


Курс Управление продуктом



Узнаем:

1. Кто создает продукт?
2. Как зарабатывать на продукте?
3. Как организовать работу команды?
4. Как опубликовать приложение и что делать дальше?

Научимся:

1. анализировать конкурентов и свой продукт.
2. правильно ставить задачи себе и коллегам.

Зачем вам все это знать?

Это пригодится:

- **В финальной презентации:** описать цель, ЦА, конкурентов.
- **В работе:** первый опыт управления проектом.
- **В жизни:** посмотрите на окружающий мир с новой точки зрения.



Управление продуктом

Лекция 1.

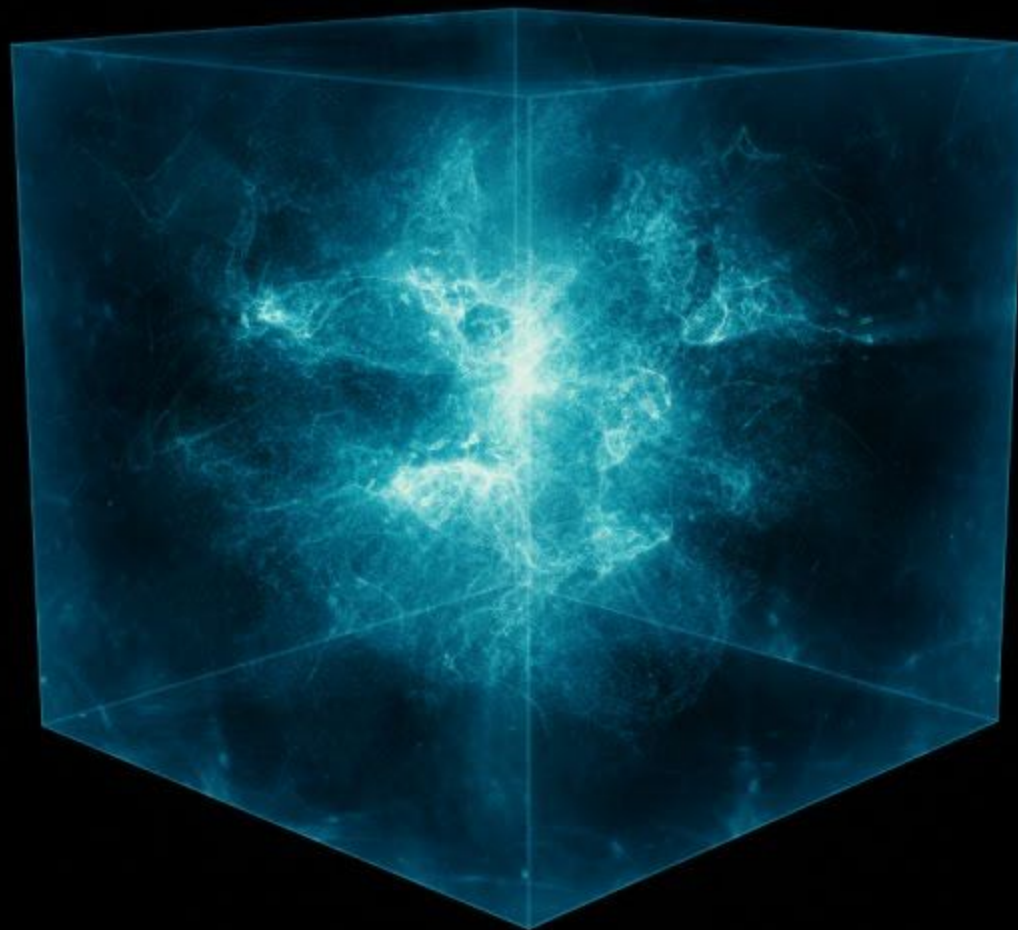
Кто мы и куда мы идем?



На Лекции №1 мы узнаем:

- Что такое продукт и кто его создает.
- 7 этапов производства продукта.
- Где искать идеи для продукта.
- Как найти Целевую Аудиторию.
- Кто является нашими конкурентами.
- Где искать уникальное преимущество.
- Как проверить, что наши предпосылки правильны.

Что такое «Продукт» ?



Основные направления

Менеджмент

- Менеджер продукта
- Менеджер проекта
- Менеджер по развитию бизнеса
- Менеджер по продажам
- Менеджер клиентов
- Администратор
- Модератор
- Game- дизайнер

Программирование

- Front-end разработчик
- Back-end разработчик
- Мобильный разработчик
- Web-программист
- Верстальщик
- Архитектор ПО
- Game-разработчик

Маркетинг

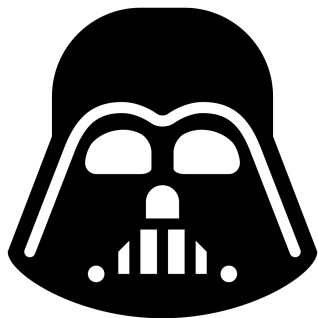
- Маркетолог
- Аналитик
- Рекламщик
- SMM
- PR специалист
- Performance специалист
- SEO специалист

Дизайн

- Дизайнер интерфейсов
- Дизайнер рекламных материалов
- Художник спец. эффектов
- Художник-иллюстратор
- 3D-аниматор

Тестирование и поддержка

- Тестировщик
- QC специалист
- QA специалист
- Системный администратор
- Специалист поддержки
- DevOps специалист



Менеджер продукта

Решает,
какой продукт создаем

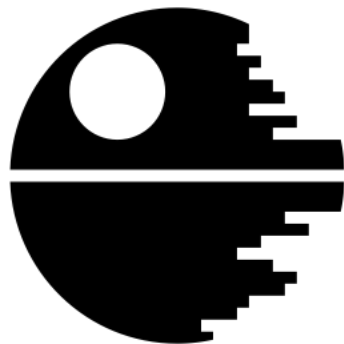
- + сколько он будет стоить,
- + на каком рынке продавать,
- + кто целевая аудитория,
- + какими функциями обладает продукт,
т.д.



Менеджер проекта

Организует работу
команды

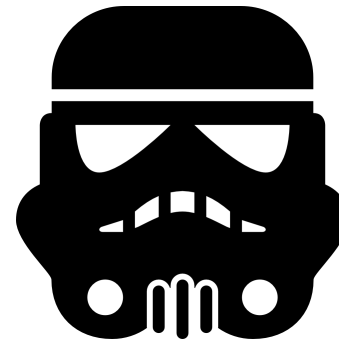
- + планирует процесс производства,
- + следит за качеством продукта,
- + следит за сроками производства,
- + управляет ресурсами и рисками



UX/UI дизайнер

Проектирует путь взаимодействия с продуктом

+ занимается оформлением продукта



Маркетолог

Продвигает продукт на рынке

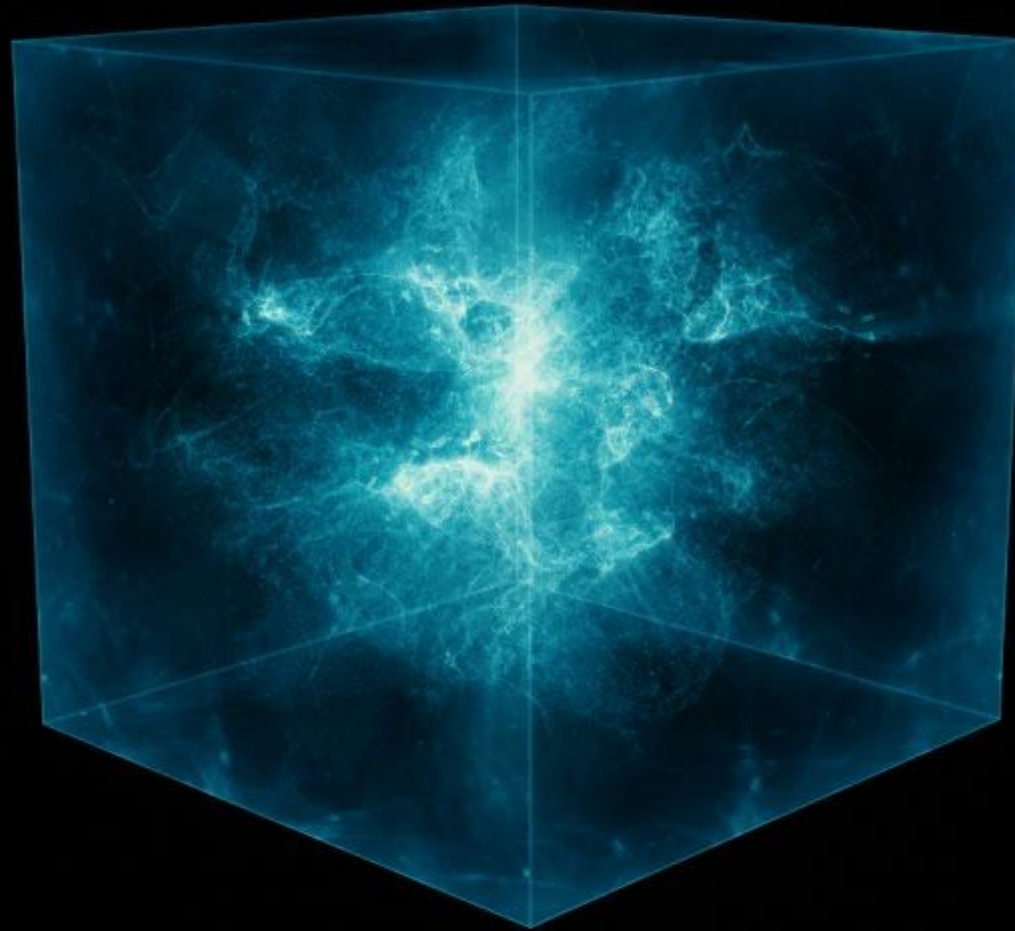
+ формирует маркетинговую стратегию,
+ исследует и анализирует потребности ЦА
+ организует общение с пользователями

7 этапов производства*

1. Анализ рынка

2. Поиск идеи и ее проверка

3. Проектирование



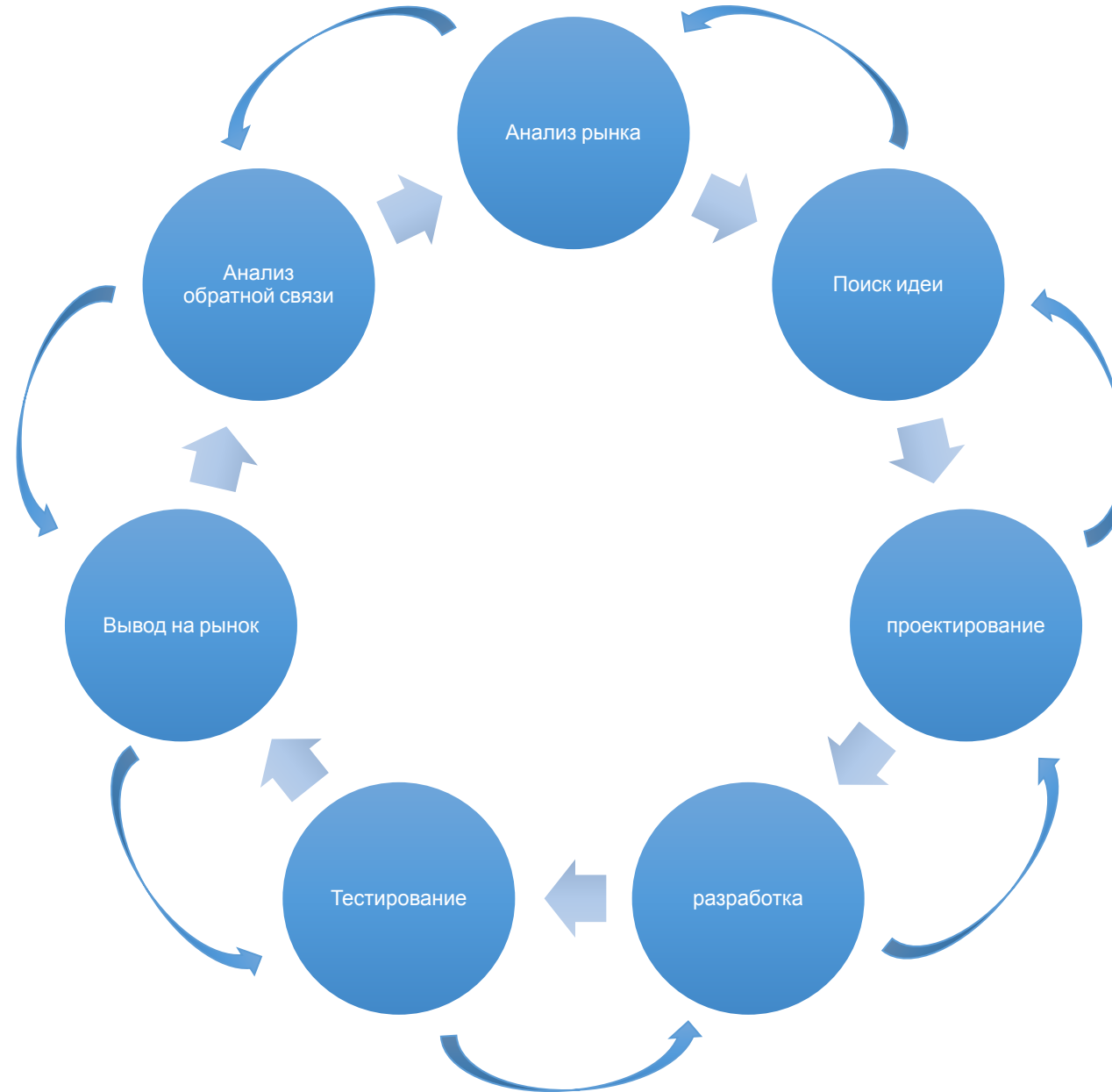
4. Разработка

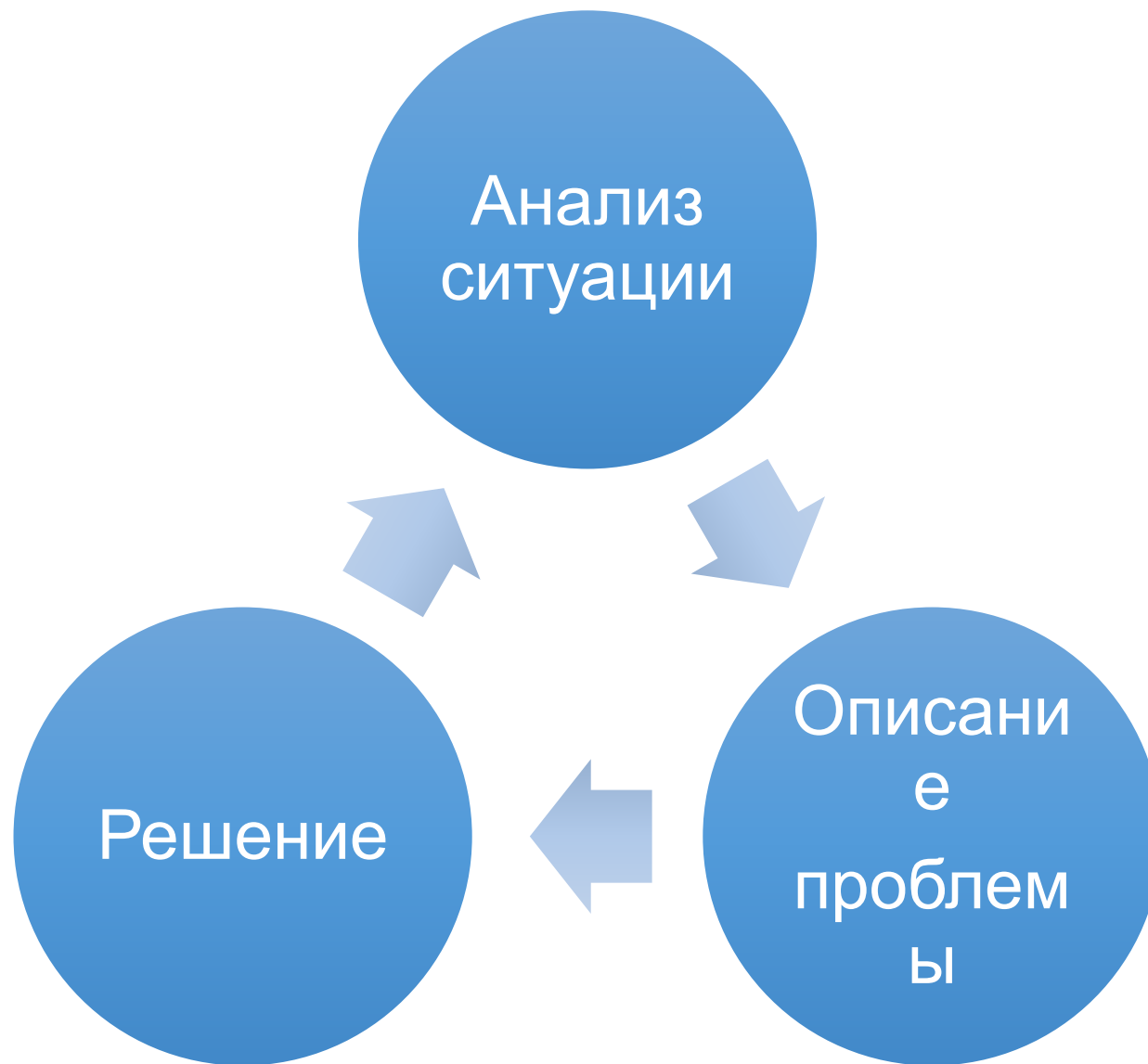
5. Тестирование

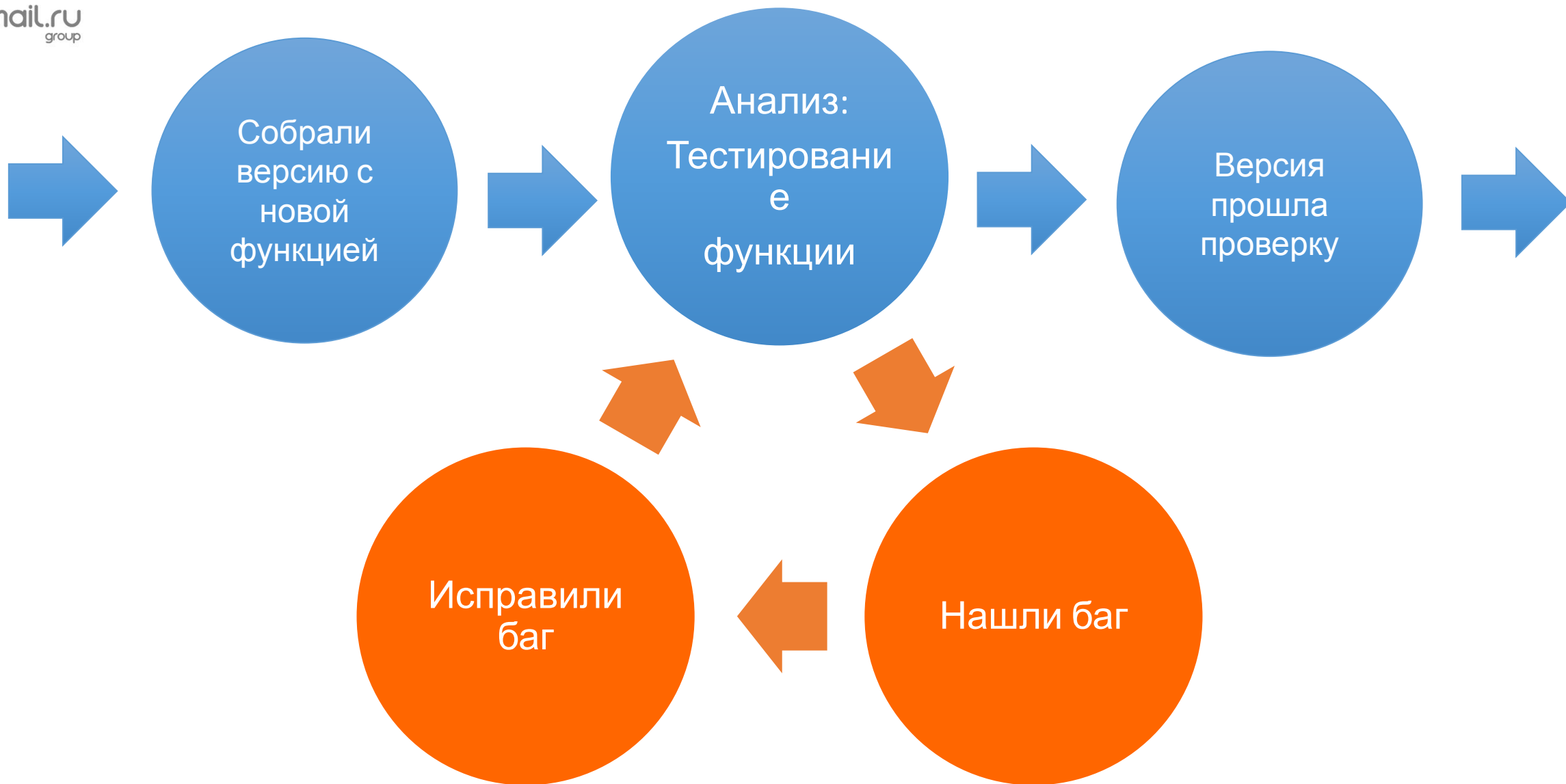
6. Вывод на рынок

7. Анализ обратной связи

*некоторые авторы могут выделять больше или меньше этапов









Где искать идеи?





«Витамины»

Продукты основанные на моде, хайпе.

- Используются пользователями для развлечения.
- Имеют небольшой срок использования.

«Prizma», «Artisto» и т.д.

«Болеутоляющие»

Продукты, которые решают проблемы пользователей

- Используются пользователями для решения конкретных задач.
- Имеют большой срок использования.

Таск-менеджеры, календари, мессенджеры и т.д.

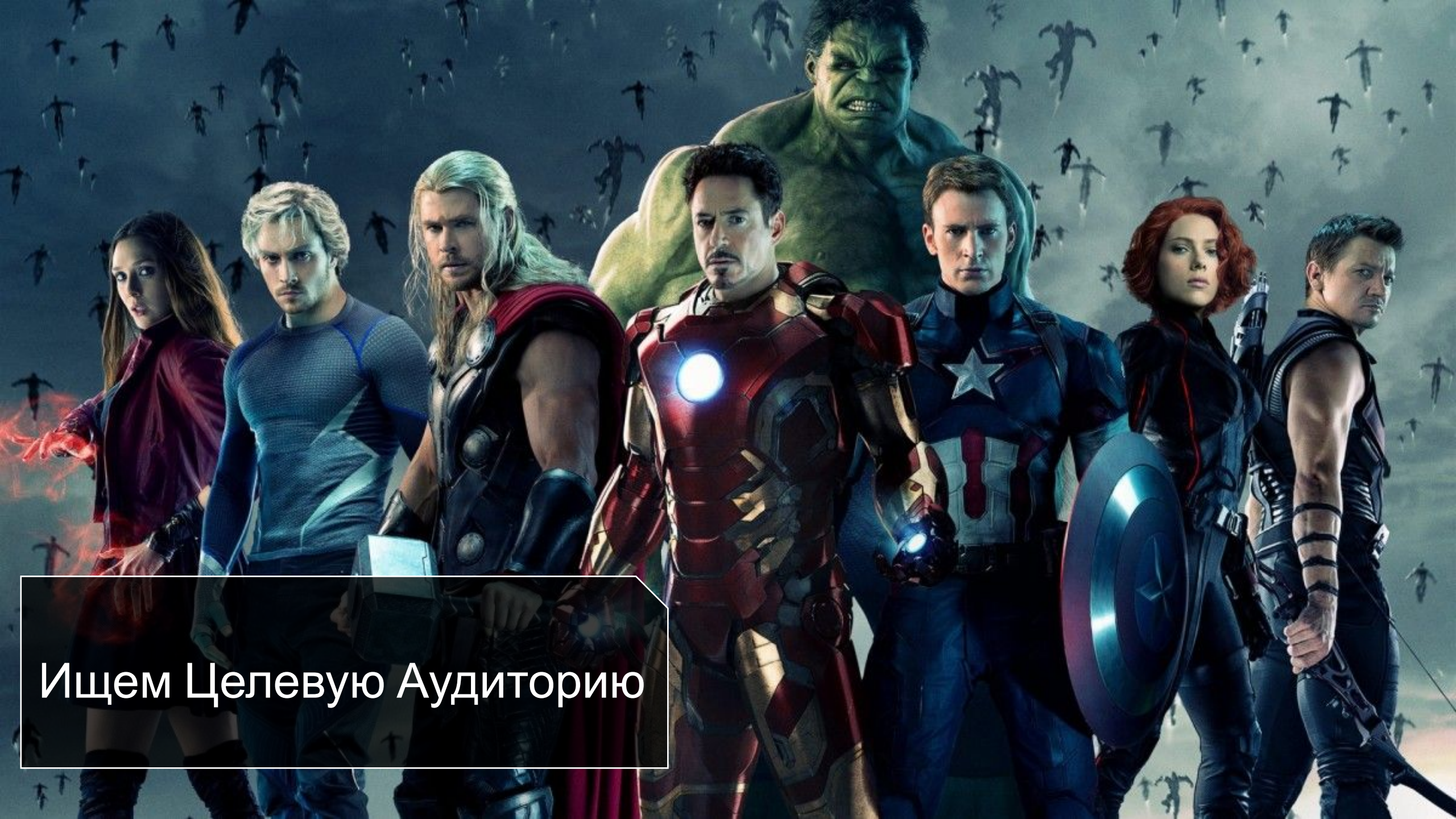
Производство продукта начинается с поиска проблемы

Как найти проблему:

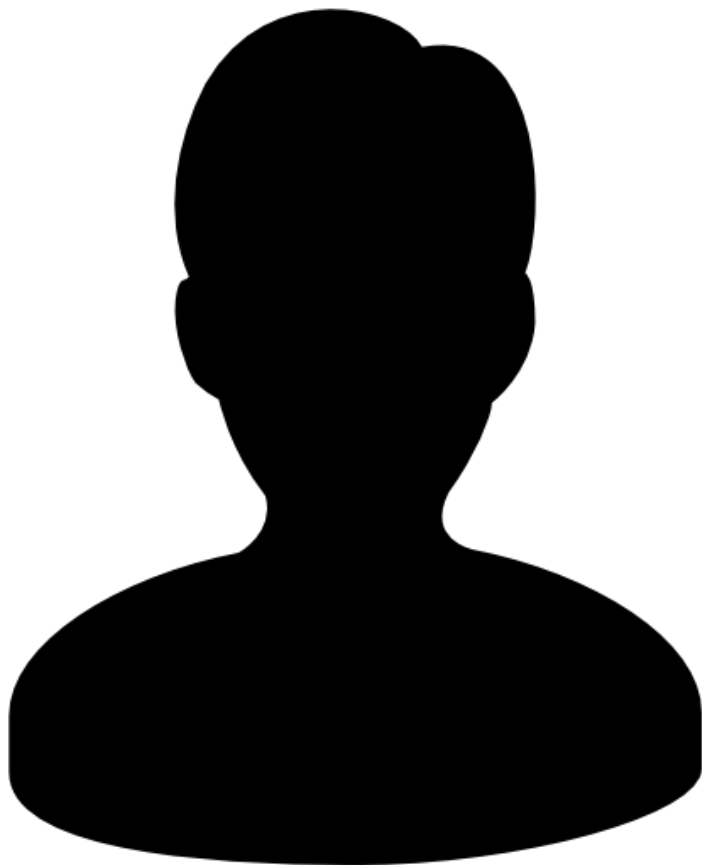
- Спросить себя: какие проблемы испытываешь ты сам.
- Спросить окружающих. Или понаблюдать за окружающими людьми.
- Проанализировать, какие проблемы решают уже существующие продукты.
- Проанализировать новые тренды и спрогнозировать, какие проблемы могут появиться при внедрении новых технологий.

Производство продукта начинается с поиска
проблемы

Мы нашли проблему!
Что дальше?!



Ищем Целевую Аудиторию



Составляем «портрет»
основной целевой аудитории

Пол, возраст, доход, профессия, интересы

Какие ключевые потребности он
стремится решить, когда приобретает
продукт?

Какими еще способами он может решать
эту же проблему?

Когда и при каких условиях пользователь
нуждается в продукте?

Где пользователь узнает о появлении
нового продукта?

Как пользователь принимает решение о
покупке продукта?



Основная аудитория Яндекс.Навигатор

Мужчины 25-45 лет, таксисты, невысокий доход.

Ключевая потребность: быстро найти путь к незнакомому пункту назначения.

Альтернативы: использовать другие приложения, специальные приборы или карту

Нуждается в навигаторе, когда находится в дороге (часто в пробке или в процессе вождения).

Узнает о новых продуктах из рекламы на дороге/по радио

Принимает решение обдуманно, взвешивая за/против и оценивая альтернативы.



Основная аудитория Гороскопы Mail.Ru

Женщины 18-35 лет, офисные работники, средний доход

Ключевая потребность: узнать, каким будет день. Поднять настроение перед рабочим днем.

Альтернативы: использовать другие приложения или обратиться к астрологу.

Читает прогноз по утрам, за завтраком/
утром в офисе читает коллегам.

Узнает о новых продуктах из рекламы в интернете, от знакомых.

Принимает решение спонтанно. Редко платит за использование.

Женщины 18-35 лет, офисные работники, средний доход, ценности, интересы

Ключевая потребность: узнать, каким будет день. Поднять настроение перед рабочим днем.

Альтернативы: использовать другие приложения или обратиться к астрологу.

Читает прогноз по утрам, за завтраком/утром в офисе читает коллегам.

Узнает о новых продуктах из рекламы в интернете, от знакомых.

Принимает решение спонтанно. Редко платит за использование.



Таргетинг рекламы в соц. сетях Рекламу видят только они.

Какими функциями должен обладать продукт, чтобы соответствовать потребности.

Наши конкуренты: нужно изучить их плюсы/минусы, функционал, опросить их ЦА.

Значит новый прогноз должен приходить заранее. Высылаем оповещение в это время.

Размещаем рекламу в этих местах.

Выбираем модель монетизации с помощью рекламы и дополнительных покупок.



Анализ конкурентов


Определяем конкурентов:


Ищем информацию:


- Как пользователи решают свою проблему сейчас?
(предложения конкурентов или не прямые конкурирующие продукты)
- Какие трудности испытывают пользователи при решении проблемы?
(например, неудобно использовать при плохой связи с интернетом)
- Как решается эта проблема в других странах?
(поможем бороться со своими конкурентами)


MTS RUS 45% 15:00


← навигатор

- 

Waze - социальный навигатор
 Реклама Waze
Со свежими данными - мимо пробок!
 ВЫБОР РЕДАКЦИИ **БЕСПЛАТНО**
- 


Яндекс.Навигатор – пробки и..
 Реклама Яндекс
Покажет место парковки 0+
 4,3 ★ **БЕСПЛАТНО**
- 


Яндекс.Навигатор – пробки и..
 Яндекс
 4,3 ★ **БЕСПЛАТНО**
- 


2ГИС: справочник и навигатор
 DoubleGIS, LLC
 4,5 ★ **БЕСПЛАТНО**
- 


Навител Навигатор GPS & Кар..
 NAVITEL
 4,1 ★ **БЕСПЛАТНО**


MTS RUS 45% 15:00


- 

Яндекс.Карты – поиск мест и..
 Яндекс
 4,2 ★ **БЕСПЛАТНО**
- 

Карты : GPS навигатор беспла..
 We love maps
 4,2 ★ **БЕСПЛАТНО**
- 

навигатор бесплатно
 ed.mobile
 4,1 ★ **БЕСПЛАТНО**
- 

GPS Навигация BE-ON-ROAD
 Maps & GPS Navigation
 4,2 ★ **БЕСПЛАТНО**
- 

Sygic Car Navigation
 Sygic maps navigation
 4,7 ★ **БЕСПЛАТНО**
- 

MAPS.ME – Оффлайн карты
 My.com B.V.
 4,5 ★ **БЕСПЛАТНО**

Анализ продуктов-конкурентов

Ищем информацию:

- Как конкуренты решают проблему пользователей?
- В чем заключается уникальность каждого продукта-конкурента?
(UPS или УТП – уникальное торговое предложение, то, что отличает продукт от остальных и создает основную ценность для пользователей)
- В чем преимущества/недостатки конкурентов?
(Проанализируйте отзывы пользователей о продуктах конкурентов. Это поможет создать более эффективный продукт)

MARK XXXI
"PISTON"



MARK XXXII
"ROMEO"



MARK XXXIII
"SILVER CENTURION"



MARK XXXIV
"SOUTHPAW"



MARK XXXV
"RED SNAPPER"



MARK XI



MARK XII



MARK XXXVI
"PEACEMAKER"



MARK XXXVII
"HAMMERHEAD"



MARK XXXVIII
"IGOR"



MARK XXXIX



MARK XL
"SHOTGUN"



MARK XVI
"NIGHTCLUB"



MARK XV
"HEARTBREAKER"



Поиск уникального
преимущества



Предпосылки:



Проверка предпосылок

Как только мы начали работать над продуктом, необходимо искать контакты со своей ЦА, чтобы получить больше информации о ее потребностях, а также, чтобы узнать их мнение о продукте.

- Интервью с потенциальными пользователями.
- Опросы пользователей конкурентов.
- Fake Landing Page
(создание ненастоящей посадочной страницы для еще не существующего продукта)

WELCOME TO THE NOTE-TAKING REVOLUTION.

note.io is an app for taking notes. Take your notes and share with others by providing the shorten URL to a friend. note.io is fast, easy, and comes up with short, cute URLs.

GET THE APP

Send



THE ONLY NOTE-TAKING APP YOU'LL EVER NEED

Always there when you need it - note.io syncs with the cloud so you can stay on top of just about anything across all your devices.



WINNER "BEST NEW APP IDEA 2014"

Distinguished judges rated note.io as beautiful & functional. "note.io is beautifully designed, simple to use and user friendly." - *Steve Ballmer*



На Лекции №1 мы узнали:

- ✓ Что такое продукт и кто его создает
- ✓ 7 этапов производства продукта
- ✓ Где искать идеи для продукта.
- ✓ Как найти Целевую Аудиторию.
- ✓ Кто является нашими конкурентами.
- ✓ Где искать уникальное преимущество.
- ✓ Как проверить, что наши предпосылки правильны.

Проверим, как это на практике на Семинаре №1

Завтра, на Лекции №2 мы узнаем:

- С чего начать разработку?
- Как заработать на продукте?
- Как зарабатывать еще больше?

ВОПРОСЫ?

КОНТАКТЫ

- > *m.pliashkova@corp.mail.ru*
- > *[/marynapleshkova](#)*

Спасибо!