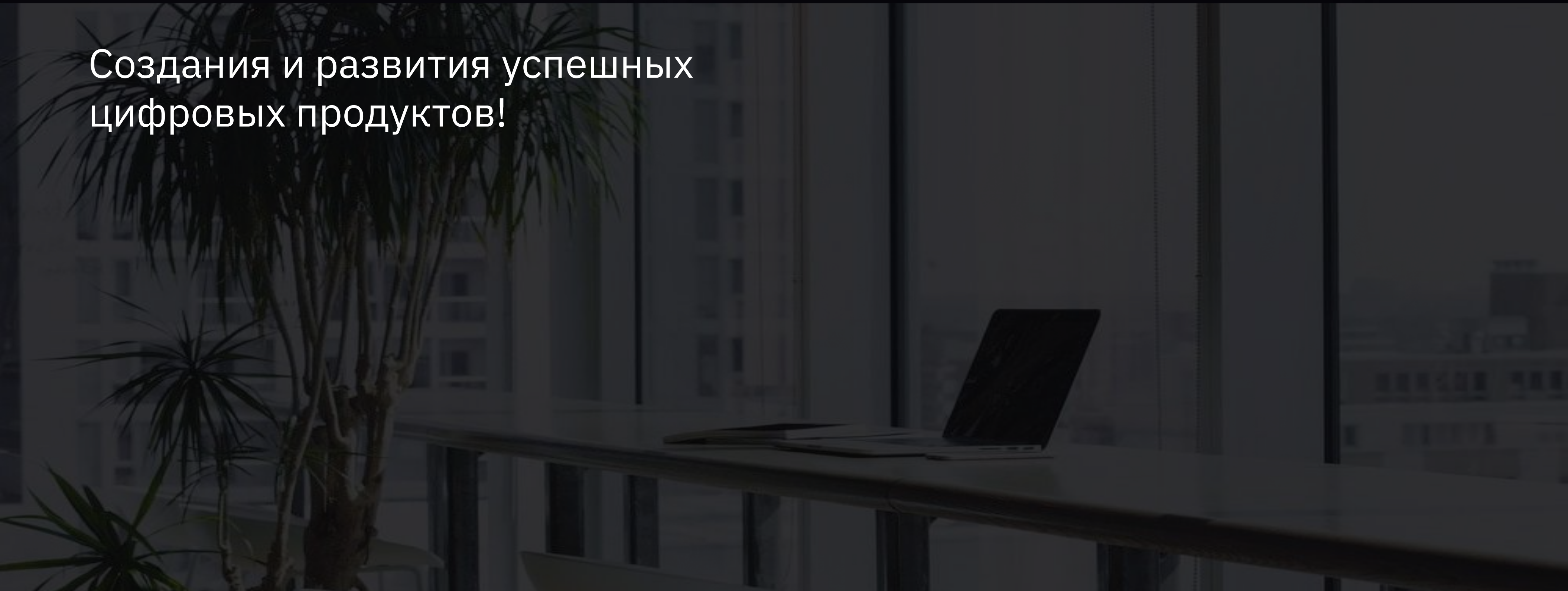


День восемнадцатый

Создания и развития успешных
цифровых продуктов!



I — Поиск идей

Урок №1 ■ Продуктовые исследования
Урок №2 ■ Customer Journey Map
Урок №3 ■ Дизайн мышление
Урок №4 ■ Jobs to be done / Job Stories
Урок №5 ■ ТРИЗ / АРИП

III — Развитие продукта

Урок №9 ■ AARRR / NorthStar фреймворк
Урок №10 ■ Юнит-экономика / Метрики
Урок №11 ■ UI/UX / Product Evolution Canvas

V — Взаимодействие в команде

Урок №14 ■ Servant Leadership
Урок №15 ■ метод Канбан
Урок №16 ■ Scrum фреймворк
Урок №17 ■ Инструменты фасилитации

II — Валидация идей

Урок №6 ■ MVP / MDP
Урок №7 ■ Problem-Solution / Validation board
Урок №8 ■ Lean Canvas

IV — Управление функциональностью продукта

Урок №12 ■ WSJF / User Story Mapping
Урок №13 ■ GIST /Impact / Road Planning

VI — Культура и организационные модели

Урок №18 ■ Видение, миссия и ценности компании

Урок №19 ■ Модель культур Шнейдера / OKR

VII — Управление изменениями

Урок №20 ■ Кайдзен / Теория ограничений

Видение, миссия и ценности компании

Определяем место миссии,
видения и ценностей





Дмитрий Васин

Chief Product Officer (CPO)

**Руководитель корпоративного
стартап-инкубатора в HR-Tech**

Основатель русскоязычных
сообщества фаундеров
[cofounder.space](#) | стартап тусовка

Аккредитованный тренер Kanban
University (USA ,Seattle)
Сертифицированный Scrum-мастер

Опыт работы в топовых digital-
агентствах на позиции руководителя

www.dvasin.com

Задачи

- Понять что такое Видение, миссия и ценности компании и их важность.
- Разобраться в их создании.



Ограничения

Пользовательский опыт

Бизнес-модель

Соответствие требованиям

Потребности пользователей

Бизнес-цели

Стратегия
продукта

Сегментация клиентов

Технологии

География

Доход и прибыль

Примерный чек-лист качеств хорошего видения продукта:

- ☐ Продукт должен ответить на вопрос или решить проблему
- ☐ Видение продукта соответствует ценностям компании
- ☐ Есть представление о продукте через 3 года;
- ☐ Видение сформулировано коротко и сладко;
- ☐ Видение мотивирует
- ☐ Видение может использоваться для принятия решения



Видение & Миссия

Миссия и видение – это два элемента корпоративной философии. Как правило, они передают цель компании и чего хотят достичь в будущем.

Видение — это картинка будущего, то, каким идеальным представляется положения дел, к которому стремится компания.

Миссия является целью самого высокого уровня абстракции, контекстом остальных целей и действий.



Google

Видение — “To provide access to the world’s information in one click.”

Миссия — “To organize the world’s information and make it universally accessible and useful.”

Amazon

Видение — “To be Earth’s most customer-centric company, where customers can find and discover anything they might want to buy online.”

Миссия — “We strive to offer our customers the lowest possible prices, the best available selection, and the utmost convenience.”

Volvo

Видение — “To be the most desired and successful transport solution provider in the world.”

Миссия — “Driving prosperity through transport solutions.”

Tesla

Видение — “To create the most compelling car company of the 21st century by driving the world’s transition to electric vehicles.”

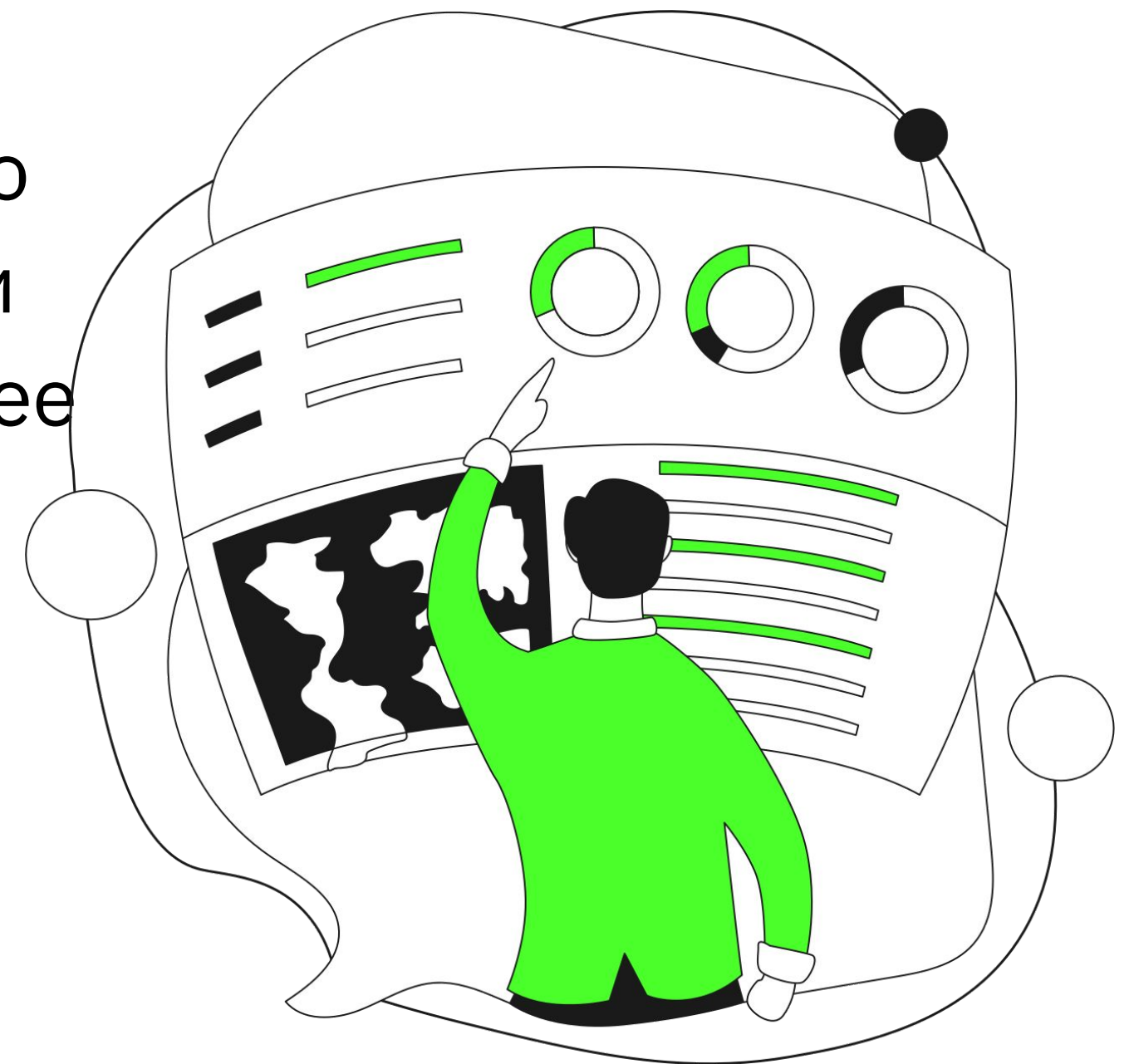
Миссия — “To accelerate the world’s transition to sustainable energy.”

Ценности

— это то во что компания верит и придерживается.

.

Они направляют организацию и определяют ее поведение, помогают понять что хорошо и что плохо для организации. По сути, они помогают в принятии решений указывая на то, что для организации есть ее основа.



Спасибо!

