

MVP (Minimum Viable Product)

หลักการใช้งานของ MVP (Minimum Viable Product)

MVP (Minimum Viable Product) เป็นหนึ่งในวิธีการพัฒนาผลิตภัณฑ์แบบ Lean Startup ซึ่งมุ่งเน้นที่การตรวจสอบความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในตลาดจริงอย่างรวดเร็ว หลักการของ MVP คือ:

1. ประหยัดทรัพยากร: มีฟีเจอร์ที่จำเป็นสำหรับการทดสอบความคิด ซึ่งจะช่วยให้สามารถลดการใช้ทรัพยากรที่ไม่จำเป็นได้
2. ทดสอบสมมติฐาน: เป็นเครื่องมือสำหรับการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับตลาด ฟีเจอร์ที่ต้องการ และการตอบสนองของลูกค้า
3. การเรียนรู้: การเก็บข้อมูลจากการใช้งานและคำติชมจากผู้ใช้จะช่วยให้ทางทีมพัฒนาเข้าใจเกี่ยวกับความต้องการของลูกค้าอย่างดีขึ้น และทำการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ในรอบถัดไป
4. ลดความเสี่ยง: ด้วยการลงทุนในส่วนที่มีความสำคัญที่สุดของผลิตภัณฑ์, จะช่วยลดความเสี่ยงในการพัฒนาฟีเจอร์ที่ไม่เกี่ยวข้องหรือไม่ได้รับการตอบรับจากตลาด
5. ยืดหยุ่นในการปรับแก้: การพัฒนา MVP ยังให้ความยืดหยุ่นในการปรับเปลี่ยนหรือปรับปรุงตามคำติชมจากลูกค้า
6. สร้างความเชื่อมั่น: ช่วยให้ผู้ร่วมทุน หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเห็นความคืบหน้าและความเป็นไปได้ของผลิตภัณฑ์ และจึงสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้น เมื่อทำความเข้าใจหลักการเหล่านี้

ประโยชน์ของการใช้ MVP (Minimum Viable Product)

1. ตรวจสอบแนวคิด: MVP ช่วยให้ทดสอบแนวคิดของผลิตภัณฑ์ในตลาดจริง โดยไม่ต้องลงทุนมาก.
2. รับคำติชม: ทำให้เรารับคำติชมจากลูกค้าหรือผู้ใช้งานแรก ๆ และปรับปรุงผลิตภัณฑ์ตามความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า.
3. ลดความเสี่ยง: การพัฒนา MVP แทนที่จะเป็นผลิตภัณฑ์ครบวงจรช่วยลดความเสี่ยงที่จะลงทุนเวลาและทรัพยากรในฟีเจอร์หรือคุณสมบัติที่ลูกค้าไม่ต้องการ.
4. ประหยัดทรัพยากร: โดยการ concentrate ไปที่ฟีเจอร์หลัก ๆ ของผลิตภัณฑ์, การใช้ MVP ช่วยประหยัดทรัพยากรและเวลาในการพัฒนา. เรียนรู้เกี่ยวกับตลาด: ผ่าน MVP, ธุรกิจสามารถเรียนรู้เกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมาย, ความต้องการของลูกค้า, และการตอบสนองต่อฟีเจอร์ต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว.
5. ความยืดหยุ่น: ด้วยฟีเจอร์ที่น้อยลง, การเปลี่ยนแปลงหรือการปรับปรุงผลิตภัณฑ์จะง่ายและรวดเร็วขึ้น.



Dropbox การเริ่มต้นด้วย MVP

เป็นตัวอย่างที่น่าจดจำมาก ๆ สำหรับวิธีการที่ทั้งฉลาดและแปลกใหม่ในการประเมินความสนใจของตลาด. ในตอนแรก, ผู้ก่อตั้งของ Dropbox รู้สึว่าการสร้างผลิตภัณฑ์จริง ๆ ที่มีความซับซ้อนและทำงานได้เต็มรูปแบบจะต้องการเวลาและทรัพยากรมาก แต่เขาต้องการตรวจสอบว่ามีความต้องการจากตลาดสำหรับแนวคิดของเขาหรือไม่ ดังนั้น, แทนที่จะสร้างผลิตภัณฑ์เต็มรูปแบบเขาได้สร้างวิดีโอสาธิตที่แสดงวิธีการใช้งาน Dropbox วิดีโอนี้ให้การเข้าใจว่า Dropbox ทำงานอย่างไร และเป็นวิธีที่ง่ายและชาญฉลาดในการจัดเก็บไฟล์และแบ่งปันไฟล์แบบคลาวด์ เมื่อวิดีโอนี้ถูกปล่อยออกมา, มันสร้างความกระหายในการลงทะเบียนและความสนใจที่มากขึ้นต่อผลิตภัณฑ์จริง ๆ ภายในเวลาอันสั้น, จำนวนผู้ลงทะเบียนของ Dropbox เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ความสำเร็จของการเริ่มต้นด้วย MVP แบบนี้ช่วยให้ Dropbox ได้รับการยืนยันว่ามีความต้องการจริง ๆ จากตลาดสำหรับแนวคิดนี้ และเป็นแรงจูงใจในการพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้เต็มรูปแบบต่อไป ตัวอย่างนี้แสดงให้เห็นถึงการใช้ MVP ในทางที่ไม่เป็นผลิตภัณฑ์จริง ๆ แต่เป็นเครื่องมือที่เป็นประโยชน์ในการประเมินความสนใจและต้อนรับจากตลาด.