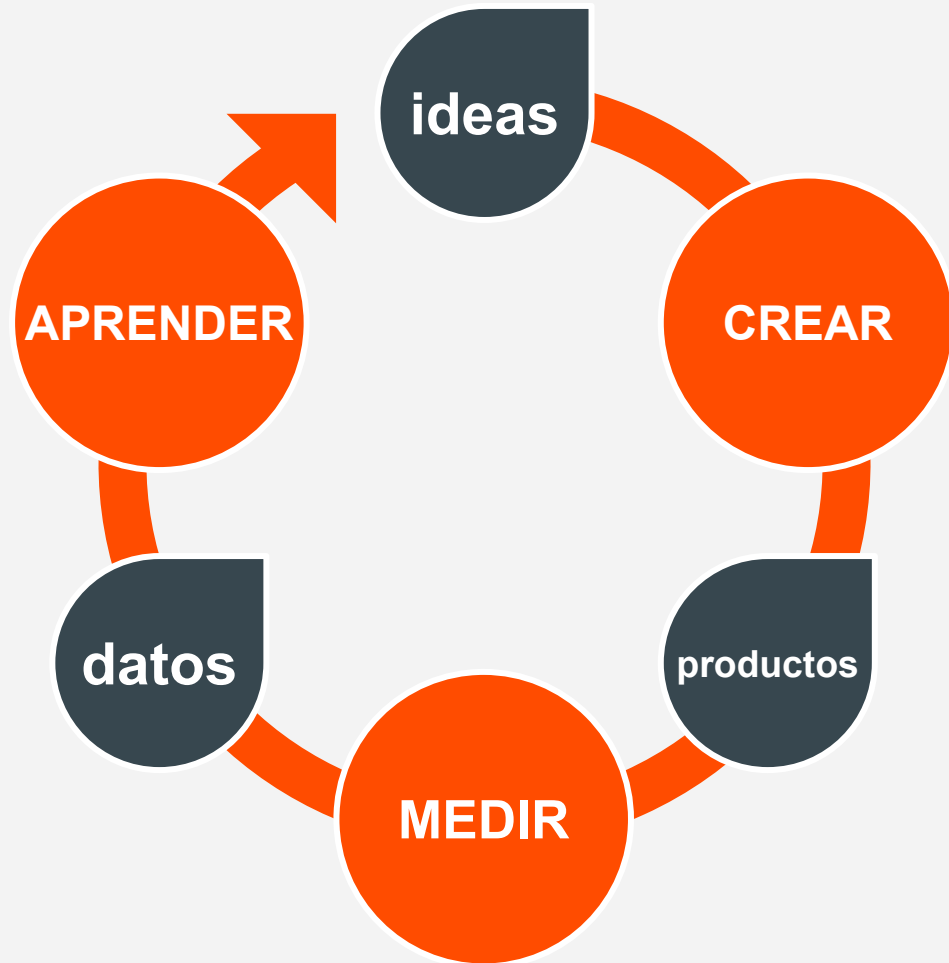


PMV

Taller Paso a Paso



Ciclo de Lean *Startup*



Producto Mínimo Viable - PMV

Es una versión del producto que permite dar una vuelta entera al círculo de Crear-Medir-Aprender para obtener con el mínimo esfuerzo retroalimentación del público objetivo.

Es una herramienta para verificar y validar características del producto.

Producto Mínimo Viable - Para qué

1. Validar características del producto.
2. Evitar construir productos que nadie quiere o necesita
3. Equivocarse rápido y aprender de los errores (Maximizar el aprendizaje)
4. Identificar “early adopters”: Usuarios que están dispuestos a probar el producto que les resuelve un problema aunque no tenga todas las características deseadas

Planeación: Objetivo del PMV

Defina **qué quiere aprender, validar o conocer** con el **PMV**.

Aunque se ha realizado investigación secundaria (*búsqueda en internet*) e investigación primaria (*entrevistas y encuestas*) todavía se tienen supuestos con respecto al comportamiento y gustos de los usuarios. Con el PMV también es válido obtener información que hace falta del público objetivo o validar supuestos. Empiece por validar los **supuestos** que son más **críticos** para su producto, estos son aquellos que de no ser ciertos harían que su producto no solucionara el problema.

Sobre el objetivo u objetivos

- Los objetivos son los del PMV no los del producto.
- Cumplir muchos objetivos es difícil, menos es más.
- Los objetivos deben ser específicos. Objetivos como: **Obtener más información que se podría estar omitiendo.** Es un objetivo muy amplio y medir si se cumple o no puede ser imposible.
Obtener más información acerca de los hábitos alimenticios de los niños en las mañanas.

Ejemplos de objetivos

¿Qué es lo que se quiere aprender?

Averiguar si el 60% o más de las personas están dispuestas a dar sus datos personales por un premio.

Identificar si el 80% de las personas del público objetivo considera que la historia es conmovedora.

Comprobar que más de la mitad de las personas de la tercera edad que participan en el experimento, son capaces de hacer una manualidad siguiendo las instrucciones de un video.

Planeación: Qué es e indicadores

Describa detalladamente en qué consiste su PMV.

https://docs.google.com/presentation/d/1Qc24xlvbdrvXYwqcjy2H_5KRWtClapqESwPYRbsN6hww/edit?usp=sharing

Defina cuáles indicadores va a utilizar para medir el éxito de la prueba del PMV. Además defina qué valor mínimo debe tomar ese indicador para decir que el supuesto es cierto. Los indicadores deben ser numéricos(número de likes, numero de clicks, número de visitas, número de personas) o porcentajes.

Planeación: Experimento:

Elabore la guía del experimento, esta debe incluir:

- a. Descripción paso a paso de lo que se debe hacer cuando se vaya a probar el PMV con su público objetivo.
- b. Lista de lo que debe observar.
- c. Lista de lo que debe preguntar.

La guía debe servir para que cualquier miembro del equipo pueda desarrollar la actividad de experimentación con el PMV.

*NOTA: **El PMV** se debe probar con personas de su público objetivo, sino no tendría sentido la prueba. Consideraciones por el Covid-19.*

Ejecución: Evidencias

Capturas de pantalla, notas de voz, formularios de encuestas, mensajes de grupos, entrevistas telefónicas o virtuales. Pruebas de la ejecución del experimento ordenadas, accesibles y vinculadas con el análisis.

Todas las entrevistas deben tener una guía de entrevista, debe estar claro porque se hacen las preguntas y cual es la lista de preguntas.

Análisis:

Concluya sobre la ejecución del experimento

- a. Describa los resultados que obtuvo
- b. Responda ¿Cómo afectan los resultados el diseño del producto?

Comunicado de prensa

1. Encabezado: Es donde se anuncia el nombre del producto. ¿Entiende su público objetivo el significado del nombre? ¿Estarán interesados en saber más?
2. Sub-encabezado: Declare en una frase quien es el público objetivo de su producto y como este producto los va a beneficiar.
3. Resumen: Haga un resumen de lo que es el producto y de sus beneficios.
4. Problema: ¿Cuál es el problema que su producto resuelve? ¿Cuales son las dificultades o inconvenientes que su público objetivo sufre y que justifican la existencia del producto.
5. Solución: Como su producto elimina las dificultades o inconvenientes que el público objetivo sufre sin obligarlo a cambiar su estilo de vida o sentir que hace mucho esfuerzo.

Comunicado de prensa

6. Cómo empezar: Cual es el primer paso que debe tomar el usuario potencial para empezar a usar su producto. Describa el primer paso ideal que le dará un beneficio inmediato a su usuario potencial.
7. Frase de un cliente: Que diría su usuario ideal después de que el producto soluciona su problema.

https://docs.google.com/document/d/15inOLx_cPzIVxEiM7COY9DO4BnO4GsUkmp2fDOaApsQ/edit?usp=sharing

Entrega 3:

Definición del producto.

1. Comunicado de prensa.
2. Estructura.
3. Sketch del componente critico.
4. Moodboard y muestra de la apariencia visual.

PMV

1. Planeación.
2. Ejecución.
3. Análisis de resultados del **PMV**.