

Opdracht 2

Minimal Viable Product

Als het goed is heb je inmiddels een goed beeld van de potentiële klant, zijn probleem en zijn wensen met betrekking tot een mogelijke oplossing. Dat heb je gedaan aan de hand van een kleine steekproef en probleem-oplossingsinterviews. Nog steeds bestaat echter de mogelijkheid van een saying-doing-gap, d.w.z. wat mensen zeggen en wat mensen doen is een wereld van verschil. Het is dus tijd om echt je idee te gaan testen. Hoe? Via echte pre-orders of echte inschrijvingen! We gaan dan ook de eerste stap zetten tot de bouw van je echte eerste product. Hoewel echt? Overeenkomstig de principes van de Lean Startup willen we eerst weten of het echt gebouwd moet worden. Waarom eerst weken of maanden aan het product zitten terwijl niemand het echt wil. We gaan aan de slag met het Minimal Viable Product (Minimaal Levensvatbare/Werkende Product). Ries definieert het MVP als volgt,

"The minimum viable product is that version of a new product which allows a team to collect the maximum amount of validated learning about customers with the least effort." (Ries, 2011)

Het gaat erom dat je zo snel mogelijk om feedback van de klant vraagt. Om je idee te testen hoef je daarvoor geeneens een echt product te maken. Een productomschrijving kan al voldoende zijn om te testen of iemand interesse heeft of niet. Met het oog op de tijdspanne van de minor richten we ons dan ook voornamelijk hierop. Kun je aan de hand van een omschrijving en de positionering van je product mensen interesseren voor je productidee? Dat is in feite ook een minimal viable product.

Er worden dan ook diverse MVP's onderscheiden. Een belangrijke dimensie vormt fidelity. In normaal taalgebruik wordt daarmee de kwaliteit van het product bedoeld. Bekende MVP's zijn de teaser page/landing page, de video MVP/Explainer video, de Concierge MVP, Crowd Funding MVP, Blog MVP en de Wizard of Oz MVP (zie collegedictaat les 3).

Onze MVP

Wat wij gaan doen is een webomgeving creëren als virtuele etalage en experiment om de interesse te peilen en statistieken/metrics te genereren die uiteindelijk als bewijs zullen dienen voor je businessmodel. Als MVP gaan we in ieder geval aan de slag met een landing page met daarop een beschrijving van je product en een explainer video (tip voor video: POWToon, maar er zijn diverse andere mogelijkheden om snel een video te maken).

Good artists copy, great artists steal

Qua webpagina's kun je wel weer het wiel opnieuw uitvinden qua landingpage, maar er zijn zulke goede landingpages en explainervideo's te vinden dat je die zeker als inspiratiebron kan gebruiken. Voordat je aan de slag gaat moeten jullie dan ook aan de slag met een vooronderzoek. Welke landingpages vind je geweldig, welke onderdelen/componenten komen steeds weer terug op een goede landing page. Overigens zijn er op het web ook genoeg voorbeelden te vinden van webpagina's die als MVP dienen. Zoek en vind jouw inspiratiebronnen om uiteindelijk zelf een fantastische virtuele etalage te creëren.

Beoordelingsformulier (presentatie van 7 min)

Minimal Viable Product

Introductie/Idee (10%)

Team introduceert zichzelf en vertelt kort en krachtig wat hun grote idee is? Wat is het idee? Ook geeft het aan wat het doel is van de sessie, wat gaan ze vertellen.

Landing page MVP (30%)

Content

Team heeft aansprekende content ontwikkeld die een goed beeld geeft van het product en de propositie van het bedrijf. Er is een diversiteit aan rubrieken/items (zoals productbeschrijving, team, etc.) en die worden ingekleurd met aansprekende contentbouwstenen, zoals koppen, tekst, foto's en overige afbeeldingen.

Sitestructuur

Site heeft een heldere structuur. De routing is duidelijk en alles is makkelijk te vinden (bij een onepager is er een logische volgorde van items).

Look & Feel

De site is qua vormgeving 'state of the art'

Call to action

Behalve het tonen van het product en de propositie biedt de site ook de mogelijkheid om tot actie over te gaan. Een pre-order of inschrijvingsformulier of een andere mogelijkheid om de reactie van de klant te meten.

Explainer video MVP (30%)

Site heeft een explainervideo die de boodschap en het product helder weergeeft. Er wordt echt een verhaal verteld over het waarom, wat hoe en wie van het product. De look & feel van de video sluit aan op datgene wat het startupmerk wil overbrengen (60-90 sec).

Low to High Fidelity MVP (30%)

Low Fidelity MVP

Team laat een prototype/mockup van het product zien, waarin de meest essentiële functies zijn verwerkt.

High Fidelity MVP

Team geeft aan hoe een high fidelity MVP (een product dat echt voor het grote publiek geschikt is) eruit zou kunnen zien.

Team geeft aan wat de kosten en activiteiten moeten zijn, indien het product echt ontwikkeld moeten worden.

Cijfer

--	--