



۶+۱ فایده MVP در تولید محصولات جدید

در فرایند تولید محصولات مختلف (اعم از آموزشی، صنعتی یا نرم‌افزاری) مراحل مختلفی را می‌توان برشمرد. گاه روند تولید یک محصول مثل یک بیلپورد گرافیکی و تبلیغاتی فرایند پیچیده‌ای ندارد. یک نفر گرافیکست ماهر می‌تواند با صرف مقداری وقت و بررسی ایده‌های مختلف و گرفتن تایید روی یکی از آنها، چنین بنری را ظرف مدت کوتاهی (بین یک تا چند روز) طراحی کند و برای چاپ و نصب بفرستد.

اما اگر یک محصول یا فرایند تولید آن از درجه قابل‌ملاحظه‌ای پیچیدگی برخوردار (مثل یک دوره آموزشی) باشد، زمان و منابع بسیار بیشتری نیاز است. هنگامی که می‌خواهیم محصول پیچیده و جدیدی تولید کنیم، مطمئن نیستیم که آیا پس از هفته‌ها یا ماه‌ها تلاش و صرف بودجه، محصول نهایی آیا اصلاً مورد استقبال مشتریان قرار خواهد گرفت یا نه. راهکار MVP روشی برای مدیریت این چالش است.

محصول MVP یعنی چه؟

اصطلاح MVP مخفف عبارت Minimum Viable Product و به معنی «حداقل محصول قابل استفاده» است. چنین محصولی از حداقل مشخصات لازم برای استفاده برخوردار است؛ اما احتمالاً بسیاری از ویژگی‌های یک محصول ایده‌آل را ندارد. مثلاً یک فیلم ویدیوی آموزشی ممکن است حاوی محتوای قابل‌قبولی باشد اما کیفیت ویدیو، دکوراسیون و فضاسازی محیط فیلم و نحوه ارائه گویندگان حاضر در فیلم با استاندارد موردنظر ما انطباق نداشته باشد و مدت‌زمان آن نیز کوتاه باشد.

این محصول آموزشی را می‌توانیم یک MVP یا حداقل محصول قابل‌استفاده توسط مخاطبان بنامیم. هدف اصلی از تولید چنین محصولی این است که ایده و محتوای اصلی محصول را خیلی سریع و ارزان به آزمایش بگذاریم و میزان استقبال مخاطبان را بسنجیم قبل از اینکه وقت، انرژی، نیروی انسانی و بودجه هنگفتی را صرف ایجاد خط تولید محصول کامل کنیم.

۱. تست ارزان قیمت محصول

گاهی اوقات تست یک ایده می‌تواند حتی قبل از ایجاد یک محصول واقعی انجام شود. یکی از مثال‌های مشهور در توضیح این روش، داستان خلق نرم‌افزار Dropbox است. سازندگان این نرم‌افزار قبل از اینکه اصلاً هیچ نرم‌افزاری ساخته باشند، فکر بکری به ذهنشان می‌رسد. یک اسکرین‌شات ویدیویی کوتاه از دسکتاپ کامپیوتر خودشان تهیه می‌کنند. در فیلم وانمود می‌کنند که یک فایل را به شیوه Drag and Drop از فولدری در یک کامپیوتر به فولدری در یک کامپیوتر دیگر جابه‌جا می‌کنند.

در واقعاً کلیک می‌زنند و نتیجه کار محصول نهایی را با یک ویدیوی فیک به نمایش می‌گذارند. سپس این ویدیو را برای چند کاربر و مشتری بالقوه می‌فرستند (مثلاً کسانی که تولید فایل ویدیویی بخشی از کارشان است) و از آنها می‌پرسند آیا حاضر به خریدن چنین محصولی هستند؟ نتیجه این تست ارزان‌قیمت و خلاقانه را خودتان

حدس بزنید. این مثال البته یک نمونه افراطی بود. در بیشتر مواقع باید یک محصول حداقلی و قابل استفاده برای تست مشتریان داشته باشید.

۲. شناخت بهتر مشتریان

گاهی اوقات، به‌ویژه در جریان طراحی محصول یا خدمت جدیدی برای مشتریان، اساساً خصوصیات و طرز فکر مشتریان آتی برایمان ناشناخته است. مثلاً تصور کنید می‌خواهیم یک سیستم رزرواسیون آنلاین برای آرایشگاه‌های زنانه (یا مردانه) طراحی کنیم. اگر اساساً ندانیم این آرایشگاه‌ها از چه سازوکاری در فرایند کارشان پیروی می‌کنند و یا با رفتارشناسی مشتریان آرایشگاه‌ها آشنا نباشیم، ممکن است محصولی تولید کنیم که با مختصات مشتریان نهایی همخوانی ندارد و یا بدتر، اصلاً هیچ گروه خاصی از مخاطبان را هدف قرار ندهد. تست MVP کمک می‌کند مشتریان آتی را بهتر و زودتر بشناسیم و قبل از آنکه دیر شود، محصولمان را با نیازها و خواسته‌های واقعی مشتریان انطباق دهیم.

۳. شناسایی چالش‌های تولید یک محصول جدید

روند تولید یک محصول جدید یک فرایند نسبتاً ناشناخته است. دقیقاً نمی‌دانیم کارها باید به چه ترتیبی انجام شود و اولویت کدام کارها مهم‌تر است. چه ابزارها و روش‌هایی را نیاز داریم؟ چه موانع فنی ناشناخته‌ای وجود داشتند که از آنها بی‌اطلاع بودیم؟ پی بردن به هرکدام از این چالش‌ها و سپس یافتن پاسخ مناسب برایشان به زمان و تلاش فراوان نیاز دارد. اگر هفته‌ها و ماه‌ها برای تولید یک محصول کامل و بی‌نقص وقت بگذاریم، عبور از هرکدام از این چالش‌ها وقت و انرژی زیادی خواهد طلبید.

با استفاده از روش MVP می‌توانیم به‌سرعت از این مراحل عبور کنیم. انگار یک فیلم را با دور تند تماشا می‌کنیم. چالش‌ها تندوتند خودشان را نشان می‌دهند. برخی از

آنها که ساده‌ترند را زود حل می‌کنیم و از برخی دیگر که پیچیده به نظر می‌رسند هم عبور می‌کنیم و برای محصول نهایی آماده می‌شویم.

۴. برآورد زمان لازم برای تولید محصول کامل

در فرایند انجام هر کاری، به‌ویژه تولید یک محصول (مثلا یک دوره آموزشی) معمولا تخمین ما در دو زمینه خاص اشتباه از آب درمی‌آید: یکی زمان و دیگری هزینه لازم برای انجام کار. معمولا هزینه تابعی از زمان است. به این صورت که مهم‌ترین عامل در افزایش هزینه انجام کار، به درازا کشیدن زمان آن است.

تست MVP راهکار خوبی است تا برآورد و تخمین اولیه خودمان از زمان و بودجه موردنیاز برای انجام یک کار را عملا محک بزنیم بدون اینکه واقعا آنقدر زمان یا بودجه صرف کنیم. اگر مثلا چاپ یک جزوه آموزشی کوچک یا تولید دو صفحه PDF چند ساعت زمان برده است، می‌توانیم حدس بزنیم چاپ یا انتشار محتوای کامل دوره چقدر زمان و انرژی مصرف خواهد کرد.

۵. آشنایی با نقاط ضعف و قوت سیستم خودمان

یکی از شگفتی‌های کار عملی، آشنایی بیشتر با نقاط ضعف و قوت خودمان و فرایند امور در کسب‌وکارمان است. گاهی به ضعف خودمان آگاه نیستیم. مثلا نمی‌دانیم هنگام ارائه یک مطلب آموزشی ارائه ضعیفی داریم یا خبر نداریم که وقتی تحت فشار و استرس هستیم نمی‌توانیم تیم را خوب مدیریت کنیم و زود عصبانی می‌شویم. گاهی نیز روند انجام کارها به شکل صحیح در شرکت‌مان سیستم سازی نشده است.

در واقع راهکار MVP به ما فرصت می‌دهد تا سیستم کسب‌وکارمان را به‌گونه‌ای آسان‌تر و کم‌هزینه‌تر برای تولید محصول بهینه کنیم. می‌توانیم نقاط ضعف و توانایی‌هایمان را خیلی زودتر و با هزینه‌ای به مراتب کمتر کشف کنیم. این تجربه گران‌بها بعدا در فرایند تولید محصول اصلی و کامل بسیار ارزشمند خواهد بود.

۶. امکان تجدیدنظر با کمترین خسارت

سرانجام راهکار MVP به ما فرصت پشیمانی می‌دهد. کارشناسان و مشاوران کسب‌وکار از اصطلاح Pivot استفاده می‌کنند که به معنی تجدیدنظر است. گاهی طرح‌ها، ایده و پروژه‌هایمان شکست می‌خورند. کاش بتوانیم دورنمای شکست و ناکامی را زودتر و قبل از اینکه همه امید و انرژی و سرمایه‌مان هدر رود، ببینیم تا برای پشیمان شدن و تجدیدنظر هنوز فرصت باشد. لزوماً هر محصول و خدمتی موفق از آب در نمی‌آید. این طبیعت کسب‌وکار است. بیزینس با ریسک همراه است. اما می‌توان ریسک را مدیریت کرد و استفاده از راهکار MVP یکی از بهترین روش‌ها برای مدیریت ریسک در تولید محصول جدیدی است که هنوز از بوته آزمایش موفق بیرون نیامده‌اند.

۱+۶. هر چیزی یک تست است

با تامل بیشتر درباره مفهوم MVP می‌توانیم ایده تست کردن را به خیلی از مفاهیم در سایر زمینه‌های کار و زندگی بسط دهیم. به این ترتیب نه فقط تولید یک محصول جدید، بلکه راه‌اندازی یک کسب‌وکار جدید نیز می‌تواند یک آزمایش باشد، آزمایشی که می‌توان در مقیاس کوچک و کم‌هزینه به محک گذاشت. همکاری و استخدام نیز یک تست است: می‌توان امکان همکاری بین دو یا چند نفر را پیش از آنکه زمان زیادی بگذرد، انرژی زیادی صرف شود و روابط درهم‌تنیده شوند، سنجید. اساساً هر رابطه جدیدی می‌تواند یک تست تلقی شود.

مثلاً دو شرکت مستقل یا دو نفر بیزینس من یا دو فعال بازار که به‌تازگی با هم آشنا شده‌اند نسبت به موفقیت یک همکاری جدید مطمئن نیستند، اما می‌توانند این همکاری را در مقیاسی کوچک بیازمایند قبل از اینکه قول‌های بزرگی به هم بدهند. چه‌بسا زندگی سراسر آزمایش است. می‌توانیم بارها خودمان، شغل و رشته



موردنظرمان، توانایی‌هایمان و همه آنچه که می‌سازیم و ارائه می‌کنیم را در مقیاسی کوچک تست کنیم قبل از اینکه به خودمان یا به زندگی وعده‌های بزرگ بدهیم.