

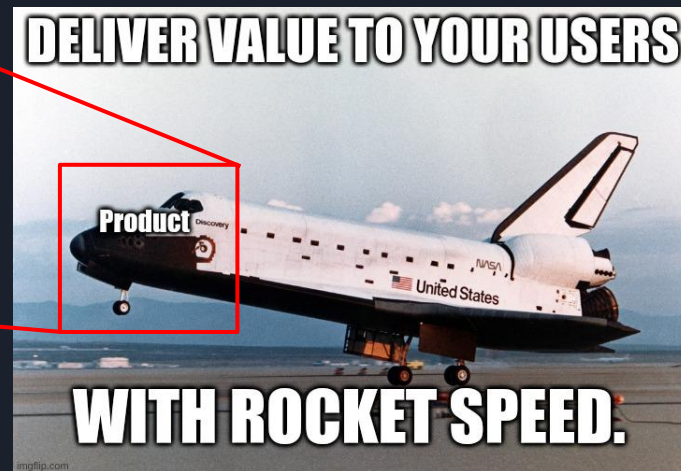
# 3, 2, 1 ... Liftoff - Dein Start in die Product Discovery

# Wer sind wir?

- 2iterate GmbH - <https://2iterate.de/>
  - Thilko Richter
  - Renè Urban
  - Matthias Steffen
- Unterstützung in den Bereichen Organisation, Technologie und Produkt
  - Beratung
  - Coaching
  - Trainings



Matthias, Thilko und Renè



# Geburt eines neuen Features

Discovery

Was wollen wir  
entwickeln?

- Customer Interview
- A/B Testing
- Opportunity Mapping

Delivery

Entwicklung

- Scrum / Kanban
- Domain Driven Design
- Software Craftsmanship

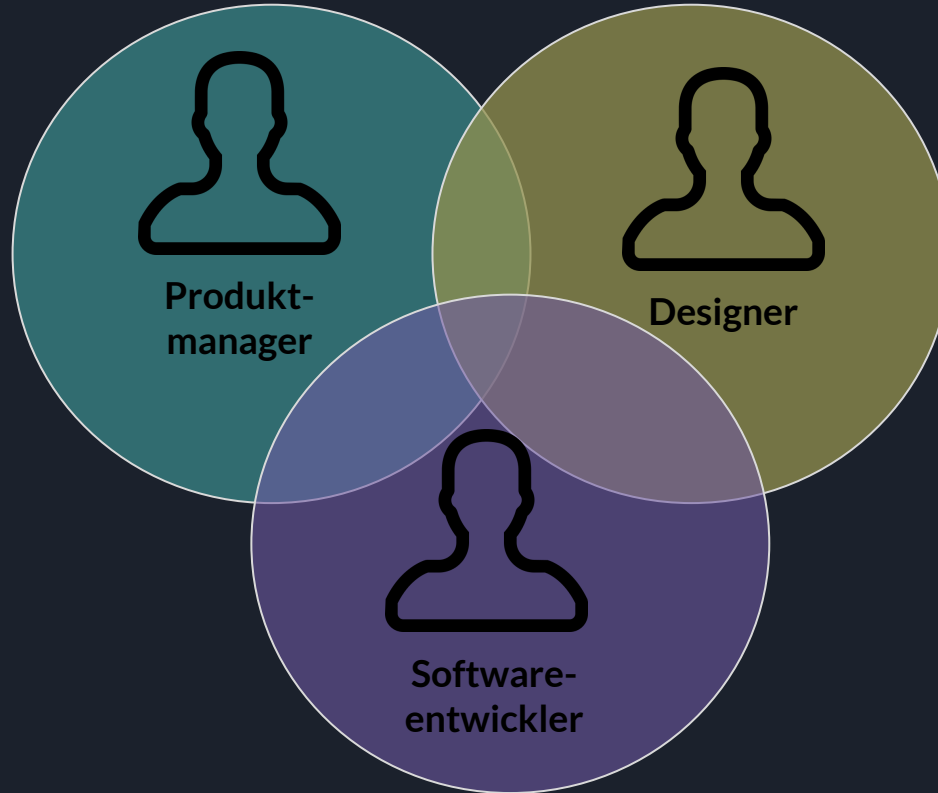
Operations

Betrieb der Lösung

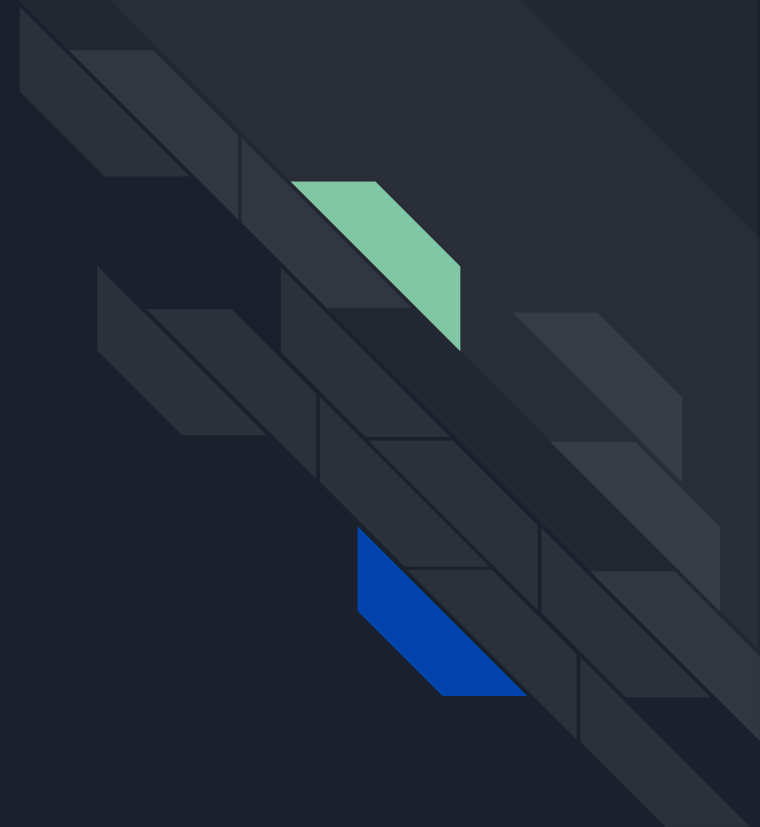
- DevOps
- Continuous Deployments

# Rollen in der Product Discovery

# Das Produkt "Trio"



# Building Blocks





# Outcome



**Outcome**

- Welche Wirkung wird mit einem neuen Feature erzielt?
- Business Outcome:  
Betriebskosten reduzieren
- Product Outcome:  
Inbetriebnahme geht doppelt so schnell



# Output vs. Outcomes

## Output:

- Welches Arbeitsergebnis wurde erreicht?
- z.B. Wie viele Stories haben wir in einem Sprint geschafft?

## Outcome:

- Welche Wirkung hat unser Arbeitsergebnis erzielt?
- z.B. Haben wir das Sprint-Ziel erreicht?

# Achieving Outcomes as a wicked problem



- Es existieren viele mögliche Lösungen
- Es existiert *keine* richtige oder falsche Lösung
- Iterativ und empirisch vorgehen.



# Opportunity



## Opportunity

- Chances das Leben unserer Nutzer zu verbessern
- u.a. Bedürfnisse, Schmerzpunkte, Wünsche
- z.B. Inbetriebnahme digitalisieren
- “Opportunities are customer needs, pain points, desires, wants—they are chances for us to intervene in a way that makes our customers’ lives better.” - Teresa Torres



# Solution



**Solution**

- Lösungsansatz um eine Opportunität zu realisieren
- Viele unterschiedliche Lösungsansätze können auf eine Opportunität einzahlen
- z.B. Stammdaten in einer zentralen Datenbank pflegen um eine einfache Auswahl zu ermöglichen



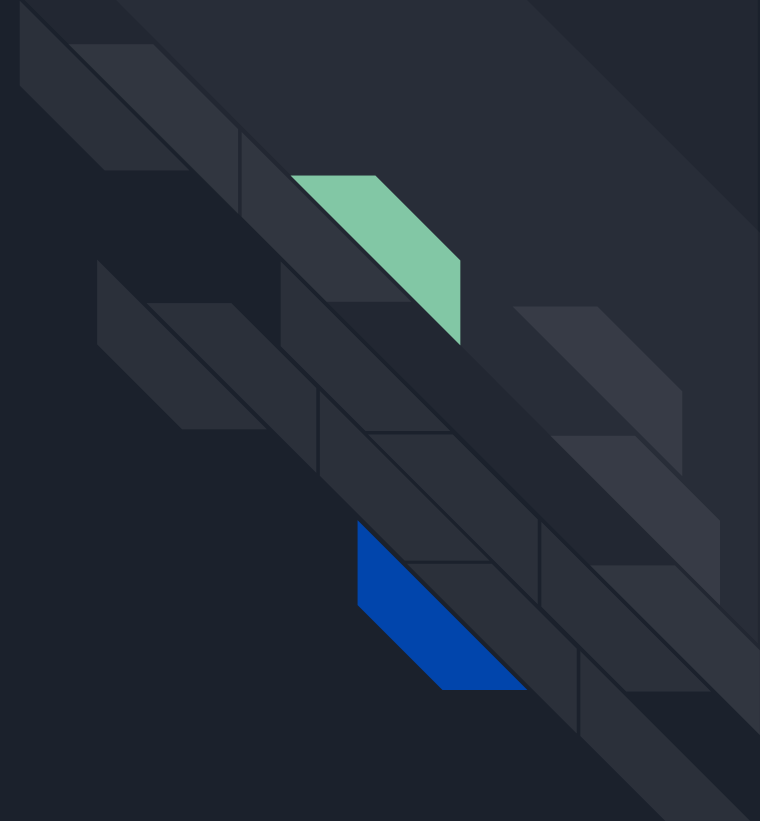
# Experiment

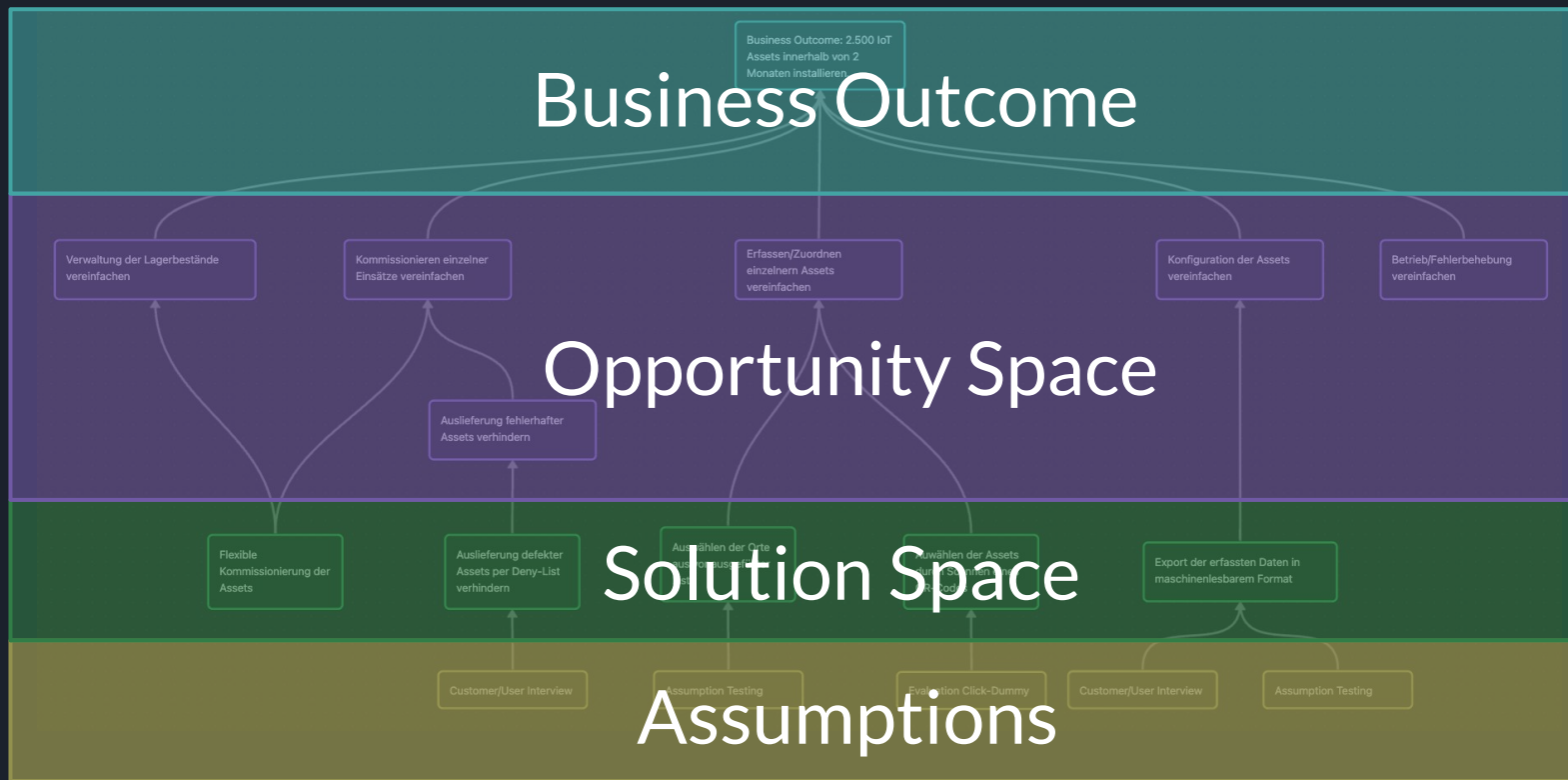


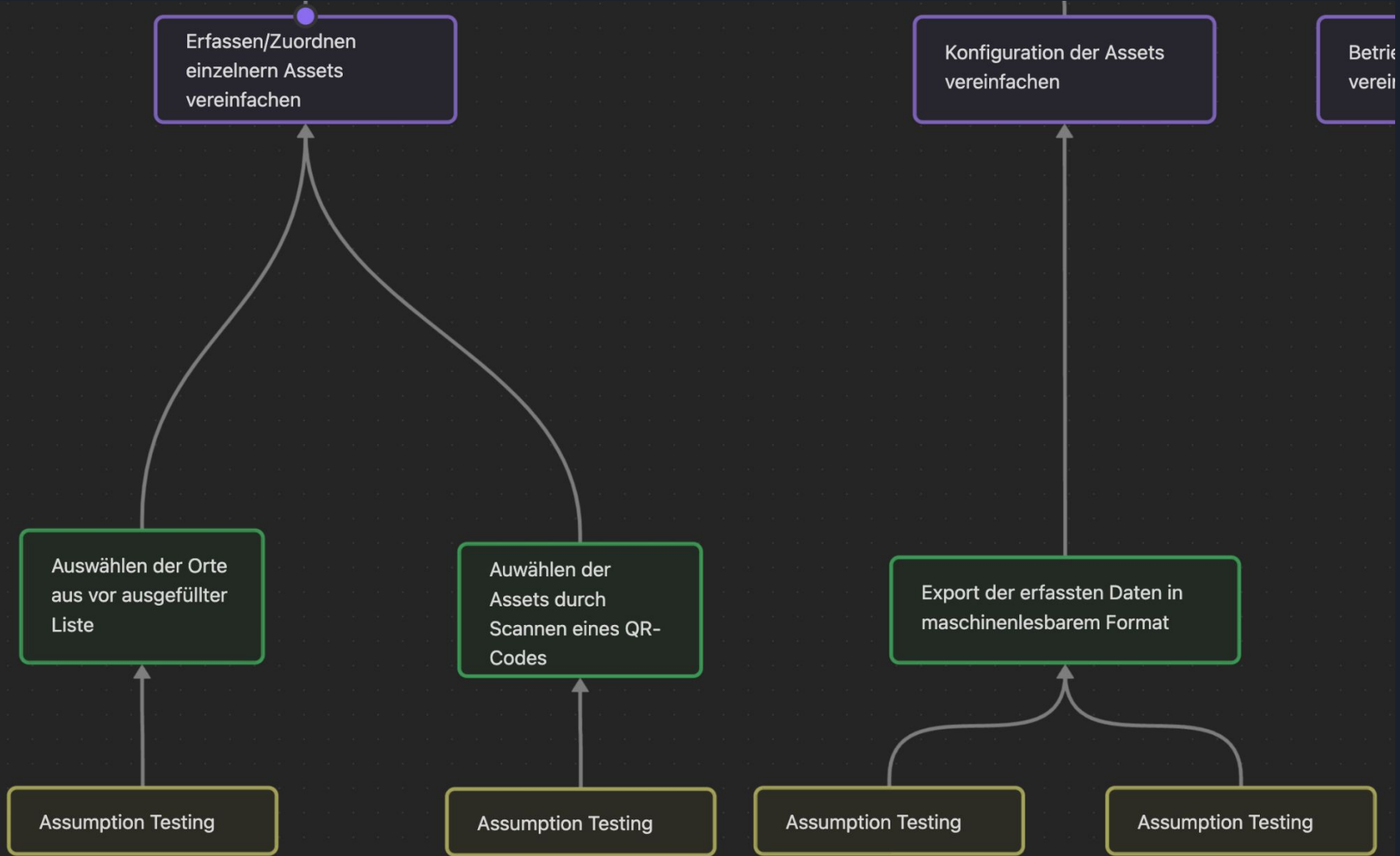
## Experiment

- Versuche, welche die zugrunde liegenden Annahmen überprüfen
- A/B Test, Interviews mit Kunden oder Fachexperten, UX-Test mit Klick-Dummy
- Nutzer befragen, wie lange es dauert Stammdaten einzugeben

# Opportunity Solution Tree









# Assumption Testing

# Ziel des Assumption Testings



Wissenschaft



Product Discovery



# Grundlagen

- Verhalten der Nutzer testen
- Bewertungskriterien im Voraus festlegen
- Experimente einfach halten
- Experimente zu erst für den Best-Case entwerfen

# Beispiele - Methoden

## Unmoderated User Testing

Nutzer bekommen eine Aufgabe/Fragen und ein Mockup. Das Nutzerverhalten beim Lösen der Aufgabe wird aufgezeichnet.

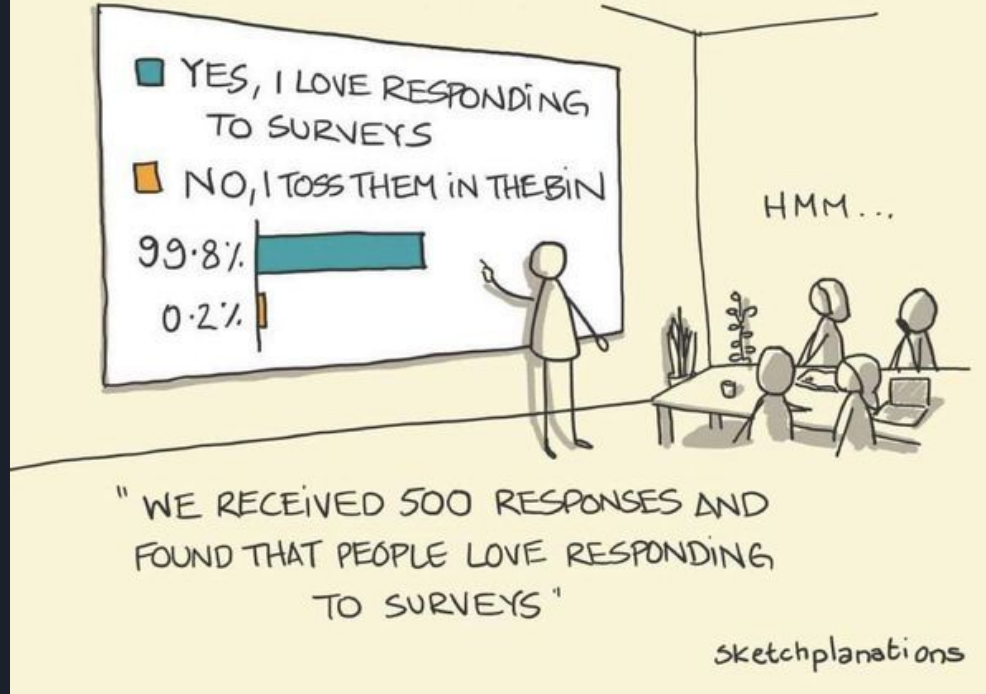
- + Asynchrone Durchführung möglich
- + Komplexere Szenarien möglich
- Entwurf erfordert mehr Sorgfalt

## One-Question Survey

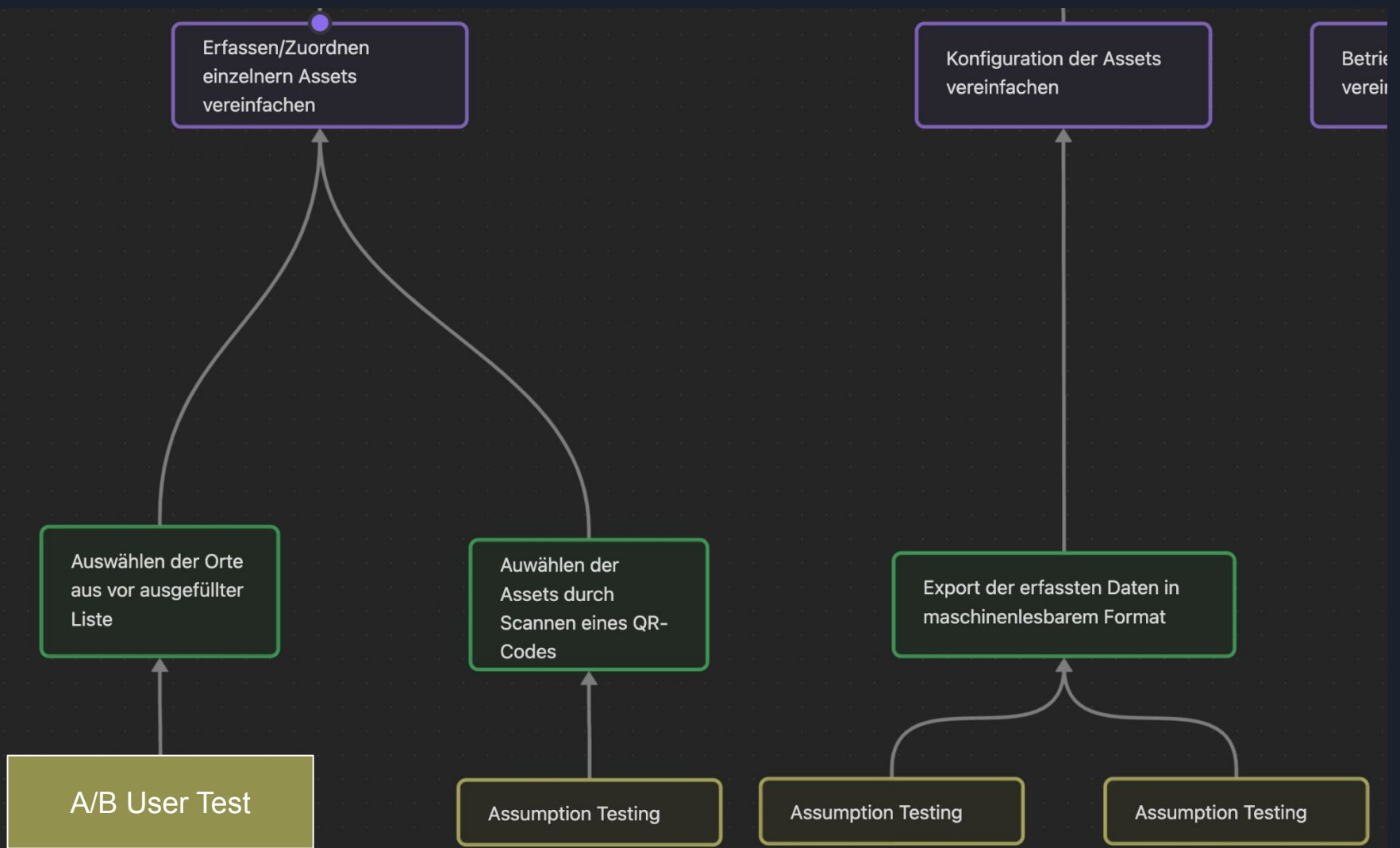
Nutzer erhalten eine 'Umfrage' mit einer einzelnen Frage.

- + Sehr einfache Durchführung
- + Gute Wahl um Einblick in Vorlieben zu bekommen
- Begrenzte Aussagekraft

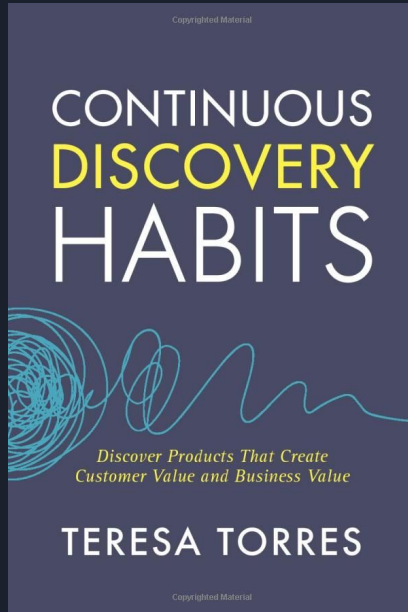
## SAMPLING BIAS



Achtung vor dem Bias!



# Wie geht's weiter?



- Teresa Torres
- 'Continuous Discovery Habits'
- <https://www.producttalk.org/>

# Q&A