Российские интернет-технологии 2012

Управление продуктами: от стартапа до корпорации

Денис Бесков

План выступления

1. Кто я
2. УП в стартапе
3. УП в компании
4. УП в корпорации

Кто я

- Менеджер продукта в **Comindware**
- Управляющий партнёр в **Школе Системного Анализа**
- Организатор:
  - Product Camp Moscow 2011
  - Product Camp SPB 2012

Стартап

- Продуктов: 0 – 1
- Клиентов: 2-10
- Пользователей: 0 – 100
- Менеджеров продукта: 1(часто Гендир)

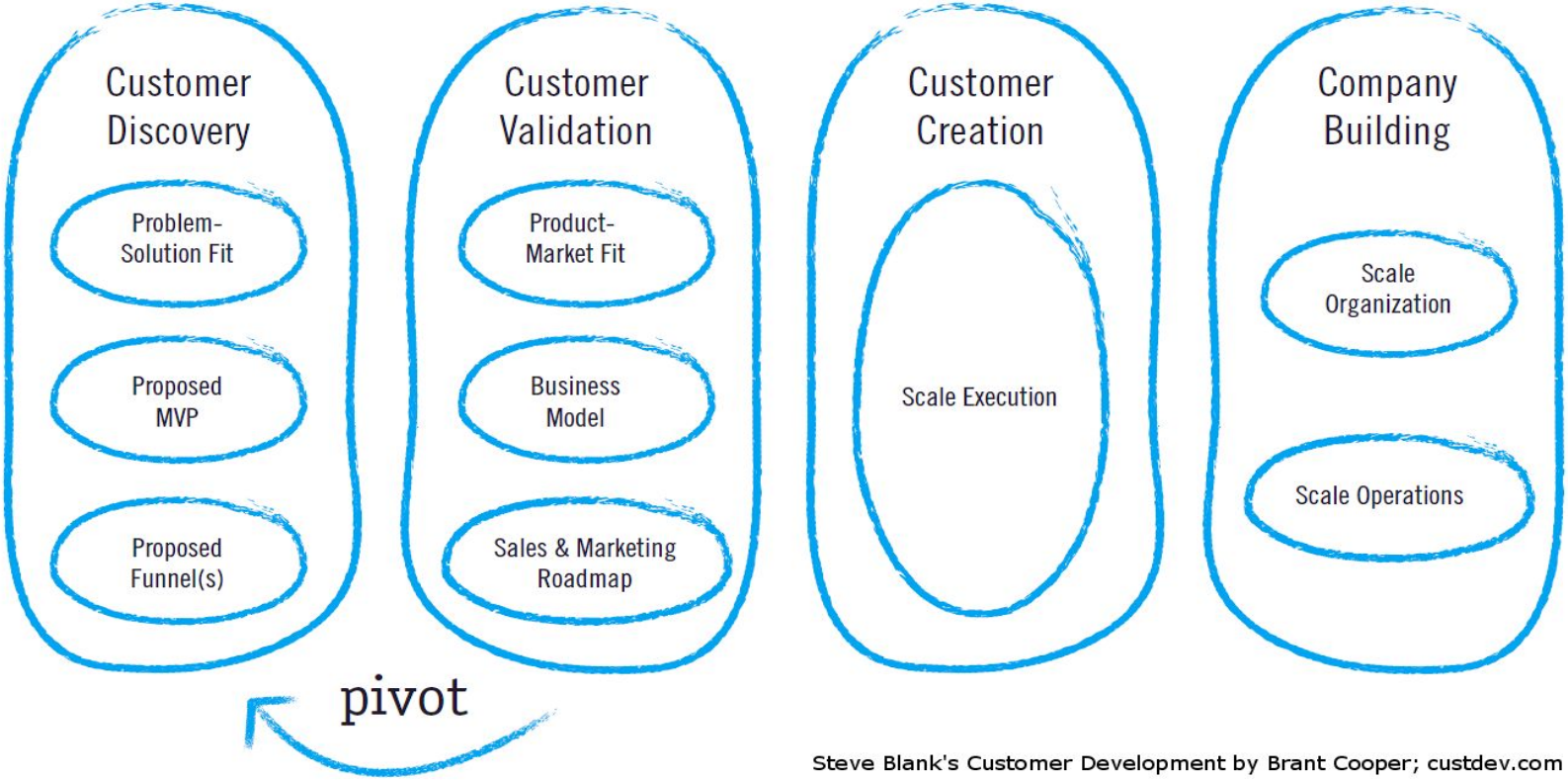
Проблемы и задачи стартапа

- Получить долю рынка
  - Предложить интересный рынку продукт
    - Найти ценность для потребителя
- Выйти на окупаемость
  - Нарастить показатели до рентабельных

Что делать в Упр Прод в стартапе

1. Создавать гипотезу о проблеме и решении
2. Проверять гипотезу без разработки
3. Прогонять цикл 1-2 до виртуальной «продажи»
4. Делать прототип
5. Тестировать прототип
6. Прогонять цикл сначала до ядра аудитории

Customer Development



Steve Blank's Customer Development by Brant Cooper; custdev.com

Литература для стартапа

- **Geoffrey A. Moore**
  Crossing the Chasm: Marketing and Selling High-Tech Products to Mainstream Customers
- **Marty Cagan**
  Inspired: How To Create Products Customers Love

Компания

- Продуктов: 2 – 5
- Клиентов: 10-50
- Пользователей: 1.000 — 10.000
- Менеджеров продукта: 2-3

Проблемы и задачи компании /1

- Удержать долю рынка
  - Конкурентная борьба
  - Customer Retention
- Повышать рентабельность бизнеса
  - Эффективное управление ресурсами
  - Повторное использование

Проблемы и задачи компании /2

- Увеличить доход
  - Вывод новых продуктов по существующим каналам + Upsale
- Увеличить долю на рынке
  - Расширение партнёрства
  - Лоббирование

Что делать в Упр Прод в компании

1. Анализировать конкурентов, тенденции, отзывы пользователей
2. Придумывать новый продукт
3. Вовлекать пользователей в тестирование новых продуктов
4. Балансировать усилия производства и продвижения
5. Повышать эффективность процессов

Pragmatic Marketing Framework™

A Market-Driven Model for Managing and Marketing Technology Products

STRATEGIC

		Business Plan	Positioning	Marketing Plan		
Market Problems	Market Definition	Pricing	Buying Process	Customer Acquisition		
Win/Loss Analysis	Distribution Strategy	Buy, Build or Partner	Buyer Personas	Customer Retention		
Distinctive Competence	Product Portfolio	Product Profitability	User Personas	Program Effectiveness		
MARKET	**STRATEGY**	**BUSINESS**	**PLANNING**	**PROGRAMS**	**READINESS**	**SUPPORT**
Competitive Landscape	Product Roadmap	Innovation	Requirements	Launch Plan	Sales Process	Presentations & Demos
Technology Assessment			Use Scenarios	Thought Leadership	Collateral	"Special" Calls
			Status Dashboard	Lead Generation	Sales Tools	Event Support
				Referrals & References	Channel Training	Channel Support

TACTICAL

PRAGMATIC MARKETING®

(480) 515-1411 ■ PragmaticMarketing.com

© 1993-2010 Pragmatic Marketing, Inc.

Литература для компании

- **Steven Haines**
  The Product Manager's Desk Reference
- **Marty Cagan**
  Inspired: How To Create Products Customers Love

Корпорация

- Продуктов: 5+
- Клиентов: 100+
- Пользователей: 10.000+
- Менеджеров продукта: 5+

Проблемы и задачи корпорации

- Сохранение рентабельности при росте
  - Портфельное управление
  - Развитие и обучение
  - Эффективность процессов
- Выход на новые рынки
  - Покупка компаний и технологий

Что делать в Упр Прод в корпорации

1. Создавать продуктовую стратегию
2. Управлять портфелем продуктов
3. Выращивать и обучать новых менеджеров
4. Развивать процессы
5. Внедрять инструменты

Литература для корпорации

- **Steven Haines**
  Managing Product Management: Empowering Your Organization to Produce Competitive Products and Brands

Спасибо!

Приходите общаться:

- **Facebook:** Product Camp Russia
- **LinkedIn:** Russian IT Product Management & Marketing Group