Оглавление

1 Термины и аббревиатуры 2

2 Назначение сервиса 2

3 Функциональные требования 3

3.1 Основной сценарий использования сервиса пользователями 3

3.3 Требования к организации взаимодействия руководителей стартапов и менеджеров-трекеров 3

3.4 Требования к процессу разработки проблемного интервью 3

1 Термины и аббревиатуры

MVP (Minimal Viable Product) — минимальный жизнеспособный продукт, который обладает минимальным набором функций, позволяющих проверить его востребованность на группе первых пользователей и получить отзывы.

СА - стартап — проект по созданию нового продукта в рамках научно технологического инновационного проекта, создаваемый для коммерциализации результатов интеллектуальной деятельности (научных и прикладных разработок).

ГMVP - гипотеза MVP.

ГПС - гипотеза проблемы сегмента.

ГЦП - гипотеза ценностного предложения.

ИА - интервью актуальности.

ИФ - интервью-форма.

ПИ - проблемное интервью.

ПИА - подтверждающее интервью актуальности.

ПС - проблема сегмента.

ППИ - подтверждающее проблемное интервью.

ПЦС - представитель целевого сегмента.

РИД — результат интеллектуальной деятельности.

РС - руководитель стартапа.

ЦП - ценностное предложение.

ЦС - целевой сегмент.

ИР - инновационное решение

ДК - дорожная карта

ГЦС - гипотеза целевого сегмента

*Нумерация таблиц:*

* *Для таблиц первого уровня (сквозных таблиц) предлагается простая порядковая нумерация (“1”, “2”, ...), а также указывается наименование таблицы*
* *Для таблиц второго уровня предлагается нумерация с указанием номера раздела, далее следует порядковая нумерация в рамках данного раздела (“1.1”, “1.2”, …), также указывается наименование таблицы*

# 2 Назначение сервиса

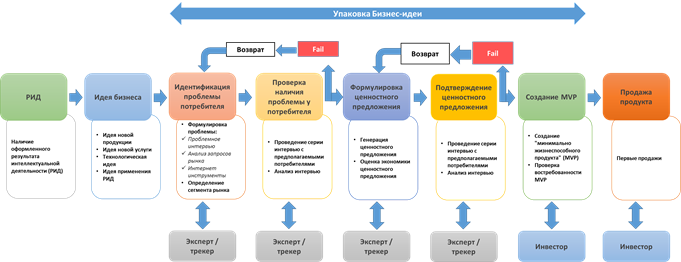
Сервис является площадкой-акселератором для построения бизнес-процессов эффективного взаимодействия участников инновационной деятельности (пользователей). В рамках сервиса предусматриваются следующие роли пользователей:

1.Руководитель стартапа — инициатор и разработчик инновационного проекта, результатом которого должен стать продукт. Цель руководителя стартапа — исследование рынка и подготовка к разработке MVP.

2.Менеджер-трекер проекта (менеджер), осуществляющий его сопровождение. Это внешний специалист (не участник проекта), который абстрактно знает, как нужно развивать проекты. Он оказывает помощь руководителю стартапа и производит контроль его активности в рамках сервиса.

Система предназначена для эксплуатации в вузах и других учреждениях, занимающихся прикладными научными разработками и заинтересованными в коммерциализации результатов интеллектуальной деятельности РИД.

Схема подготовки РИД к коммерциализации



Цель сервиса — информационное сопровождение процесса коммерциализации результатов интеллектуальной деятельности.

Пользователь/инициатор проекта/Руководитель стартапа формулирует один или несколько проектов с научно-технологической составляющей.

Для каждого проекта выбираются целевые сегменты рынка, для которых производится поиск оригинального инновационного решения. Этот поиск является дорожной картой (ДК) к созданию инновационного продукта (ИП) и представлен в виде следующей последовательности действий:

1. Формулировка проекта - название проекта
2. Генерация сегментов. Сегменты привязаны к одному проекту:
   1. РС набрасывает предварительно идеи продуктов и привязывает их к ГЦП
   2. РС определяет несколько гипотез целевых сегментов потенциальных потребителей продукта, определяя для каждого следующие атрибуты: наименование сегмента, сфера деятельности потребителей, род деятельности потребителей, выручка одного потребителя в год, потенциальное количество потребителей, емкость рынка, комфортность коммуникации с представителями сегмента.
   3. РС описывает целевые сегменты потребителей продукта по заданным параметрам
   4. РС выбирает наиболее перспективный целевой сегмент для генерации ГПС.
3. Генерация гипотезы проблемы сегмента (ГПС). Для одного сегмента может быть сгенерировано несколько ГПС. Генерация производится по следующему алгоритму:
   1. РС описывает представителя сегмента по заданным параметрам.
   2. РС составляет список вопросов, руководствуясь предоставленным шаблоном ПИ (Приложение №1. Подготовка к проблемному интервью).
   3. РС определяет необходимое количество респондентов, с которыми нужно провести интервью.
   4. РС Проводит интервью и заносит результаты в систему. Результаты интервью - это текстовые ответы респондентов на вопросы
   5. РС анализирует визуально тексты, формулирует ГПС и заносит их в отдельную таблицу

Таблица 3.1. Результаты проведения проблемного интервью

Проект: **ZZZ**

**Сегмент 1** Дата начала интервью:  **20.05.19**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Имя респондента** | **Дата инт** | **Исполн.** (член команды СА) | **Текст инт (ссылка)** | **ГПС** |
| **Респ 1** | 12.06.19 | Иванов | Ссылка 1 | -Нужно web приложение для структурирования данных.  -Нужен регистратор с Х комплексом функций |
| **Респ 2** | 14.06.19 | Петров | Ссылка 2 | -Нужен девайс 1  -нужен софт 1 |
| **Респ 3** |  |  |  |  |

* 1. РС анализирует ГПС и выбирает ту ГПС, которую стоит проверить и заносит ее в отдельную таблицу.

1. Подтверждение наличия проблемы у потребителя (при помощи интервью в том же сегменте)
   1. РС выбирает ГПС
   2. РС выбирает количество респондентов сегмента и устанавливает сколько тестов должны быть пройдено положительно, чтобы считать, что проблема подтверждена.
   3. РС Составляет вопросы для проведения ППИ
   4. РС Проводит интервью и заносит результаты в систему. Результаты интервью - это текстовые ответы респондентов на вопросы. В практике РСу могут помогать члены команды СА и они могут проводить интервью и делать вывод о том с каким результатом пройден тест “+” или “-”.
   5. РС анализирует визуально тексты результата каждого ППИ и ставит отметку о положительном или отрицательном тесте.
   6. РС считает количество положительных тестов. Значит проблема подтверждена
   7. Результаты должны быть в таблице ниже

Таблица 4.1. Результаты проведения подтверждающего проблемного интервью

**Проект zzz Сегмент 1. Проверка ГПС:** *Нужен девайс 1*

*Тест считается пройденным если положительный результат является 30%*

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| *Наименование респондента* | *Исполнитель* | *Дата ППИ* | *Ссылка на текст интервью* | *Индикатор теста +/ -* |
| Респ 1 | Иванов | 25.05.19 | С1 | **-** |
| Респ 2 | Петров | 26.05.19 | с2 | **+** |
| Респ 3 | Сидоров | 26.05.19 | с3 | **-** |
| Респ 4 | Федоров | 26.05.19 | с4 | - |
| Респ 5 | Широков | 26.05.19 | с5 | + |
| Респ 6 | Сергеев | 26.05.19 | с6 | - |
| Респ 7 | Ванин | 26.05.19 | с7 | + |
| Количество пройденных тестов | | | | 4 |
| Количество проваленных тестов | | | | 3 |
| Результат | | | **Положительно** | 57% |

Т.к. Положительный тест может появится с тестирования N-й проблемы, а также тестироваться могут параллельно несколько проблем в нескольких сегментах, то нужно смотреть историю тестов в виде таблицы ниже.

Таблица 4.2. История тестирования гипотезы проблемы сегмента

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| *Наименование сегмента* | *ГПС* | *Дата генерации* | *Колич респондетов, ед план* | *Колич интервью, ед. факт* | *Дата начала ПИ* | *Дата оконч ПИ, план* | *Дата окончания интервью, факт* | *Индикатор теста*  *+/ -* |
| Сегм 1 | ААААААА | 20.05.19 | 30 | 15 | 25.05.19 | 25.06.19 | 25.07.19 | **-** |
|  | БББББББ | 21.05.19 | 15 | 15 | 26.05.19 | 26.06.19 | 20.06.19 | **+** |
|  | СССС | 22.05.19 |  |  |  |  |  | **-** |
| Сегм 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |

Если проблема подтверждена, то РС переходит к следующему подэтапу генерация ГЦП.

1. **Разработка ЦП**
   1. Формулирование ГЦП

ГЦП разрабатывается по результатам выбранной подтвержденной проблемы (ПС), которое должно решить эту проблему для ЦС. Ценностное предложение - это текстовый блок с визуальным отображением.

В общем виде формулировка ЦП выглядит так:

**Наш \_(товар/услуга) помогает (потребительскому сегменту), которые хотят (выполнить задачу), так, что (снижает, избавляет(проблему)) и (увеличивает, позволяет (выгоду)) в отличии от (конкурирующее ЦП).**

РС (со своей командой) формулирует набрасывает варианты ГЦП и заносит их в таблицу.

Таблица 5.1. Варианты гипотезы ценностного предложения

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **ГЦП** | **Количество клиентов рынка, ед** | **Выборка, ед** | **Объем рынка, руб.** | **Доп описание** |
| ГЦП1 |  |  |  |  |
| ГЦП2 |  |  |  |  |
| ГЦП3 |  |  |  |  |

Каждое ГЦП РС описывает и вставляет в таблицу и затем выбирает один вариант, по своему усмотрению, который должен пройти процедуру подтверждения.

* 1. Подтверждение ценностного предложения
     1. РС составляет сценарий процесса подтверждения (Приложение №2. Программа проверки актуальности ГЦП).
     2. РС проводит интервью, подтверждающие (или опровергающие) актуальность ГЦП
     3. РС проводит проверку интервью перебирая ГЦП один за другим (если они не находят подтверждение актуальности), до тех пор пока одно из ГЦП найдет подтверждение актуальности. Эта процедура должна быть отражена в табл ниже.

Таблица 5.2. Проверка гипотезы ценностного предложения

**Проект zzz Сегмент 1. Проверка ГПС** *Нужен девайс 1*

*Тест актуальности ГЦП считается пройденным если положительный результат является 40%*

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| *Наименование респондента* | *Исполнитель* | *Дата ПИ ГЦП* | *Ссылка на текст интервью* | *Индикатор теста +/ -* |
| Респ 1 | Иванов | 25.05.19 | С1 | **-** |
| Респ 2 | Петров | 26.05.19 | с2 | **+** |
| Респ 3 | Сидоров | 26.05.19 | с3 | **-** |
| Респ 4 | Федоров | 26.05.19 | с4 | - |
| Респ 5 | Широков | 26.05.19 | с5 | + |
| Респ 6 | Сергеев | 26.05.19 | с6 | - |
| Респ 7 | Ванин | 26.05.19 | с7 | + |
| Количество пройденных тестов | | | | 4 |
| Количество проваленных тестов | | | | 3 |
| Результат | | | **Положительно** | 57% |

Все тесты должны быть видны в таблице:

Таблица 5.3. История тестирования гипотезы ценностного предложения

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| *Наименование сегмента* | *ГЦП* | *Дата генерации* | *Колич респондетов, ед план* | *Колич интервью, ед. факт* | *Дата начала ПИ* | *Дата оконч ПИ, план* | *Дата окончания интервью, факт* | *Индикатор теста*  *+/ -* |
| Сегм 1 | ААААААА | 20.05.19 | 30 | 15 | 25.05.19 | 25.06.19 | 25.07.19 | **-** |
|  | БББББББ | 21.05.19 | 15 | 15 | 26.05.19 | 26.06.19 | 20.06.19 | **+** |
|  | СССС | 22.05.19 |  |  |  |  |  | **-** |
| Сегм 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |

По итогам подтверждения ценностного предложения переходим к этапу MVP

1. **Подготовка MVP**

РС в таблице набрасывает варианты MVP.

* 1. РС выбирает ГMVP
  2. РС выбирает количество респондентов сегмента и устанавливает сколько тестов должны быть пройдено положительно, чтобы считать, что проблема подтверждена.
  3. РС составляет вопросы для подтверждения ГMVP
  4. РС проводит интервью и заносит результаты в систему. Результаты интервью - это текстовые ответы респондентов на вопросы. В практике РСу могут помогать члены команды СА и они могут проводить интервью и делать вывод о том с каким результатом пройден тест “+” или “-”.
  5. РС анализирует визуально тексты результата каждого ГMVP и ставит отметку о положительном или отрицательном тесте.
  6. РС считает количество положительных тестов. Значит ГMVP подтверждена
  7. Результаты должны быть в таблице ниже

Таблица 6.1. Проверка гипотезы MVP

**Проект: zzz Сегмент: 1 Проблема: Нужен девайс 1**

*Тест считается пройденным если положительный результат является 30%*

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| *Наименование респондента* | *Исполнитель* | *Дата ППИ* | *Ссылка на текст интервью* | *Индикатор теста +/ -* |
| Респ 1 | Иванов | 25.05.19 | С1 | **-** |
| Респ 2 | Петров | 26.05.19 | с2 | **+** |
| Респ 3 | Сидоров | 26.05.19 | с3 | **-** |
| Респ 4 | Федоров | 26.05.19 | с4 | - |
| Респ 5 | Широков | 26.05.19 | с5 | + |
| Респ 6 | Сергеев | 26.05.19 | с6 | - |
| Респ 7 | Ванин | 26.05.19 | с7 | + |
| Количество пройденных тестов | | | | 4 |
| Количество проваленных тестов | | | | 3 |
| Результат | | | **Положительно** | 57% |

Данные должны быть видны в сводной таблице:

Таблица 6.2. История тестирования гипотезы MVP

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| *Наименование сегмента* | *ПС* | *ГMVP* | *Дата генерации* | *Колич респондетов, ед план* | *Колич интервью, ед. факт* | *Дата начала ПИ* | *Дата оконч ПИ, план* | *Дата окончания интервью, факт* | *Достижение соглашения о покупке / продажа, в ед.*  *+/ -* |
| Сегм 1 | ААААААА | *ГMVP 1* | 20.05.19 | 30 | 15 | 25.05.19 | 25.06.19 | 25.07.19 | **-** |
|  | БББББББ | *ГMVP 2* | 21.05.19 | 15 | 15 | 26.05.19 | 26.06.19 | 20.06.19 | **+** |
|  | СССС |  | 22.05.19 |  |  |  |  |  | **-** |
| Сегм 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

1. **Информационная поддержка** 
   1. РС мониторит исполнение проекта по этапам ДК проекта.
   2. ДК состоит из следующих этапов мониторинга:

* генерация сегментов
* генерация ГПС
* подтверждение ГПС
* разработка ЦП
* подтверждение ЦП
* разработка MVP
* Подтверждение MVP
  1. По итогам завершения одного этапа, система предлагает переход на следующий. При этом, проставляется дата завершения предыдущего этапа (решение РА о провале / успехе по тесту того или иного элемента).
  2. В целом система отображает состояние проекта (данные о завершении этапов):

Таблица 1. Состояние проекта

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Дата генерации | ГПС сгенерирована | ГПС подтверждена | ЦП разработано | ЦП подтверждено | MVP разработан |
| Сегм 1 | 20.05.19 | 20.06.19 | 20.07.19 | 20.08.19 |  |  |
| Сегм 2 | 30.06.19 | 30.07.19 | 30.08.19 |  |  |  |

1. Определение состояния проекта

В данном разделе определяется позиционирование для проекта, который заносится не с нуля. Позиционирование происходит на основании параметров анкеты. Анкета включает в себя этапы дорожной карты проекта:

Таблица 8.1. Определение этапа проекта

Проект № \_\_\_\_

Наименование проекта: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Патент: №\_\_\_ от \_\_\_\_\_\_\_ Название патента: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Макет технологии: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Наименование предполагаемого продукта: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Макет продукта: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Зарегистрированное юр лицо: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Сайт: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Привлеченные инвестиции: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| *Этап 1* | *Этап 2* | *Этап 3* | *Этап 4* | *Этап 5* | *Этап 6* | *Этап 7* |
| **Генераци ГЦС** | **Генерация ГПС** | **Подтверждение наличия ПС в системе** | **Разработка ГЦП** | **Подтверждение ГЦП в системе** | **Подготовка ГMVP** | **Подтверждение ГMVP в системе** |
| Таблица ЦС заполнена | Представители сегмента описаны | ППИ разработано | Таблица ГЦП заполнена | ППИ разработано | ГMVP описано | ПИА разработано |
| ЦС описаны | ПИ разработано | Кол-во ППИ определено | ГЦП описаны | Кол-во ППИ определено | ИА разработано | Кол-во ПИА определено |
| ЦС выбран | Кол-во ПИ определено | ППИ проведены | ГЦП выбрана | ППИ проведены | Кол-во ИА определено | ПИА проведены |
|  | ПИ проведены | Результаты ППИ занесены в систему | Демонстратор разработан | Результаты ППИ занесены в систему | ИА проведены | Результаты ПИА занесены в систему |
|  | Результаты ПИ занесены в систему | Отзыв эксперта получен |  | ГЦП подтверждено | Результаты ИА занесены в систему | MVP подтверждено |
|  | ПС определена | ПС подтверждена |  |  | ГMVP выбран для проверки |  |
|  |  | Запрос заказчика получен |  |  | Макет MVP разработан |  |

***Пример №1. Для проекта, разработанного в рамках системы***

Проект № 1

Наименование проекта: ААА

Патент: №\_\_\_ от \_\_\_\_\_\_\_ Название патента: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Макет технологии: \_\_нет\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Наименование предполагаемого продукта: \_\_\_нет\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Макет продукта: нет

Зарегистрированное юр лицо: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Сайт: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Привлеченные инвестиции: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

*(заливка ниже означает выполнение элементов этапа)*

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ***Этап 1*** | ***Этап 2*** | ***Этап 3*** | ***Этап 4*** | ***Этап 5*** | ***Этап 6*** | ***Этап 7*** |
| **Генераци ГЦС** | **Генерация ГПС** | **Подтверждение наличия ПС в системе** | **Разработка ГЦП** | **Подтверждение ГЦП в системе** | **Подготовка ГMVP** | **Подтверждение ГMVP в системе** |
| Таблица ЦС заполнена | Представители сегмента описаны | ППИ разработано | Таблица ГЦП заполнена | ППИ разработано | ГMVP описано | ПИА разработано |
| ЦС описаны | ПИ разработано | Кол-во ППИ определено | ГЦП описаны | Кол-во ППИ определено | ИА разработано | Кол-во ПИА определено |
| ЦС выбран | Кол-во ПИ определено | ППИ проведены | ГЦП выбрана | ППИ проведены | Кол-во ИА определено | ПИА проведены |
|  | ПИ проведены | Результаты ППИ занесены в систему | Демонстратор разработан | Результаты ППИ занесены в систему | ИА проведены | Результаты ПИА занесены в систему |
|  | Результаты ПИ занесены в систему | Отзыв эксперта получен |  | ГЦП подтверждено | Результаты ИА занесены в систему | MVP подтверждено |
|  | ПС сгенерирована | ПС подтверждена |  |  | ГMVP выбран для проверки |  |
|  |  | Запрос заказчика получен |  |  | Макет MVP разработан |  |

***Пример №2. Для проекта, разработанного по методике, отличной от методики системы***

Для данного варианта, когда проект разрабатывался вне системы, необходимо:

1. Проведение аудита выполнения этапов проекта
2. Составление Дорожной карты для разработки рыночного продукта

Проект № 2

Наименование проекта: БББ

Патент: №\_\_\_ от \_\_\_\_\_\_\_ Название патента: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Макет технологии: \_\_нет\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Наименование предполагаемого продукта: \_\_\_нет\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Макет продукта: нет

Зарегистрированное юр лицо: \_\_\_нет\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Сайт: \_\_\_нет\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Привлеченные инвестиции: \_\_\_нет\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

*(заливка ниже означает выполнение элементов этапа)*

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| *Этап 1* | *Этап 2* | *Этап 3* | *Этап 4* | *Этап 5* | *Этап 6* | *Этап 7* |
| **Генерация ГЦС** | **Генерация ГПС** | **Подтверждение наличия ПС в системе** | **Разработка ГЦП** | **Подтверждение ГЦП в системе** | **Подготовка ГMVP** | **Подтверждение ГMVP в системе** |
| Таблица ЦС заполнена | Представители сегмента описаны | ППИ разработано | Таблица ГЦП заполнена | ППИ разработано | ГMVP описано | ПИА разработано |
| ЦС описаны | ПИ разработано | Кол-во ППИ определено | ГЦП описаны | Кол-во ППИ определено | ИА разработано | Кол-во ПИА определено |
| ЦС выбран | Кол-во ПИ определено | ППИ проведены | ГЦП выбрана | ППИ проведены | Кол-во ИА определено | ПИА проведены |
|  | ПИ проведены | Результаты ППИ занесены в систему | Демонстратор разработан | Результаты ППИ занесены в систему | ИА проведены | Результаты ПИА занесены в систему |
|  | Результаты ПИ занесены в систему | Отзыв эксперта получен (при отсутствии работы в системе) |  | ГЦП подтверждено | Результаты ИА занесены в систему | Соглашение о намерениях |
|  | ПС сгенерирована | ПС подтверждена |  |  | ГMVP выбран для проверки | Договор о покупке |
|  |  | Запрос заказчика получен |  |  | Макет MVP разработан |  |

**3 Функциональные требования**

1. Основной сценарий использования сервиса пользователями
   1. Открытие проекта.
      1. РС регистрируется в системе и заполняет следующие поля:
         * ФИО
         * Телефон
         * Эл. почта
         * Данные о себе
         * Логин
         * Пароль

* + 1. РС входит в систему под своим логином / паролем
    2. РС создает проект: выбирает в меню кнопку “Создать проект”, где открывается форма с окнами для ввода информации
    3. РС вводит данные о проекте
       - Наименование проекта
       - Сокращенное название проекта
       - Описание проекта: *Краткое описание процесса, положенного в основу проекта и где этот процесс РС собирается применить. В чем видится преимущество применения данного процесса перед имеющимися на рынке.*
       - Идея
       - РИД
       - Патент: № \_\_\_ от \_\_\_
       - Название патента: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
       - Суть РИД (без раскрытия сути патента, если заявка на патент не подана)
       - На какой технологии основан (физика, химия, биология…)
       - Макет технологии: есть / нет (фото / видео)
       - Наименование предполагаемого продукта (если сформулирован)
       - Наименование сегмента (если сформулирован)
       - Макет продукта: есть / нет(фото / видео)
       - Зарегистрированное юр лицо
       - Команда: n человек, резюме(дать возможность присоединить файл)
       - Сайт
       - Привлеченные инвестиции
       - Презентация (файл - прицепить)
    4. РС переходит на следующий этап “Генерация целевых сегментов (ЦС)”. Для перехода необходимо нажать кнопку “Переход к этапу Генерация целевых сегментов” или “далее”.
  1. РС создает несколько описаний целевых сегментов потребителей продукта - выбирает в меню кнопку “Создать целевой сегмент”, где открывается форма с окнами для ввода информации:
     + - Наименование сегмента

Далее выбирается модель бизнеса b2b или b2с

Для режима b2с заполняется следующая анкета:

* + - * Сфера деятельности потребителя (образование, …)
      * Род деятельности потребителя (студент, …)
      * Возраст
      * Доход потребителя (тыс руб/мес)
      * Потенциальное количество потребителей (чел)
      * Объем рынка по сегменту (млн / год)

Для режима b2b заполняется следующая анкета:

* + - * Сфера, отрасль потребителя (промышленность, услуги …)
      * Род деятельности потребителя (производство деталей, логистика …)
      * Количество работников
      * Доход предприятия (млн руб/год)
      * Потенциальное количество потребителей (ед)
      * Объем рынка по сегменту (млрд / год)

При необходимости добавить еще один сегмент РС выбирает в меню кнопку “Добавить целевой сегмент” и заносит в форму соответствующую информацию.

* 1. РС выбирает, на основании своего субъективного мнения, наиболее перспективный целевой сегмент (ЦС) путем наведения курсором на нужный сегмент и приложение открывает форму “Генерация ГПС”.
  2. РС создает несколько ГПС - выбирает в меню кнопку “Создать гипотезу проблемы сегмента”, где открывается форма с окнами для ввода информации:
     + - Целевой сегмент (подгружается выбранный как наиболее перспективный ЦС из п.1.3)
       - Описание представителя сегмента (подгружаются данные по ЦС из п.1.2)
       - Гипотеза ПС (краткое описание предполагаемой проблемы)
       - Необходимое количество респондентов-представителей ЦС (чел)
       - Вопросы проблемного интервью (ПИ) (РС может выбрать из предложенного шаблонного списка вопросов и добавить свои):

*1. Какова проблема при выполнении работы X?*

*2. Как вы решаете эту проблему сейчас?*

*3. С помощью какого инструмента / процесса вы справляетесь с поставленной задачей?*

*4. Сколько денег вы тратите на решение задачи?*

*5. На чем вы теряете деньги при использовании нынешнего инструмента / процесса?*

*6. Сколько времени вы тратите на решение задачи?*

*7. Расскажите поподробнее, каков алгоритм вашей работы?*

*8. Что нравится в текущем положении вещей? Что приносит наибольшую радость?*

*9. Что не нравится в текущем положении вещей? Что вызывает наибольшее раздражение?*

*10. Почему вас это беспокоит?*

*11. Каковы последствия этой ситуации?*

*12. Расскажите поподробнее, как решалась задача и что произошло в последний раз? Почему задача не была решена?*

*13. Что еще пытались сделать? Пытались ли найти другое решение (например, в сети интернет)?*

*14. Какие еще инструменты / процессы вы использовали, пока не выбрали данный инструмент / процесс?*

*15. Эти инструменты / процессы оказались недостаточно эффективными?*

*16. Вы ищете активно замену нынешнему инструменту / процессу?*

*17. По какой причине ищете замену?*

*18. Если не ищете, почему?*

*19. Какими функциями должен обладать продукт вашей мечты?*

*20.Имеются ли средства для приобретения инструмента с улучшенными характеристиками?*

*21.Кто будет финансировать покупку?*

*22.С кем еще мне следует переговорить?*

*23.Есть ли еще вопросы, которые мне следовало бы задать?*

*24. Добавить свой вопрос*

* + - * РС проводит интервью вне рамок сервиса (очно) и заносит результаты в систему. Результаты интервью - это текстовые ответы респондентов на вопросы

Таблица 3.1. Список проведенных проблемных интервью

Проект ZZZ. Сегмент 1

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Респондент | Сфера деятельности | Род деятельности | Возраст | Доход (тыс руб/мес) | Дата интервью | Исполнитель (член команды СА) |
| Респ 1 |  |  |  |  |  |  |
| Респ 2 |  |  |  |  |  |  |
| Респ 3 |  |  |  |  |  |  |
| Респ 4 |  |  |  |  |  |  |

Таблица 3.2. Результаты проведения проблемного интервью

Проект ZZZ. Сегмент 1

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Вопрос | Ответ | Респондент |
| Какова проблема при выполнении работы х? |  | Респ 1 |
|  | Респ 2 |
| Как вы решаете эту проблему сейчас? |  | Респ 1 |
|  | Респ 2 |

* + - * РС анализирует визуально тексты, фиксирует формулировки ГПС и заносит их в таблицу

Таблица 3.3. Анализ результатов проведения проблемного интервью

Проект: **ZZZ**

**Сегмент 1** Дата начала интервью:  **20.05.19**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Имя респондента** | **Дата инт** | **Исполн.** (член команды СА) | **Текст инт (ссылка)** | **ГПС** |
| **Респ 1** | 12.06.19 | Иванов | Ссылка 1 | -Нужно web приложение для структурирования данных.  -Нужен регистратор с Х комплексом функций |
| **Респ 2** | 14.06.19 | Петров | Ссылка 2 | -Нужен девайс 1  -нужен софт 1 |
| **Респ 3** |  |  |  |  |

* + - * РС анализирует ГПС и выбирает ту ГПС, которую стоит проверить для выработки ЦП и продукта.

3.1.10 После выбора ГПС для поиска решения РС проводит подтверждающие проблемные интервью (ППИ). Если ППИ удовлетворяет РС он использует дальнейший функционал развития проекта. Если нет, то берет следующую ГПС и так до тех пор, пока не удовлетворится. Если таковой не будет, то РС возвращается к др сегменту и все повторяется сначала.

3.1.11 В зависимости от выбора РС необходимо дать возможность проводить несколько интервью для одного ЦС. В этом случае РС в п. 3.1.6. Создает сразу несколько (равное выбору РС) интервью-форм (ИФ), которые размещаются в одной папке проблемное интервью для конкретного сегмента и выполняет действия, указанные в п.3.1.7.

3.1.11 В зависимости от результатов проблемного интервью, руководитель стартапа помечает целевой сегмент годным/негодным и ГПС годна/негодна к дальнейшей работе с ним.

Таким образом РС изменяет состояние сегмента в зависимости от результата ПИ переводя его в состояние либо “провален” либо следующая стадия указать...

3.1.11.1 В списке сегментов руководитель стартапа и менеджер должен видеть, какие сегменты подтверждены / отвергнуты / не обработаны.

3.1.11.2 Если целевой сегмент не подтверждается, руководитель переходит к п.3.1.5 со следующим сегментом.

3.1.11.3 В списке сегментов руководитель стартапа и менеджер должен видеть, какие ГПС подтверждены / отвергнуты / не обработаны.

3.1.11.4 Если ГПС не подтверждается, руководитель переходит к п.3.1.8 или к п.3.1.5. со следующим сегментом.

3.1.12 После подтверждения ГПС РС, используя шаблон сервиса, формулирует несколько альтернатив ГЦП и выбирает лучшее, по его мнению, для проверки актуальности ГЦП у потенциального потребителя – представителя целевого сегмента (ПЦС).

3.1.12.1 Лучшее выбранное ГЦП тестируется у ПЦС.

3.1.12.2 При необходимости осуществляется корректировка параметров ГЦП в случае, если в целом ГЦП удовлетворяет основным требованиям.

3.1.12.3 Скорректированное ГЦП тестируется у ПЦС повторно.

3.1.12.4 Если выбранное ГЦП не подтверждается, используются ранее предложенные альтернативные варианты, которые прорабатываются, начиная с п. 3.1.12.1.

3.1.12.5 Варианты ГЦП тестируются до момента подтверждения ГЦП у потенциального потребителя.

3.1.13 По итогам подтверждения ГПС РС инициирует этап подготовки MVP, который представляет собой прототип: макет, софт, презентацию, пр.

3.1.13.1 Разработанный MVP тестируется на первых пользователях.

3.1.13.2 Итоги проверки MVP фиксируются и, при необходимости, в MVP вносятся требуемые изменения.

**Тест MVP считается пройденным если:**

· **подписано соглашение о намерении, где покупатель готов купить продукт если будут сделаны ряд доработок (не принципиальных).**

· **Подписано соглашение/договор о покупке / абонентской подписке и т.д**

3.1.13.3 Варианты MVP тестируются до момента подтверждения MVP у потенциального потребителя.

Если MVP подтвержден, то РС должен отметить сегмент (галкой) завершение стадии разработки разрабо

3.3 Требования к организации взаимодействия руководителей стартапов и менеджеров-трекеров

Внутренний мессенджер от трекера на определенном этапе что-то не доделано или нужно сделать дополнительно:

Стандартные: сгенерить еще n сегментов,

Сгенерить еще n ГПС

Сделать еще n ПИ

Сделать еще n подтверждающих проблемных интервью (ППУ)

Сгенерить еще n ГЦП

Сделать еще n подтверждающих интервью для ГЦП – ПИ для ГЦП

Сообщения дублируются на почту.

TODO мессенджер? почта? где и какие уведомления? и т.д.

**3.4 Требования к процессу разработки проблемного интервью**

3.4.1 Для каждого целевого сегмента подготавливается одно проблемное интервью.

3.4.2 Форма подготовки к проблемному интервью должна содержать: данные о респонденте, данные о встрече, список вопросов для респондента

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | *Респондент 1* | *Респондент 2* | *Респондент …* |
| *Сфера деятельности* |  |  |  |
| *Род деятельности* |  |  |  |
| *Выручка / доход /зп,*  *(тыс. руб./мес)* |  |  |  |
| *Возраст* |  |  |  |
| *Семейное положение* |  |  |  |
| *Место встречи* |  |  |  |
| *Стиль встречи* |  |  |  |
| *Позиционирование себя, легенда* |  |  |  |
| *Определение проблемы* |  |  |  |
| *Вопрос 1* |  |  |  |
| *Вопрос 2* |  |  |  |
| *Вопрос 3* |  |  |  |
| *Вопрос 4* |  |  |  |
| *Вопрос 5* |  |  |  |
| *Вопрос …* |  |  |  |
| *Наличие собственного видения решения проблемы у респондента* |  |  |  |

3.4.3 При разработке проблемного интервью руководителю стартапа должен предлагаться шаблон списка вопросов, на базе которого руководитель стартапа формирует свой собственный список вопросов

Вариант шаблонного списка вопросов:

*1. Какова проблема при выполнении работы X?*

*2. Как вы решаете эту проблему сейчас?*

*3. С помощью какого инструмента / процесса вы справляетесь с поставленной задачей?*

*4. Сколько денег вы тратите на решение задачи?*

*5. На чем вы теряете деньги при использовании нынешнего инструмента / процесса?*

*6. Сколько времени вы тратите на решение задачи?*

*7. Расскажите поподробнее, каков алгоритм вашей работы?*

*8. Что нравится в текущем положении вещей? Что приносит наибольшую радость?*

*9. Что не нравится в текущем положении вещей? Что вызывает наибольшее раздражение?*

*10. Почему вас это беспокоит?*

*11. Каковы последствия этой ситуации?*

*12. Расскажите поподробнее, как решалась задача и что произошло в последний раз? Почему задача не была решена?*

*13. Что еще пытались сделать? Пытались ли найти другое решение (например, в сети интернет)?*

*14. Какие еще инструменты / процессы вы использовали, пока не выбрали данный инструмент / процесс?*

*15. Эти инструменты / процессы оказались недостаточно эффективными?*

*16. Вы ищете активно замену нынешнему инструменту / процессу?*

*17. По какой причине ищете замену?*

*18. Если не ищете, почему?*

*19. Какими функциями должен обладать продукт вашей мечты?*

*20.Имеются ли средства для приобретения инструмента с улучшенными характеристиками?*

*21.Кто будет финансировать покупку?*

*22.С кем еще мне следует переговорить?*

*23.Есть ли еще вопросы, которые мне следовало бы задать?*

3.4.4 После заполнения формы подготовки к проблемному интервью руководитель стартапа должен обратиться к менеджеру и совместно с ним проверить и откорректировать эту форму.

3.4.5 Проблемное интервью, которое менеджер счел готовым, должно помечаться определенным образом. Руководитель стартапа должен ясно видеть в своем интерфейсе, что интервью было одобрено менеджером.

3.4.6 Фиксация результатов возможна путем заполнения формы:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| *Критерии оценки* | *Оценка вопроса в баллах*  *(1-10 баллов)* | *Кол-во респондентов, давших положительный ответ* | *Кол-во респондентов, давших отрицательный ответ* |
| *Определение проблемы* |  |  |  |
| *Вопрос 1* |  |  |  |
| *Вопрос 2* |  |  |  |
| *Вопрос 3* |  |  |  |
| *Вопрос 4* |  |  |  |
| *Вопрос 5* |  |  |  |
| *Вопрос …* |  |  |  |
| *Тип проблемы* |  |  |  |
| *Скрытая* |  |  |  |
| *Пассивная* |  |  |  |
| *Актуальная* |  |  |  |
| *,,,,,,* |  |  |  |
| *ИТОГО баллов* | |  |  |

ИТОГО баллов

TODO участие менеджера в принятии решения по результатам интервью

3.5

*Приложение №1.*

**Подготовка к проблемному интервью**

1. Посмотреть до интервью материал по теме (более обширно, а не только в рамках разработки).
2. Постараться найти информацию о человеке, с которым предполагаете беседовать (любые незначительные подробности могут очень помочь, возможно, вы с ним пересекались или у вас есть другие точки соприкосновения: хобби, увлечения и другое). Это поможет расположить собеседника к вам.
3. Провести собеседование с респондентом.

Примерный перечень вопросов для интервью:

1. Как происходит процесс \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
2. Каковы последствия ситуации \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
3. Вас беспокоит данная ситуация \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
4. Что вы пытались с этим сделать?
5. Что вы делали с этим в последний раз, какие шаги предпринимали?
6. Если ничего не делали, то почему?
7. Сколько денег / времени на это тратится сейчас?
8. Есть ли деньги на решение сложившейся ситуации сейчас? (Сколько они готовы на это потратить).

Всему этому должен предшествовать тренинг, на котором происходит обучение людей, как разговаривать с клиентом, для определения проблемы клиента, без обозначения с нашей стороны, что мы имеем возможность ее решить.

*Приложение №2.*

**Программа проверки актуальности ГЦП**

Проверка ГЦП «Мы считаем, что Мартышкам, съедающим по 10 бананов в день нужно средство от сахарного диабета. (потребность)»

Структура интервью

1. Легенда - текстовый абзац

2. Проверка к принадлежности к целевой аудитории - вопросы

3. Проверка наличия проблемы

a. Есть диабет?: да - нет

4. Проверка того что он нуждается в ее решении:

a. Что делает для этого

b. Сколько денег тратит на лечение

c. Cложности при реализации привычных решений

5. Вопросы на уточнение проблемы

6. Вопросы на уточнение подходящих способов решения проблемы