

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/referat/425133>

Тип работы: Реферат

Предмет: Менеджмент в организации

Введение 2

Понятие MVP и его характеристика 3

Виды MVP 7

Этапы создания MVP 10

Принципы и методы построения продукта 12

Отличие MVP от других концепций 14

Использования MVP для создания успешного бизнеса: примеры 15

Заключение 19

Список использованных источников 20

Первый этап – определение проблемы, которую нужно решить с помощью создаваемого продукта. Следует кратко ответить на вопрос: для чего нужен этот продукт?

Далее необходимо определить целевую аудиторию и узким образом описать клиента или покупателя.

Важно указать возраст, пол, образование, сферы работы и уровень доходов, а также конкретные привычки и хобби.

После этого следует провести анализ конкурентов. Необходимо выяснить сильные и слабые стороны их продуктов, чтобы определить функциональность своего собственного. Анализировать трех главных игроков рынка, исследовать их прошлые и текущие стратегии, объем продаж, доходы, финансовые и маркетинговые цели можно, используя информацию с сайтов компаний, блогов, журналов и газет, а также посещая деловые мероприятия, на которых присутствуют конкуренты. Для этой цели также подойдут инструменты программной аналитики, такие как Similar Web, Ahrefs, Quantcast, App Annie или AppFollow, с помощью которых можно собрать данные о сайтах и приложениях.

Следующим этапом будет проведение SWOT-анализа. Этот метод стратегического планирования, широко используемый крупными компаниями, позволяет определить сильные и слабые стороны продукта, его возможности и угрозы для MVP.

Определение карты путей пользователя (user flow) представляет собой описание пути, который пользователь проходит при взаимодействии с продуктом. Это позволяет разработать требования к контенту и дизайну сайтов и приложений.

Далее необходимо составить список функций с градацией по приоритету, начиная с обязательных функций для будущего продукта. В этом помогут пользовательские истории - описания полезных функций с точки зрения пользователей.

Определение объема MVP предполагает создание продукта с наиболее необходимыми функциями, отделенных от несущественных.

Выбор наиболее подходящего типа MVP - следующий этап. Зависит от типа продукта и его особенностей.

Наконец, необходимо провести альфа- и бета-тестирование. Альфа-тестирование является внутренним тестированием, когда продукт оценивается близким окружением. Бета-тестирование позволяет реальным пользователям опробовать продукт в течение короткого времени и получить обратную связь. После этого продукт обновляется и снова выходит в бета-тестирование. Количество циклов «создания-тестирования» и их временные рамки зависят от типа продукта.

Таким образом, идея MVP отвечает концепции «бережливого стартапа». Главная цель создания заключается в тестировании концепции или продукта на рынке. Именно по его итогам бизнес может принимать решения о выпуске. Создание MVP позволяет понять потребности аудитории на ранних стадиях развития продукта и не выпускать на рынок товар или услугу, которая не будет пользоваться популярностью.

1. Евдокимов И.В. Методика исследования систем управления предприятий для целей информатизации//Труды Братского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2007.

Т. 1. С. 284-288.

2. Купер Б, Власковиц П. «Стартап вокруг клиента. Как построить бизнес правильно с самого начала. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015. – 175 с.

3. Ломов И.И., Вахрушева М.Ю. К вопросу о современных методиках моделирования бизнес-процессов//В сборнике: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА: АНАЛИЗ, ДИАГНОСТИКА И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ материалы VI Международной студенческой научно-практической конференции. 2016. С. 68-70.

4. Рудская, Е. Н. Минимальный целесообразный продукт как целевой ориентир в системе управления взаимоотношения с клиентами в телекоммуникационной сфере / Е. Н. Рудская, О. В. Бондаренко. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2015. — № 21 (101). — С. 452-460. — URL: <https://moluch.ru/archive/101/22840/> (дата обращения: 16.02.2024).

5. Руководство по созданию MVP или минимально жизнеспособного продукта. [электронный ресурс] — Режим доступа. -URL: <http://lpgenerator.ru/blog/2015/03/02/rukovodstvo-po-sozdaniyu-mvp-ili-minimalno-zhiznesposobnogo-produkta/#ixzz3oFpKG9D1> (дата обращения 16.02.2024).

6. Харитонов П.В. Применение IT-технологий при принятии управленческих решений в малом и среднем бизнесе//Труды Братского государственного университета. Серия: Экономика и управление. -2015. Т. 1. - С. 266-269.

7. Шестаков Илья Игоревич Минимально жизнеспособный продукт // Символ науки. 2016. №12-1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/minimalno-zhiznesposobnyu-produkt> (дата обращения: 17.02.2024).

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/referat/425133>