



Namatek
True Education

www.namatek.com

MVP

MVP چیست؟

فهرست مطالب

۱. MVP چیست؟
۲. مزایای MVP چیست؟
۳. روش های MVP چیست؟

کسانی که قصد ارائه محصول جدید به بازار را دارند، باید به خوبی بدانند که مفهوم MVP چیست. خیلی مهم است که قبل از سرمایه گذاری هنگفت برای تولید انبوه یک محصول، از کیفیت مطلوب آن اطمینان حاصل کنید. به عبارت دیگر باید به دنبال راهی باشید تا مطمئن شوید محصول جدید، نیازهای مصرف کنندگان را برطرف می کند یا خیر؟ این جاست که پای MVP به میان می آید. در ادامه قصد داریم به بررسی این مفهوم مهم در حوزه کسب و کار بپردازیم. دعوت می کنیم تا پایان با ما همراه باشید.

MVP چیست؟

در پاسخ به سوال MVP چیست، ابتدا باید به این موضوع بپردازیم که این کلمه مخفف چه عبارتی است. MVP مخفف عبارت Minimum Viable Product به معنی حداقل محصول قابل ارائه است.



این مفهوم به طور مستقیم با حوزه بازاریابی در کسب و کارها مرتبط است. صاحبان کسب و کار تلاش می کنند تا با حداقل سرمایه، نمونه ای اولیه از محصول مد نظر خود را تولید کنند.

سپس این محصول را برای ارزیابی میزان انطباق با نیاز مصرف کنندگان در بازار عرضه می کنند. چنین ایده ای به خصوص برای استارتاپ ها که با محدودیت سرمایه مواجه هستند، اهمیت بسیار زیادی دارد.

آمارها نشان می دهند که ۲۰ درصد کسب و کارهای نوپا حتی موفق به جشن گرفتن یک سالگی خود نمی شوند.

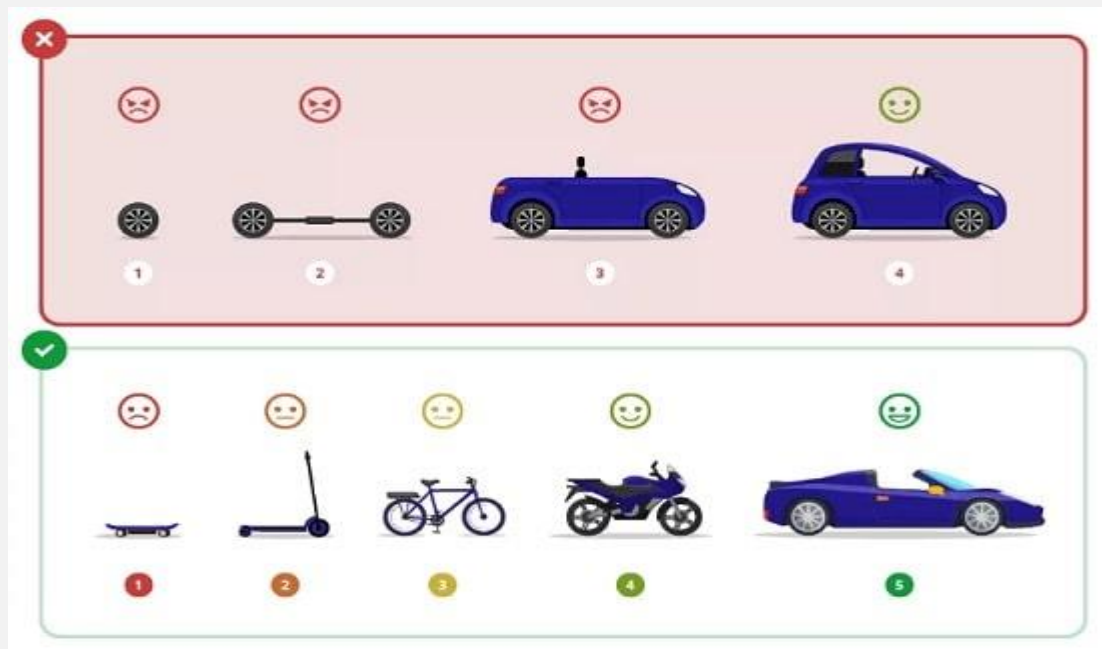
این مسئله می تواند دلایل زیادی داشته باشد. یکی از مهم ترین مشکلات، تحلیل ضعیف آن ها از اتفاقاتی است که در بازار رقم می خورند.

اجرای دقیق MVP به استارتاپ ها کمک می کند تا بازار را به درستی تحلیل کنند. به این ترتیب نیازهای مصرف کنندگان را به درستی خواهند شناخت. در نهایت می توانند محصول خود را با در نظر گرفتن تمام ویژگی های مطلوب به تولید انبوه برسانند.

مثالی از مفهوم MVP

معمولا در ادبیات کسب و کار، MVP را با نمونه اولیه (Prototype) اشتباه می گیرند. دقت داشته باشید که نمونه اولیه صرفا نوعی مدل سازی از محصول است؛ در حالی که MVP نمونه ای واقعی و نهایی از محصول می باشد.

بد نیست که در این جا مثالی کاربردی برای روشن شدن مفهوم MVP مطرح کنیم. تصویر زیر را در نظر بگیرید.



مجموعه شکل های ردیف اول را نمی توان به عنوان MVP در نظر گرفت. چرا که محصول شماره ۱ و ۴ ارتباط کارکردی دقیقی با یکدیگر ندارند. شکل شماره ۱ هرچند چرخ یک خودرو را نشان می دهد؛ اما فراموش نکنید که کارکردی مشابه شکل ۴ برای مصرف کننده ندارد. در مقابل مجموعه شکل های ردیف دوم را می توان به عنوان MVP دانست. شکل ۱ اسکیت تخته ای را نشان می دهد و در یک مسیر تکاملی به شکل ۵ یعنی خودروی سواری منتهی می شود. هر یک از محصولاتی که در این ردیف مشاهده می کنید، برای حرکت کردن به مصرف کننده کمک می کنند؛ بنابراین با ارزیابی هر یک از آن ها می توان به محصول نهایی که خودرو نام دارد، رسید.

مزایای MVP چیست؟

در این بخش باید به این سوال پاسخ دهیم که مزایای MVP چیست؟ واقعیت این است که شما به عنوان تولیدکننده شاید تصور کنید تمام جوانب امر را برای تولید یک محصول در نظر گرفته اید؛ اما در عمل با عرضه محصول

به بازار متوجه می شوید که اختلافات جدی بین شما و مصرف کنندگان در بازار وجود دارد. حداقل محصول قابل ارائه به صاحبان مشاغل اجازه می دهد تا تقاضا در بازار را به خوبی تجزیه و تحلیل کنند.

به عبارت دیگر مدیران شرکت ها متوجه می شوند که آیا محصولشان مزیت رقابتی دارد یا خیر؟

بدیهی است که فهمیدن چنین مسئله کلیدی با صرف هزینه کم یک دستاورد بسیار عالی برای بنگاه های اقتصادی به شمار می رود. از آن گذشته اجرای موفق MVP برای جذب سرمایه گذار نیز بسیار مفید است.

این موضوع بسیار مهمی برای استارتاپ ها به شمار می رود؛ چرا که متقاعد کردن سرمایه گذاران برای استارتاپ ها همواره موضوعی چالش برانگیز است.

هرچند بیزینس پلن ابزاری کاربردی برای این منظور به شمار می رود؛ اما واقعیت این است که طرح تجاری چیزی جز یک سند مکتوب نیست. MVP یک محصول واقعی است که ارزیابی را برای سرمایه گذار راحت تر می کند. دریافت نظرات مشتریان با عرضه MVP در ارتقای قابلیت های محصول نهایی به کسب و کار ها کمک می کند.

به این ترتیب می توانید توسعه محصول را دقیقاً متناسب با نیاز مشتریان بالقوه موجود در بازار انجام دهید.



MVP می تواند پلی برای پیدا کردن اولین گروه از مشتریان در بازار نیز باشد. این موضوع بسیار مهمی است که کسب و کارها در روزهای ابتدایی فعالیت خود خیلی به آن نیاز دارند. در نهایت باید توجه داشته باشید که MVP عرضه محصول با بهترین کیفیت در زمان مناسب را در بازار رقابتی دنیای امروز امکان پذیر می کند.

روش های MVP چیست؟

تا این جا بررسی کردیم که MVP چیست و چه مزایایی را در دنیای تجارت به همراه دارد. انواع روش های MVP را می توان در ۵ گروه جداگانه دسته بندی کرد که به آن ها می پردازیم.

روش دربان (Concierge)

در روش دربان، شما به هیچ عنوان کالا یا خدمات خاصی را در اختیار مشتریان قرار نمی دهید؛ بلکه صرفاً با مشتریان وارد ارتباط می شوید و از آن ها می خواهید تا نیازهای خود را در یک حوزه خاص با شما در میان بگذارند.

البته اجرای این روش نیاز به افراد متعهدی دارد که زمان زیادی را برای این منظور صرف کنند.



به عنوان مثال فرض کنید می خواهید یک اپلیکیشن در زمینه رژیم غذایی و تمرین های ورزشی برای تناسب اندام راه اندازی کنید. این اپلیکیشن قرار است متناسب با شرایط هر فرد یک برنامه غذایی و تمرینی اختصاصی را در اختیارش قرار دهد.

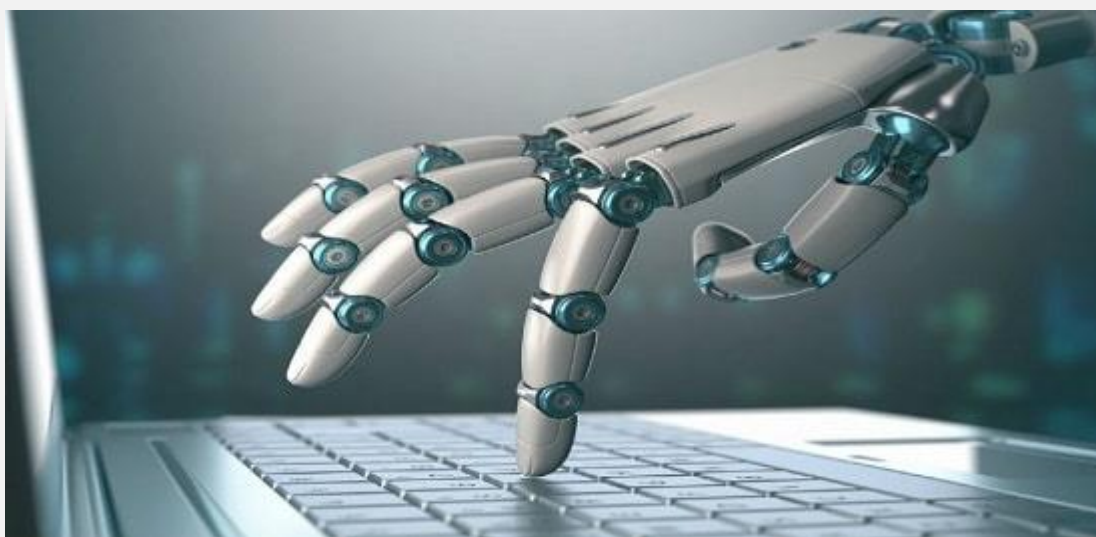
با انجام تحقیق بدون واسطه از جامعه هدف می توانید اطلاعات زیادی از نیازهای واقعی آن ها را قبل از طراحی اپلیکیشن کسب کنید.

روش جادوگر شهر اوز (Wizard of Oz)

در ادامه بحث روش های MVP چیست، نوبت به روش جادوگر شهر اوز می رسد. این روش تقریباً مدل توسعه یافته روش دربان است؛ چراکه تقریباً از همان منطق برای آگاهی از نظرات مشتریان استفاده می کند. یک تفاوت عمده در این جا وجود دارد که باید روی آن تاکید کنیم.

صاحبان مشاغل در روش جادوگر شهر اوز تلاش می کنند تا این طور به مخاطب القا کنند که خدمت یا محصولی اتوماتیک را در اختیار آن ها می گذارند.

به این ترتیب سعی می کنند تا قوه تخیل مشتریان را به پرواز در بیاورند. موضوعی که باعث می شود خدمات یا محصولات در قالب سرویس اتوماسیون در اختیار آن ها قرار بگیرد.



روش صفحه فرود (Landing Page)

روش سوم در قالب وب سایت های اینترنتی قابل انجام است. لندینگ پیج ها یا صفحات فرود فرصت های مناسبی را در اختیار شما قرار می دهند تا به واسطه آن ها بتوانید یک محصول را به مشتریان معرفی کنید. در قالب این صفحه می توانید مزایای محصول را به بهترین شکل ممکن برای مشتریان توضیح دهید.

در پایان صفحه، لینک خرید را در اختیار کاربران بگذارید و از آن ها بخواهید که در صورت تمایل محصول را سفارش دهند. حتی می توانید ایمیل مشتریان را از طریق صفحه فرود جمع آوری کنید.

سپس از آن ها بخواهید در ازای دریافت کد تخفیف نظرات خود را در اختیارتان قرار دهند. به این ترتیب می توانید از فرصت تجزیه و تحلیل نیاز کاربران قبل از عرضه نهایی محصول بهره مند شوید.



روش ویدیوهای توضیحی (Explainer Videos)

خیلی از صاحبان کسب و کار ها نمی دانند که بهترین روش در زمان عرضه محصولات پیچیده برای MVP چیست؟

هیچ چیز مانند یک ویدیو نمی تواند برای توضیح قابلیت های محصولات پیچیده به شما کمک کند.

به کمک ویدیو می توانید نحوه استفاده از محصولات یا خدمات را به کاربران توضیح دهید. با کمی خلاقیت می توانید ضمن آشنا کردن مشتریان با محصولات، آن ها را به تعامل بیشتر با خود تشویق کنید.



روش پیش خرید (Pre-Order)

اگر محصولی را در دست تولید دارید که باید سرمایه گذاری زیادی برای نهایی کردن آن در نظر بگیرید، می توانید از روش پیش خرید استفاده کنید. به این ترتیب مشتریان را تشویق می کنید که در فرآیند توسعه محصول مشارکت کنند و قبل از عرضه نهایی آن را بخرند. در نتیجه می توانید ارزیابی دقیقی از تعداد مشتریان دست به نقد داشته باشید و از کمک مالی آن ها برای پیش برد پروژه بهره ببرید.



البته دقت داشته باشید که از این روش نباید خیلی استفاده کنید و تنها در موارد خاص به سراغ آن بروید.