

MVP چیست؟

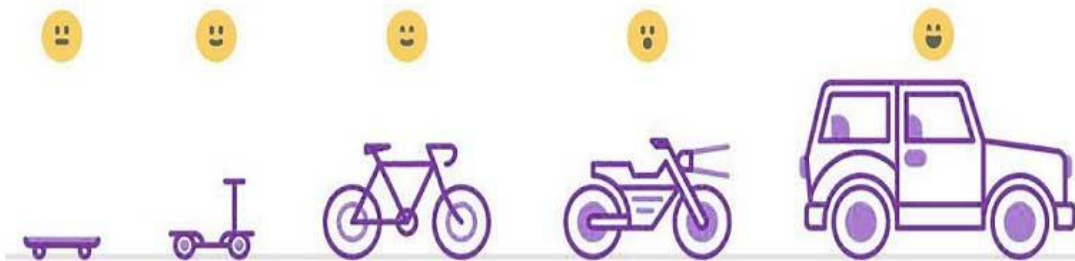
MVP یکی از موضوعات مهم و حائز اهمیت در حوزه کسب و کار و کارآفرینی به شمار می رود . MVP مخفف Minimum Viable Product می باشد و حداقل محصول پذیرفتنی یا کمینه محصول پذیرفتنی معادل فارسی آن محسوب می گردد.

منظور از MVP محصولی می باشد که برای عرضه به مشتری ها، از حداقل خصوصیات کافی و لازم برخوردار باشد. مد نظر قرار دادن بازخورد و توجه مشتری به محصول، یکی از هدفهای ارائه آن به شمار می رود. محصول ارائه شده، ناقص شده محصول اصلی نمی باشد، بلکه محصولی با قابلیت فروش است که در آینده قابلیت و امکان اضافه کردن خصوصیات جدید به آن امکان پذیر می شود. برای روشن شدن و درک بهتر مطلب، توضیح مختصری داده می شود. فلسفه وجودی ام وی پی از اینجا نشأت می گیرد که هیچگاه نباید پول و وقت خود را صرف محصولی کرد که هیچکس حاضر نیست بابت محصول ارائه شده، پول داده یا حتی آن را بخرد. دلیل تاکید و اهمیت دادن به مفهوم ام وی پی از نقطه نظر سرمایه گذار نیز ناشی از همین مسئله می باشد. بر همین اساس نباید تمام هزینه و وقت خود را به خاطر محصولی تلف کرد که هیچکس تمایلی به خرید محصول ارائه شده ندارد و در ازای آن نیز حاضر نیست پولی پرداخت کند. در این مقوله ممکن است در بعضی موارد سه کلید واژه نسخه آزمایشی، نمونه اولیه و حداقل محصول پذیرفتنی به دلیل تشابه با هم در برخی مواقع به صورت اشتباه مورد استفاده قرار گیرد MVP. یا حداقل محصول پذیرفتنی (کمینه محصول پذیرفتنی، محصول کمینه، محصول حداقلی نیز به این مقوله اشاره دارد) برای یادگیری از مشتری، بازخورد گرفتن و آزمایش و بررسی مدل های کسب و کار مورد استفاده قرار می گیرد .نمونه اولیه یا (Prototype) برای سنجش ابعاد فنی محصول بکار گرفته می شود که در این مورد از محصول نهایی، یک نمونه آزمایشی و دست ساز فراهم می شود .نسخه آزمایشی یا (Demo) پس از راه اندازی مدل کسب و کار به منظور معرفی محصول اصلی به مشتری و ارائه توضیحاتی در مورد کارکرد های محصول نهایی ارائه می گردد. با توجه به مطالب گفته شده، مشخص می گردد که حداقل محصول پذیرفتنی با دیگر نمونه های ذکر شده دارای تفاوت می باشد که آن را با سایر مفاهیم متمایز می سازد. مفهوم ام وی پی به وسیله فرانک رایبسنون در سال ۲۰۰۱ برای نخستین بار مطرح شد و اریک ریس و استیو بلنک این مفهوم را رشد و توسعه دادند.

This is NOT MVP...



This IS MVP...



برای تولید و عرضه یک محصول علاوه بر تلاش مستمر و صرف وقت زیاد، امکان پدیدار شدن شکست نیز میسر می باشد. با این وجود ارائه یک MVP برای صاحبان کسب و کار و فعال در حوزه کار آفرینی این امکان را میسر می سازد که حداقل محصول پذیرفتنی خود را در معرض آزمایش گذاشته و نتیجه آن را بررسی کنند. ام وی پی از خصوصیات اولیه و تاثیر گذار برای رشد و توسعه آن در آینده برخوردار می باشد. عرضه کنندگان کمینه محصول پذیرفتنی به صورت معمول محصول مدنظر خود را به مشتری ارائه می نمایند تا به وسیله بازخورد های بدست آمده توسط مشتری، چشم انداز مفید و مناسبی را در مورد محصول عرضه شده و همینطور اطلاعاتی در رابطه با نوع و شیوه های بازاریابی آن کسب کنند. با بررسی و جمع آوری مکرر اطلاعات، بازخورد ها، تجزیه و تحلیل و تکرار این موارد، سرانجام برای تولید به عنوان یک محصول مفید و مناسب یا ناموفق، با توجه به بازخورد محصول، جمع آوری نهایی ارائه می گردد.

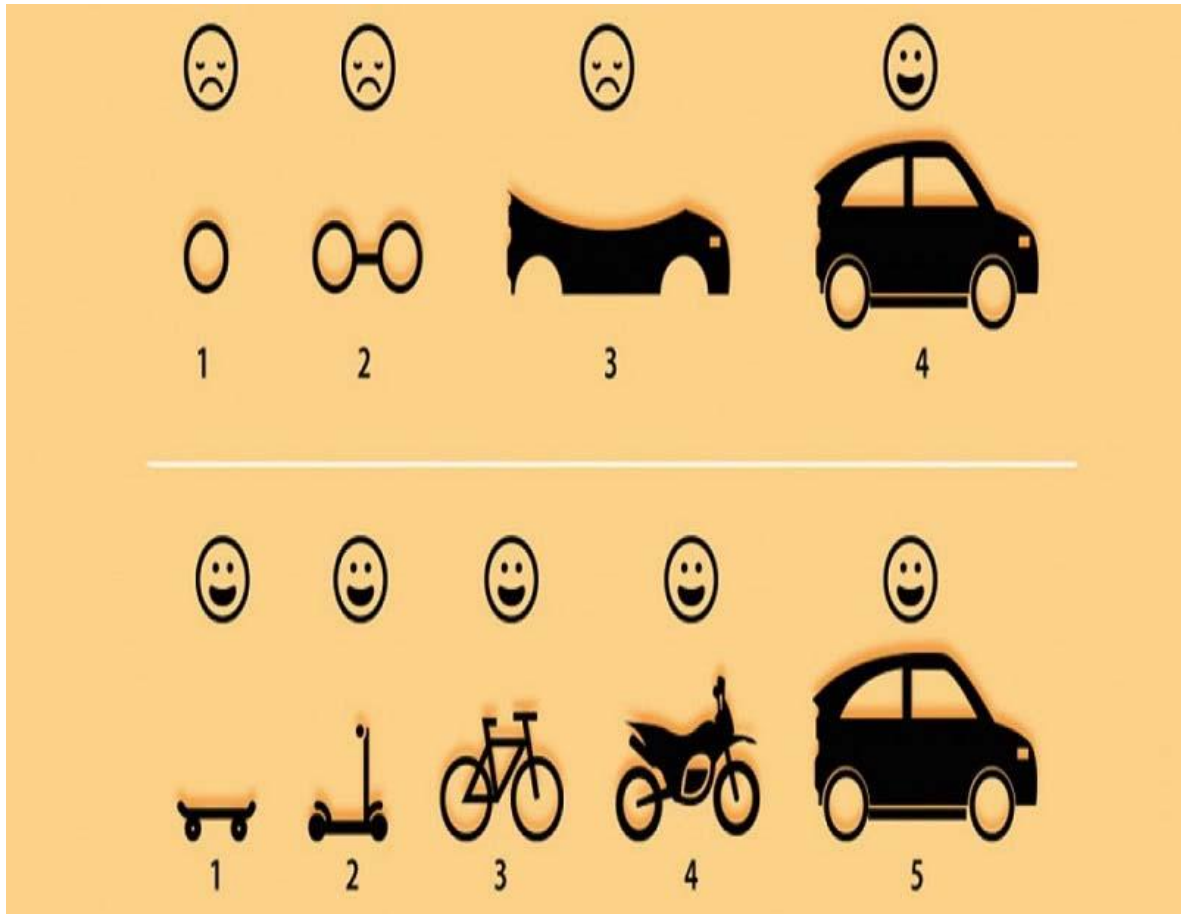
هدف از MVP چیست؟

یکی از هدف های اصلی برای ساخت MVP، ساخت یک نسخه اولیه، رشد و گسترش خصوصیات و مشخصه های آن محصول در زمان آینده می باشد. از هدف های دیگر ام وی پی، صرفه جویی در زمان در رابطه با

قسمت هایی که مورد نظر مشتری واقع نمی شوند، نیز می توان اشاره داشت. ارایه سریعتر و زودتر محصول به مشتریان، بالا بردن سرعت یادگیری، قابلیت بررسی فرضیه های مختلف محصول، با بهره گیری از کمترین منابع و به تصویر کشیدن قابلیت های تیم گسترش دهنده در شکل گیری و به وجود آمدن محصول متناسب با نیاز، از دیگر اهداف مد نظر در ام وی پی محسوب می گردد.

چگونه MVP بسازیم؟

برای ایجاد و ساخت MVP می توان از روش های مختلفی بهره برد. یکی از روش ها، نوشتن ریز به ریز ارزش های پیشنهادی مد نظر بر روی یک کاغذ یا برگه و قرار دادن آن در اختیار مشتریان مورد نظر خود می باشد. این کار در دریافت نظرات و بازخورد های مشتریان بسیار تاثیر گذار می باشد. طراحی بروشور نیز می تواند در این زمینه مؤثر باشد. با بهره گیری از بروشور می توان مزیت ها و ویژگی های ارزش پیشنهادی مد نظر خود را در معرض نمایش قرار دارد. به عنوان مثال اگر بنا باشد که یک شرکت خدماتی شروع به فعالیت کند، در قالب بروشور امکان ارایه فعالیت های مد نظر شرکت و تفاوت آن با سایر شرکت های رقیب وجود دارد. سپس با پخش نمودن آن در مناطق مختلف، می توان از میزان استقبال مشتریان از این موضوع آگاه شد و میزان بازخورد آن را مورد سنجش قرار داد. طراحی سایت و معرفی خدمت یا محصول نیز در این زمینه یک گام رو به جلو محسوب می شود. با گذاشتن اطلاعات صحیح و جامع از ارزش پیشنهادی در اختیار مشتری، سنجیدن واکنش و رفتار آنها در قبال ارزش پیشنهادی و محصول امکان پذیر می گردد. نمونه بارز در این زمینه فروشگاه خرید کفش آنلاین Zappos می باشد که پدید آورنده آن آقای سوینگ مورین، در آغاز راه با طراحی یک سایت معمولی و ساده، ضمن توافق با چند فروشگاه، به روش آنلاین برای فروش کفش ها اقدام کرد. مورین در ابتدا در نظر داشت تا بازخورد و استقبال مشتریان را در مواجهه با ایده مورد نظرش بررسی کند و در مرحله بعد برای خرید گسترده محصول اقدام نماید.



از دیگر ابزارهای ایجاد MVP ، ساخت و ارایه ویدیو می باشد. نمونه موفق در این مورد Drop Box است که سازندگان آن برای سنجیدن میزان واکنش مشتریان به محصول مد نظر خود، با منتشر نمودن ویدیو چند دقیقه ای، به این مهم دست یافتند .استقبالی که در این مورد از محصول به وجود نیامده آنها شکل گرفت بی سابقه بود. رقمی در حدود ۷۵۰۰۰ نفر خواستار ارایه محصول به آنها شدند. با استفاده از نرم افزارهای موجود و ساختن یک ویدیو ساده، به سادگی ارایه ارزش های پیشنهادی محصول به مشتریان میسر می شود. از دیگر مراحل ساخت MVP ، ساختن نمونه اولیه و واقعی از محصول می باشد. با پیاده سازی و اجرای ابعاد اصلی ارزش پیشنهادی در نمونه اولیه ساخته شده، دریافت میزان استقبال و توجه به محصول امکان پذیر می گردد. به عنوان مثال برای ارایه و معرفی یک بازی ویدیویی، می توان با ساختن نمونه ساده و اولیه، و در اختیار بچه ها گذاشتن آن، از میزان توجه و استقبال آنها اطلاعات کسب کرد. بهره مندی از شبکه های اجتماعی نیز می تواند در این زمینه راهگشا باشد. استفاده از این شبکه ها به عنوان ام وی پی فاقد هزینه، راحت و ساده نام برده می شود. ایجاد کانال در تلگرام یا ساختن صفحه در اینستاگرام به دلیل حضور جمع کثیری از کاربران، برای ارایه اطلاعات جامع و کاربردی در مورد محصول و نحوه فروش آن، می تواند بسیار مؤثر و تاثیر گذار باشد. قبل از اقدام به ساختن و گسترش محصول، آغاز فعالیت برای فروش آن اقدامی سنجیده و مفید می باشد. تولید محتوای مرتبط با محصول در وبلاگ نیز گزینه بسیار قابل قبولی به شمار می رود. این امر یکی از

شیوه های قوی و تاثیر گذار از روش های دیجیتال مارکتینگ محسوب می شود. یکی از نمونه شاخص در این زمینه که می توان به عنوان حداقل محصول پذیرفتنی به آن اشاره کرد، سایت دیجی کالا می باشد. در سال ۱۳۸۵ این سایت در ابتدای راه با یک وبلاگ ساده کار خود را با بررسی دوربین های موجود در بازار آغاز نمود و با ایجاد بستری مناسب، امکان فروش اینترنتی این محصول را فراهم کرد.

مزایا و ویژگی های MVP چیست؟

از ویژگی های بارز MVP پیدا نمودن و دستیابی به پذیرندگان ابتدایی محصول، قابلیت شناخت مشتریان در کمترین زمان ممکن، صرفه جویی در هزینه و جلوگیری از اتلاف وقت در رشد و توسعه محصول، برخورداری از ریسک کمتر و بهره مندی از حاشیه سود بیشتر را می توان ذکر نمود. با شناخت نیاز واقعی مشتری در مراحل ابتدایی، از اتلاف وقت و هزینه برای سایر محصولاتی که مشتری از آن استقبال به عمل نیاورده، پیشگیری می شود. با اعتبار سنجی ایده و نرسیدن به درک مناسب از نیازهای واقعی مشتری، نباید در این مرحله برای تشکیل دادن تیم اقدامی انجام داد. در صورت عدم تمایل مشتری به محصول دیگر هیچ نیازی به تیم کامل احساس نمی شود. قرار دادن یک نمونه از ام وی پی در دست مشتری، کمک شایانی و مفیدی به درک صحیح نیازهای مشتری می کند که در نتیجه آن، شناخت خواسته ها و سلیقه مشتری به راحتی امکان پذیر می شود. با شناخت صحیح از نیازهای واقعی و مناسب مشتری، بازخورد سریعی برای محصول اتفاق می افتد. همچنین در این مرحله نحوه استفاده از شیوه های تبلیغاتی برای فروش محصول تعیین می گردد. شناخت و درک مناسب مشتری سبب راحت تر مشخص شدن اندازه و ابعاد بازار هدف می شود، چرا که در این مرحله مشتری های خواستار محصول مشخص هستند. با شناختن مشتریان خریدار محصول از مرحله ابتدای کار، برای ایجاد برنامه ریزی جهت فروش و نحوه تبلیغات، می توان سنجیده تر و دقیق تر اقدام نمود.



MVP

MVP چگونه ساخته میشود؟

برای ساخت مناسب MVP باید نکاتی را مد نظر قرار دارد که در ادامه به این موضوع می پردازیم. تعریف کامل و جامع از ایده یا طرح کسب و کار، نخستین گام برای ایجاد و ساخت ام وی پی محسوب می شود. در این مرحله با قرار دادن خود در جایگاه مشتری و شناخت نیازهای واقعی او، به تعیین هدف اصلی از ساخت و ارائه محصول می پردازیم. در مرحله بعدی، به شناخت از رقبا، تحلیل بازار و محصولات مشابه اقدام می گردد. شناخت و تعیین مسیر حرکتی مشتری مرحله بعدی در این زمینه به شمار می رود. بعد از این مرحله، فراهم کردن یک نمونه لیست از امکانات ضروری صورت می گیرد. امکانات دارای اهمیت بالا در بالای لیست و در پایین لیست موارد کم اهمیت قرار می گیرد. سپس با در نظر گرفتن الویت بندی مورد نظر، اقدام صورت می گیرد. به طور معمول پس از تعیین طرح و فرآیند ساخته شدن آن، مرحله امتحان و یادگیری محصول آغاز می شود.

یکی از انواع مدل های MVP، مدل جادوگر شهر اوز یا Wizard Of Oz می باشد. این مدل برای زمانی صورت می گیرد که نمونه ای مانند نمونه اصلی و حقیقی محصول در معرض نمایش قرار می گیرد. اما پس از درخواست تقاضا نسبت به تولید محصول اقدام می شود. کاربرد دیگر ام وی پی در مدل کار پرداز انجام می پذیرد. در این مدل از سرویس های دستی برای شروع مرحله استفاده می شود و خبری از ارائه محصول نمی باشد. به عبارت دیگر در این شیوه به مانند مدل جادوگر شهر اوز به پیش می رود، با این تفاوت که انجام کلیه خدمات به صورت دستی و بدون استفاده از تکنولوژی خاصی صورت می گیرد. همچنین اغلب فرآیندها در این روش به صورت غیر واقعی وجود دارد و مشتری نیز از انجام کارها به صورت دستی اطلاعی پیدا نمی کند. مدل بعدی در این زمینه، مدل تدریجی یا تیکه تیکه می باشد که در این شیوه به جای ایجاد سایت و پلتفرم جدید، برای ارائه محصول از راه حل های موجود و ابزارها استفاده می شود. این شیوه بین دو روش دیگر قرار می گیرد اما از ابزارهای موجود به جای استفاده از خدمات دستی، بهره می برد.



مراحل ساخت یک MVP همیشه فاقد ریسک نمی باشد و در این زمینه هم ریسک غیر واقعی و هم واقعی وجود دارد. این ریسک ها قابلیت خارج کردن یک کسب و کار نو و استارت آپ را از مسیر خود دارند. عدم برخورداری از انگیزه و اعتماد به نفس مناسب، ایجاد احساس ترس به علت وجود رقبا و موضوعات قانونی در جلوگیری از ادامه مسیر کسب و کار و ایجاد مانع تاثیر گذار هستند.

نمونه اولیه با MVP یا کمینه محصول پذیرفتنی دارای تفاوت های بارزی می باشد. معمولا نمونه های اولیه در مدت زمان طولانی و برای جواب به سوالات فنی ایجاد می گردند. اما ام وی پی علاوه بر ساخته شدن در کمترین زمان ممکن، جهت پاسخگویی به بخش عظیمی از سوالات مربوط به حیثه کسب و کار طراحی و ایجاد می گردد.

Summary



Article Name

MVP چیست؟ و چه ویژگیهایی باید داشته باشد؟

Description

MVP حداقل محصول پذیرفتنی است. منظور از MVP محصولی می باشد که برای عرضه به مشتری ها، از حداقل خصوصیات کافی و لازم برخوردار باشد. مد نظر قرار دادن بازخورد و توجه مشتری به محصول، یکی از هدفهای ارائه آن به شمار می رود.

منبع :

باشگاه کارآفرینی تیوان [/https://tivan.org](https://tivan.org)