



КОНФЕРЕНЦИЯ
ФАСИЛИТАТОРОВ
2023 командное
лидерство

Клуб генерации бизнес-гипотез:
первый шаг в создании
новых продуктов



Екатерина
Трофимова
СКБ Контур



Антон
Белобородов
СКБ Контур

Клуб генерации бизнес-гипотез

Первый шаг в создании
новых продуктов



Екатерина Трофимова

- Менеджер проектов по запуску и развитию продуктов, Акселератор, Контур
- Экс – руководитель направления фасилитации и организационного консалтинга в компании Контур
- Основатель направления фасилитации в компании Контур
- Фасилитатор, коуч, бизнес-тренер, консультант по развитию персонала
- Член Ассоциации фасилитаторов России
- Лучший корпоративный фасилитатор России 2019 год
- 50+ фасилитационных сессий в год



Антон Белобородов

- Руководитель группы организационного консалтинга, Контур
- Фасилитатор, бизнес-тренер, психолог, коуч, наставник фасилитаторов Контур
- Соавтор системы обучения и внедрения фасилитации в Контур
- Лучший корпоративный фасилитатор России 2020 и Лучший фасилитатор России 2019 в номинации «Лучший старт»
- 30+ фасилитационных сессий в год.



СЗРП

- СЗРП - инфраструктурное подразделение компании, обеспечивающее поддержку новых продуктов на ранних стадиях развития, а также помогающее генерировать гипотезы новых продуктов в экосистеме Контура.
- Задача Службы - поддерживать проект методологией и ресурсами на всех стадиях развития, в том числе до и после проверки гипотезы ценности. А еще после этапа акселерации проекты с подтвержденной гипотезой выходят на получение первых инвестиций, к чему мы помогаем подготовиться.

Жизненный цикл развития проекта

1

Исследование и
идеация

2

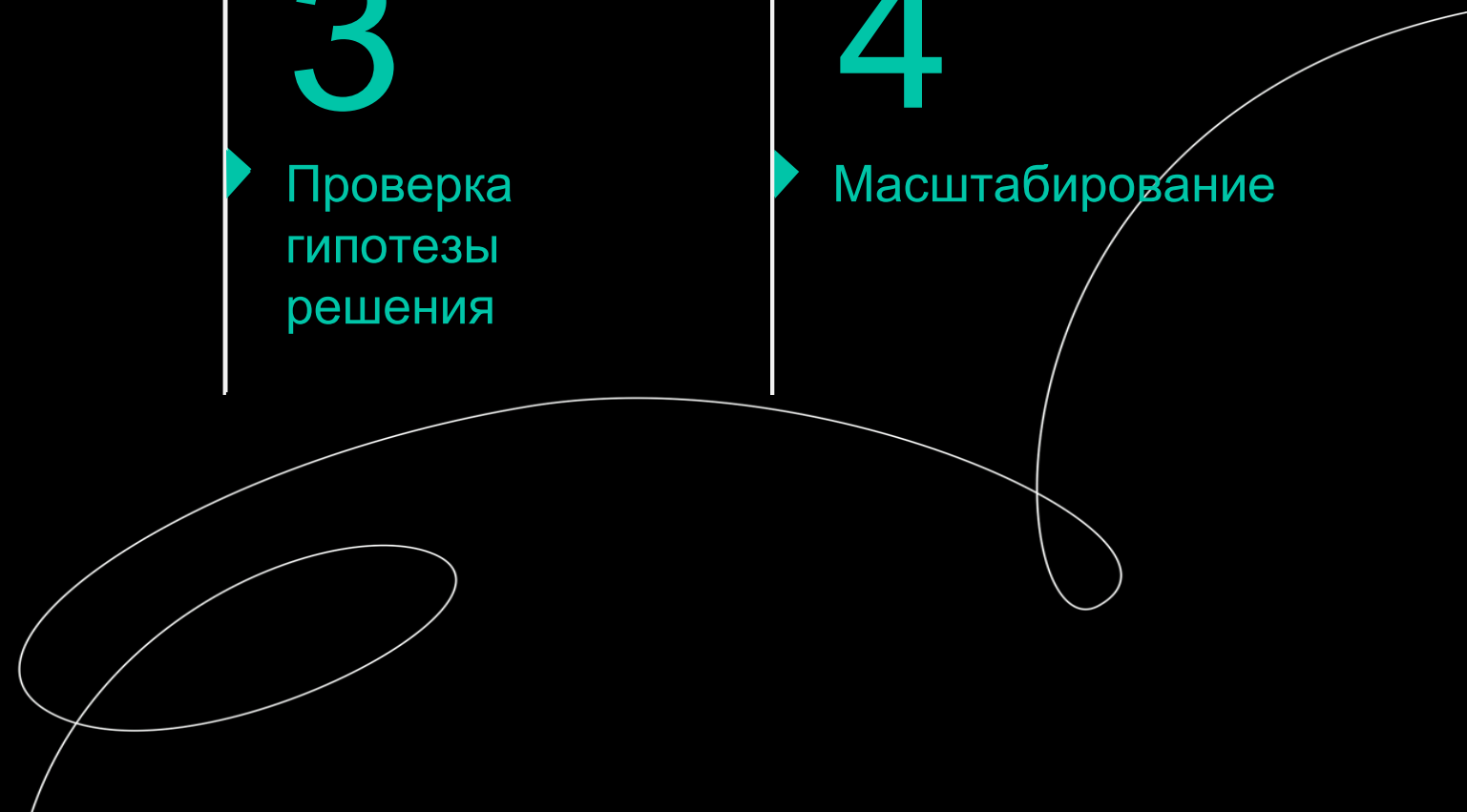
Проверка
гипотезы
ценности

3

Проверка
гипотезы
решения

4

Масштабирование



Идеация

- творческий процесс, в котором группа заинтересованных в определенной теме участников анализирует данные исследований и формирует идеи, решения, в том числе бизнес-гипотезы.

Основные запросы

- сформировать бэклог обоснованных бизнес-гипотез
- сформировать стратегию направления/продукта
- сформировать решения по развитию продукта/проекта

Бизнес-процесс ИИ



Запрос



Исследования



Идеяция



Валидация и оценка



Финализация результатов

Про задачу/запрос

Сформировать бэклог гипотез в ряде продуктовых направлений, за счет привлечения внутренних экспертов Контура с разным набором компетенций и знаний о рынке.

Чтобы в идеации опираться на сильные стороны компании и учесть большую часть значимых особенностей для компании и рынка.



Условия ДАНО

- Два новых продуктовых направления
- Новый формат - клуб генерации бизнес-гипотез
- Реализовать задуманное минимальным количеством ресурсов и высоким качеством
- Достичь цель за минимальное количество времени
- Разное погружение в направления и компетенции участников-экспертов
- Повысить уровень знаний о разработке бизнес-гипотез у менеджеров продуктов

Рассказ про игру. Вводные

Рассказ про игру. Вводные

- Цель мероприятия

Рассказ про игру. Вводные

- Цель мероприятия
- Образ результата

Рассказ про игру. Вводные

- Цель мероприятия
- Образ результата
- Фасилитационно-образовательный формат

Рассказ про игру. Вводные

- Цель мероприятия
- Образ результата
- Фасилитационно-образовательный формат
- Формат игры

Рассказ про игру. Вводные

- Цель мероприятия
- Образ результата
- Фасилитационно-образовательный формат
- Формат игры
- Активное вовлечение бизнес-заказчиков направлений в активность

Рассказ про игру. Вводные

- Цель мероприятия
- Образ результата
- Фасилитационно-образовательный формат
- Формат игры
- Активное вовлечение бизнес-заказчиков направлений в активность
- Правильно подобранные участники: эксперты в обсуждаемых сферах

Рассказ про игру. Разработка мероприятия

Рассказ про игру. Разработка мероприятия

- Настольная игра с картами

Рассказ про игру. Разработка мероприятия

- Настольная игра с картами
- Подсветить этапы создания продукта: подготовка, исследование, идеация

Рассказ про игру. Разработка мероприятия

- Настольная игра с картами
- Подсветить этапы создания продукта: подготовка, исследование, идеация
- Соревновательный эффект (выгодоприобретатели – судьи, есть призы – книги про создание продуктов)

Рассказ про игру. Разработка мероприятия

- Настольная игра с картами
- Подсветить этапы создания продукта: подготовка, исследование, идеация
- Соревновательный эффект (выгодоприобретатели – судьи, есть призы – книги про создание продуктов)
- Встройка нативного образовательного контента про гипотезы

Рассказ про игру. Разработка мероприятия

- Настольная игра с картами
- Подсветить этапы создания продукта: подготовка, исследование, идеация
- Соревновательный эффект (выгодоприобретатели – судьи, есть призы – книги про создание продуктов)
- Встройка нативного образовательного контента про гипотезы
- Добавить стандартные фасилитационные практики: введение, фокусирующая разминка, подведение итогов.

Тайминг мероприятия

Тайминг мероприятия

13:30-14:00 Приветственный кофе-брейк

Тайминг мероприятия

13:30-14:00 Приветственный кофе-брейк

14:00-14:20 Введение

Тайминг мероприятия

13:30-14:00 Приветственный кофе-брейк

14:00-14:20 Введение

14:20-14:40 Фокусирующая разминка

Тайминг мероприятия

13:30-14:00 Приветственный кофе-брейк

14:00-14:20 Введение

14:20-14:40 Фокусирующая разминка

14:40-15:50 Собственно игра (вводная про игру; озвучивание кейсов; деление на команды; 3 этапа игры)

Тайминг мероприятия

13:30-14:00 Приветственный кофе-брейк

14:00-14:20 Введение

14:20-14:40 Фокусирующая разминка

14:40-15:50 Собственно игра (вводная про игру; озвучивание кейсов; деление на команды; 3 этапа игры)

15:50-16:10 Кофе-брейк

Тайминг мероприятия

13:30-14:00 Приветственный кофе-брейк

14:00-14:20 Введение

14:20-14:40 Фокусирующая разминка

14:40-15:50 Собственно игра (вводная про игру; озвучивание кейсов; деление на команды; 3 этапа игры)

15:50-16:10 Кофе-брейк

16:10-17:30 Формулирование бизнес-гипотез

Тайминг мероприятия

13:30-14:00 Приветственный кофе-брейк

14:00-14:20 Введение

14:20-14:40 Фокусирующая разминка

14:40-15:50 Собственно игра (вводная про игру; озвучивание кейсов; деление на команды; 3 этапа игры)

15:50-16:10 Кофе-брейк

16:10-17:30 Формулирование бизнес-гипотез

17:30-17:40 Подведение итогов

Тайминг мероприятия

13:30-14:00 Приветственный кофе-брейк

14:00-14:20 Введение

14:20-14:40 Фокусирующая разминка

14:40-15:50 Собственно игра (вводная про игру; озвучивание кейсов; деление на команды; 3 этапа игры)

15:50-16:10 Кофе-брейк

16:10-17:30 Формулирование бизнес-гипотез

17:30-17:40 Подведение итогов

Цель

- дополнить бэклог бизнес-гипотез перспективных направлений: продукт для вселенной Гарри Поттера, продукт для метавселенной, продукт для заселения Марса и т.д.

Цель

- дополнить бэклог бизнес-гипотез перспективных направлений: продукт для вселенной Гарри Поттера, продукт для метавселенной, продукт для заселения Марса и т.д.

Результаты:

- бэклог пополнен новыми бизнес-гипотезами;
- гипотезы соответствуют критериям перспективности;

Цель

- дополнить бэклог бизнес-гипотез перспективных направлений: продукт для вселенной Гарри Поттера, продукт для метавселенной, продукт для заселения Марса и т.д.

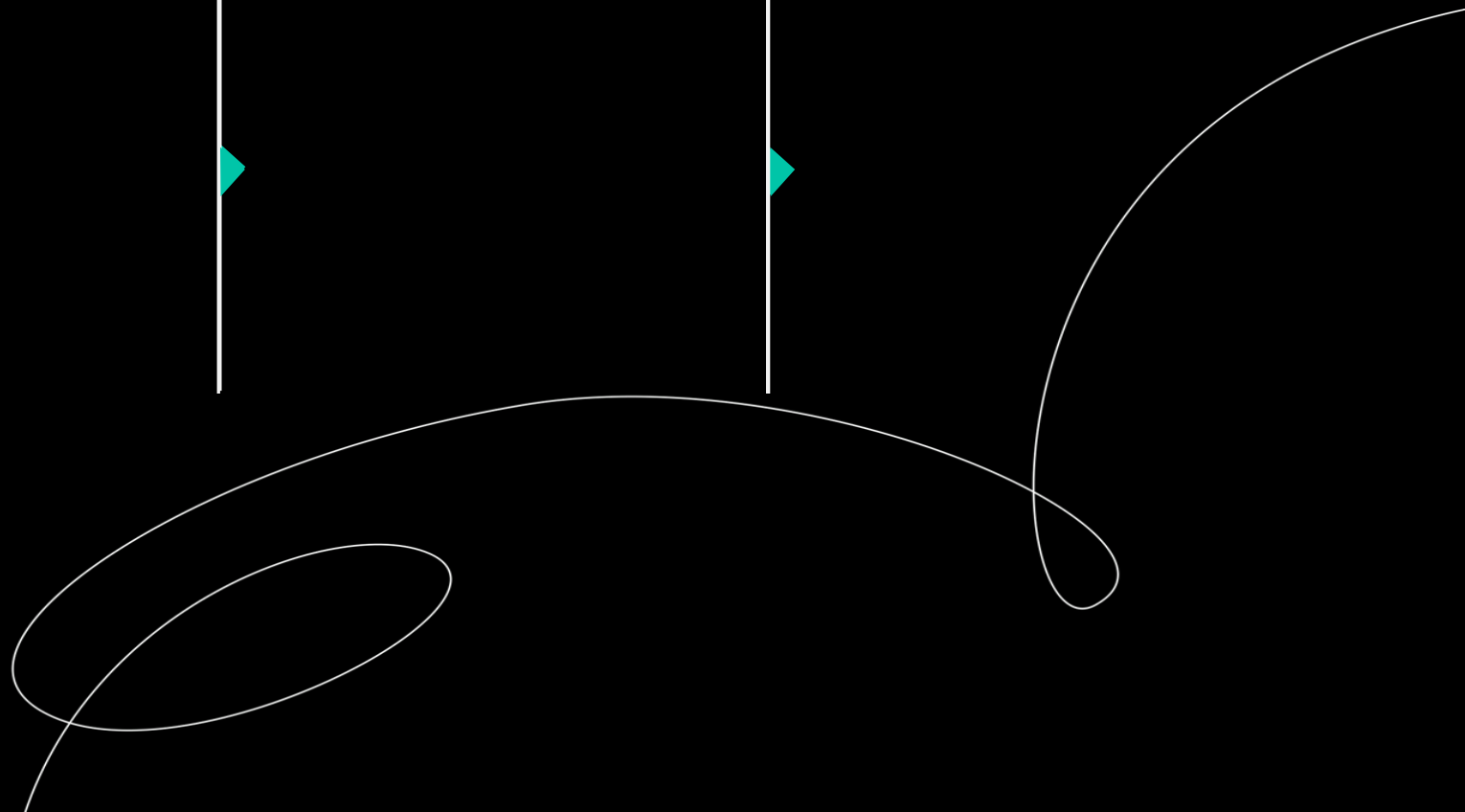
Результаты:

- бэклог пополнен новыми бизнес-гипотезами;
- гипотезы соответствуют критериям перспективности;

Формат:

- игра с карточками;
- выбор гипотез;
- победители.

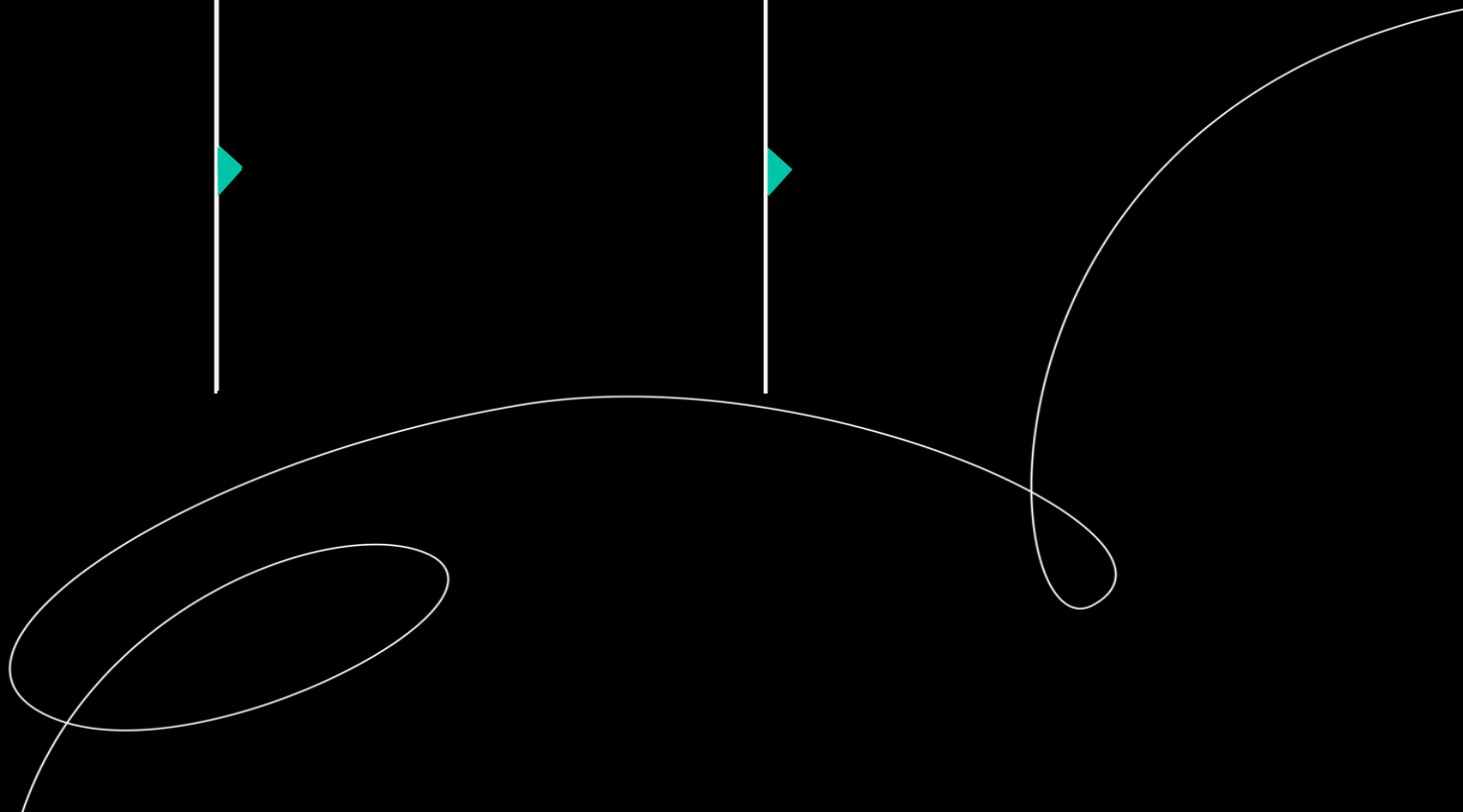
Этапы игры



Этапы игры

1

«Подготовка»
Цель этапа –
включиться в
обсуждение
потенциальных
продуктов
направлений.



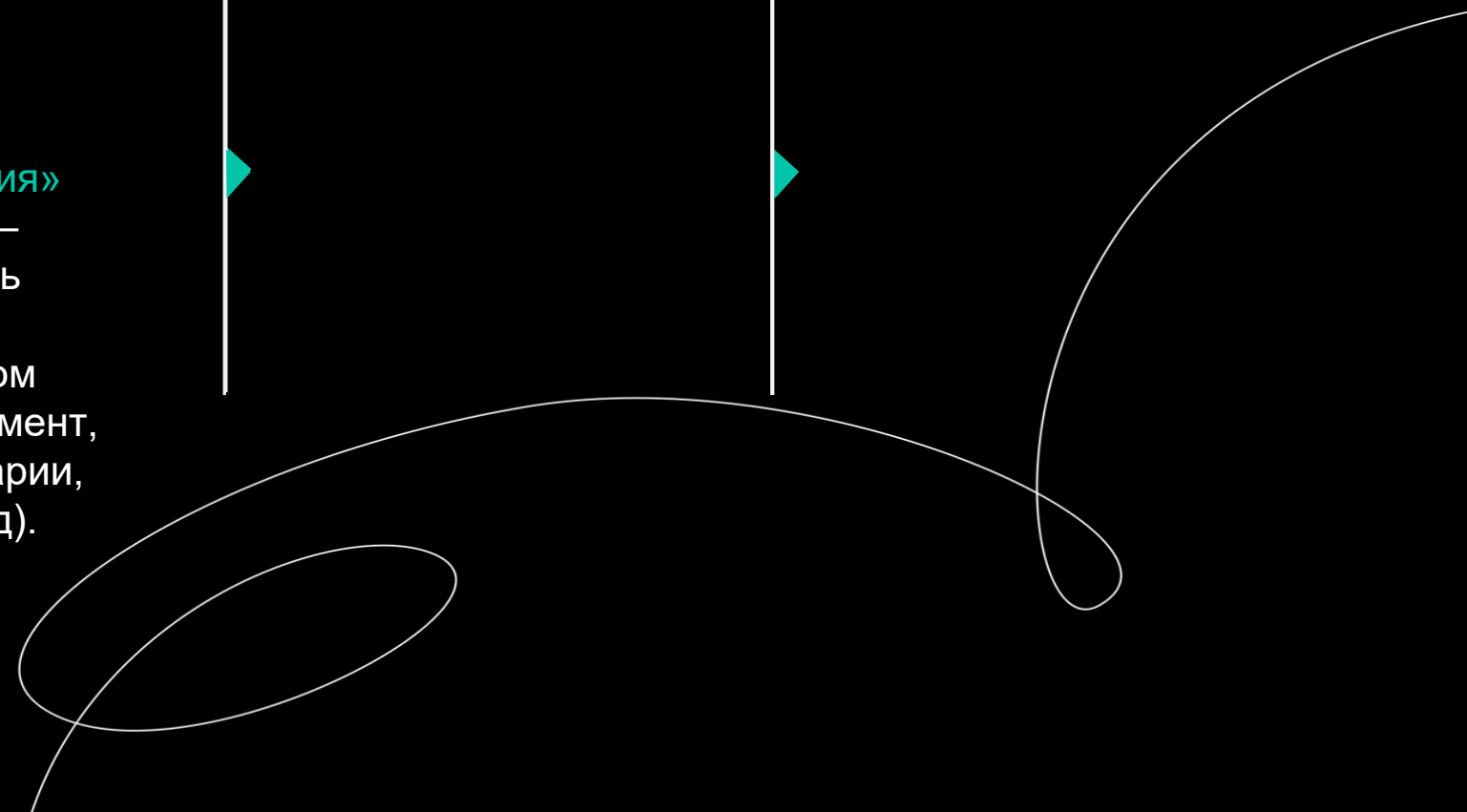
Этапы игры

1

«Подготовка»
Цель этапа –
включиться в
обсуждение
потенциальных
продуктов
направлений.

2

«Исследования»
Цель этапа –
сформировать
видение о
потенциальном
продукте (сегмент,
клиент, сценарии,
проблемы итд).



Этапы игры

1

«Подготовка»
Цель этапа –
включиться в
обсуждение
потенциальных
продуктов
направлений.

2

«Исследования»
Цель этапа –
сформировать
видение о
потенциальном
продукте (сегмент,
клиент, сценарии,
проблемы итд).

3

«Идеация»
Цель этапа –
определить и
сформулировать
идеи ценности
потенциального
продукта.

Этапы игры

1

«Подготовка»
Цель этапа –
включиться в
обсуждение
потенциальных
продуктов
направлений.

2

«Исследования»
Цель этапа –
сформировать
видение о
потенциальном
продукте (сегмент,
клиент, сценарии,
проблемы итд).

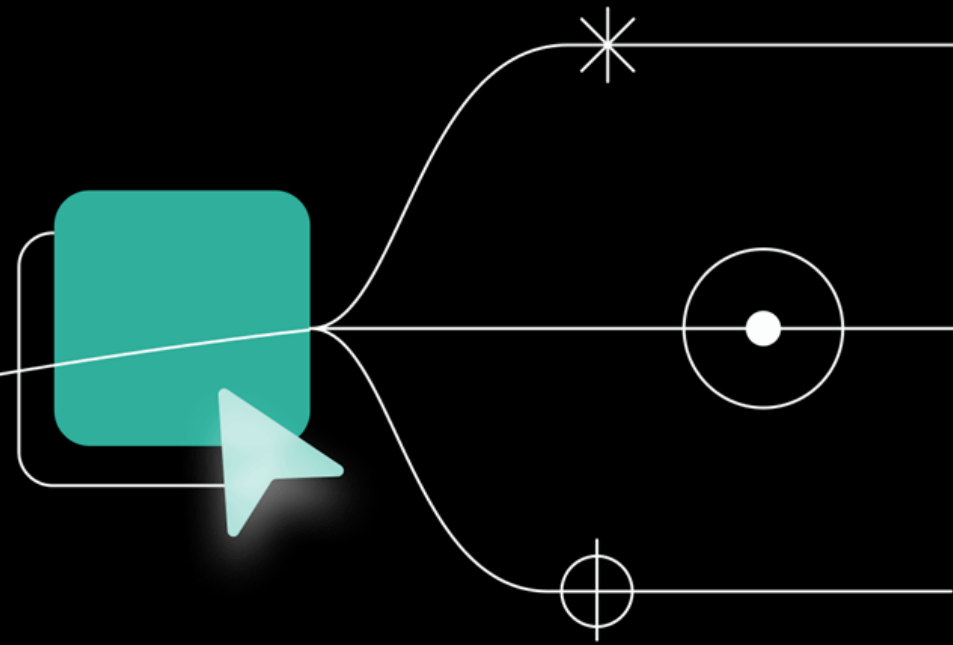
3

«Идеация»
Цель этапа –
определить и
сформулировать
идеи ценности
потенциального
продукта.

4

Сбор бизнес-гипотез
Цель этапа –
сформулировать
гипотезы по
формуле.

I. «Подготовка»



Цель

- включиться в обсуждение потенциальных продуктов направлений

Цель

- включиться в обсуждение потенциальных продуктов направлений

Механика:

- в каждой группе есть колода карт, узнайте у модератора, что это за карты
- каждый участник по очереди вытягивает карточку и озвучивает вслух, что в ней написано
- отвечает на вопрос в карте в рамках своей группы;
- модератор фиксирует все идеи в miro;

Цель

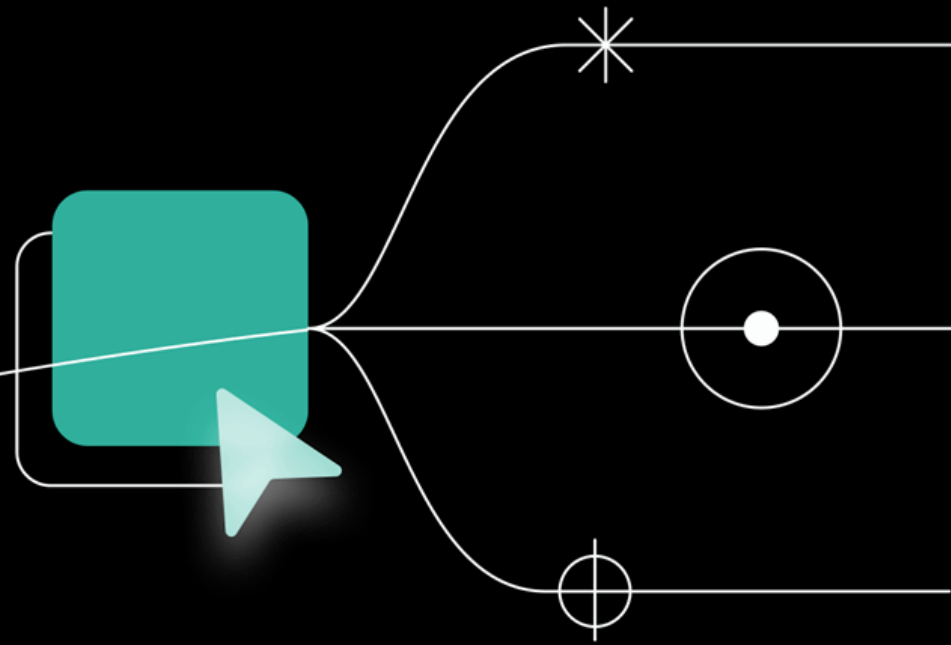
- включиться в обсуждение потенциальных продуктов направлений

Механика:

- в каждой группе есть колода карт, узнайте у модератора, что это за карты
- каждый участник по очереди вытягивает карточку и озвучивает вслух, что в ней написано
- отвечает на вопрос в карте в рамках своей группы;
- модератор фиксирует все идеи в miro;

Время: **15 мин**

II. «Исследования»



Цель

- сформировать видение о потенциальном продукте/ах (сегмент, клиент, сценарии, проблемы и тд).

Цель

- сформировать видение о потенциальном продукте/ах (сегмент, клиент, сценарии, проблемы и тд).

Механика:

- каждый участник по очереди вытягивает карточку и озвучивает вслух, что в ней написано
- все участники накидывают свои идеи, отвечая на вопрос в карте;
- модератор фиксирует все идеи в miro;

Цель

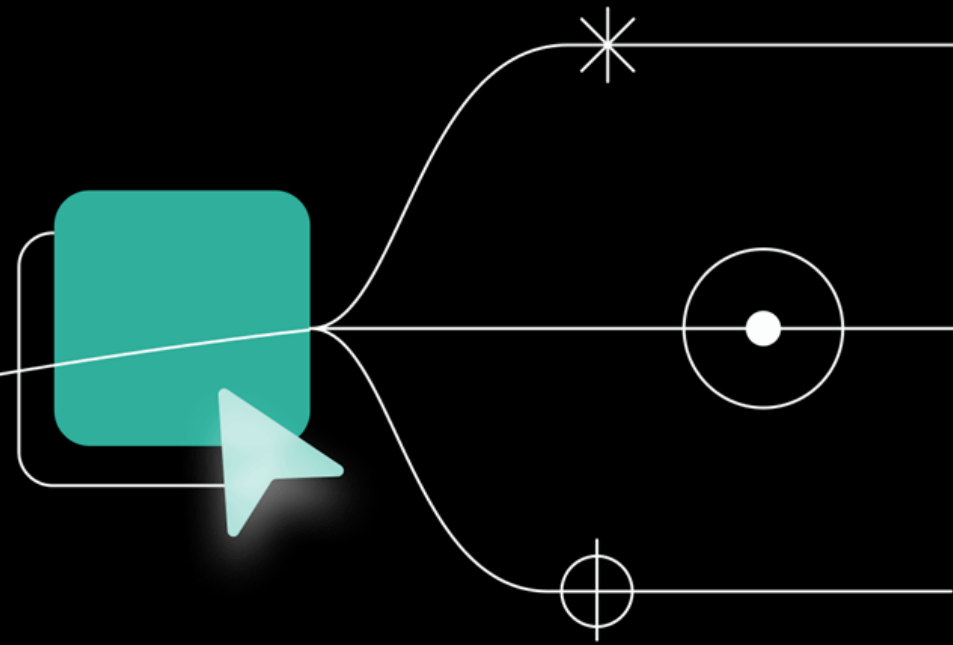
- сформировать видение о потенциальном продукте/ах (сегмент, клиент, сценарии, проблемы и тд).

Механика:

- каждый участник по очереди вытягивает карточку и озвучивает вслух, что в ней написано
- все участники накидывают свои идеи, отвечая на вопрос в карте;
- модератор фиксирует все идеи в miro;

Время: **15 мин**

III. «Идеация»



Цель

- определить и сформулировать идеи ценности потенциального продукта

Цель

- определить и сформулировать идеи ценности потенциального продукта

Механика:

- каждый участник по очереди вытягивает карточку и озвучивает вслух, что в ней написано
- все участники накидывают свои идеи, отвечая на вопрос в карте;
- модератор фиксирует все идеи в miro;

Цель

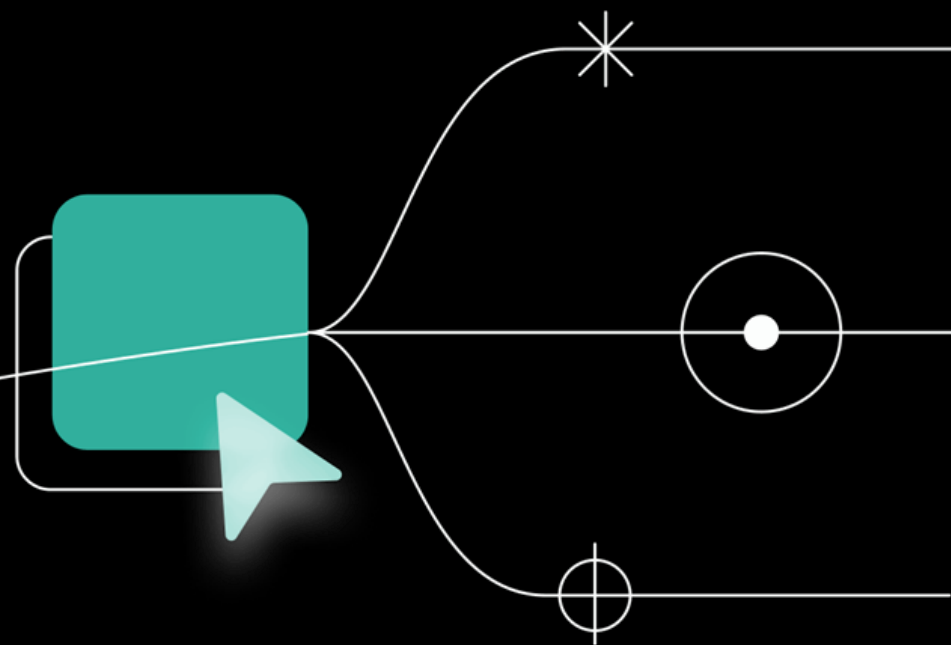
- определить и сформулировать идеи ценности потенциального продукта

Механика:

- каждый участник по очереди вытягивает карточку и озвучивает вслух, что в ней написано
- все участники накидывают свои идеи, отвечая на вопрос в карте;
- модератор фиксирует все идеи в miro;

Время: 15 мин

IV. Формулирование бизнес-гипотез



Правила формулирования гипотез

- **Ясность**

Формулируйте просто и ясно то, в чем уверены. Гипотеза должна быть понятна и ясна всем, без дополнительных объяснений.

- **Структура**

Практика показывает, что при формулировании предположений лучше всего использовать одинаковую структуру. Начинайте свое предположение со слов “Я верю, что....”. Вторая часть предложения должна включать в себя раздел из бизнес-модели (например, потребности клиентов) и ваше предположение, что является истинным для него.

- **Опровержимость**

Не делайте свои предположения слишком простыми и очевидными. Опровержимость означает, что ваше допущение с высокой вероятностью может оказаться неверным.

Формула гипотезы сегмента

- **Я верю, что у ...**, - описываем конкретную роль/функцию, т.е. отвечаем на вопрос “Для какого конкретного клиента/ЦА важен наш продукт?”
- **которые находятся в ситуации ...**, - описываем конкретную ситуацию, в которой находится клиент.
- **не получается ...** . - описываем проблему, с которой сталкивается наш клиент.
- **Это имеет последствия в виде ...** . - описываем последствия, которые возникают из-за проблем, с которыми сталкивается клиент.
- **Мы можем сделать продукт, которые решает этот комплекс проблем.**
- **И результатом работы этого продукта будут ...** . - описываем наше ценностное предложение, суть идеи ценности.

Формула гипотезы ценности

Наш <товар / услуга / продукт / фича> помогает <ЦА>, которые хотят <выполняемая задача / проблема / цель>, тем, что <определение профита (снижает / избавляет / увеличивает / позволяет)>. В отличие от <конкурирующее ценностное предложение>.

Наша онлайн-платформа помогает автопутешественникам, которые хотят организовать поездку на день-два, тем, что предоставляет готовые маршруты выходного дня и позволяет их персонализировать и забронировать, в отличие от других сервисов планирования.

Формула гипотезы ценности

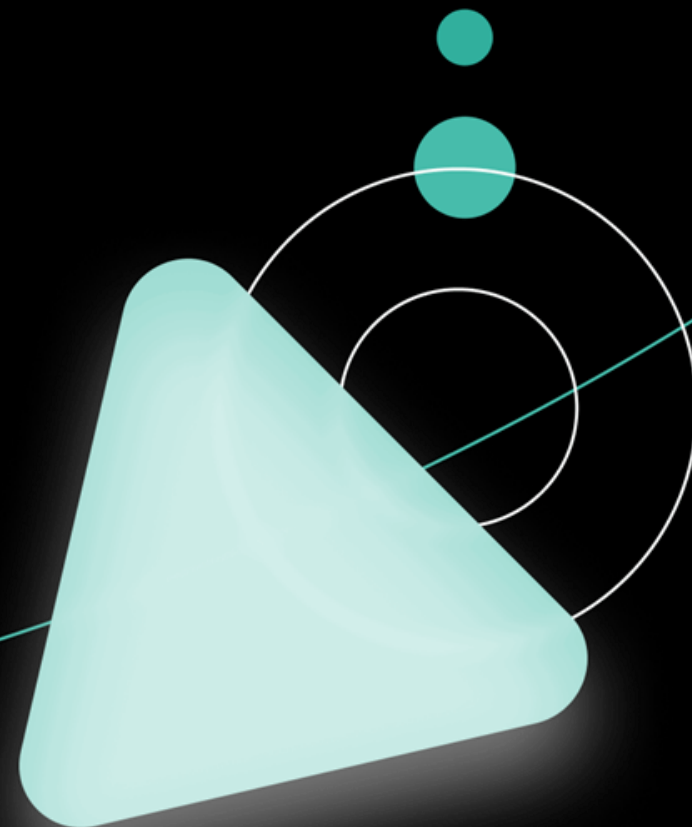
- Наш <товар / услуга / продукт / фича> помогает <ЦА>, которые хотят <выполняемая задача / проблема / цель>, тем, что <определение профита (снижает / избавляет / увеличивает / позволяет)>. В отличие от <конкурирующее ценностное предложение>.

Формула гипотезы проблемы

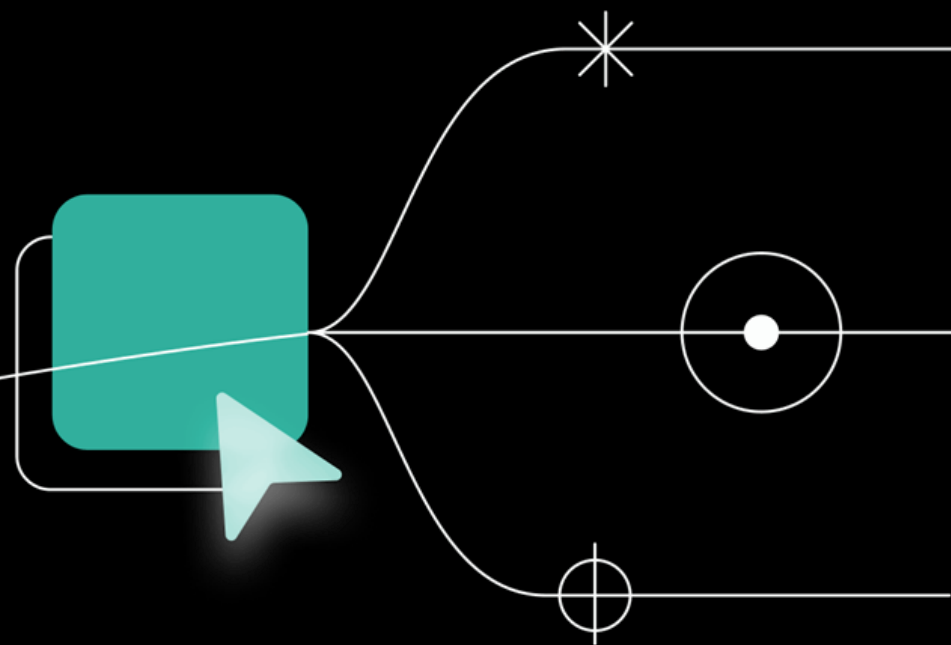
- Когда <роль>, <описание ситуации>, то <описание проблемы>, а это мешает <ожидаемый результат>.

Механика

- гипотеза формулируется по формуле, пример вы найдете в раздатке
- модератор организует процесс формулировки гипотез
- 5 минут каждый думает самостоятельно, фиксирует свои варианты на стикер в формате «1 гипотеза = 1 стикер»
- модератор фиксирует все идеи бизнес-гипотез на доске в miro
- каждой бизнес-гипотезе нужно присвоить номер



V. Презентация бизнес-гипотез



Механика

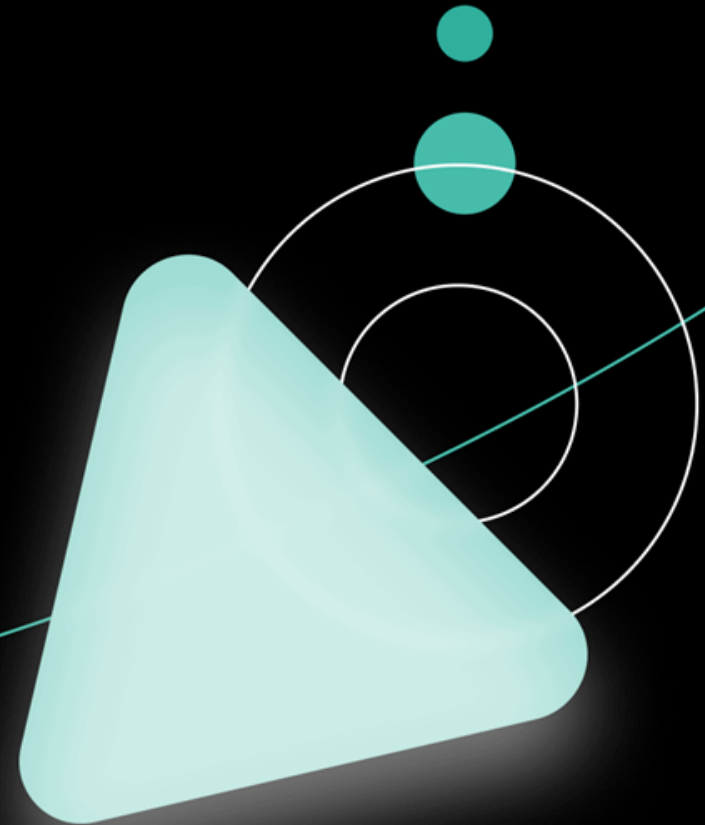
Первый этап:

- участники в каждой из команд выбирают ТОП-3 лучших гипотез от команды, оформляем в miro
- участники в каждой команде выбирают САМУЮ лучшую гипотезу и фиксируют себе на бумажный стикер
- БЗ знакомятся с доской в miro и определяют для себя лучшие гипотезы в соответствии с критериями перспективности. Также определяют ТОП-3 гипотезы в каждом направлении

самая лучшая (3 балла),

гипотеза - 2 место (2 балла)

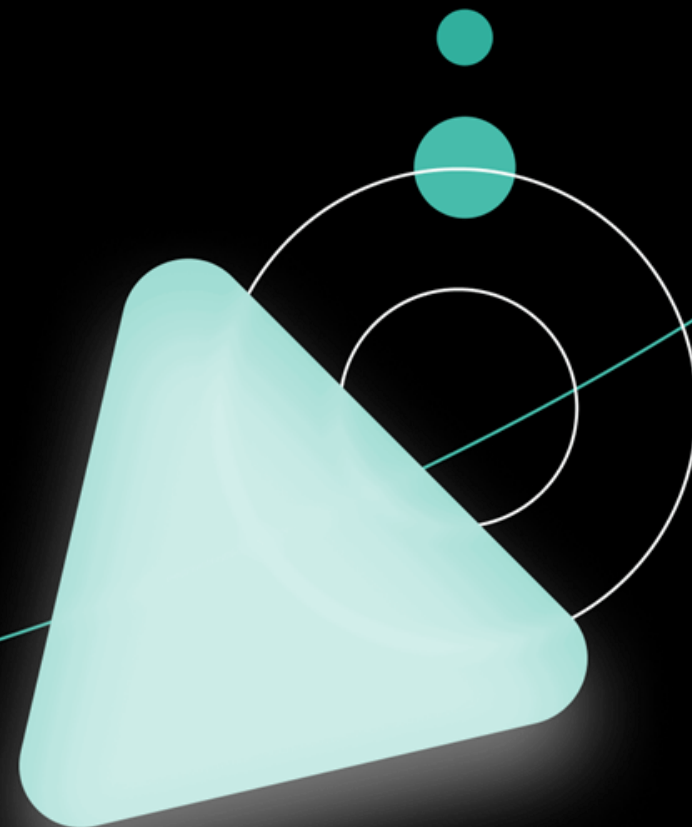
гипотеза - 3 место (1 балл)



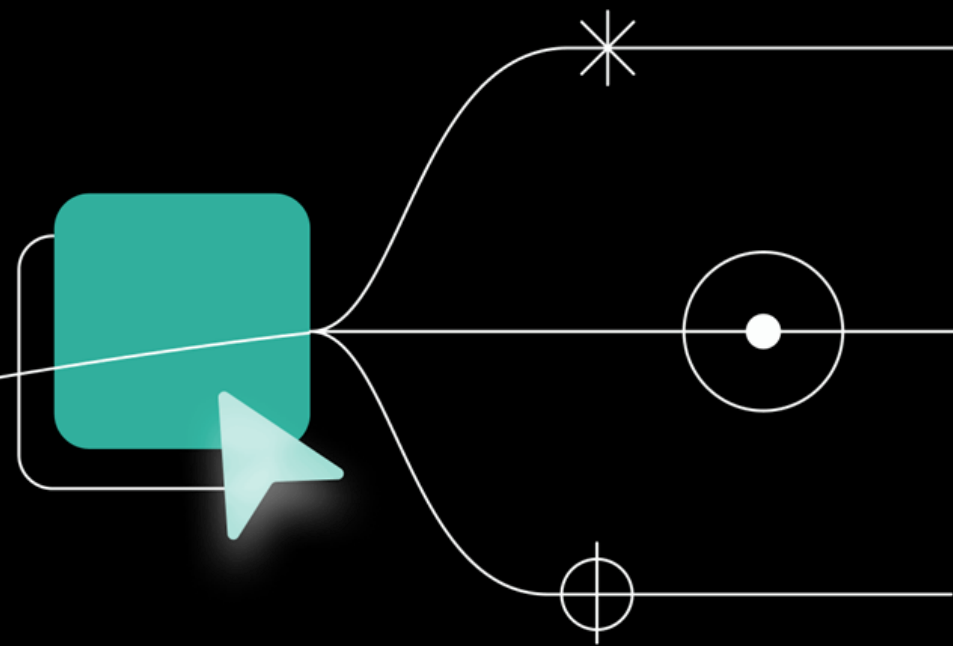
Механика

Второй этап:

- каждая команда презентует свои лучшие гипотезы из списка ТОП-3
- время на выступление от команды 10 минут
- БЗ делают себе пометки, чтобы в дальнейшем определить те гипотезы, которые попадут в бэклог



VI. Выбор лучших гипотез

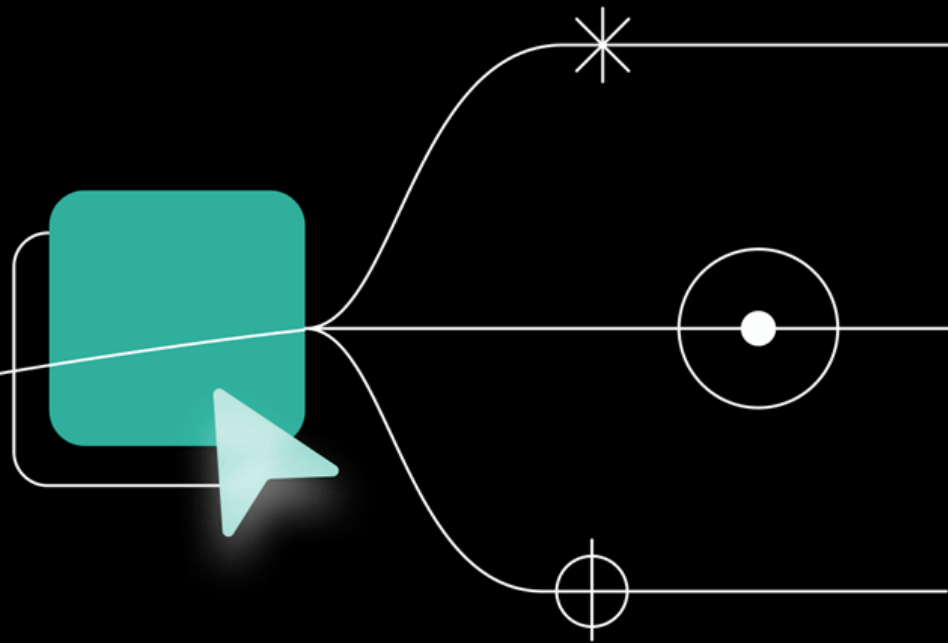


Механика

- БЗ озвучивают свой выбор и обосновывают его
- Команда – победитель получает приятные бонусы



VII. Завершение



Механика

- Каждый отвечает на вопрос и отмечает свой ответ на шкале

Насколько вы оцениваете свой вклад сегодня в развитие ПН?

