

Prod&Proj 2019

Отметьтесь на занятии, пожалуйста

Мне только спросить

Telegram chat:

<https://t.me/joinchat/AzH1BRXaDrYzDUcoQlqkZQ>

Facebook:

<https://www.facebook.com/dina.sdrv>

Куда присылать ДЗ:

d.sidorova@corp.mail.ru с пометкой “Техносфера”

Что такое управление проектами и
управление продуктами?

О чем будем говорить сегодня

Часть 1. Лирическая:

1. Разница между продуктом и проектом
2. Роли продакт и проджект менеджера
3. Skill tree и варианты прокачки

Часть 2. Начало:

1. Итак, я хочу создать крутой продукт. Что делать?
2. Аналитика рынка
3. Value proposition canvas

Разница между продуктом и проектом

1. Проект - временное предприятие, направленное на создание уникального продукта, услуги или результата.

Окончание наступает, когда цели проекта достигнуты или когда проект прекращается в связи с тем, что его цели не будут или не могут быть достигнуты, либо когда в проекте больше нет необходимости.

2. Продукт - товар или услуга, которую можно предложить для рынка, и которая будет удовлетворять потребности потребителей.

А это что значит?

Продукт можно улучшать за счёт запуска и выполнения новых проектов

В рамках одного проекта может существовать множество подпроектов или даже подпродуктов

Кто все эти люди?

Project manager - отвечает за удовлетворение потребностей: потребностей задач, потребностей команды и индивидуальных потребностей.

Product manager - отвечает за создание новых продуктов и их стратегию, анализ рынка, продвижение продукта, планирование KPI, формирование требований к продукту, определение назначения продукта.

Можно я приду без знаний в области?

НЕТ

Что нужно знать проджектору?

- здравый смысл
- предметную область
- процессы(как?)
- ресурсы(куда и сколько?)
- команда
- методологии(Agile и проч)
- цели(процесс не ради процесса)
- коммуникации(уметь находить нужных коллег - как минимум)

Что нужно знать продукту?

- здравый смысл
- предметную область
- всё/ или часть от проджекта
- UX исследования(какие, как) и CustDev
- боли(уметь их искать и находить)
- метрики(конструирование, разумная максимизация)
- аналитику
- маркетинг(пресс-релизы, маркетинговые кампании и пр)
- продажи(кому, за сколько, где и пр.)

С чего начать?

Брать ответственность, вкалывать и ботать.

Только так.

GROW-framework

- Goal: What do you want?
 - где видите себя через 1-5-10 лет?
 - если бы не было ограничений в деньгах и навыках, то кем бы вы были?
 - каковы ваши интересы, ценности и мотивация?
- Reality: What's happening now?
 - что больше всего радует/расстраивает на текущей позиции?
 - позволяет ли текущая позиция расти?
 - какой фидбэк вы получаете от коллег?
- Options: What could you do?
 - что можно сделать прямо сейчас, чтобы развивать полезные и нужные вам навыки?
 - за какие задачи можно взяться?
 - какие новые контакты и менторство можно найти?
- Will: What will you do?
 - что сделаете для этого? когда?
 - какие ресурсы будут полезны? какие навыки помогут достичь цели?
 - какая поддержка руководства/команды могла бы помочь?

Где взять практику?

- заводите свои pet-project'ы
- посмотрите на свою жизнь как на продукт
- заведите проект по улучшению одной из её областей
- геймифицируйте! ищите ачивки, берите их!
- посмотрите на любимые сервисы и подумайте, что действительно полезного можно в них добавить. И о том, почему это ещё не сделано
- не делайте лишнего, придерживайтесь пути

В чем подвох?

В небольших проектах и стартапах проджекта может не быть. Тогда продакт будет(если он/а так не делает, то это не продакт) отвечать как за продукт, так и за процессы, происходящие в его разработке.

А если нет продакта, то скорее всего, что ничего не будет.

Часть 2

Анализ рынка

1 Размер и сегментация рынка

2 Целевая аудитория

3 Потребности рынка

4 Конкуренция

5 Барьеры входа

Сегментация

По признакам:

- Географические
- Демографические
- Социоэкономические
- Психографические
- Поведенческие

Целевая аудитория

- Достаточно ли людей, соответствующих критериям?
- А это действительно изменит их жизнь в лучшую сторону? Им это нужно?
- Понимаю ли я, как моя ЦА принимает решения?
- Могут ли они себе позволить мой продукт?
- Могу ли я достучаться до них? Насколько это сложно?

Потребности рынка

Почему ваши пользователи будут это покупать?

Почему люди покупают кофе в старбаксе?

(что с ними не так?)

Конкуренция

Company	Competitor 1 (Small shop)	Competitor 2 (Small shop)	Competitor 3 (Chain)	My Company
Revenues	€ 750,000	N.A.	€ 1,500,000	€ 400,000 (year 1 target)
Nb. employees	10	5	20	5
Size	1 shop in Caen, 1 shop in Cabourg	1 shop in Caen	3 shops in Caen	1 shop in Caen
Price	Low	Average	Average	High
Quality	Low	Average	Average	Superior
Choice	Large	Low	Very large	Average
Delivery	No	€ 50	Free from € 100	Free

Table: side by side competitive analysis

Барьеры входа

Факторы объективного или субъективного характера, из-за которых новым фирмам трудно, а подчас и невозможно начать свое дело в выбранной отрасли.

- Рынки со свободным входом
- Рынки с неэффективными барьерами для входа
- Рынки с эффективными барьерами для входа
- Рынки с блокированным входом

Провел анализ рынка - проведи анализ себя!

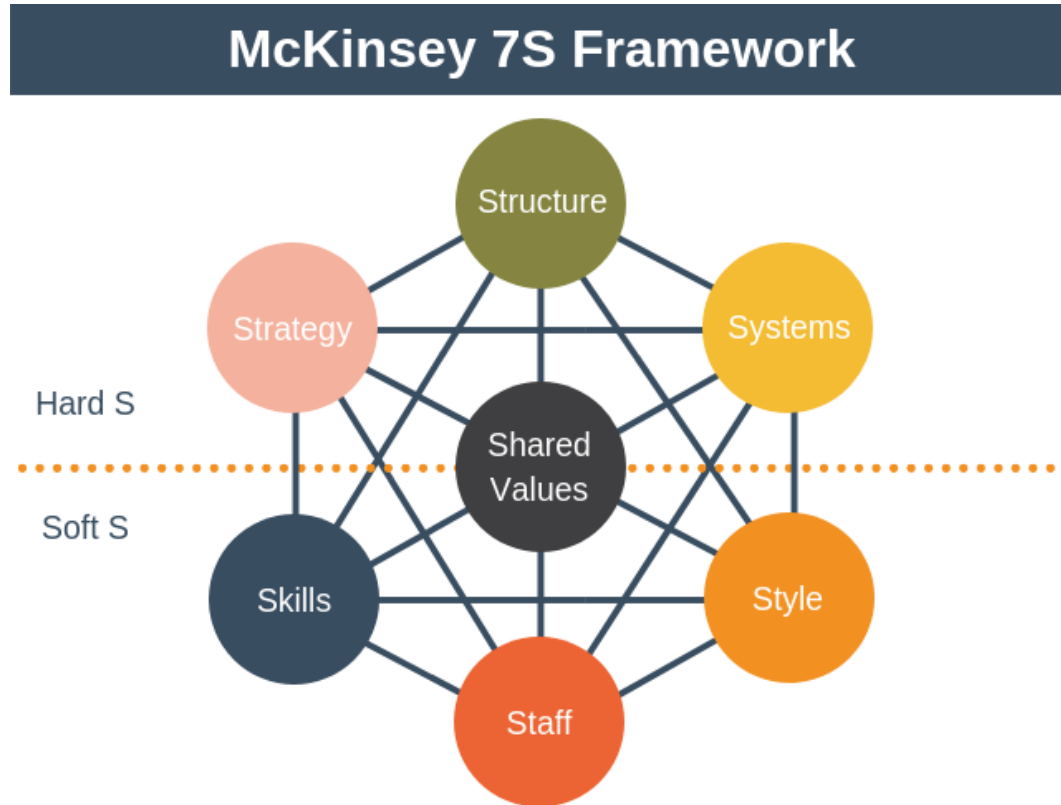
GAP - анализ

1. Определяем текущее состояние
2. Определяем идеальное состояние в будущем
3. Строим мост!

Инструменты для GAP - анализа

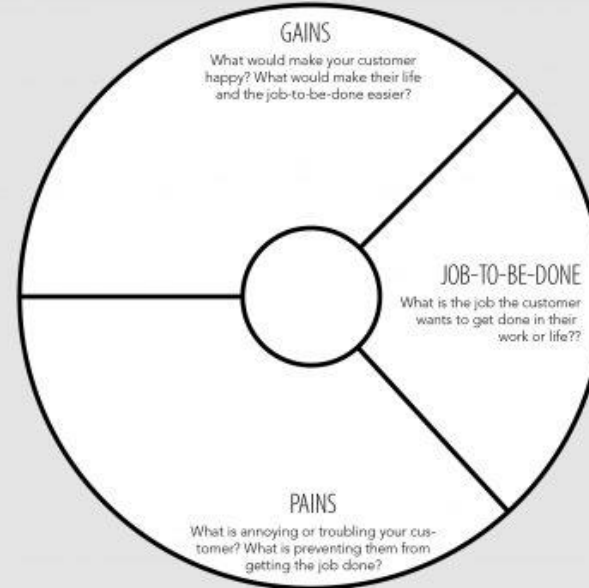
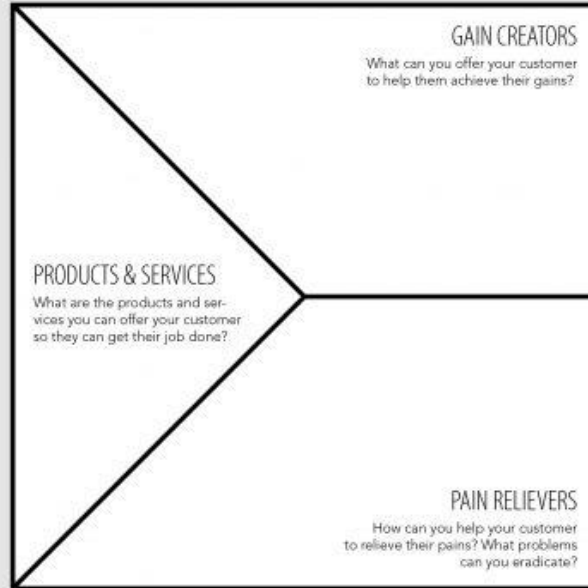
<div>S</div> <div>STRENGTHS</div>	<div>W</div> <div>WEAKNESSES</div>	<div>O</div> <div>OPPORTUNITIES</div>	<div>T</div> <div>THREATS</div>
<ul style="list-style-type: none">• Things your company does well• Qualities that separate you from your competitors• Internal resources such as skilled, knowledgeable staff• Tangible assets such as intellectual property, capital, proprietary technologies etc.	<ul style="list-style-type: none">• Things your company lacks• Things your competitors do better than you• Resource limitations• Unclear unique selling proposition	<ul style="list-style-type: none">• Underserved markets for specific products• Few competitors in your area• Emerging need for your products or services• Press/media coverage of your company	<ul style="list-style-type: none">• Emerging competitors• Changing regulatory environment• Negative press/media coverage• Changing customer attitudes toward your company

McKinsey 7s Framework



Value proposition canvas

VALUE PROPOSITION CANVAS

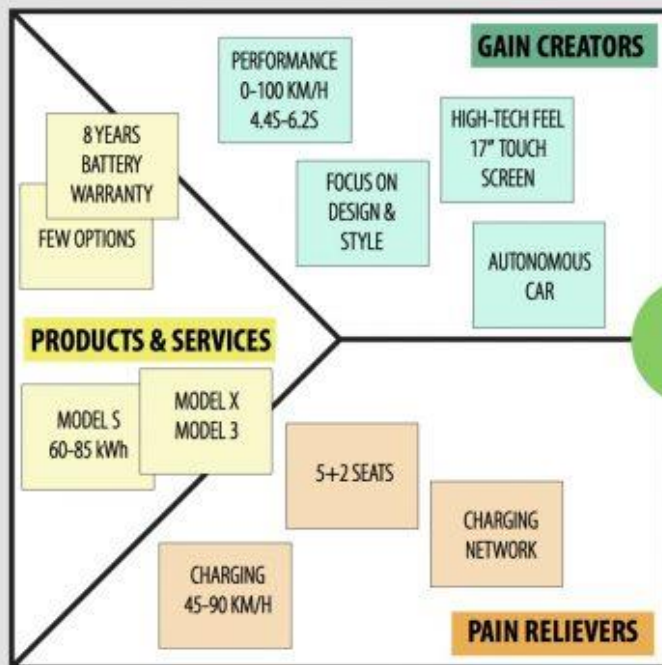


VALUE PROPOSITION CANVAS

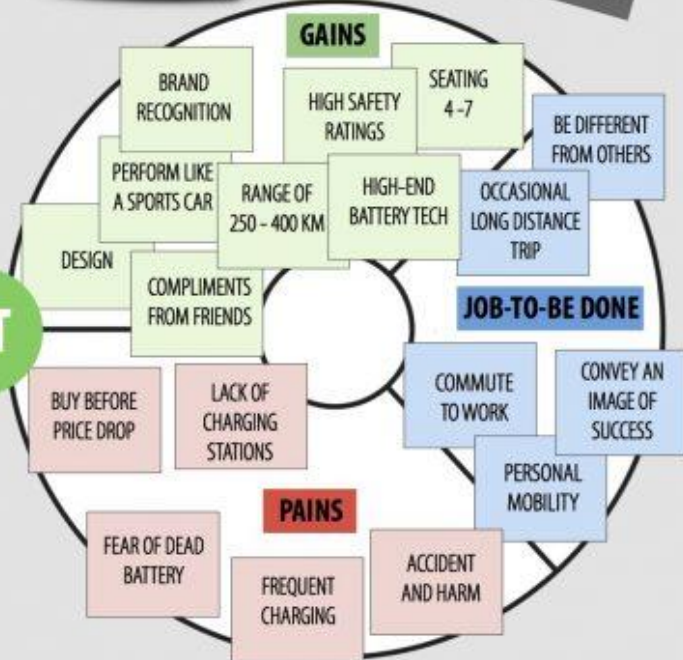
TESLA



UPPER MIDDLE
CLASS MALE
\$100k+ INCOME



FIT

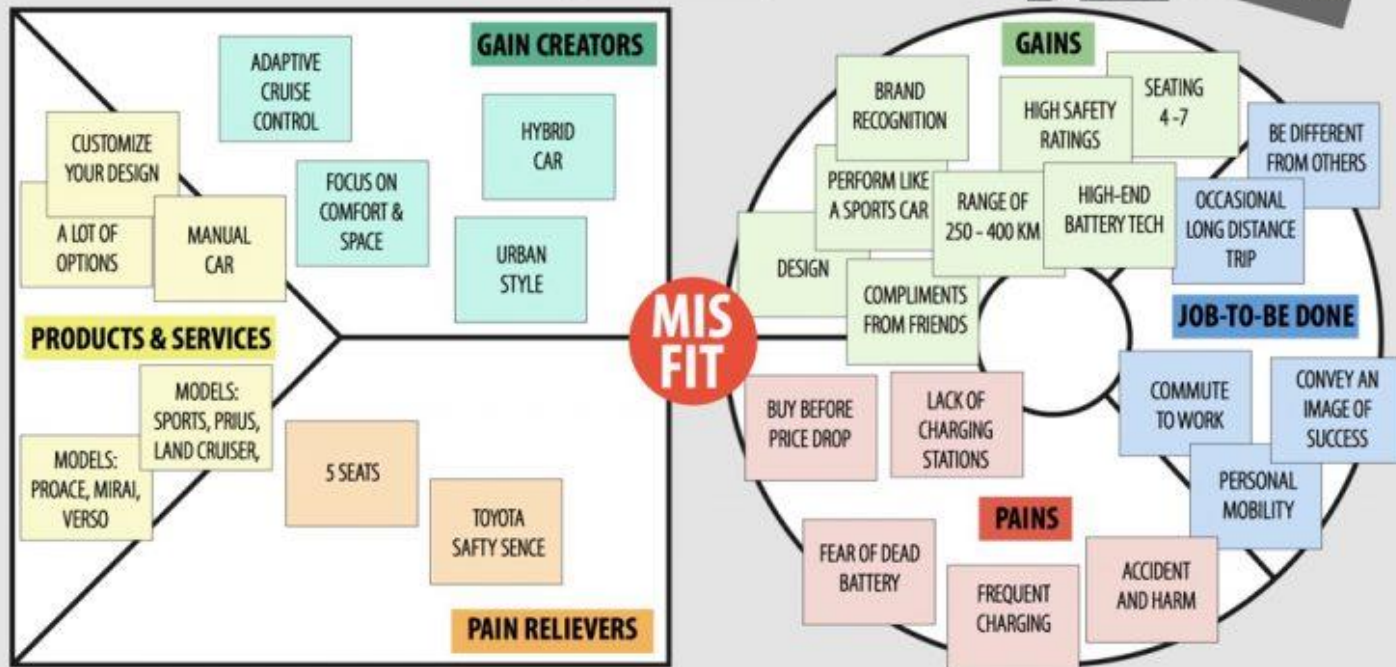


VALUE PROPOSITION CANVAS

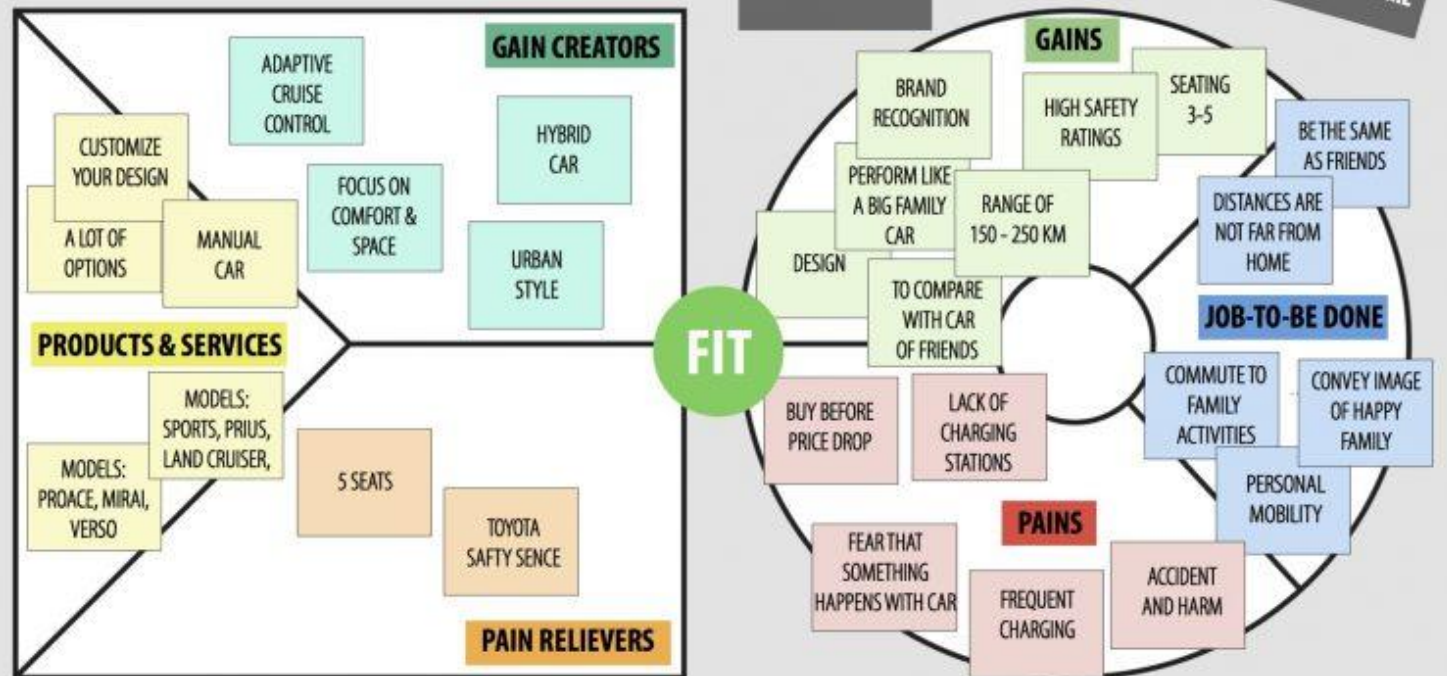
TOYOTA



MIDDLE
CLASS MALE
\$50-75k INCOME



VALUE PROPOSITION CANVAS



Пожалуйста, оставьте отзыв о занятии

BCë :)