**Lean Canvas для гипотетического кейса мобильного приложения:**

Чтобы не повторять все описания, я приведу сокращенную таблицу. Вы можете скопировать её в ваш шаблон Lean Canvas, как и в прошлый раз:

| **Проблема** | **Решение** | **Уникальное ценностное предложение** |  | **Нечестные преимущества** | **Сегменты пользователей** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| - Неудобные мобильные решения. - Сложный интерфейс. - Разрозненность данных. - Ручной ввод. - Недостаточная автоматизация. - Бумажные методы. | - Интуитивное мобильное приложение. - Автоматический сбор данных. - Быстрое формирование отчетов. - Единый доступ к инструментам и данным. - Интеграция с [сервисы]. | “С [название приложения] вы [выгода 1], [выгода 2] и [выгода 3] в [контекст аудитории].” Мобильное приложение, которое [основная функциональность], экономит время, упрощает процесс и повышает эффективность. |  | - Запатентованная технология. - Уникальные алгоритмы. - Эксклюзивные контракты. - Экспертиза в [сфера]. - Сильное сообщество пользователей. | **Первичный:** [Описание 1], активные пользователи мобильных технологий, нуждаются в автоматизации, ограничены во времени. **Вторичный:** [Описание 2], интересуются аналитикой, не всегда за компьютером. |
| **Существующие альтернативы** | **Ключевые показатели** | **Высокоуровневый концепт** |  | **Каналы** | **Первые последователи** |
| - Разрозненные приложения. - Ручная обработка. - Устаревшие веб-приложения. | - Скачивания, DAU/MAU. - Время использования. - Завершенные задачи. - Retention Rate. - Конверсия. - Средняя оценка. - Положительные отзывы. - NPS | ”[Приложение] - это как [инструмент], но для [задача], с [отличия].” “Представьте приложение, которое [простое описание]” |  | - Соцсети, контекстная реклама. - Отраслевые блоги, мероприятия. - Партнерские программы. - SEO. - App Store, OpenAI Play, сайт. | - Компании, готовые тестировать. - Активные пользователи технологий. - Четко понимают потребность. - Готовы давать обратную связь. |
| **Структура расходов** |  |  | **Пути получения дохода** |  |  |
| - Разработка. - Маркетинг. - Хостинг. - Поддержка. - Лицензии. - Зарплаты, аренда, техника. |  |  | - Платная подписка. - Freemium. - Одноразовая покупка. - Реклама. - Комиссия за транзакции. - B2B. |  |  |

**Поэтапный план Kick-Off встречи:**

Теперь, основываясь на этом Lean Canvas, мы составим подробный план kickoff-встречи, с учетом ее целей (сформировать единое понимание, провести управление ожиданиями, познакомить участников).

| **Вступление** | **Фасилитационный блок** | **Секция стейкхолдера** | **Секция вопросов к СХ** | **Секция РП/ПО** | **Секция вопросов к РП/ПО** | **“Что дальше”** | **Финальный call-to-action** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| \* **Ведущий (PM) (5 минут):** Приветствие участников. Краткое представление (имя, роль в проекте). Создание позитивной атмосферы. \* **Цель:** Зарядить команду энергией, настроить на рабочий лад. | \* **Ведущий (PM) (10 минут):** - О себе: Краткое представление (PM/PO). - Цель kick-off встречи: Сформировать единое понимание целей проекта, познакомиться с командой. - Представление стейкхолдера (если он есть) и его роли. - Представление РП/РО и команды проекта: Каждого участника просим кратко представиться, указать свою роль, ожидания. \* **Цель:** Познакомить всех участников, определить цели, установить понимание ролей. | \* **Стейкхолдер (15 минут):** - О себе: Кратко о своем опыте и позиции. - Высокоуровневое видение проекта: Почему этот проект важен для компании и клиентов, какой результат ожидается. - Описание целевых клиентов/заказчиков: Кто они, их потребности, их проблемы. - Описание выбранной методологии (гибкая/водопадная). 4А. Три фактора выбора (почему выбрана эта методология). 4Б. Обоснование выбора. 4В. Что методология означает для нас. 4Г. Мероприятия. 4Д. Инструменты. 4Е. Роли. \* **Цель:** Дать общее представление о проекте, его важности, видение со стороны стейкхолдера, цели и методологию. | \* **Ведущий (PM) (10 минут):** - Модерация вопросов к стейкхолдеру. - Обеспечение того, что все участники могут задать вопросы и получить ответы. \* **Цель:** Выяснить все непонятные моменты, связанные с видением стейкхолдера. | \* **РП/РО (15 минут):** - Обзор Lean Canvas. - Презентация текущего состояния проекта. - Распределение ролей в команде. - Описание процессов, которые будут использоваться в проекте (стендапы, планирование, ретроспективы). - Обзор ожидаемых результатов от команды. - Обзор инструментов (Jira, Confluence, пр.). \* **Цель:** Дать команде четкое представление о продукте, текущем состоянии и процессах. | \* **Ведущий (PM) (10 минут):** - Модерация вопросов к РП/РО. - Обсуждение технических деталей, процессов, ролей. \* **Цель:** Прояснить все детали по проекту, процессы и распределению ролей. | \* **Ведущий (PM) (5 минут):** - Краткое резюме всего обсуждения. - Обзор следующих шагов: Планирование, уточнение деталей, начало работы. - Описание системы коммуникаций и отчетности. - Обсуждение расписания дальнейших встреч. \* **Цель:** Согласование дальнейших действий, установление единого плана. | \* **Ведущий (PM) (5 минут):** - Поблагодарить участников за участие. - Призвать команду к активной работе и сотрудничеству. - Подчеркнуть важность проекта. - Мотивационный спич. \* **Цель:** Мотивировать команду, завершить встречу на позитивной ноте, дать заряд на работу. |

**Детальное пояснение каждого этапа:**

1. **Вступление (5 минут):**
   * **Ведущий (PM):** PM выступает в роли ведущего, приветствует участников, представляется и создает позитивную атмосферу. Важно сразу настроить команду на работу и сотрудничество.
   * **Цель:** Позитивно начать встречу, настроить всех на рабочий лад и задать темп.
2. **Фасилитационный блок (10 минут):**
   * **Ведущий (PM):**
     + Рассказывает о себе, своей роли.
     + Озвучивает цель kick-off встречи: *сформировать единое понимание целей проекта, познакомить всех членов команды*.
     + Представляет стейкхолдера (если он присутствует) и его роль в проекте.
     + Представляет РП/РО.
     + Представляет участников команды: Каждый участник представляется, говорит свою роль и ожидания от проекта.
   * **Цель:** Познакомить участников, четко определить роли, цели и установить общую атмосферу.
3. **Секция стейкхолдера (15 минут):**
   * **Стейкхолдер:**
     + Кратко рассказывает о себе и своем опыте.
     + Объясняет высокоуровневое видение проекта, его важность для компании и клиентов.
     + Описывает целевых клиентов, их потребности и проблемы.
     + Описывает выбранную методологию (гибкая/водопадная):
       - Три фактора выбора (почему выбрана эта методология).
       - Обоснование выбора.
       - Что методология означает для нас.
       - Мероприятия.
       - Инструменты.
       - Роли.
   * **Цель:** Дать команде *общий контекст проекта*, его *значимость*, *видение со стороны руководства* и *методологический подход*.
4. **Секция вопросов к СХ (10 минут):**
   * **Ведущий (PM):** Модерация вопросов к стейкхолдеру. Все вопросы должны быть заданы в доброжелательной и конструктивной форме. Важно прояснить любые спорные или непонятные моменты.
   * **Цель:** Гарантировать, что все участники *понимают видение* стейкхолдера и могут *задать вопросы*.
5. **Секция РП/РО (15 минут):**
   * **РП/РО:**
     + Обзор Lean Canvas: презентация Lean Canvas, описание проблем, решений, уникальных преимуществ, сегментов пользователей и пр.
     + Презентация текущего состояния проекта, если что-то уже есть.
     + Описание ролей в команде и зон ответственности.
     + Обзор процессов: ежедневные стендапы, планирование спринтов/итераций, ретроспективы и прочее.
     + Обзор ожиданий от команды: какие результаты ожидаются от каждого участника.
     + Обзор инструментов, которые будут использоваться (Jira, Confluence, Git и прочие).
   * **Цель:** Дать команде *четкое понимание продукта*, *текущего состояния* и *процессов разработки*.
6. **Секция вопросов к РП/РО (10 минут):**
   * **Ведущий (PM):** Модерация вопросов к РП/РО, обеспечение того, что все участники могут задать вопросы.
   * **Цель:** *Устранение неясностей* и *прояснение всех деталей* по продукту и процессам.
7. **“Что дальше” (5 минут):**
   * **Ведущий (PM):**
     + Подводит итоги встречи.
     + Объясняет следующие шаги: планирование, уточнение деталей, старт работы.
     + Объясняет систему коммуникаций и отчетности, каналы и инструменты.
     + Согласовывает расписание следующих встреч.
   * **Цель:** Задать *четкий план дальнейших действий* и установить *правила взаимодействия*.
8. **Финальный call-to-action (5 минут):**
   * **Ведущий (PM):** Поблагодарить участников, воодушевить команду, подчеркнуть значимость проекта, призвать к активной работе.
   * **Цель:** *Мотивировать команду* и закончить встречу на *позитивной ноте*.

**Важные моменты:**

* **Время:** Kick-off встреча должна быть *не слишком длинной*, но *достаточной для достижения целей*.
* **Интерактивность:** Необходимо *поощрять вопросы* и *активное участие* всех членов команды.
* **Визуализация:** Использовать презентации и другие визуальные материалы для более эффективного донесения информации.
* **Открытость:** Задавать вопросы, которые *помогут понять ожидания* каждого участника, *установить общий тон* и *обеспечить позитивный настрой*.
* **Подготовка:** Убедитесь, что все материалы (презентации, документы) готовы заранее.