करें और धीरे-धीरे इसकी जटिलता को उजागर करें निर्माण। संबंधपरक मॉडल, कुशलता से संभालने की क्षमता के साथ डेटा और रिश्तों में परिवर्तन और विस्तार, एक साबित हुआ अमूल्य सहयोगी।

रिलेशनल डेटाबेस: एक क्लोजर लुक

एक रिलेशनल डेटाबेस डेटा के एक हलचल वाले शहर की तरह है। में प्रत्येक तालिका डेटाबेस एक इमारत, आवास से संबंधित जानकारी के टुकड़ों की तरह है। इन तालिकाओं में पंक्तियाँ निवासियों की तरह हैं, प्रत्येक अपने अद्वितीय के साथ पहचानकर्ता (प्राथमिक कुंजियाँ), और स्तंभ उनके जैसे हैं विशेषताएँ।

क्या इस शहर को वास्तव में कार्य करता है, हालांकि, रिश्ते हैं विभिन्न इमारतों के निवासियों के बीच। ये बनते हैं

साझा विशेषताओं (विदेशी कुंजियों) के माध्यम से जो रिकॉर्ड को जोड़ते हैं टेबल। उदाहरण के लिए, एक 'ऑर्डर' टेबल एक 'ग्राहक आईडी' रख सकती है यह एक 'ग्राहकों की तालिका में' ग्राहक आईडी 'से मेल खाता है, जिससे एक निर्माण होता है एक विशिष्ट आदेश और एक विशिष्ट ग्राहक के बीच संबंध। इन रिश्ते डेटाबेस को सुसंगत इकट्ठा करने में सक्षम बनाते हैं और असमान डेटा बिंदुओं से सार्थक जानकारी।

एक संबंधपरक डेटाबेस में रिश्तों को समझना

एक संबंधपरक डेटाबेस में सबसे महत्वपूर्ण अवधारणाओं में से एक है

'रिश्तों' का विचार। डेटाबेस के संदर्भ में, एक संबंध में रास्ता है

दो या दो से अधिक टेबल एक साथ जुड़े हुए हैं। रिश्ता है

एक कुंजी का उपयोग करके गठित, जो डेटा का एक टुकड़ा है जो विशिष्ट रूप से पहचानता है

एक टेब में रिकॉर्ड

ई। कुंजी के बीच एक लिंक स्थापित करने के लिए उपयोग किया जाता है

अलग-अलग तालिकाओं में रिकॉर्डिंग रिकॉर्ड।

संबंधपरक डेटाबेस में तीन प्रकार के संबंध हैं:

1। एक-से-एक (1: 1): इस प्रकार के संबंध का मतलब है कि एक रिकॉर्ड एक तालिका में दूसरी तालिका में केवल एक रिकॉर्ड से संबंधित है। के लिए उदाहरण, एक कंपनी के लिए एक डेटाबेस में, आपके पास एक हो सकता है कर्मचारी तालिका और एक विवरण तालिका। प्रत्येक कर्मचारी के पास एक है अतिरिक्त जानकारी युक्त विवरण तालिका में रिकॉर्ड करें उनकी सामाजिक सुरक्षा संख्या की तरह, जो प्रत्येक के लिए अद्वितीय है कर्मचारी। यह एक-से-एक रिश्ता है।

2। एक-से-कई (1: एम): यह सबसे आम प्रकार है संबंध। इसका मतलब है कि एक तालिका में एक रिकॉर्ड संबंधित हो सकता है किसी अन्य तालिका में एक या एक से अधिक रिकॉर्ड। उदाहरण के लिए, एक ई में एक ग्राहक तालिका और एक आदेश तालिका पर विचार करें-वाणिज्य डेटाबेस। प्रत्येक ग्राहक कई आदेश दे सकता है, लेकिन प्रत्येक आदेश एक ग्राहक द्वारा किया जाता है। इस प्रकार, एक है-ग्राहकों और आदेशों के बीच संबंध।

3। कई-से-कई (एम: एम): कई-से-कई संबंधों में, एक रिकॉर्ड एक तालिका में एक या एक से अधिक रिकॉर्ड से संबंधित हो सकता है तालिका और इसके विपरीत। क्योंकि यह काफी जटिल हो सकता है, यह अक्सर एक तीसरी तालिका बनाकर प्रबंधित किया जाता है, जिसे जंक्शन कहा जाता है तालिका या एक लिंकिंग तालिका। उदाहरण के लिए, एक पुस्तक तालिका पर विचार करें और एक पुस्तकालय के लिए एक डेटाबेस में एक लेखक की तालिका। एक किताब हो सकती है कई लेखक हैं, और एक लेखक कई लिख सकता है किताबें। यह कई-से-कई संबंध बनाता है, जो हो सकता है

एक तीसरी तालिका के साथ प्रबंधित, जिसे शायद बुकऑथर्स कहा जाता है। इन रिश्तों को समझना और उन्हें कैसे लागू करना है आपका डेटाबेस महत्वपूर्ण है, क्योंकि वे संबंधपरक के निर्माण ब्लॉक हैं डेटाबेस। ये रिश्ते मजबूत और लचीली प्रकृति को सक्षम करते हैं संबंधपरक डेटाबेस जो जटिल और परस्पर संबंधित डेटा को पूरा कर सकते हैं आवश्यकताएं। जैसा कि आप संबंधपरक डेटाबेस के साथ अधिक सहज हैं, आप अपने आप को अपने डेटा की जरूरतों को संभालने के लिए बेहतर तरीके से सुसज्जित पाएंगे नो-कोड एप्लिकेशन, आपको अधिक जटिल बनाने की अनुमति देता है और शक्तिशाली समाधान।

अभ्यास के माध्यम से समझ: एयरटेबल की शक्ति जब मैंने पहली बार डेटाबेस की खोज शुरू की, तो मुझे सिद्धांत मिला डराना और सार। जब मैं शुरू हुआ तब मोड़ आया Airtable का उपयोग करें, एक मंच जो स्प्रेडशीट की सादगी को जोड़ती है संबंधपरक डेटाबेस की शक्ति के साथ। एयरटेबल ने मुझे निर्माण करने की अनुमति दी और एक उपयोगकर्ता के अनुकूल इंटरफ़ेस और विज़ुअलाइज़ के साथ डेटाबेस में हेरफेर करें डेटा के विभिन्न सेटों के बीच संबंध, कुछ ऐसा था मेरी समझ बनाने में अमूल्य।

मैंने अनगिनत घंटे अलग-अलग टेबल बनाने, स्थापित करने में बिताए संबंध, विभिन्न दृष्टिकोणों से डेटा देखना, और बाहर की कोशिश करना जटिल प्रश्न। प्रत्येक प्रयोग के साथ, प्राथमिक की अवधारणाएं चाबियाँ, विदेशी चाबियाँ, संबंध और सामान्यीकरण अधिक करना शुरू कर दिया समझ। मुझे एहसास हुआ कि डेटाबेस बनाना कोई कार्य नहीं है हल्के से - यह एक इमारत की नींव बिछाने की तरह है; यह जितना मजबूत है, आपका आवेदन जितना अधिक मजबूत होगा।

अपनी आवश्यकताओं के लिए सही डेटाबेस चुनना उपयोग करने के लिए डेटाबेस के प्रकार का चयन करते समय, यह विचार करना महत्वपूर्ण है आपके डेटा की प्रकृति और आपके एप्लिकेशन की जरूरतों। यदि आपका डेटा कई रिश्तों या जटिल प्रश्नों के बिना, एक फ्लैट-फाइल के बिना सरल है डेटाबेस पर्याप्त हो सकता है। हालाँकि, जैसे ही आप निपटना शुरू करते हैं जटिल, परस्पर संबंधित डेटा, एक संबंधपरक डेटाबेस के लाभ स्पष्ट हो जाओ।

उदाहरण के लिए, मान लीजिए कि आप एक साधारण संपर्क बना रहे हैं प्रबंधन प्रणाली जहां प्रत्येक संपर्क स्वतंत्र है, जिसमें नहीं उनके बीच संबंध। उस स्थिति में, एक फ्लैट-फाइल डेटाबेस हो सकता है पर्याप्त है। लेकिन अगर आप एक ई-कॉमर्स ऐप बना रहे हैं, जहां ग्राहक आदेश हैं, आदेशों में उत्पाद होते हैं, और उत्पादों में श्रेणियां होती हैं और आपूर्तिकर्ता, एक संबंधपरक डेटाबेस एक जरूरी है। यह आपको अनुमति देगा

इन जटिल रिश्तों को कुशलता से प्रबंधित करें और डेटा सुनिश्चित करें  
अखंडता।

संबंधपरक मॉडल की श्रेष्ठता

कुछ कारण हैं कि संबंधपरक डेटाबेस पर विचार क्यों किया जाता है  
अधिकांश अनुप्रयोगों के लिए बेहतर:

1। सादगी: जटिल को संभालने की उनकी क्षमता के बावजूद

रिश्ते, संबंधपरक डेटाबेस समझने में सरल हैं

और उपयोग करें। तालिकाओं, पंक्तियों और स्तंभों की अवधारणा है

कुछ हम सभी परिचित हैं, जिससे डिजाइन करना आसान हो जाता है

और डेटाबेस का प्रबंधन करें।

2। लचीलापन: संबंधपरक डेटाबेस के साथ, आप जोड़ सकते हैं, निकाल सकते हैं, या

अन्य डेटा सेट को प्रभावित किए बिना डेटा को संशोधित करें या आवश्यकता

अपने पूरे डेटाबेस का पुनर्गठन। आप दृश्य भी बना सकते हैं

अंतर्निहित को बदलने के बिना, अलग-अलग तरीकों से डेटा प्रस्तुत करें

डेटा।

3। स्केलेबिलिटी: रिलेशनल डेटाबेस बड़ी मात्रा में संभाल सकता है

डेटा और उपयोगकर्ता। वे प्रदर्शन को बनाए रखने के लिए डिज़ाइन किए गए हैं

डेटाबेस बढ़ता है।

4। डेटा अखंडता: एक संबंधपरक डेटाबेस में, डेटा डुप्लिकेट नहीं है

अनावश्यक रूप से। यह विसंगतियों के जोखिम को कम करता है और

त्रुटियां। अंतर्निहित नियम और बाधा

Aints यह भी सुनिश्चित करते हैं कि डेटा

डेटाबेस में दर्ज किया गया मान्य और सुसंगत है।

5। शक्तिशाली क्वेरी क्षमताएं: SQL (संरचित क्वेरी

भाषा), साथ बातचीत के लिए मानक भाषा

संबंधपरक डेटाबेस, शक्तिशाली और लचीला है। इसके लिए अनुमति देता है

अपने डेटा से मूल्यवान अंतर्दृष्टि निकालने के लिए जटिल प्रश्न।

जबकि यह पहली बार में डराने वाला लग सकता है, एक हाथ से दृष्टिकोण के लिए

सीखना, जैसे कि एयरटेबल जैसे उपकरण के साथ टिकरिंग, को ध्वस्त कर सकते हैं

अवधारणा। जैसे -जैसे आपकी समझ बढ़ती है, वैसे-वैसे आपकी उपयोग करने की क्षमता होती है

तेजी से जटिल अनुप्रयोगों को शक्ति देने के लिए संबंधपरक डेटाबेस,

बिना कोड में एक पूर्ण और रचनात्मक यात्रा के लिए मार्ग प्रशस्त

विकास।

आइए एक नज़र डालते हैं कि हम कैसे एक संबंधपरक डेटाबेस का निर्माण कर सकते हैं

Startright। सबसे पहले, आइए हम उस डेटा का एक मोटा ध्यान दें जो हम करेंगे

इकट्ठा करने की जरूरत है।

1। स्टार्टअप उनके नाम, ईमेल, व्यावसायिक क्षेत्र के साथ साइन अप करता है,

वर्ष की स्थापना, स्टार्टअप बायो और लोगो।

2। विशेषज्ञ उनके नाम, ईमेल, कौशल सेट, जैव के साथ हस्ताक्षर करता है, प्रोफ़ाइल फोटो, और वर्षों के अनुभव।

3। विशेषज्ञ एक ऐसी सेवा को सूचीबद्ध करता है जिसमें एक शीर्षक है, एक विशेष छवि, ए विवरण, और कीमत।

4। स्टार्टअप एक आदेश बनाता है जो विशेषज्ञ से जुड़ा हुआ है।

5। प्रत्येक आदेश में एक चैट के बीच एक चैट है

स्टार्टअप और विशेषज्ञ।

जैसे -जैसे हम बढ़ते हैं, हम यहां अन्य डेटा स्ट्रीम जोड़ सकते हैं, जैसे कि बुकिंग

एक बैठक या ऑनलाइन पाठ्यक्रम के लिए एक समय और तारीख।

मैंने अपने रफ नोट्स बनाने के बाद, मुझे बनाने के लिए आगे बढ़ना पसंद है

एक पूर्ण डेटा मानचित्र। यह तालिकाओं और क्षेत्रों की निश्चित सूची है जो मैं

मेरे डेटाबेस में जरूरत है। मुझे यह या तो एक कार्यक्रम में करना पसंद है

धारणा। या एक स्प्रेडशीट में। यह इसलिए है क्योंकि मैं हर एक को बंद कर देता हूँ

मैं इसे अपने वास्तविक डेटाबेस में जोड़ता हूँ।

नीचे मेरी डेटाबेस संरचना या मानचित्र है।

उपयोगकर्ता तालिका

हमारी उपयोगकर्ता तालिका सभी उपयोगकर्ताओं का एक संग्रह होगा, दोनों संस्थापकों और

विशेषज्ञ। क्योंकि हम प्रत्येक के बारे में जानकारी संग्रहीत करते हैं, जिसमें उनके सहित

लॉगिन विवरण, हम उन्हें एक तालिका में रखेंगे। हम किसे भेद कर सकते हैं

एक संस्थापक है और जो एक प्रोफ़ाइल प्रकार को परिभाषित करके एक विशेषज्ञ है। कुंआ

उन विकल्पों को परिभाषित करने के लिए एक विकल्प सेट नामक किसी चीज़ का उपयोग करना। मैं बात करता हूँ

विकल्प सेट के बारे में थोड़ा और और वे इस खंड में बाद में क्या हैं।

- नाम
- के बारे में
- खाते की फोटो
- प्रोफ़ाइल प्रकार - प्रोफ़ाइल प्रकार विकल्प सेट से लिंक किया गया संस्थापक या एक विशेषज्ञ)
- कौशल श्रेणियां - श्रेणी सूची

अधिकांश नो-कोड टूल में डिफ़ॉल्ट रूप से एक ईमेल और पासवर्ड फ़िल्ड होता है।

एक अद्वितीय पहचानकर्ता के रूप में ईमेल, हमारी प्राथमिक कुंजी होगी।

व्यवसाय विवरण

हमारी व्यावसायिक विवरण तालिका में व्यावसायिक जानकारी शामिल होगी

हमारे संस्थापक और हमारे विशेषज्ञ दोनों। हम उनके उपयोगकर्ता विवरण को लिंक करते हैं (जो

इसमें शामिल है कि वे एक विशेषज्ञ या संस्थापक हैं) एक का उपयोग करके

व्यापार तालिका के लिए संबंध।

- व्यवसाय आईडी (प्राथमिक कुंजी)

- व्यवसाय का नाम
- व्यापार लोगो
- लंबा विवरण
- व्यावसायिक श्रेणी
- उपयोगकर्ता ईमेल (विदेशी कुंजी)

#### उत्पाद

हमारी व्यावसायिक तालिका केवल विशेषज्ञों से जुड़ी होगी, क्योंकि वे होंगे हमारे संस्थापकों को बेचने के लिए उत्पाद और सेवाएं बनाना। हम वापस लिंक करेंगे व्यापार विवरण से अपने व्यवसाय आईडी का उपयोग करके हमारे विशेषज्ञ को मेज़।

- उत्पाद आईडी (प्राथमिक कुंजी)
- शीर्षक
- संक्षिप्त वर्णन
- लंबा विवरण
- फीचर्ड चित्र
- श्रेणी - श्रेणी विकल्प सेट से जुड़ा हुआ है
- कीमत
- चित्र (सूची)
- उपयोगकर्ता आईडी (विदेशी कुंजी)

#### आदेश

ऑर्डर टेबल को केवल संस्थापकों से जोड़ा जाएगा, जो होगा हमारे विशेषज्ञों से उत्पाद और सेवाएं खरीदना। हम प्रत्येक को लिंक करते हैं इसे हमारे उपयोगकर्ता तालिका से वापस जोड़कर ऑर्डर करें।

- ऑर्डर आईडी (प्राथमिक कुंजी)
- उत्पाद आईडी (विदेशी कुंजी)
- उपयोगकर्ता (संस्थापक) ईमेल (विदेशी कुंजी)
- ऑर्डर की स्थिति - विकल्प सेट सूची से जुड़ी (डिफ़ॉल्ट सेट के रूप में 'आदेश दिया')

#### समीक्षा

समीक्षा तालिका वह जगह है जहां हमारे संस्थापक की समीक्षा संग्रहीत की जाएगी। हम उपयोगकर्ता तालिका के लिंक का उपयोग करके प्रत्येक समीक्षा को संस्थापक से वापस लिंक करें।

- समीक्षा आईडी (प्राथमिक कुंजी)
- सामग्री
- रेटिंग
- उपयोगकर्ता ईमेल (विदेशी कुंजी)
- ऑर्डर ऑर्डर आईडी (विदेशी कुंजी)



बात करना

सभी उपयोगकर्ता, संस्थापक और विशेषज्ञ दोनों, प्रत्येक के साथ चैट करने में सक्षम होंगे अन्य जब एक बिक्री की गई है। हम उन व्यक्तियों को अपने से जोड़ते हैं उपयोगकर्ता तालिका।

- चैट आईडी (प्राथमिक कुंजी)
- उपयोगकर्ता ईमेल - उपयोगकर्ताओं की सूची (विदेशी कुंजी)

संदेश

भेजा गया प्रत्येक संदेश एक चैट से संबंधित होगा। जब भी कोई नया संदेश हो सबमिट किया गया, यह चैट टेबल से जुड़ा होगा।

- संदेश आईडी
- सामग्री
- चैट आईडी

प्राथमिक और विदेशी कुंजियाँ ऐसे लिंक हैं जो कनेक्ट्स अलग हैं एक साथ टेबल ताकि हम डेटा को आगे और पीछे साझा कर सकें। प्राथमिक कुंजी प्रत्येक पंक्ति के लिए अद्वितीय पहचानकर्ता को संदर्भित करती है। के लिए उदाहरण, कल्पना कीजिए कि हमारे डेटाबेस में दो विशेषज्ञ थे (प्रत्येक लेना एक पंक्ति) दोनों ने एक ही विवरण के साथ एक उत्पाद बनाया, जैसे 'सोशल मीडिया मार्केटिंग परामर्श' के रूप में। अगर हम बस प्रदर्शित करना चाहते थे हमारे ऐप में उन वस्तुओं में से एक, यह कैसे पता चलेगा कि हम कौन से हैं वांछित? इसके बजाय, जब भी डेटाबेस में कोई नया उत्पाद जोड़ा जाता है, तो हम एक अद्वितीय, यादृच्छिक उत्पन्न करने के लिए हमारे डेटाबेस के लिए एक निर्देश बनाएं उत्पाद आयडी। उस रास्ते, जब हम एक विशेष उत्पाद चाहते हैं, तो हमारे पास बस है उस उत्पाद आईडी पर कॉल करने के लिए। विदेशी कुंजी किसी अन्य तालिका से प्राथमिक कुंजी से संबंधित है। कल्पना कीजिए कि हमारे पास इन सभी अद्भुत उत्पादों में बैठे थे डेटाबेस, लेकिन हमें नहीं पता था कि वे किसके थे। हम कैसे करेंगे हमारे संस्थापकों को सटीक जानकारी प्रदर्शित करें? हम कैसे कर पाएंगे एक बार बिक्री के बाद हमारे विशेषज्ञों को भुगतान करने के लिए? हम न केवल चाहते हैं इसे वापस विशेषज्ञ स्वामी से लिंक करें, लेकिन सभी प्रासंगिक भी प्रदर्शित करें उनके व्यवसाय के बारे में जानकारी। क्योंकि हम जानते हैं कि जॉन बिजनेस आईडी बिजनेस टेबल में एक प्राथमिक कुंजी है, हम इसे जोड़ते हैं उत्पाद तालिका में जानकारी। इसका मतलब है कि क्योंकि दोनों टेबल्स (उत्पाद और व्यवसाय) जॉन के बिजनेस आईडी के माध्यम से जुड़े हुए हैं, हम एक दूसरे के बीच उन तालिकाओं से डेटा साझा कर सकते हैं। इसी तरह, बिजनेस टेबल उपयोगकर्ता तालिका में जॉन के विवरण से भी जुड़ा हुआ है, इसलिए हम उनके व्यक्तिगत विवरणों को जोड़ने में सक्षम हैं, जैसे कि नाम और प्रोफ़ाइल फोटो

उसके प्रत्येक उत्पाद के लिए।

#### चित्र 5.1 प्राथमिक कुंजी

आप 'विकल्प सेट' शब्द पर भी आ सकते हैं। एक विकल्प सेट

आपको अपने डेटाबेस में पूर्व-निर्धारित फ़ील्ड सेट करने की अनुमति देता है। उदाहरण के लिए,

जब कोई विशेषज्ञ साइन अप करता है, तो हम चाहते हैं कि वे चुनें कि वे कौन से कौशल हैं

वास्तव में अच्छा है। हम नहीं चाहते कि वे लिख सकें और उन्हें जोड़ सकें

हमारे डेटाबेस के लिए खुद का कौशल; यह एक भयानक गड़बड़ पैदा करेगा और बना देगा

हमारे स्टार्टअप्स के लिए वास्तव में सबसे अच्छे लोगों को ढूंढना मुश्किल है।

इसके बजाय, हम उन कौशल की एक सूची प्रदर्शित करना चाहते हैं जिन्हें हमने पहले ही चुना है

और उन्हें केवल उन लोगों का चयन करने की अनुमति दें जो वे चाहते हैं।

हम उन सभी क्षेत्रों के लिए विकल्प सेट बनाते हैं जहां हमें बनाने की आवश्यकता है

पूर्व-परिभाषित विकल्पों की एक सूची।

प्रोफ़ाइल प्रकार

- चालू होना

- विशेषज्ञ

श्रेणियां

- तकनीकी

- वित्त

- निवेश

- उत्पाद

- डिज़ाइन

- विपणन

- बिक्री

आदेश की स्थिति

- आदेश दिया

- प्रगति पर है

- पूरा

बाजार पर लोकप्रिय नो-कोड डेटाबेस

Google शीट

Google Sheets, Google Suite का एक हिस्सा, एक लोकप्रिय स्प्रेडशीट है

प्रोग्राम जिसे आपके नो-कोड के लिए एक सरल डेटाबेस के रूप में इस्तेमाल किया जा सकता है

आवेदन। एक पारंपरिक डेटाबेस के विपरीत, Google शीट आसान है

उपयोग करें और SQL या अन्य डेटाबेस का कोई पूर्व ज्ञान की आवश्यकता नहीं है

भाषाएँ।

एक Google शीट में पंक्तियों में संगठित व्यक्तिगत कोशिकाएं होती हैं और

कॉलम। स्प्रेडशीट में प्रत्येक पंक्ति एक रिकॉर्ड का प्रतिनिधित्व कर सकती है, और

प्रत्येक कॉलम उस रिकॉर्ड के एक क्षेत्र का प्रतिनिधित्व कर सकता है। उदाहरण के लिए, यदि

आप इन्वेंट्री को ट्रैक करने के लिए एक ऐप का निर्माण कर रहे हैं, प्रत्येक पंक्ति प्रतिनिधित्व कर सकती है आपकी इन्वेंट्री में एक आइटम, और कॉलम 'आइटम नाम' हो सकते हैं, 'मात्रा', 'मूल्य', और इसी तरह।

आप विभिन्न चादरों के बीच संबंध बना सकते हैं (समान

एक पारंपरिक डेटाबेस में टेबल) Vlookup और जैसे कार्यों का उपयोग करते हुए

Hlookup। उदाहरण के लिए, आपके पास 'ग्राहकों' के लिए एक शीट हो सकती है और

'ऑर्डर' के लिए एक और। आप दोनों को जोड़ने के लिए इन कार्यों का उपयोग कर सकते हैं

चादरें और प्रत्येक आदेश के लिए ग्राहक की जानकारी प्राप्त करें।

डेटाबेस के रूप में Google शीट का उपयोग करने के फायदों में से एक इसका है

AppSheet जैसे कई नो-कोड ऐप बिल्डरों के साथ आसान एकीकरण,

ग्लाइड, और स्टैकर। ये प्लेटफॉर्म सीधे डेटा को पढ़ सकते हैं

आपकी Google शीट और इसका उपयोग अपने ऐप को पॉप्युलेट करने के लिए करें। कोई भी परिवर्तन आप

ऐप में मेक शीट में परिलक्षित होगा, और इसके विपरीत।

सादगी और उपयोग में आसानी Google शीट को एक महान बनाती है

सरल की तरह सीधे नो-कोड एप्लिकेशन के लिए डेटाबेस विकल्प

सीआरएम, परियोजना प्रबंधन उपकरण, और बहुत कुछ।

एयरटेबल

दूसरी ओर, Airtable, एक अधिक शक्तिशाली उपकरण है जो जोड़ती है

एक संबंधपरक की मजबूती के साथ एक स्प्रेडशीट की सादगी

डेटाबेस।

एयरटेबल में, आप ठिकानों के साथ काम करते हैं। प्रत्येक आधार एक मिनी डेटाबेस की तरह है

जिसमें कई टेबल शामिल हैं। प्रत्येक तालिका के भीतर, आपके पास रिकॉर्ड हैं

(पंक्तियाँ) और फ़ील्ड (कॉलम)। प्रत्येक रिकॉर्ड में एक अद्वितीय रिकॉर्ड आईडी है, और

फ़ील्ड अलग-अलग प्रकार के हो सकते हैं, जैसे कि पाठ, संख्या, दिनांक,

चेकबॉक्स, अटैचमेंट, और यहां तक कि दूसरे में एक रिकॉर्ड का संदर्भ

तालिका (जो संबंधपरक पहलू बनाता है)।

Airtable की प्रमुख शक्तियों में से एक इसकी बनाने की क्षमता है और

तालिकाओं के बीच संबंधों को प्रबंधित करें, जिससे यह अधिक उपयुक्त हो

जटिल परियोजनाएं जिन्हें संबंधपरक डेटाबेस की आवश्यकता होती है। उदाहरण के लिए, यदि

आप एक टास्क मैनेजमेंट ऐप का निर्माण कर रहे हैं, आपके पास एक तालिका हो सकती है

'कार्य', और 'उपयोगकर्ताओं' के लिए एक और, और के बीच संबंध बनाएं

उन्हें उपयोगकर्ताओं को कार्य असाइन करने के लिए।

AirTable भी एक शक्तिशाली API प्रदान करता है, इसे आसानी से सक्षम करता है

ज़ापियर, इंटीगोमैट, या यहां तक कि नो-कोड टूल के साथ एकीकृत करें

फ्रंट-एंड बिल्डरों जैसे एडालो, बबल, आदि API आपको अनुमति देता है

अपने ठिकानों में डेटा के साथ बातचीत करते हैं, सक्षम करते हैं, सक्षम करते हैं

स्वचालित वर्कफ़्लो और अलग-अलग डेटा को सिंक्रनाइज़ करना

प्लेटफ़ॉर्म।

AirTable के उपयोगकर्ता के अनुकूल इंटरफ़ेस, इसके शक्तिशाली के साथ संयुक्त सुविधाएँ, यह बिना कोड के अनुप्रयोगों के लिए एक उत्कृष्ट विकल्प बनाता है जटिल की तरह अधिक जटिलता और संबंधपरक डेटा संरचना की आवश्यकता है प्रोजेक्ट मैनेजमेंट ऐप्स, रिसोर्स सीई बुकिंग ऐप्स, और कंटेंट कैलेंडर।

Google शीट और Airtable दोनों ही अपनी ताकत हैं और हैं उनके तरीकों में शक्तिशाली। जटिलता पर निर्भर करता है और आपके नो-कोड एप्लिकेशन की आवश्यकताएं, आप एक का चयन कर सकते हैं यह आपकी जरूरतों को सबसे अच्छा लगता है। याद रखें, कुंजी आपके समझने के लिए है डेटा और उनके बीच संबंध और उस उपकरण को चुनें जो कर सकते हैं सबसे अच्छा उन रिश्तों को संभालते हैं।

बबल का डेटाबेस

बुलबुला एक व्यापक नो-कोड प्लेटफ़ॉर्म है जो न केवल प्रदान करता है फ्रंट-एंड डेवलपमेंट लेकिन एक अंतर्निहित, मजबूत बैक-एंड सिस्टम भी। बबल की डेटाबेस संरचना एक संबंधपरक मॉडल में काम करती है, जो उपयोगकर्ताओं की पेशकश करती है डेटा प्रकार बनाने की क्षमता (एक पारंपरिक में तालिकाओं के समान) डेटाबेस) और उनके भीतर फ़िल्ड।

बबल के डेटाबेस की एक उत्कृष्ट विशेषता यह है कि यह पूरी तरह से है ऐप के फ्रंट-एंड के साथ एकीकृत, जिसका अर्थ है कि आप आसानी से बांध सकते हैं स्क्रीन पर सार्वजनिक-सामना करने वाले तत्वों को डेटाबेस सामग्री। यह निर्बाध एकीकरण ऐप विकास प्रक्रिया को सरल करता है महत्वपूर्ण रूप से।

बबल का डेटाबेस जटिल संबंधपरक डेटा का भी समर्थन करता है संरचनाएं, यह व्यापक अनुप्रयोगों के निर्माण के लिए उपयुक्त है विभिन्न प्रकार के डेटा के बीच जटिल संबंधों के साथ।

वेबफ्लो के सीएमएस

WebFlow के अंतर्निहित डेटाबेस को CMS (कंटेंट मैनेजमेंट (सामग्री प्रबंधन) के रूप में जाना जाता है प्रणाली)। WebFlow CMS आपको ज्ञात सामग्री संरचनाओं को परिभाषित करने देता है संग्रह के रूप में (डेटाबेस टेबल के समान)। प्रत्येक संग्रह हो सकता है विभिन्न फ़िल्ड, जैसे पाठ, चित्र, अन्य संग्रह के संदर्भ, और अधिक।

WebFlow का CMS विशेष रूप से सामग्री-संचालित विकसित करने में मजबूत है वेबसाइट या एप्लिकेशन जैसे ब्लॉग, पोर्टफोलियो, समाचार साइट, आदि, इसे देखते हुए समृद्ध सामग्री प्रबंधन क्षमताएं।

एडालो का डेटाबेस

Adalo एक और नो-कोड प्लेटफ़ॉर्म है जो दोनों फ्रंट-एंड प्रदान करता है विकास और एक बैक-एंड डेटाबेस। Adalo में, आप परिभाषित कर सकते हैं फ़ील्ड के साथ आपके डेटा के लिए संग्रह जिसमें पाठ, संख्या शामिल हैं, छवियां, रिश्ते, और बहुत कुछ।

Adalo का डेटाबेस बेहद उपयोगकर्ता के अनुकूल है और इसमें एक सहज ज्ञान युक्त है इंटरफ़ेस, यह नो-कोड स्पेस में शुरुआती लोगों के लिए एक अच्छा विकल्प है। इसके अलावा, डेटाबेस और सामने के बीच घनिष्ठ एकीकरण-एंड बिल्डर ऐप-बिल्डिंग प्रक्रिया को सरल करता है।

बिल्डिंग विलो.सोशल संस्करण 1.0 एयरटेबल में जब मैंने विलो के संस्करण 1.0 का निर्माण किया।

डेटाबेस। मैंने इसे चुना क्योंकि यह अविश्वसनीय रूप से लचीला और एकीकृत था नो-कोड ऐप बिल्डरों के एक टन के साथ। मुझे यह भी पसंद आया कि यह था कई प्लगइन्स जो मुझे सरल कार्यों को स्वचालित करने में मदद कर सकते हैं। शुरुआती दिनों में, विलो.सोशल का विचार महिलाओं के साथ एक तरीका था साझा के लिए स्थानीय रूप से एक दूसरे के साथ जुड़ने के लिए हार्मोन की स्थिति फिटनेस और सामाजिक मज़ा। मैं चाहता था कि मेरे उपयोगकर्ता पंजीकरण कर सकें, बना सकें गतिविधियाँ और अन्य स्थानीय सदस्यों द्वारा आयोजित गतिविधियों में शामिल हों। मैंने नहीं बनाया मेरे पहले डेटाबेस के पांच से कम संस्करण, कई बार महसूस करते हुए, पूरी तरह से शब्द 'डेटाबेस' के उल्लेख से भी अभिभूत। लेकिन अगर आप ध्यान से योजना बनाएं, यह वास्तव में उतना कठिन नहीं है जितना लगता है। इस मामले में, मेरे संग्रह थे:

- उपयोगकर्ता (उपयोगकर्ता नाम, अवतार, पता, ईमेल, लक्षणों की सूची, सूची इच्छुक गतिविधियाँ)
- उपयोगकर्ता गतिविधियाँ (गतिविधि का नाम, विवरण, पता, दिनांक, समय, मालिक)
- गतिविधि साइन-अप (सदस्य भाग लिया, अनुमोदित (हाँ या नहीं))
- संदेश (प्रेषक, संदेश, समय, तिथि)

मैंने जानकारी के इस समूह को जोड़ने के लिए रिश्तों का उपयोग किया एक साथ।

यह अभ्यास बहुत कुछ सीखने के बिना नहीं था। आप आओगे कई डेटा प्रकारों और समीकरणों के पार जिन्हें आप अपनी तालिकाओं में जोड़ सकते हैं। इनमें से कुछ आत्म-व्याख्यात्मक हैं, जबकि अन्य ने मुझे गुगली के लिए छोड़ दिया अंत में घंटे। सबसे आम आप में से कुछ में आएंगे:

1। Integer: इस डेटा प्रकार का उपयोग संख्यात्मक मानों को संग्रहीत करने के लिए किया जाता है दशमलव अंक। उदाहरण: उम्र, वस्तुओं की संख्या, आदि।

2। फ्लोट/डबल: इन डेटा प्रकारों का उपयोग संख्यात्मक संग्रहीत करने के लिए किया जाता है दशमलव बिंदुओं के साथ मान। उदाहरण: मूल्य, वजन, आदि।

- 3। बूलियन: इस डेटा प्रकार का उपयोग सही या गलत मानों को संग्रहीत करने के लिए किया जाता है।
- 4। चार/varchar: इनका उपयोग अल्फ़ान्यूमेरिक को स्टोर करने के लिए किया जाता है वर्ण। चार का उपयोग निश्चित लंबाई के लिए किया जाता है और varchar का उपयोग किया जाता है चर लंबाई वर्णों के लिए। उदाहरण: नाम, पते, आदि।
- 5। दिनांक/समय: इन डेटा प्रकारों का उपयोग दिनांक और समय को संग्रहीत करने के लिए किया जाता है जानकारी। उदाहरण: जन्म तिथि, घटना की तारीख, आदि।
- 6। बूँद/बाइनरी: इनका उपयोग छवियों की तरह बाइनरी डेटा को संग्रहीत करने के लिए किया जाता है, ऑडियो फाइलें, आदि।
- 7। पाठ/लंबा पाठ: इन डेटा प्रकारों का उपयोग लंबे समय तक संग्रहीत करने के लिए किया जाता है अल्फ़ान्यूमेरिक वर्ण। वे आमतौर पर उपयोग किए जाते हैं विवरण, टिप्पणियाँ, आदि।
- गतिविधि: अपने डेटा को मैप करें अपने ऐप के लिए आवश्यक डेटा को मैप करने में कुछ समय बिताएं। आप इसे पेन और पेपर, एक स्प्रेडशीट या जैसे उपकरण के साथ कर सकते हैं धारणा। संग्रह शीर्षक लिखें, इसके बाद आप सभी डेटा बिंदुओं के बाद इकट्ठा करने की जरूरत है। अपने संबंधों को चिह्नित करने की कोशिश करें जहां आपके संबंध हैं बनाया।

Oceanofpdf.com

6

फ्रंट-एंड का निर्माण

फ्रंट-एंड क्या है?

पारंपरिक सॉफ्टवेयर विकास में, फ्रंट-एन

D एक का हिस्सा है

सॉफ्टवेयर एप्लिकेशन जो उपयोगकर्ता सीधे बातचीत करते हैं, अर्थात्, बटन,

प्रपत्र, चित्र, पाठ के ब्लॉक, आदि फ्रंट-एंड डेवलपमेंट, इसलिए,

इन सभी दृश्य और इंटरैक्टिव को बनाना और कार्यान्वित करना शामिल है

तत्व। इसके लिए दोनों डिजाइन सिद्धांतों की गहरी समझ की आवश्यकता है

और कोडिंग। फ्रंट-एंड डेवलपर्स जैसे प्रोग्रामिंग भाषाओं का उपयोग करते हैं

HTML, CSS, और JavaScript के डिजाइन और इंटरफ़ेस को लाने के लिए

जीवन के लिए आवेदन। वे आपके द्वारा देखी जाने वाली हर चीज के लिए जिम्मेदार हैं और

एक वेबसाइट या एप्लिकेशन पर बातचीत करें - लेआउट, फॉन्ट,

रंग, बटन, चित्र, रूप, और किसी भी दृश्य संक्रमण या

एनिमेशन।

यदि आप अपने ऐप बनाने के लिए एक पेशेवर टीम को काम पर रख रहे थे, तो आप

फ्रंट-एंड डेवलपर और बैक-एंड दोनों के साथ काम कर सकते हैं

डेवलपर। कभी-कभी आप किसी के साथ काम कर सकते हैं जिसे पूर्ण के रूप में जाना जाता है-

स्टैक डेवलपर। यह विशेष मानव फ्रंट-एंड और दोनों का एक हाइब्रिड है

बैक-एंड डेवलपर भूमिकाएं। वे जानकार और कुशल हैं दोनों क्लाइंट-साइड और सर्वर-साइड डेवलपमेंट और ए बना सकते हैं पूरा एप्लिकेशन, दोनों दृश्य पर काम कर रहे हैं जो उपयोगकर्ता के साथ बातचीत और डेटा प्रसंस्करण के पीछे होता है दृश्य।

अब, गियर को शिफ्ट करें और नो-कोड के दायरे में बदल दें विकास। इस संदर्भ में, फ्रंट-एंड अभी भी अंतिम उपयोगकर्ता है के साथ बातचीत करता है, लेकिन इसे बनाने की प्रक्रिया काफी अलग है। नो-कोड विकास में, फ्रंट-एंड डेवलपमेंट अक्सर होता है एक दृश्य बिल्डर के माध्यम से पूरा किया। यह उपयोगकर्ता के अनुकूल इंटरफ़ेस आपको ड्रैग-एंड-ड्रॉप का उपयोग करके अपने एप्लिकेशन को डिज़ाइन करने की अनुमति देता है कार्यक्षमता और पूर्व-निर्मित तत्व। यह की आवश्यकता को समाप्त करता है वास्तविक कोड लिखना और विकास प्रक्रिया को और अधिक बनाता है पहुंच योग्य। बटन, फॉर्म, टेक्स्ट फ़िल्ड, इमेज और यहां तक कि जैसे तत्व अधिक जटिल घटकों को एक पृष्ठ पर व्यवस्थित किया जा सकता है और एप्लिकेशन के डिज़ाइन के अनुरूप अनुकूलित।

नो-कोड टूल में फ्रंट-एंड डेवलपमेंट की आवश्यकता नहीं है HTML का ज्ञान, CSS, या JavaScript। इसके बजाय, आप टूल का उपयोग करते हैं अपने एप्लिकेशन को नेत्रहीन रूप से बनाने के लिए इंटरफ़ेस। आप चयन करें और जगह दें घटक, उनके गुणों को बदलते हैं, और उनकी बातचीत को परिभाषित करते हैं और सीधे उपकरण के भीतर व्यवहार। यहां तक कि जटिल कार्यक्षमताएं सशर्त दृश्यता और गतिशील डेटा लोडिंग की तरह परिभाषित किया जा सकता है कोड की एक भी पंक्ति लिखे बिना।

संक्षेप में, नो-कोड टूल ने फ्रंट-एंड का लोकतंत्रीकरण किया है विकास, यह किसी के लिए भी सुलभ है, चाहे उनके बावजूद तकनीकी पृष्ठभूमि। केवल आवश्यक शर्तें समझ रहे हैं अनुप्रयोग कैसे काम करते हैं और आप क्या करते हैं, इसकी स्पष्ट दृष्टि है बनाना चाहते हैं।

मैं ग्राफिक के रूप में फ्रंट एंड के साथ काम करने में सबसे सहज हूं डिजाइनर। मैंने अपने शुरुआती करियर को पूरी वेबसाइट डिजाइन करने में खर्च किया मेरे हाथ को मोड़ने से पहले लेआउट और उपयोगकर्ता अनुभव HTML और CSS। हालांकि, मुझे नो-कोड फ्रंट-एंड टूल्स की आसानी से प्यार है। योग्यता एक बटन को खींचने और इसे जगह में स्नैप करने के लिए कुछ हद तक मनभावन है। वहाँ है मुझे रंग बदलने के लिए CSS फ़ाइलों में तल्लीन करने की आवश्यकता नहीं है फ्रॉन्ट; मैं बस प्रॉपर्टी एडिटर पर क्लिक करता हूं और बदलाव करता हूं वहाँ और फिर।

यदि आपके पास डिज़ाइन का अनुभव है, तो आप चाहें तो कुछ खर्च कर सकते हैं



अपने ऐप को डिजाइन करने के लिए Figma या Adobe XD जैसे उपकरणों का उपयोग करके समय।

यद्यपि आप ड्रैग-एंड-ड्रॉप गुणों का उपयोग कर रहे हैं, मुझे कभी-कभी मिल जाता है

निर्माण शुरू करने से पहले एक डिजाइन को ध्यान में रखना आसान है। अगर आप कर रहे हैं

एक डिजाइनर नहीं, आप सीधे आगे दबा सकते हैं या कुछ मुक्त पा सकते हैं

डिजाइन टेम्प्लेट ऑनलाइन। यदि आप सिर पर जाते हैं

<https://nocodestartup.co>, हमने अपने कुछ पसंदीदा मुफ्त सूचीबद्ध किया है

उपयोग करने के लिए आपके लिए डिज़ाइन टेम्प्लेट। कुछ नो-टूल ऐप्स, जैसे ग्लाइड, मत करो

टन टन डिजाइन लचीलापन प्रदान करें, इसलिए सुनिश्चित करें कि आप देख सकते हैं कि आप क्या करते हैं

पहले अपने चुने हुए बिल्डर के साथ कर सकते हैं।

देशी ऐप, वेब, या प्रगतिशील?

जैसा कि आप अपने एमवीपी को डिजाइन करना शुरू करते हैं, आप उन महत्वपूर्ण निर्णयों में से एक हैं जो आप करेंगे

मुठभेड़ एक देशी ऐप, एक वेब ऐप, या बनाने के बीच का विकल्प है

एक प्रगतिशील वेब ऐप। यह केवल एक तकनीकी निर्णय नहीं है, बल्कि एक है

इसमें उपयोगकर्ता अनुभव, विकास लागत पर विचार करना भी शामिल है,

बाजार की गति, और विभिन्न उपकरणों के साथ संगतता। चलो गोता लगाते हैं

इस प्रकार के प्रत्येक प्रकार के अनुप्रयोगों को समझने में गहराई से,

उनके पेशेवरों और विपक्ष, और वे आपके परिदृश्य में कैसे फिट हो सकते हैं

एमवीपी।

देशी ऐप्स

देशी अनुप्रयोग सॉफ्टवेयर प्रोग्राम हैं जो एक पर उपयोग के लिए विकसित किए गए हैं

विशिष्ट प्लेटफ़ॉर्म या डिवाइस, जैसे iOS या Android। वे 'मूल' हैं

क्योंकि वे एक प्रोग्रामिंग भाषा में लिखे जाते हैं जो मूल निवासी है

वह विशिष्ट मंच के लिए विकसित किया गया है। यह स्विफ्ट हो सकता है या

IOS के लिए ऑब्जेक्टिव-सी, और एंड्रॉइड के लिए जावा या कोटलिन।

पेशेवरों: देशी ऐप्स सबसे अच्छा प्रदर्शन देते हैं, जैसा कि वे हैं

विशेष रूप से उस मंच के लिए डिज़ाइन किया गया है जिस पर वे हैं। वे पूरी तरह से कर सकते हैं

डिवाइस की क्षमताओं का लाभ उठाएं, हार्डवेयर सुविधाओं को एक्सेस करना

कैमरा,

एक्सेलेरोमीटर, या पुश नोटिफिकेशन। देशी ऐप भी

सबसे अच्छा उपयोगकर्ता अनुभव प्रदान करें, क्योंकि वे डिजाइन के अनुरूप हैं

जिस प्लेटफ़ॉर्म के लिए वे विकसित हुए हैं, के दिशानिर्देश और मानकों,

उपयोगकर्ताओं के लिए एक परिचित रूप और अनुभव प्रदान करना।

विपक्ष: देशी ऐप्स का मुख्य नकारात्मक पहलू लागत और है

विकास की जटिलता। क्योंकि वे प्लेटफ़ॉर्म-विशिष्ट हैं, आप करेंगे

प्रत्येक प्लेटफ़ॉर्म के लिए अलग कोडबेस को विकसित करने और बनाए रखने की आवश्यकता है,

IOS और Android दोनों को लक्षित करने के लिए काम को दोगुना करना। इसके अलावा, आपका हो रहा है

ऐप स्टोर पर स्वीकृत और प्रकाशित ऐप एक समय लेने वाला हो सकता है प्रक्रिया।

वेब ऐप्स

वेब एप्लिकेशन, इसके विपरीत, इंटरनेट के माध्यम से एक पर सुलभ हैं ब्राउज़र। वे HTML, CSS, और जैसी भाषाओं में लिखे गए हैं, और JavaScript और एक सर्वर पर होस्ट किया जाता है। वे प्लेटफ़ॉर्म-स्वतंत्र हैं, जिसका अर्थ है कि वे वेब ब्राउज़र के साथ किसी भी डिवाइस पर चला सकते हैं। पेशेवरों: वेब ऐप्स देशी ऐप्स की तुलना में विकसित करने के लिए आसान और तेज हैं, क्योंकि उन्हें केवल एक कोडबेस की आवश्यकता होती है जो अलग-अलग काम करता है प्लेटफ़ॉर्म। वे अपडेट करने में भी आसान हैं, क्योंकि परिवर्तन सीधे किए जाते हैं सर्वर पर और तुरंत सभी उपयोगकर्ताओं के लिए उपलब्ध है। वेब ऐप्स की जरूरत नहीं है ऐप स्टोर अनुमोदन प्रक्रियाओं के माध्यम से जाने के लिए, अधिक नियंत्रण प्रदान करना आपके ऐप के रिलीज़ और अपडेट पर।

विपक्ष: वेब ऐप्स, हालांकि, हार्डवेयर क्षमताओं का लाभ नहीं उठा सकते हैं देशी ऐप्स के समान हद तक। वे भी चिकनी या के रूप में पेश नहीं कर सकते हैं एक उपयोगकर्ता अनुभव को सहजता से, क्योंकि वे डिजाइन का पालन नहीं करते हैं विशिष्ट प्लेटफ़ॉर्मों के मानक। इसके अतिरिक्त, उनका प्रदर्शन है इंटरनेट कनेक्शन पर निर्भर है और देशी की तुलना में धीमा हो सकता है ऐप्स।

प्रगतिशील वेब ऐप्स

प्रगतिशील वेब ऐप्स (PWAs) एक अभिनव प्रकार का वेब ऐप है जो वेब और देशी ऐप्स का सबसे अच्छा एक साथ लाता है। वे बनाए गए हैं और वेब के माध्यम से वितरित किया जाता है, लेकिन पारंपरिक रूप से कार्यक्षमता की पेशकश कर सकता है केवल देशी ऐप्स के लिए उपलब्ध है, जैसे ऑफ़लाइन काम करना, धक्का सूचनाएँ, और डिवाइस हार्डवेयर तक पहुंच।

पेशेवरों: PWAs को उपयोगकर्ता के डिवाइस पर स्थापित किया जा सकता है और ऑफ़लाइन चलाया जा सकता है, क्रॉस को बनाए रखते हुए एक निकट-मूल ऐप अनुभव की पेशकश-प्लेटफ़ॉर्म संगतता और वेब ऐप्स का आसान रखरखाव। वे भी ऐप स्टोर अनुमोदन की आवश्यकता को बायपास करें।

विपक्ष: PWAs, जबकि शक्तिशाली, एक की सभी विशेषताओं का समर्थन नहीं कर सकता है एक देशी ऐप की तुलना में प्लेटफ़ॉर्म। इसके अलावा, iOS पर, वहाँ हैं प्रतिबंध और कुछ विशेषताएं, जैसे पुश नोटिफिकेशन, पूरी तरह से नहीं हैं का समर्थन किया।

सही दृष्टिकोण चुनना

जब मैंने विलो.सोशल के साथ अपनी यात्रा शुरू की, तो मैंने शुरू में सपना देखा था यह एक देशी मोबाइल ऐप है। देशी ऐप्स अक्सर एक धारणा ले जाते हैं अधिक परिष्कृत होने के कारण और उपभोक्ता के अनुरूप अधिक हैं

रुझान। हालाँकि, खुले दिमाग को बनाए रखना और ध्यान केंद्रित करना आवश्यक है आपके MVP के मुख्य उद्देश्य: आपकी मान्यताओं को मान्य करना और अपने उपयोगकर्ताओं के बारे में यथासंभव जल्दी और लागत प्रभावी रूप से सीखना। मैंने पाया कि मेरे कई उपयोगकर्ता 70 वर्ष से अधिक उम्र के थे, और वे आम तौर पर मोबाइल ऐप पर डेस्कटॉप का उपयोग करके पसंद किया जाता है। इनके साथ उपयोगकर्ता की प्राथमिकताएं, साथ ही साथ सादगी, लागत-प्रभावशीलता, और वेब ऐप्स की आसानी से तैनाती योग्य प्रकृति, मैंने निर्माण करने का फैसला किया Willo.social का MVP एक वेब ऐप के रूप में जो मोबाइल उत्तरदायी था। यह निर्णय ने हमारे मार्ग को बाजार में तेजी लाने में मदद की, लागत को कम रखा हमें तेजी से मूल्यवान उपयोगकर्ता प्रतिक्रिया एकत्र करना शुरू करने की अनुमति देता है। आपने 'उत्तरदायी' डिजाइन नामक कुछ के बारे में सुना होगा। यह किसी वेबसाइट या ऐप को डिजाइन करने के अभ्यास को संदर्भित करता है ताकि इसका लेआउट, छवियां, और कार्यक्षमता विभिन्न स्क्रीन आकारों को फिट करने के लिए सुचारू रूप से समायोजित करते हैं। एक उत्तरदायी डिजाइन के साथ, उपयोगकर्ताओं को एक इष्टतम देखने का अनुभव मिलता है - न्यूनतम आकार, पैनिंग, या के साथ आसान पढ़ना और नेविगेशन स्कॉलिंग - चाहे वे आपके ऐप को एक्सेस कर रहे हों डेस्कटॉप, एक लैपटॉप, एक टैबलेट, या एक मोबाइल फोन। यह ध्यान देने योग्य है कि वेब ऐप्स - और, एक्सटेंशन द्वारा, पीडब्ल्यूएस - व्यापक डिवाइस संगतता की पेशकश करते हैं, वे जरूरी नहीं कि वे हीन हो देशी ऐप्स। प्रत्येक प्रकार का ऐप अपनी ताकत और कमजोरियों के साथ आता है, और उनके बीच की पसंद आपके विशिष्ट जैसे कारकों पर निर्भर करती है परियोजना आवश्यकताओं, बजट, लक्षित दर्शकों और वांछित समय के लिए बाज़ार।

उदाहरण के लिए, यदि आपका ऐप विचार डिवाइस का उपयोग करने पर बहुत अधिक निर्भर करता है-विशिष्ट विशेषताएं, जैसे कि जाइरोस्कोप या एक कैमरा, फिर एक देशी ऐप एक बेहतर फिट होगा। वैकल्पिक रूप से, यदि आप एक तेज और लागत की तलाश कर रहे हैं-व्यापक संभव दर्शकों तक पहुंचने का प्रभावी तरीका, एक उत्तरदायी वेब ऐप समझ में आता है। और अगर आपको कुछ डिवाइस क्षमताओं की आवश्यकता है लेकिन लेकिन एक वेब ऐप के लागत लाभ भी चाहते हैं, एक PWA स्ट्राइक कर सकता है सही संतुलन।

इस चर्चा से एक प्रमुख takeaways में से एक है ऐप प्रकार एक द्विआधारी या स्थायी निर्णय नहीं है। कई सफल उत्पाद सरल, एकल-प्लेटफॉर्म ऐप के रूप में शुरू होते हैं-यह देशी या वेब हो-और समय के साथ विकसित होता है। जैसे-जैसे आपका उपयोगकर्ता आधार बढ़ता है और आपकी अवधारणा हो जाती है मान्य, आप अधिक संसाधनों को EXP में निवेश कर सकते हैं और अपने

उत्पाद, इसे अपने उपयोगकर्ताओं को पसंद करने वाले प्लेटफार्मों और उपकरणों के लिए सिलाई करना। अंतिम लक्ष्य सबसे उन्नत या फैशनेबल ऐप बनाने के लिए नहीं है लेकिन एक ऐसा उत्पाद बनाने के लिए जो आपके उपयोगकर्ताओं की जरूरतों को प्रभावी ढंग से पूरा करता है और एक चिकनी, सुखद उपयोगकर्ता अनुभव प्रदान करता है। समझ

ये ऐप प्रकार और उनके पेशेवरों और विपक्ष इस प्रक्रिया में पहला कदम है।

याद रखें, नो-कोड आंदोलन की सुंदरता यह है कि यह है

सॉफ्टवेयर विकास का लोकतंत्रीकरण करता है, जिससे उद्यमियों को निर्माण करने की अनुमति मिलती है, परीक्षण, और बैंक को तोड़ने या खो जाने के बिना अपने विचारों को पुनरावृत्ति करें

कोड की पेचीदगियों में। इसलिए, आपके द्वारा चुने गए मार्ग की परवाह किए बिना, आप यह आश्वासन कर सकते हैं कि वहाँ नो-कोड टूल हैं जो बदल सकते हैं

एक कार्यात्मक, उपयोगकर्ता के अनुकूल ऐप में आपकी दृष्टि।

नो-कोड फ्रंट-एंड टूल्स के प्रकार और वे क्या करते हैं

जब एक नो-कोड फ्रंट-एंड डिज़ाइन टूल चुनने की बात आती है

कई विकल्प, प्रत्येक अपने स्वयं के पेशेवरों और विपक्षों के साथ। आप क्या तय करते हैं

वास्तव में यह परिभाषित किया गया है कि आपको किस स्तर के नियंत्रण की आवश्यकता है

डिज़ाइन, साथ ही साथ यह आपके लिए किस तरह की कार्यक्षमता प्रदान करता है।

फ्रंट-एंड टूल के कुछ सबसे लोकप्रिय प्रकारों में शामिल हैं:

1। वेबसाइट बिल्डर्स: ये उपकरण उपयोगकर्ताओं को वेबसाइट बनाने की अनुमति देते हैं कोई भी कोड लिखने की आवश्यकता के बिना। वे आमतौर पर ड्रैग की पेशकश करते हैं- और ड्रॉप इंटरफेस, टेम्प्लेट और विभिन्न के लिए मॉड्यूल

वेबसाइट फ़ंक्शन। उदाहरणों में विक्स, स्क्वायरस्पेस और शामिल हैं

Weebly।

2। ऐप बिल्डर: ये टूल उपयोगकर्ताओं को मोबाइल ऐप बनाने की अनुमति देते हैं कोई कोडिंग की आवश्यकता नहीं है। वे अक्सर के लिए टेम्प्लेट शामिल करते हैं सामान्य प्रकार के ऐप्स, और वे कस्टम के लिए अनुमति दे सकते हैं

एकीकरण या प्लगइन्स के माध्यम से कार्यक्षमता। उदाहरण

बुलबुला, एडालो और एपीपी पाई शामिल करें।

3। लैंडिंग पेज बिल्डर्स: ये उपकरण बनाने में विशेषज्ञ हैं

लैंडिंग पृष्ठ, जो आमतौर पर एकल-पृष्ठ वेबसाइट हैं

एक विशिष्ट विपणन अभियान के लिए डिज़ाइन किया गया। वे अक्सर

देखने के लिए एक पृष्ठ के विभिन्न संस्करणों के परीक्षण के लिए सुविधाएँ शामिल करें

जो बेहतर प्रदर्शन करता है। उदाहरणों में unbounce शामिल हैं,

लीडपेज, और इंस्टापेज।

4। फॉर्म बिल्डर्स: ये उपकरण उपयोगकर्ताओं को वेब फॉर्म बनाने की अनुमति देते हैं

उपयोगकर्ताओं से जानकारी एकत्र करना। वे अक्सर एकीकृत कर सकते हैं

एकत्र किए गए डेटा के प्रबंधन और विश्लेषण के लिए अन्य उपकरणों के साथ।

उदाहरणों में टाइपफॉर्म, Google फॉर्म और फॉर्मस्टैक शामिल हैं।

5। ई-कॉमर्स बिल्डर्स: ये उपकरण उपयोगकर्ताओं को ऑनलाइन बनाने की अनुमति देते हैं स्टोर, उत्पाद लिस्टिंग, शॉपिंग कार्ट के साथ पूरा, और भुगतान प्रसंस्करण। उदाहरणों में Shopify, BigCommerce शामिल हैं, और Magento।

6। सामग्री प्रबंधन प्रणाली (CMS): ये उपकरण उपयोगकर्ताओं को अनुमति देते हैं आवश्यकता के बिना एक वेबसाइट पर सामग्री का प्रबंधन और प्रकाशित करने के लिए कोड लिखने के लिए। उदाहरणों में वर्डप्रेस, ड्रुपल और शामिल हैं जूमला।

जब मैं willo.social का निर्माण करने के लिए तैयार था, मुझे पता था कि मैं था एक काफी जटिल ऐप का निर्माण करना जिसमें बहुत सारी कार्यक्षमता की आवश्यकता होती है और पेज। एक डिजाइनर के रूप में, मैं कैसे मेरे बारे में उच्च स्तर का नियंत्रण चाहता था कि कैसे फ्रंट-एंड देखा। यही कारण है कि मैंने बुलबुले को अपने फ्रंट-एंड के रूप में चुना (और पसंद का बैक-एंड)। हालांकि, मेरा एक दोस्त है जिसे केवल जरूरत थी पूर्व-स्वरूपित ग्राफ़ और पाठ प्रदर्शित करें। उन्होंने एक साधारण टेम्पलेट चुना- आधारित प्रणाली जिसे बहुत कम डिजाइन की आवश्यकता थी, लेकिन उसके लिए एकदम सही था जरूरत है और उसके ग्राहक की।

फ्रंट-एंड को बैक-एंड से कनेक्ट करना

अनुप्रयोग विकास की दुनिया में, यह समझना कि कैसे डेटा फ्रंट एंड (उपयोगकर्ता इंटरफ़ेस) और बैक-एंड (डेटाबेस) के बीच प्रवाह सर्वोपरि है। यह दिल है कि अनुप्रयोग कैसे काम करते हैं, से सबसे जटिल सोशल मीडिया के लिए टास्क मैनेजमेंट टूल्स का सबसे सरल प्लेटफ़ॉर्म। जैसे-जैसे हम इस अध्याय में गहराई से जाते हैं, हम ध्यान केंद्रित करने जा रहे हैं सामने पर डेटा बनाने या लाने के आवश्यक यांत्रिकी पर- अंत, और यह कैसे प्रभावी रूप से संसाधित किया जाता है और पीछे के छोर में संग्रहीत किया जाता है। इससे पहले कि हम आगे बढ़ें, यह समझना महत्वपूर्ण है कि अनुप्रयोग के प्रकार के आधार पर डेटा प्रवाह के तरीके भिन्न होते हैं बिल्डर आप उपयोग कर रहे हैं। यदि आप एक एप्लिकेशन बिल्डर के साथ काम कर रहे हैं इसमें एक इन-बिल्ट डेटाबेस है-जैसे बबल, एडलो, या आउटसिस्टम्स- फ्रंट एंड और बैक एंड के बीच कनेक्शन आमतौर पर होता है स्वचालित रूप से प्रबंधित। इसका मतलब है कि आपको मैन्युअल रूप से आवश्यकता नहीं है उन्हें कनेक्ट करें, क्योंकि उपकरण इस मूल रूप से संभालने के लिए डिज़ाइन किए गए हैं। हालांकि, यदि आप एक नो-कोड बिल्डर के साथ काम कर रहे हैं, जिसके लिए एक की आवश्यकता है एक अलग बाहरी डेटाबेस से कनेक्शन - जैसे Google शीट या AirTable - आपको इसे स्थापित करने के लिए विशिष्ट चरणों का पालन करना होगा कनेक्शन। इन डेटाबेस को जोड़ने का एक सामान्य तरीका है एक एप्लिकेशन प्रोग्रामिंग इंटरफ़ेस के माध्यम से (API)। एक API कार्य करता है विभिन्न सॉफ्टवेयर घटकों के बीच एक पुल के रूप में, उन्हें अनुमति देता है

डेटा को प्रभावी ढंग से संवाद और साझा करें। मैं और अधिक में एपीआई को कवर करूंगा आगामी अध्याय में गहराई, लेकिन अभी के लिए, यह जानने के लिए पर्याप्त है एपीआई अनिवार्य रूप से डिजिटल दुनिया के कोरियर हैं - वे वितरित करते हैं प्रदाता से आपका अनुरोध आप इसे और फिर अनुरोध कर रहे हैं प्रतिक्रिया को आप तक वापस वितरित करें।

ज्यादातर मामलों में, एक [

Tech\_term\_1]] कनेक्शन उतना ही सरल है

अपने डेटाबेस खाते की व्यवस्थापक सेटिंग्स से अपनी API कुंजी को हथियाना और इसे अपने ऐप बिल्डर पर आवश्यक रूप में चिपकाकर। API

कुंजी एक अद्वितीय पहचानकर्ता के रूप में कार्य करती है जो अधिकृत करती है और मान्य करती है विभिन्न सॉफ्टवेयर अनुप्रयोगों के बीच बातचीत।

एक बार जब आप इस फ्रंट-एंड और बैक-एंड कनेक्शन को स्थापित कर लेते हैं,

अगला कदम वर्कफ़्लो को समझ रहा है। वर्कफ़्लो की एक श्रृंखला है

चरण या संचालन जो बताते हैं कि आपके काम कैसे पूरा हो जाता है

आवेदन पत्र। वे उपयोगकर्ता इंटरफ़ेस के बीच बातचीत को परिभाषित करते हैं

और डेटाबेस, आपके आवेदन के व्यावसायिक तर्क का प्रतिनिधित्व करता है।

दूसरे शब्दों में, वे निर्देश हैं जो आप अपने ऐप को देते हैं

जब कोई उपयोगकर्ता किसी विशेष तरीके से इसके साथ बातचीत करता है तो क्या करें।

इसे स्पष्ट करने के लिए, बुलबुले का उपयोग करके एक उदाहरण पर विचार करें, ए

लोकप्रिय नो-कोड टूल। मान लीजिए कि आपने एक उपयोगकर्ता पंजीकरण डिज़ाइन किया है

अपने एप्लिकेशन के फ्रंट एंड पर नाम और ईमेल के लिए फ़ील्ड के साथ फ़ॉर्म करें।

यह सुनिश्चित करने के लिए कि इन क्षेत्रों में दर्ज किए गए डेटा को कैप्चर किया गया है और

डेटाबेस में संग्रहीत, आप एक वर्कफ़्लो बनाएंगे। यह वर्कफ़्लो

यह निर्दिष्ट करेगा कि जब फ़ॉर्म प्रस्तुत किया जाता है, तो एक नई पंक्ति होनी चाहिए

आपके डेटाबेस के 'उपयोगकर्ताओं की तालिका में बनाया गया नाम और दिए गए नाम के साथ बनाया गया है ईमेल उनके संबंधित कॉलम में सहेजे गए।

बेशक, वर्कफ़्लो इस तरह के सीधे तक सीमित नहीं हैं

कार्य। वे विभिन्न तर्क संचालन को शामिल कर सकते हैं, जैसे

सशर्त स्टेटमेंट (if-if-else 'स्टेटमेंट) या अधिक जटिल

क्रियाओं के अनुक्रम। उदाहरण के लिए, एक अधिक उन्नत वर्कफ़्लो हो सकता है

उपयोगकर्ता की वरीयताओं के आधार पर एक गैलरी में चित्र प्रदर्शित करना शामिल है

या पिछले इंटरैक्शन।

प्रत्येक एप्लिकेशन बिल्डर विभिन्न प्रकार के वर्कफ़्लो प्रदान करता है, प्रत्येक

अपने स्वयं के जटिलता और लचीलेपन के स्तर के साथ। इसे प्राप्त करना आवश्यक है

आपके द्वारा उस उपकरण के विशिष्ट वर्कफ़्लो कार्यात्मकताओं से परिचित है

उपयोग करना, क्योंकि यह आपको डेटा प्रवाह में अधिक हेरफेर करने की अनुमति देगा

प्रभावी रूप से।

वर्कफ़्लोज़ में गहरी खुदाई

वर्कफ़्लोज़ का एक महत्वपूर्ण पहलू तर्क का अनुप्रयोग है, या अधिक

विशेष रूप से, सशर्त कथन। ये सशर्त कथन हैं

आपके एप्लिकेशन में अन्तरक्रियाशीलता का आधार - वे आपके ऐप की अनुमति देते हैं

उपयोगकर्ता के इनपुट या विशिष्ट के आधार पर विभिन्न तरीकों से प्रतिक्रिया करने के लिए

स्थितियाँ। अब, हम इस विषय में गहराई तक पहुंचेंगे, खोज कर रहे हैं

सामान्य प्रकार के सशर्त कथन और उनका उपयोग कैसे किया जा सकता है

नो-कोड विकास में।

‘अगर’ बयान

‘यदि’ कथन सशर्त तर्क का सबसे सरल रूप है। वे करते हैं

किसी स्थिति का मूल्यांकन करके - यदि स्थिति सच है, तो कार्रवाई या ए

कार्यों की श्रृंखला निष्पादित की जाती है। यदि स्थिति पूरी नहीं हुई है, तो

कार्रवाई को नजरअंदाज कर दिया जाता है।

आइए, एक उदाहरण के रूप में विचार करें, कि आपके पास एक सदस्यता फॉर्म है

अपने आवेदन में एक समाचार पत्र के लिए। आप एक ‘अगर’ स्टेटमेंट बना सकते हैं

इस तरह वर्कफ़्लो में:

‘यदि सबमिट बटन पर क्लिक करने पर ईमेल फ़िल्ड खाली नहीं है,

फिर सब्सक्राइबर्स डेटाबेस में एक नई प्रविष्टि बनाएं।’

यह सुनिश्चित करता है कि आपके डेटाबेस में कोई रिक्त प्रविष्टियां सहेजे नहीं जाएंगी।

‘अगर-इलसे’ स्टेटमेंट

‘IF-ELSE’ स्टेटमेंट एक अधिक जटिल हैं। वे आपका सक्षम करते हैं

कार्रवाई के दो पाठ्यक्रमों के बीच चयन करने के लिए आवेदन पर निर्भर करता है

क्या एक निश्चित स्थिति पूरी हो रही है। संक्षेप में, एक ‘if-else’ कथन

कहता है:

‘यदि यह स्थिति सच है, तो इस कार्रवाई को करें; अन्यथा, प्रदर्शन करें

यह अन्य कार्रवाई’

हमारे न्यूज़लेटर उदाहरण के साथ जारी है, एक ‘अगर-एलसी’ कथन

हो सकता है: ‘यदि सबमिट बटन होने पर ईमेल फ़िल्ड खाली नहीं है

क्लिक किया, फिर सब्सक्राइबर्स डेटाबेस में एक नई प्रविष्टि बनाएं। अन्य,

एक पॉप-अप संदेश प्रदर्शित करते हुए, ‘कृपया एक मान्य ईमेल पता दर्ज करें’।

इस तरह, उपयोगकर्ता को प्रतिक्रिया दी जाती है जब वे एक खाली जमा करने का प्रयास करते हैं

फार्म, उपयोगकर्ता अनुभव को बढ़ाना।

‘और-अगर’ कथन

जब आपके पास कई शर्तें होती हैं, तो ‘और-अगर’ स्टेटमेंट खेल में आते हैं

जाँच करने के लिए। वे अनिवार्य रूप से ‘अगर’ बयानों की एक श्रृंखला हैं, जहां प्रत्येक

बाद में ‘अगर’ की जाँच केवल तभी की जाती है, जब सभी पिछली शर्तें हैं

असत्य।



उदाहरण के लिए, कल्पना कीजिए कि आपके पास अपने ऐप में एक फॉर्म है जहां उपयोगकर्ता या तो एक छात्र, एक शिक्षक या एक प्रशासक के रूप में साइन अप कर सकते हैं। प्रत्येक उपयोगकर्ता प्रकार को एक अलग तरह के प्रसंस्करण की आवश्यकता हो सकती है या हो सकता है अपने डेटाबेस में एक अलग तालिका में जोड़ा गया। एक 'और-अगर' कथन हो सकता है इस स्थिति को प्रभावी ढंग से संभालें:

'यदि चयनित उपयोगकर्ता प्रकार' छात्र "है, तो एक नई प्रविष्टि बनाएं  
"छात्र" तालिका। यदि उपयोगकर्ता प्रकार "शिक्षक" है, तो एक नया बनाएं  
"शिक्षकों" तालिका में प्रवेश। यदि उपयोगकर्ता प्रकार है  
"व्यवस्थापक", "प्रशासक" तालिका में एक नई प्रविष्टि बनाएं। "

इस प्रकार के सशर्त कथन अधिक से अधिक हो जाते हैं  
जैसा कि आपका आवेदन जटिलता में बढ़ता है। वे आपके ऐप की अनुमति देते हैं  
परिदृश्यों की एक भीड़ को संभालने और विभिन्न उपयोगकर्ता को पूरा करने के लिए  
इंटरैक्शन, आपके ऐप को अधिक गतिशील और मजबूत बनाता है।

जैसा कि आप नो-कोड, यो की दुनिया में गहराई से गोता लगाते हैं

आप मुठभेड़ करेंगे

ये तर्क संरचनाएं अक्सर। उन्हें समझना एक है

शक्तिशाली, इंटरैक्टिव एप्लिकेशन बनाने के लिए स्टेपिंगस्टोन

जटिल कार्यों को संभालें और अपने उपयोगकर्ताओं की आवश्यकताओं के अनुकूल हों।

सामने और बैक-एंड कनेक्शन की दुनिया को नेविगेट करना हो सकता है

शुरू में चुनौतीपूर्ण लगते हैं, खासकर जब एपीआई और वर्कफ़्लोज़ आते हैं

खेलना। हालाँकि, जैसा कि आप प्रयोग, अभ्यास और निर्माण करना शुरू करते हैं, ये

अवधारणाएं बहुत अधिक सहज हो जाएंगी। याद रखें, प्रत्येक ऐप

बिल्डर और प्रत्येक डेटाबेस टूल में उनके पेशेवरों और विपक्ष होते हैं, और इसका हिस्सा होता है

यात्रा यह पता लगा रही है कि कौन सा आपकी दृष्टि, कौशल के साथ सबसे अच्छा संरेखित करता है  
स्तर, और परियोजना की आवश्यकताएं।

गतिविधि: फोटो अपलोड फ़िल्ड के साथ एक उपयोगकर्ता फॉर्म का निर्माण करें

फ्रंट-एंड की हमारी मूलभूत समझ पर निर्माण और

बैक-एंड, एपीआई और वर्कफ़्लोज़, आइए अगले स्तर तक आगे बढ़ें

थोड़ी और जटिलता जोड़ना: एक छवि अपलोड सुविधा। इस में

व्यायाम, आप एक उपयोगकर्ता पंजीकरण फॉर्म बनाएंगे जो उपयोगकर्ताओं को अनुमति देता है

उनके नाम और ईमेल के अलावा एक प्रोफ़ाइल फ़ोटो जोड़ें।

आपके द्वारा उपयोग किए जाने वाले सिद्धांतों का विस्तार किया जाएगा जो आपने अब तक सीखा है,

अपने प्रदर्शनों की सूची में कार्यक्षमता की एक और परत जोड़ना।

चरण 1: अपने नो-कोड ऐप बिल्डर का चयन करें

सबसे पहले, उस नो-कोड ऐप बिल्डर पर निर्णय लें जिसका आप उपयोग करना चाहते हैं। ग्लाइड,

SOFTR, और बबल इस अभ्यास के लिए हमारे अनुशंसित विकल्प हैं।

Glide और SoFTR शुरूआती लोगों के लिए एक उत्कृष्ट प्रारंभिक बिंदु प्रदान करते हैं

उनके उपयोगकर्ता के अनुकूल इंटरफेस के लिए। हालाँकि, बबल का उन्नत कार्यक्षमता उन लोगों से अपील कर सकती है जो अधिक चुनौतीपूर्ण चाहते हैं अनुभव।

चरण 2: एक नई परियोजना शुरू करें

अपने टूल पर निर्णय लेने के बाद, एक नई परियोजना शुरू करें। आमतौर पर, यह अपने डैशबोर्ड को नेविगेट करना शामिल है, एक 'नई परियोजना' का चयन करें या 'बिल्डिंग' बटन शुरू करें, और बाद के संकेतों का पालन करें।

चरण 3: उपयोगकर्ता फॉर्म डिजाइन करें

अब, अपने उपयोगकर्ता फॉर्म को डिजाइन करने का समय आ गया है। इस कार्य के लिए, एक फॉर्म बनाएं तीन फ़िल्ड के साथ: प्रोफ़ाइल के लिए नाम, ईमेल और एक फ़ाइल अपलोड फ़िल्ड तस्वीर। ध्यान रखें कि डिजाइन प्रक्रिया थोड़ी भिन्न हो सकती है आपके द्वारा चुने गए उपकरण के आधार पर। हालांकि, अधिकांश प्लेटफ़ॉर्म प्रदान करते हैं फॉर्म फ़िल्ड बनाने के लिए सहज, ड्रैग-एंड-ड्रॉप संपादकों।

चरण 4: फॉर्म को डेटाबेस से कनेक्ट करें

अपने उपयोगकर्ता फॉर्म के लिए तैयार होने के साथ, अगला चरण इसे एक डेटाबेस से जोड़ रहा है। अगर आप Glide या SOFTR का उपयोग कर रहे हैं, आप ऐप को सीधे A से कनेक्ट करेंगे Google शीट्स दस्तावेज़। फॉर्म का प्रत्येक क्षेत्र एक के अनुरूप होगा स्प्रेडशीट में कॉलम।

अपने इन-बिल्ट डेटाबेस के साथ बबल का उपयोग करने वालों के लिए, आप एक बना लेंगे नया डेटा प्रकार, जैसे कि 'उपयोगकर्ता', और इनपुट से मेल खाने के लिए फ़िल्ड को परिभाषित करें आपके फॉर्म में फ़िल्ड: 'नाम', 'ईमेल', और 'प्रोफाइल फोटो'। ध्यान दें कि के लिए छवियों को संग्रहीत करना, आपको फ़िल्ड प्रकार को 'छवि' या 'फ़ाइल' के रूप में निर्दिष्ट करना चाहिए, उपलब्ध विकल्पों के आधार पर।

चरण 5: अपना वर्कफ़्लो बनाएं

अपने उपयोगकर्ता फॉर्म और डेटाबेस को जोड़ने में अंतिम चरण सेट हो रहा है एक वर्कफ़्लो। यह वर्कफ़्लो प्रत्येक डेटाबेस में एक नई प्रविष्टि बनाएगा समय एक उपयोगकर्ता फॉर्म सबमिट करता है।

ग्लाइड और सोफ़्ट्र में, इसमें आम तौर पर प्रत्येक फॉर्म फ़िल्ड को मैप करना शामिल होता है Google शीट्स दस्तावेज़ में संबंधित कॉलम के लिए।

यदि आप बुलबुले का उपयोग कर रहे हैं, तो आप वर्कफ़्लो संपादक पर नेविगेट करेंगे, फॉर्म जमा होने के लिए एक नया वर्कफ़्लो इवेंट बनाएं, और फिर इनपुट किए गए डेटा के साथ एक नया 'उपयोगकर्ता' प्रविष्टि बनाएं इसी क्षेत्र।

छवि अपलोड फ़िल्ड सेट करना याद रखें ताकि अपलोड किया गया

छवि 'प्रोफाइल फोटो' फ़िल्ड (या जो कुछ भी आपके पास है, में संग्रहीत हो जाता है अपने डेटाबेस में इसका नाम)।

एक बार सब कुछ सेट हो जाने के बाद, यह परीक्षण का समय है। फॉर्म भरें,

इसे सबमिट करें, और फिर अपने डेटाबेस की जांच करें। अगर सब ठीक हो गया है, आपके द्वारा इनपुट की गई जानकारी, प्रोफ़ाइल फ़ोटो के साथ, चाहिए अपने डेटाबेस में एक नई प्रविष्टि के रूप में दिखाई दें। यदि आप रास्ते में मुद्दों का सामना करते हैं तो निराश न हों। डिबर्गिंग और रिफ़ाइनिंग प्रक्रिया के अभिन्न अंग हैं। यह व्यायाम नो-कोड की दुनिया में एक गहरी नज़र प्रदान करता है विकास, और आपके रूप में सीखने और तलाशने के लिए बहुत कुछ है निर्माण जारी रखें!

Oceanofpdf.com

7

स्वचालन

ऑटोमेशन क्या हैं?

यदि आपके पास पिछले में एक उपयोगकर्ता साइन-अप फॉर्म बनाने में जाना था अध्याय, फिर आप पहले से ही ऑटोमेशन के साथ काम कर चुके हैं। वह है, जब एक उपयोगकर्ता साइन अप करता है, आपने एक नई पंक्ति जोड़ने के लिए एप्लिकेशन को निर्देश दिया है एक डेटाबेस में और इसमें डेटा जोड़ें। बहुत अच्छा! हालाँकि, एक उपयोगकर्ता को जोड़ना एक डेटाबेस के लिए दुनिया को बदलने वाला नहीं है। शुक्र है, हालांकि, ऑटोमेशन बहुत अधिक रोमांचक और जटिल हो सकता है! सॉफ्टवेयर के दायरे में मेरी व्यक्तिगत यात्रा पर विचार करना विकास, महत्वपूर्ण मोड़ बिंदुओं में से एक मेरी मुठभेड़ थी डेटा स्रोतों को जोड़ने की अवधारणा के साथ एक भी प्रदान करने के लिए कार्यक्षमता का उच्च स्तर (और समस्या-समाधान)। कुछ साल पहले, मैं एक व्यक्तिगत परियोजना पर शुरू किया: एक मेनू योजनाकार। मैं भावुक था फिटनेस और स्वस्थ भोजन के बारे में, और मैंने मदद करने के लिए एक उपकरण बनाने की मांग की मेरे वजन को ट्रैक करें और नई रेसिपी की सिफारिश करें

tions।

उस समय, मैंने एक मूल वेबसाइट विकसित की थी जिसने मुझे अनुमति दी थी मेरे वजन को इनपुट करें। हालांकि, व्यंजनों को खोजने के लिए, मुझे नेविगेट करना पड़ा वेबसाइट अलग-अलग

इससे पहले कि मुझे कुछ मिला, जो मेरे आहार के अनुकूल है जरूरतों और प्राथमिकताएं। यह प्रक्रिया थकाऊ और समय दोनों थी-उपभोग - यह मेरे पास रोमांचक उद्यम के बजाय एक कोर की तरह लगा कल्पना की।

एक दिन, एक आकस्मिक बातचीत में, मैंने अपने संघर्षों का उल्लेख किया जान-पहचान। उन्होंने एक सरल, जीवन-परिवर्तन करने वाले सुझाव के साथ जवाब दिया, 'आप इसे केवल API कॉल के साथ स्वचालित क्यों नहीं करते?

API, एक शब्द जिसका मैंने पहले सामना किया था, एक अस्पष्ट अवधारणा थी

मुझे। मेरी समझ यह थी कि यह एक हाथ मिलाने के बीच था  
सॉफ्टवेयर सिस्टम, उन्हें डेटा का आदान-प्रदान करने में सक्षम बनाता है। कई कंपनियां  
एपीआई की पेशकश करें - कुछ मुफ्त (या खुले स्रोत), अन्य चार्ज करने के लिए  
डेटा ट्रांसफर में नाममात्र शुल्क। जिस नुस्खा वेबसाइट का मैं उपयोग कर रहा था  
एक API, लेकिन मैं उनके बारे में क्लूलेस था कि उनके डेटा को कैसे स्थानांतरित किया जाए  
मेरा डेटाबेस।

इस अहसास ने मेरे गहरे गोता की शुरुआत को दुनिया में देखा  
ऑटोमेशन और एपीआई। एपीआई एक बीकन बन गया, मुझे एक की ओर मार्गदर्शन कर रहा है  
क्षितिज जहां डेटा विभिन्न प्लेटफार्मों में मूल रूप से स्थानांतरित हो सकता है।  
एपीआई सिर्फ हैंडशेक नहीं हैं; वे दुभाषियों की तरह हैं जो सुविधा प्रदान करते हैं  
असमान प्रणालियों के बीच संवाद, डेटा का अनुवाद और वितरित करना  
एक प्रारूप में जिसे प्राप्त करने वाली प्रणाली समझ सकती है।  
नो-कोड विकास में, ऑटोमेशन अविश्वसनीय रूप से शक्तिशाली हैं।  
रोबोट की एक सेना की कल्पना करें कि आप उन सभी मैनुअल कार्यों को कर रहे हैं जिनसे आप नफरत करते हैं  
या जो आपके समय का बहुत अधिक समय लेता है। एक स्वचालन अनिवार्य रूप से है  
उन रोबोटों में से एक की तरह। वे जटिल संचालन की सुविधा प्रदान करते हैं,  
प्रक्रियाओं को सुव्यवस्थित करें, और एप्लिकेशन को जटिल कार्य करने की अनुमति दें  
कम से कम कोई मानवीय हस्तक्षेप नहीं। जब सही ढंग से लागू किया जाता है,  
वे न केवल दक्षता को बढ़ावा देते हैं, बल्कि उपयोगकर्ता को भी बढ़ाते हैं  
अनुभव।

उदाहरण के लिए, एक स्वास्थ्य और फिटनेस अनुप्रयोग की कल्पना करें जो नहीं  
केवल उपयोगकर्ता के वजन और आहार को ट्रैक करता है, लेकिन बाहरी के साथ भी एकीकृत होता है  
व्यक्तिगत व्यायाम दिनचर्या में खींचने के लिए मंच, पोषण प्रदान करता है  
सलाह, और यहां तक कि अनुसूचित वर्कआउट के लिए अनुस्मारक भी भेजता है - सभी किया  
खुद ब खुद।

Zapier, Make, और N8N जैसी सेवाएं स्वचालन के लिए हब के रूप में काम करती हैं।  
वे असमान ऐप्स को कनेक्ट करते हैं, डेटा ट्रांसफर की सुविधा देते हैं, और ऑर्केस्ट्रेट करते हैं  
स्वचालित वर्कफ्लो, जिससे कार्यों को स्वचालित करना संभव हो जाता है  
अन्यथा महत्वपूर्ण मैनुअल प्रयास की आवश्यकता है। ये उपकरण महत्वपूर्ण हैं  
नो-कोड यूनिवर्स, क्योंकि वे कोडिंग की आवश्यकता को समाप्त करते हैं  
सुविधा API-आधारित बातचीत।

एक सीआरएम (ग्राहक संबंध प्रबंधन) पर विचार करें  
आवेदन पत्र। ऐसे एप्लिकेशन में ऑटोमेशन शामिल हो सकते हैं:

1। लीड मैनेजमेंट: जब कोई आगंतुक किसी वेबसाइट पर एक फॉर्म भरता है,  
एक स्वचालन ट्रिगर कर सकता है जो लीड के विवरण को जोड़ता है  
CRM और आगंतुक को एक अनुवर्ती ईमेल भेजता है।

2। कार्य निर्माण: यदि कोई बिक्री प्रतिनिधि एक लीड की स्थिति को अपडेट करता है

‘संपर्क किया गया’, एक स्वचालन अनुवर्ती कॉल के लिए एक कार्य बना सकता है एक सप्ताह में।

3। रिपोर्टिंग: प्रत्येक सप्ताह के अंत में, एक स्वचालन कर सकते हैं संपर्क किए गए लीड, बिक्री की गई लीड का विवरण देते हुए एक रिपोर्ट उत्पन्न करें, कार्य पूरा हो गया, और बहुत कुछ। इस रिपोर्ट को ईमेल किया जा सकता है सीधे प्रबंधक को।

इनमें से प्रत्येक उदाहरण में, स्वचालन न केवल मैनुअल को समाप्त करता है कार्य लेकिन मानव त्रुटि की संभावना को भी कम करता है और सुधार करता है क्षमता।

कई नो-कोड टूल में अंतर्निहित ऑटोमेशन भी शामिल हैं। के लिए उदाहरण, बुलबुला आपको अपने भीतर वर्कफ़्लो को स्वचालित करने की अनुमति देता है आवेदन पत्र। आप एक स्वचालन को कॉन्फ़िगर कर सकते हैं जो ट्रिगर होने पर ट्रिगर करता है उपयोगकर्ता एक फॉर्म सबमिट करता है - यह एक नया डेटाबेस प्रविष्टि बना सकता है, एक भेजे उपयोगकर्ता को ईमेल की पुष्टि करें, या यहां तक कि अपने दूसरे हिस्से को अपडेट करें आवेदन पत्र।

आप आसानी से उन क्रियाओं को बना सकते हैं जो एक बटन पर क्लिक किए जाने पर होती हैं या एक फॉर्म सबमिट किया जाता है - जैसे कि उपयोगकर्ता प्रोफाइल को अपडेट करना, रिकॉर्डिंग लेनदेन, या पुश नोटिफिकेशन भेजना।

जब हम स्वचालन के बारे में सोचते हैं, तो इसे समझना आवश्यक है व्यापक निहितार्थ। स्वचालन न केवल प्रक्रियाओं को तेज करता है और अधिक कुशल लेकिन यह भी हमें अधिक व्यक्तिगत देने में सक्षम बनाता है हमारे उपयोगकर्ताओं को अनुभव। उदाहरण के लिए, जब कोई उपयोगकर्ता आपके लिए साइन अप करता है अनुप्रयोग, एक स्वचालित वर्कफ़्लो एक व्यक्तिगत ट्रिगर कर सकता है आपका स्वागत है ईमेल। इसी तरह, जब कोई उपयोगकर्ता अपनी इच्छा सूची में एक आइटम जोड़ता है या कार्ट, एक स्वचालित प्रक्रिया संबंधित वस्तुओं की सिफारिश कर सकती है।

आइए वेबफ्लो पर विचार करें, एक नो-कोड प्लेटफॉर्म जो इसके लिए अनुमति देता है वेबसाइट डिजाइन में ऑटोमेशन। इसके अंतर्निहित सीएमएस (सामग्री) के साथ प्रबंधन प्रणाली), आप एक स्वचालित वर्कफ़्लो बना सकते हैं

एक अनुसूचित तारीख और समय पर एक ब्लॉग पोस्ट प्रकाशित करें। इसके अतिरिक्त, आप आपकी वेबसाइट के of से संबंधित को पॉप्युलेट करने की प्रक्रिया को स्वचालित कर सकता है वर्तमान ब्लॉग के टैग या श्रेणियों के आधार पर लेखों का अनुभाग डाक।

यहां तक कि ग्लाइड और सोफ्रे जैसे प्लेटफॉर्म भी, जो मुख्य रूप से Google का उपयोग करता है

चादरें उनके बैकएंड के रूप में, स्वचालन संभावनाओं की पेशकश करती हैं। ग्लाइड के साथ, आप ऐसे कार्य बना सकते हैं जो आपके Google शीट डेटा को अपडेट करते हैं जब a उपयोगकर्ता आपके ऐप के साथ बातचीत करता है। उदाहरण के लिए, जब कोई उपयोगकर्ता पूरा करता है

अपने ग्लाइड ऐप पर सर्वेक्षण करें, यह आपके Google को स्वचालित रूप से अपडेट कर सकता है नए डेटा के साथ शीट्स डेटाबेस।

याद रखें, स्वचालन मानव को खत्म करने के बारे में नहीं है

बातचीत-यह हमारी क्षमताओं को बढ़ाने के बारे में है, त्रुटि-प्रवण को कम करना

मैनुअल कार्य, और हमें इस बात पर ध्यान केंद्रित करने दें कि वास्तव में क्या मायने रखता है। स्वचालन

एक थिएटर उत्पादन में बैकस्टेज कू की तरह हैं - वे काम करते हैं

मंच पर एक सहज प्रदर्शन सुनिश्चित करने के लिए पर्दे के पीछे चुपचाप।

मेरे मामले में, स्वचालन को लागू करना और एपीआई को समझना

मेरे मेनू-प्लानर प्रोजेक्ट के लिए ज्वार को बदल दिया। स्वचालित करके

मेरे आधार पर एक बाहरी वेबसाइट से व्यंजनों को प्राप्त करने की प्रक्रिया

पैरामीटर, मैं उपयोगकर्ता अनुभव को बेहतर बनाने पर ध्यान केंद्रित करने में सक्षम था और

मेरे आवेदन के अन्य पहलुओं को परिष्कृत करना।

ऑटोमेशन नो-कोड की दुनिया में एक गेम-चेंजर हैं

विकास। वे दक्षता के नए रास्ते अनलॉक करते हैं, मैनुअल को कम करते हैं

काम, और आप के रचनात्मक और रणनीतिक पहलुओं पर ध्यान केंद्रित करने के लिए मुक्त

अपने आवेदन का निर्माण। चाहे वह डेटा को प्रबंधित कर रहा हो, कनेक्ट कर रहा हो

बाहरी एपीआई, शेड्यूलिंग कार्य, या उपयोगकर्ता इंटरैक्शन को बढ़ाना,

स्वचालन नो-कोड परिदृश्य में एक शक्तिशाली सहयोगी है।

स्वचालन की इस समझ के साथ, हम इसका पता लगा सकते हैं

नो-कोड विकास की जटिल परतें, बेसिक से आगे बढ़ रही हैं

एक अधिक जटिल, मजबूत समझ की ओर बुनियादी बातें।

ऑटोमेशन की दुनिया का इंतजार है, अपनी यात्रा को सुव्यवस्थित करने के लिए तैयार है

नो-कोड यूनिवर्स।

API में एक गहरी गोता

कभी-कभी विकसित होने वाली डिजिटल दुनिया में, एपीआई (अनुप्रयोग प्रोग्रामिंग

इंटरफेस) अपरिहार्य कनेक्टर के रूप में काम करते हैं जो विभिन्न की अनुमति देते हैं

सूचनाओं को संप्रेषित करने और आदान -प्रदान करने के लिए सॉफ्टवेयर सिस्टम। अगर हम कोशिश करते हैं

सबसे सरल शब्दों में इसकी कल्पना करने के लिए, एक API के रूप में सोचें

मैसेंजर या एक कूरियर। इस परिदृश्य में, आप (या एक सॉफ्टवेयर

आवेदन) एक संदेश या एक पैकेज (अनुरोध) भेज रहे हैं

एक कूरियर (API) के माध्यम से कोई (एक और सॉफ्टवेयर एप्लिकेशन)।

कूरियर (API) आप से पैकेज (अनुरोध) लेता है और बचाता है

यह रिसीवर (एक और सॉफ्टवेयर) के लिए, जो बदले में एक प्रतिक्रिया भेजता है

एक ही कूरियर (API) के माध्यम से आप वापस।

आइए अब उस कार्रवाई में गहराई से हो जाते हैं जो तब होता है जब एक API

कॉल, या दूसरे शब्दों में, एक अनुरोध किया जाता है। एक API कॉल अनिवार्य रूप से है

क्या होता है जब आप API का उपयोग करके किसी सर्वर को अनुरोध भेजते हैं, और

सर्वर एक प्रतिक्रिया देता है। यह प्रक्रिया आपको बनाने के अनुरूप है एक दोस्त को एक फोन कॉल - आप (क्लाइंट एप्लिकेशन) कॉल करें (API कॉल), और आपका मित्र (सर्वर) कॉल प्राप्त करता है और प्रतिक्रिया करता है। API कॉल आमतौर पर HTTP का उपयोग करके किए जाते हैं (हाइपरटेक्स्ट ट्रांसफर प्रोटोकॉल) अनुरोध, जिसमें मुख्य रूप से चार विधियाँ शामिल हैं: GET, POST, PUT, और DELETE।

GET: यह विधि एक सर्वर से डेटा को पुनः प्राप्त करती है। उदाहरण के लिए, यदि आप आपके ऐप पर पंजीकृत सभी उपयोगकर्ताओं की सूची प्राप्त करना चाहते थे, आप हैं GET अनुरोध का उपयोग करें।

POST: यह विधि एक नई प्रविष्टि बनाने के लिए सर्वर को डेटा भेजती है। इसलिए, जब आप अपने ऐप में एक नया उपयोगकर्ता पंजीकृत कर रहे होते हैं, तो आप POST का उपयोग करेंगे अनुरोध।

PUT: इस विधि का उपयोग सर्वर पर मौजूदा डेटा को अपडेट करने के लिए किया जाता है। मान लीजिए कि एक उपयोगकर्ता आपके ऐप पर अपनी प्रोफ़ाइल चित्र बदलना चाहता है; आप एक PUT अनुरोध का उपयोग करेंगे।

DELETE: जैसा कि नाम से पता चलता है, यह विधि मौजूदा डेटा को हटा देती है एक सर्वर से। यदि कोई उपयोगकर्ता आपके ऐप पर अपना खाता हटाना चाहता है, तो आप DELETE अनुरोध का उपयोग करेगा।

आइए एक API कॉल का उपयोग करके JavaScript का एक उदाहरण देखें

A GET अनुरोध:

```
fetch('https://website.example.com/items', {  
  विधि: 'GET',  
})
```

```
.then (प्रतिक्रिया => प्रतिक्रिया।JSON ())
```

```
.then (डेटा => कंसोल.लॉग (डेटा))
```

```
.catch ((त्रुटि) => {
```

```
  Console.Error ('त्रुटि: ', त्रुटि);
```

```
});
```

कोड का यह टुकड़ा एक GET अनुरोध भेजता है

'https://website.example.com/items'। यह फिर एक प्रतिक्रिया की प्रतीक्षा करता है, उस प्रतिक्रिया को एक प्रारूप में परिवर्तित करता है जिसे JSON (JavaScript ऑब्जेक्ट कहा जाता है संकेतन), और परिणामी डेटा को प्रिंट करता है। अगर वहाँ कोई त्रुटि है यह प्रक्रिया, इसे कैचर किया गया है और एक त्रुटि संदेश मुद्रित है।

अब, आइए समझें कि JSON क्या है। JSON के लिए JavaScript के लिए खड़ा है वस्तु संकेतन। यह डेटा का प्रतिनिधित्व करने का एक तरीका है जो प्रारूप का उपयोग करता है JavaScript ऑब्जेक्ट्स। JSON कुंजी-मूल्य जोड़े के रूप में डेटा का प्रतिनिधित्व करता है। एक कुंजी-मूल्य जोड़ी दो लिंक किए गए डेटा आइटमों का एक सेट है: एक कुंजी, जो एक है



डेटा के कुछ आइटम के लिए अद्वितीय पहचानकर्ता, और मूल्य, जो या तो है वह डेटा जिसे पहचाना जाता है या एक पॉइंटर टी

o उस डेटा का स्थान।

यहाँ JSON में एक कुंजी-मूल्य जोड़ी का एक उदाहरण है:

```
{  
'फर्स्टनाम': 'जॉन',  
'LastName': 'doe',  
'ईमेल': 'john.doe@example.com'
```

यहाँ, 'FirstName', 'LastName', और 'ईमेल' कुंजी हैं, और 'जॉन',

'Doe', और o john.doe@example.com 'उनके संबंधित मान हैं। यह

डेटा का प्रतिनिधित्व करने का तरीका पढ़ने और लिखने के लिए बहुत सरल है और है

इसलिए, एपीआई के माध्यम से डेटा एक्सचेंजों में व्यापक रूप से उपयोग किया जाता है।

जब डेटा को API के माध्यम से भेजा जाता है, तो इसे विभिन्न प्रकार के इनकैप्सुलेट किया जा सकता है

प्रारूप, लेकिन सबसे आम एक है JSON] इसके उपयोग में आसानी के कारण

और प्रोग्रामिंग भाषाओं की एक विस्तृत श्रृंखला के साथ संगतता।

आप अपने नो-कोड ऐप में एपीआई का उपयोग क्यों करेंगे?

एपीआई आधुनिक अनुप्रयोग पारिस्थितिकी तंत्र में एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं, और वह

साथ ही नो-कोड ऐप्स भी शामिल हैं। कई कारण हैं

डेवलपर्स और नो-कोड क्रिएटर्स समान रूप से अपने में एपीआई का लाभ उठाने के लिए चुनते हैं आवेदन।

1। बाहरी सेवाओं और डेटा तक पहुंच: एपीआई एक कुशल प्रदान करते हैं

बाहरी सेवाओं से जुड़ने और डेटा लाने या भेजने का तरीका।

उदाहरण के लिए, एक मौसम अनुप्रयोग पुनर्प्राप्त करने के लिए एक API का उपयोग कर सकता है

मौसम डेटा प्रदाता से वास्तविक समय का मौसम डेटा। इसी तरह,

एक ई-कॉमर्स नो-कोड ऐप भुगतान तक पहुंचने के लिए एपीआई का उपयोग कर सकता है

गेटवे और संभाल लेनदेन। यहाँ मुख्य लाभ है

कि आपको इन सेवाओं को खरोंच से बनाने की आवश्यकता नहीं है; आप

जो पहले से उपलब्ध है, उसका लाभ उठा सकते हैं, समय की बचत कर सकते हैं और

संसाधन।

2। स्वचालन: एपीआई के साथ, आप दोहरावदार कार्यों को स्वचालित कर सकते हैं। के लिए

उदाहरण, यदि आपके पास नो-कोड टूल के साथ निर्मित एक ब्लॉग साइट है और

कई प्लेटफार्मों पर अपने लेख पोस्ट करना चाहते हैं (जैसे मध्यम,

लिंकडइन, आदि), एपीआई इस प्रक्रिया को स्वचालित कर सकते हैं। एक बार सेट अप,

लेखों को एक साथ इन सभी पर प्रकाशित किया जा सकता है

प्लेटफ़ॉर्म, मैनुअल काम को कम करना।

3। एकीकरण: एपीआई अलग-अलग के निर्बाध एकीकरण के लिए अनुमति देते हैं

सॉफ्टवेयर सिस्टम। यह एकीकरण एक बनाने में मदद करता है

परस्पर जुड़े डिजिटल पारिस्थितिकी तंत्र जहां से स्वतंत्र रूप से बहता है एक प्रणाली दूसरे को। उदाहरण के लिए, आप एपीआई का उपयोग कर सकते हैं अपने ईमेल मार्केटिंग के साथ अपने नो-कोड CRM ऐप को एकीकृत करें टूल, आपको नए लीड जोड़ने की प्रक्रिया को स्वचालित करने की अनुमति देता है अपने ईमेल अभियानों के लिए।

4। बढ़ाया उपयोगकर्ता अनुभव: एपीआई काफी बढ़ा सकते हैं डायनेमिक कंटेंट में लाकर आपके ऐप का उपयोगकर्ता अनुभव और तृतीय-पक्ष सेवाएं। उदाहरण के लिए, Google मानचित्र API हो सकता है स्थान सेवाएं प्रदान करने के लिए एक नो-कोड ऐप में एकीकृत, उपयोगकर्ता अनुभव में सुधार।

5। स्केलेबिलिटी: एपीआई आपके नो-कोड ऐप को अधिक स्केलेबल बना सकते हैं। अगर आपके ऐप का उपयोगकर्ता आधार बढ़ता है और आपको कुछ अपग्रेड करने की आवश्यकता है सुविधाएं या नए जोड़ें, तृतीय-पक्ष सेवाओं से API इस प्रक्रिया को आसान और तेज़ बनाएं।

6। दक्षता: खर्च, एपीआई से हर सुविधा को कोड करने के बजाय आपको लाभ उठाकर दिग्गजों के कंधों पर खड़े होने की अनुमति दें पहले से ही विकसित और परीक्षण की गई सेवाएं। यह महत्वपूर्ण रूप से हो सकता है विकास प्रक्रिया को गति दें, जिससे आपका काम अधिक हो कुशल।

7। लागत बचत: एपीआई महत्वपूर्ण लागत बचत प्रदान कर सकते हैं। का उपयोग करके एपीआई, आप विकसित करने, परीक्षण करने और बनाए रखने की आवश्यकता को समाप्त करते हैं कुछ विशेषताएं, समग्र विकास लागत को कम करती हैं।

एपीआई अनिवार्य रूप से नो-कोड ऐप्स के लिए सुपरपावर हैं। वे आपको अनुमति देते हैं अपने आवेदन को शक्तिशाली सेवाओं के साथ एकीकृत करने के लिए, कार्यों को स्वचालित करें, उपयोगकर्ता अनुभव को बढ़ाएं, और अधिक कुशलता से स्केल करें। एक नो-कोड के रूप में बिल्डर, एपीआई को समझना और उनका उपयोग कैसे करना है आपके द्वारा बनाए गए ऐप्स की क्षमताओं को बढ़ाएं।

एक वेबहूक के साथ डेटा प्राप्त करना

अपने नो-कोड ऐप का निर्माण करते समय, आप कार्यकाल में आ सकते हैं

'WebHook'। वेबहूक, एपीआई की तरह, मौलिक भवन हैं

आधुनिक वेब अनुप्रयोगों की वास्तुकला में ब्लॉक, सुविधा

विभिन्न अनुप्रयोगों के बीच कुशल संचार।

एक वेबहूक, अपने सरलतम रूप में, एक एप्लिकेशन के लिए एक साधन है

स्वचालित रूप से वास्तविक समय की जानकारी के साथ अन्य एप्लिकेशन प्रदान करें।

यह वेबसाइटों या वेब के बीच पुश नोटिफिकेशन की एक प्रणाली के समान है

एप्लिकेशन, 'वेबहूक' शब्द के लिए अग्रणी - प्रभावी रूप से 'हुकिंग'

लाइव अपडेट के साथ अलग-अलग वेब एप्लिकेशन एक साथ।

एपीआई के विपरीत जो एक अनुरोध-प्रतिक्रिया मॉडल (पुल) पर काम करते हैं, Webhooks एक पुश सिद्धांत पर काम करते हैं। इसका मतलब है कि डेटा वितरित किया जाता है स्रोत एप्लिकेशन से गंतव्य के बिना गंतव्य तक यह अनुरोध करने की आवश्यकता है। इस अवधारणा को स्पष्ट करने के लिए, प्राप्त करने के बारे में सोचें एक महत्वपूर्ण ईमेल। इसके बजाय अक्सर अपने इनबॉक्स को ताज़ा करने के लिए (जो समानताएं दोहराया जा रहा है API कॉल), आपको एक अधिसूचना प्राप्त होती है जैसे ही ईमेल आता है (एक वेबहूक के अनुरूप)। यह वास्तविक समय सूचना विनिमय WebHooks की एक विशिष्ट विशेषता है। एक उदाहरण पर विचार करें जहां आप नो-कोड ई बना रहे हैं- वाणिज्य ऐप। इस तरह के एप्लिकेशन में, जब भी ए ट्रैक करना महत्वपूर्ण है नया आदेश आता है। एक वेबहूक स्थापित करके, आपका एप्लिकेशन कर सकता है स्वचालित रूप से एक विशिष्ट को नया ऑर्डर डेटा भेजें फाइंड एंडपोइंट, जैसे कि एक URL, तत्काल एक आदेश रखा गया है। यह डेटा तब अन्य आरंभ कर सकता है कार्य, जैसे कि ग्राहक को एक पुष्टिकरण ईमेल भेजना या अपने इन्वेंट्री रिकॉर्ड को अपडेट करना। एपीआई और वेबहूक के बीच महत्वपूर्ण अंतर उनके पास है डेटा संचार मॉडल। एपीआई एक अनुरोध-प्रतिक्रिया पर काम करते हैं तंत्र, जिसका अर्थ है कि आप डेटा के लिए पूछते हैं, और API के साथ प्रतिक्रिया करता है यह। अद्यतन डेटा प्राप्त करने के लिए, आपको लगातार नए अनुरोध करने की आवश्यकता है। इसके विपरीत, WebHooks स्वचालित रूप से डेटा को संचारित करते हैं पूर्वनिर्धारित घटना होती है - बिना किसी अनुरोध के डेटा आपको 'धक्का' दिया जाता है आपकी तरफ से जरूरत है। एक API और एक वेबहूक के बीच चयन दोनों वेबहूक और एपीआई के विकास में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं गतिशील और इंटरैक्टिव अनुप्रयोग। जबकि एपीआई आपकी अनुदान देते हैं अन्य से कार्यों की एक विस्तृत श्रृंखला के लिए अनुप्रयोग पहुंच सेवाएं, WebHooks सुनिश्चित करें कि आपका एप्लिकेशन लगातार अपडेट हो जाए वास्तविक समय डेटा। एक नो-कोड डेवलपर के रूप में, समझ और दोहन करना एपीआई और वेबहूक दोनों आपको अधिक व्यापक बनाने में मदद करेंगे, कुशल, और उपयोगकर्ता के अनुकूल अनुप्रयोग। एक API का उपयोग करने के बीच चुनना और एक वेबहूक काफी हद तक निर्भर करता है आपके एप्लिकेशन की प्रकृति पर, आप जिस तरह के डेटा से निपट रहे हैं के साथ, और कितनी बार डेटा बदल जाता है या एक्सेस करने की आवश्यकता होती है। एक API का उपयोग करें जब:

- 1। मांग पर डेटा पुनर्प्राप्ति: यदि आपके एप्लिकेशन को डेटा की आवश्यकता है एक विशिष्ट उपयोगकर्ता कार्रवाई के जवाब में एक अन्य सेवा से, ए

API आमतौर पर बेहतर विकल्प है। उदाहरण के लिए, जब एक उपयोगकर्ता एक ऑनलाइन स्टोर में एक पुस्तक के लिए खोज, एक API कॉल किया जा सकता है डेटाबेस से पुस्तक विवरण प्राप्त करने और प्रदर्शित करने के लिए।

2। अनुरोध आवृत्ति पर नियंत्रण: एपीआई एक अनुरोध पर काम करते हैं-प्रतिक्रिया मॉडल, इसलिए आपके पास कब और कैसे पर कुल नियंत्रण है अक्सर अनुरोध किए जाते हैं। यदि आप चाहते हैं तो यह उपयोगी है दक्षता या लागत कारणों के लिए डेटा हस्तांतरण की दर का प्रबंधन करें।

3। जटिल प्रश्न: यदि आपको डेटा के विशिष्ट सबसेट तक पहुंचने की आवश्यकता है या जटिल प्रश्नों का प्रदर्शन करते हैं, एपीआई आमतौर पर अधिक लचीले होते हैं। वे अक्सर उन्नत क्वेरी क्षमताओं का समर्थन करते हैं जो अनुमति देते हैं आप भेजे जाने से पहले डेटा को फ़िल्टर, सॉर्ट या हेरफेर करने के लिए। जब एक वेबहूक का उपयोग करें:

1। वास्तविक समय के अपडेट: यदि आपके एप्लिकेशन को जवाब देने की आवश्यकता है कुछ घटनाओं के तुरंत लिए, WebHooks बेहतर विकल्प हैं। उदाहरण के लिए, एक चैट ऐप में, जब कोई उपयोगकर्ता एक संदेश भेजता है, ए Webhook तुरंत रिसीवर के संदेश को आगे बढ़ा सकता है उपकरण।

2। स्वचालित वर्कफ़्लो: वेबहूक स्वचालित करने के लिए उत्कृष्ट हैं विभिन्न सेवाओं के बीच वर्कफ़्लो। उदाहरण के लिए, एक वेबहूक ग्राहक को ईमेल की पुष्टि को ट्रिगर करने के लिए सेट किया जा सकता है जब भी कोई नया आदेश रखा जाता है।

3। सर्वर लोड को कम करना: चूंकि वेबहूक केवल एक होने पर डेटा भेजें विशिष्ट घटना होती है, वे आप पर लोड को कम करने में मदद कर सकते हैं अपडेट के लिए नियमित रूप से एक API] मतदान करने की तुलना में सर्वर। व्यवहार में, कई एप्लिकेशन एपीआई और दोनों का उपयोग करते हैं विभिन्न परिदृश्यों को पूरा करने के लिए Webhooks। एपीआई आमतौर पर अधिक संभालते हैं विविध और जटिल कार्य, व्यापक डेटा पुनर्प्राप्ति के लिए अनुमति देते हैं और हेरफेर, जबकि वेबहूक वास्तविक बनाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं-समय, घटना-चालित कार्यक्षमता। उनकी विशिष्ट समझकर लाभ, आप अधिक प्रभावी ढंग से अपने नहीं के लिए सही उपकरण चुन सकते हैं-कोड एप्लिकेशन की आवश्यकताएं

अपने ऐप में एआई का उपयोग करना

आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस (एआई) का दायरा एक रोमांचक सीमा है

तेजी से विस्तार और हम जिस तरह से रहते हैं, काम करते हैं, और बदलते हैं

इंटरैक्ट करना। इसके मूल में, एआई कंप्यूटर विज्ञान की एक शाखा है जिसका उद्देश्य है

मानव बुद्धिमत्ता की नकल करने में सक्षम मशीनों का निर्माण करें। लेकिन में

वास्तविकता, यह उससे कहीं अधिक है। यह एक उपकरण है जो धक्का दे रहा है

जटिल समस्याओं को हल करने के लिए हमें सक्षम करने के लिए क्या संभव है, की सीमाएं, बड़ी मात्रा में डेटा से अंतर्दृष्टि प्राप्त करें, और कार्यों को स्वचालित करें डिग्री हम केवल कुछ साल पहले ही सपना देख सकते थे।

एआई की बहुमुखी प्रतिभा इसके सबसे हड़ताली पहलुओं में से एक है। आज, वहाँ एक है बाजार पर उपलब्ध एआई अनुप्रयोगों के बर्गनिंग सरणी, प्रत्येक एक विशिष्ट उद्देश्य की सेवा के लिए डिज़ाइन किया गया। एआई चैटबॉट्स से जो कर सकते हैं परिष्कृत मशीन सीखने के मॉडल के लिए ग्राहक प्रश्नों को संभालें यह रुझानों और परिणामों की भविष्यवाणी कर सकता है, एआई के अनुप्रयोग हैं हर दिन बढ़ रहा है। इस तरह के विभिन्न प्रकार के AI उपकरण उपलब्ध हैं इस पुस्तक में उन सभी को कवर करना असंभव होगा। हालांकि, मैं आपको विभिन्न प्रकार के एआई मॉडल में एक झलक दे सकते हैं और क्या वे सक्षम हैं

एआई मॉडल को मोटे तौर पर उनकी क्षमताओं के आधार पर वर्गीकृत किया जा सकता है: संकीर्ण एआई, जनरल एआई, और अधीक्षक एआई। संकीर्ण ऐ, या कमजोर एआई, एक विशिष्ट कार्य में माहिर हैं। इसके उदाहरणों में आवाज शामिल है सिरी और एलेक्सा या सिफारिश जैसी मान्यता प्रणाली नेटफ्लिक्स या अमेज़ॅन द्वारा उपयोग किए जाने वाले एल्गोरिदम। ये सिस्टम शानदार हैं वे क्या करते हैं, लेकिन वे अपने विशिष्ट कार्यों तक सीमित हैं।

जनरल एआई, दूसरी ओर, समझने की क्षमता है, सीखें, और कार्यों की एक विस्तृत श्रृंखला में ज्ञान लागू करें, बहुत पसंद है इंसान। जबकि एआई का यह स्तर इस बिंदु पर ज्यादातर सैद्धांतिक है, यह क्षेत्र में अनुसंधान के एक महत्वपूर्ण क्षेत्र का प्रतिनिधित्व करता है।

Superneligious AI इसे एक कदम आगे ले जाता है। इस प्रकार का ऐ होगा सबसे आर्थिक रूप से मूल्यवान काम में मानव क्षमताओं को पार करें। यह एक रोमांचक अभी तक चुनौतीपूर्ण अवधारणा है जो वर्तमान में अधिक विज्ञान है वास्तविकता की तुलना में कल्पना।

वर्तमान परिदृश्य में, सबसे प्रभावशाली एआई मॉडल हैं संकीर्ण एआई के उदाहरण। इनमें से, भाषा और छवि प्रसंस्करण Openai द्वारा Chatgpt और Dall-e जैसे मॉडल रहे हैं क्रांतिकारी। चैट, एक भाषा मॉडल, मानव की तरह उत्पन्न कर सकता है पाठ, आइडिया जनरेशन, कंटेंट क्रिएशन, या यहां तक कि कार्यों में सहायता करना डेटाबेस स्कीमा डिजाइन। दूसरी ओर, डल-ई, एक छवि है-टेक्स्ट के आधार पर अद्वितीय दृश्य बनाने में सक्षम मॉडल उत्पन्न करना विवरण, सामग्री रचनाकारों के लिए एक शक्तिशाली उपकरण के रूप में सेवारत। चैट और डल-ई जैसे एआई टूल्स का एकीकरण नो-कोड में एप्लिकेशन संभावनाओं का खजाना खोल सकते हैं, बढ़ाते हैं

कार्यक्षमता, उपयोगकर्ता अनुभव को समृद्ध करना, और विभिन्न को स्वचालित करना कार्य। यहां कुछ तरीके हैं जिनसे आप इन एआई मॉडल का उपयोग कर सकते हैं-  
कोड अनुप्रयोग:

1। CHATGPT के साथ कंटेंट जनरेशन: CHATGPT उत्पन्न कर सकते हैं दिए गए संकेतों के आधार पर मानव जैसा पाठ। इसका उपयोग किया जा सकता है एक ब्लॉगिंग ऐप में जहां उपयोगकर्ताओं को मदद करने की आवश्यकता होती है सामग्री। आप एक API सेट कर सकते हैं, एक उत्पन्न करने के लिए Chatgpt को कॉल करें उपयोगकर्ता के चुने हुए विषय के आधार पर ड्राफ्ट, जो उपयोगकर्ता तब कर सकता है संपादित करें और परिष्कृत करें।

2। CHATGPT के साथ ग्राहक सहायता: यदि आप एक निर्माण कर रहे हैं आवेदन जिसमें ग्राहक सहायता की आवश्यकता होती है, CHATGPT कर सकता है समर्थन की पहली पंक्ति के रूप में सेवा करें। जब उपयोगकर्ताओं के पास प्रश्न हों या मुद्दे, चैटगेट तत्काल, सटीक प्रतिक्रियाएं प्रदान कर सकते हैं, मानव सहायक कर्मचारियों पर बोझ को कम करना और तेज करना संकल्प समय।

3। चैट के साथ विचार पीढ़ी: मान लीजिए कि आप एक निर्माण कर रहे हैं परियोजना प्रबंधन या बुद्धिशीलता ऐप। उस मामले में, आप नए प्रोजेक्ट विचारों, समाधानों को उत्पन्न करने के लिए CHATGPT का उपयोग कर सकते हैं समस्याओं, या कार्यों के आधार पर अभिनव दृष्टिकोण उपयोगकर्ता के इनपुट और आवश्यकताएं।

4। डल-ई के साथ दृश्य सामग्री पीढ़ी: डल-ई छवियां बना सकते हैं पाठ्य विवरणों से, जो विशेष रूप से उपयोगी हो सकता है डिजाइन या सोशल मीडिया प्लानिंग ऐप्स। उपयोगकर्ता इनपुट कर सकते हैं उस छवि का विवरण जो वे चाहते हैं, और डल-ई एक उत्पन्न कर सकते हैं संगत दृश्य।

5। चैट और डल-ई के साथ इंटरैक्टिव लर्निंग: यदि आप हैं एक शैक्षिक ऐप बनाना, इन एआई मॉडल का उपयोग किया जा सकता है इंटरैक्टिव सीखने के अनुभव बनाएं। Chatgpt हो सकता है वास्तविक समय में छात्रों के सवालों के जवाब देने के लिए उपयोग किया जाता है, जबकि डल-ई मदद के लिए अवधारणाओं का दृश्य प्रतिनिधित्व प्रदान कर सकता है समझ को मजबूत करें।

6। चैट और डल-ई के साथ व्यक्तिगत उपयोगकर्ता अनुभव: आप उपयोगकर्ता को निजीकृत करने के लिए इन एआई मॉडल का भी उपयोग कर सकते हैं अनुभव। उदाहरण के लिए, CHATGPT व्यक्तिगत उत्पन्न कर सकता है उपयोगकर्ता वरीयताओं के आधार पर सामग्री, और डल-ई बना सकते हैं अनुकूलित दृश्य जो व्यक्तिगत उपयोगकर्ताओं के लिए अपील करते हैं। संक्षेप में, AI मॉडल जैसे CHATGPT और Dall-E को एकीकृत करना

नो-कोड ऐप्स उनकी क्षमताओं को काफी बढ़ा सकते हैं, स्वचालित कर सकते हैं कार्य, और उपयोगकर्ताओं के लिए एक अधिक आकर्षक, व्यक्तिगत अनुभव बनाएं।

हालाँकि, नैतिक विचारों को ध्यान में रखना आवश्यक है और

ऐसे शक्तिशाली एआई उपकरणों का उपयोग करते समय दिशानिर्देश, यह सुनिश्चित करते हुए कि वे हैं जिम्मेदारी से और उपयोगकर्ताओं की गोपनीयता और डेटा सुरक्षा के संबंध में उपयोग किया जाता है।

यहाँ बाजार पर अन्य AI नो-कोड टूल के कुछ उदाहरण दिए गए हैं:

1। Datarobot: यह प्लेटफ़ॉर्म मदद करने के लिए कई सुविधाएँ प्रदान करता है

व्यवसाय जल्दी और कुशलता से एआई का लाभ उठाते हैं। यह दोनों का समर्थन करता है

कोड-प्रथम और कोड-मुक्त विकास एआई/एमएल (कृत्रिम)

इंटेलिजेंस/मशीन लर्निंग) प्रोजेक्ट्स। मंच भी

स्वचालित वर्कफ़्लो के लिए GitHub जैसे उपकरणों के साथ अच्छी तरह से एकीकृत करता है।

यह उपयोगकर्ताओं को एक मॉडल से सीधे नो-कोड AI ऐप बनाने की अनुमति देता है

लीडरबोर्ड, लोगों के लिए ऐप निर्माण प्रक्रिया को सरल बनाना

मशीन सीखने के अनुभव के बिना।

2। मोनकेलेयरन: यह उपकरण पाठ विश्लेषण और मशीन पर केंद्रित है

सीखना। यह इन प्रक्रियाओं को आसान बनाने के लिए डिज़ाइन किया गया है, यहां तक कि के लिए भी

एआई या मशीन की गहरी समझ के बिना

सीखना।

3। MLJAR: यह प्लेटफ़ॉर्म स्वचालित मशीन-लर्निंग प्रदान करता है

क्षमताओं। जबकि बहुत विस्तृत जानकारी उपलब्ध नहीं है,

यह उपयोगकर्ता के अनुकूल होने के लिए डिज़ाइन किया गया है और उच्च श्रेणी के रूप में है।

4। जाहिर है।

दुनिया में सरलतम डेटा भविष्यवाणी उपकरण। कम से कम

मिनट, आप अपने पसंदीदा डेटा स्रोत से कनेक्ट कर सकते हैं, बना सकते हैं

भविष्यवाणियां, और उन्हें अपनी टीम के साथ साझा करें। यह एक सरल प्रदान करता है

तीन-चरण प्रक्रिया: एक CSV फ़ाइल जोड़ें या अपने डेटा के साथ एकीकृत करें

स्रोत, एक ड्रॉपडाउन (एआई) से अपने भविष्यवाणी कॉलम को चुनें

ऑटो-बिल्ड होगा), और फिर एक रिपोर्ट प्राप्त करें जो शीर्ष ड्राइवों को दिखाती है,

भविष्यवाणियां, और एस

if-if-if 'परिदृश्यों को imulates।

5। Akkio: Akkio एक सरल, दृश्य, आसानी से उपयोग करने वाला मंच है जो अनुमति देता है

किसी को भी अपने रोजमर्रा के कार्यों में एआई की शक्ति का उपयोग करने के लिए,

विशेष रूप से बिक्री, विपणन और वित्त में। यह आपको सक्षम बनाता है

एआई के साथ एआई मॉडल को ट्रेन और तैनात करें, जिसमें कोई एआई नहीं है

अनुभव की जरूरत है। Akkio किसी भी उपयोगकर्ता को काम करने की अनुमति देता है

स्प्रेडशीट का ज्ञान भविष्यवाणी अंतर्दृष्टि को आकर्षित करने के लिए

उनका डेटा और सक्रिय निर्णय लेने में सक्षम बनाता है। यह भी मदद करता है



कम-मूल्य वाले कार्यों को स्वचालित करें और गैर-तकनीकी भी सशक्त बनाएं  
व्यावहारिक रूप से बिना किसी समय में सैकड़ों मॉडल बनाने के लिए कर्मचारी।  
अपने ऐप को बाहरी डेटा को नो-कोड वे से कनेक्ट करना  
ऑटोमेशन टूल्स ने व्यवसायों को संचालित करने के तरीके में क्रांति ला दी है  
प्रक्रियाओं और कार्यों को सुव्यवस्थित करना, टीमों को अधिक ध्यान केंद्रित करने में सक्षम बनाना  
रणनीतिक और रचनात्मक कार्य। मेरी परियोजनाओं के दायरे में, Zapier और  
ऐसे दो ऐसे स्वचालन उपकरण हैं जो अमूल्य हो गए हैं।  
वे विभिन्न अनुप्रयोगों और सेवाओं के बीच पुल के रूप में काम करते हैं,  
किसी भी लिखने की आवश्यकता के बिना डेटा ट्रांसफर और कार्यों को स्वचालित करना  
कोड। ये उपकरण नो-कोड एआई को जोड़ने में एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं  
अन्य डिजिटल टूल्स के लिए प्लेटफॉर्म, संभावनाओं की दुनिया खोलना  
कुशल वर्कफ़्लो।

Zapier

Zapier एक मजबूत ऑनलाइन स्वचालन उपकरण के रूप में चमकता है जो एक के साथ एकीकृत करता है  
लोकप्रिय ऐप्स के विशाल सरणी, जैसे कि जीमेल, स्लैक, मेलचिम्प, और कई  
अधिक। यह दोहराव वाले कार्यों की आवश्यकता को समाप्त करने के लिए डिज़ाइन किया गया है  
अपने पसंदीदा ऐप्स और स्वचालित क्रियाओं को कनेक्ट करना।

Zapier में एक स्वचालित वर्कफ़्लो बनाना सीधा है। आप  
एक 'ज़ाप' को शिल्प करें, जो एक कमांड है जो ज़ापियर को प्रदर्शन करने का निर्देश देता है  
एक विशिष्ट घटना होने पर कुछ कार्रवाई। एक जैप में एक ट्रिगर होता है  
(वर्कफ़्लो की शुरुआत करने वाली घटना) और एक या एक से अधिक क्रियाएं (   
ट्रिगर के बाद निष्पादित कार्य)। उदाहरण के लिए, यदि आप सहेजना चाहते हैं  
जीमेल अटैचमेंट स्वचालित रूप से ड्रॉपबॉक्स के लिए, आप एक ज़ाप बनाते हैं जहां  
जीमेल में एक नया ईमेल प्राप्त करना ट्रिगर है, और ईमेल को सहेजना  
ड्रॉपबॉक्स के लिए अनुलग्नक कार्रवाई है।

Zapier 3,000 से अधिक अनुप्रयोगों का समर्थन करता है, एक व्यापक बनाता है  
स्वचालन के लिए लैंडस्केप। इसके अतिरिक्त, यह समर्थन प्रदान करता है  
Webhooks, किसी भी सॉफ़्टवेयर से ZAPS की ट्रिगरिंग को सक्षम करना  
एक HTTP अनुरोध भेजना, इसके स्वचालन को और व्यापक बनाना  
क्षमताओं।

बनाना

एक और शक्तिशाली स्वचालन उपकरण के रूप में डिज़ाइन किया गया है  
आसान-से-कॉन्फ़िगर के माध्यम से मैन्युअल प्रक्रियाओं को स्ट्रीमलाइन करें  
परिष्कृत विशेषताएं। जैपियर की तरह, ट्रिगर की एक प्रणाली का उपयोग करता है और  
क्रियाएं, लेकिन यह इन वर्कफ़्लो को 'परिदृश्य' कहता है।  
समानता के बावजूद, बनाने में अधिक जटिलता प्रदान करें  
परिदृश्य। एक साधारण ट्रिगर-एक्शन चेन से परे, आप निर्माण कर सकते हैं

वर्कफ़्लो जो शर्तों के आधार पर विभाजित होता है, डेटा के माध्यम से लूप, और अधिक बारीक कार्यों को संभालें। यह जोड़ा बहुमुखी प्रतिभा बनाती है जटिल वर्कफ़्लोज़ के लिए विशेष रूप से उपयोगी।

लोकप्रिय ऐप्स की भीड़ के साथ सीधे और भी एकीकृत करें प्रदान करता है HTTP/साबुन और JSON मॉड्यूल। इन सुविधाओं का मतलब है लगभग किसी भी वेब सेवा के साथ एकीकृत कर सकते हैं, सभी एक एकल लिखे बिना कोड की लाइन।

Zapier दोनों और कनेक्ट करने का एक शक्तिशाली साधन प्रदान करते हैं अन्य सॉफ़्टवेयर टूल्स के लिए नो-कोड एआई प्लेटफॉर्म, डेटा को स्वचालित करना एआई प्लेटफॉर्म के आउटपुट के आधार पर स्थानान्तरण और क्रियाएं। के रूप में उदाहरण, एक स्वचालन आपके CRM से आपके AI को डेटा भेज सकता है मंच, एक भविष्यवाणी उत्पन्न करें, और फिर उस भविष्यवाणी को शामिल करें सीआरएम में वापस - सभी बिना किसी कोडिंग के। इनका लाभ उठाकर स्वचालन उपकरण, व्यवसाय समय बचा सकते हैं, मानव त्रुटि को कम कर सकते हैं, और उन कार्यों पर उनके प्रयासों पर ध्यान केंद्रित करें जिन्हें मानवीय स्पर्श की आवश्यकता होती है।

मैंने willo.social को बढ़ाने के लिए API का उपयोग कैसे किया जब मैं willo.social का निर्माण कर रहा था, तो मुझे एहसास हुआ कि हमारे उपयोगकर्ताओं को एक की आवश्यकता है

ब्रिटेन में कहीं से भी एक बैठक स्थल का चयन करने का आसान तरीका है आखिरकार दुनिया भर से। मैन्युअल रूप से लाखों में प्रवेश करना अलग-अलग पते स्पष्ट रूप से अव्यावहारिक थे, अगर असंभव नहीं है। यह है जहां Google स्थान चित्र में आए।

Google स्थान एक व्यापक API है जो Google द्वारा प्रदान किया गया है वाणिज्यिक सहित स्थान डेटा के एक विशाल डेटाबेस तक पहुंच पते, स्थल और ब्याज के अन्य बिंदु। बढ़ते के लिए

हमारे जैसे मंच, यह हमारे उपयोगकर्ताओं को प्रदान करने के लिए सही समाधान था उनके मीटिंग वेन्यू को निर्दिष्ट करने के लिए एक आसान और कुशल तरीके के साथ। नो-कोड प्लेटफॉर्म का उपयोग करके विलो.सोशल का विकास

बुलबुले ने इस प्रक्रिया को और सरल बना दिया। बुलबुला एक Google स्थान प्रदान करता है प्लगइन जो इस व्यापक स्थान डेटाबेस को एकीकृत करता है

हमारा ऐप सीधा है। उपयोगकर्ता अब एक पता टाइप करना शुरू कर सकते हैं, और

Google स्थान स्वचालित रूप से संभावित मैचों की एक सूची प्रदान करेगा,

हमारे उपयोगकर्ताओं के लिए एक स्थल निर्दिष्ट करने की प्रक्रिया को सुव्यवस्थित करना।

एक ऐप बिल्डर का उपयोग करने वालों के लिए जो एक अंतर्निहित Google की पेशकश नहीं करता है

स्थान प्लगइन, Zapier और Make.com जैसे उपकरण हैं जो हो सकते हैं

हम

ED अपने ऐप को Google स्थानों से कनेक्ट करने के लिए API। ये उपकरण मदद करते हैं

वर्कफ़्लोज़ बनाने के लिए जो आपके ऐप को API के साथ एकीकृत करता है Google स्थानों के लाभ प्लेटफ़ार्मों की एक विस्तृत श्रृंखला के लिए सुलभ हैं। Google स्थानों का सफल एकीकरण विलो.सोसियल में है बैठक स्थलों को त्वरित, सटीक और उपयोगकर्ता निर्दिष्ट करने का कार्य किया- दोस्ताना। Google के विशाल स्थान डेटा और के उपयोग के माध्यम से नो-कोड प्लेटफ़ार्मों का लचीलापन, हम एक लागू करने में सक्षम हैं जटिल अभी तक अत्यधिक लाभकारी विशेषता है जो हमारी बहुत बढ़ जाती है प्लेटफ़ॉर्म का उपयोगकर्ता अनुभव।

Google स्थानों के साथ सफलता ने हमें आगे का पता लगाने के लिए प्रोत्साहित किया हमारे ऐप में शक्तिशाली तृतीय-पक्ष सेवाओं को एकीकृत करने की क्षमता। अगली चुनौती जिसे हमने संबोधित करने का लक्ष्य रखा था, वह एक विश्वसनीय लागू थी और सुरक्षित भुगतान प्रणाली। इसे प्राप्त करने के लिए, हम पट्टी में बदल गए, ए प्रमुख वैश्विक भुगतान प्रोसेसर अपनी मजबूत क्षमताओं के लिए जाना जाता है और उपयोगकर्ता के अनुकूल इंटरफ़ेस।

Google स्थानों के साथ की तरह, हमारे ऐप में स्ट्राइप को एकीकृत करना बुलबुला एक सहज प्रक्रिया थी। बुलबुला एक स्ट्राइप प्लगइन प्रदान करता है कनेक्शन को सरल बनाता है, जिससे हमें सुरक्षित भुगतान शामिल करने की अनुमति मिलती है कोड की एक लाइन लिखने की आवश्यकता के बिना हमारे ऐप में प्रसंस्करण। प्लगइन स्ट्राइप की मुख्य विशेषताओं तक पहुंच प्रदान करता है, जिसमें क्षमता भी शामिल है आवर्ती सदस्यता भुगतान स्थापित करने के लिए, रिफंड जारी करें, और प्रबंधन करें ग्राहक बिलिंग जानकारी।

ऐप बिल्डरों के लिए जो एक प्रत्यक्ष स्ट्राइप प्लगइन प्रदान नहीं करते हैं, Zapier जैसे स्वचालन उपकरण अंतर को पा सकते हैं। Zapier के साथ, आप कर सकते हैं एक वर्कफ़्लो सेट करें जो आपके ऐप को स्ट्रिप के API से जोड़ता है, भुगतान प्रसंस्करण और अन्य संबंधित कार्यों को स्वचालित करना।

हमारे मंच पर पट्टी के अलावा हमारे में महत्वपूर्ण है विकास। इसने न केवल हमें एक सुरक्षित और कुशल तरीका प्रदान करने की अनुमति दी है हमारे उपयोगकर्ताओं के लिए अपने भुगतान का प्रबंधन करने के लिए लेकिन एक भावना पैदा भी की हमारे मंच पर भरोसा करें। नो-कोड प्लेटफ़ार्मों की शक्ति का उपयोग करके और तृतीय-पक्ष एकीकरण, हम एक बनाने में सक्षम हैं व्यापक, उपयोगकर्ता के अनुकूल अनुभव जो विविध आवश्यकताओं को पूरा करता है हमारे उपयोगकर्ता आधार का।

गतिविधि: अपना पहला स्वचालन बनाएं अपने पसंदीदा स्वचालन मंच पर जाएं (या दोनों की कोशिश करें) और कोशिश करें और सरल स्वचालन बनाएं। नीचे, मैंने कुछ सुझाव सूचीबद्ध किए हैं अपनी शुरुआत करने के लिए।

Gmail को Google शीट से कनेक्ट करें ताकि हर बार किसी को

आपको ईमेल करते हैं, आपके पास एक रिकॉर्ड है कि किसने आपसे संपर्क किया, कब और क्या उन्होंने कहा। अपने संपर्कों पर नज़र रखने के लिए महान।

उसी तरह, आप अपने जीमेल अकाउंट को ए से कनेक्ट कर सकते हैं

Google शीट ताकि जब आप किसी को ईमेल भेजते हैं, तो यह रिकॉर्ड करता है यह दिनांक और समय के साथ एक डेटाबेस में है।

Oceanofpdf.com

8

चलो बनाते हैं

तो हमने अब तक क्या कवर किया है? हमने ध्यान से एक समस्या का चयन किया है

हमारे ग्राहक अनुसंधान के आधार पर। हमने उनसे सब कुछ पूछा है

उनके दर्द बिंदुओं को समझने के लिए सवाल। हमारे पास एक विचार है

मन है कि हम मानते हैं कि उस समस्या को हल करेगा। हमने अपना भी बनाया है

ऐप उपयोगकर्ता प्रवाह और हमारे वायरफ्रेम्स जो हम संभावित उपयोगकर्ताओं को देते हैं

पर प्रतिक्रिया। हमारे डेटा को मैप किया गया है इसलिए हम जानते हैं कि हमारे कैसे

टेबल एक डेटाबेस में एक दूसरे से संबंधित होंगे।

अब हमें बस इतना करना है। मैं आरंभ करने और निर्माण करने जा रहा हूँ

Startright। मैं अपने मार्केटप्लेस को बनाने के लिए कई नो-कोड टूल का उपयोग कर सकता हूँ।

मुझे कुछ विकल्पों की एक सूची तैयार करने दें जिसका मैं उपयोग कर सकता हूँ।

- वर्डप्रेस: मैंने 15 वर्षों से वर्डप्रेस का उपयोग किया है इसलिए मैं

पूरी तरह से समझें कि यह कैसे काम करता है। मैं एक बहु-विक्रेता का उपयोग कर सकता हूँ

मेरा मार्केटप्लेस बनाने के लिए प्लगइन या मार्केटप्लेस थीम।

- SOFTR: मैंने SOFTR का उपयोग किया है और मुझे इसका ड्रैग-एंड-ड्रॉप फ्रंट-एंड पसंद है

डिजाइन टूल के रूप में मैं अपनी साइट के लिए एक अनूठा रूप बनाना चाहता हूँ। सोफ्रेटर

पहले से ही मार्केटप्लेस टेम्प्लेट शामिल हैं जो पहले से ही हैं

डेटाबेस और फ्रंट-एंड सेट अप। मुझे बस की जरूरत होगी

इसे मेरी पसंद के अनुसार अनुकूलित करें।

- sharetribe.com: यह उपकरण मुख्य रूप से मल्टी-वेंडर के लिए बनाया गया है

मार्केटप्लेस। यह हमारे ऐप को प्राप्त करने का एक शानदार तरीका हो सकता है और

कुछ ही घंटों में चल रहा है।

- बबल: मेरा पसंदीदा नो-कोड टूल। बुलबुला बहुत कुछ प्रदान करता है

लचीलापन जो हम बढ़ने के लिए एक महान मंच बना सकते हैं।

यदि यह एक वास्तविक दुनिया की स्थिति थी, तो यह अत्यधिक संभावना है कि मैं उपयोग करूंगा

इस ऐप को प्राप्त करने और चलाने के लिए Sharetribe। मैं वास्तव में इसे बनाने में सक्षम हूँ

जल्दी से उनके पॉइंट-एंड-क्लिक इंटरफ़ेस के साथ। मैं भी इसका परीक्षण करने में सक्षम हूँ

मेरे लक्षित ग्राहकों के साथ बहुत कम समय के भीतर।

हालांकि, मुझे यह भी पता है कि बुलबुला मुझे बहुत कुछ देगा

भविष्य में मैं क्या कर सकता था, इस पर नियंत्रण। इसके अलावा, यह एक शानदार तरीका है

आपको दिखाते हैं कि इस तरह के एक उपकरण का उपयोग कैसे किया जा सकता है ... तो चलो बुलबुले के साथ चलते हैं! मैं हूँ

आपको चार खंडों के माध्यम से ले जाने के लिए जा रहे हैं कि मैं इसे कैसे बनाऊंगा विचार अगर मैं एक वास्तविक दुनिया के परिदृश्य में निर्माण कर रहा था।

## 1। डेटाबेस सेट करना

हमारे अन्वेषण में प्रारंभिक कदम में हमारे डेटाबेस का आयोजन शामिल है।

ऐसा करने के लिए, हम अपने पहले से तैयार किए गए डेटा मैप को वापस संदर्भित करते हैं विभिन्न प्रकार के टेबल जैसे 'उपयोगकर्ता' रखती है

, 'व्यावसायिक विवरण', 'उत्पाद',

'ऑर्डर', 'रिव्यू', और 'चैट', अन्य लोगों के बीच। इनमें से प्रत्येक टेबल

विशेष रूप से अलग-अलग रखने के लिए डिज़ाइन किए गए कई क्षेत्रों को शामिल करता है पाठ, छवि, संख्यात्मक या भौगोलिक डेटा जैसे डेटा प्रकार।

हमारे में विभिन्न तालिकाओं के बीच संबंध स्थापित करने के लिए

डेटाबेस, हम विदेशी कुंजियों को कॉन्फ़िगर करते हैं। एक उदाहरण के रूप में, हम कनेक्ट करते हैं

ईमेल फ़ील्ड (हमारी प्राथमिक कुंजी के रूप में सेवारत) उपयोगकर्ता तालिका के लिए

'व्यावसायिक विवरण' तालिका। यह लिंक के बीच संबंध का प्रतीक है

एक उपयोगकर्ता और उनके संबंधित व्यवसाय। इसी तरह, हम समान निर्माण करते हैं

अन्य तालिकाओं जैसे 'उत्पाद', 'ऑर्डर', और 'समीक्षा' के लिए लिंक। मैं

बुलबुले का दायरा, एक विदेशी कुंजी बनाना उतना ही सीधा है

वांछित तालिका का चयन करना हम अपने साथ एक लिंक स्थापित करना चाहते हैं

फील्ड बॉक्स।

बुलबुले के भीतर, हमारा विकल्प सेट एक अलग टैब में रहता है।

इन विकल्पों के लिए निर्माण प्रक्रिया मेजों के दर्पण सेट करती है, लेकिन एक के साथ

थोड़ा अंतर - यहाँ, हमारे विकल्प नाम हमारी भूमिका मानते हैं

क्षेत्र।

यदि किसी भी बिंदु पर आप अपने डेटाबेस को संरचित करते समय लड़खड़ाते हैं, तो वहाँ है

झल्लाहट की जरूरत नहीं है। निश्चित रहें; मैंने अनगिनत घंटों में निवेश किया है

विभिन्न त्रुटियों और गलतफहमी के कारण डेटाबेस को सुधारना। यह एक सीखना है

परीक्षण और त्रुटि के एक उचित हिस्से के साथ प्रक्रिया को पंचर।

फील्ड प्रकारों की एक विस्तृत सूची के लिए, आप भर सकते हैं, स्वतंत्र महसूस कर सकते हैं

इस पुस्तक के अंत में संदर्भ अनुभाग का उपयोग करने के लिए।

ध्यान रखें कि बुलबुले में एक स्वचालित प्रणाली है जो बनाता है

हमारे डेटाबेस के भीतर ईमेल और पासवर्ड फ़ील्ड। इसलिए, यह नहीं है

आपको अपने उपयोगकर्ता तालिका में मैनुअल रूप से बनाने के लिए आवश्यक है।

## 2। उपयोगकर्ता इंटरफ़ेस सेट करना

एक डिजाइनर के रूप में, यह ऐप-बिल्डिंग अनुभव का मेरा पसंदीदा हिस्सा है,

और मैं भाग्यशाली हूँ कि बुलबुले में देशी और का एक अविश्वसनीय चयन है

उपयोगकर्ता-निर्मित इंटरफ़ेस तत्वों से चुनने के लिए।

उपयोगकर्ता प्रवाह आरेख को देखते हुए जो मैंने पहले बनाया था, मैं देखता हूं मैं चाहता हूं कि मैं अपने उपयोगकर्ता को उच्च-स्तरीय पृष्ठों का अनुसरण करें और नीचे लिखें मुझे लगता है कि मुझे बनाने की आवश्यकता होगी।

1। होम पेज: यह मुख्य लैंडिंग पेज है जहां उपयोगकर्ता कर सकते हैं लोकप्रिय श्रेणियों द्वारा सेवाओं, फ़िल्टर सेवाओं की खोज, और एक श्रेणी के भीतर लोकप्रिय सेवाएं देखें।

2। पंजीकरण पृष्ठ: वह बिट जो वास्तव में हमारे उपयोगकर्ता पर हस्ताक्षर करता है।

3। खोज परिणाम पृष्ठ: यह पृष्ठ उपयोगकर्ता के परिणामों को प्रदर्शित करता है सेवाओं की खोज करें।

4। उत्पाद पृष्ठ: सभी उपलब्ध सेवाओं और उत्पादों को दिखाना जिसे उपयोगकर्ता की आवश्यकताओं के लिए फ़िल्टर किया जा सकता है।

5। विस्तृत उत्पाद पृष्ठ: यह पृष्ठ एक विस्तृत दृश्य प्रदान करता है विशिष्ट उत्पाद या सेवा, जिसमें एक पूर्ण विवरण, मूल्य शामिल है, और समीक्षा।

6। ऑर्डर रिव्यू पेज: यहां, उपयोगकर्ता पहले अपने आदेश की समीक्षा कर सकते हैं चेकआउट करने के लिए आगे बढ़ रहा है।

7। चेकआउट पेज: यह वह जगह है जहां उपयोगकर्ता अपना भुगतान दर्ज करते हैं जानकारी और खरीद को पूरा करें।

8। आदेश प्रबंधन पृष्ठ: खरीद के बाद, उपयोगकर्ताओं को पुनर्निर्देशित किया जाता है इस पृष्ठ पर, जहां वे अपने सभी आदेशों का प्रबंधन कर सकते हैं। फ्रीलांसर उन आदेशों को भी देख सकते हैं और उनका प्रबंधन कर सकते हैं यहाँ प्राप्त किया।

9। संदेश पृष्ठ: यह पृष्ठ के बीच संचार की सुविधा प्रदान करता है उपयोगकर्ता। वे विभिन्न वार्तालापों के बीच स्विच कर सकते हैं और वास्तविक समय में संदेश भेजें।

10। उपयोगकर्ता सेटिंग्स पृष्ठ: उपयोगकर्ता इस पृष्ठ पर अपना विवरण अपडेट कर सकते हैं।

11। उपयोगकर्ता प्रोफ़ाइल पृष्ठ: यह उपयोगकर्ता-सामना करने वाले विवरणों के बारे में सूचीबद्ध करेगा उपयोगकर्ता, चाहे वह स्टार्टअप हो या विशेषज्ञ।

12। उत्पाद लिस्टिंग पृष्ठ: फ्रीलांसर उनके सभी का प्रबंधन कर सकते हैं इस पृष्ठ पर सेवाएं।

13। पेज के बारे में: नए उपयोगकर्ताओं के लिए जो किसके बारे में अधिक जानना चाहते हैं हम हैं।

एक लगातार क्वेरी मैं सामना करता हूं, क्यों, 100 का एक उपयोगकर्ता आधार दिया जाता है, हम 100 अलग-अलग उपयोगकर्ता पृष्ठ बनाने की आवश्यकता नहीं है। उत्तर में निहित है उन पृष्ठों की गतिशील प्रकृति जिन्हें हम क्राफ्टिंग कर रहे हैं। ये पृष्ठ निकालते हैं और हमारे डेटाबेस से अपेक्षित डेटा का प्रदर्शन करें, विशिष्ट के अनुरूप

दर्शक। हमारे सर्वर को अभिभूत करने के बजाय (जिसमें हमारे सभी हैं  
ऐप फाइलें) 100 व्यक्तिगत उपयोगकर्ता पृष्ठों के साथ, हम एक एकल उपयोगकर्ता को निर्देश देते हैं  
विभिन्न मापदंडों के अनुसार डेटा लाने के लिए पृष्ठ। यह चतुर चाल है  
हमारे वर्कफ़्लो में प्राप्त किया गया, जिसे हम अगले चरण में बदल देंगे।  
एक बार जब हमारे आवश्यक पृष्ठों का निर्माण किया गया है, तो सुखद  
चरण (कम से कम मेरे लिए) शुरू होता है।  
बुलबुले के सफेद, सफेद विस्तार को घूरते हुए, मैं अपने दिल को समझ सकता हूं  
थोड़ा तेज और मेरी सांसें अधिक तेजी से हो रही हैं। यह समान है  
एक खाली कैनवास का सामना करने वाले कलाकार के लिए - यह शून्य स्थान पूरी तरह से है  
डराना। अगर मैं इस पर बेतरतीब ढंग से तत्व डालने के लिए शुरू करता हूं  
मंच, संभावना है, अंतिम परिणाम सौंदर्यवादी रूप से मनभावन नहीं होगा  
न ही यह उन सभी विशेषताओं को शामिल करेगा जो मैं वास्तव में चाहता हूं।  
लेकिन चिंता नहीं! वायरफ्रेम, सावधानीपूर्वक पहले से डिज़ाइन किए गए और  
संभावित ग्राहकों द्वारा मान्य, अब मेरे गाइड के रूप में काम करेंगे।  
हमारे मुखपृष्ठ के रूप में यह महत्वपूर्ण महत्व रखता है  
हमारे उपयोगकर्ताओं और विशेषज्ञों को एक खाते के लिए साइन अप करने के लिए लुभाना। अधिक  
महत्वपूर्ण रूप से, मैं उन्हें पहले हमारी साइट का एक खोजपूर्ण परीक्षण प्रदान करने की आकांक्षा करता हूं  
वे टी करते हैं

○ साइन अप करना। इस तरह के दृष्टिकोण से संभावना बढ़ जाती है  
उनमें से कुछ आकर्षक या आवश्यक है, बाद में,  
ग्राहकों के रूप में उनकी ऑनबोर्डिंग के लिए अग्रणी। कुछ ऐप्स पसंद कर सकते हैं  
उनके आंतरिक पृष्ठों को गोपनीय रखें, खासकर अगर यह एक बी 2 बी टूल है या  
एक विशेष सदस्य समुदाय। नो-कोड बिल्डरों की एक विशाल संख्या  
कुछ पृष्ठों को गैर-लॉग-इन के लिए दुर्गम रखने के लिए सेटिंग्स प्रदान करें  
उपयोगकर्ता। हालाँकि, हमारे 'स्टारटाइट' प्रोजेक्ट के लिए, हम अपने दरवाजे रखना चाहते हैं  
जितना संभव हो उतना खुला।  
किसी भी वेबसाइट या ऐप पर उतरने पर, आप संभवतः मुठभेड़ करेंगे  
शक्तिशाली कथन या एक प्रमुख छवि। यह आपके हीरो के रूप में जाना जाता है  
हेडर या हीरो इमेज (चित्र 8.1 देखें)। यह आपके उपयोगकर्ता के शुरुआती के रूप में कार्य करता है  
अपने व्यवसाय और उसके प्रसाद के स्नैपशॉट, इसलिए इसे बनाना महत्वपूर्ण है  
सम्मोहक पहली छाप। 'Startright' के लिए, मैं एक बोल्ड पाठ की कल्पना करता हूं  
हेडलाइन प्रमुखता से स्क्रीन के केंद्र में प्रदर्शित की गई,  
हमारे मिशन को बताते हुए - 'अपने स्टार्टअप के लिए विशेषज्ञों को किराए पर लें'। आसान बनाना  
तत्काल जुड़ाव, हम इसके नीचे एक खोज बॉक्स की स्थिति करेंगे,  
उपयोगकर्ताओं को प्रासंगिक कीवर्ड का उपयोग करके अपनी खोज शुरू करने में सक्षम बनाना।  
चित्र 8.1 हीरो हेडर  
जैसा कि मैं अपने पृष्ठ पर घटकों को डिजाइन और व्यवस्थित करता हूं, मैं उपयोग करता हूं



कुछ जिसे समूह कहा जाता है (कभी-कभी कुछ में एक कंटेनर कहा जाता है उपकरण) कुछ तत्वों को एक साथ रखने के लिए। उदाहरण के लिए, मेरे शीर्ष ऐप में एक लोगो और मेरा क्षैतिज मेनू होता है (चित्र 8.2 देखें)। मुझे चाहिए इन सभी चीजों को एक साथ समूहित करने के लिए ताकि मैं कुछ नियमों को लागू कर सकूँ उनके लिए, जैसे कि मैं इस समूह के आसपास कितनी जगह जोड़ना चाहता हूँ या चाहे इसे केंद्र में संरेखित किया जाना चाहिए या नहीं। मैं इन्हें भी बचा सकता हूँ समूहीकृत तत्व और उन्हें आसानी से अन्य पृष्ठों पर उपयोग करें।

#### चित्र 8.2 मेनू समूह

हमारे मेनू के नीचे, हम अपने कुछ प्रतिष्ठित को उजागर करने का लक्ष्य रखते हैं विशेषज्ञ और सेवाएं वे प्रदान करते हैं। बुलबुले में, हम एक तैनात करते हैं इस उद्देश्य के लिए 'दोहराने वाले समूह' के रूप में जाना जाता है (चित्र देखें 8.3)। यह एक प्रकार का समूह है जो हमें समान दोहराव प्रदर्शित करने की अनुमति देता है जानकारी, जैसे कि एक विशेषज्ञ नाम और फोटो।

प्रत्येक विशेषज्ञ के लिए, हमें सेवा प्रदर्शित करने के लिए एक टेक्स्ट हेडलाइन की आवश्यकता होगी शीर्षक, सेवा की विशेष रूप से प्रदर्शित छवि, पैराग्राफ पाठ को चित्रित करने के लिए एक छवि एक संक्षिप्त विवरण प्रस्तुत करने के लिए, और, अंत में, सेवा को प्रकट करने के लिए पाठ कीमत। तत्काल कार्रवाई की सुविधा के लिए, आइए एक 'अब खरीदें' को भी शामिल करें यहाँ बटन। इनमें से प्रत्येक तत्व गतिशील रूप से पॉप्युलेटेड होंगे दोहराए जाने वाले समूह के भीतर प्रत्येक विशेषज्ञ, एक सहज और निर्माण करना नेत्रहीन अपीलिंग प्रदर्शन।

#### चित्र 8.3 दोहराने वाला समूह

हमारे होमपेज में स्टार्टअप्स के लिए समर्पित अनुभाग भी शामिल होंगे, जहां हम रेखांकित करते हैं कि हम कौन हैं और हमारे विशेषज्ञ आदर्श क्यों हैं उनकी जरूरतों के लिए समाधान। स्वाभाविक रूप से, हम एक 'साइन अप' को शामिल करेंगे आसान उपयोगकर्ता पहुंच के लिए इस अनुभाग में बटन।

इसी तरह, हम एक और खंड लक्ष्यीकरण क्षमता को शामिल करेंगे विशेषज्ञ। जबकि हम अधिक विस्तृत पृष्ठ विकसित करने पर विचार कर सकते हैं विशेष रूप से लाइन के नीचे विशेषज्ञों के लिए, हमारे तत्काल उद्देश्य के साथ MVP एक स्विफ्ट लॉन्च है। हम अपने मंच को अतिरिक्त के साथ समृद्ध कर सकते हैं लाइव जाने के बाद विपणन-उन्मुख पृष्ठ।

आइए मेनू या नेविगेशन के महत्व को भी नजरअंदाज न करें बार, जो हमारे हीरो हेडर पर पूर्वता लेगा। यह मेनू है गतिशील और दर्शक की स्थिति के आधार पर भिन्न होगा। गैर-लॉग-इन के लिए उपयोगकर्ता, प्रदर्शित पृष्ठ होंगे:

- घर
- उत्पाद
- हमारे बारे में

- साइन अप करें
- दाखिल करना

एक बार जब कोई उपयोगकर्ता लॉग इन हो जाता है, तो मेरा मेनू निम्नलिखित दिखाएगा:

- उत्पाद
- उपयोगकर्ता प्रोफ़ाइल पृष्ठ (इसलिए उपयोगकर्ता अपनी खुद की प्रोफ़ाइल देख सकता है)
- आदेश (खुले या पूर्ण आदेशों की सूची के साथ)
- उपयोगकर्ता सेटिंग्स
- साइन आउट

बाद के चरण में, हम एक वर्कफ़्लो विकसित करेंगे, जो बुलबुले को निर्देश दे रहा है

प्रत्येक परिदृश्य में प्रदर्शित करने के लिए कौन सा मेनू।

मैं आवश्यक अतिरिक्त पृष्ठों का निर्माण करने के लिए आगे बढ़ा। यह दिया

चरण के बजाय समय लेने वाला हो सकता है (की संख्या के आधार पर)

आवश्यक पृष्ठ), केवल आवश्यक पृष्ठ बनाने पर ध्यान केंद्रित करें

शुरू। अधिक बाद में जोड़ा जा सकता है।

मैं सुनिश्चित करता हूँ कि बबल के फ्लेक्सबॉक्स का उपयोग करके हमारा ऐप उत्तरदायी है

प्रणाली। संक्षेप में, मैं इस वेबसाइट को निश्चित चौड़ाई बना देता हूँ '

विकल्प और पंक्तियों और कॉलम का उपयोग करके मेरे लेआउट की व्यवस्था करें। बुलबुला अनुदान

आप इन पंक्तियों और कॉलम को कैसे अनुबंधित करते हैं, इसे संशोधित करने की क्षमता

स्क्रीन आकार के आधार पर विस्तार करें। यह आपके सेट करके प्राप्त किया जाता है

न्यूनतम चौड़ाई 0 और अधिकतम चौड़ाई 'Inf' (अनंत) तक।

इसके अतिरिक्त, 'शर्तों' के रूप में जाना जाने वाला एक फीचर आपको परिभाषित करने देता है

ब्राउज़र आकार के आधार पर एक तत्व की उपस्थिति। मैं अक्सर काम करता हूँ

यह पाठ के आकार को समायोजित करने के लिए यदि कोई शीर्षक अत्यधिक बड़ी दिखाई देता है

गतिमान।

3। हमारे वर्कफ़्लोज़ बनाना

वर्कफ़्लोज़ संचालन के अनुक्रम हैं जो हमारे ऐप को चेतन करते हैं,

आम तौर पर एक उपयोगकर्ता कार्रवाई द्वारा ट्रिगर किया जाता है जैसे कि पंजीकरण पर क्लिक करना

बटन। प्रत्येक नो-कोड टूल वर्कफ़्लो को अलग-अलग तरीके से संभालता है, लेकिन इसमें

बुलबुला, वे निम्नलिखित से मिलते जुलते हैं (चित्र 8.4 भी देखें):

उपयोगकर्ता पंजीकरण:

'साइन अप बटन'> पर क्लिक करने पर उपयोगकर्ता पंजीकृत है।

फॉलोइन

जी यह, एक पॉप-अप इसके लिए सेटिंग्स प्रदर्शित करता है

वर्कफ़्लो। इसमें आपके द्वारा शामिल इनपुट फॉर्म शामिल हैं

साइन-अप फॉर्म। यहां, आप निर्दिष्ट कर सकते हैं कि कौन सा इनपुट फ़िल्ड से मेल खाती है

आपके डेटाबेस में कौन सी प्रविष्टि।

उदाहरण के लिए:

ईमेल = इनपुट> ईमेल का मूल्य

चित्र 8.4 वर्कफ़्लो पॉपअप

इसलिए, हमारे डेटाबेस में 'ईमेल' फ़ील्ड ईमेल दर्ज किया जाएगा

हमारे साइन-अप फॉर्म के ईमेल फ़ील्ड में।

वही कार्यप्रणाली पासवर्ड पर लागू होती है।

इसके अलावा, हमें अपने उपयोगकर्ता के नाम और प्रोफ़ाइल को इनपुट करने की आवश्यकता है

छवि। यह 'एक और फ़ील्ड बदलें' चुनकर किया जा सकता है, और

बाद में प्रासंगिक फ़ील्ड और इनपुट बॉक्स का चयन करना।

एक नया उत्पाद या सेवा जोड़ना

जब कोई विशेषज्ञ एक नए उत्पाद या सेवा का परिचय देता है, तो हम अपना बनाते हैं

कंटेनर और उत्पाद जैसे अपेक्षित फॉर्म तत्वों का परिचय दें

शीर्षक, संक्षिप्त विवरण, लंबा विवरण, श्रेणी, विशेष रूप से प्रदर्शित छवि,

मूल्य, और श्रेणी।

विशेषज्ञ पर क्लिक करने पर वर्कफ़्लो ट्रिगर हो जाता है

'सबमिट करें' बटन।

हमारे पंजीकरण फॉर्म के समान, हमारे पास कई 'इनपुट' हैं

ऐसे तत्व जो उपयोगकर्ताओं को अपने पाठ को इनपुट करने की अनुमति देते हैं। हालांकि, हम भी शामिल हैं

श्रेणियों के लिए एक ड्रॉपडाउन बॉक्स, हमारे विशेषज्ञों को चयन करने में सक्षम बनाता है

पूर्वनिर्धारित कौशल हम पहले अपने डेटाबेस में स्थापित करते हैं।

इसे पूरा करने के लिए, हम अपने ड्रॉपडाउन मेनू इनपुट पर क्लिक करते हैं

संपत्ति संपादक तक पहुंचने के लिए तत्व। हम 'स्थिर विकल्प' से स्विच करते हैं

'गतिशील विकल्प' के लिए। फिर, 'विकल्पों के प्रकार' विकल्प के लिए, हम

हमारे 'श्रेणियों का विकल्प सेट चुनें' (चित्र 8.5 देखें)।

चित्र 8.5 गतिशील विकल्प

यह प्रक्रिया उन विकल्पों को सामने लाती है जो हम पहले से ही स्थापित कर चुके हैं

हमारे डेटाबेस, एक उपयुक्त चयन करने के लिए हमारे विशेषज्ञ की सुविधा।

प्लग-इन

जैसा कि हम एक उपयोगकर्ता और एक विशेषज्ञ दोनों को साइन अप करते हैं, हम उनकी रुचि रखते हैं

स्थान, आदर्श रूप से उनका सबसे करीबी शहर। बुलबुला की एक श्रृंखला प्रदान करता है

इसके प्रमुख इंटरफेस और टूल्स में वृद्धि, जो ज्ञात हैं

'प्लगइन्स' के रूप में। ये तृतीय-पक्ष डेवलपर्स द्वारा बनाए गए ऐड-ऑन हैं

अतिरिक्त कार्यक्षमता प्रदान करने के लिए अपने बबल ऐप में एकीकृत करें।

कुछ प्लगइन्स मुफ्त में उपलब्ध हैं, जबकि अन्य एक लागत ले जाते हैं।

ऐसा ही एक प्लगइन Google Places है। मेरे साइन-अप फॉर्म के भीतर, मैं

एक खोज इनपुट का उपयोग करें जो उपयोगकर्ता को अपना पता टाइप करना शुरू करने की अनुमति देता है।

Google स्थानों को मेरे Google API से जोड़ने के बाद, उपयोगकर्ता को करना चाहिए

इसी तरह के पते की एक सूची देखें, जहां से वे चयन कर सकते हैं

सही। हमारे वर्कफ़्लो के दौरान, हम इसे ऐसे कॉन्फ़िगर करते हैं जब उपयोगकर्ता 'साइनअप' बटन पर क्लिक करता है, उपयोगकर्ता का स्थान के रूप में परिलक्षित होता है स्थान खोज बॉक्स में इनपुट मान।

मैं एक समय में प्रत्येक पृष्ठ एक के पास पहुंचता हूं, वर्कफ़्लो को शामिल करता हूं प्रगति।

कभी-कभी, मुझे सीखने के लिए बुलबुला प्रलेखन का उल्लेख करना होगा एक विशिष्ट वर्कफ़्लो कैसे बनाएं, या मैं एक तक पहुंच सकता हूं बबल समुदाय के विशेषज्ञ। यह संभावना है कि किसी और के पास है पहले से ही उस कार्य से निपटने और उसे हल कर दिया है जिसे मैं पूरा करने की कोशिश कर रहा हूं।

#### 4। परीक्षण

एक बार जब मैंने अपने सभी पृष्ठों को सावधानीपूर्वक डिज़ाइन किया और हर को पूरा कर लिया वर्कफ़्लो, मैं ऐप को कठोरता से परीक्षण करने के लिए अगले दिनों को समर्पित करता हूं परीक्षण उपयोगकर्ता डेटा का उपयोग करना, जो मैं खुद उत्पन्न करता हूं। यह एक महत्वपूर्ण कदम है, अक्सर विकास की भीड़ में अनदेखी की जाती है। हालांकि, लेने से आवेदन के प्रत्येक पहलू के माध्यम से चलाने का समय, मैं पकड़ सकता हूं और बनने से पहले किसी भी दुबकना बग या कार्यक्षमता के मुद्दों को ठीक करें वास्तविक उपयोगकर्ताओं के लिए समस्याग्रस्त। इस प्रक्रिया की तुलना एक पोशाक से की जा सकती है एक प्रदर्शन से पहले रिहर्सल, यह सुनिश्चित करना कि सब कुछ क्रम में है और सुचारू रूप से चल रहा है।

इस परीक्षण चरण के दौरान, मैं विभिन्न उपयोगकर्ता इंटरैक्शन का अनुकरण करता हूं और यात्रा के रास्ते। उदाहरण के लिए, मैं एक नए उपयोगकर्ता के लिए साइन अप करने के लिए काम कर सकता हूं पहली बार, या एक मौजूदा उपयोगकर्ता ब्राउज़िंग उत्पादों और रखने के रूप में आदेश। मैं यह भी परीक्षण करता हूं कि आवेदन त्रुटियों और अप्रत्याशित को कैसे संभालता है उपयोगकर्ता इनपुट, जो एक चिकनी उपयोगकर्ता अनुभव प्रदान करने के लिए महत्वपूर्ण है। अपने स्वयं के इंटरैक्शन से परे अपने परीक्षण का विस्तार करने के लिए, मैं मदद सूचीबद्ध करता हूं मेरे दोस्तों और परिवार की। यह ताजा दृष्टिकोण प्रदान करता है, जैसा कि वे कर सकते हैं उन तरीकों से ऐप के साथ बातचीत करें जिनकी मुझे प्रत्याशित नहीं है। इसके अलावा, वे सुनिश्चित करने के लिए विभिन्न उपकरणों और स्क्रीन आकारों पर ऐप का परीक्षण करने में मेरी मदद कर सकते हैं विभिन्न में डिज़ाइन की जवाबदेही और अनुकूलता

प्लेटफ़ॉर्म। परीक्षण वातावरण में यह विविधता अमूल्य है, दी गई है

विभिन्न प्रकार के उपकरण उपयोगकर्ता वास्तविक जीवन में ऐप तक पहुंचने के लिए उपयोग कर सकते हैं।

अंत में, एक बार जब मैं टकरा गया और इनसे प्रतिक्रिया को संबोधित किया

उपयोगकर्ताओं का परीक्षण करें और मुझे विश्वास है कि ऐप के रूप में कार्य करता है, यह है

सबसे रोमांचकारी कदम के लिए समय - आवेदन लॉन्च करना!

दुनिया में ऐप को तैनात करना एक रोमांचक क्षण है, देखकर

मेरी कड़ी मेहनत और समर्पण का उत्पाद अंत में सुलभ है

जनता।

## लॉन्च का दिन

लॉन्च डे: यह उत्साह, प्रत्याशा और ए का एक संयोजन है  
 चिंता का कुछ स्तर। यह कई देर रातों की परिणति है,  
 पुनरावृत्तियों, और आगे-पीछे की प्रतिक्रिया से  
 सायन। चाहे जो भी हो  
 आप इसे दृष्टिकोण करते हैं, लॉन्च डे निस्संदेह एक महत्वपूर्ण मील का पत्थर है  
 अपने स्टार्टअप का जीवन।

विभिन्न व्यवसायों में अलग-अलग लॉन्च दर्शन होते हैं। कुछ  
 व्यापक पीआर अभियानों के साथ ग्रैंड पब्लिक रोलआउट पसंद करें। वे देखते हैं  
 जितना संभव हो उतना ध्यान आकर्षित करने के अवसर के रूप में लॉन्च  
 एक चर्चा बनाने के लिए जो उन्हें एक रनिंग स्टार्ट दे सकती है। यह रणनीति  
 निश्चित रूप से इसकी योग्यता है; एक प्रभावी पीआर अभियान एक आकर्षित कर सकता है  
 महत्वपूर्ण प्रारंभिक उपयोगकर्ता आधार, निवेशकों को आकर्षित करें, और अपना ब्रांड डालें  
 वो नक्शा।

हालाँकि, बड़े पैमाने पर लॉन्च भी अपने सेट के साथ आता है  
 चुनौतियाँ। उत्पाद को सुनिश्चित करने के लिए अपार दबाव है  
 बल्ले से सही ढंग से काम करता है, क्योंकि कोई भी ग्लिच नकारात्मक हो सकता है  
 प्रचार। इसके अलावा, गहन मीडिया स्पॉटलाइट और उच्च के साथ  
 ग्राहक की उम्मीदें, त्रुटि या समायोजन के लिए बहुत कम जगह है।  
 दूसरी ओर, कुछ व्यवसाय अधिक मापा जाने का विकल्प चुनते हैं,  
 उनके उत्पाद लॉन्च के लिए शांत दृष्टिकोण। वे शुरू में जारी कर सकते हैं  
 उपयोगकर्ताओं के एक चुनिंदा समूह के लिए उनका उत्पाद, अक्सर वफादार ग्राहक या जल्दी  
 गोद लेने वाले जो उत्पाद विकास यात्रा का हिस्सा रहे हैं।  
 यह दृष्टिकोण कंपनी को फीडबैक इकट्ठा करने और आयरन आउट करने में सक्षम बनाता है  
 एक व्यापक रोलआउट से पहले एक नियंत्रित वातावरण में कोई भी समस्या।  
 मेरी व्यक्तिगत पसंद इस शांत, अधिक की ओर झुकती है  
 गणना दृष्टिकोण। स्टार्टअप्स के साथ पिछले अनुभवों से, मैं  
 'सॉफ्ट लॉन्च' का मान सीखा। जबकि यह हमारे देखना रोमांचक था  
 उत्पाद बनाने की सुखियाँ, लगातार मीडिया का ध्यान एक बन गया  
 व्याकुलता, उत्पाद विकास से जनता तक ध्यान केंद्रित करना  
 संबंध। इसके अलावा, प्रचार तक रहने का दबाव तीव्र था।  
 आखिरकार, अपने दिल और आत्मा को केवल एक परियोजना में डालकर सामना करने के लिए  
 एक सार्वजनिक मंच पर आईटी खराबी की संभावित शर्मिंदगी नहीं है  
 छोटा करतब। इस तरह की चीजों के साथ दूर जाना आसान है। निम्न में से एक  
 नए उत्पादों का निर्माण और परीक्षण करते समय मैं अपने लिए निर्धारित कार्य करता हूँ

दिन का अंत, मैं खुद से पूछता हूं, 'मैंने आज अपने ग्राहकों की मदद कैसे की?'

यह मेरे उपयोगकर्ता अनुभव को सरल बना रहा है या एक नया जोड़ रहा है

वह सुविधा है जो वे पूछ रहे हैं। अगर मैं उस प्रश्न का उत्तर दे सकता हूं

कम से कम एक बार दैनिक, मुझे पता है कि मैं अपने उत्पाद को सही दिशा में चला रहा हूं।

याद रखें जब हमने एक लैंडिंग पेज बनाया था ताकि हम कर सकें

उन उपयोगकर्ताओं का विवरण एकत्र करें जो हमारे उत्पाद में दिलचस्प हो सकते हैं?

खैर, ये वे लोग हैं जिन्हें मैं पहले अपने उत्पाद को आजमाने के लिए आमंत्रित करता हूं। वे कर रहे हैं

अधिक जानकारी का अनुरोध करके पहले से ही कुछ ब्याज दिखाया, इसलिए

उनकी प्रतिक्रिया अमूल्य है - यह अक्सर ऐसा होता है कि वे स्पॉट करेंगे

कुछ याद किया, चाहे वह एक छोटी गड़बड़ हो, एक यूआई मुद्दा हो, या ए

सरल वर्तनी गलती।

यहाँ सबसे महत्वपूर्ण है विश्वास का तत्व। आप ये चाहते हैं

ईमानदार प्रतिक्रिया प्रदान करने के लिए शुरुआती उपयोगकर्ता, लेकिन आपको उन्हें होने की भी आवश्यकता है

समझ और सहायक के रूप में आप इस महत्वपूर्ण चरण नेविगेट करते हैं। साथ

उनकी मदद, आप अपने उत्पाद को लगातार बेहतर बना सकते हैं, इसे तैयार कर सकते हैं

व्यापक दर्शकों के लिए।

एक बार जब आप अपनी प्रारंभिक प्रतिक्रिया के आधार पर उत्पाद को परिष्कृत कर लेते हैं,

आप धीरे-धीरे अपने उपयोगकर्ता आधार का विस्तार कर सकते हैं, जो उन लोगों में ला सकते हैं

मेलिंग सूचियों के लिए साइन अप किया गया या जल्दी पहुंच का अनुरोध किया। यह क्रमिक

दृष्टिकोण आपको अपने उत्पाद के चारों ओर कथा को नियंत्रित करने की अनुमति देता है,

किसी भी मुद्दे को ठीक करें, और यह सुनिश्चित करें कि आपका उत्पाद कब करता है

जनता तक पहुंचें, यह स्वयं का सबसे अच्छा संस्करण है।

अंततः, आपके लॉन्च के दिन के लिए आप जो रास्ता चुनते हैं, वह इस पर निर्भर करता है

आपकी विशिष्ट परिस्थितियां, आपके उत्पाद और आपके लक्षित दर्शकों को।

कुंजी एक छप बनाने के बीच सही संतुलन खोजने के लिए है और

यह सुनिश्चित करना कि आपका उत्पाद दुनिया का सामना करने के लिए तैयार है। सब के बाद,

लॉन्च का उद्देश्य केवल एक परियोजना के पूरा होने का जश्न मनाने के लिए नहीं है

लेकिन विकास, सीखने और निरंतर की एक नई यात्रा को शुरू करने के लिए

सुधार।

जब आप तैयार महसूस करते हैं और आपने सुनिश्चित किया है कि आपका नो-कोड

स्टार्टअप का उत्पाद या सेवा एक अच्छी स्थिति में है और एक व्यापक के लिए तैयार है

दर्शकों (यह सही होने की आवश्यकता नहीं है - बस प्रयोग करने योग्य), आप शुरू कर सकते हैं

दुनिया को अपने लॉन्च के बारे में पता करने दें। यहाँ कुछ रणनीतियाँ हैं

आप उपयोग कर सकते हैं:

1। सोशल मीडिया की घोषणाएं: आपके सभी का लाभ उठाना आवश्यक है

सोशल मीडिया चैनल, जैसे फेसबुक, इंस्टाग्राम, ट्विटर, और

लिंकडइन, अपने लॉन्च के आसपास चर्चा करने के लिए। आप बना सकते हैं

लॉन्च की तारीख के लिए एक उलटी गिनती, पीछे के दृश्य के पीछे पीक, उपयोगकर्ता प्रशंसापत्र, और यहां तक कि आपकी टीम को भी स्पाॅटलाइट करें लॉन्च की ओर कड़ी मेहनत करने वाले सदस्य। लॉन्च के दिन, लाइव अपडेट, वीडियो, या यहां तक कि एक लाइव स्ट्रीम भी जोड़ सकता है उत्तेजना। उन्हें प्रोत्साहित करके अपने दर्शकों को संलग्न करें अपनी पोस्ट साझा करें, टिप्पणियां छोड़ें, और अपने साथ बातचीत करें सामग्री।

2। ईमेल ब्लास्ट: एक प्रभावी लॉन्च ईमेल सिर्फ से अधिक है यह घोषणा करते हुए कि आपका उत्पाद लाइव है। आप चिढ़ाते हुए शुरू कर सकते हैं आपके ग्राहकों के लिए लॉन्च, ड्रिप-फीडिंग जानकारी पर प्रत्याशा बनाने का समय। फिर, लॉन्च डे पर , बाहर भेजें व्यापक ईमेल जो आपके लाभों की व्याख्या करता है उत्पाद, शायद एक डेमो वीडियो सहित। इसके अलावा, विचार करें शुरुआती अपनाने वालों को प्रोत्साहित करने के लिए एक सीमित समय की पेशकश जोड़ना। याद रखें, निजीकरण ईमेल में महत्वपूर्ण है, इसलिए संबोधित करें उनके नाम से रिसीवर और अपने संदेश को किसके आधार पर दर्जी है आप उनके बारे में जानते हैं।

3। प्रेस विज्ञप्ति: एक अच्छी तरह से तैयार की गई प्रेस विज्ञप्ति एक शानदार तरीका हो सकता है मीडिया कवरेज प्राप्त करें। यह संक्षिप्त, आकर्षक होना चाहिए, और अपने उत्पाद और के बारे में सभी महत्वपूर्ण विवरण शामिल करें समस्या यह हल करती है। संस्थापकों से उद्धरण सहित और उच्च गुणवत्ता वाली छवियां प्रभाव को बढ़ा सकती हैं। बनाने के बाद प्रेस रिलीज, इसे कवर करने वाले पत्रकारों और ब्लॉगर्स को वितरित करें आपका उद्योग, और एक पीआर वितरण सेवा का उपयोग करने पर विचार करें व्यापक दर्शकों तक पहुंचें।

4। प्रभावशाली विपणन: प्रभावकों के साथ सहयोग या आपके उद्योग में सोचा नेता आपके लिए विश्वसनीयता दे सकते हैं उत्पाद और इसकी दृश्यता बढ़ाते हैं। प्रभावितों को खोजने के लिए यह महत्वपूर्ण है जिनके दर्शक आपके लक्षित ग्राहकों के साथ संरेखित होते हैं। आप ऐसा कर सकते हैं उन्हें अपने उत्पाद तक जल्दी पहुंच प्रदान करें और उनके लिए पूछें ईमानदार समीक्षा या प्रायोजित जैसी सामग्री पर सहयोग करें पोस्ट, साक्षात्कार, या वेबिनार।

5। सामग्री विपणन: मूल्यवान, जानकारीपूर्ण सामग्री साझा करना अपने उद्योग में एक विशेषज्ञ के रूप में अपने स्टार्टअप की स्थिति में मदद करें। यह ब्लॉग पोस्ट, कैसे-कैसे-गाइड, केस स्टडीज, या शामिल हो सकते हैं अपने उत्पाद के बारे में व्याख्यार वीडियो। एसईओ (खोज) पर विचार करें



इंजन अनुकूलन) आपकी सामग्री रैंक में मदद करने के लिए रणनीतियाँ खोज परिणामों में उच्चतर, आपकी दृश्यता में वृद्धि।

6। पेड विज्ञापन: Google, Facebook जैसे प्लेटफ़ॉर्मों पर भुगतान किए गए विज्ञापन, या लिंकडइन आपको व्यापक दर्शकों तक पहुंचने में मदद कर सकता है। सावधानी से अपने आदर्श ग्राहकों तक पहुंचने के लिए अपने विज्ञापनों को लक्षित करें जनसांख्यिकी, हित और ऑनलाइन व्यवहार। विचार करना उन विज्ञापनों को फिर से करना जो उन उपयोगकर्ताओं का अनुसरण करते हैं जो आपकी वेबसाइट पर गए हैं, उन्हें अपने उत्पाद की याद दिलाना।

7। वेबिनार या लाइव स्ट्रीम: एक लाइव इवेंट की मेजबानी करना जहां आप वास्तविक समय में अपने उत्पाद का प्रदर्शन एक शक्तिशाली तरीका हो सकता है संभावित उपयोगकर्ताओं को संलग्न करने के लिए। घटना के दौरान, सवालियों के जवाब, चिंताओं को संबोधित करें, और अपनी अनूठी विशेषताओं का प्रदर्शन करें उत्पाद। उद्योग के विशेषज्ञों, प्रभावितों, या आमंत्रित करने पर विचार करें घटनाओं में शामिल होने और अपनी अंतर्दृष्टि साझा करने के लिए ग्राहकों को संतुष्ट करें या अनुभव।

8। नेटवर्क: व्यक्तिगत संपर्कों के अपने मौजूदा नेटवर्क का लाभ उठाना, पेशेवर सहकर्मी, उद्योग के साथियों, और संरक्षक। शेयर करना एक-पर-एक इंटरैक्शन के माध्यम से आपके लॉन्च की खबर, पर उद्योग की घटनाओं, या ऑनलाइन समुदायों और मंचों के माध्यम से। कभी नहीं वर्ड-ऑफ-माउथ सिफारिशों की शक्ति को कम करें।

9। ग्राहक प्रशंसापत्र: संतुष्ट से वास्तविक दुनिया की समीक्षा ग्राहक आपके उत्पाद का एक शक्तिशाली समर्थन हो सकते हैं। इन प्रशंसापत्रों को अपनी वेबसाइट, सोशल मीडिया और में साझा करें आपका ईमेल विस्फोट करता है। सकारात्मक समीक्षा के साथ विश्वास बनाने में मदद करते हैं संभावित उपयोगकर्ता।

10। एक उत्पाद खोज प्लेटफ़ॉर्म पर लॉन्च करें: प्लेटफ़ॉर्म जैसे उत्पाद हंट या बेटालिस्ट तकनीकी उत्साही लोगों के समुदाय हैं जो नए उत्पादों की खोज करना पसंद करते हैं। इन पर लॉन्च करना प्लेटफ़ॉर्म आपकी दृश्यता को बढ़ावा दे सकते हैं और दर्शकों को आकर्षित कर सकते हैं नई तकनीक के शुरुआती गोद लेने वाले हैं। के साथ जुड़ने के लिए तैयार रहें समुदाय, सवालियों का जवाब देता है, और बोर्ड की प्रतिक्रिया पर ले जाता है। याद रखें कि आपके पास जितना अधिक उपयोगकर्ता है, उतनी ही अधिक संभावना है नो-कोड सदस्यता या API क्रेडिट पर अधिक खर्च करना होगा। अपने अगर स्टार्टअप सीधे राजस्व पैदा कर रहा है तो आपको ठीक होना चाहिए उन लागतों को कवर करें। यदि आप एक प्रारंभिक मुक्त उत्पाद जारी कर रहे हैं, तो वे लागत जल्दी से ढेर हो सकती है, इसलिए जब आप आमंत्रित कर रहे हों तो इसके बारे में पता करें लोग शामिल होने के लिए।

अतिरिक्त तकनीक की आपको आवश्यकता हो सकती है

एक नो-कोड स्टार्टअप संस्थापक के रूप में, आपको जल्दी से पता चलेगा कि यहां तक कि अंदर भी नो-कोड की दुनिया, अभी भी कुछ तकनीकी पहलुओं पर विचार करने के लिए हैं।

इस आपको डराने न दें। इस खंड में, हम आवश्यक को कवर करेंगे

टेक रिसोर्सेज आपको डोमेन अधिग्रहण, DNS सहित आवश्यकता हो सकती है

सेटिंग्स, ट्रैकिंग टूल, वेब और ईमेल होस्टिंग, और बहुत कुछ।

डोमेन अधिग्रहण

हर ऑनलाइन उद्यम एक डोमेन नाम खरीदने के साथ शुरू होता है, और

इंटरनेट पर अपने स्टार्टअप का पता। यह एक कठिन हो सकता है

प्रक्रिया, विशेष रूप से जब उपलब्ध विकल्पों के समुद्र के साथ सामना किया जाता है और

एक संपूर्ण .com डोमेन को सुरक्षित करने का दबाव।

हालाँकि, यह महत्वपूर्ण है कि किसी को हासिल करने के बारे में अधिक जोर न दिया जाए

.com डोमेन। जबकि .com सबसे अधिक मान्यता प्राप्त और पसंदीदा है

एक्सटेंशन, .io, .co, .net, .org जैसे कई अन्य विकल्प हैं,

और इससे भी अधिक विशिष्ट जैसे .tech या .ai। ये बस के रूप में हो सकते हैं

प्रभावी, खासकर यदि वे आपके व्यवसाय मॉडल या लक्षित दर्शकों को फिट करते हैं

बेहतर।

इसके अलावा, आपको यह भी सुनिश्चित करने की आवश्यकता है कि आपका चुना हुआ नाम

किसी भी ट्रेडमार्क पर उल्लंघन नहीं करता है। मुझे एक छोटी सी कहानी साझा करने दें

मेरा अपना अनुभव। मैंने एक बार अपना स्टार्टअप नाम दिया था, इसे 'एक्स-टूल' कहते हैं,

केवल एक कंपनी से एक संघर्ष-और-व्यायाम पत्र प्राप्त करने के लिए

हड़ताली समान नाम है कि हा

D ने इसे ट्रेडमार्क किया। इसके कारण अचानक हुआ

और महंगा रीब्रांडिंग व्यायाम। इसलिए, इससे पहले कि आप एक डोमेन खरीदें, बनाएं

इस तरह के नुकसान से बचने के लिए संभावित ट्रेडमार्क संघर्षों की जांच करना सुनिश्चित करें।

DNS सेटिंग्स

एक बार जब आप अपना डोमेन सुरक्षित कर लेते हैं, तो आपको डोमेन सेट करने की आवश्यकता होती है

अपने नो-कोड उत्पाद को इंगित करने के लिए नाम प्रणाली (DNS) सर्वर।

अनिवार्य रूप से, प्रत्येक वेबसाइट होस्टिंग प्रदाता या नो-कोड वेबसाइट के पास है

कोडनेम जो इंटरनेट पर उनके ठिकाने की पहचान करता है। आप की जरूरत है

उस कोड या पते को अपने डोमेन नाम में जोड़ने के लिए ताकि वह जान सके

जहां इसे खुद को संलग्न करने की आवश्यकता है।

अधिकांश डोमेन रजिस्ट्रार कैसे बदलें पर निर्देश प्रदान करेंगे

आपकी DNS सेटिंग्स। आमतौर पर, इसमें आपके डोमेन में लॉगिंग शामिल है

रजिस्ट्रार खाता, DNS सेटिंग्स पृष्ठ ढूंढना, और बदलना

DNS आपके नो-कोड प्लेटफ़ॉर्म को इंगित करने के लिए रिकॉर्ड करता है। उदाहरण के लिए, यदि

आप बबल या एडालो जैसे प्लेटफ़ॉर्म का उपयोग कर रहे हैं, आप एक जोड़ देंगे

इन प्लेटफार्मों द्वारा प्रदान किए गए मूल्यों के साथ CNAME रिकॉर्ड।

## ट्रैकिंग उपकरण

Google Analytics और Facebook Pixel जैसे ट्रैकिंग टूल आवश्यक हैं अपने उपयोगकर्ताओं के व्यवहार को समझने और अपने अनुकूलन के लिए उत्पाद।

Google Analytics 4, नवीनतम संस्करण, अधिक एकीकृत प्रदान करता है डेटा ट्रैकिंग और विश्लेषण के लिए दृष्टिकोण। इसे स्थापित करने के लिए, आपको सबसे पहले आवश्यकता है एक Google Analytics खाता बनाएं और अपने लिए एक 'संपत्ति' सेट करें वेबसाइट। आपको एक ट्रैकिंग कोड प्रदान किया जाएगा जिसे होना चाहिए अपनी वेबसाइट के प्रत्येक पृष्ठ पर स्थापित। आपके नो-कोड पर निर्भर करता है टूल, इसमें कोड को एक विशिष्ट इनपुट फ़ील्ड में पेस्ट करना शामिल हो सकता है या एक प्लगइन का उपयोग करना। इसी तरह, फेसबुक पिक्सेल आपको रूपांतरणों को ट्रैक करने की अनुमति देता है फेसबुक विज्ञापन, विज्ञापनों का अनुकूलन, लक्षित दर्शकों का निर्माण, और फिर से जुड़ाव उपयोगकर्ताओं के साथ। इसे स्थापित करने के लिए, आपको अपने फेसबुक में एक पिक्सेल बनाने की आवश्यकता है ईवेंट मैनेजर, और फिर अपनी वेबसाइट पर पिक्सेल कोड जोड़ें। याद रखें, ये उपकरण उपयोगकर्ता डेटा एकत्र करते हैं, इसलिए आपको यह सुनिश्चित करने की आवश्यकता है आप डेटा सुरक्षा नियमों के अनुरूप हैं।

## वेब और ईमेल होस्टिंग

वेब होस्टिंग को आमतौर पर आपके नो-कोड प्लेटफॉर्म द्वारा ध्यान रखा जाता है। हालाँकि, यदि आप वर्डप्रेस जैसे उपकरण को स्व-होस्ट कर रहे हैं, तो आपको इसकी आवश्यकता होगी एक विश्वसनीय वेब होस्टिंग प्रदाता का चयन करें। प्रदाताओं की पेशकश करें जो पेशकश करते हैं उत्कृष्ट अपटाइम, ग्राहक सहायता और संगतता के साथ वर्डप्रेस।

कस्टम ईमेल पते तकनीकी रूप से महत्वपूर्ण नहीं होते हैं जब यह आता है अपने व्यवसाय का परीक्षण करें, लेकिन एक नियम के रूप में, मुझे हमेशा किसी के लिए एक कस्टम ईमेल मिलता है

उत्पाद मैं विकसित कर रहा हूँ सबसे पहले, मुझे लगता है कि यह बहुत अधिक पेशेवर है myname@mycompany.com के साथ संभावित ग्राहकों को ईमेल करें ईमेल जो @gmail.com या @hotmail.com में समाप्त होता है। वहां कुछ भी नहीं है निश्चित रूप से इन ईमेलों के साथ गलत है, लेकिन मुझे लगता है कि अगर आप पूछ रहे हैं आप पर भरोसा करने के लिए अजनबी और आपको किसी उत्पाद या सेवा के लिए पैसे देते हैं आपको भाग देखना चाहिए। दूसरा, यह रिसीवर को भी मदद करता है अपनी कंपनी को याद रखें कि क्या वे आपका स्टार्टअप नाम देख सकते हैं मेल पता।

Google कार्यक्षेत्र और Microsoft 365 जैसे प्रदाता कस्टम प्रदान करते हैं

उत्पादकता उपकरण के साथ ईमेल पते।

यदि आप इसका विकल्प चुनते हैं, तो आपको अपने डोमेन के MX (मेल (मेल) को अपडेट करना होगा एक्सचेंजर) अपने ईमेल होस्ट को इंगित करने के लिए रिकॉर्ड। प्रक्रिया आम तौर पर अपने डोमेन रजिस्ट्रार के नियंत्रण कक्ष में लॉग इन करना शामिल है, नेविगेट करना अपने डोमेन सेटिंग्स के लिए, और उन लोगों के लिए एमएक्स रिकॉर्ड बदलना आपके ईमेल होस्ट द्वारा प्रदान किया गया।

यहाँ एक सामान्य चरण-दर-चरण मार्गदर्शिका है:

1। एक ईमेल होस्टिंग योजना खरीदें: सबसे पहले, एक ईमेल होस्टिंग चुनें प्रदाता और एक ईमेल होस्टिंग योजना खरीदें जो आपके सूट करता है जरूरत है। आपको उस बिंदु पर MX रिकॉर्ड्स का एक सेट प्रदान किया जाएगा अपने ईमेल होस्टिंग प्रदाता के ईमेल सर्वर के लिए। इन रिकॉर्ड कुछ इस तरह दिखेंगे:

Aspmx.l.google.com

2। अपने डोमेन रजिस्ट्रार खाते में लॉग इन करें: यह वह जगह है जहां आप अपना डोमेन खरीदा। आम रजिस्ट्रार में GoDaddy शामिल हैं,

Namecheap, या Bluehost।

3। DNS सेटिंग्स पर नेविगेट करें: एक अनुभाग की तलाश करें, जिसे 'DNS लेबल किया गया है सेटिंग्स', 'डोमेन सेटिंग्स', या कुछ इसी तरह। यहाँ, आप अपने डोमेन के लिए सभी वर्तमान DNS रिकॉर्ड्स की एक सूची देखें।

4। एमएक्स रिकॉर्ड्स को अपडेट करें: आपको मौजूदा एमएक्स को बदलने की आवश्यकता होगी आपके ईमेल होस्टिंग द्वारा प्रदान किए गए नए लोगों के साथ रिकॉर्ड प्रदाता। कई रिकॉर्ड हो सकते हैं, और यह महत्वपूर्ण है जैसा कि प्रदान किया गया है, वैसा ही दर्ज करें। एमएक्स रिकॉर्ड आमतौर पर आते हैं एक प्राथमिकता संख्या के साथ जो उस आदेश को निर्धारित करता है जिसमें वे कोशिश की जानी चाहिए। कम संख्या में उच्च प्राथमिकता है।

5। अपने परिवर्तनों को सहेजें: पहले अपने परिवर्तनों को सहेजना सुनिश्चित करें नियंत्रण कक्ष से बाहर निकलना।

6। प्रसार की प्रतीक्षा करें: यह कुछ मिनटों से कहीं भी ले जा सकता है इन परिवर्तनों के लिए इंटरनेट पर प्रचार करने के लिए 48 घंटे।

इस समय के दौरान, आप अपने ईमेल प्राप्त करने में सक्षम नहीं हो सकते हैं नए डोमेन-आधारित ईमेल पते।

याद रखें, प्रत्येक डोमेन रजिस्ट्रार में थोड़ा अलग हो सकता है इंटरफेस और प्रक्रियाएं, इसलिए उनकी विशिष्ट परामर्श करना हमेशा सबसे अच्छा होता है यदि आप अनिश्चित हैं तो प्रलेखन या समर्थन।

Oceanofpdf.com

## निर्माण

अपने ऐप को लॉन्च करना और लॉन्च करना केवल एक बनाने का एक छोटा सा पहलू है सफल स्टार्टअप। बहुत सारे अन्य तत्व हैं जिनकी आपको आवश्यकता है यदि आपको जीवित रहने और बढ़ने की कोई उम्मीद है तो दैनिक प्रबंधित करें। शुक्र है, नो-कोड आपको उन तरीकों से मदद कर सकता है जो स्टीव जॉब्स और बिल गेट्स केवल सपना देख सकते हैं!

## धन का प्रबंधन

एक स्टार्टअप के वित्तीय भूलभुलैया को नेविगेट करना काफी चुनौती हो सकती है, खासकर जब आपके द्वारा किया गया हर निर्णय या तो बना सकता है या टूट सकता है आपका उद्यम। एक नो-कोड संस्थापक के लिए, पैसे का प्रबंधन भी हो जाता है नो-कोड सब्सक्रिप्शन की परिवर्तनीय लागतों के कारण अधिक महत्वपूर्ण है, API टोकन, डोमेन, विपणन और अन्य परिचालन खर्च। नो-कोड टूल के सापेक्ष सामर्थ्य के बावजूद, लागत ढेर हो सकती है जल्दी से। इस खंड में, हम बूटस्ट्रैपिंग की कला में बदल जाएंगे और पता लगाएं कि नो-कोड संस्थापक अपने वित्त को प्रभावी ढंग से कैसे प्रबंधित कर सकते हैं उनके विचारों का परीक्षण करने और उनके स्टार्टअप को विकसित करने के लिए।

## बूटस्ट्रैपिंग: सेल्फ-फंडिंग तरीका

बूटस्ट्रैपिंग एक फंडिंग दृष्टिकोण है जहां उद्यमी स्थापित करते हैं और व्यक्तिगत बचत या प्रारंभिक व्यवसाय का उपयोग करके अपने स्टार्टअप को स्केल करें आय। यह आत्मनिर्भरता का एक मार्ग है जो दुबला संचालन को प्रोत्साहित करता है गेट-गो से लाभप्रदता पर जोर देने के साथ। यह रणनीति अनुमति देती है संस्थापक अपनी कंपनियों के पूर्ण नियंत्रण और स्वामित्व को बनाए रखने के लिए, मुक्त निवेशक हस्तक्षेप या इक्विटी कमजोर पड़ने से।

आइए लाभ और संभावित चुनौतियों पर करीब से नज़र डालें

## बूटस्ट्रैपिंग।

## बूटस्ट्रैपिंग के लाभ

बूटस्ट्रैपिंग के लाभ सम्मोहक हैं। सबसे पहले और सबसे महत्वपूर्ण लाभ कंपनी पर पूर्ण नियंत्रण है। एक संस्थापक के रूप में, आपके पास है किसी भी दिशा में अपने स्टार्टअप को चलाने की स्वतंत्रता जिसे आप बिना फिट करते हैं बाहरी निवेशकों की मांगों को पूरा करने की आवश्यकता है।

बूटस्ट्रैपिंग भी अधिक इक्विटी शेयर के लिए अनुमति देता है, जिसका अर्थ है यदि आपका स्टार्टअप लाभदायक हो जाता है, तो आप का एक बड़ा हिस्सा काटते हैं फ़ायदे। निर्णय लेने की प्रक्रिया तेज और अधिक हो जाती है कई हितधारकों से आम सहमति की आवश्यकता के बिना कुशल।

यह दृष्टिकोण संस्थापकों को राजस्व उत्पन्न करने पर ध्यान केंद्रित करने के लिए मजबूर करता है जल्दी। बाहरी फंडों के कुशन के बिना, आप एक बनाने के लिए प्रेरित हैं स्थायी और लाभदायक व्यवसाय मॉडल। यह आपको भी मुक्त करता है

निवेशकों की अपेक्षाओं का दबाव, आपको एक निर्माण पर ध्यान केंद्रित करने की अनुमति देता है उत्पाद जो वास्तव में आपके लक्षित ग्राहकों के साथ प्रतिध्वनित होता है।

नो-कोड संस्थापकों के लिए बूटस्ट्रैप पथ

एक नो-कोड संस्थापक के रूप में, आपके पास एक अतिरिक्त लाभ होता है जब

बूटस्ट्रैपिंग। विभिन्न नो-कोड टूल के उद्भव ने इसे बनाया है

भारी बिना पूरी तरह से कार्यात्मक ऐप और प्लेटफार्मों का निर्माण करना संभव है

निवेश। बबल, एडालो और ज़ापियर जैसे उपकरण जरूरत को बदलते हैं

महंगे डेवलपर्स के लिए, जिससे स्टार्टअप लागतों में काफी कमी आती है।

आप इन उपकरणों का उपयोग करके अपने उत्पाद का निर्माण शुरू कर सकते हैं

न्यूनतम अपफ्रंट निवेश। जैसे-जैसे आपका उपयोगकर्ता आधार बढ़ता है, आपका

सदस्यता की लागत बढ़ सकती है, लेकिन आदर्श रूप से, इसलिए आपका राजस्व होगा।

यदि आप अपने उत्पाद को मुफ्त में पेश कर रहे हैं, तो इसे तैयार करना महत्वपूर्ण है

मुद्रीकरण रणनीति जो आपकी बढ़ती लागतों को बनाए रख सकती है। यह

विज्ञापन, भागीदारी, प्रीमियम सुविधाएँ या भविष्य को शामिल कर सकते हैं

धन उगाहने पर जब आपके उत्पाद ने कर्षण प्राप्त किया हो।

वास्तविक जीवन बूटस्ट्रैपिंग: एक व्यक्तिगत खाता

अपने पिछले स्टार्टअप में, मैं एक तकनीक पर एक जगह सुरक्षित करने के लिए भाग्यशाली था

त्वरक जिसने हमें छह महीने से अधिक का उपयोग करने के लिए £ 10,000 का अनुदान दिया

अवधि। हम भाग्यशाली थे कि यह कई संस्थापकों के साथ शुरू हुआ

केवल उनकी अपनी व्यक्तिगत बचत। किसी भी तरह से, बूट-स्ट्रैपिंग का अर्थ है

सीखना कि हर आखिरी पेनी स्ट्रेच को कैसे बना सकता है। साथ

टीम में हम में से सिर्फ दो, हमें पता था कि हमें मितव्ययी होना है। एक पूरे के लिए

वर्ष, इस राशि ने हमारे आवश्यक व्यावसायिक खर्चों को कवर किया। को

हमारी व्यक्तिगत जरूरतों के पूरक, हमने फ्रीलांस काम किया

शाम।

अपने वर्तमान उद्यम, विलो.सोशल के साथ, मैंने एक तंग बजट पर शुरुआत की

£ 200 का। मैंने अपनी निजी आय के माध्यम से चल रही लागतों का ध्यान रखा,

फिर से बूटस्ट्रैपिंग की संभावनाओं को उजागर करना। अनुभव

एक दुबला बजट का प्रबंधन करना, व्यावसायिक अनिवार्यता को प्राथमिकता देना, और

फ्रीलांसिंग के माध्यम से आय को व्यावहारिक के रूप में कार्य करना

वित्तीय अनुशासन और लचीलापन में सबक।

बूटस्ट्रैपिंग के लिए विकल्प: पेशेवरों और विपक्ष

बूटस्ट्रैपिंग स्टार्टअप को फंड करने का एकमात्र तरीका नहीं है। जैसे

वेंचर कैपिटल, एंजेल इन्वेस्टमेंट और क्राउडफंडिंग की पेशकश कर सकते हैं

महत्वपूर्ण पूंजी बढ़ावा। हालाँकि, ये विकल्प उनके साथ आते हैं

डाउनसाइड्स।

बाहरी फंडिंग आपके विकास में तेजी ला सकती है, लेकिन यह अक्सर होता है

नियंत्रण और इक्विटी कमजोर पड़ने का नुकसान। निवेशकों को उच्च विकास दर की उम्मीद है और एक ठोस निकास रणनीति, जो ध्यान को बनाने से ध्यान केंद्रित कर सकती है निवेशकों की अपेक्षाओं को पूरा करने के लिए स्थायी व्यवसाय। ऐसा दबाव आपकी मूल दृष्टि से विचलन हो सकता है या यहां तक कि नेतृत्व भी कर सकता है जल्दबाजी में निर्णय जो स्टार्टअप के सर्वोत्तम हित में नहीं हो सकते हैं लंबा समय।

दूसरी ओर, एक एक्सट

र्नल निवेशक अंदर ला सकता है

बहुत जरूरी विशेषज्ञता, उद्योग कनेक्शन और विश्वसनीयता। उनका भागीदारी संभावित रूप से विकास प्रक्षेपवक्र को तेज कर सकती है और सफलता की संभावना बढ़ाएं। हालाँकि, यह सावधानी से महत्वपूर्ण है इन ट्रेड-ऑफ पर विचार करें और अपने फंडिंग निर्णयों को अपने साथ संरेखित करें स्टार्टअप के दीर्घकालिक उद्देश्य और जोखिम के साथ आपका व्यक्तिगत आराम और नियंत्रण।

नो-कोड संस्थापकों के लिए मनी मैनेजमेंट टिप्स

एक नो-कोड संस्थापक के रूप में, अपने वित्त का प्रबंधन बुद्धिमानी से महत्वपूर्ण है संवृद्धि। यहाँ मेरे व्यक्तिगत पर आधारित कुछ सुझाव दिए गए हैं

अनुभव:

1। दुबला संचालन: न्यूनतम लागत के साथ काम करते हैं। लागत प्रभावी का उपयोग करें अपने उत्पाद के निर्माण के लिए नो-कोड टूल। एक पूर्ण काम पर रखने के बजाय-समय टीम, गैर-कोर के लिए फ्रीलांसिंग या आउटसोर्सिंग पर विचार करें गतिविधियाँ।

2। खर्च को प्राथमिकता दें: केवल आवश्यक पर खर्च करें जो योगदान करते हैं आपकी व्यावसायिक वृद्धि। उदाहरण के लिए, एक पर छींटाकशी करने के बजाय फैंसी कार्यालय, एक सह-काम करने वाले स्थान पर विचार करें या काम करने से घर।

3।

प्रारंभ में, विचार करें कि आप इसे कैसे मुद्रीकृत कर सकते हैं। यह हो सकता है इन-ऐप खरीदारी, प्रीमियम सुविधाओं, विज्ञापन के माध्यम से, साझेदारी, या यहां तक कि एक प्रीमियम मॉडल जहां बुनियादी सेवाएं स्वतंत्र हैं, लेकिन उन्नत सुविधाएँ एक लागत पर आती हैं।

4। अपनी आय का पूरक: यदि संभव हो तो, लेने पर विचार करें विशेषज्ञता के अपने क्षेत्र में फ्रीलांस कार्य या परामर्श। ये हो सकता है व्यक्तिगत खर्चों और यहां तक कि कुछ व्यावसायिक लागतों को कवर करने में मदद करें।

5। ट्रैक और मॉनिटर खर्च: नियमित रूप से अपने खर्चों की समीक्षा करें और किसी भी अनावश्यक खर्च को ट्रिम करें। बजट उपकरण का उपयोग करें या अपने नकदी प्रवाह पर कड़ी नजर रखने के लिए सॉफ्टवेयर।



6। एक वित्तीय बफर है: बूटस्ट्रैपिंग जोखिम भरा हो सकता है। अपने अगर उत्पाद को राजस्व उत्पन्न करने में अधिक समय लगता है, आपको एक बफर की आवश्यकता है अपने स्टार्टअप को बचाए रखें। सुनिश्चित करें कि आपके पास कुछ व्यक्तिगत हैं बचत या एक गिरावट योजना।

7। धन उगाहने वाले: एक बार जब आपके उत्पाद ने कुछ कर्षण प्राप्त कर लिया है, तो आप धन उगाहने पर विचार कर सकते हैं। तथापि, सुनिश्चित करें कि आप जिम्मेदारियों के लिए तैयार हैं और बाहरी धन के साथ आने वाली उम्मीदें।

नो-कोड संस्थापक के रूप में बूटस्ट्रैपिंग एक चुनौतीपूर्ण लेकिन पुरस्कृत है यात्रा। यह आपको प्राथमिकता देने, दुबला संचालित करने और ध्यान केंद्रित करने के लिए मजबूर करता है लाभप्रदता। जबकि यह जोखिमों के अपने हिस्से के साथ आता है, इनाम है अपनी कंपनी का पूर्ण नियंत्रण और भवन की संतुष्टि को बनाए रखना

जमीन से एक व्यवसाय। वित्तीय बाधाओं के बावजूद,

याद रखें कि MailChimp सहित कई सफल स्टार्टअप्स,

GitHub, और Basecamp, ने बूटस्ट्रैपिंग के साथ अपनी यात्रा शुरू की।

सावधानीपूर्वक योजना, अनुशासित खर्च, और रचनात्मकता का एक सा,

आप अपने नो-कोड स्टार्टअप को सफलतापूर्वक बूटस्ट्रैप कर सकते हैं।

समर्थन सॉफ्टवेयर के लिए स्टार्टअप क्रेडिट खोजने के लिए

अपने नो-कोड टूल के साथ-साथ आपको अतिरिक्त में खरीदने की आवश्यकता हो सकती है

सॉफ्टवेयर अपने व्यवसाय को प्रबंधित करने में मदद करने के लिए, जैसे कि सर्वर स्पेस (यदि आप)

वीडियो जैसी चीजों को होस्ट करना चाहते हैं) या दस्तावेज़ स्टोरेज।

सौभाग्य से कई बड़ी कंपनियां मुफ्त क्रेडिट या कम की पेशकश करती हैं

स्टार्टअप के लिए सदस्यता लागत। आपको कुछ के लिए आवेदन करना होगा

ये कार्यक्रम लेकिन एक बार जब आप अंदर होते हैं, तो लाभ अमूल्य हो सकते हैं।

इन उपकरणों में से कुछ का उपयोग अपने आप में एक नो-कोड टूल के रूप में किया जा सकता है, जबकि

अन्य अतिरिक्त सुविधाएँ प्रदान कर सकते हैं जो आपकी मदद कर सकते हैं।

AWS (अमेज़न वेब सर्विसेज), एक गैर-तकनीकी के लिए, एक कठिन है और

उपकरणों का जटिल सूट। हालांकि, यह अभी भी नो-कोड के लिए फायदेमंद हो सकता है

संस्थापक। AWS सेवाओं की एक श्रृंखला प्रदान करता है जो पारंपरिक से परे जाते हैं

कोडिंग और विभिन्न प्रकार के नो-कोड या कम-कोड के साथ उपयोग किया जा सकता है

प्लेटफ़ॉर्म। यहाँ कुछ तरीके हैं जिनसे आप AWS का लाभ उठा सकते हैं, एक नहीं-

कोड संस्थापक:

1। AWS हनीकोड: यह एक पूरी तरह से प्रबंधित सेवा है जो अनुमति देता है

आप जल्दी से मोबाइल और वेब एप्लिकेशन बनाने के लिए नहीं

प्रोग्रामिंग की आवश्यकता है। आप एक का उपयोग करके एप्लिकेशन बना सकते हैं

सरल दृश्य इंटरफ़ेस, और हनीकोड बाकी को संभालेंगे,

बैकएंड, स्टोरेज, कम्प्यूटिंग और सुरक्षा सहित।

2। अमेज़न S3: यह एक भंडारण सेवा है जिसका उपयोग स्टोर करने के लिए किया जा सकता है और किसी भी समय डेटा की किसी भी राशि को पुनः प्राप्त करें। इसका इस्तेमाल किया जा सकता है प्रबंधन करने के लिए विभिन्न प्रकार के नो-कोड प्लेटफॉर्मों के साथ संयोजन और उपयोगकर्ता डेटा, चित्र, वीडियो और अन्य सामग्री को स्टोर करें।

3। अमेज़न कॉग्निटो: यह सेवा उपयोगकर्ता साइन-अप, साइन-इन प्रदान करती है, और आवश्यकता के बिना वेब और मोबाइल ऐप्स तक पहुंच नियंत्रण कोई भी बैकएंड कोड। इसे कई नो-कोड के साथ एकीकृत किया जा सकता है उपयोगकर्ता प्रमाणीकरण और प्राधिकरण को संभालने के लिए प्लेटफॉर्म।

4। AWS एम्पलीफाई: जबकि यह कम-कोड समाधान से अधिक है, एम्पलीफाई करें उपकरण और सेवाओं का एक सेट प्रदान करता है जो मोबाइल को सक्षम करता है और सुरक्षित, स्केलेबल पूर्ण-स्टैक बनाने के लिए फ्रंट-एंड वेब डेवलपर्स आवेदन। यदि आप कम-कोड का उपयोग कर रहे हैं तो यह फायदेमंद हो सकता है प्लेटफॉर्म जो कुछ अनुकूलन और कोडिंग के लिए अनुमति देता है।

5। API गेटवे: यह आपको बनाने, प्रकाशित करने, बनाए रखने, मॉनिटर करने, मॉनिटर करने देता है और किसी भी पैमाने पर एपीआई को सुरक्षित करें। यह उपयोगी है यदि आपका नो-कोड समाधान अन्य सेवाओं के साथ बातचीत करने की आवश्यकता है  
and आप की जरूरत है

इन इंटरैक्शन को प्रबंधित करने के लिए सुरक्षित और स्केलेबल तरीका।

6। विभिन्न डेटाबेस विकल्प: AWS प्रबंधित डेटाबेस प्रदान करता है Amazon DynamoDB (NOSQL) और Amazon RDS जैसी सेवाएं (रिलेशनल डेटाबेस जैसे MySQL, PostgreSQL आदि)। ये कर सकते हैं अपने नो-कोड एप्लिकेशन के लिए बैकएंड के रूप में उपयोग किया जाए।

7। AWS सक्रिय: AWS एक्टिवेट विशेष रूप से एक bespoke कार्यक्रम है स्टार्टअप की जरूरतों को पूरा करने के लिए डिज़ाइन किया गया, एक असंख्य की पेशकश अमेज़न पर अपनी पहल को कूदने के लिए अमूल्य संसाधन वेब सेवाएं। कार्यक्रम क्लाउड की तुलना में बहुत अधिक कार्य करता है सेवाएं; यह क्रेडिट, पूरी तरह से प्रशिक्षण, और का एक इनाम प्रदान करता है स्टार्टअप बनाने, लॉन्च करने और विस्तार करने में मदद करने के लिए मजबूत समर्थन AWS पर उनके विचार।

आईबीएम क्लाउड विभिन्न प्रकार की सेवाएं प्रदान करता है जिनका उपयोग किया जा सकता है गैर-तकनीकी संस्थापकों और बिना कोड के संयोजन में उपयोग किया जाता है प्लेटफॉर्म। यहां बताया गया है कि आईबीएम क्लाउड कैसे फायदेमंद हो सकता है:

1। आईबीएम क्लाउडडेंट: आईबीएम क्लाउडडेंट एक पूरी तरह से प्रबंधित है JSON दस्तावेज़ डेटाबेस जो डेटा उपलब्धता के लिए अनुकूलित है, स्थायित्व, और गतिशीलता। यह वेब और मोबाइल ऐप के लिए एकदम सही है, और इसका API नहीं का उपयोग करके बनाए गए अनुप्रयोगों के साथ संगत है-कोड प्लेटफॉर्म।

2। आईबीएम वाटसन सेवाएं: वाटसन सूट एआई की एक श्रृंखला प्रदान करता है ऐसी सेवाएं जिन्हें एपीआई के माध्यम से एक्सेस किया जा सकता है, जिससे वे उपयोग करने योग्य हो जाते हैं नो-कोड प्लेटफॉर्म। इसमें बिल्डिंग के लिए वाटसन असिस्टेंट शामिल है संवादी इंटरफेस, इनसाइट्स के लिए वाटसन डिस्कवरी डेटा, और अधिक।

3। आईबीएम ऐप कनेक्ट: यह आपको वर्कफ़्लो को स्वचालित करने की अनुमति देता है और अपने वातावरण में डेटा, ऐप्स और एपीआई को एकीकृत करें। यह है एक खुद को जोड़ने के लिए सक्षम करने के लिए, नो-कोड टूल की तरह कोई भी कोड लिखे बिना एप्लिकेशन और सेवाएं।

4। क्लाउड फ़ंक्शन: IBM का सर्वर रहित प्लेटफ़ॉर्म कोड चला सकता है घटनाओं की प्रतिक्रिया, जैसे कि डेटाबेस में डेटा में परिवर्तन या एक मोबाइल ऐप में उपयोगकर्ता क्रियाएं। यह कम-कोड से अधिक है समाधान लेकिन यदि आपका नो-कोड प्लेटफ़ॉर्म अनुमति देता है तो फायदेमंद हो सकता है कुछ कस्टम कोडिंग के लिए।

5। डेटाबेस: आईबीएम क्लाउड आईबीएम जैसे डेटाबेस का चयन प्रदान करता है DB2 (संबंधपरक डेटाबेस), IBM क्लाउड डेटाबेस के लिए PostgreSQL, आदि इनका उपयोग आपके नहीं के लिए एक बैकएंड के रूप में किया जा सकता है-कोड एप्लिकेशन।

6।

हाइब्रिड क्लाउड में अपने एपीआई को सुरक्षित और सामाजिककरण करें वातावरण। यह बिना कोड के अनुप्रयोगों के लिए उपयोगी है जिसकी आवश्यकता है अन्य सेवाओं के साथ बातचीत करने के लिए।

सामान्य तौर पर, नो-कोड संस्थापक के लिए आईबीएम क्लाउड का मान प्रबंधित सेवाओं के अपने विस्तृत सरणी से आता है, जिनमें से कई हो सकते हैं नो-कोड टूल के साथ एकीकृत।

IBM के साथ स्टार्टअप: स्टार्टअप के लिए एक क्रांतिकारी बल के रूप में कार्य करने का प्रयास, आईबीएम के साथ स्टार्टअप आईबीएम क्लाउड क्रेडिट में \$ 120,000 का प्रभावशाली प्रदान करता है। इस कार्यक्रम का उद्देश्य आर्मिंग द्वारा उद्योगों को बाधित करना है टॉप-टियर क्लाउड तकनीक के साथ स्टार्टअप, जिससे उन्हें सेट किया गया उल्लेखनीय वृद्धि की ओर पाठ्यक्रम।

Google क्लाउड: Google विभिन्न प्रकार की सेवाएं प्रदान करता है जिनका उपयोग किया जा सकता है भले ही आप खुद कोड नहीं लिख रहे हों। यहाँ Google क्लाउड कैसे है फायदेमंद हो सकता है:

1। फायरबेस: फायरबेस ऐप के लिए एक विकास मंच है डेवलपर्स जो मदद करने के लिए विभिन्न प्रकार के उपकरण और सेवाएं प्रदान करते हैं आप उच्च गुणवत्ता वाले ऐप विकसित करते हैं, अपने उपयोगकर्ता आधार को विकसित करते हैं, और कमाते हैं अधिक पैसे। फायरबेस में एनालिटिक्स, होस्टिंग के लिए सेवाएं शामिल हैं,

प्रमाणीकरण, वास्तविक समय डेटाबेस, और बहुत कुछ। इनमें से अधिकांश API और SDK के माध्यम से सेवाएं सुलभ हैं, जिससे वे उपयोग करने योग्य हैं कई नो-कोड प्लेटफॉर्मों के साथ।

2। Google क्लाउड स्टोरेज: यह किसी के लिए एक ऑब्जेक्ट स्टोरेज सर्विस है किसी भी समय डेटा की मात्रा। यह आमतौर पर संग्रह के लिए उपयोग किया जाता है, बैकअप और रिकवरी, सामग्री वितरण, और डेटा विश्लेषण। इसका उपयोग नो-कोड प्लेटफॉर्म के साथ संयोजन में किया जा सकता है डेटा स्टोर करें और परोसें।

3। Google क्लाउड की मशीन लर्निंग और एआई सेवाएं: Google क्लाउड विभिन्न प्रकार के मशीन लर्निंग और एआई सेवाएं प्रदान करता है, जैसे छवि विश्लेषण के लिए दृष्टि एआई, प्राकृतिक भाषा API पाठ के लिए व्यक्तिगत के लिए विश्लेषण, और सिफारिशें एआई सिफारिशें। इन्हें एपीआई के माध्यम से एक्सेस किया जा सकता है, मकिंग उन्हें नो-कोड प्लेटफॉर्म के साथ उपयोग करने योग्य है।

4। Google कार्यक्षेत्र: क्लाउड कंप्यूटिंग का यह सूट, उत्पादकता, और सहयोग उपकरण, सॉफ्टवेयर और उत्पाद निर्माण करने के लिए कई नो-कोड प्लेटफॉर्मों के साथ एकीकृत किया जा सकता है उत्पादकता ऐप्स।

5। Google मैप्स प्लेटफॉर्म: यह सेवा एसडीके और एपीआई प्रदान करती है अपने नो-कोड एप्लिकेशन में नक्शे, मार्ग और स्थान जोड़ें।

6। Google क्लाउड के सर्वर रहित कंप्यूटिंग समाधान जैसे क्लाउड फ़ंक्शन और क्लाउड रन: इनका उपयोग कोड को निष्पादित करने के लिए किया जा सकता है सर्वर के प्रबंधन के बिना। यह एक कम-कोड समाधान से अधिक है, लेकिन यह फायदेमंद हो सकता है यदि आपका नो-कोड प्लेटफॉर्म के लिए अनुमति देता है कुछ कस्टम कोडिंग।

7। BigQuery: Google का पूरी तरह से प्रबंधित और स्केलेबल डेटा एनालिटिक्स के लिए गोदाम का उपयोग किया जा सकता है। जबकि इसके लिए SQL की आवश्यकता होती है डेटा को क्वेरी करें, ऐसे नो-कोड प्लेटफॉर्म हैं जो SQL का समर्थन करते हैं।

स्टार्टअप्स के लिए Google क्लाउड: यह प्रोग्राम प्रोपेल करता है टूटने के लिए tartups

मेंटरशिप, ट्रेनिंग और क्लाउड जैसे संसाधनों के साथ नया मैदान क्रेडिट। स्टार्टअप्स के लिए Google क्लाउड का उद्देश्य तेज और कुशल खेती करना है एक शक्तिशाली बुनियादी ढांचे के साथ स्टार्टअप को लैस करके विकास उनकी परियोजनाओं का निर्माण करें।

Microsoft: Microsoft के कई उपकरण और सेवाएं प्रभावी ढंग से हो सकती हैं नो-कोड संदर्भ में उपयोग किया जाता है। ऐसे:

1। Microsoft Azure: Azure Microsoft का क्लाउड प्लेटफॉर्म है, जो पेशकश करता है

200 से अधिक उत्पादों और क्लाउड सेवाओं। जबकि इनमें से कई हैं अधिक डेवलपर-उन्मुख, कई ऐसे हैं जो उपयोगी हो सकते हैं एक नो-कोड संदर्भ में:

2। Azure Logic Apps: यह एक क्लाउड सेवा है जो आपकी मदद करती है अनुसूची, स्वचालित, और ऑर्केस्ट्रेट कार्य, व्यावसायिक प्रक्रियाएं, और वर्कफ़्लोज़ जब आपको ऐप्स, डेटा, सिस्टम को एकीकृत करने की आवश्यकता होती है, और उद्यमों या संगठनों में सेवाएं।

3। पावर स्वचालित: पूर्व में Microsoft प्रवाह के रूप में जाना जाता है, यह सेवा आपको बनाकर दोहरावदार कार्यों को स्वचालित करने की अनुमति देती है अपने पसंदीदा ऐप्स और सेवाओं के बीच वर्कफ़्लोज़।

4। Microsoft 365: उत्पादकता उपकरणों के इस सूट में परिचित शामिल है वर्ड, एक्सेल और पावरपॉइंट जैसे सॉफ्टवेयर, साथ ही साथ टीमें और SharePoint जैसे सहयोग उपकरण। कई नो-कोड प्लेटफ़ॉर्म इन उपकरणों के साथ एकीकृत कर सकते हैं ताकि बढ़ाया जा सके कार्यक्षमता।

5। पावर ऐप्स: यह ऐप्स, सर्विसेज, कनेक्टर्स और का एक सूट है डेटा प्लेटफ़ॉर्म जो एक तेजी से अनुप्रयोग विकास प्रदान करता है अपनी व्यावसायिक आवश्यकताओं के लिए कस्टम ऐप बनाने के लिए पर्यावरण। पावर ऐप्स का उपयोग करते हुए, आप जल्दी से कस्टम बिजनेस ऐप्स का निर्माण कर सकते हैं कि आपके व्यावसायिक डेटा से कनेक्ट करें या तो संग्रहीत करें अंतर्निहित डेटा प्लेटफ़ॉर्म (Microsoft Dataverse) या विभिन्न में ऑनलाइन और ऑन-प्रीमाइसेस डेटा स्रोत (SharePoint, Microsoft 365, डायनेमिक्स 365, SQL सर्वर, और इसी तरह)।

6। पावर बीआई: यह एक व्यवसाय एनालिटिक्स टूल है जो आपको कल्पना करने देता है आपका डेटा और आपके संगठन में अंतर्दृष्टि साझा करें। यह हो सकता है सैकड़ों डेटा स्रोतों से कनेक्ट करने के लिए उपयोग किया जाता है, डेटा को सरल बनाता है प्रीप, और ड्राइव तदर्थ विश्लेषण।

7। GitHub: Microsoft के GitHub प्लेटफ़ॉर्म का उपयोग संस्करण के लिए किया जा सकता है नियंत्रण, यहां तक कि नो-कोड संदर्भ में। उदाहरण के लिए, आप उपयोग कर सकते हैं GitHub को प्रबंधित करने और संस्करण को नियंत्रित करने के लिए आपकी नो-कोड वेबसाइट को नियंत्रित करें स्रोत फ़ाइलें।

8। Azure DevOps: यह योजना के लिए विकास उपकरणों का एक सेट है, सॉफ्टवेयर का विकास, परीक्षण और वितरित करना। जबकि ज्यादातर कोड-आधारित विकास पर लक्षित, परियोजना जैसी कुछ विशेषताएं नियोजन और ट्रैकिंग नो-कोड परियोजनाओं के लिए फायदेमंद हो सकती है कुंआ।

स्टार्टअप्स के लिए Microsoft: 500 मिलियन की एक महत्वपूर्ण प्रतिबद्धता के साथ

आगामी दो वर्षों में डॉलर, स्टार्टअप्स के लिए Microsoft का उद्देश्य है स्टार्टअप समुदाय में नवाचार और विस्तार का पोषण। कार्यक्रम अत्याधुनिक प्रौद्योगिकी, सहकारी तक पहुंच का विस्तार करता है सामुदायिक स्थान, और बिक्री के अवसर स्टार्टअप को पनपने में मदद करने के लिए। ट्विलियो सेगमेंट: ग्राहक डेटा के महत्व को पहचानना उत्पाद-बाजार फिट के लिए उनकी खोज में स्टार्टअप्स, ट्विलियो सेगमेंट इसकी पेशकश करता है शुरुआती चरण के स्टार्टअप के लिए दो साल तक की सेवाएं। कार्यक्रम जबकि महत्वपूर्ण ग्राहक डेटा एकत्र करने और विश्लेषण करने में उन्हें सहायता करता है अतिरिक्त लाभ प्रदान करना। स्टार्टअप्स के लिए हबस्पॉट: हबस्पॉट एक व्यापक सरणी के बारे में बताता है उपकरण स्टार्टअप विकास को आगे बढ़ाने के लिए इंजीनियर। उनके सीआरएम, बिक्री, विपणन, और ग्राहक सेवा सॉफ्टवेयर, के साथ पूरक शैक्षिक संसाधन और समर्पित समर्थन, स्टार्टअप में सहायता करें ग्राहकों के साथ मजबूत संबंधों की खेती करना और प्रभावी ढंग से स्केल करना। प्रारंभिक चरण के लिए इंटरकॉम: इंटरकॉम सहज ज्ञान युक्त की एक सरणी प्रदान करता है अपने ग्राहकों के साथ संलग्न होने में स्टार्टअप की सहायता के लिए डिज़ाइन किए गए उत्पाद अधिक व्यक्तिगत स्तर पर। योग्य स्टार्टअप सभी के लिए पहुंच प्राप्त करते हैं इंटरकॉम के समर्थक उत्पादों के लिए प्रति माह \$ 49 की एक निश्चित दर पर एक वर्ष। स्टार्टअप त्वरक न केवल एक प्राप्त करने का एक और तरीका है मुक्त क्रेडिट की बहुतायत लेकिन यह भी सीखने का एक तरीका है कि कैसे एक निर्माण करना है सफल स्टार्टअप। त्वरक विशेष रूप से डिज़ाइन किए गए कार्यक्रम हैं जो स्टार्टअप्स मेंटरशिप, संसाधन, और कभी-कभी पूंजी की पेशकश करें, आमतौर पर एक छोटी इक्विटी हिस्सेदारी के बदले में। वे आमतौर पर समाप्त होते हैं एक डेमो डे के साथ, जहां स्टार्टअप्स अपनी प्रगति और भविष्य प्रस्तुत करते हैं संभावित निवेशकों से भरे दर्शकों की योजना। त्वरक कर सकते हैं तेजी से विकास में तेजी लाने और एक व्यवसाय को परिष्कृत करने के लिए एक शक्तिशाली विधि बनें विचार। वे अक्सर एक संरचित वातावरण प्रदान करते हैं जो संस्थापकों को एड्स करते हैं कॉमन स्टार्टअप के साथ साइडस्टेपिंग में भी एक पेशकश करते हुए भी आकाओं और पूर्व छात्रों का नेटवर्क जो अमूल्य सलाह प्रदान कर सकते हैं और कनेक्शन। मैं अपने अनुभव के बारे में कुछ और बात करूंगा अध्याय बारह में त्वरक।

Oceanofpdf.com

11

बढ़ना या धुरी

यह अध्याय आपकी व्यावसायिक यात्रा के लिए महत्वपूर्ण मूल्य रखता है। अब तक, आपने एक उत्पाद विकसित किया होगा जो ग्राहक सराहना करते हैं, उपयोग करते हैं

नियमित रूप से, और यहां तक कि भुगतान करने के लिए तैयार हैं। लेकिन चुनौती में निहित है उन महत्वपूर्ण मैट्रिक्स की पहचान करना और ट्रैक करना जो आपके मान्य हैं दोनों को उत्पाद की सफलता

आप और बाहरी पार्टियां, जैसे कि क्षमता

ग्राहक और निवेशक। कौन से मैट्रिक्स वास्तव में मायने रखते हैं? क्या यह संख्या है

उत्पाद डाउनलोड, हमारे ऐप पर दृश्य, या शायद हमारे अनुयायी

सोशल मीडिया पर भरोसा करें? और अगर ये मैट्रिक्स ब्याज की कमी का संकेत देते हैं,

क्या यह संकेत देता है कि अंत या एक धुरी की आवश्यकता है?

हर व्यवसाय अद्वितीय है, और इसलिए इन के उत्तर हैं

सवाल। आइए सबसे अधिक प्रासंगिक का चयन करने की प्रक्रिया में देरी करें

मैट्रिक्स, उन्हें इकट्ठा करना, और फिर बनाने के लिए इस डेटा का लाभ उठाना

आपके उत्पाद के प्रक्षेपवक्र के बारे में सूचित निर्णय।

अपने निर्णयों को सूचित करने के लिए डेटा एकत्र करना

ग्राहक साक्षात्कार

अपने उपयोगकर्ता अनुभव को समझने के लिए सबसे प्रभावी तरीकों में से एक है

ग्राहक साक्षात्कार आयोजित करके। प्रत्यक्ष, एक-पर-एक बातचीत

उपयोगकर्ताओं के साथ आपको गहरी, गुणात्मक अंतर्दृष्टि प्रदान कर सकते हैं जो आप

अकेले डेटा विश्लेषण से प्राप्त नहीं कर सकते। इन साक्षात्कारों के दौरान, आप

ओपन-एंडेड प्रश्न पूछ सकते हैं जो उपयोगकर्ताओं को व्यक्त करने की अनुमति देते हैं

अपने उत्पाद के बारे में विचार, भावनाएं और विचार स्वतंत्र रूप से।

कुशल ग्राहक साक्षात्कार आयोजित करने के लिए, लक्षित की एक सूची तैयार करें

पहले से सवाल। उदाहरण के लिए, आप इसके बारे में पूछना चाह सकते हैं

उपयोगकर्ता का समग्र अनुभव, किसी भी कठिनाइयों का सामना करना पड़ा, सुविधाएँ

उन्हें उपयोगी पाया गया, और कोई भी सुधार जो वे देखना चाहते हैं।

याद रखें, लक्ष्य बेचना नहीं है, बल्कि सुनना और सीखना है।

रिकॉर्डिंग यूजर इंटरैक्शन

आपकी प्रतिक्रिया में एक आवश्यक उपकरण शस्त्रागार एक स्क्रीन रिकॉर्डिंग उपकरण है।

अपने उत्पाद के साथ उपयोगकर्ता इंटरैक्शन रिकॉर्ड करके, आप देख सकते हैं

पहले से वे आपके इंटरफ़ेस को नेविगेट करते हैं, वे कितने समय के साथ जुड़ते हैं

कुछ विशेषताएं, और जहां वे कठिनाइयों का सामना करते हैं।

यह एक ऐसी तकनीक थी जिसका उपयोग मैंने अपने स्टार्टअप के शुरुआती चरणों में किया था,

Willo.social। मैंने प्रत्येक उपयोगकर्ता सत्र को रिकॉर्ड किया और उनका उल्लेख किया

मंच के साथ बातचीत। मैंने अपनी स्मृति पर भरोसा नहीं किया लेकिन

इसके बजाय इन रिकॉर्डिंगों को फिर से प्रस्तुत किया कि वे सभी बिंदुओं को दस्तावेज करने के लिए

उठाया। इस दृष्टिकोण ने उपयोगकर्ता का स्पष्ट, निष्पक्ष दृश्य प्रदान किया

अनुभव, जो के विकास को आकार देने में महत्वपूर्ण था

Willo.social।



सर्वेक्षण और विश्लेषणात्मक उपकरण

सर्वेक्षण आपको व्यापक, मात्रात्मक परिप्रेक्ष्य प्रदान कर सकते हैं

उपयोगकर्ता प्रतिसाद। उनके बारे में प्रश्न पूछने के लिए सर्वेक्षण उपकरण का उपयोग करें

अनुभव और उनके संतुष्टि के स्तर को गेज करने के लिए। आप भी उपयोग कर सकते हैं

जनसांख्यिकीय जानकारी एकत्र करने के लिए ये उपकरण जो प्रदान कर सकते हैं

उनकी प्रतिक्रिया के लिए अतिरिक्त संदर्भ।

विश्लेषणात्मक उपकरणों के साथ पूरक सर्वेक्षण। ये आपकी मदद कर सकते हैं

अपने प्लेटफॉर्म पर उपयोगकर्ता व्यवहार को समझें। सत्र जैसे मेट्रिक्स

अवधि, उछाल दर और रूपांतरण दर में अंतर्दृष्टि प्रदान कर सकते हैं

उपयोगकर्ता सगाई और संतुष्टि।

भुगतान और रद्दीकरण के मूल्य को समझना

आपके उत्पाद के मूल्य के दो सबसे महत्वपूर्ण संकेतक हैं

क्या उपयोगकर्ता इसके लिए भुगतान करने को तैयार हैं और क्या वे तय करते हैं

उनकी सदस्यता रद्द करें। आपके उत्पाद के लिए भुगतान करने के लिए तैयार एक उपयोगकर्ता एक है

मजबूत संकेत है कि आपका उत्पाद मूल्य प्रदान कर रहा है। दूसरे पर

हाथ, यदि उपयोगकर्ता अपनी सदस्यता रद्द कर रहे हैं, तो यह महत्वपूर्ण है

समझें क्यों।

Willo.social के साथ, मैंने उन उपयोगकर्ताओं तक पहुंचने का एक बिंदु बनाया जो

उनकी सदस्यता रद्द करने का फैसला किया। उनकी प्रतिक्रिया अक्सर प्रदान की जाती है

सबसे मूल्यवान अंतर्दृष्टि। उन्होंने मुझे यह समझने में मदद की कि किन क्षेत्रों में

सुधार की आवश्यकता है और अक्सर सुविधाओं या पहलुओं में अंतर्दृष्टि दी जाती है

मैंने विचार नहीं किया था।

आपके द्वारा एकत्र किए गए डेटा की समझ बनाना

प्रलेखन प्रतिक्रिया

प्रतिक्रिया का हर टुकड़ा, चाहे वह सकारात्मक, नकारात्मक हो, या नया सुझाव दे

सुविधाएँ, मूल्यवान है। यह आपके द्वारा सभी प्रतिक्रिया का दस्तावेजीकरण करने के लिए महत्वपूर्ण है

व्यवस्थित रूप से प्राप्त करें। एक प्रतिक्रिया प्रबंधन उपकरण या यहां तक कि एक का उपयोग करें

प्रतिक्रिया को व्यवस्थित करने और वर्गीकृत करने में मदद करने के लिए सरल स्प्रेडशीट। यह

आपको पैटर्न और आवर्ती विषयों की पहचान करने की अनुमति देगा, एक प्रदान करेगा

उपयोगकर्ता के अनुभवों और जरूरतों की अधिक समग्र समझ।

उपयोगकर्ता प्रतिक्रिया को समझना और गले लगाना एक अभिन्न अंग है

एक सफल स्टार्टअप चलाना। जैसे-जैसे आपका नो-कोड व्यवसाय हासिल करना शुरू होता है

कर्षण, अपने से अंतर्दृष्टि एकत्र करने के लिए समय और संसाधन समर्पित करें

उपयोगकर्ता, इस डेटा का विश्लेषण करना, और इसके आधार पर परिवर्तनों को लागू करना

प्रतिक्रिया।

उपयोगकर्ता प्रतिक्रिया आपको अपने उत्पाद की प्रभावशीलता का अनुमान लगाने में मदद करती है,

कमियों की पहचान करें, और सुधार के अवसरों को उजागर करें। यह

आपको अपने ग्राहक की सीधी आवाज प्रदान करता है - का एक उपकरण अपने उत्पाद और उपयोगकर्ता अनुभव को बढ़ाने के लिए अपरिवर्तनीय मूल्य। याद रखें कि प्रतिक्रिया का हर टुकड़ा, चाहे वह शिकायत हो, एक प्रशंसा, या एक नई सुविधा के लिए एक सुझाव, एक प्रदान करता है सीखने और सुधारने का अवसर। जैसा कि मैंने willo.social के साथ अनुभव किया, कुछ सबसे मूल्यवान अंतर्दृष्टि अप्रत्याशित स्थानों से आ सकती हैं। हमेशा याद रखें कि ग्राहक प्रतिक्रिया पुष्टि के बारे में नहीं है। यह समझने, सीखने और विकास के बारे में है। अधिक प्रतिक्रिया आप इकट्ठा करते हैं और उस पर कार्य करते हैं, आपका नो-कोड स्टार्टअप जितना अधिक होगा सफलता के लिए प्राइमंड। दोनों अच्छे के साथ दूर जाना आसान है और बी

विज्ञापन डेटा। जब कुछ मुट्ठी भर उपयोगकर्ता थे तो मैं बहुत उत्साहित था मैंने जो बनाया था, उसके अत्यधिक पूरक, मुझे ऐसा लगा जैसे मेरे पास था एवरेस्ट पर विजय प्राप्त की और मुझे मेरी मान्यता के साथ जाने की कोई आवश्यकता नहीं थी। स्पेक्ट्रम के विपरीत छोर पर, मेरे पास ऐसे समय थे जब लोग मैंने जो बनाया है, वह नहीं है और मैंने वास्तव में इसे दिल में ले लिया है। मैं या तो परिदृश्य, आपको लगभग प्रयास करना होगा और निष्पक्ष और उद्देश्य बने रहना होगा। अप्रत्याशित अंतर्दृष्टि

Willo.social के लिए उपयोगकर्ता प्रतिक्रिया एकत्र करने में, एक आवर्ती विषय था उपयोगकर्ताओं को वस्तुतः दूसरों के साथ जोड़ने की इच्छा। मैंने एक के साथ ऐप का निर्माण किया स्थानीय, भौतिक मीटअप को बढ़ावा देने पर ध्यान दें। हालांकि, मैंने जल्दी से सीखा कई उपयोगकर्ता भी दिनों के लिए वर्चुअल मीटअप का विकल्प चाहते थे वे घर नहीं छोड़ सकते थे।

इसके अतिरिक्त, उपयोगकर्ताओं ने स्थानीय स्थानों से जुड़ने की इच्छा व्यक्त की अन्य लोगों के साथ जितना। यह प्रतिक्रिया अप्रत्याशित थी और कुछ ऐसा जो मैंने शुरू में नहीं माना था। लेकिन इसने जोर दिया उपयोगकर्ता प्रतिक्रिया एकत्र करने का महत्व: उपयोगकर्ता अंतर्दृष्टि प्रदान कर सकते हैं और विचार कि आप, संस्थापक के रूप में, के बारे में नहीं सोच सकते हैं। अपने विचार को पिवट करना

जब आप अपने डेटा का विश्लेषण कर रहे हों, तो बिंदु हो सकता है (या कई अंक) जहां सब कुछ आपको बता रहा है कि कुछ काम नहीं कर रहा है। हो सकता है कि आपके द्वारा बनाई गई सुविधाएँ वास्तव में आपकी मदद नहीं कर रही हैं ग्राहक, या शायद वे केवल आपके उत्पाद के एक छोटे से बिट का उपयोग कर रहे हैं और वह हिस्सा नहीं जो आपने सोचा था कि वे कर सकते हैं। यह वास्तव में है जहां बना रहा है आपके डेटा की भावना वास्तव में महत्वपूर्ण है क्योंकि यह आपको बचा सकता है व्यर्थ समय, ऊर्जा और धन के घंटे।

यदि आपका डेटा आपको बता रहा है कि कोई समस्या है, तो यह हो सकता है कि आप

अपने उत्पाद या अपने विचार को पूरी तरह से पिवट करने की आवश्यकता है। स्टार्टअप में यूनिवर्स, 'पिवटिंग' एक रणनीतिक बदलाव को संदर्भित करता है जो एक स्टार्टअप को एक में ले जाता है बाजार की प्रतिक्रिया या वास्तविक समय की अंतर्दृष्टि के जवाब में नई दिशा।

पिवटिंग, जिसे अक्सर हताशा या विफलता के कार्य के रूप में माना जाता है, वास्तव में है पूर्ति के लिए एक नए दृष्टिकोण का परीक्षण करने के लिए डिज़ाइन किया गया एक पाठ्यक्रम सुधार एक स्टार्टअप की दृष्टि की। यह एक विचार की एक पावती है जो नहीं हो सकता है काम कर रहे हैं और एक संभावित रूप से अधिक लाभदायक और की ओर एक बदलाव और कुशल दिशा। एक नो-कोड संस्थापक के रूप में, आपको इसका फायदा है इस बदलाव को न्यूनतम समय और वित्तीय हानि के साथ मूल रूप से बनाना। अपने ग्राहक डेटा को समझना यह पता लगाने के लिए महत्वपूर्ण है कि क्या ए धुरी की जरूरत है। यह आपके ऐप का एक पहलू हो सकता है जो नहीं है उपयोगकर्ताओं के साथ प्रतिध्वनित, या यह पूरी अवधारणा हो सकती है। उपयोगकर्ता प्रतिक्रिया, उत्पाद उपयोग मेट्रिक्स, और इंटरैक्शन पैटर्न प्रदान कर सकते हैं मूल्यवान अंतर्दृष्टि जो काम करती है और क्या नहीं। यदि कई उपयोगकर्ता एक अलग सुविधा या कार्यक्षमता के लिए एक समान इच्छा व्यक्त करते हैं, कि पिवट के लिए आपका क्यू हो सकता है।

विशेष रूप से, आज के कुछ सबसे सफल स्टार्टअप्स का बकाया है अच्छी तरह से समय पर पिवोट्स के लिए जीत। नीचे, मैंने कुछ प्रेरणादायक सूचीबद्ध हैं उदाहरण।

पेपैल: भुगतान के दायरे में निहित है

पेपैल की यात्रा कई रणनीतिक पारियों के लिए एक वसीयतनामा है। इसका 1999 में बनाए गए पूर्ववर्ती, कन्फिनिटी को 'बीम' की सुविधा के लिए डिज़ाइन किया गया था व्यक्तिगत डिजिटल सहायकों (पीडीए) के माध्यम से भुगतान। के साथ विलय X.com ने एक प्रमुख ऑनलाइन बनने की दिशा में अपना ध्यान केंद्रित किया भुगतान सेवा, eBay की वृद्धि के विकास से ईंधन। इस प्रकार, पेपैल, अपने लचीले दृष्टिकोण के साथ, एक घरेलू नाम के रूप में विकसित हुआ ऑनलाइन भुगतान प्रसंस्करण।

फ़्लिकर: एक गेम से फोटो-शेयरिंग घटना तक

एक ऑनलाइन रोल-प्लेइंग गेम के रूप में क्या शुरू हुआ, 'गेम नेवरेडिंग', जल्दी से इसकी फोटो-साझाकरण सुविधा की बढ़ती लोकप्रियता की पहचान की उपयोगकर्ताओं के बीच। कंपनी ने इस उपयोगकर्ता व्यवहार का लाभ उठाया, pivoted, और फ़्लिकर को जन्म दिया। 2005 में फ़्लिकर का याहू का अधिग्रहण चिह्नित डिजिटल उद्योग में सबसे सफल पिवोट्स में से एक।

Pinterest: सामूहिक रचनात्मकता की ओर एक धुरी

मूल रूप से 'टोट' के रूप में जाना जाता है, Pinterest एक ऐसा मंच था जिसने उपयोगकर्ताओं को अनुमति दी अपने पसंदीदा खुदरा विक्रेताओं से खरीदारी करने और बिक्री पर अपडेट प्राप्त करने के लिए। जैसा उपयोगकर्ताओं ने पसंदीदा वस्तुओं के 'संग्रह' बनाने के लिए एक आत्मीयता का प्रदर्शन किया

और उन्हें साझा करते हुए, कंपनी ने एक अवसर की पहचान की। एक धुरी इस and एकत्रित और साझा करने के मॉडल के परिणामस्वरूप Pinterest, ए प्लेटफॉर्म जो आज 70 मिलियन से अधिक उपयोगकर्ताओं का दावा करता है।

X: माइक्रोब्लॉगिंग सफलता एक पॉडकास्ट नेटवर्क से पैदा हुई

ODEO, एक पॉडकास्ट सदस्यता नेटवर्क, से x से परिवर्तन,

एक स्टेटस-अपडेटिंग माइक्रोब्लॉगिंग प्लेटफॉर्म, सबसे अधिक में से एक है सोशल मीडिया इतिहास में पिवोट्स मनाया। iTunes के साथ एक के रूप में उभर रहा है पॉडकास्टिंग आला में प्रमुख खिलाड़ी, ओडो ने इसकी आशंका जताई अप्रचलन। एक माइक्रो-ब्लॉगिंग प्लेटफॉर्म के विचार की ओर एक बदलाव जैक डोरसी और बिज़ स्टोन ने एक्स को सामाजिक में एक वैश्विक नेता के रूप में तैनात किया मीडिया।

नेटफ्लिक्स: विकास का एक मास्टर

नेटफ्लिक्स का विकास रणनीतिक पिवोट्स द्वारा संचालित एक आदर्श चित्रण है तकनीकी प्रगति और उपयोगकर्ता व्यवहार। मेल-ऑर्डर के रूप में शुरू डीवीडी सेवा, नेटफ्लिक्स ने डिजिटल खपत की ओर बदलाव का अनुमान लगाया और डाउनलोड किया

सक्षम और स्ट्रीमिंग सामग्री। भविष्यवाणी करना

भविष्य जहां स्टूडियो उपभोक्ताओं को सीधे सामग्री को स्ट्रीम कर सकते हैं, नेटफ्लिक्स ने फिर से पिवट किया और अपनी मूल सामग्री बनाना शुरू कर दिया। इसका विकसित करने के लिए दूरदर्शिता और तत्परता ने इसे प्रासंगिक रहने की अनुमति दी और एक तेजी से पुस्तक उद्योग में प्रतिस्पर्धी।

पिवटिंग, हालांकि कठिन लगता है, संरेखित करने के लिए एक सामरिक पैतरेबाज़ी है बाजार के रुझान और उपभोक्ता अपेक्षाओं को विकसित करने के साथ। यह कम है एक प्रारंभिक विचार को छोड़ने के बारे में और इसे बनाने के लिए इसे परिष्कृत करने के बारे में अधिक अपने उपयोगकर्ताओं के लिए मूल्य और एक स्थायी व्यवसाय का निर्माण करें। याद है, एक सफल धुरी की कुंजी आपके ग्राहक प्रतिक्रिया को समझने में झूठ है और अपने उत्पाद या सेवा को रणनीतिक रूप से फिर से परिभाषित करने के लिए इसका उपयोग करना। एक नहीं के रूप में-

कोड संस्थापक, पिवट के लिए यह चपलता एक वरदान के रूप में आती है, आपकी मदद करती है अपने उत्पाद को मूल रूप से, जल्दी और लागत-प्रभावी ढंग से फिर से खोलें।

नो-कोड प्लेटफार्मों के आगमन के साथ, पिवट की क्षमता है

पहले से कहीं अधिक सुलभ हो जाएं। की पारंपरिक प्रक्रिया

पुनर्लेखन कोड, नए संस्करणों को तैनात करना, और संबंधित व्यय

बहुत अधिक लचीली प्रक्रियाओं के साथ बदल दिया गया है। आज, आप

बिना किसी पर्याप्त डूब के तेजी से प्रयोग, परीक्षण और पुनरावृत्ति कर सकते हैं

लागत। नो-कोड प्लेटफॉर्म आपको अपने एप्लिकेशन के रूप में बनाने की अनुमति देते हैं

मॉड्यूलर, अनुकूलन योग्य ब्लॉक की श्रृंखला जिसे पुनर्व्यवस्थित किया जा सकता है और

आवश्यकतानुसार पुनः कॉन्फ़िगर किया गया।

लेकिन, यह याद रखना आवश्यक है कि पिवटिंग एक मार्ग प्रदान करता है एक नए अवसर की ओर, इसके लिए एक स्पष्ट समझ की भी आवश्यकता है पिछले रास्ते ने काम क्यों नहीं किया। यह कोई निर्णय नहीं लिया जाना है हल्के या अक्सर, लेकिन विस्तृत पर आधारित एक गणना की गई चाल विश्लेषण और अंतर्दृष्टि। आखिरी चीज जो आप चाहते हैं वह है एक में समाप्त होना अंतहीन धुरी चक्र, जहां आप लगातार नए विचारों का पीछा करते हैं उन मुद्दों को पूरी तरह से समझना या संबोधित करना, जिनके कारण एक की आवश्यकता थी पहले स्थान पर धुरी।

मैं हाल ही में एक संस्थापक से मिला, जिसने एक vetted छात्र डेटिंग ऐप बनाया था नो-कोड में। उसने सब कुछ सही किया; उन्होंने संभावित ग्राहकों से बात की, समस्या की पहचान की, आदि जैसे उन्होंने लॉन्च किया, एक प्रमुख ब्रांड अंतरिक्ष में एक समान उत्पाद जारी किया। क्योंकि वे पहले से ही थे बाजार का प्रभुत्व, उन्होंने अपने उपयोगकर्ताओं के पास वापस जाने और पुनर्मूल्यांकन करने का फैसला किया जिन समस्याओं का वे सामना कर रहे थे। उनका डेटिंग ऐप एक अध्ययन समूह बन गया ऐप जहां छात्र स्थानीय रूप से और वस्तुतः अध्ययन के लिए मिल सकते हैं और सामूहिक चर्चा। एक साधारण धुरी ने जीत का विचार समाप्त कर दिया यह कई छात्रों के साथ प्रतिध्वनित हुआ।

चाहे वह पेपैल हो, जो 'बीमिंग' भुगतान से संक्रमण करता है एक प्रमुख ऑनलाइन भुगतान सेवा, या x जो उभरा एक पॉडकास्ट नेटवर्क से, सफल पिवोट्स प्रदर्शित करते हैं लचीला रहने का महत्व, ग्राहक प्रतिक्रिया सुनने के लिए, और अपने आप को सुदृढ़ करने के लिए तैयार होना। आपका प्रारंभिक विचार एक पेशकश कर सकता है शुरुआती बिंदु, लेकिन यह सीखने, अनुकूलन और पिवट करने की आपकी क्षमता है अंततः स्टार्टअप दुनिया में अपनी सफलता का निर्धारण करें। रीड के रूप में लिंकडइन के सह-संस्थापक हॉफमैन ने एक बार कहा था ,, एक उद्यमी है कोई है जो एक चट्टान से कूद जाएगा और एक हवाई जहाज को इकट्ठा करेगा जिस तरह से नीचे'। नो-कोड प्लेटफार्मों और पिवट करने की क्षमता के साथ, आप हैं अनिवार्य रूप से अपने हवाई जहाज के मध्य के निर्माण और संशोधित करने के लिए उपकरण दिए गए- ग्राहक प्रतिक्रिया और बाजार के रुझानों की हवाओं के आधार पर उड़ान।

पिवट को चुनना

प्रोटोटाइप 2.0

तो, क्या होता है जब आप पिवट करने का फैसला करते हैं, या तो पूरी तरह से या आंशिक रूप से? खैर, अब हम संस्करण बनाने के लिए अपनी और भी अधिक अंतर्दृष्टि का उपयोग करते हैं 2.0। पहली बार जब आपने अपना प्रोटोटाइप बनाया, तो आप सीखने की संभावना थी अपने नो-कोड टूल का उपयोग कैसे करें और लाने के लिए सबसे अच्छा तरीका निकालें जीवन के लिए आपका विचार। लेकिन अब, जटिलताओं के माध्यम से नेविगेट किया है

अपने पहले निर्माण में, आप अनुभव के धन से लैस हैं अपनी दूसरी बिल्ड प्रक्रिया को सुव्यवस्थित कर सकते हैं। आप नहीं से परिचित हैं- कोड टूल जो आप उपयोग कर रहे हैं, आप इसकी ताकत को समझते हैं, और आप अपनी सीमाओं के आसपास काम करना जानिए। यह विशेषज्ञता आपको अनुमति देती है अधिक कुशलता से और आत्मविश्वास से बनाएं, जिसके परिणामस्वरूप अधिक पॉलिश हो और परिष्कृत उत्पाद।

स्टार्टअप उद्यमिता के अप्रत्याशित दायरे में, मंच अपने दूसरे प्रोटोटाइप के निर्माण के रूप में - प्रोटोटाइप के रूप में संदर्भित किया गया 2.0 'इस चर्चा में - एक निर्णायक मोड़ के रूप में उभरता है। इस पर परिवर्तनकारी मील का पत्थर, आपका उद्यमशीलता उद्यम पर चढ़ता है एक विकासवादी पथ, पिछले अनुभवों से अंतर्दृष्टि को आंतरिक करना और विकास और सुधार के लिए उत्प्रेरक के रूप में उनका उपयोग करना। यह प्रयास एक आकार-फिट-सभी नहीं है; बल्कि, यह स्टार्टअप इकोसिस्टम के रूप में विविध है खुद। यह आपके उत्पाद के एक व्यापक ओवरहाल की मांग कर सकता है, ए बारीक अनुकूलन की श्रृंखला, या सिर्फ एक मामूली पाठ्यक्रम सुधार। दायरे के बावजूद, यह पूरी तरह से एक तकनीकी अभ्यास नहीं है। यह एक है रणनीतिक उद्यम दृढ़ता से उपयोगकर्ता प्रतिक्रिया, समझ में आधारित है बाजार की गतिशीलता, और आपके अद्वितीय मूल्य प्रस्ताव व्यापार।

एक सवाल जो अक्सर एस के दिमाग में लिंग करता है टार्टअप संस्थापकों पर यह चरण है कि क्या उत्पाद को खरोंच से पुनर्निर्माण करना है या मौजूदा प्रोटोटाइप को पुनः उपयोग करें। उत्तर मुख्य रूप से टिका है प्रकृति और उन परिवर्तनों की सीमा जो आपके उत्पाद की आवश्यकता है। यदि आपके व्यवसाय मॉडल में एक कट्टरपंथी परिवर्तन हुआ है या यदि आपका प्रारंभिक प्रोटोटाइप मुख्य रूप से एक खोजपूर्ण प्रयास था, एक ताजा शुरुआत पर शुरू करना एक अधिक व्यवहार्य रणनीति हो सकती है। इसके विपरीत, यदि आपकी धुरी कुछ विशेषताओं को संशोधित या जोड़ती है, फिर अपने मौजूदा प्रोटोटाइप को समायोजित करने से अधिक संसाधन मिल सकता है- कुशल समाधान।

Willo.social के साथ मेरे अनुभव की तुलनात्मक परीक्षा और एक डेटिंग ऐप के संस्थापक की यात्रा इस बिंदु को रोशन करती है। कब नई सुविधाओं को शामिल करने की आवश्यकता पैदा हुई। बबल प्लेटफॉर्म का उपयोग करके एक नया संस्करण बनाने का फैसला किया। प्रारंभिक मंच शुरुआती चरणों के दौरान उपयोगी था, लेकिन अतिरिक्त सुविधाओं और स्केलेबिलिटी कारकों के लिए आवश्यकता की आवश्यकता ए नयी शुरुआत। इसके विपरीत, डेटिंग ऐप के संस्थापक ने एक बदलाव का अनुभव किया

उसकी व्यावसायिक दिशा। हालांकि, मौलिक वास्तुकला लोगों को ब्याज और स्थान से जोड़ना अभी भी प्रासंगिकता है। नतीजतन, उन्होंने अपने मूल बुलबुले के निर्माण के 80% पर पूंजीकरण किया और नए व्यवसाय के साथ संरेखित करने के लिए शेष पहलुओं को परिष्कृत किया प्रक्षेपवक्र।

प्रोटोटाइप 2.0 में नो-कोड लचीलेपन पर पूंजीकरण नो-कोड प्लेटफॉर्म तालिका में एक अद्वितीय गुणवत्ता लाते हैं-उनके असाधारण अनुकूलनशीलता और लचीलापन। वे तेजी से प्रोटोटाइप सक्षम करते हैं महत्वपूर्ण संसाधनों पर अनुचित मांगों को बढ़ाए बिना - समय और वित्त। क्या संक्रमण एक व्यापक ओवरहाल की मांग करता है, मौजूदा सुविधाओं का संशोधन, या नए लोगों की शुरुआत, नहीं-कोड उपकरण एक कुशल और सुव्यवस्थित बदलाव की सुविधा प्रदान करते हैं। एक पूर्ण पुनर्निर्माण, जबकि यह डराने वाला लग सकता है, ऐसा नहीं है बिना कोड के उपकरणों के दायरे में चुनौतीपूर्ण है क्योंकि यह पारंपरिक के साथ होगा कोडिंग के तरीके। अनुभव और अंतर्दृष्टि के साथ सशस्त्र अपने प्रारंभिक प्रोटोटाइप के निर्माण के दौरान, का निर्माण दूसरा संस्करण अक्सर एक अधिक सुव्यवस्थित, कुशल और अच्छी तरह से होता है नियोजित प्रक्रिया।

एक धुरी के बिना एक दूसरा प्रोटोटाइप बनाना दिलचस्प बात यह है कि प्रोटोटाइप 2.0 के लिए प्रेरणा हमेशा स्टेम नहीं होती है आवश्यकता से लेकर धुरी या महत्वपूर्ण समायोजन करने के लिए। कुछ संस्थापकों, नो-कोड टूल में प्रवीणता हासिल की है उपयोग किया गया है, बस अपने ऐप का एक दूसरा संस्करण बनाने के लिए चुनाव करें उपकरण की उनकी बढ़ी हुई समझ का लाभ उठाएं। पहचानना उनके ऐप के अधिक कुशल, *ेर* क्लीनर 'संस्करण का मूल्य, वे किसी भी पर्याप्त को लागू किए बिना भी एक पुनर्निर्माण करें उत्पाद या इसकी विशेषताओं में परिवर्तन।

बढ़ने के लिए चुनना

जब आपके मैट्रिक्स इंगित करते हैं कि ग्राहक आनंद ले रहे हैं और सक्रिय रूप से अपने उत्पाद का उपयोग करके, अपने स्वीकार करने के लिए एक क्षण लें उपलब्धि। सफलता के इस स्तर को प्राप्त करना सराहनीय है और मान्यता के योग्य है। लेकिन याद रखें, यात्रा यहाँ समाप्त नहीं होती है। गति बनाए रखने के लिए यह आवश्यक है। अब, आपको चिंतन करना चाहिए भविष्य: आप अपने उत्पाद को कैसे स्केल करेंगे? आप इसे कैसे बढ़ा सकते हैं उपयोगकर्ताओं के लिए मूल्य? और महत्वपूर्ण बात यह है कि इन के लिए आपकी समयरेखा क्या है कदम?

नई सुविधाओं के लिए एक उत्पाद रोडमैप बनाना



एक बार जब आप खुश होते हैं कि आपका मौलिक उत्पाद मजबूत है, कार्यात्मक, और अपने ग्राहकों की जरूरतों को पूरा करना, यह शुरू करने का समय है नई सुविधाओं के साथ अपने उत्पाद को और भी बेहतर बनाना। यह मील का पत्थर किसी भी पुनरावृत्ति पर आ सकता है - यह आपका पहला, दूसरा, या यहां तक कि तीसरा प्रोटोटाइप। इस मोड़ पर, मैप करना अनिवार्य हो जाता है आपके उत्पाद का भविष्य।

यह रोडमैप, जिसे उपयुक्त रूप से एक उत्पाद रोडमैप कहा जाता है, जहां आप सेट करते हैं आपके उत्पाद के विकास के लिए दिशा। जबकि वास्तविक पथ बाजार के रुझानों, उपयोगकर्ता प्रतिक्रिया, या के कारण समय के साथ बदल सकते हैं तकनीकी प्रगति, एक योजना होने से आप बनाने में सक्षम हैं सूचित निर्णय और आपकी टीम को दिशा की भावना प्रदान करता है और उद्देश्य। इस खंड में, हम एक के निर्माण में तल्लीन करेंगे उत्पाद रोडमैप, विशेष रूप से प्राथमिकताओं को प्राथमिकता देने पर ध्यान केंद्रित करना उपयोगकर्ता प्रतिक्रिया पर।

एक सुविधा सुझाव तंत्र बनाना

इससे पहले कि आप सुविधाओं को प्राथमिकता दे सकें, आपको एक व्यवस्थित तरीके की आवश्यकता है सुझावों को कैप्चर करना। एक सरल और प्रभावी तरीका शामिल है 'अपनी वेबसाइट पर एक सुविधा का सुझाव दें। इस फॉर्म को एम्बेडेड किया जा सकता है टाइपफॉर्म जैसे टूल का उपयोग करके सीधे आपकी साइट में। इस फॉर्म को जोड़कर Google शीट के लिए, आप एकत्र करने की प्रक्रिया को स्वचालित कर सकते हैं सुझाव, विश्लेषण के लिए तुरंत उपलब्ध डेटा और निर्णय लेना। यह प्रक्रिया को सुव्यवस्थित करता है और यह सुनिश्चित करता है कि कोई भी नहीं आपके उपयोगकर्ताओं से मूल्यवान अंतर्दृष्टि खो जाती है।

उपयोगकर्ता प्रतिक्रिया के साथ काम करना

समय के साथ, जैसे-जैसे आपका उपयोगकर्ता आधार बढ़ता है और अधिक लोग आपके साथ जुड़ते हैं उत्पाद, आप सुझावों का खजाना जमा करेंगे। यह उपयोगकर्ता प्रतिक्रिया एक अमूल्य संसाधन है - यह आपको प्रत्यक्ष अंतर्दृष्टि देता है वा

आपके उपयोगकर्ता चाहते हैं, वे किन समस्याओं का सामना कर रहे हैं, और क्या संवर्द्धन उनके अनुभव को बेहतर बना सकते हैं। हालाँकि, यह है यह याद रखने के लिए महत्वपूर्ण है कि सभी सुझाव नहीं हो सकते हैं, या होना चाहिए कार्यान्वित। अपने एमवीपी के साथ की तरह, आपको सुविधाओं को प्राथमिकता देने की आवश्यकता है अपने उत्पाद और उनके संरेखण पर उनके संभावित प्रभाव के आधार पर अपने व्यावसायिक लक्ष्यों के साथ।

प्रतिक्रिया को प्राथमिकता देने के लिए मास्को विधि पर लौटें

इस प्राथमिकता प्रक्रिया में आपकी सहायता करने के लिए, आप लौट सकते हैं मास्को विधि जो आपने पहली बार अपने एमवीपी को परिभाषित करते समय उपयोग की थी।

'होना चाहिए', 'होना चाहिए', 'हो सकता है', और 'नहीं'

क्या आपकी सुझाई गई सुविधाओं की सूची में भी लागू किया जा सकता है।

'में' 'सुविधाएँ होनी चाहिए, जो आपके उत्पाद के लिए आवश्यक हैं

कार्यक्षमता या जो एक महत्वपूर्ण उपयोगकर्ता की आवश्यकता को संबोधित करती है। 'चाहिए

महत्वपूर्ण हैं, जबकि महत्वपूर्ण, उतने महत्वपूर्ण नहीं हैं। 'हो सकता है'

सुविधाएँ वांछनीय हैं, लेकिन आवश्यक नहीं हैं, और 'नहीं' सुविधाएँ हैं

वे हैं जो आप इस स्तर पर लागू नहीं करने का निर्णय लेते हैं।

एक उत्पाद रोडमैप का निर्माण

एक बार जब हम अपनी उपयोगकर्ता प्रतिक्रिया के माध्यम से काम करना समाप्त कर लेते हैं, तो हमें आवश्यकता होती है

हम कैसे रखने जा रहे हैं, इसके बारे में हमारी योजनाओं के बारे में सोचना शुरू करें

हमारे उत्पाद को आगे बढ़ाना। हम ऐसा कुछ बनाकर करते हैं

एक उत्पाद रोडमैप।

एक उत्पाद रोडमैप आपके उत्पाद का एक दृश्य प्रतिनिधित्व है

विकास। यह नियोजित परिवर्तनों, संवर्द्धन और को रेखांकित करता है

समय के साथ अपने उत्पाद के लिए परिवर्धन। अधिक विशेष रूप से, यह एक प्रदान करता है

जब आप योजना बनाते हैं तो आप किन सुविधाओं को विकसित करने की योजना बना रहे हैं

उन्हें छोड़ दें, और वे क्यों महत्वपूर्ण हैं। यह 'क्यों' होना चाहिए

अपने उपयोगकर्ताओं, अपने उत्पाद, और की आपकी समझ में

आपका बाजार।

आपका उत्पाद रोडमैप आपके स्पष्ट बयान के साथ शुरू होना चाहिए

उत्पाद की दृष्टि और उद्देश्य। यह सभी के लिए एक मार्गदर्शक प्रकाश प्रदान करता है

आपके निर्णय और यह सुनिश्चित करते हैं कि आपका रोडमैप आपके साथ संरेखित हो

व्यावसायिक लक्ष्य। इसके बाद, आप उन सुविधाओं को सूचीबद्ध कर सकते हैं जिनकी आप योजना बना रहे हैं

मॉस्को विधि का उपयोग करके विकसित, वर्गीकृत किया गया।

प्रत्येक सुविधा के लिए, आपको एक संक्षिप्त विवरण प्रदान करना चाहिए, ए

अपने उत्पाद पर इसके प्रभाव का अनुमान, और इसके लिए एक समयरेखा

विकास और रिलीज। यह समयरेखा लचीली हो सकती है - इसका उद्देश्य है

प्रत्येक सुविधा कब उपलब्ध होगी, इसका एक मोटा विचार प्रदान करने के लिए

कठोर समय सीमा निर्धारित करें।

अंत में, यह याद रखना महत्वपूर्ण है कि एक उत्पाद रोडमैप एक है

डायनेमिक डॉक्यूमेंट - यह आपके उत्पाद के रूप में विकसित होना चाहिए। जैसा कि आप

अधिक उपयोगकर्ता प्रतिक्रिया प्राप्त करें, जैसा कि बाजार के रुझान बदलते हैं, या नए के रूप में

अवसर उत्पन्न होते हैं, आपको अपने रोडमैप को फिर से देखना चाहिए और इसे समायोजित करना चाहिए

ज़रूरी।

प्राथमिकता की कला

हमारे उत्पाद को बढ़ाने के सबसे पेचीदा तत्वों में से एक, क्या जान रहा है

अगले और कब बनाने के लिए। यदि आप मुझे पसंद करते हैं, तो देखने की उत्तेजना आपकी मेहनत में आने वाली मेहनत कभी-कभी विरोध करना मुश्किल होता है और आप अपने ग्राहकों को अभी तक कुछ बनाने की आवश्यकता नहीं है।

प्राथमिकता उत्पाद विकास प्रक्रिया का एक महत्वपूर्ण हिस्सा है। मैं एक आदर्श दुनिया, हमारे पास लागू करने के लिए असीमित संसाधन होंगे हमारे उपयोगकर्ताओं का सुझाव है कि हर सुविधा। हालांकि, वास्तव में, हमें ध्यान से चाहिए चुनें कि कौन सी सुविधाएँ हमारे ग्राहकों के लिए सबसे अधिक मूल्य लाएंगी और हमारे व्यावसायिक लक्ष्यों के साथ संरेखित करें।

यह वह जगह है जहाँ आपका उत्पाद रोडमैप खेल में आता है। यह प्रदान करता है आपकी प्राथमिकताओं का स्पष्ट, दृश्य प्रतिनिधित्व, आपको बनाने में मदद करता है इस बारे में सूचित फैसले कि किस पर ध्यान केंद्रित किया जाए। के लिए एक रणनीति प्राथमिकता दो मुख्य के आधार पर प्रत्येक प्रस्तावित सुविधा का मूल्यांकन करना है कारक: उपयोगकर्ता मूल्य और व्यावसायिक मूल्य।

उपयोगकर्ता मूल्य आपके उपयोगकर्ताओं के लिए एक सुविधा के महत्व का प्रतिनिधित्व करता है। यह उपयोगकर्ता प्रतिक्रिया, सर्वेक्षण या उपयोगकर्ता के माध्यम से निर्धारित किया जा सकता है परीक्षण। दूसरी ओर, व्यावसायिक मूल्य, प्रभाव को संदर्भित करता है फ़ीचर आपके व्यवसाय पर होगा, जैसे कि राजस्व बढ़ाना, लागत को कम करना, या परिचालन दक्षता में सुधार करना।

इन कारकों के आधार पर प्रत्येक सुविधा का मूल्यांकन करके, आप पहचान सकते हैं कौन से लोग आपके उपयोगकर्ताओं और आपके दोनों के लिए सबसे अधिक मूल्य लाएंगे व्यापार। ये आपकी शीर्ष प्राथमिकताएं होनी चाहिए।

इसके अलावा, प्रत्येक सुविधा को लागू करने के लिए आवश्यक प्रयास पर विचार करें। एक सुविधा जो उच्च मूल्य लाती है, लेकिन न्यूनतम प्रयास की आवश्यकता होती है एक से अधिक प्राथमिकता जो समान मूल्य लाती है, लेकिन अधिक की आवश्यकता होती है संसाधन। इसे अक्सर लागत-लाभ विश्लेषण के रूप में जाना जाता है।

रोडमैप को लागू करना

एक बार जब आप अपना रोडमैप कर लेते हैं और आपकी सुविधाओं को प्राथमिकता देते हैं, तो यह है इसे कार्रवाई में डालने का समय। इसमें आमतौर पर कई चरण शामिल होंगे, डिजाइन, विकास, परीक्षण और रिलीज सहित।

याद रखें कि लक्ष्य इस प्रक्रिया के माध्यम से नहीं बल्कि करने के लिए है सुनिश्चित करें कि प्रत्येक सुविधा को प्रभावी ढंग से लागू किया गया है और वितरित करता है इरादा मूल्य। प्रत्येक के बाद उपयोगकर्ता प्रतिक्रिया इकट्ठा करना भी आवश्यक है यह समझने के लिए कि क्या सुविधा उपयोगकर्ता की जरूरतों को पूरा कर रही है और यह कैसे है सुधार किया जा सकता है।

रोडमैप पर *iterating*

आपका उत्पाद रोडमैप पत्थर में सेट नहीं है। जैसा कि आप अधिक इकट्ठा करते हैं प्रतिक्रिया, आप कर सकते हैं

पाते हैं कि कुछ सुविधाएँ अधिक महत्वपूर्ण हैं  
आपने शुरू में सोचा था, जबकि अन्य कम प्रभावशाली हैं। आप भी कर सकते हैं  
उन नई सुविधाओं की खोज करें जिन्हें आपने पहले नहीं माना था।  
इसलिए, यह आपके रोडमैप को लगातार फिर से देखना महत्वपूर्ण है,  
नवीनतम प्रतिक्रिया, अंतर्दृष्टि और व्यवसाय के आधार पर इसे अपडेट करना  
उद्देश्य। यह पुनरावृत्ति प्रक्रिया यह सुनिश्चित करती है कि आपका उत्पाद जारी रहे  
एक तरह से विकसित करने के लिए जो उपयोगकर्ता की जरूरतों को पूरा करता है और आपके लिए योगदान देता  
है

व्यवसाय की सफलता

निरंतर सुधार की संस्कृति को गले लगाना

एक उत्पाद रोडमैप के प्रबंधन का एक महत्वपूर्ण पहलू एक संस्कृति को बढ़ावा दे रहा है

निरंतर सुधार का। प्रत्येक नई सुविधा को एक के रूप में देखा जाना चाहिए

सीखने और सुधारने का अवसर। क्या एक सुविधा के साथ एक हिट है

उपयोगकर्ता या फ्लैट गिरते हैं, हमेशा कुछ सीखा जा सकता है

भविष्य के फैसलों को सूचित करें।

एक सुविधा लॉन्च होने के बाद भी, नौकरी पूरी नहीं हुई है। नियमित रूप से

प्रत्येक सुविधा कैसे प्रदर्शन कर रही है और उपयोगकर्ता कैसे हैं, इसकी जाँच करें

इसका जवाब दे रहा है। समायोजन करने के लिए इन अंतर्दृष्टि का उपयोग करें और

समय के साथ अपने उत्पाद में सुधार जारी रखें।

एक उत्पाद रोडमैप बनाना और सुविधाओं को प्राथमिकता देना एक महत्वपूर्ण है

एक सफल उत्पाद विकसित करने का हिस्सा। व्यवस्थित रूप से इकट्ठा करके

उपयोगकर्ता प्रतिक्रिया, उपयोगकर्ता और व्यावसायिक मूल्य के आधार पर सुविधाओं का मूल्यांकन,

और अपने रोडमैप पर लगातार पुनरावृत्ति करते हुए, आप यह सुनिश्चित कर सकते हैं

आपका उत्पाद एक तरह से विकसित होता है जो आपके उपयोगकर्ताओं को प्रसन्न करता है और

अपने व्यवसाय को आगे बढ़ाता है। यह पुनरावृत्ति, डेटा-संचालित दृष्टिकोण

उत्पाद विकास नो-कोड कार्यप्रणाली के केंद्र में है,

स्टार्टअप को उपयोगकर्ता की जरूरतों और बाजार के रुझानों के लिए जल्दी से अनुकूलित करने में सक्षम करना।

मेट्रिक्स के लिए एक गाइड: सही डेटा को मापना

अपने उत्पाद रोडमैप को सूचित करने के लिए सही डेटा का चयन करना

व्यवसाय की दुनिया में, डेटा और मेट्रिक्स सर्वोपरि हैं। वे हैं

कम्पास जो आपके व्यवसाय को सही दिशा में इंगित करता है, एंकर

यह वास्तविकता में आपकी निर्णय लेने की प्रक्रिया को आधार बनाता है, और इंजन

यह आपके स्टार्टअप की वृद्धि को बढ़ावा देता है। हालांकि, सभी डेटा नहीं बनाए गए हैं

समान, और एक संस्थापक के रूप में, यह 'घमंड के बीच अंतर करना महत्वपूर्ण है

मेट्रिक्स 'और' एक्शनबल मेट्रिक्स '। अंतर को समझना, और

यह जानना कि सही मेट्रिक्स का लाभ कैसे उठाया जाए, यह दीर्घकालिक के लिए महत्वपूर्ण है

अपने स्टार्टअप की सफलता।

वैनिटी मेट्रिक्स बनाम एक्शन योग्य मेट्रिक्स: ए टेल ऑफ़ टू डेटा पॉइंट्स  
 आइए प्रत्येक प्रकार के मीट्रिक का प्रतिनिधित्व करते हैं। वैनिटी मेट्रिक्स  
 डेटा बिंदु हैं जो शुरू में प्रभावशाली लग सकते हैं लेकिन नहीं हैं  
 आवश्यक रूप से आपके व्यवसाय की मुख्य वृद्धि या लाभप्रदता में योगदान करें।  
 उन्हें 'वैनिटी' मेट्रिक्स कहा जाता है क्योंकि वे अक्सर फुलाने की सेवा करते हैं  
 अपनी रणनीति को सूचित करने के बजाय अहंकार। इस श्रेणी में शामिल हैं  
 मेट्रिक्स जैसे ऐप डाउनलोड की संख्या, वेबसाइट हिट, सोशल  
 मीडिया अनुयायी, प्रेस सुविधाएँ और पुरस्कार जीते।  
 उदाहरण के लिए, एक इंस्टाग्राम प्रभावित करने वाले के बारे में घमंड कर रहे हैं  
 10,000 अनुयायी। सतह पर, यह मीट्रिक एक तस्वीर को चित्रित करता है  
 सफलता और लोकप्रियता, यह विज्ञापनदाताओं को अपील कर रही है। हालांकि, यदि  
 आप आगे ड़िल करते हैं, यह प्रकट कर सकता है कि केवल कुछ सौ  
 अनुयायी सक्रिय रूप से अपने पदों के साथ जुड़े हैं। इसका मतलब है कि  
 अधिकांश अनुयायियों में वास्तव में रुचि नहीं हो सकती है  
 इन्फ्लुएंसर की सामग्री और इसलिए, एक विज्ञापनदाता बहुत कम प्राप्त करेगा  
 उनके साथ सहयोग करने से मूल्य।  
 दूसरी ओर, एक्शन योग्य मेट्रिक्स, सार्थक अंतर्दृष्टि प्रदान करते हैं  
 यह सीधे व्यावसायिक निर्णयों और कार्यों को सूचित कर सकता है। ये हैं  
 संख्या जो वास्तव में स्वास्थ्य और विकास प्रक्षेपवक्र को दर्शाती है  
 आपका स्टार्टअप। उनमें ग्राहक अधिग्रहण लागत जैसे मेट्रिक्स शामिल हैं  
 (CAC), ग्राहक लाइफटाइम वैल्यू (CLTV), मंथन दर (प्रतिशत  
 उन ग्राहकों की जो एक विशिष्ट अवधि में आपके उत्पाद का उपयोग करना बंद कर देती हैं),  
 प्रतिधारण दर (ग्राहकों का प्रतिशत जो आपका उपयोग करना जारी रखते हैं  
 एक विशिष्ट अवधि में उत्पाद), रूपांतरण दर और राजस्व वृद्धि।  
 आपके व्यवसाय के लिए क्या मेट्रिक्स मायने रखना चाहिए?  
 जिस विशिष्ट मेट्रिक्स पर आपको ध्यान केंद्रित करना चाहिए, वह आपके अद्वितीय पर टिका होगा  
 बिजनेस मॉडल और आपके स्टार्टअप का वर्तमान चरण। उदाहरण के लिए, मैं  
 उनके शुरुआती दिन, फेसबुक की तरह बी 2 सी स्टार्टअप मुख्य रूप से केंद्रित थे  
 उपयोगकर्ता के विकास पर, इससे पहले कि उनके पास एक स्पष्ट राजस्व मॉडल था। यह था  
 क्योंकि उनका मूल्य प्रस्ताव नेटवर्क प्रभावों में निहित था:  
 अधिक लोग जिन्होंने फेसबुक का इस्तेमाल किया, उतना ही मूल्यवान हो गया  
 प्रत्येक उपयोगकर्ता। इस मॉडल ने उन निवेशकों से अपील की जिन्होंने बड़े पैमाने पर देखा  
 संभावित एक बार मुद्रीकरण रणनीतियों को पैमाने पर तैनात किया गया था।  
 इसके विपरीत, B2B स्टार्टअप को एक स्थिर प्रदर्शित करने की आवश्यकता हो सकती है  
 राजस्व धारा और ग्राहकों को भुगतान करने का एक ठोस आधार जल्दी से  
 निवेशक ब्याज बनाएं। बी 2 बी मॉडल में, जहां बिक्री चक्र अक्सर होते हैं  
 लंबी और ग्राहक अधिग्रहण की लागत अधिक है, राजस्व और

ग्राहक प्रतिधारण स्थायी विकास के प्रमुख संकेतक हैं।

प्रमुख मेट्रिक्स की निगरानी: एक हाथ से दृष्टिकोण

आप ट्रैकिंग कुंजी का एक सरल अभी तक प्रभावी तरीका रख सकते हैं

एक स्प्रेडशीट का उपयोग करके मेट्रिक्स। कॉलम भी कर सकते हैं

ई मेट्रिक्स के लिए समर्पित

जैसे ग्राहक साइन-अप, ग्राहक रूपांतरण, मंथन दर,

विज्ञापन प्रति रूपांतरण खर्च करते हैं, और बहुत कुछ, इसे नियमित रूप से अपडेट करना अंतराल।

डेटा ट्रैकिंग के लिए नो-कोड टूल का उपयोग करना

आज के डिजिटल परिदृश्य में, नो-कोड टूल ने रास्ते में क्रांति ला दी है

हम डेटा को ट्रैक, व्याख्या और उपयोग करते हैं। इन उपकरणों के साथ, आप कर सकते हैं

अपने डेटा संग्रह और विश्लेषण प्रक्रिया को स्वचालित करें, वास्तविक प्रदान करें-

समय अंतर्दृष्टि जो आपके निर्णय लेने को सूचित कर सकता है। यहाँ कुछ हैं

नो-कोड टूल जो आपकी डेटा-ट्रैकिंग यात्रा में आपकी सहायता कर सकते हैं:

1। Google Analytics: यह टूल के बारे में मूल्यवान अंतर्दृष्टि प्रदान करता है

आपकी वेबसाइट ट्रैफ़िक, उपयोगकर्ता व्यवहार और सगाई पैटर्न।

यह आपको पेज व्यू जैसे महत्वपूर्ण मेट्रिक्स को ट्रैक करने में सक्षम बनाता है,

उछाल दर, सत्र की अवधि और रूपांतरण दर।

2। मिक्सपैनल: मिक्सपैनल उपयोगकर्ता का गहन विश्लेषण प्रदान करता है

अपने उत्पाद के साथ बातचीत। यह उपकरण विशेष रूप से उपयोगी है

ट्रैकिंग इवेंट्स, फ़नल और उपयोगकर्ता यात्रा के लिए, प्रदान करना

कैसे ग्राहक आपके उत्पाद के साथ बातचीत करते हैं, इस बारे में जानकारी देता है

समय। यह प्रतिधारण, रूपांतरण और मंथन दर को ट्रैक करने में भी मदद करता है,

आपके उत्पाद की सफलता के प्रमुख संकेतक।

3। टाइपफॉर्म: यह नो-कोड टूल गुणात्मक एकत्र करने के लिए एक गो-टू है

अनुकूलित रूपों और सर्वेक्षणों के माध्यम से अपने उपयोगकर्ताओं से डेटा।

यह ग्राहकों की प्रतिक्रिया एकत्र करने, अधिक जानने का एक शानदार तरीका है

उपयोगकर्ता अनुभव, और सुविधा के लिए सुझाव एकत्र करें

संवर्द्धन।

4। जैपियर: जैपियर विभिन्न अनुप्रयोगों के बीच एक पुल के रूप में कार्य करता है,

कार्यों के स्वचालन की सुविधा। उदाहरण के लिए, आप सेट कर सकते हैं

एक 'ज़ाप' जो स्वचालित रूप से Google स्प्रेडशीट को अपडेट करता है

हर बार जब कोई उपयोगकर्ता आपकी वेबसाइट पर एक टाइपफॉर्म सर्वेक्षण पूरा करता है।

यह सहज एकीकरण आपको समय बचाता है और यह सुनिश्चित करता है

मूल्यवान ग्राहक प्रतिक्रिया कभी भी याद नहीं होती है।

5। Airtable: Airtable एक बहुमुखी उपकरण है जो एक हाइब्रिड के रूप में संचालित होता है

एक स्प्रेडशीट और एक डेटाबेस के बीच। यह अविश्वसनीय रूप से उपयोगी है

विभिन्न पहलुओं से डेटा का आयोजन, ट्रैकिंग और विज़ुअलाइज़ करना आपके व्यवसाय, ग्राहक डेटा, उत्पाद रोडमैप सहित, कार्य प्रबंधन, और अधिक।

6। Google डेटा स्टूडियो: एक बार जब आप अपना डेटा एकत्र कर लेते हैं और संगठित, Google डेटा स्टूडियो आपको उस डेटा की कल्पना करने में मदद कर सकता है व्यापक डैशबोर्ड और रिपोर्ट में। ये दृश्य एड्स रुझानों को स्पॉट करने के लिए विशेष रूप से उपयोगी हो सकता है, मैकिंग तुलना, और हितधारकों के लिए अपना डेटा प्रस्तुत करना। ये नो-कोड टूल, जब प्रभावी रूप से संयुक्त होते हैं, तो एक मजबूत बना सकते हैं डेटा ट्रैकिंग और विश्लेषण प्रणाली, आपको सूचित और फुर्तीला रखते हुए आपकी निर्णय लेने की प्रक्रिया।

नंबरों से परे देख रहे हैं

जबकि ये उपकरण मूल्यवान अंतर्दृष्टि प्रदान कर सकते हैं, यह आवश्यक है याद रखें कि वे केवल आप की व्याख्या के रूप में शक्तिशाली हैं उनसे बनाओ। डेटा अपने आप में एक जादुई समाधान नहीं है, बल्कि एक उपकरण है अपनी समझ और निर्णय लेने का मार्गदर्शन करें। यह महत्वपूर्ण है अपने कारोबारी माहौल के व्यापक संदर्भ पर विचार करें, अपने उपयोगकर्ताओं से गुणात्मक प्रतिक्रिया, और आपके सहज ज्ञान युक्त एक संस्थापक के रूप में समझ।

वैनिटी मेट्रिक्स के बजाय एक्शन योग्य मेट्रिक्स पर ध्यान केंद्रित करके, आप अपने व्यवसाय के स्वास्थ्य की अधिक यथार्थवादी तस्वीर प्राप्त कर सकते हैं। यह आप ग्राउंडेड रखें, अपना ध्यान केंद्रित करें कि वास्तव में क्या मायने रखता है, और गाइड आपका रणनीतिक निर्णय लेना। यह हमेशा एक आसान रास्ता नहीं है, और सत्य कभी-कभी वैनिटी मेट्रिक्स की तुलना में कम ग्लैमरस हो सकता है सुझाव दें, लेकिन स्थायी विकास को चलाने के लिए यह दृष्टिकोण आवश्यक है। अंत में, मेट्रिक्स को ट्रैक करना और विश्लेषण करना चुनौतीपूर्ण हो सकता है, विशेष रूप से जब परिणाम प्रत्याशित नहीं होते हैं। फिर भी, यह प्रक्रिया उत्पाद विकास यात्रा की आधारशिला बनी हुई है, के रूप में सेवा कर रही है आपके व्यवसाय के विकास में एक सुसंगत संदर्भ।

आपके डेटा द्वारा प्रदान की जाने वाली अंतर्दृष्टि के बावजूद, हमेशा एक रास्ता होता है आगे। इसमें आपकी अवधारणा को परिष्कृत करना शामिल हो सकता है, पर आधारित पिचिंग प्रतिक्रिया, या अपने उत्पाद के विकास के अगले चरण को चार्ट करना। हमेशा याद रखें, डेटा का हर टुकड़ा आपकी ओर एक कदम है

व्यवसाय का भविष्य

Oceanofpdf.com



जब मैं सुनता हूँ कि लोग नो-कोड टूल के बारे में बात करते हैं, तो मुझे लगता है कि उनका तत्काल विचार बबल, वेबफ्लो और ग्लाइड जैसे ऐप बिल्डरों के हैं।

यह भी उन उपकरणों तक फैल सकता है जो प्रक्रियाओं में शामिल होते हैं और स्वचालित करते हैं, जैसे कि ज़ापियर या मेक। जो अक्सर अनदेखा किया जाता है वह विशाल सरणी है उपकरण और संसाधन जो आपको स्टार्टअप बनाने, बनाने और विकसित करने की अनुमति देते हैं बहुत कम राशि के लिए। पिछले कुछ वर्षों में, मैं यह विश्वास करने के लिए कि कोई भी कोड सॉफ्टवेयर की तुलना में बहुत अधिक है। बिना संकोच एक मानसिकता के रूप में नियोजित किया जा सकता है जिसे हर पहलू पर लागू किया जा सकता है आपका व्यवसाय, वित्तीय प्रबंधन से लेकर काम पर रखने और प्रबंध करने के लिए कर्मचारी, विकास और निवेश के लिए, और बीच में सब कुछ।

मेरा नो-कोड टूलबॉक्स विशाल और बहुमुखी है, और इनका लाभ उठा रहा है संसाधन प्रभावी रूप से आपके स्टार्टअप के प्रक्षेपवक्र को गहराई से प्रभावित कर सकते हैं। इस विस्तारक पारिस्थितिकी तंत्र का प्रत्येक घटक एक सी खेलता है में कंजूस की भूमिका

आपके उत्पाद का विचार, विकास और प्रचार। ऊपर पिछले कुछ वर्षों में मैंने संसाधनों का एक संग्रह इकट्ठा किया है ग्राफिक और फोटो वेबसाइटों से, स्टार्टअप एक्सेलेरेटर के माध्यम से और समुदाय, अतिरिक्त लोगों और धन को कैसे खोजने के लिए। तकनीक इको सिस्टम विशाल और बढ़ता हुआ है, लेकिन नीचे मैंने अपना आवश्यक बनाया है अपने नो-कोड स्टार्टअप पर कभी भी आपको जो कुछ भी चाहिए, उसके लिए जाना यात्रा।

अपने उत्पाद बनाने में मदद करने के लिए उपकरण  
ग्राफिक्स और फोंट

मैं अक्सर कई उद्यमी सुनता हूँ जो उनके एमवीपी के बारे में बात नहीं करते हैं परफेक्ट बनना। यह बिल्कुल सच है। मुझे लगता है कि अगर आपका ऐप कार्य करता है सबसे बुनियादी स्तर और इसमें सभी घंटियाँ और सीटी नहीं हैं, फिर यह ठीक है। हालांकि, मैं व्यक्तिगत रूप से मानता हूँ कि एक होना चाहिए आपके ब्रांड में देखभाल का तत्व - भले ही बढ़ने के लिए बहुत जगह हो। मुझे याद है कि जब मैं एक डिजाइनर के रूप में फ्रीलांसिंग कर रहा था, तो मुझे ए लेने के लिए कहा गया था एक एक-पृष्ठ वेबसाइट को देखें जो प्रतिक्रिया उत्पन्न नहीं कर रही थी मालिक ने सोचा कि यह योग्य है। कॉमिक सैंस फ्रॉन्ट पर एक नज़र डालें और पिक्सेलेटेड हीरो की छवि बिल्कुल पेशेवर नहीं थी। मैं दस मिनट से भी कम समय, मैंने फ्रॉन्ट और छवि को बदल दिया और यह देखा एक अरब गुना बेहतर। एक अच्छी तरह से डिज़ाइन किया गया दृश्य तत्व मोहित कर सकता है आपके दर्शक और उनके अनुभव के लिए टोन सेट करें। मुक्त और वेक्टरस्टॉक, वेक्टेज़ी और एनवाटो तत्व जैसी प्रीमियम साइटें हैं वाणिज्यिक-उपयोग ग्राफिक्स और फोंट के खजाने के ट्रॉक्स। ये संसाधन

अपने ऐप को एक अद्वितीय चरित्र के साथ संक्रमित कर सकते हैं, इसके दृश्य को मजबूत कर सकते हैं निवेदन। इन संसाधनों का उपयोग करते समय, पूरी तरह से समीक्षा करना महत्वपूर्ण है उनके लाइसेंसिंग समझौते। कुछ साइटों को निर्माता की आवश्यकता हो सकती है एट्रिब्यूशन, खासकर जब उनके मुक्त संसाधनों का उपयोग करना। यदि आप चाहते हैं इन तत्वों को संशोधित करने के लिए, एडोब इलस्ट्रेटर या जैसे वेक्टर संपादक VECTEEZY के SVG संपादक जैसे ऑनलाइन टूल आसानी से उपयोग किए जाने वाले इंटरफेस प्रदान करते हैं। गैर-डिजाइनरों के लिए, Canva बनाने के लिए एक उपयोगकर्ता के अनुकूल मंच प्रदान करता है अपने सहज ज्ञान युक्त ड्रैग-एंड-ड्रॉप कार्यक्षमता के साथ बीस्पोक ग्राफिक्स।

## फोटो

यह स्पष्ट लग सकता है कि मैं स्टॉक फ़ोटो का उपयोग करने के बारे में बात कर रहा हूं आपका नो-कोड ऐप, लेकिन आप संस्थापकों की संख्या पर हैरान रहेंगे मुझे एक फोटो शूट पर कुछ सौ पाउंड खर्च करने का सामना करना पड़ा एक फोन या एक कैफे दृश्य पकड़े हुए आदमी की। उच्च गुणवत्ता वाली तस्वीरें आपके ऐप के सौंदर्य और उपयोगकर्ता अनुभव को महत्वपूर्ण रूप से बढ़ा सकते हैं। स्टॉक फोटो साइट जैसे कि istockphoto, pexels, और unsplash की पेशकश एक विभिन्न विषयों और शैलियों में फैले छवियों की विशाल सरणी। लेकिन होना चाहिए आपको वह नहीं मिला जो आप खोज रहे हैं, शक्ति को कम मत समझो आपके स्मार्टफोन कैमरे की। सही प्रेमिंग और लाइटिंग के साथ, आप अद्वितीय, दर्जी-निर्मित तस्वीरों का उत्पादन कर सकते हैं जो आपके एनकैप्सुलेट करते हैं पूरी तरह से दृष्टि। मैं एक बार एक ई-कॉमर्स स्टोर चला रहा था घर बेच रहा था छात्रों को माल। एक फोटोग्राफर के लिए एक टन का भुगतान करने के बजाय, मैंने इस्तेमाल किया मेरे पिताजी का मूल डिजिटल कैमरा (स्मार्टफोन के दिनों से पहले), ए सफेद बेड शीट एक दीवार और एक कला दीपक पर पिन किया गया है जिसकी कीमत £ 10 है। वे एनी लीबोविट्ज़ के बिल्कुल नहीं थे, लेकिन उन्होंने मुझे बिक्री मिली।

## वीडियो

सामग्री के सबसे आकर्षक रूपों में से एक के रूप में, वीडियो प्रभावी रूप से कर सकते हैं अपने संदेश को संवाद करें और अपने उत्पाद को जीवन में लाएं। भंडार Envato तत्वों सहित वीडियो साइटें, वीडियो की एक भीड़ प्रदान करती हैं जिसे आपकी कथा के अनुरूप अनुकूलित किया जा सकता है। हालाँकि, अगर आप पसंद करते हैं अधिक व्यक्तिगत स्पर्श, अपनी खुद की वीडियो सामग्री बनाने पर विचार करें। आधुनिक स्मार्टफोन उत्कृष्ट वीडियो गुणवत्ता प्रदान करते हैं, और साथ सस्ती सामान जैसे कि माइक्रोफोन और रिंग लाइट, आप कर सकते हैं पेशेवर-ग्रेड वीडियो का निर्माण करें जो आपके दर्शकों के साथ गूंजते हैं। मेरा पूरा वीडियो सेटअप (मेरे मोबाइल फोन के अलावा) मुझे नहीं £ 50 से अधिक।

## गिग वर्कर्स

एक समय आ सकता है जब आपको विशेषज्ञता या कौशल की आवश्यकता होती है जो झूठ बोलता है

अपने दायरे के बाहर, या जब आपका समय बेहतर उपयोग किया जा सकता है। यह है जहां Fiverr और Upwork जैसे फ्रीलांस प्लेटफॉर्म खेल में आते हैं। ये प्लेटफॉर्म आपको विभिन्न में पेशेवरों के साथ जोड़ सकते हैं फ़िल्ड, वीडियो एडिटिंग से लेकर कॉम्प्लेक्स प्रोग्रामिंग कार्यों तक। मैं निवेश करना ये सेवाएं आपको मूल्यवान समय बचा सकती हैं और उच्च-गुणवत्ता सुनिश्चित कर सकती हैं परिणाम, आप अपने स्टार्टअप के व्यापक पहलुओं पर ध्यान केंद्रित करने की अनुमति देते हैं। मैं अक्सर वीडियो संपादन या एनीमेशन जैसी छोटी नौकरियों के लिए Fiverr का उपयोग करेंगे। मैं शुरुआती दिनों में मेरे पास वास्तव में जटिल बुलबुला वर्कफ़्लो था जो मैं अभी नहीं कर सकता था पता लगाना। मैंने एक गिग वर्कर £ 15 का भुगतान किया, जो इसे एक जोड़े के भीतर तय करने के लिए था घंटे।

#### परियोजना प्रबंध

कुशल परियोजना प्रबंधन किसी भी सफल की रीढ़ है चालू होना। ट्रेलो, आसन, और सोमवार डॉट कॉम जैसे उपकरण आपकी मदद कर सकते हैं अपने दैनिक कार्यों को व्यवस्थित करें और अपने दीर्घकालिक व्यवसाय पर नज़र रखें रोडमैप। इस श्रेणी में एक विशेष रूप से बहुमुखी उपकरण धारणा है, एक सभी-इन-वन वर्कस्पेस जो लेखन, योजना, सहयोग, और की सुविधा प्रदान करता है संगठन। Google जैसे अन्य उपकरणों के साथ धारणा को एकीकृत करके कैलेंडर, टाइपफॉर्म, और ईमेल के माध्यम से

Zapier, आप स्वचालित कर सकते हैं

विभिन्न प्रक्रियाएं, उत्पादकता और वर्कफ़्लो दक्षता को बढ़ाना। मैं

मेरे सभी डेटाबेस और पेज संरचनाओं को धारणा पर योजना बनाएं ताकि मैं कर सकूं जैसा कि मैं निर्माण करता हूं प्रत्येक अनुभाग को देखें।

#### प्रतिलिपि

वर्षों पहले, मैं अपना बहुत समय बनाने की कोशिश कर रहा था

मेरे ऐप्स और वेबसाइटों के लिए परफेक्ट कॉपी। मैं लिखना पसंद करता हूं, लेकिन मैं अक्सर

यह पता करें कि जब मैं अपने उत्पाद बना रहा हूं, तो मैं अभी भी फंस जाता हूं

इसे 'सही' बनाने के साथ और उस पर अनगिनत और बर्बाद घंटे बिताएं।

एआई में घटनाक्रम के लिए धन्यवाद, मैं अब चैट जैसे उपकरणों का उपयोग करता हूं

मेरी सुर्खियों को शिल्प करें और मेरी वेब कॉपी को फिर से संपादित करें। यह वह संकेत है जिसका मैंने उपयोग किया था

विलो पर पहला शीर्षक बनाने के लिए।

‘आपने वयस्कों के लिए एक निजी सदस्य समुदाय बनाया है

पुरानी स्वास्थ्य की स्थिति। सदस्यता विशेष सौदे प्रदान करती है और

हमारे सदस्य के स्थानीय समुदाय में घटनाएं। कल्पना कीजिए कि आप एक विशेषज्ञ हैं

स्वास्थ्य के क्षेत्र में कॉपीराइटर। एक आकर्षक और अनुकूल H1 बनाएँ

दस से अधिक शब्दों की शीर्षक जो उन्हें शामिल होने के लिए प्रोत्साहित करेगा। '

प्रतिक्रिया थी:

‘आपका सहायक सर्कल: स्थानीय स्वास्थ्य के लिए सौदे और घटनाएं  
समुदाय।’

धन जुटाने के लिए उपकरण

हर स्टार्टअप अनिवार्य रूप से एक महत्वपूर्ण चौराहे का सामना करता है जहां एक  
यह निर्धारित करने की आवश्यकता है कि बूटस्ट्रैपिंग जारी रखना है या तलाश करना है  
एंजेल निवेशकों या उद्यम पूंजीपतियों के माध्यम से बाहरी धन  
(वीसीएस)। अपने व्यक्तिगत अनुभव से आकर्षित, मैं आपको आश्वस्त कर सकता हूं कि  
कोई सार्वभौमिक रूप से सही विकल्प नहीं है; यह एक निर्णय है जिसे होना चाहिए  
व्यक्तिगत परिस्थितियों और व्यवसाय दोनों पर विचार करते हुए दर्जी,  
जरूरत है।

अतीत में, मैं दोनों सड़कों से नीचे रहा हूं - बूटस्ट्रैपिंग और राइज़िंग  
वीसी फंड। जब हमने धन जुटाने का फैसला किया, तो यह इसलिए था क्योंकि हम चालू थे  
एक महत्वपूर्ण विकास चरण की अवधि। हमारे पास एक बोझ था  
ग्राहक आधार हमारे उत्पाद में रुचि रखते हैं, और हमारे विपणन को बढ़ाते हैं  
व्यापक दर्शकों तक पहुंचने के लिए संचालन को पर्याप्त जलसेक की आवश्यकता होती है  
पूंजी का। नतीजतन, हमने अपने लगभग 20% का आदान-प्रदान करने का फैसला किया  
अपेक्षित धन के लिए व्यावसायिक इक्विटी।

यह निर्णय एक दोधारी तलवार था। सकारात्मक पक्ष पर, हम  
एक पर्याप्त नकद बढ़ावा मिला जिसने हमें अपना विस्तार करने की अनुमति दी  
संचालन तेजी से। दूसरी तरफ, इसका मतलब आंशिक रूप से आत्मसमर्पण करना था  
हमारी कंपनी का स्वामित्व, आपके आधार पर एक संभावित दोष  
परिप्रेक्ष्य और दीर्घकालिक लक्ष्य।

सच कहा जाए, तो धन उगाहने के आसपास की आभा का सम्मोहक प्रभाव था  
मुझ पर, इस धारणा को ईंधन देना कि पैसा जुटाना एक वास्तविक कदम था  
एक 'वैध' स्टार्टअप के रूप में अर्हता प्राप्त करने में। रेट्रोस्पेक्ट में, मुझे एहसास है कि मेरी  
नो-कोड मानसिकता ने मुझे इस स्थिति में अच्छी तरह से सेवा दी होगी, अनुमति दी  
मुझे सफलता के लिए अन्य मार्गों पर विचार करने के लिए। कई अत्यधिक सफल  
MailChimp, SurveyMonkey और Minecraft जैसी कंपनियां थीं  
लाभप्रदता के लिए बूटस्ट्रैप किया गया, जो बाहरी रूप से बढ़ाना  
सफलता के लिए सड़क पर एक अनिवार्य मील का पत्थर नहीं है।

आपके व्यवसाय के लिए आपके द्वारा चुने गए मार्ग के बावजूद, मुझे मिला है  
कि नो-कोड कार्यप्रणाली को एकीकृत करना काफी सुव्यवस्थित हो सकता है  
और या तो परिदृश्य में शामिल प्रक्रियाओं को सरल बनाएं।

निवेश हासिल करने की प्रक्रिया भीषण है और इसमें मांग है-

गहराई अनुसंधान। मेरा दृष्टिकोण जल्दी शुरू होता है, निवेश में देरी करता है  
संभावित कनेक्शन की पहचान करने के लिए परिदृश्य।

अपोलो: Apollo.io एक सगाई और बिक्री मंच है जो मैं हूं

निवेशकों और उन कंपनियों की तलाश करने के लिए लाभ उठाया जो उन्होंने निवेश किया है  
में, यह प्लेटफ़ॉर्म मुफ्त क्रेडिट प्रदान करता है जो इन पर आउटरीच की सुविधा प्रदान करता है  
मुख्य संपर्क। चूंकि अधिकांश निवेशक के माध्यम से परिचय पसंद करते हैं  
आपसी कनेक्शन, मैं संस्थापकों तक पहुंचने का प्रयास करता हूं  
ये कंपनियां। स्वचालित आउटरीच ईमेल बनाकर, मैं आमंत्रित करता हूं  
अपने अनुभवों पर चर्चा करने के लिए एक संक्षिप्त ज़ूम कॉल के लिए ये व्यक्ति  
और उनके निवेशक संबंधों के बारे में जानें। यह विधि मेरी मदद करती है  
उन कनेक्शनों की खेती करें जो अंततः निवेशक को सुविधाजनक बना सकते हैं  
परिचय।

Google शीट: संगठित रहने के लिए, मैं वीसीएस और उनके एक डेटाबेस बनाता हूं  
अनुसंधान के लिए एंगेलिस्ट और टेकक्रंच जैसे प्लेटफ़ार्मों का उपयोग करके संपर्क।  
कुछ वीसी कोल्ड आउटरीच के लिए खुले हैं, और मैं उन्हें तदनुसार चिह्नित करता हूं। मैं  
Zapier का उपयोग करके अपोलो के साथ Google शीट को एकीकृत करें, स्वचालित को सक्षम करें  
अपोलो में खाता और कार्य निर्माण जब भी मैं एक नई पंक्ति जोड़ता हूं  
चादर।

CHATGPT: मेरे पिच डेक को परिष्कृत करने के लिए, मैं पॉलिश करने में मदद करने के लिए चैट का उपयोग करता  
हूं  
कॉपी। मैं प्रासंगिक उद्योग को जल्दी से इकट्ठा करने के लिए बिंग खोज जैसे प्लगइन्स का उपयोग करता हूं  
तथ्य। मैं सफल पिच डेक का विश्लेषण करने के लिए CHATGPT का भी उपयोग करता हूं और  
उनके प्रमुख बिंदुओं को संक्षेप में प्रस्तुत करें, जिसे मैं तब अपने आप में शामिल करता हूं  
जहाज़ की छत।

Gmail: Zapier के साथ, मैं Gmail को Google शीट से कनेक्ट करता हूं ताकि मेरी मदद की जा सके  
प्रतिक्रियाओं को ट्रैक करें। यदि विशिष्ट खोज तार जैसे 'निवेश पिच डेक'  
एक ईमेल में दिखाई देते हैं, यह Google शीट में एक नई पंक्ति में जोड़ा जाता है,  
कौन जवाब दे रहा है और उनकी प्रतिक्रिया का एक रिकॉर्ड बनाए रखना।  
बिना कोड के अपने व्यवसाय के प्रबंधन के लिए उपकरण  
बिक्री किसी भी व्यवसाय के लिए महत्वपूर्ण है, चाहे आप निवेशकों द्वारा समर्थित हों  
या आपकी अपनी बचत। यह ई है  
उन व्यवसायों के लिए अधिक महत्वपूर्ण हैं  
यह कार्बनिक बिक्री और विकास पर विशुद्ध रूप से आत्मनिर्भर होना चाहता है।  
लक्ष्य अंतिम पर ध्यान केंद्रित करने के लिए सभी नियमित कार्यों को सुव्यवस्थित करना है  
बिक्री की बिक्री और लाभप्रदता प्राप्त करने के उद्देश्य।

सीआरएम

ग्राहक संबंध प्रबंधन (CRM) में महत्वपूर्ण है  
अपने ग्राहकों के साथ मजबूत संबंधों को बढ़ावा देना। जैसे उपकरण  
हबस्पॉट, सोमवार और ज़ोहो सीआरएम इस प्रक्रिया को सुव्यवस्थित कर सकते हैं  
ग्राहक इंटरैक्शन का प्रबंधन और फॉलो-अप जैसे कार्यों को स्वचालित करना

नए लीड के लिए ईमेल। ये उपकरण न केवल ग्राहक को बढ़ाते हैं संतुष्टि लेकिन अन्य महत्वपूर्ण पर ध्यान केंद्रित करने के लिए आपके लिए समय मुक्त समय आपके व्यवसाय के क्षेत्र।

#### सोशल मीडिया

Google अलर्ट: मैंने अपने उत्पाद से संबंधित विषयों पर अलर्ट सेट किया है, प्रतियोगी गतिविधियों सहित। यह मुझे एक नाड़ी रखने में मदद करता है उद्योग के विकास और सामग्री के प्रकार को समझें प्रतियोगी उत्पादन कर रहे हैं।

CHATGPT: CHATGPT एक बहुमुखी उपकरण है जिसका उपयोग मैं विचारों को उत्पन्न करने के लिए करता हूं सोशल मीडिया सामग्री और ब्लॉग पोस्ट लिखें, जिसे मैं तब शेड्यूल कर सकता हूं स्वचालित प्रकाशन के लिए।

कैनवा: खुद एक डिजाइनर होने के बावजूद, मुझे कैनवा एक अमूल्य लगता है मेरे सोशल मीडिया पोस्ट के लिए तेजी से मनोरम चित्र बनाने के लिए उपकरण, मेरे समय का एक महत्वपूर्ण हिस्सा मुक्त करना।

सोशल मीडिया शेड्यूलर: सोशल पायलट या स्पाउट सोशल अनुमति जैसे उपकरण मुझे अपने सोशल मीडिया पोस्ट को स्वचालित करने के लिए। मैं एक सामग्री कैलेंडर सेट कर सकता हूं और मेरे पोस्ट आने वाले हफ्तों के लिए पूर्व-निर्धारित किए गए हैं, यह सुनिश्चित करना मेरी सोशल मीडिया उपस्थिति में संगति।

#### बिक्री

Apollo.io: अपोलो बिक्री क्षेत्र में भी काम में आता है। यह मुझे अनुमति देता है संभावित ग्राहकों के लिए स्वचालित ईमेल अनुक्रम बनाने के लिए। मैं उपयोग करता हूं संभावित ग्राहकों की खोज करने के लिए उनके लिंकडइन क्रोम एक्सटेंशन और उन्हें केवल कुछ ही क्लिक के साथ ईमेल अनुक्रम में जोड़ें।

कैलेंडली: कैलेंडली एक शेड्यूलिंग टूल है जो Google या के साथ एकीकृत होता है Microsoft कैलेंडर। यह इसे एक क्षमता के लिए सीधा बनाता है ग्राहक मेरे शेड्यूल में एक उपलब्ध स्लॉट लेने और एक बैठक बुक करने के लिए तुरन्त। मैं अपने सभी आउटबाउंड में एक कैलेंडली लिंक जोड़ना सुनिश्चित करता हूं सीमलेस शेड्यूलिंग के लिए ईमेल।

CHATGPT: मैं अपने ईमेल के लिए सामग्री उत्पन्न करने के लिए CHATGPT का उपयोग करता हूं आउटरीच और मंथन करने के लिए ईमेल विषयों को उलझाने के लिए। दिलचस्प है, मैंने एआई द्वारा तैयार किए गए ईमेल के साथ एक उच्च सफलता दर देखी है उन लोगों की तुलना में जिन्हें मैंने खुद लिखा है।

TRELLO: ट्रेलो एक कानबन बोर्ड टूल है जो मुझे कार्यों को व्यवस्थित करने में मदद करता है और उन्हें प्रगति के आधार पर बोर्डों के बीच ले जाएं। मैं सभी को ट्रैक करने के लिए ट्रेलो का उपयोग करता हूं मेरे लंबित कार्य। मैंने पहले Gmail को Trello से जोड़ा है ग्राहक संदेश स्वचालित रूप से मेरे ट्रेलो पर एक नया कार्य उत्पन्न करते हैं तख्ता। मेरे पसंदीदा बोर्डों में से एक 'अवसर' बोर्ड है,

जहां मैं स्टार्टअप प्रतियोगिताओं, अनुदान के बारे में जानकारी टकराता हूं  
आवेदन, या वीसी पिचिंग के अवसर, यह सुनिश्चित करते हुए कि मैं कभी भी याद नहीं करता  
संभावित विकास का अवसर।

Google कार्यक्षेत्र: मैं बड़े पैमाने पर Google कार्यक्षेत्र का उपयोग करता हूं, विशेष रूप से  
जीमेल, ड्राइव और कैलेंडर। उनके निर्बाध एकीकरण और बादल-  
आधारित संरचना मुझे अपने सभी दस्तावेजों को कहीं से भी एक्सेस करने की अनुमति देती है  
मेरे सभी उपकरणों में दुनिया में।

लेखा सॉफ्टवेयर: यकीनन, कम से कम रोमांचक लेकिन बिल्कुल महत्वपूर्ण  
किसी भी नो-कोड टूलबॉक्स का हिस्सा विश्वसनीय लेखांकन सॉफ्टवेयर है। अधिकांश  
लेखा सॉफ्टवेयर सीधे आपके बैंक खाते से जुड़ सकता है,  
अपने वित्तीय प्रदर्शन में वास्तविक समय की दृश्यता प्रदान करना। यह  
अवलोकन मुझे अपने खर्च की निगरानी करने और एक तंग पकड़ रखने की अनुमति देता है  
मेरे बूटस्ट्रैप फाइनैस पर।

त्वरक

टेक एक्सेलेरेटर स्टार्टअप में एक महत्वपूर्ण घटक बन गए हैं  
पारिस्थितिकी तंत्र, नवोदित के लिए एक अनुकूल वातावरण प्रदान करना  
उद्यमी अपने विचारों का पोषण करने और अपने व्यवसायों को विकसित करने के लिए।  
मोटे तौर पर, एक तकनीकी त्वरक एक निश्चित अवधि, कोहोर्ट-आधारित है  
कार्यक्रम जिसमें मेंटरशिप और शैक्षिक घटक शामिल हैं और  
अक्सर एक सार्वजनिक पिच घटना या डेमो दिवस में समाप्त होता है। ये कार्यक्रम  
कर्षण प्राप्त करने के लिए स्टार्टअप्स के लिए एक संरचना प्रदान करें, एक मजबूत का निर्माण करें  
नेटवर्क, मेंटरशिप प्राप्त करें, और संभवतः सुरक्षित निवेश।

दुनिया के कुछ सबसे प्रसिद्ध त्वरक में y शामिल हैं  
कॉम्बिनेटर, टेकस्टार, और 500 स्टार्टअप्स, जिनका एक लंबा इतिहास है  
उनके पूर्व छात्रों के बीच सफल निकास और यूनिर्कोर्न। हालांकि, पहुंच  
इन त्वरक प्रमुख टेक हब से परे फैले हुए हैं। सबसे स्थानीय  
व्यावसायिक पारिस्थितिक तंत्र एक त्वरक कार्यक्रम के कुछ रूप प्रदान करते हैं  
आर्थिक विकास को उत्तेजित करें और उनके भीतर नवाचार को प्रोत्साहित करें  
समुदाय।

हाल के वर्षों में, जैसा कि नो-कोड विकास उपकरण प्राप्त हुए हैं  
लोकप्रियता, त्वरक ने पेशकश करके इस प्रवृत्ति के लिए अनुकूलित किया है  
नो-कोड स्टार्टअप का समर्थन करने के लिए समर्पित कार्यशालाएं और कार्यक्रम।  
ये कार्यक्रम नो-कोड टूल की शक्ति का लाभ उठाने पर ध्यान केंद्रित करते हैं  
कुशलतापूर्वक और दुबले उत्पादों का निर्माण करें।  
मुझे तीन प्रमुख त्वरक में भाग लेने का सौभाग्य मिला है  
मेरी उद्यमी यात्रा के दौरान। दिलचस्प बात यह है कि मैंने भाग लिया  
एक ही त्वरक दो बार, बीच में चार साल के अंतर के साथ। मेरा



दोनों इंस्ट्रक में अनुभव

es स्पष्ट रूप से अलग थे, हाइलाइटिंग

टेक स्टार्टअप वर्ल्ड का शिफ्टिंग लैंडस्केप।

मेरे पहले कार्यकाल के दौरान, एक टेक सह खोजने पर जोर दिया गया था

संस्थापक - कोई कोडिंग में कुशल। यह एक साबित हुआ

चुनौतीपूर्ण प्रयास, विशेष रूप से हम में से उन लोगों के लिए जिनकी कमी थी

तकनीकी समुदाय के भीतर कनेक्शन। तेजी से आगे चार साल और

दृष्टिकोण काफी बदल गया है। लीन स्टार्टअप कार्यप्रणाली ली गई

सेंटर स्टेज, बिना कोड टूल को आवश्यक रूप से हाइलाइट किया गया

तेजी से उत्पाद विकास के लिए संसाधन। त्वरक भी

एक पूरे दिन एक नो-कोड हैकथॉन के लिए समर्पित है, हमें एक प्रदान करता है

विभिन्न नो-कोड टूल के बारे में हाथों से सीखने का अनुभव।

ये त्वरक मेरे उद्यमशीलता में सहायक थे

यात्रा। अन्वेषण के लिए संरचित वातावरण की अनुमति है,

एक सुरक्षित, सहायक सेटिंग में सीखना, और गलतियाँ। शायद सबसे अधिक

इन त्वरक का अमूल्य पहलू मेंटरों की पहुंच थी और

उद्योग के विशेषज्ञ। उनके मार्गदर्शन ने हमें अपने उत्पाद विचारों को परिष्कृत करने में मदद की

और आम बाधाओं को नेविगेट करें, हमें अंतर्दृष्टि प्रदान करें जो कि होगा

स्वतंत्र रूप से हासिल करना मुश्किल है।

हालांकि, यह याद रखना महत्वपूर्ण है कि त्वरक जबकि त्वरक कर सकते हैं

एक उपयोगी स्प्रेडबोर्ड बनें, वे स्टार्टअप के लिए एक शर्त नहीं हैं

सफलता। कई गेंडा और सफल स्टार्टअप बनाए गए हैं

त्वरक कार्यक्रमों के बाहर। उद्यमी क्या महत्वपूर्ण है

दृष्टि, दृढ़ संकल्प और अनुकूलन और सीखने की क्षमता।

यदि आप एक त्वरक पर विचार कर रहे हैं, तो यहां कुछ सुझाव दिए गए हैं:

- अनुसंधान: सभी त्वरक समान नहीं बनाए जाते हैं। अपने करो

एक त्वरक खोजने के लिए अनुसंधान जो आपके स्टार्टअप के साथ संरेखित करता है

मिशन और लक्ष्य। उनके ट्रैक रिकॉर्ड, मेंटरशिप को देखें

पूल, और पिछले प्रतिभागियों के अनुभव।

- तैयार करें: अधिकांश त्वरक में एक प्रतिस्पर्धी आवेदन होता है

प्रक्रिया। अपने आवेदन और पिच को परिष्कृत करने में समय बिताएं।

स्पष्ट रूप से अपने व्यावसायिक विचार, बाजार के अवसर को स्पष्ट करें, और

आपकी टीम इसे निष्पादित करने वाली क्यों है।

- संलग्न: यदि स्वीकार किया जाता है, तो संसाधनों का पूरा लाभ उठाएं

प्रदान किया। सक्रिय रूप से संरक्षक के साथ संलग्न हैं, कार्यशालाओं में भाग लेते हैं, और

अपने कोहोर्ट के साथ नेटवर्क।

अंततः, एक त्वरक में भाग लेना आपके लिए एक निवेश है

स्टार्टअप का भविष्य। चाहे वह मेंटरशिप प्राप्त हो, अपना निर्माण कर रहा है नेटवर्क, या नो-कोड टूल का लाभ उठाने के लिए सीखना, अनुभव कर सकते हैं आपको नेविगेट करने के लिए उपकरण और ज्ञान प्रदान करते हैं उद्यमी यात्रा।

टीम के सदस्यों के बारे में एक नोट

साथ ही साथ भौतिक उपकरण और समुदायों का उद्देश्य आपकी मदद करना है आपकी यात्रा पर, एक और महत्वपूर्ण संसाधन लोग हैं। मैं कई देखता हूं संस्थापक सह-संस्थापकों के बारे में बात कर रहे हैं और एक टीम का निर्माण करते हैं, इसलिए मैं चाहता था आपके साथ साझा करने के लिए मैं विषय पर कैसे संपर्क करता हूं।

नो-कोड टूल ने मौलिक रूप से मेरे दृष्टिकोण में क्रांति ला दी है व्यापार का आयोजन। हालांकि, नो-कोड के निहितार्थ दूर तक विस्तारित होते हैं केवल ड्रैग-एंड-ड्रॉप बिल्डरों से परे; यह एक मानसिकता को प्रेरित करता है और दुबला संचालन और कुशल संसाधन के लिए एक रूपरेखा स्थापित करता है आवंटन। अपनी यात्रा पर विचार करते हुए, मैं देख सकता हूं कि इसे अपनाना नहीं-कोड मानसिकता ने न केवल मेरे उत्पाद विकास को बदल दिया है

दृष्टिकोण लेकिन यह भी कि मैं अपनी टीमों का प्रबंधन और संरचना करता हूं।

इतने दूर के अतीत में, मैंने खुद को एक 'पारंपरिक' के बाद पाया

स्टार्टअप इवोल्यूशन का मार्ग। मैं अपनी परियोजनाओं को लागत के साथ शुरू करूंगा-

प्रभावी नो-कोड टूल, लेकिन एक बार उत्पाद आकार लेना शुरू कर दिया, मैं

पारंपरिक स्टार्टअप मॉडल को दोहराने के लिए मजबूर महसूस किया। यह

मॉडल में अक्सर टीम के विस्तार, आक्रामक में भारी निवेश शामिल होता है

विपणन, कार्यालय स्थान, और अन्य तत्वों का एक मेजबान, जिनमें से अधिकांश

आंतरिक की तुलना में बाहरी धारणाओं से अधिक प्रभावित थे

आवश्यकताएं।

कोई इस भीड़ को स्टार्टअप के अनुरूप करने की ओर ले जा सकता है

FOMO की भावना के लिए स्टीरियोटाइप (गायब होने का डर)। मुझे अक्सर मिला

खुद मेरी यात्रा की तुलना अन्य स्टार्टअप्स से की, जिनमें से अधिकांश

पर्याप्त धन प्राप्त किया था और एक सिद्ध व्यवसाय मॉडल था।

फिर भी, मैं तुलना की इस लहर के साथ बह रहा था, अक्सर बना रहा था

मेरे उद्यम के लिए हानिकारक निर्णय।

इसका एक स्पष्ट उदाहरण एक पिछला उद्यम था जहां मैंने जल्दबाजी की

एक सह-संस्थापक को चुनने में, केवल बाद में यह महसूस करने के लिए कि हमारे दर्शन और

काम करने वाली शैलियों को संरेखित नहीं किया गया। हम तब लोगों को जहाज पर रखने के लिए जल्दी थे

उन भूमिकाओं के लिए, जो, अड़चन में, अनावश्यक थे। नो-कोड मानसिकता,

अगर मैंने इसे उन महत्वपूर्ण निर्णय लेने की अवधि के दौरान लागू किया होता, तो होता

अलग-अलग परिणामों के परिणामस्वरूप हुए हैं।

यहां कहा गया है कि नो-कोड मानसिकता को कैसे अपनाना फिर से आ सकता है

वे निर्णय:

- आत्मनिर्भरता: नहीं द्वारा पेश किए गए उपकरण और क्षमताओं के साथ-कोड, मैं अपने दम पर स्टार्टअप का निर्माण कर सकता था, कम से कम जब तक मैं सह-संस्थापक भूमिका साझा करने के लिए सही व्यक्ति मिला। बिना संकोच एकल उद्यमियों को अपने विचारों को मान्य करने और निर्माण करने का अधिकार देता है तत्काल आवश्यकता के बिना एक न्यूनतम व्यवहार्य उत्पाद टीम।

- स्वचालन: नो-कोड टूल का एक महत्वपूर्ण लाभ है

स्वचालन की डिग्री

y सुविधा। परंपरागत रूप से कई कार्य

मानव हस्तक्षेप की आवश्यकता का उपयोग करके स्वचालित किया जा सकता है-कोड, कई भूमिकाएँ निरर्थक बना रही हैं। यह स्वचालन नहीं केवल लागत बचाता है, लेकिन दक्षता भी बढ़ाता है और कम करता है त्रुटियों की संभावना।

- डेवलपर्स पर कम निर्भरता: नो-कोड टूल खत्म हो जाते हैं

उत्पाद बनाने के लिए एक पारंपरिक डेवलपर की आवश्यकता है। यह न केवल काफी संसाधनों को बचाता है, बल्कि अधिक के लिए भी अनुमति देता है उत्पाद विकास में नियंत्रण और चपलता, की क्षमता के साथ डेवलपर के इंतजार के बिना मक्खी पर परिवर्तन करें उपलब्धता।

नो-कोड का सार न्यूनतम के साथ प्रभाव को अधिकतम करने में निहित है संसाधन। यह एक निर्णय लेने के ढांचे को स्थापित करता है जहां हर विकल्प कम से कम समय में एक धारणा को मान्य करने की अपनी क्षमता पर समर्पित है-उपभोग और संसाधन-गहन तरीके से।

सह-संस्थापक और एक टीम होने पर एक जबरदस्त संपत्ति हो सकती है तालमेल काम करता है। यदि आप इसे पढ़ रहे हैं और पहले से ही एक टीम या ए है जगह में सह-संस्थापक, यह घबराहट का कारण नहीं है। इसके बजाय, यह एक है अपने निर्णय में नो-कोड के सिद्धांतों को शामिल करने का अवसर-इसके बाद प्रक्रिया करना।

दूसरी तरफ, यदि आप एक एकल संस्थापक हैं, तो नो-कोड दृष्टिकोण है एक पुष्टि जो आप सही रास्ते पर हैं। जल्दी करने के लिए आग्रह का विरोध करें निर्णयों में क्योंकि वे 'विशिष्ट स्टार्टअप' कथा को फिट करते हैं। गोद लेना 'नो-कोड' दृष्टिकोण-अतिरिक्त संसाधनों की आवश्यकता को मान्य करें या प्रतिबद्धता बनाने से पहले टीम के सदस्य। यह नो-कोड मानसिकता न केवल आपको संसाधनों को बचाएगी, बल्कि आपकी भी बढ़ेगी स्टार्टअप की चपलता और लचीलापन।

संस्थापकों के साथ बातचीत

आज, नो-कोड टूल्स के उदय ने एक ढेर के लिए मार्ग प्रशस्त किया है अभिनव व्यवसाय। एक स्टैंडआउट उदाहरण मेकरपैड, एक नो-कोड है शैक्षिक मंच को नो-कोड का उपयोग करके बनाया गया था! प्रभावशाली रूप से, जबकि बिक्री में सालाना \$ 200,000 से अधिक में रैंकिंग, इसने ध्यान आकर्षित किया ज़ापियर, जिसने इसे एक अज्ञात राशि के लिए अधिग्रहित किया। यह प्रवृत्ति है गैर-तकनीकी संस्थापकों को बिना कोड के समाधानों को गले लगाने के लिए सशक्त बनाया उनके उपक्रमों को लॉन्च करना। मुझे तीन के साथ बातचीत करने का सौभाग्य मिला ऐसे संस्थापक जो अपने संबंधित में उल्लेखनीय प्रगति कर रहे हैं डोमेन।

जोफ वाल्टर्स: मिलियन लैब्स और सेसी

जोफ वाल्टर्स मिलियन लैब्स के शीर्ष पर खड़ा है, एक प्रसिद्ध नो-कोड एजेंसी। उनका उद्यम संस्थापकों की सहायता करने के लिए समर्पित है शक्तिशाली नो-कोड टूल का उपयोग करके स्टार्टअप्स का निर्माण और निर्माण बुलबुला। हर महीने 100 से अधिक संस्थापकों का समर्थन करने की क्षमता के साथ, नो-कोड डोमेन में JOF की विशेषज्ञता पनप गई है। हालाँकि, उसका भागीदारी सिर्फ विशेषज्ञता से परे फैली हुई है; वह भी में उद्यम किया है निवेश की दुनिया।

मिलियन लैब्स बैनर के तहत उल्लेखनीय घटनाक्रमों में से एक, जिसने JOF के निवेश को भी आकर्षित किया, Seesy नाम का एक स्टार्टअप है। यह एडम कॉर्बेट के दिमाग की उपज अभिनव उद्यम, एक मंच प्रदान करता है वीडियो सीवी निर्माण के लिए। अपने उत्पाद के केवल छह सप्ताह के भीतर निर्मित, सीसी ने बाहरी से एक चौंका देने वाला छह-आंकड़ा निवेश किया स्रोत।

मुझे अपनी पृष्ठभूमि के बारे में बताएं और आप नो-कोड पर कैसे पहुंचे।

मेरी पृष्ठभूमि एक अधिक सलूब्रिअस वातावरण है। मैंने 20 खर्च किए

बैंकिंग में साल और चैलेंजर बैंकिंग समुदाय में समाप्त हो गए

2015 में, और मैं 2018 में उससे बाहर हो गया। मैंने सोचा, अच्छा, मैं क्या जा रहा हूँ

अब करने के लिए? और वास्तव में, मुझे एक विचार था कि मैं पीछा करना चाहता था, और

मैंने इसे स्वयं बनाने की कोशिश की। मैं उस तकनीकी नहीं हूँ; मैं एक पारंपरिक हूँ

गैर-तकनीकी संस्थापक। इसलिए, मैंने फैसला किया कि मैं इसे इस नए नो-कोड के साथ बनाऊंगा

सामग्री। साइमन, जो मिलियन लैब्स के सह-संस्थापक हैं, ने मुझे इशारा किया

बुलबुले की ओर। हमने इसे बनाने के लिए बुलबुले का उपयोग किया, और यह काम नहीं किया। वह था

एक विचार जो बंद नहीं हुआ। लेकिन वास्तव में, यह कोई बात नहीं थी

हमें पता चला

पैसा, \$ 1,000 का एक जोड़ा, यह साबित करने के लिए कुछ भी नहीं के बगल में। वह

धन और परीक्षण विचारों को बचाने के लिए मिलियन लैब्स की कर्नेल बन गई

अन्यथा हमने एक मिलियन पाउंड का एक चौथाई हिस्सा खर्च किया होगा।

मिलियन लैब्स संस्थापकों की मदद कैसे करता है?

हम दुनिया भर से हर महीने लगभग 100 स्टार्टअप की मदद करते हैं,

सभी प्रकार के लोगों द्वारा स्थापित। कुछ हम निवेश करते हैं, और कुछ भुगतान करते हैं

अपने विचारों का निर्माण करने के लिए एजेंसी टीम। मिलियन लैब्स एक उच्च-मात्रा का विचार है-

आज परीक्षण मंच। हम वास्तव में, और मैं क्या कर रहे हैं

प्रक्रिया, हम विजेताओं को खोजने और वापस करने की उम्मीद करते हैं। जब यह आता है

विचार, 40 लोगों के पास एक ही अच्छा विचार हो सकता है, और उनमें से केवल एक ही

एक बड़े पैमाने पर व्यवसाय में बदल जाएगा।

बुलबुले में काफी उच्च सीखने की अवस्था है। आपको यह कैसे मिला

पूर्ण शुरुआत?

यह एक दिलचस्प सवाल है। मैंने बहुत सारे पाठ्यक्रम किए। बहुत गलती

संस्थापकों में से यह है कि वे सीधे बुलबुले के लिए छलांग लगाते हैं क्योंकि यह एक है

इसके लचीलेपन के संदर्भ में वास्तव में अच्छा मंच। यदि आप एक निर्माण करना चाहते हैं

ऐप रनिंग और इसे ऐपल वॉच पर चिपकाएं, आप ऐसा कर सकते हैं

बुलबुला। यदि आप रोने के लिए एक पूर्वानुमान इंजन का निर्माण करना चाहते हैं

पीटीओ बैलेंस

चादरें, आप इसे बबल के साथ कर सकते हैं। तो, यह अविश्वसनीय रूप से लचीला है। परंतु जैसे

आप कहते हैं, कि उच्च सीखने की अवस्था का मतलब है कि अक्सर हम जो देखते हैं वह सॉर्ट होता है

तकनीक में दफन होने के पारंपरिक संस्थापक व्यवहार में से।

वे बनाने में खो जाते हैं, और वे भूल जाते हैं कि सबसे महत्वपूर्ण

बात करने के लिए परीक्षण है। और इसलिए वास्तव में ग्लाइड और यहां तक कि carrd, जो

पृथ्वी पर सबसे बुनियादी बात है, आप एक प्रस्ताव डालने के लिए इसका उपयोग कर सकते हैं

एक पृष्ठ पर और इसे लोगों के एक समूह के लिए भेजें और कहें और देखें कि क्या

वे कहने के लिए एक बटन पर क्लिक करने जा रहे हैं, मुझे दिलचस्पी है।

तो, क्या आप अनुशंसा करेंगे कि संस्थापकों को नो-कोड के लिए नए लेना चाहिए

यह कुछ कदम पीछे?

हाँ। आज हम लैंडिंग पृष्ठ परीक्षण करने के लिए बहुत सारे मध्यस्थ चरणों का उपयोग करते हैं

और छोटे कार्यात्मक परीक्षण जिनके लिए बुलबुले की आवश्यकता नहीं होती है।

अब हम नो-कोड स्पेस में घटनाक्रम देख रहे हैं जहां उनके पास है

बुलबुले ने क्या किया है, इस पर ध्यान दिया। अब हमारे पास तीसरी पीढ़ी है

आने वाले प्लेटफॉर्म जो बुलबुले के रूप में लचीले हैं, लेकिन चीजों का उपयोग कर रहे हैं

एआई की तरह बिट्स करने के लिए जो लोग सबसे कठिन पाते हैं। एक अच्छा

इसका उदाहरण अनुवाद होगा।

क्या आप कई संस्थापकों का सामना करते हैं जो अपने विचारों का निर्माण करना चाहते हैं

पहले ग्राहक वार्तालापों के माध्यम से समस्या को मान्य किए बिना?

मैं उस प्रतिशत के रूप में हर किसी के रूप में, हर एक को वर्गीकृत करूंगा व्यक्ति। यह इतना दुर्लभ है कि कोई दूर चला गया और मान्य हो गया ग्राहक की मांग। और यह निवेश के लिए हमारा मुख्य परीक्षण है। हम ऐसा करेंगे लोगों को पीछे धकेलें और कहें, 'चले जाओ और मुझे 200 लोगों को दिखाओ यह चाहते हैं ' , या' मुझे दिखाओ कि आपको लोगों का एक बड़ा सामाजिक अनुसरण मिला है एक ही समस्या है '।

मुझे लगता है कि नो-कोड इमारत में सीधे कूदना इतना आसान बनाता है कोई जमीनी कार्य करने से पहले।

ऐसा होता है। मुझे लगता है कि यह एक दिलचस्प बिंदु है। नो-कोड के लिए विफलता दर स्टार्टअप बहुत अधिक है क्योंकि यह आसान है, आसान है। यह इससे आसान है कभी एक नया उत्पाद बनाने के लिए किया गया है। अगर मैं इसे बना सकता हूं और यह नहीं है तुरंत आग पकड़ो, मैं हार मान सकता हूं।

मुझे सीसी के बारे में और बताएं क्योंकि यह एक दिलचस्प कहानी है। आप छह में निवेश प्राप्त करने के लिए एक बुलबुला उत्पाद बनाने से चला गया सप्ताह।

यह एक दिलचस्प है। इसकी शुरुआत एडम नाम के एक सज्जन ने की थी, जो अविश्वसनीय रूप से उद्यमी है। पहले कोविड लॉकडाउन के दौरान, उन्हें फलों के माध्यम से सहायक कर्मचारियों की एक परिचित समस्या थी। उसका मूल प्रस्ताव कुछ ऐसा बनाने के लिए था जो अनुसरण करेगा फलों स्कीम और डी-रिस्क रोजगार। जब वह ऐसा कर रहा था, वह वास्तव में इस तथ्य में रुचि रखते थे कि इसे रिकॉर्ड करना वास्तव में आसान था एक स्मार्टफोन पर वीडियो। वीडियो सीवी का वास्तव में दिलचस्प लग रहा था अंतरिक्ष में जाने के लिए और कोई भी उस समय ऐसा नहीं कर रहा था।

पहला संस्करण कैसा था?

यह अनिवार्य रूप से एक डेटाबेस से जुड़ा एक वीडियो कैप्चर घटक था नौकरी और कर्मचारी। यह जटिल नहीं था और इसलिए उस समय में कोई समय नहीं लगा सभी का निर्माण करने के लिए; सचमुच 20 घंटे। अविश्वसनीय। अतिरिक्त प्राप्त करने के लिए अवधारणा को साबित करने के लिए पर्याप्त है फंडिंग?

बिल्कुल। फंडिंग के बाद से, तकनीक बहुत आगे बढ़ गई है। क्या

यह सफल बनाया गया था संस्थापक को धक्का देने के लिए अपने नेटवर्क का उपयोग करने वाला संस्थापक था अवधारणा वास्तव में जल्दी से। MVP बस उस प्रदर्शित करने में सक्षम था उत्पाद की मांग थी और यह सबसे महत्वपूर्ण है भाग। यह एक निवेशक की रुचि प्राप्त करने के लिए पर्याप्त है। दुर्भाग्य से, क्या हम अधिक सामान्यतः देखते हैं कि कोई सबूत नहीं है और नहीं कर्षण।

जब बिना कोड की बात आती है, तो यह कैसे हो गया है

MVPS?

नो-कोड अब बहुत अधिक समझा जाता है। जब हमने पहली बार शुरुआत की, सामान्य पुशबैक जो हमें मिला, वह था, 'ओह, आप अपने आईपी के मालिक नहीं हैं'।

वह सोच अब पुरानी है। मुट्टी भर नहीं हैं-

कोड स्टार्टअप जो वास्तव में सफल रहे हैं और बहुत अधिक है पर्याप्त सफल रहा कि नो-कोड एक स्वीकृत मार्ग बन गया है बाजार के लिए।

जब आप भविष्य की बात करते हैं तो आप सबसे ज्यादा उत्साहित हैं-कोड?

नो-कोड बस जा रहा है। यह देखना रोमांचक है कि यह तकनीक कैसे है उत्पाद विकास और निवेश का लोकतंत्रीकरण कर रहा है। मैं 46 साल का हूँ-पुराने सफेद ब्रिटिश पुरुष और मैं वास्तव में भाग्यशाली था जगह और समय जो मैं था। जो चीज मुझे नो-कोड के बारे में पसंद है, वह यह है कि जिन लोगों को मैं देख रहा हूँ, वे अब स्टार्टअप्स का निर्माण करते हैं विश्वविद्यालय नहीं गए, और वे पहले दुनिया के देश में नहीं थे। थे लोगों को प्रौद्योगिकी व्यवसायों का निर्माण करते हुए देखना जो समस्याओं पर ध्यान केंद्रित करते हैं जो उनके लिए प्रासंगिक हैं। ये छोटे व्यवसाय हो सकते हैं जो हैं गोदामों में स्थान बुक करना या किसी को बुक करना आसान है एक डॉक्टर के साथ नियुक्ति। वे कभी भी गेंडा नहीं बन सकते, लेकिन ये उन कंपनियों के प्रकार हैं जो अर्थव्यवस्था को चलाते हैं और बढ़ाते हैं। यही मुझे उत्तेजित करता है। इसके अलावा, सभी नए विकास कर रहे हैं एआई टूल्स की तरह उत्पाद निर्माण आसान है।

आप एक बुलबुला प्रशंसक हैं, लेकिन आप अन्य नो-कोड टूल का उपयोग करते हैं नियमित रूप से?

दिलचस्प बात यह है कि मिलियन लैब्स के भीतर सबसे अधिक इस्तेमाल की जाने वाली चीजें ne नहीं होगा

cessately को नो-कोड टूल के रूप में माना जाता है। स्ट्राइप है दूसरी सबसे लोकप्रिय चीज जो हम उपयोग करते हैं। हम जो कुछ भी करते हैं वह भी सक्षम है Google उत्पादों की एक किस्म और API के द्वारा।

आप एक नो-कोड संस्थापक को क्या सलाह देंगे जो बिल्कुल मिला है

कोई अनुभव नहीं? आप क्या कहेंगे सबसे महत्वपूर्ण बातें हैं

उन्हें एक सफल नो-कोड स्टार्टअप बनाने के लिए करना चाहिए?

जाओ और उन लोगों का एक वास्तविक समूह खोजें जिनके पास समस्या है जो आप हैं हल करने और वास्तव में उनके साथ बैठने की कोशिश कर रहा है। उन्हें अपना विचार न दिखाएं।

उस समस्या को मापें जो उन्हें मिला है और देखें कि वे कितना दर्द कर रहे हैं

वास्तव में गुजर रहा है। वे शुरुआती रिश्ते वास्तव में महत्वपूर्ण हैं।

यदि आप पाँच लोग पा सकते हैं जो एक ही समस्या साझा करते हैं, तो वह होगा



अपने स्टार्टअप को सुपरचार्ज करें। वह डेटा जो आपको उन पांच से बाहर निकलता है रिश्ते पूरी तरह से मौलिक रूप से आपके व्यवसाय को बदल देंगे।

स्टीफन मिशेल: SQCDP

स्टीव मिशेल एक पूर्व इंजीनियरिंग प्रबंधक हैं जिन्होंने SQCDP की स्थापना की (सुरक्षा, गुणवत्ता, लागत, वितरण और लोग) 2022 में। SQCDP मदद करता है निर्माता मापते हैं और जवाब देते हैं कि वे कैसे प्रदर्शन कर रहे हैं सामान्य संकेतकों की एक श्रृंखला के खिलाफ।

मुझे बताएं कि आपने SQCDP की प्रारंभिक समस्या की खोज कैसे की है हल करता है।

मेरी पृष्ठभूमि इंजीनियरिंग प्रबंधन में है, और मैंने साथ काम किया है छोटी स्वतंत्र कंपनियों से सब कुछ बड़े के माध्यम से सही है कोका-कोला जैसे कॉर्पोरेट्स। मैं एक बड़ी सरकार-आधारित के लिए काम कर रहा था संगठन, और मैं दो साल से वहां हूँ। यह एक निराशाजनक था पर्यावरण क्योंकि मेरे पास व्हाइटबोर्ड की यह SQCDP प्रणाली थी और कागजी कार्रवाई, जो से सभी दैनिक डेटा एकत्र कर रहा था ऑपरेटर, और फिर टीम के नेताओं को हैंडओवर प्रदान करते हैं। वह थे बस मुद्रित फॉर्म टेम्प्लेट जिन्हें लाल या के साथ अपडेट किया जाना था हर शिफ्ट ग्रीन पेन। प्रति सप्ताह 15 शिफ्ट के साथ, यह 45 डेटा पॉइंट था जमा करना। एक महीने के बाद, लाल डॉट्स के इन विशाल स्वैथ थे और ग्रीन डॉट्स, और कोई भी वास्तव में पालन नहीं कर सकता था। इंजीनियरिंग मैनेजर के रूप में, मैं पा रहा था कि हर बार हमारे पास ए उत्पादन प्रदर्शन की समीक्षा, समस्याएं हमेशा की जा रही थीं इंजीनियरिंग या रखरखाव के हाथों में रखा गया। यह अस्थिर था, और मुझे पता था कि कुछ सही नहीं था। इसलिए, मैंने शुरू किया एक स्प्रेडशीट पर डेटा को रिकॉर्ड और ट्रैक करें।

कुछ हफ्तों के भीतर, मैं यह देखने में सक्षम था कि वास्तव में समस्याएं कहां हैं, और हम प्रक्रियाओं को लागू करने में सक्षम थे। क्योंकि सब कुछ था आम तौर पर कागज पर किया जाता है, डेटा में हमेशा बड़े अंतराल होते थे। के लिए उदाहरण, हम 500 भागों का निर्माण करने वाले थे, फिर भी हम केवल हैं 200 का उत्पादन किया। उत्पादन की रिपोर्ट है कि 30 मिनट का था शिफ्ट की शुरुआत में ब्रेकडाउन, इसलिए कागज पर, यह माना जाता है कि यह है समस्या। फिर भी, 30 मिनट का डाउनटाइम केवल 40 भागों के लिए खाता है उत्पादन नहीं किया जा रहा है, तो बाकी का क्या हुआ? किस हिस्से का हिस्सा है उत्पादन लाइन काम नहीं कर रही है?

आप उस एमवीपी स्प्रेडशीट से एक तकनीकी उत्पाद तक कैसे पहुंचे पूरी टीम इस्तेमाल कर सकती है?

मुझे पता था कि वहाँ नो-कोड ऐप बिल्डर थे। उस समय, मैं

महसूस किया कि मैं काम पर आग की लाइन में था, इसलिए मैं इसे ठीक करने जा रहा हूं मुझे। यदि यह व्यवसाय में मदद करता है तो यह बहुत अच्छा है, लेकिन मैं बनाना चाहता था यकीन है कि खुद और मेरी टीम की रक्षा की गई थी।

समाधान बनाने में आपके पहले कदम क्या थे?

मैंने विभिन्न नो-कोड बिल्डरों पर शोध किया जो बाजार में थे। मैं

एक कोशिश की जो एक वेब-आधारित एक्सेस डेटाबेस की तरह था और इसे पाया गया मुझे जो चाहिए था, उसके लिए थोड़ा सा क्लंकी, और यह मुझे देने वाला नहीं था आउटपुट जो मुझे चाहिए था। मैं जो चाहता था वह डेटा को कैप्चर किया जाना था टर्मिनल और फिर उस डेटा को वास्तविक समय में अपडेट किया गया है। यह करना था हमारे हम सुरक्षित के SQCDP विषय का पालन करें? क्या हम उत्पाद बना रहे हैं?

सही गुणवत्ता? क्या हम अपने डाउनटाइम्स को समझते हैं और हम कहां हैं

समय गंवाना? और क्या हम समझ रहे हैं कि हम कहां हैं

अंडरपरफॉर्मिंग?

इसके लिए आपने किस उपकरण का उपयोग किया?

मैं ग्लाइड में आया। यह इसके विकास में जल्दी था, लेकिन मैं इसके शामिल हो गया

बढ़ते समुदाय। मैं पहले से ही देख सकता था कि मूल उपकरणों के साथ

वहाँ थे, मैं डेटाबेस तर्क के छोटे हिस्सों को लागू कर सकता था कि मैं

जानता था। अगर मुझे कोई समस्या हुई, तो मैं वेब को खोज सकता हूँ या

मदद के लिए समुदाय की ओर मुड़ें।

एक गैर-तकनीकी संस्थापक के रूप में, आप कैसे पूरा करने के लिए प्रेरित रहे

आपका ऐप जब चीजें थोड़ी मुश्किल हो गईं?

मैंने वास्तव में सरल कदम उठाए, लेकिन मुझे पता था कि अगर मैं जाता रहा, तो मुझे मिलेगा

जो परिणाम मैं चाहता था। इसके अलावा, मैं समस्या के लिए एक वास्तविक आग थी, और

मैं इतना नाराज था कि यह पहले से ही उपयोग में नहीं था। ऐसा लगा जैसे यह मुझ पर था

अंत में इस समस्या को हल करने के लिए। मैंने हर सुबह के लिए निर्माण पर काम किया

कॉफी शॉप में लगभग एक घंटे पहले मुझे काम पर जाना था। मैंने ऐसा किया

लगभग छह महीने के लिए। मैं एक समय में एक हिस्से पर काम करूंगा जो मैं

लगता है कि मुझे संतुष्टि दी गई है कि मैंने कुछ हासिल किया है। इससे मुझे मिला

अगले एक पर जाने और जाने का आत्मविश्वास।

आपके लिए निर्माण का सबसे कठिन हिस्सा क्या था?

मुझे डेटाबेस गणना के साथ कुछ समस्याओं का सामना करना पड़ा

मुझे सही आंकड़े देंगे। तब मैं खुद से पूछूंगा, 'क्या है

एक चार्ट पर इसे प्रदर्शित करने का सबसे अच्छा तरीका? ' मैंने केवल कभी भी डेटा देखा था

एक लिखित रूप में प्रदर्शित किया गया था, इसलिए जब मैंने एक छोटी सी ठोकर मारा

अवरोध पैदा करना। मैंने त्वरित चार्ट का उपयोग करके समाप्त कर दिया, जो धक्का और खींच लेगा

अपने और मेरे ऐप के बीच डेटा। यह सिर्फ कुछ शोध करने के बारे में था

और सही मॉड्यूल को खोजने के लिए सही स्थानों पर देख रहे हैं,

सामुदायिक सदस्य, या मुझे जो मदद चाहिए, उसे प्राप्त करने के लिए गाइड। आपके नियोक्ता ने इस गेम-चेंजिंग समाधान पर कैसे प्रतिक्रिया दी कि आप बनाया था?

मुझे उनके लिए इसे तोड़ना पड़ा क्योंकि वे चिंतित थे सुरक्षा, विशेष रूप से यह सरकार आधारित है। हमें कुछ लेना था नाजुक कदम और उन्हें ग्लाइड के माध्यम से कोच और कैसे डेटा संग्रहीत किया गया था। अंततः, पूरे के लिए सूचना सुरक्षा के प्रमुख यूरोपीय नेटवर्क ने कहा, हां, मुझे यह पसंद है; मैं खुश हूँ।

लोगों को पहली बार इसे आजमाने में कैसा लगा?

हमने इसे दो सप्ताह के परीक्षण की अवधि में चलाया, जिसका मतलब था कि 30 थे लोगों के लायक बदलाव। मैं घबरा गया था, यह सोचकर कि मुझे आशा है कि वे नहीं टूटेंगे यह, विशेष रूप से जब मैंने इसे सौंपने के बाद बहुत शांत हो गया। यह बदल गया बाहर वे वास्तव में ऐप से खुश थे और वास्तव में इसे पा रहे थे आसान। मुझे डर था कि वे इसके खिलाफ होंगे क्योंकि, अनिवार्य रूप से, यह उन्हें दिखा रहा होगा कि वे कहाँ गलत हो रहे थे, लेकिन यह था विपरीत प्रतिक्रिया को पूरा करें। दो सप्ताह के परीक्षण के अंत में, परिणामों से पता चला कि उत्पादन प्रदर्शन 15% बढ़ गया था और गुणवत्ता में 5%की वृद्धि हुई। इसने कंपनी को भी रोका अंडरपरफॉर्मेंस को पुनर्प्राप्त करने के लिए एक ओवरटाइम सप्ताहांत की आवश्यकता है, और कुल मिलाकर लागत बचत £ 85,000 थी। आपने इसे अच्छी तरह से करते हुए देखने के लिए एक वास्तविक भावना महसूस की होगी। हाँ, अविश्वसनीय रूप से elated। यह पुष्टि थी कि मैं दाईं ओर था पथ।

SQCDP अब अपने आप में एक स्टार्टअप है। आपने कैसे संक्रमण किया अब आप कहाँ हैं, इसका परीक्षण?

दुर्भाग्य से, परीक्षण दो सप्ताह से आगे नहीं जा सका संगठन की प्रकृति। उन्हें हटाने के लिए पासवर्ड की आवश्यकता थी और बड़े बदलाव किए जाने हैं, जो अभी संभव नहीं थे। वह था अविश्वसनीय रूप से निराशाजनक। मैंने दूसरी कंपनी में जाना समाप्त कर दिया जहां मुझे एक ही समस्या का पता चला। यह तब था मुझ पर ध्यान दिया कि मैं इस उत्पाद का उपयोग कर सकता था पिछली नौकरियां और यह अपने आप में एक उत्पाद था। अगर यह हो सकता है वहाँ समस्या को हल करें, क्या यह अन्य पर समस्या को हल कर सकता है विनिर्माण सुविधाएं भी? यह तब था जब इसने मुझे शुरू किया खोज करने और पूछने की यात्रा कि क्या यह एक व्यवसाय हो सकता है। क्या आप अपनी यात्रा की शुरुआत में एक त्वरक में शामिल हुए? वह कैसे किया आपकी मदद करें?

मैंने एक त्वरक कार्यक्रम पर छह महीने बिताए, यह मानते हुए कि मेरी कैसे नो-कोड उत्पाद अन्य ग्राहकों के लिए उपयोगी हो सकता है। क्या विशेषताएं हैं लोग उपयोग कर रहे हैं? क्या वे सभी इसका उपयोग उसी तरह कर रहे हैं? इसका क्या पहलू है ग्राहक को भुगतान करने के लिए जा रहे हैं?

हमने एक नो-कोड कार्यशाला भी पूरी की, जिसमें एआई में एकीकरण था।

यह मेरे और मेरे उत्पाद के लिए एक रोमांचक अगला कदम है, क्योंकि एआई सक्षम होगा प्रबंधकों को यह दिखाने के लिए कि उन्हें केवल दिखाने के बजाय क्या करने की आवश्यकता है चार्ट। मैं ऐसा करने में सक्षम हूँ और यह बहुत रोमांचक है। मैं कर सकता हूँ अब फिर से रचनात्मक रहें और मेरे उत्पाद को अगले स्तर पर ले जाएं।

आपको क्या लगता है कि आज की दुनिया में नो-कोड इतना महत्वपूर्ण क्यों है?

अगर नो-कोड मौजूद नहीं होता तो मुझे दरवाजे पर दस्तक होती

पेशेवर एजेंसियां। मुझे उन्हें यह बताना होगा कि मैं क्या हासिल करना चाहता हूँ और

उनके लिए यह व्याख्या करने के लिए कि उन्हें क्या लगता है कि मुझे क्या चाहिए। वह होता

निराशा और महंगा। नो-कोड ने कुछ ऐसा पेश किया जिसकी मुझे आवश्यकता थी; ए

सरल समाधान। यह एक जैविक और उचित वातावरण बनाने के लिए है

मेरे जैसे लोग।

आपकी सलाह किसी ऐसे व्यक्ति के लिए होगी जो इसी तरह की स्थिति में है

जहां उन्हें उत्पादों के निर्माण के साथ कोई अनुभव नहीं मिला है, लेकिन एक है

महान विचार?

सबसे पहले, अपनी समस्या को संकीर्ण करें क्योंकि ऐसे समय थे जब मैं था

सब कुछ बनाने की कोशिश कर रहा है और एक स्पशरिखा पर उतरता रहा। दूसरा,

एक नो-कोड बिल्डर खोजें जो उन्हें और उनके कौशल सेट के अनुरूप हो। हो सकता है आप

इंटरफ़ेस की तरह या एक विषय कितना कठोर है। शायद आप चाहते हैं

एक इन-बिल्ट डेटाबेस के साथ कुछ, आदि पहले किसी भी कल्पना को हटा दें

आप शुरू करते हैं क्योंकि तब आप सफल होने की अधिक संभावना रखते हैं। वहाँ हैं

कई उपकरणों से चुनने के लिए आपको एक ऐसा मिलेगा जो वास्तव में महसूस करता है

आप के लिए स्वाभाविक। मैं लोगों को भी बताता हूँ कि वे गाइड पढ़ें

और समुदायों के साथ जुड़ें यदि उनके पास एक है। नो-कोड

समुदाय बहुत सहायक है और वहाँ हमेशा कोई है जो वहाँ है

आपके द्वारा सामना किए जा रहे किसी भी मुद्दे का अनुभव या हल किया है।

माइकल जॉन मैगडॉन्गन: स्ट्रैबो

माइकल स्ट्रैबो के संस्थापक हैं, जो एक अनुकूलन योग्य डैशबोर्ड है जो देता है

उपयोगकर्ता अपने वैश्विक वित्तीय पोर्टफोलियो का प्रबंधन करते हैं। उन्होंने हाल ही में उठाया

निवेश मंच पर लगभग एक मिलियन पाउंड का एक चौथाई हिस्सा,

बीज।

नो-कोड के बारे में बातचीत में मुझे शामिल होने के लिए धन्यवाद।

धन्यवाद।

ब्रांड या उपस्थिति को आगे बढ़ाने का मेरा इरादा कभी नहीं था  
प्रति-कोड उद्योग में प्रति। यह सुविधाजनक था। नो-कोड एक था  
एक को समाप्त करने का मतलब। लेकिन जितना अधिक मैं इसमें शामिल हो गया, उतना ही मैं इसे प्यार करता था।  
मैं

आवेदन को पसंद किया, विशेष रूप से यह क्या कर सकता था, न केवल गैर के लिए  
तकनीकी संस्थापक लेकिन यहां तक कि उन लोगों के लिए जो एक बजट या आवश्यकता पर हैं  
या जल्दी से कुछ बाहर रोल करना चाहते हैं। यह एक शानदार अनुभव रहा है,  
और मुझे समुदाय का हिस्सा बनने में मज़ा आ रहा है।  
मुझे नो-कोड बनने से पहले अपनी पृष्ठभूमि के बारे में थोड़ा बताएं  
संस्थापक।

मैं एक गैर-तकनीकी संस्थापक हूं। मैं एक छोटे से दो बार संस्थापक हूं  
शिकागो में व्यापार, इसलिए मेरे पास एक व्यावसायिक पृष्ठभूमि है। मैंने किया  
लगभग साढ़े चार साल तक और विदेश में मेरा एमबीए किया। दौरान  
उस समय, मैंने वेंचर कैपिटल में काम किया, और फिर वहां से मैंने काम किया  
अमेज़ॉन में एक बड़ी तकनीक फर्म में, मुख्य रूप से संचालन में  
प्रबंधन। मैंने कुछ वर्षों तक ऐसा किया, लेकिन तब तक  
उद्यमशीलता बग खरोच कर रहा था। मैंने स्ट्रैबो को आगे बढ़ाने के लिए छोड़ दिया, जो है  
एक फिनटेक एप्लिकेशन जो एक्सपैट्स को अपनी संपत्ति का प्रबंधन करने में मदद करता है  
दुनिया।

आप शुरू में समस्या के साथ कैसे आए?

मैं एक अमेरिकी हूं जो यहां लंदन में रहता है, और मेरे पास खाते हैं और  
राज्यों के साथ -साथ दुनिया भर में संपत्ति। मैं लगातार आगे बढ़ रहा हूं  
बिंदु A से बिंदु B तक पैसा, इसलिए, इसके अलावा और  
मैं जहां रिटायर होऊंगा, इसकी अस्पष्टता, यह तेजी से मुश्किल हो गई कि कैसे  
भविष्य के लिए योजना बनाएं और धन उत्पन्न करें और सेवानिवृत्ति के लिए योजना बनाएं। इसलिए  
यह वह जगह है जहाँ स्ट्रैबो का विचार आया था। मैंने खोजा  
बाजार, लेकिन मुझे वास्तव में कुछ भी नहीं मिल सकता है जो मेरी जरूरतों को पूरा करता है। इसलिए मैं  
सोचें कि यह एक महान समय पर था जब मैं एक कंपनी शुरू करना चाहता था। मैं था  
मेरे करियर के अगले चरण के लिए तैयार। मैं इसके साथ बैठ गया; साक्षात्कार,  
और उपयोगकर्ता की खोज। मैं पूर्ण शोध प्रक्रिया से गुजरा और फिर  
अंत में स्ट्रैबो को पूर्णकालिक रूप से आगे बढ़ाने का निर्णय लिया।  
आपने चुना बुलबुला आपके नो-कोड प्लेटफॉर्म हैं। आपने कैसे चुना  
कि आपके उत्पाद की नींव के रूप में?

कंपनी शुरू करने का पहला वर्ष सिर्फ एक सीखने का अनुभव था।

और जिस तरह से हम उत्पाद विकास से संपर्क करते हैं वह बहुत ही था  
पारंपरिक तरीका। हमने एक डेवलपर को काम पर रखा, हमने एक विशिष्ट तकनीकी स्टैक का उपयोग किया, और  
YWE ने AWS आदि के लिए भुगतान किया, जिसने एक समस्या पैदा की। नंबर एक, यह है

महंगा। नंबर दो, इसमें लंबा समय लगता है। और नंबर तीन, एक डेवलपर को ढूंढना, एक अच्छा जो बजट के भीतर करने जा रहा है वास्तव में चुनौतीपूर्ण भी। हमने एक पाया और वह वास्तव में अच्छा था, लेकिन यह बस काम नहीं किया। उसके बाद हमें एक और डेवलपर मिला, लेकिन वह इतना अच्छा नहीं था हमें तब एक तीसरा डेवलपर मिला, जो बहुत नहीं था अच्छा। यह सिर्फ को रखने के लिए बिल्कुल चुनौतीपूर्ण और महंगा हो गया लोगों को ढूंढना और बदलना। इसके अलावा, दिन के अंत में, हम क्या वास्तव में करने की जरूरत है एक उत्पाद को रोल आउट करें ताकि हम आगे बढ़ सकें सत्यापन और परीक्षण। जब मैंने नो-कोड की खोज शुरू की। मैं इसके बारे में पता था, लेकिन मैं अपने पुराने तरीके से फंस गया था। मैंने सोचा उत्पाद को एक निश्चित तरीके से बनाया जाना था। लेकिन मुझे खुशी है कि हम नो-कोड की दिशा में चले गए क्योंकि हम सक्षम थे बजट के तहत, बहुत जल्दी समय में एक उत्पाद बनाने के लिए, और हम मिल गए कुछ उपयोगकर्ता वास्तव में एप्लिकेशन का उपयोग करते हैं। मैं दर्द से गुज़रा चीजों को पारंपरिक तरीके से करने के बिंदु, जो तब मुझे करने के लिए प्रेरित करते हैं अनजाने में चीजें।

और आपको शुरू से अंत तक बनाने में कितना समय लगा?  
ढाई महीने।

वह आश्चर्यजनक है। उत्पाद की प्रतिक्रिया क्या रही है?  
बहुत सकारात्मक। वास्तव में सकारात्मक। हमें कुछ अच्छी प्रतिक्रिया मिली निवेशक और हमारे उपयोगकर्ता आधार से। वहां से, हम उठाने में सक्षम थे पूंजी। हम तब एक सीटीओ (मुख्य प्रौद्योगिकी अधिकारी) को नियुक्त करने में सक्षम थे किसने सुझाव दिया कि एक पारंपरिक तकनीक में जाने के लिए समय सही था ढेर। हम अपने आवेदन को फिर से शुरू कर रहे हैं, लेकिन हमारे पास अभी भी बुलबुला है आवेदन पत्र। हम एक परीक्षण वाहन के रूप में इसका उपयोग करने की सोच रहे हैं क्योंकि हम वास्तव में कुछ जल्दी बनाने में सक्षम हैं, इसे बाहर निकालो, और है एक वास्तविक एप्लिकेशन का उपयोग करने वाले लोग। जब आप पैसे जुटा रहे थे और आपने निवेशकों को सूचित किया कि आप हैं एक नो-कोड उत्पाद मिला, उनकी प्रतिक्रिया क्या थी?  
यह दिलचस्प था, क्योंकि इसे शुरू करने के शुरुआती दिनों में कंपनी, हमें सलाह मिली कि निवेशक किसी भी तरह से नहीं दिखते हैं-कोड समाधान। लेकिन जब हम इसे पिच कर रहे होते हैं, तो केवल एक या दो उस पर नीचे देखा। लेकिन विशाल बहुमत के लिए, यह कोई बात नहीं थी। हमें मिल गया बाजार के लिए कुछ और हमारे विचारों को मान्य किया। पूंजी जुटाना होगा फिर हमें सामान्य तकनीक स्टैकिंग में संक्रमण करने की अनुमति दें। बहुत खर्च क्यों करें मूल्यवान समय और पैसा कुछ ऐसा जो लोग नहीं चाहते हैं जब आप इसे नो-कोड के साथ कर सकते हैं? और भले ही यह अभी भी एक बड़ा है

निवेश, यह अभी भी कहीं भी नहीं है कि उसने क्या लिया होगा

कुछ और बनाने के लिए।

क्या आप किसी अन्य तरीके से नो-कोड का उपयोग करते हैं, जैसे कि व्यवसाय का प्रबंधन? अभी, हमारी वेबसाइट अभी भी नो-कोड पर है। हम के लिए WebFlow का उपयोग कर रहे हैं

उर मुख्य लैंडिंग पृष्ठ, और फिर आवेदन सिर्फ एक सामान्य तकनीक है ढेर। हम धारणा और एयरटेबल जैसे उपकरणों का उपयोग दिन-प्रतिदिन बहुत ज्यादा करते हैं कार्यों को ट्रैक करने और हमारी गतिविधियों का प्रबंधन करने के लिए।

आप पहली बार नो-कोड संस्थापक को क्या सलाह देंगे?

मुझे लगता है कि सलाह का सबसे अच्छा टुकड़ा है जब आप एक व्यवसाय शुरू कर रहे हैं, विशेष रूप से एक तकनीकी व्यवसाय, आप वास्तव में एक व्यवसाय शुरू नहीं कर रहे हैं। आप प्रयोगों की एक श्रृंखला शुरू करना। पहले प्रयोग करें, फिर जब आप प्राप्त करें यह सही है, जब यह एक व्यवसाय में बदल जाता है। तो इसे इस पर न देखें आप एक कंपनी शुरू कर रहे हैं; इसे देखें जैसे कि आप की एक श्रृंखला शुरू कर रहे हैं ऐसे प्रयोग जिन्हें आप मान्य करने की कोशिश कर रहे हैं। मुझे लगता है कि यह हटा देगा बहुत सारी अनावश्यक चीजें जो आपको लगता है कि आपको अपने दिन से करना है- दिन के कार्य। तब आप सिर्फ उन चीजों पर ध्यान केंद्रित कर सकते हैं जो वास्तव में मायने रखती हैं, जो वास्तव में सिर्फ अपने व्यवसाय के हर टुकड़े पर सत्यापन प्राप्त कर रहा है।

Oceanofpdf.com

संसाधन

नो-कोड के लिए संसाधनों का बढ़ता संग्रह उपलब्ध है

संस्थापक; चैटबॉट्स, चार्ट निर्माताओं से, API निर्देशिका, डिजाइन उपकरण, और ऐ। अपने रास्ते पर आपकी मदद करने के लिए, मैंने नहीं का एक संग्रह इकट्ठा किया है- कोड टूल और संसाधन जो आप अपने स्टार्टअप में उपयोग कर सकते हैं। यह सूची संपूर्ण नहीं है, लेकिन आप अप-टू-डेट संग्रह पा सकते हैं

<https://nocodestartup.co>

याद रखें कि #NoCodeStartupBook के साथ अपने नो-कोड बिल्ड को टैग करना याद रखें हमारी वेबसाइट पर चित्रित किया जाए।

ऐ

CHATGPT संवादात्मक AI टूल <http://chat.openai.com>

Google द्वारा बार्ड संवादात्मक AI <https://bard.google.com/>

ब्लिट्स एआई-चालित संवादी [www.blits.ai/](http://www.blits.ai/)

पारिस्थितिकी तंत्र

Levity <https://levity.ai/> के साथ रोजमर्रा के कार्यों को स्वचालित करें

ऐ

Metatext बिल्ड, एनोटेट और प्रबंधन <https://metatext.ai/>

एनएलपी उत्पाद



जाहिर है एआई एक नो-कोड डेटा साइंस टूल [www.obvilly.ai/](http://www.obvilly.ai/)

शहद की मक्खी

Backendless पूर्ण API विकास <https://backendless.com/>

Baseql एक सरल API या एक पूर्ण- [www.baseql.com/](http://www.baseql.com/) बनाएँ

से वापस भाग गया

मौजूदा एयरटेबल

तेजी से API खोज और <https://rapidapi.com/hub> से कनेक्ट करें

हजारों API

ऐप बिल्डर्स

Adalo [www.adalo.com/](http://www.adalo.com/) के साथ इंटरैक्टिव ऐप बनाएं

अनुकूलन योग्य टेम्प्लेट और

अवयव

Appoggio Appoggio आपको <https://appoggio.com/> बनाने देता है

शक्तिशाली ऐप्स भर में

वेब और मोबाइल

Apphive No-Code मोबाइल ऐप <https://apphive.io/>

निर्माता

Appmatser.io मोबाइल ऐप बिल्डर एक <https://appmaster.io/> के साथ

शक्तिशाली बैकएंड

AppSheet <https://about.appsheet.com/> का उपयोग करके शक्तिशाली ऐप्स का निर्माण करें

Google शीट

बेटी ब्लॉक कम कोड व्यवसाय [www.bettyblocks.com/](http://www.bettyblocks.com/) का निर्माण करते हैं

अनुप्रयोग

ब्रावो स्टूडियो देशी मोबाइल ऐप [www.bravostudio.app/](http://www.bravostudio.app/)

एआई के साथ संचालित

क्लैपिया का निर्माण डिजिटल [www.clappia.com/](http://www.clappia.com/)

परिवर्तनकारी ऐप्स

फ्लिपलेट बिल्ड मोबाइल और वेब ऐप्स <https://fliplet.com/>

बिना कोड

Flutterflow <https://flutterflow.io/> के लिए एक शक्तिशाली मंच

भवन ऐप्स

Kodika.io IOS और Android बनाएँ <https://kodika.io/>

ड्रैग एंड ड्रॉप के साथ ऐप्स

Microsoft Power Apps NO-CODE APPS फॉर बिजनेस <https://powerapps.microsoft.com/>

IOS और [www.moxly.io/](http://www.moxly.io/) के लिए moxly AI ऐप बिल्डर

एंड्रॉइड

Pandasuite <https://pandasuite.com/> के लिए एक लचीला नो-कोड टूल

बिल्डिंग ऐप्स और

प्रस्तुतियों

सैंडबॉक्स कॉमर्स अपने ई-कॉमर्स [www.sandboxcommerce.com/](http://www.sandboxcommerce.com/)

एक मोबाइल ऐप में स्टोर करें

Thunkable No-Code मोबाइल ऐप <https://thunkable.com/#/>

विकास

स्वचालन

AirSlate बनाएँ दस्तावेज़ वर्कफ़्लो [www.airslate.com/](http://www.airslate.com/)

Boomi शक्तिशाली व्यवसाय <https://boomi.com/>

स्वचालन

Flowshot.ai अपने Google <http://flowshot.ai/> पर AI लागू करें

शीट्स

गुडफ्लो स्वचालित और प्रबंधित <https://goodflow.io/>

व्यापारिक वर्कफ़्लो

Hipporello सुपरचार्ज योर ट्रेलो [www.hipporello.com/](http://www.hipporello.com/)

बोर्डों

Make.com शक्तिशाली दृश्य स्वचालन [www.make.com/en](http://www.make.com/en)

Jestor ऑल-इन-वन वर्कफ़्लो <https://jestor.com/>

स्वचालन

JotForm साइन सिग्नेचर ऑटोमेशन टूल [www.jotform.com/products/sign/](http://www.jotform.com/products/sign/)

परबोला स्वचालित कॉम्प्लेक्स <https://parabola.io/>

workflows

Scribe बनाएँ विज़ुअल स्टेप-बाय-स्टेप <https://scribehov.com/>

गाइड

टैंगो कैप्चर और स्वचालित [www.tango.us/](http://www.tango.us/)

सेकंड में प्रक्रियाएं

Twilio स्वचालित ग्राहक [www.twilio.com](http://www.twilio.com)

सगाई

Zapier <https://zapier.com/> के हजारों ऐप्स कनेक्ट करें

सुगमता से

ब्लॉकचैन

बिटकॉइन <https://mash.com/> के साथ MASH माइक्रोप्रायमेंट

ICME बिल्ड वेब 3 ऐप्स बिना कोड [www.icme.io/](http://www.icme.io/)

Abridged बिल्ड और मैनेज करें <https://abridged.io/>

विकेंद्रीकृत परियोजनाएं

Niftify [www.niftify.io/](http://www.niftify.io/) में एक NFT व्यवसाय बनाएं

सेकंड

चार्ट

ग्राफी <https://graphy.app/> से दृश्य रेखांकन बनाएं

आपका डेटा

Hadmean सेकंड में व्यवस्थापक ऐप्स बनाएँ <https://hadmean.com/>

छवि चार्ट तुरंत सुंदर [www.image-charts.com/](http://www.image-charts.com/) बनाते हैं

चार्ट

QuickChart ओपन सोर्स चार्ट API <https://quickchart.io/>

चैटबॉट्स

BigRadar नो-कोड संवादात्मक <https://bigradar.io/> बनाएँ

चैटबॉट्स

Blits.ai एक संवादी ai पारिस्थितिकी तंत्र [www.blits.ai/](http://www.blits.ai/)

Botmother कोड के बिना चैटबॉट का निर्माण करता है

CHATBOT ग्राहक सेवा को स्वचालित करें [www.chatbot.com/](http://www.chatbot.com/)

चैटबॉट्स

Flowxo प्रीमियर एआई चैट

बॉट टूल <https://flowxo.com/>

फॉर्मिटो एक चैटबॉट जो बुनियादी <https://formito.com/> की जगह लेता है

फार्म

JOONBOT A NO-CODE CHATBOT बिल्डर <https://joonbot.com/>

लैंडबॉट एक शक्तिशाली नो-कोड चैटबॉट <https://landbot.io/>

निर्माता

समुदाय

थ्रेडो एक सामुदायिक प्रबंधन [www.threado.com/](http://www.threado.com/)

प्लैटफ़ॉर्म

एक पूर्ण समुदाय भवन को सर्कल करें <https://circle.so/>

और प्रबंधन उपकरण

डिस्कॉर्ड एक समर्पित <https://discord.com/> बनाएं

सामुदायिक चर्चा

प्लैटफ़ॉर्म

Buddypress निर्माण बहुमुखी समुदायों <https://buddypress.org/>

इस वर्डप्रेस प्लगइन के साथ

MeltingSpot एक ऑनलाइन समुदाय का निर्माण करें [www.meltingspot.io/](http://www.meltingspot.io/)

किसी भी व्यवसाय के लिए

डेटाबेस

एयरटेबल बिल्ड पावरफुल डेटाबेस <https://airtable.com/>

की सादगी के साथ

स्प्रेडशीट

Baserow एक ओपन-सोर्स नो-कोड <https://baserow.io/>  
डेटाबेस

Google ऑनलाइन स्प्रेडशीट है कि [www.google.co.uk/sheets/](http://www.google.co.uk/sheets/)  
एक डेटाबेस के रूप में युगल

FormBeaver बिल्ड और होस्ट कस्टम [www.formbeaver.com/](http://www.formbeaver.com/)  
कोड के बिना डेटाबेस

JotForm टेबल [www.jotform.com/products/tables/](http://www.jotform.com/products/tables/) में डेटा एकत्र और प्रबंधित करें  
एक सर्व-एक कार्यक्षेत्र

MicroDB [www.microdb.co/](http://www.microdb.co/) के साथ एक नो-कोड डेटाबेस  
ऑटो-जनरेट स्क्रीन

दस्तावेज़ और [www.notion.so/](http://www.notion.so/) के लिए एक जगह धारण करें  
अपना पूरा व्यवसाय चलाएं

डिज़ाइन

बूटस्ट्रेप स्टूडियो <https://bootstrapstudio.io/> के निर्माण के लिए एक डेस्कटॉप ऐप  
उत्तरदायी वेबसाइटें

fffuel एसवीजी फाइलें, पैटर्न, <https://fffuel.co/> जनरेट करें  
और सेकंड में पृष्ठभूमि

स्टूडियो एआई संचालित वेब डिज़ाइन <https://studio.design/>  
आश्चर्यजनक रूप से आश्चर्यजनक वायरफ्रेम्स [www.visily.ai/](http://www.visily.ai/)

और प्रोटोटाइप

अंजीर [www.figma.com/](http://www.figma.com/) के लिए एक सहयोगी सॉफ्टवेयर  
इंटरफ़ेस डिजाइन

Canva [www.canva.com/en\\_gb/](http://www.canva.com/en_gb/) के साथ सुंदर डिजाइन बनाएं  
एक ड्रैग और ड्रॉप इंटरफ़ेस

Envato तत्व असीमित रचनात्मक <https://elements.envato.com/> डाउनलोड करें  
आपकी परियोजनाओं के लिए संपत्ति

Vecteezy रॉयल्टी मुक्त वेक्टर कला, तस्वीरें, [www.vecteezy.com/](http://www.vecteezy.com/)  
और वीडियो

वेक्टरस्टॉक पेशेवर डिजाइन संपत्ति [www.vectorstock.com/](http://www.vectorstock.com/) प्राप्त करें  
अपने व्यवसाय के लिए

डिजिटल डाउनलोड

गुमरोड <https://gumroad.com/> के माध्यम से ऑनलाइन कुछ भी बेचते हैं  
आपकी अपनी वेबसाइट

डिजिटल <https://payhip.com/> को बेचने के लिए एक मंच  
पाठ्यक्रम और डाउनलोड

पॉडिया डिजिटल उत्पाद बेचते हैं, [www.podia.com/](http://www.podia.com/)  
कार्यशालाएं, और पाठ्यक्रम

ई-कॉमर्स

बिग कॉमर्स प्रोफेशनल ई-कॉमर्स [www.bigcommerce.co.uk/](http://www.bigcommerce.co.uk/)

प्रबंधन प्लेटफॉर्म

चेकआउट पेज अपने <https://checkoutpage.co/> के लिए एम्बेडेड चेकआउट

वेबसाइट

मेकर फिगमा डिज़ाइन को स्टोर [www.maker.co/](http://www.maker.co/) में बदल दें

पृष्ठों

Microweber सुंदर वेबसाइट बनाएं और <https://microweber.com/>

ईकॉमर्स स्टोर

एक वैश्विक ईकॉमर्स प्लेटफॉर्म [www.shopify.com/](http://www.shopify.com/) shopify

Wix एक ईकॉमर्स स्टोर का निर्माण करता है <https://wix.com>

आसान ड्रैग और ड्रॉप टूल्स के साथ

ईमेल

MailChimp खेती और मेलिंग का प्रबंधन <https://mailchimp.com/>

सूचियों

ConvertKit एक व्यापक ईमेल <https://convertkit.com/>

विपणन उपकरण

Aweber कनेक्ट और स्वचालित ईमेल [www.aweber.com/](http://www.aweber.com/)

अनुभव

अपोलो [www.apollo.io/](http://www.apollo.io/) के लिए स्वचालित ईमेल बनाएं

दुनिया भर में खरीदार

फार्म

कॉग्निटो फॉर्म शक्तिशाली रूपों का निर्माण आसानी से [www.cognitofrms.com/](http://www.cognitofrms.com/)

Flexform आपके [www.flexforms.com/](http://www.flexforms.com/) के लिए लचीले रूप बनाएं

व्यापार

[www.jotform.com/](http://www.jotform.com/) के साथ शक्तिशाली फॉर्म

सशर्त तर्क

माइटीफॉर्म फॉर्म जो भुगतान एकत्र करते हैं [www.mightyforms.com/](http://www.mightyforms.com/)

टाइपफॉर्म शक्तिशाली रूपों का निर्माण करता है जो [www.typeform.com](http://www.typeform.com)

डेटा इकट्ठा करें

खेल

बिल्डबॉक्स AI <https://signup.buildbox.com/> का उपयोग करके गेम बनाएं

निर्माण ब्राउज़र-आधारित गेम बनाएँ [www.construct.net/en](http://www.construct.net/en)

GamesAlad शक्तिशाली नो-कोड गेम मेकर <https://gamesalad.com/>

GDevelop A 2D/3D NO-CODE गेम <https://gdevelop.io/>

ऐप बनाना

Stencyl कोड के बिना गेम बनाएँ [www.stencyl.com/](http://www.stencyl.com/)

लैंडिंग पेज

बाउंसपेज मोबाइल-फ्रेंडली <https://bounce.page/> बनाएँ

लैंडिंग पेज

Bowwe तेजस्वी वेबसाइट बनाएं और <https://bowwe.com/>

लैंडिंग पेज जल्दी

बिल्डर [www.builder.ai/](http://www.builder.ai/) के बिना सुंदर ऐप बनाएं

कोड

अर्लीबर्ड सरल लैंडिंग पृष्ठ बनाएँ <https://earlybird.im/>

यह ग्राहक मिलता है

विभिन्न प्रकार के <https://grapedrop.com/> के लिए एक पेज बिल्डर

मामलों का उपयोग करें

Carrd सरल, मुक्त, उत्तरदायी <https://carrd.co/>

लैंडिंग पेज

बाजारों

Kreezalid एक ऑनलाइन [www.kreezalid.com/](http://www.kreezalid.com/) बनाएं और विकसित करें

मिनटों में बाज़ार

Sharetribe एक ऑनलाइन मार्केटप्लेस [www.sharetribe.com/](http://www.sharetribe.com/) का निर्माण करें

जल्दी से

Tangram A WebFlow संचालित [www.tangram.co/](http://www.tangram.co/)

बाज़ार

सदस्यता

भूत अपने दर्शकों को एक <https://ghost.org/> में बदल दें

व्यापार

सदस्यता [www.memberspace.com/](http://www.memberspace.com/) में एक सदस्यता साइट लॉन्च करें

मिनट

Wordpress एक बहुमुखी CMS जो <https://wordpress.org> प्रदान करता है

सदस्यता प्लगइन्स

आवाज़

Castup AI- संचालित पॉडकास्ट क्रिएशन [www.usecastup.com/](http://www.usecastup.com/)

औजार

विवरण शक्तिशाली वीडियो और [www.descript.com/](http://www.descript.com/)

पॉडकास्टिंग क्रिएशन टूल

Otter <https://otter.ai/> से AI- जनित नोट्स प्राप्त करें

आपकी बैठकें

वॉयसफ्लो डिज़ाइन, टेस्ट और लॉन्च वॉयस [www.voiceflow.com/](http://www.voiceflow.com/)

सहायकों

वेब ऐप्स

Adalo कोड [www.adalo.com/](http://www.adalo.com/) के बिना वेब ऐप्स का निर्माण करें  
अनुकूलन योग्य टेम्पलेट के साथ  
और घटक

Appgyver बिल्ड ऐप्स नेत्रहीन [www.appgyver.com/](http://www.appgyver.com/)

Beezer ड्रैग और ड्रॉप प्रोग्रेसिव [www.beezer.com/](http://www.beezer.com/)

ऐप बिल्डर

एक शक्तिशाली ऐप बबल

बिल्डिंग टूल <https://bubble.io/>

कैस्पियो का निर्माण शक्तिशाली व्यवसाय [www.caspio.com/](http://www.caspio.com/)

अनुप्रयोग

फ्लिपलेट बिल्ड वेब और मोबाइल ऐप्स <https://fliplet.com/>

बिना कोड

फ्रंटली बिल्ड ऐप्स एआई के साथ सेकंड में [www.frontlypapp.com/](http://www.frontlypapp.com/)

ग्लाइड शक्तिशाली व्यावसायिक ऐप्स [www.glideapps.com/](http://www.glideapps.com/)

अपने डेटा से

Glowbom <https://glowbom.com/> के लिए गेम और ऐप्स का निर्माण करें

लोकप्रिय प्लेटफ़ॉर्म

नूडल स्केलेबल लो-कोड ऐप्स [www.noodl.net/](http://www.noodl.net/) बनाएँ

एआई के साथ

Notaku धारणा संचालित वेबसाइट <https://notaku.so/>

Pory.io एक बहु-पर्पस नो-कोड ऐप <https://pory.io/>

निर्माता

SOFTTR एक Google [www.softtr.io/](http://www.softtr.io/) से सॉफ्टवेयर का निर्माण करें

शीट या एयरटेबल

स्टैकर [www.stackerhq.com/](http://www.stackerhq.com/) से हाई-इम्पैक्ट ऐप्स बनाएं

आपका व्यावसायिक डेटा

Toddle <https://toddle.dev/> के लिए सुंदर इंटरफेस बनाएं

आपका डेटा

Typedream सब कुछ आपको <https://typedream.com/> होना चाहिए

ऑनलाइन बेचने में सक्षम

Wappler <https://wappler.io/> के निर्माण के लिए एक कम-कोड टूल

उत्तरदायी वेबसाइटें

Ycode डेटा-संचालित वेबसाइटें [www.ycode.com/](http://www.ycode.com/) बनाएँ

सुंदर डिजाइनों के साथ

डेटाबेस फ़ील्ड प्रकार

पाठ: किसी भी प्रकार के पाठ डेटा को संग्रहीत करने के लिए उपयोग किया जाता है। इसमें नाम शामिल हो सकते हैं,



विवरण, पते, और इतने पर।

लंबा पाठ: पाठ के समान लेकिन पाठ के बड़े निकायों के लिए डिज़ाइन किया गया।

टिप्पणियों, नोटों, या किसी अन्य बड़े पाठ-आधारित संग्रहीत करने के लिए उपयोगी है सामग्री।

संख्या: संख्यात्मक डेटा संग्रहीत करने के लिए उपयोग किया जाता है। यह एक पूर्णांक हो सकता है या दशमलव और अक्सर मात्रा, कीमतों या अन्य संख्यात्मक के लिए उपयोग किया जाता है मान।

बूलियन: सही/गलत या हां/नहीं मानों को स्टोर करने के लिए उपयोग किया जाता है। के लिए उपयोगी हो सकता है झंडे या संकेतक।

दिनांक/समय: एक विशिष्ट दिनांक और समय को संग्रहीत करने के लिए उपयोग किया जाता है। के लिए उपयोगी शेड्यूलिंग इवेंट्स, लॉगिंग टाइमस्टैम्प, आदि।

दिनांक: एक समय घटक के बिना एक तिथि संग्रहीत करने के लिए उपयोग किया जाता है।

समय: एक तारीख घटक के बिना एक समय संग्रहीत करने के लिए उपयोग किया जाता है।

प्रतिशत: प्रतिशत मूल्यों को संग्रहीत करने के लिए उपयोग किया जाता है।

मुद्रा: मौद्रिक मूल्यों को संग्रहीत करने के लिए उपयोग किया जाता है। वास्तविक मुद्रा (जैसे USD, EUR, आदि) को अक्सर निर्दिष्ट किया जा सकता है।

ईमेल: ईमेल पते संग्रहीत करने के लिए उपयोग किया जाता है। कुछ सिस्टम हो सकते हैं

यह सुनिश्चित करने के लिए डेटा को स्वचालित रूप से मान्य करें कि यह एक उचित रूप से स्वरूपित है मेल पता।

फोन नंबर: फोन नंबर स्टोर करने के लिए उपयोग किया जाता है। ईमेल की तरह, कुछ सिस्टम डेटा को मान्य कर सकते हैं।

URL: वेब URL को स्टोर करने के लिए उपयोग किया जाता है। फिर, कुछ सिस्टम मान्य कर सकते हैं डेटा।

छवि: छवि फ़ाइलों को संग्रहीत करने के लिए उपयोग किया जाता है।

फ़ाइल: किसी भी प्रकार की फ़ाइल को संग्रहीत करने के लिए उपयोग किया जाता है।

सूची: मूल्यों की सूची संग्रहीत करने के लिए उपयोग किया जाता है। मान किसी अन्य के हो सकते हैं पाठ या संख्या की तरह टाइप करें।

मानचित्र: भौगोलिक स्थानों को संग्रहीत करने के लिए उपयोग किया जाता है।

रेटिंग: रेटिंग मूल्यों को संग्रहीत करने के लिए उपयोग किया जाता है, जैसे कि पांच में से स्टार रेटिंग।

रंग: रंग मानों को संग्रहीत करने के लिए उपयोग किया जाता है, अक्सर एक प्रारूप में जैसे हेक्साडेसिमल।

संदर्भ: विभिन्न में रिकॉर्ड के बीच संबंध बनाने के लिए उपयोग किया जाता है

टेबल। यह एक पारंपरिक संबंधपरक में एक विदेशी कुंजी के समान है डेटाबेस।

सामान्य डेटाबेस संचालन

यहां कुछ सामान्य प्रकार के ऑपरेशन हैं जिन्हें आप चाहते हैं

एक नो-कोड डेटाबेस और जिस सामान्य सूत्र के लिए आप उपयोग कर रहे हैं, उसमें प्रदर्शन करें

हर एक को। ये सरलीकृत भाव हैं, और सटीक वाक्यविन्यास या आपके द्वारा उपयोग की जाने वाली विधि नो-कोड प्लेटफ़ॉर्म के आधार पर भिन्न हो सकती है आप उपयोग कर रहे हैं

मूल अंकगणितीय संचालन

- इसके अलावा: फ़ील्ड 1 + फ़ील्ड 2
- घटाव: फ़ील्ड 1 - फ़ील्ड 2
- गुणा:  $\text{Field1} * \text{Field2}$
- डिवीजन: फ़ील्ड 1 / फ़ील्ड 2
- प्रतिशत:  $(\text{फील्ड 1} / \text{फील्ड 2}) * 100$
- औसत:  $(\text{फील्ड 1} + \text{फील्ड 2} + \dots + \text{फील्डन}) / \text{एन}$

पाठ संक्रांति

- दो फ़ील्ड में शामिल होना:  $\text{Field1 और "" \& Field2}$  (यह  $\text{Field1}$  में शामिल होगा और बीच में एक स्थान के साथ फ़ील्ड 2।)
- एक निरंतर स्ट्रिंग के साथ एक फ़ील्ड में शामिल होना: फ़ील्ड 1 और "निरंतर स्ट्रिंग"

सशर्त संचालन

- अगर-तब-एलसी: यदि (स्थिति,  $\text{value\_if\_true}$ ,  $\text{value\_if\_false}$ )। यह यदि शर्त सच है, तो  $\text{value\_if\_true}$  लौटाएगा, और यदि शर्त गलत है तो  $\text{value\_if\_false}$ ।

दिनांक और समय संचालन

- दो तिथियों के बीच अंतर:  $\text{DateField1} - \text{DateField2}$ । यह आमतौर पर दिनों में अंतर देगा।
- एक तिथि के कुछ हिस्सों को निकालना: वर्ष (डेटफील्ड) जैसे कार्य, माह (डेटफील्ड), और दिन (डेटफील्ड) आपको देगा क्रमशः एक तारीख क्षेत्र से वर्ष, महीने और दिन।

एकत्रीकरण कार्य

- SUM:  $\text{SUM}(\text{FieldName})$  आपको सभी का कुल योग देगा  $\text{FieldName}$  में मान।
- गिनती: गिनती ( $\text{FieldName}$ ) आपको की संख्या देगा रिकॉर्ड जहां फ़ील्डनाम शून्य नहीं है।
- औसत: औसत ( $\text{FieldName}$ ) आपको औसत देगा  $\text{FieldName}$  का मान।

$\text{FieldName}$  का मान।

- न्यूनतम/अधिकतम: मिनट (फील्डनाम) और अधिकतम (फील्डनाम) देंगे आप क्रमशः  $\text{FieldName}$  में सबसे छोटे और सबसे बड़े मूल्य हैं।

Oceanofpdf.com

अनुक्रमणिका

ए

पृष्ठ 112 के बारे में

193

त्वरक 141-142, 171-175

लेखा सॉफ्टवेयर 170-171

एक्शन योग्य मेट्रिक्स 158, 161

गतिविधियाँ

ऑटोमेशन 107

एक फोटो अपलोड फ़िल्ड 86-88 के साथ उपयोगकर्ता फॉर्म बनाएं

फ्लोचार्ट्स 43

कम-निष्ठा प्रोटोटाइप 49-50

मैप आउट डेटा 73

Adalo 3, 57, 70, 71, 81, 82, 127, 191, 199

एडाप्टिंग, 30 पर ध्यान केंद्रित करें

एडोब 48

एडोब इलस्ट्रेटर 164

Adode XD 76

विज्ञापन रणनीतियाँ 123-125

एकत्रीकरण कार्य 202

ऐ आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस (एआई) देखें

Airbnb 30

एयरस्लेट 192

एयरटेबल 56-57, 61, 63, 69

-70, 82, 160, 189, 194

71-73 के साथ विलो.सोशल डेटाबेस का निर्माण

अक्कियो 103

एलेक्सा 100

अमेज़न 30, 100

अमेज़न कॉग्निटो 136

अमेज़न डायनामोडब 136

अमेज़न आरडीएस 136

अमेज़न S3 136

विश्लेषणात्मक उपकरण 144

एंड्रॉइड 77, 78

एंगेलिस्ट 168

API (एप्लिकेशन प्रोग्रामिंग इंटरफ़ेस) 82-83, 90, 181, 192

93-96 में गहरी गोता

95-96 का उपयोग करने के कारण

बनाम एक वेबहूक 98-103

और willo.social 105-107  
API गेटवे (अमेज़ॉन) 136  
API प्रबंधन (IBM) 138  
अपोलो 168, 170, 196  
ऐप बिल्डर्स 81, 191-192  
Appoggio 191  
Appgyver 199  
Apphive 191  
Appmatser.io 191  
ऐप्स, बाहरी डेटा से कनेक्टिंग 103-107  
AppSheet 69, 191  
Appy पाई 81  
आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस (एआई) 23-24, 198  
बाजार पर नो-कोड टूल 102-103  
उपयोग, ऐप्स में 99-103  
आसन 166  
मान्यताओं  
32 को परिभाषित करना  
परीक्षण 31-33  
स्वचालित ईमेल कैप्चर 26-28  
स्वचालित वर्कफ़्लो 20, 99  
ऑटोमेशन 174, 192-193  
और एपीआई 95  
107 बनाना  
परिभाषित 89-93  
AWEBER 196  
AWS (अमेज़ॉन वेब सेवाएं) 135-137  
AWS 137 सक्रिय करें  
AWS 136 को बढ़ाता है  
Aws हनीकोड 136  
Azure DevOps 141  
Azure लॉजिक ऐप्स 140  
बी  
बी 2 बी (व्यापार के लिए व्यापार) 24, 113, 159  
बी 2 सी (वाणिज्य टू कॉमर्स) 24, 158  
बैक-एंड  
सही उपकरण 56-57 चुनना

फ्रंट-एंड से कनेक्टिंग 82-84  
55-56 को परिभाषित करना  
नो-कोड डेवलपमेंट में 56  
बैकएंडलेस 192  
बार्ड 198  
बेसकैप 135  
BASEQL 192  
बेसरो 194  
बेस (एयरटेबल) 69-70  
मूल अंकगणितीय संचालन 201  
बीज़र 199  
शुरुआती 189-190  
के लिए सलाह (एम.जे. मैग्डॉनन) 189-190  
के लिए सलाह (स्टीफन मिशेल) 186  
बेटलिस्ट 125  
बेटी ब्लॉक 191  
बेजोस, जेफ 30  
BigCommerce 81, 196  
BigQuery 139  
BIGRADAR 194  
बिंग खोज 168  
Blits.ai 194, 198  
बूँद/बाइनरी, डेटा प्रकार 73  
ब्लॉकचेन 193  
BLUHOST 128  
बूलियन 72, 200  
BOOMI 192  
बूटस्ट्रैप स्टूडियो 195  
बूटस्ट्रैपिंग 131-134, 167  
विकल्प: पेशेवरों और विपक्ष 133-134  
132 का लाभ  
का पथ, नो-कोड संस्थापकों के लिए 132-133  
वास्तविक जीवन खाता 133  
स्व-फंडिंग 131-132  
बोटमदर 194  
बाउंसपेज 197  
बोवे 197

ब्रावो स्टूडियो 191  
ब्रिन, सर्गेई 2  
बबल 3, 5, 9, 10, 57, 70, 81, 82, 83, 86, 87, 91, 110, 127, 163, 166, 199  
नया उत्पाद या सेवा जोड़ना 118-119  
वर्कफ़्लोज़ बनाना 117-119  
डेटाबेस 70-71  
डेटाबेस, 110-111 की स्थापना  
फ्लेक्सबॉक्स 116-117  
फ्रंट एंड 70-71  
मिलियन लैब्स 178-179, 180  
प्लगइन्स 119  
स्ट्रैबो 188  
परीक्षण 119-120  
उपयोगकर्ता इंटरफ़ेस, सेटिंग अप  
111-117  
Willo.social 81-82, 105, 106  
बडीप्रेस 194  
बिल्डबॉक्स 197  
बिल्डर 197  
इमारत  
नया उत्पाद या सेवा जोड़ना 118-119  
वर्कफ़्लोज़ बनाना 117-119  
डेटाबेस, 110-111 की स्थापना  
प्लगइन्स 119  
परीक्षण 119-120  
उपकरण, 109-110 का चयन  
उपयोगकर्ता इंटरफ़ेस, 111-117 की स्थापना  
व्यावसायिक धारणाएं मान्यताओं को देखते हैं  
व्यावसायिक विवरण तालिका, संबंधपरक डेटाबेस 64  
सी  
कैलेंडली 28, 170  
शिविर, गैरेट 35  
रद्दीकरण, 145 का समझ मूल्य  
कैनवा 43, 164, 169, 195  
CARRD 197  
कैस्पियो 199  
कास्टअप 198

चार्ट 193  
Char/varchar, डेटा प्रकार 72  
चैट, संबंधपरक डेटाबेस 66  
चैटबॉट 194  
चैटबॉट्स 194  
चैट 23-24, 100, 101-102, 166, 168, 169, 170, 198  
चेकआउट पेज 196  
चेकआउट पृष्ठ 112  
सर्कल 194  
क्लैपिया 191  
क्लाउड फ़ंक्शंस (Google) 139  
क्लाउड फ़ंक्शंस (IBM) 137  
क्लाउड रन (Google) 139  
CNAME रिकॉर्ड 127  
कोड, ई.एफ. 59  
कोडनेम 126  
सह-संस्थापक 1, 3, 172, 173-175  
कॉग्निटो फॉर्म 197  
कोल्डफ्यूजन 2  
रंग, डेटाबेस क्षेत्र 201  
समुदाय 194  
कंसीयज MVP 34-35  
सशर्त संचालन 202  
सशर्त कथन 83, 84-86  
कनेक्टिविटी 8-9  
निर्माण 197  
कंटेंट जनरेशन, चैटगिप्ट 101 के साथ  
सामग्री प्रबंधन प्रणाली (CMS) 81  
वेबफ्लो 71, 92  
सामग्री विपणन 124  
निरंतर सुधार 156-157  
कन्वर्टकिट 196  
कॉपी 166  
लागत 8  
लागत बचत, और एपीआई 96  
पागल 8 फ्रेमवर्क 19-22, 31  
रचनात्मक बाधाएं 8



क्रिएटर एट्रिब्यूशन 164  
सीआरएम (ग्राहक संबंध प्रबंधन) आवेदन 91, 96, 105, 169  
क्राउडसोर्सिंग प्लेटफॉर्म 20  
CSS 75  
मुद्रा, डेटाबेस फ़िल्ड 200  
ग्राहक खोज 18, 29, 31  
ग्राहक साक्षात्कार 143-144  
ग्राहक सहायता, चैट 101 के साथ  
ग्राहक प्रशंसापत्र 125  
ग्राहकों  
आधार 25 को परिभाषित करना और शोधन करना  
24-25 का पता लगाना और साक्षात्कार करना  
डी  
Dall-E 100, 101-102  
डेटा  
और एपीआई 95  
स्वचालन उपकरण और 103-107  
मैपिंग आउट 73  
ऑकड़ा पुनर्प्राप्ति  
API 98 के साथ  
वेबहूक 97-98  
डेटा ट्रैकिंग 159-160  
डेटाबेस फ़िल्ड प्रकार 200-201  
डेटाबेस संचालन, सामान्य 201-202  
डेटाबेस 57-58, 136, 194-195  
सही एक 62-68 चुनना  
110-111 की स्थापना  
संबंधपरक मॉडल की श्रेष्ठता 62-64  
की दुनिया, 58-59 समझाया  
DataRobot 102  
दिनांक, डेटाबेस फ़िल्ड 200  
दिनांक और समय संचालन 202  
दिनांक समय  
डेटा टाइप 73  
डेटाबेस फ़िल्ड 200  
निर्णय लेने की रूपरेखा 174-175  
DELETE 94

डिस्क्रिप्ट 198  
डिजाइन 195  
विस्तृत उत्पाद पृष्ठ 112  
डेवलपर्स 7  
174 पर निर्भरता कम  
डिजिटल डाउनलोड 196  
डिस्कॉर्ड 194  
DNS (डोमेन नाम प्रणाली) सेटिंग्स 126-127, 128  
डोमेन अधिग्रहण 126  
डोरसी, जैक 148  
ड्रीमविवर 1-2  
ड्रॉपबॉक्स 36-37  
Drupal 81  
गतिशील विकल्प 118-119, 118  
ईटी  
अर्लीबर्ड 197  
आसान किराया 21  
ईकॉमर्स, संसाधन 196  
ई-कॉमर्स ऐप 97  
ई-कॉमर्स बिल्डर्स 81  
दक्षता, और एपीआई 96  
'और-इफ' स्टेटमेंट 85-86  
ईमेल 166  
इमाई  
एल 196  
विज्ञापन रणनीतियाँ 123  
स्वचालित ईमेल कैप्चर 26-28  
कस्टम ईमेल पते 127-129  
डेटाबेस फ़ील्ड 200  
साक्षात्कार अनुरोध 25-26  
अंतिम उपयोगकर्ता 11  
उद्यमशीलता, 22-23 का परिदृश्य  
एनवाटो तत्व 164, 165, 195  
नैतिक विचार 102  
Etsy 15  
EventBrite 22  
एक्सेल 23, 140

खर्च, ट्रैकिंग और निगरानी 134  
विशेषज्ञ फ्लोचार्ट 42  
बाहरी डेटा, ऐप को 103-107 से कनेक्ट करना  
बाहरी सेवाएं, और एपीआई 95  
एफ  
फेसबुक 2, 15, 16, 123, 124, 158, 159  
फेसबुक समूह 22  
फेसबुक पिक्सेल 127  
विफलता, 10-13 से सीखना  
फ़ीचर सुझाव तंत्र 153  
प्रतिक्रिया  
पर अभिनय: सुनकर बनाम 53 कार्यान्वयन  
समेकन: पैटर्न की पहचान 53-54  
प्रासंगिक: बड़ी तस्वीर 53  
145-146 का दस्तावेजीकरण  
50-53 इकट्ठा करना  
पुनरावृत्त प्रक्रिया 52-53, 54  
लॉन्च 122  
मेंटरिंग प्रोग्राम 17-18  
मिश्रित, 52-54 की समझ बनाना  
मॉस्को विधि और 154  
और प्रोटोटाइप 50-53  
और ट्रस्ट 122  
समझ 52  
अप्रत्याशित अंतर्दृष्टि 145  
उपयोगकर्ता, 153-154 के साथ काम करना  
दृश्य प्रोटोटाइप 51-52  
फफुएल 195  
अंजीर 48, 76, 195  
फ़ाइल, डेटाबेस फ़ील्ड 201  
वित्तीय बफ़र्स 135  
फायरबेस 138  
500 स्टार्टअप 171  
Fiverr 165-166  
फ्लैट-फाइल डेटाबेस 58  
फ्लेक्सबॉक्स 116-117  
फ्लेक्सफॉर्म 197

लचीलापन, 151-152 को पूंजीकरण  
फ़्लिकर 148  
फ्लिपलेट 191, 199  
फ्लोट/डबल, डेटा प्रकार 72  
फ्लोचार्ट्स 40-42, 41, 42  
Flowshot.ai 192  
फ्लोक्सो 194  
Flutterflow 9, 192  
फोट 164  
टेबल पर भोजन 34-35  
विदेशी कुंजियाँ 59, 66-67, 110  
फॉर्म बिल्डर्स 81  
फॉर्मबीवर 195  
फॉर्मिंटो 194  
फॉर्म 197  
फॉर्मस्टैक 81  
फ्रीलांस प्लेटफॉर्म 20  
फ्रंट एंड  
बबल 70-71  
सही दृष्टिकोण चुनना 79-80  
बैक-एंड 82-84 से कनेक्ट करना  
75-77 को परिभाषित करना  
विकास 76  
उपकरण और वे 80-82 क्या करते हैं  
फ्रंटली 199  
फ्रंटपेज 1-2  
पूर्ण-स्टैक डेवलपर 75  
धन उगाहने वाले 135, 167-168, 189  
जी  
खेल 197  
गेमलैड 197  
गेट्स, बिल 131  
Gdevelop 197  
जनरल एआई 100  
GET 93  
भूत 198  
गिग वर्कर्स 165-166

GitHub 102, 135, 140-141  
ग्लाइड 69, 77, 86, 87, 92, 163, 184-185, 199  
ग्लोवबॉम 199  
जीमेल 168, 170  
GODADDY 128  
गुडफ्लो 192  
Google 2, 105, 124, 181  
Google अलर्ट 169  
Google Analytics 127, 159  
Google कैलेंडर 166, 170  
Google क्लाउड 138-139  
कंप्यूटर समाधान 139  
मशीन लर्निंग और एआई सेवाएं 139  
स्टार्टअप्स 139 के लिए Google क्लाउड  
Google क्लाउड स्टोरेज 138  
Google डेटा स्टूडियो 160  
Google ड्राइव 48, 170  
Google फॉर्म 27, 81  
Google मैप्स प्लेटफॉर्म 139  
Google स्थान 105, 119  
Google शीट्स 23, 56-57, 68-69, 70, 82, 87, 92, 153, 168, 195  
Google वेंचर्स 19  
Google कार्यक्षेत्र 128, 139, 170  
जीपीटी 17  
ग्रेपड्रोप 197  
ग्राफिक्स 164  
ग्राफी 193  
बढ़ना या धुरी  
डेटा, और सूचित निर्णय 143-145  
डेटा की समझ 145-150  
बढ़ते भी देखें; पिवट  
बढ़ती  
155-156 को प्राथमिकता देने की कला  
152-154 बढ़ने के लिए चुनना  
फ़ीचर सुझाव तंत्र 153  
प्रतिक्रिया को प्राथमिकता देने के लिए मॉस्को विधि 154  
नई सुविधाओं के लिए रोडमैप 153

उपयोगकर्ता प्रतिक्रिया, 153-154 के साथ काम करना

गुमरोड 196

एच

हैडमैन 193

हीरो हेडर/इमेज 113, 114-115, 114

पदानुक्रमित डेटाबेस 58

उच्च-निष्ठा प्रोटोटाइप 46-47

हिप्पोरेलो 193

हॉफमैन, रीड 150

होम पेज 111

HTML 75, 76, 78

HTTP 93, 104, 105

हबस्पॉट 169

स्टार्टअप्स 141 के लिए हबस्पॉट

में

आईबीएम ऐप कनेक्ट 137

आईबीएम क्लाउड 137

आईबीएम क्लाउडेंट 137

IBM DB2 138

आईबीएम वाटसन सर्विसेज 137

ICME 193

आइडिया जनरेशन, चैटगिप्ट 101 के साथ

विचार नोटबुक 17

'अगर 'कथन 84

'IF-ELSE 'स्टेटमेंट 84, 84-85

छवि, डेटाबेस फ़िल्ड 200

छवि चार्ट 193

आय, पूरक 134

इन्फ्लुएंसर मार्केटिंग 124

इंस्टाग्राम 123

इंस्टापेज 81

एकीकरण, और एपीआई 95-96

इंटीग्रोमैट 28, 70

बौद्धिक संपदा 19

इंटरैक्टिव लर्निंग 101-102

प्रारंभिक चरण 141 के लिए इंटरकॉम

इंटरशिप कार्यक्रम 20

साक्षात्कार अनुरोध ईमेल 25-26  
साक्षात्कार, संभावित ग्राहक 25-26  
निवेशक 23, 181, 189  
iOS 77, 78  
istockphoto 165  
Iterating 33, 54  
उत्पाद रोडमैप 156  
प्रतिक्रिया 52-53, 54 के आधार पर शोधन  
आईट्यून्स 148  
जे  
जावा 77  
JavaScript 75, 94-95  
जेस्टर 193  
जॉब्स, स्टीव 131  
जूमला 81  
जूनबोट 194  
Jotform 27, 197  
Jotform साइन 193  
जोटफॉर्म टेबल्स 195  
JSON (JavaScript ऑब्जेक्ट नोटेशन) 94-95, 105  
K  
कलानिक, ट्रैविस 35  
प्रमुख विशेषताएं 11  
KODIKA.IO 192  
कोटलिन 77  
क्रीज़ालिद 198  
एल  
लैंडबॉट 194  
लैंडिंग पेज बिल्डर्स 81  
लैंडिंग पृष्ठ MVP 36-37  
लैंडिंग पेज 197  
शुरू करना  
विज्ञापन रणनीतियाँ 123-125  
अलग -अलग दृष्टिकोण 121-123  
अतिरिक्त तकनीक आपको 125-129 की आवश्यकता हो सकती है  
लीड प्रबंधन 91  
लीडपेज 81



दुबला संचालन 134  
सीखना, 30 पर ध्यान केंद्रित करें  
सीखना कर्व 9  
लेविटी 198  
लाइसेंसिंग समझौते 164  
लिंकडइन 17, 24, 26, 95, 123, 124, 150  
लिंकडइन क्रोम एक्सटेंशन 170  
सूची, डेटाबेस क्षेत्र 201  
लाइव स्ट्रीम 124-125  
लंबा पाठ, डेटाबेस फ़ील्ड 200  
नीच  
6 को परिभाषित करना  
आज के उद्यमियों के लिए 6-7  
कम निष्ठा प्रोटोटाइप  
49-50 बनाना  
45-46 को परिभाषित करना  
47-49 के प्रकार  
जब 46 का उपयोग करें  
एम  
मैग्डालिन, व्लाद 6  
मैगडॉन्ग, माइकल जॉन 187-190  
Magento 81  
Mailchimp 27-28, 135, 167, 196  
मेक 90, 103, 104-105, 106, 163, 193  
निर्माता 196  
कई-से-कई (एम: एम) रिश्ते 60-61  
नक्शा, डेटाबेस फ़ील्ड 201  
बाजार 22-23  
बाजार अनुसंधान, और निवेशक 23  
बाज़ार 198  
मैश 193  
मध्यम 9  
5  
Meetup.com 22  
MeltingSpot 194  
सदस्यता 198  
सदस्यता 198

मेंडिक्स 6  
मेंटरिंग प्रोग्राम 17-18  
मेनू 116  
मेनू समूह 114, 114  
संदेश, संबंधपरक डेटाबेस 66  
संदेश पृष्ठ 112  
मेटेटक्स 198  
मेट्रिक्स  
160-161 की संख्या से परे  
157-161 के लिए गाइड  
निगरानी 159-160  
डेटा ट्रैकिंग 159-160 के लिए नो-कोड टूल  
वैनिटी मेट्रिक्स बनाम एक्शन योग्य मेट्रिक्स 158  
वे 158-159 क्यों मायने रखते हैं  
माइक्रोडब 195  
Microsoft 139-141  
Microsoft 365 128, 140  
Microsoft Azure 139-140  
Microsoft कैलेंडर 170  
Microsoft प्रवाह पावर स्वचालित देखें  
स्टार्टअप 141 के लिए Microsoft  
Microsoft पावर ऐप्स 192  
माइक्रोवेबर 196  
पराक्रमी 197  
मिलियन लैब्स 177-182  
Minecraft 167  
मिरो 43, 48  
मिशेल, स्टीफन 182-186  
मिक्सपनेल 159-160  
MLJAR 102-103  
सोमवार.कॉम 166, 169  
मुद्रीकरण, 134 की शुरुआत में  
मनी मैनेजमेंट 134-135  
मंकीलेर्न 102  
मॉस्को फ्रेमवर्क 38-40, 154, 155  
प्रेरणा 184  
मोक्सली 192

एमवीपी

सही प्रकार का चयन 37-38

29-30 को परिभाषित करना

33-38 के उदाहरण

38-40 को संशोधित करने के लिए मॉस्को फ्रेमवर्क का उपयोग करना

एमएक्स (मेल एक्सचेंजर) रिकॉर्ड 128-129

माइस्पेस 2

एन

N8N 90

नमेचेप 128

संकीर्ण ऐ 100

देशी ऐप्स 77-78, 79, 80

नेविगेशन बार 116

नेटप्लिक्स 100, 148

नेटवर्क डेटाबेस 58

नेटवर्क 125

Nifty 193

नो-कोड विकास, 56 में बैक-एंड

बिना संकोच

4-5 को परिभाषित करना

181 का भविष्य

186 का महत्व

7-10 की सीमाएँ

3-4 की नई दुनिया

आज के उद्यमियों के लिए 6-7

नो-कोड डेटाबेस, लोकप्रिय 68-73

नो-कोड मानसिकता 163, 173-175

नो-कोड प्लेटफॉर्म 9

नूडल 199

नोटाकु 199

धारणा 23, 63, 73, 166, 189, 195

nteger, डेटा प्रकार 72

संख्या, डेटाबेस फ़ील्ड 200

हे

उद्देश्य-सी 77

वस्तुनिष्ठता 18

ऑब्जेक्ट-ओरिएंटेड डेटाबेस 58

जाहिर है।  
ओडो 148  
एक-से-कई (1: एम) रिश्ते 60  
एक-से-एक (1: 1) रिश्ते 60  
Openai 23-24, 100  
विकल्प 67-68 सेट करता है  
आदेश प्रबंधन पृष्ठ 112  
आदेश समीक्षा पृष्ठ 112  
ऑर्डर टेबल, रिलेशनल डेटाबेस 65  
ओटर 199  
Outsystems 6, 57, 82  
पी  
पेज, लैरी 2  
भुगतान विज्ञापन 124  
पांडासुइट 192  
परबोला 193  
पेपिप 196  
भुगतान, 145 का मूल्य समझ  
पेपैल 15, 147, 150  
पेंसिल 47-48  
प्रतिशत, डेटाबेस क्षेत्र 200  
PEXELS 165  
फोन नंबर, डेटाबेस फ़ील्ड 200  
तस्वीरें 164-165  
Pinterest 148  
146-150 पिवटिंग  
150-152 पिवट का चयन  
प्रतिक्रिया 52-53 के आधार पर शोधन  
प्लगइन्स 8, 119  
पोडिया 196  
Pory.io 199  
POST 93  
पावर ऐप्स (Microsoft) 140  
पावर स्वचालित 140  
पावर बी 140  
PowerPoint 140  
व्यावहारिक कार्य 13-14

प्रेस विज्ञप्ति 124  
प्राथमिक कुंजियाँ 59, 66, 67, 110  
154, 155-156 को प्राथमिकता देना  
समस्या  
19-22 समाधान बनाना  
मौजूदा समाधान 22-23  
15 की पहचान करना  
10-11 से बाहर स्कोप  
उत्पाद खोज प्लेटफार्म 125  
उत्पाद हंट 125  
उत्पाद सूची पृष्ठ 112  
उत्पाद पृष्ठ 111, 112  
उत्पाद सड़क  
भवन 154-155  
निरंतर सुधार 156-157  
के लिए डेटा, 157 का चयन  
156 को लागू करना  
156 पर iterating  
नई सुविधाओं के लिए 153  
उत्पाद तालिका, संबंधपरक डेटाबेस 65  
उत्पाद-बाजार फिट 16  
प्रगतिशील वेब ऐप्स (PWAS) 78-79, 79, 80  
परियोजना प्रबंधन 166  
प्रोटोटाइप 2.0 150-151  
लचीलापन 151-152  
152 पिवटिंग के बिना  
पुश नोटिफिकेशन 97  
पुश सिद्धांत 97  
PUT 94  
क्यू  
क्वेरी, कॉम्प्लेक्स, API 98  
प्रश्नावली 51-52  
त्वरित चार्ट 184  
QuickChart 193  
आर  
तेजी से API 192  
रेटिंग, डेटाबेस फील्ड 201

वेबहूक 99 के साथ रियल-टाइम अपडेट,  
रीड, तारा 6  
संदर्भ, डेटाबेस फ़ील्ड 201  
पंजीकरण पृष्ठ 111  
संबंधपरक डेटाबेस  
59-61 की चढ़ाई  
बिल्डिंग 63-68  
59-60 पर नज़दीक देखें  
57-58 को परिभाषित करना  
62-64 की श्रेष्ठता  
60-61 में रिश्तों को समझना  
अभ्यास के माध्यम से समझ: एयरटेबल 61  
58-59 समझाया गया  
समूह 115, 115 को दोहराना  
रिपोर्टिंग 91  
अनुरोध आवृत्ति, API 98 के साथ  
अनुरोध-प्रतिक्रिया मॉडल 97  
रिसर्च 11  
उत्तरदायी डिजाइन 79  
समीक्षा तालिका, संबंधपरक डेटाबेस 65-66  
रोडमैप उत्पाद रोडमैप देखें  
रोसो, मैनुअल 35  
एस  
बिक्री मंच 21  
सैंडबॉक्स कॉमर्स 192  
स्केलेबिलिटी 7, 9, 62, 96, 136, 139, 151  
12 नीचे स्केलिंग  
'परिदृश्य 104  
मुंशी 193  
खोज इंजन अनुकूलन (एसईओ) 124  
खोज परिणाम पृष्ठ 111  
Seesy 177-178, 180  
आत्मनिर्भरता 174  
सर्वर लोड, WebHook 99 के साथ कम करना  
सर्वर-साइड सॉफ्टवेयर विकास बैक-एंड देखें  
SharePoint 140  
Sharetribe 109, 110, 198

Shopify 81, 196  
एकल सुविधा MVP 35-36  
एकल-सुविधा उत्पाद 38  
सिरी 100  
सुस्त 48  
साबुन 105  
सोशल मीडिया 123  
सोशल मीडिया शेड्यूलर 169-170  
सामाजिक पायलट 169  
सॉफ्ट लॉन्च 122  
SOFTTR 86, 87, 92, 109, 199  
खर्च, 134 को प्राथमिकता देना  
स्प्रेडशीट 56-57, 63, 145, 183  
स्प्राउट सोशल 169  
SQCDP (सुरक्षा, गुणवत्ता, लागत, वितरण और लोग) 182-186  
SQL (सुरक्षित क्वेरी भाषा) 63  
स्क्वायरस्पेस 81  
स्टैकर 69, 199  
स्टार्टअप त्वरक 141-142  
स्टार्टअप क्रेडिट 135-137  
IBM 138 के साथ स्टार्टअप  
क्षेत्र की नई कंपनियों  
पुराने दिन 1-3  
वास्तविक दुनिया की समस्याओं के समाधान के रूप में 18  
स्टेंसील 197  
स्टोन, बिज़ 148  
स्ट्रैबो 187-190  
स्ट्राइप 106-107, 181  
स्टूडियो 195  
सदस्यता-आधारित मूल्य निर्धारण 8, 145  
अधीक्षक एआई 100  
सर्वेक्षण 167  
सर्वेक्षण 51-52, 144  
एसवीजी (वैक्टेज़ी) 164  
स्विफ्ट 77  
स्विनमर्न, निक 34  
टी



टैगो 193  
तंग्रम 198  
टास्क क्रिएशन 91  
टीम 11  
-12, 173-175  
टीमें 140  
टेक इको सिस्टम  
त्वरक 171-175  
164-166 की मदद करने के लिए उत्पाद, उपकरण बनाएं  
बिना कोड के व्यवसाय का प्रबंधन, 169-171 के लिए उपकरण  
पैसे जुटाना, के लिए उपकरण  
167-168  
टीम के सदस्य 173-175  
TechCrunch 2, 168  
टेकस्टार 171  
टेम्प्लेट 8, 48  
परीक्षण/परीक्षण  
बिल्डिंग 119-120  
डिजाइनिंग 32  
परिणामों का मूल्यांकन 33  
निष्पादित 32  
इन-व्यक्ति 51  
वर्चुअल 51  
पाठ, डेटाबेस फ़ील्ड 200  
पाठ संक्रांति 201-202  
पाठ/लंबा पाठ, डेटा प्रकार 73  
थ्रेडो 194  
थंक 192  
समय, डेटाबेस क्षेत्र 200  
टॉडल 199  
ट्रैकिंग उपकरण 127  
ट्रेडमार्क 126  
ट्रेलो 166, 170  
ट्विलियो 193  
ट्विलियो सेगमेंट 141  
ट्विटर 123  
टाइपट्रीम 199

टाइपफॉर्म 81, 153, 160, 166, 197

यू

उबेर 35-36

अनबिसी 18

81

Unsplash 165

अपवर्क 165

URL, डेटाबेस फ़्रील्ड 200

उपयोगकर्ता आधार 29-30

प्रयोगकर्ता का अनुभव

और एपीआई 96

CHATGPT 102 के साथ व्यक्तिगत

Dall-E 102 के साथ व्यक्तिगत

उपयोगकर्ता फॉर्म, निर्माण 86-88

उपयोगकर्ता इंटरैक्शन, रिकॉर्डिंग 144

उपयोगकर्ता इंटरफ़ेस, 111-117 की स्थापना

उपयोगकर्ता प्रोफ़ाइल पृष्ठ 112

उपयोगकर्ता अनुसंधान 23-24

उपयोगकर्ता सेटिंग पृष्ठ 112

उपयोगकर्ता तालिका, संबंधपरक डेटाबेस 64

उपयोगकर्ता-केंद्रित दृष्टिकोण 11

वी

वैनिटी मेट्रिक्स 158, 161

VECTEEZY 164, 195

वेक्टरस्टॉक 164, 195

विक्रेता 9

वेंचर कैपिटलिस्ट्स (वीसीएस) 167-168

वीडियो 165

आभासी सहायक 20

विजुली 195

दृश्य बिल्डर 76

दृश्य सामग्री पीढ़ी, डल-ई 101 के साथ

दृश्य प्रोटोटाइप 51-52

आवाज 198-199

वॉयसफ्लो 199

डब्ल्यू

वॉल्टर्स, जोफ 177-182

WAPPLER 200

वेब ऐप 78, 79, 80, 199–200

वेबफ्लो 5, 27, 71, 92, 163, 189

वेब होस्टिंग 127

वेबहूक 97–98

बनाम API 98–103

वेबिनार 124–125

वेबसाइट बिल्डर्स 81

Weebly 81

Willo.social 16, 18, 19, 22, 25, 25, 27, 31, 38, 41, 79

बूटस्ट्रैपिंग 133

और बबल 81–82, 105, 106

Airtable 71–73 के साथ बिल्डिंग डेटाबेस

कॉपी 166

API 105–107 के साथ बढ़ाया

प्रतिक्रिया 145

रिकॉर्डिंग ग्राहक इंटरैक्शन 144

सदस्यता 145

वायरफ्रेम्स 32, 48, 113

विक्स 27, 81, 196

OZ MVP 33–34, 38 का जादूगर

शब्द 140

वर्डप्रेस 2, 5, 8, 27, 81, 109, 127, 198

वर्कफ़्लो पॉपअप 117

वर्कफ़्लो 83–84, 91, 102, 104, 112, 116, 118 भी देखें

87, 117–119 बनाना

एक्स

X 148, 150

Y

Ycode 200

Ycombinator 171

YouTube 5

जेड

जैपियर 28, 70, 90, 103, 104, 106, 160, 163, 166, 168, 193

ZAPPOS 33–34

ज़ोहो सीआरएम 169

ज़ूम 28, 48

जुकरबर्ग, मार्क 2

Oceanofpdf.com

व्यावहारिक प्रेरणा प्रकाशन से एक त्वरित शब्द ...

हमें उम्मीद है कि आपको यह पुस्तक व्यावहारिक और प्रेरणादायक दोनों मिल गई है - कि हम किसके साथ लक्ष्य रखते हैं

हर किताब जिसे हम प्रकाशित करते हैं।

हम नेतृत्व, उद्यमिता, एचआर और से लेकर विषयों पर शीर्षक प्रकाशित करते हैं

स्व-विकास और भलाई के लिए विपणन।

हमारी सभी पुस्तकों का विवरण खोजें: [www.practicalinspiration.com](http://www.practicalinspiration.com)

क्या आप जानते हैं...

हम अपने सभी शीर्षकों की थोक बिक्री पर छूट की पेशकश कर सकते हैं - आदर्श यदि आप उनका उपयोग करना चाहते हैं

प्रशिक्षण के उद्देश्य, कॉर्पोरेट giveaways या केवल इसलिए कि आपको लगता है कि ये विचार योग्य हैं अपने नेटवर्क के साथ साझा करने के लिए।

हम अपनी पुस्तकों के bespoke संस्करण भी तैयार कर सकते हैं, उदाहरण के लिए आपके साथ संगठन का लोगो और/या एक सिलवाया हुआ अग्रदूत।

आगे चर्चा करने के लिए, हमें [info@practicalinspiration.com](mailto:info@practicalinspiration.com) पर संपर्क करें।

एक व्यावसायिक पुस्तक के लिए एक विचार मिला?

हम सहायता करने में सक्षम हो सकते हैं। हमारे साथ साझेदारी में प्रकाशन के बारे में अधिक जानकारी प्राप्त करें:

[bit.ly/pipublishing](http://bit.ly/pipublishing)

सामाजिक मीडिया पर हमारा अनुसरण करें...

@Piptalking

@pip\_talking

@practicalinspiration

@piptalking

व्यावहारिक प्रेरणा प्रकाशन

Oceanofpdf.com