



Семинар в рамках Саммита  
разработчиков ТРИЗ

# Семинар «ТРИЗ в управлении продуктом»

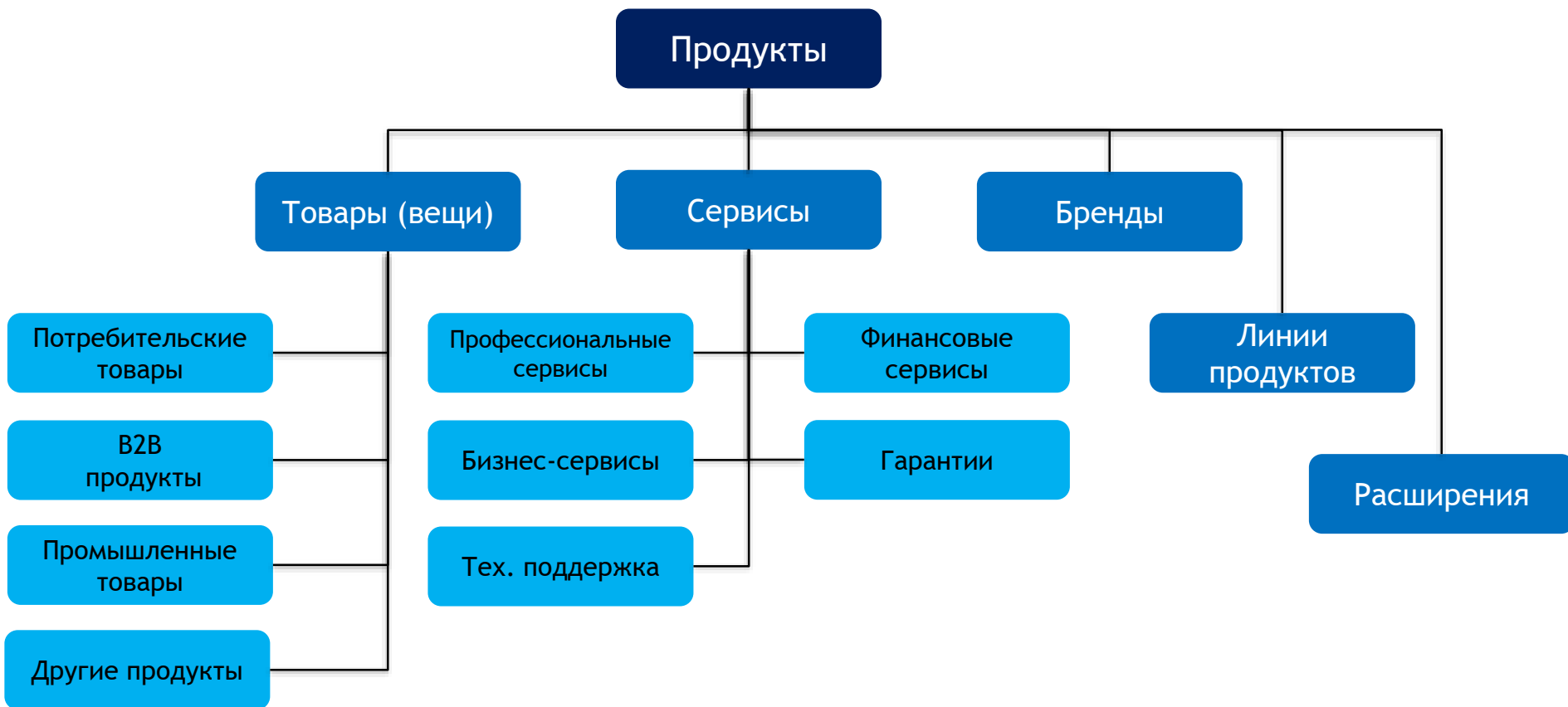
Курьян А. Г.

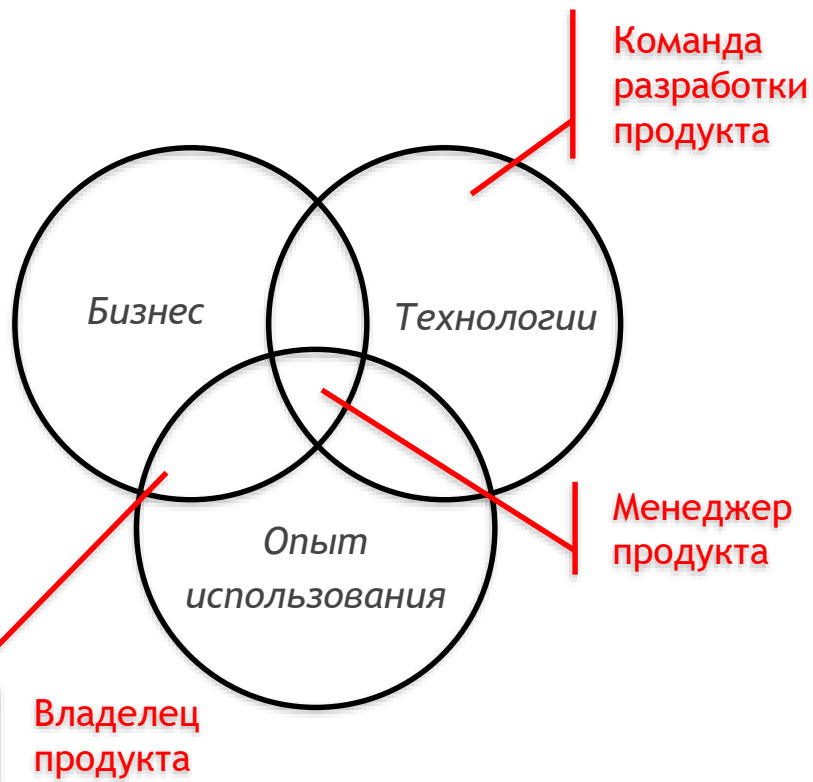
Санкт-Петербург, 20 июня 2018 года

<http://triz-summit.ru>



# КЛАССИФИКАЦИЯ ПРОДУКТОВ





## Опыт использования (UX)

- Голос пользователя для бизнеса
- Понимание опыта пользователей
- Должен постоянно тестировать продукт, разговаривать с пользователями и получать от них обратную связь

## Бизнес

- Фокусироваться на максимизации пользы от продуктов для бизнеса
- Оптимизировать продукт в соответствии с целями бизнеса
- Максимизировать возврат инвестиций

## Технологии

- Понимать уровень усилий, необходимых для принятия правильных решений
- Ежедневно проводить время с командой разработчиков

Теория работ пользователя отвечает на вопрос: какая работа возникает в жизни людей, побуждая их «нанять» тот или иной продукт?

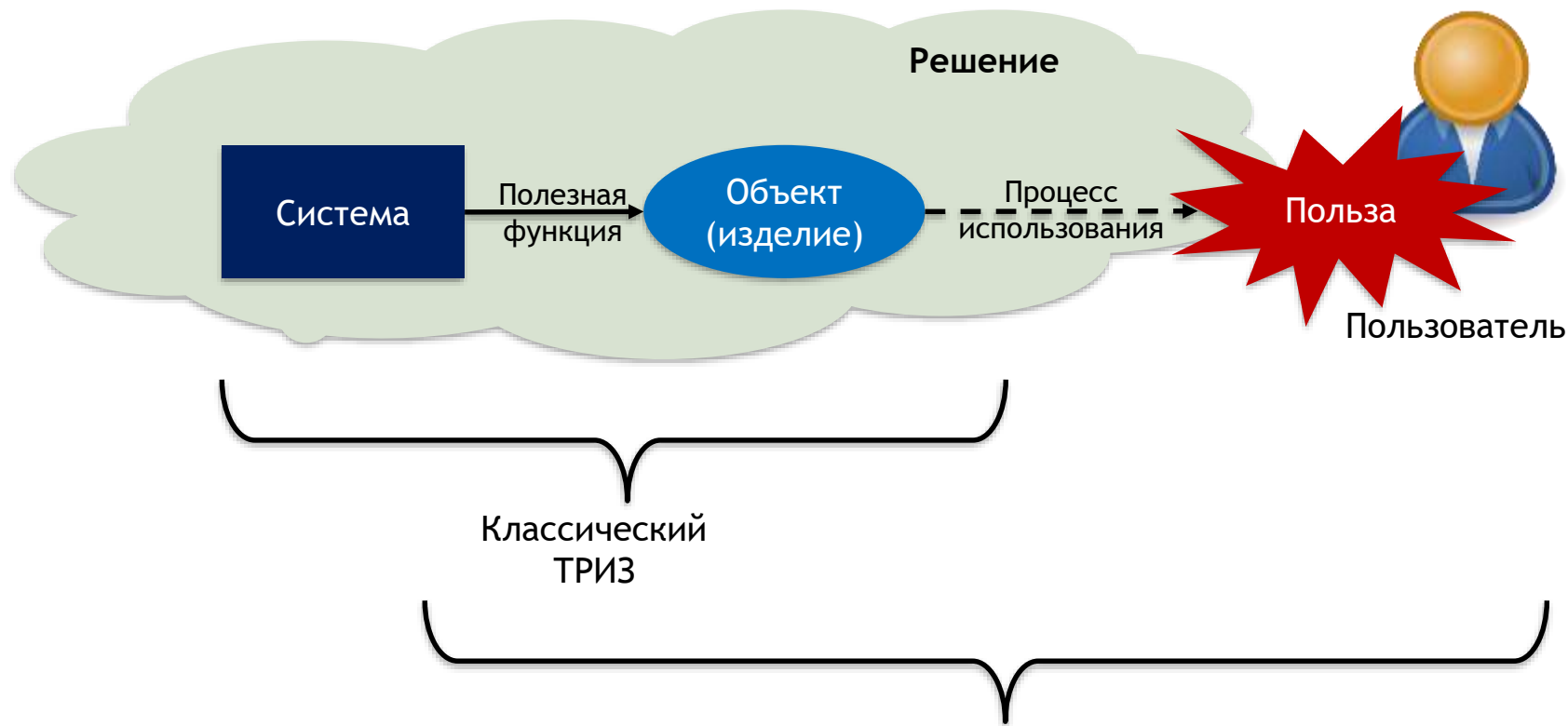


*“Customers - people and companies - have “jobs” that arise regularly and need to get done. They look around for a product or service that they can “hire” to get the job done.*

...

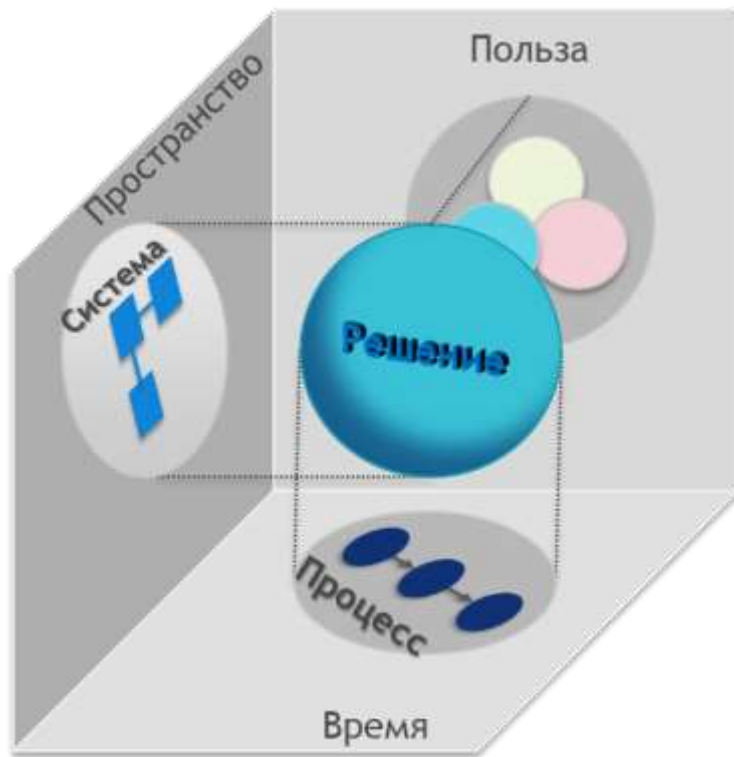
*The functional, emotional, and social dimensions of the jobs that customers need to get done constitute the circumstances in which they buy.”*

Clayton M. Christensen. The Innovator’s Solution



Дизайн-мышление:

- Промышленный дизайн;
- Сервис-дизайн
- Дизайн интерфейсов
- и др.



## СИСТЕМА (структура в пространстве)

Набор взаимосвязанных и взаимодействующих компонентов, формирующих единое целое

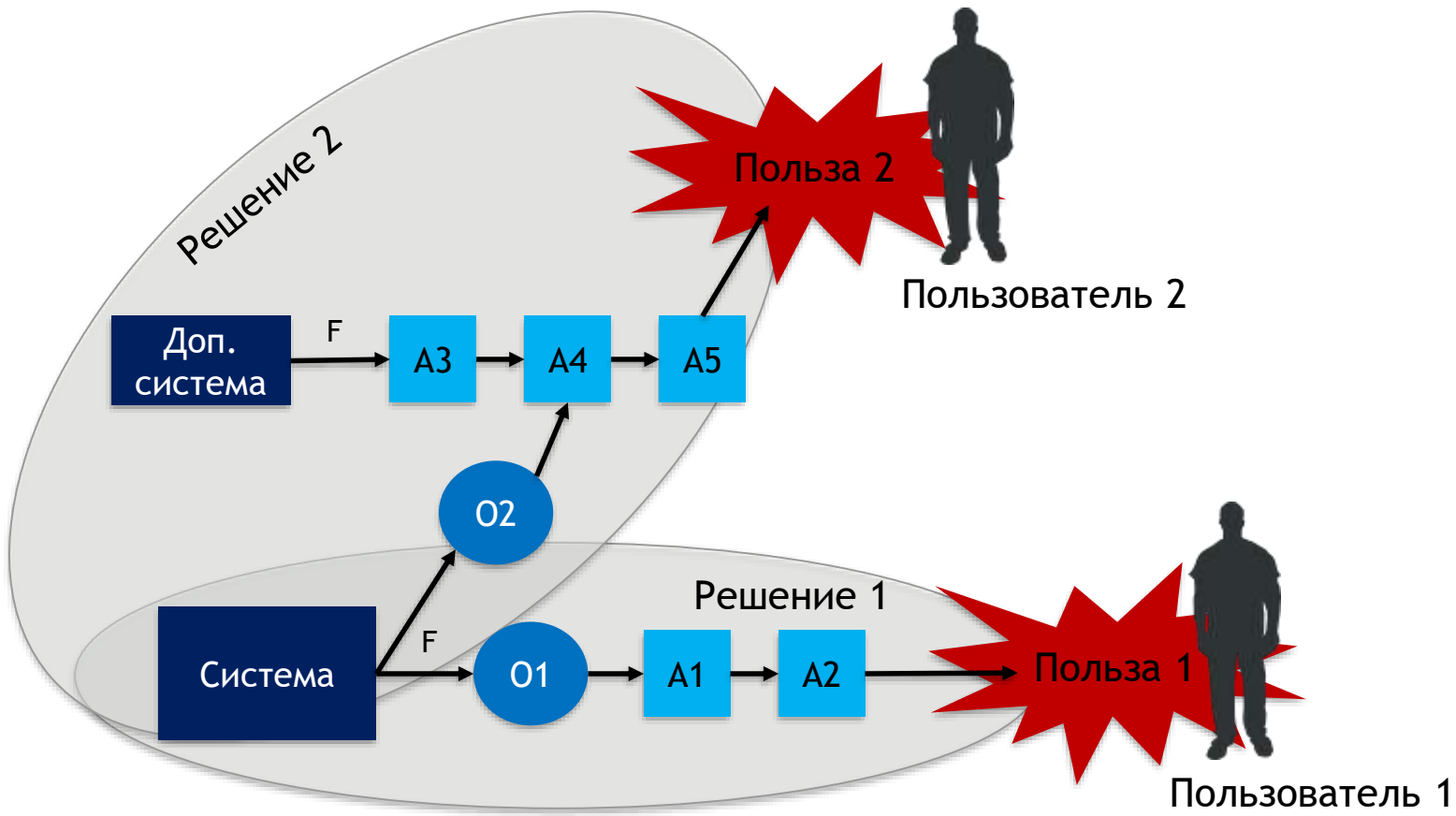
## ПРОЦЕСС (структура во времени)

Последовательность операций по преобразованию объекта из начального в конечное состояние

## РЕШЕНИЕ

Комбинация систем и процессов, включая операции человека, с целью создания пользы

# ОДНА СИСТЕМА - НЕСКОЛЬКО РЕШЕНИЙ



# ОДНА СИСТЕМА - НЕСКОЛЬКО РЕШЕНИЙ. ПРИМЕР



Сверлить отверстия



Перемешивать смеси



Точить нож



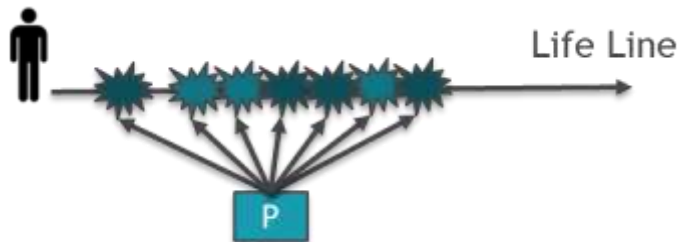
Закручивать шурупы



# ТИПЫ ТИРАЖИРОВАНИЯ

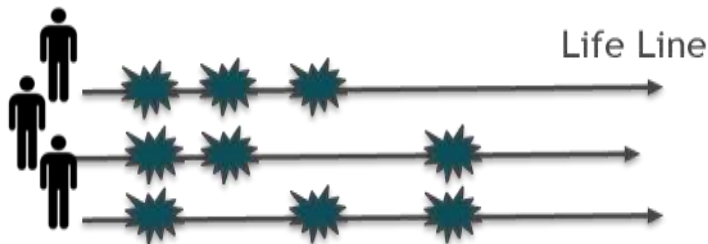
1

Универсальный продукт для разных решений



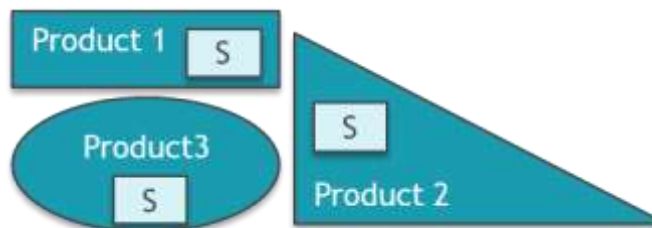
2

Специальный продукт для разных пользователей

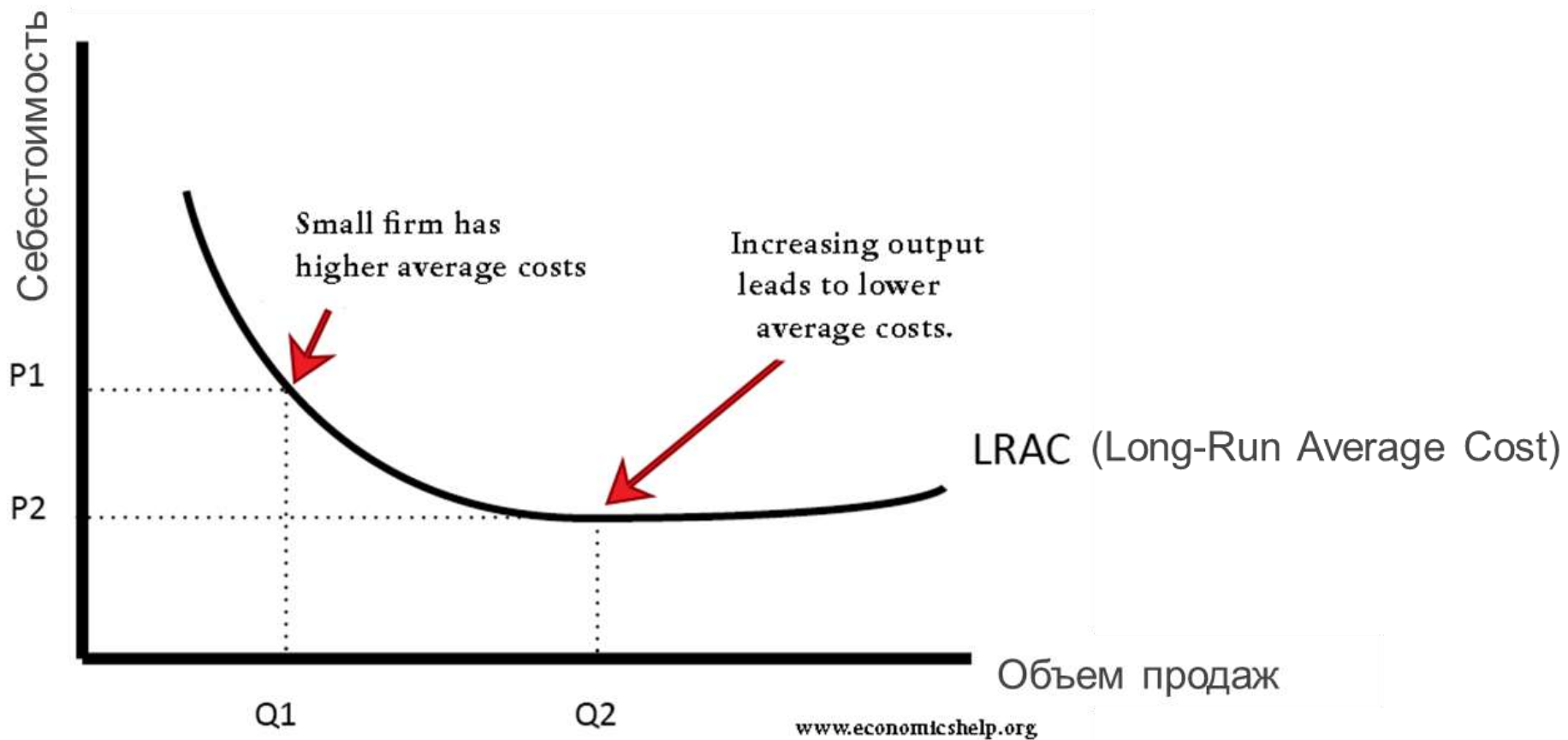


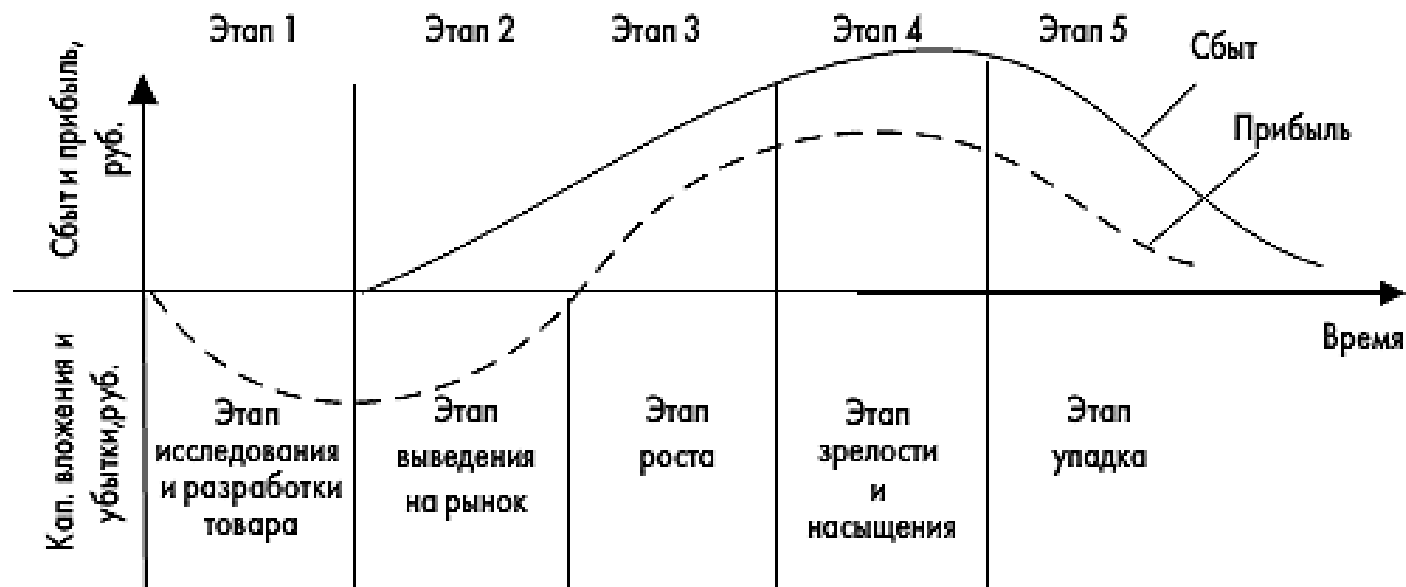
3

Стандартный компонент (подсистема) для разных продуктов



# ЭКОНОМИЯ НА МАСШТАБЕ





- 1. Исследования и разработка.** То, чем мы занимаемся
- 2. Выведение товара на рынок.** Первое появление товара на рынке. Характерным является небольшой рост объемов продаж и соответственно прибыль минимальна или её вообще нет.
- 3. Рост.** Период быстрого роста объема продаж, если товар принят рынком и спрос на него растёт. Прибыль также возрастает по мере увеличения объема продаж.
- 4. Зрелость.** Объемы продаж значительны, но дальнейшего роста продаж не наблюдается. Прибыль на данном этапе стабилизировалась, так как дополнительных затрат для вывода товара на рынок не требуется.
- 5. Упадок, уход с рынка.** Для данной фазы жизненного цикла товара характерно значительное снижение объемов продаж вплоть до полного падения спроса на данный товар. Прибыль резко снижается до нуля.

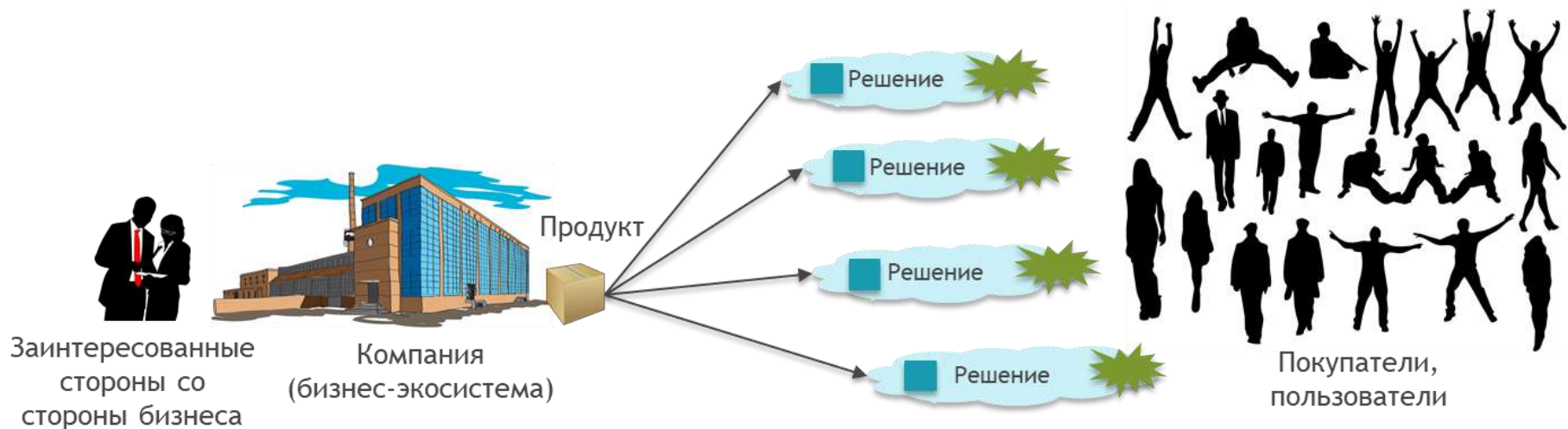
# ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ ПРОДУКТА. СТЕЙКХОЛДЕРЫ



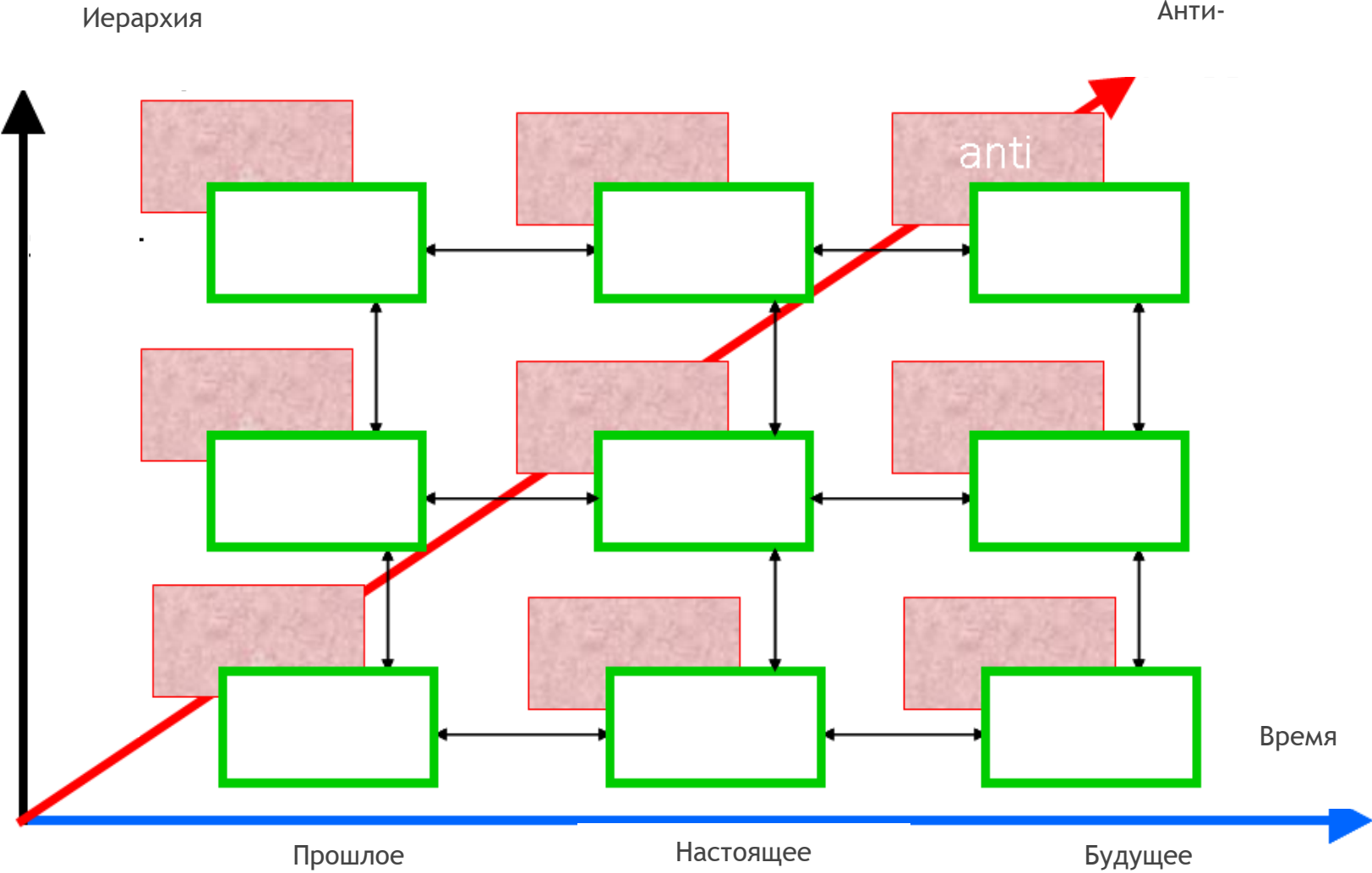
# ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ УПРАВЛЕНИЯ ПРОДУКТОМ



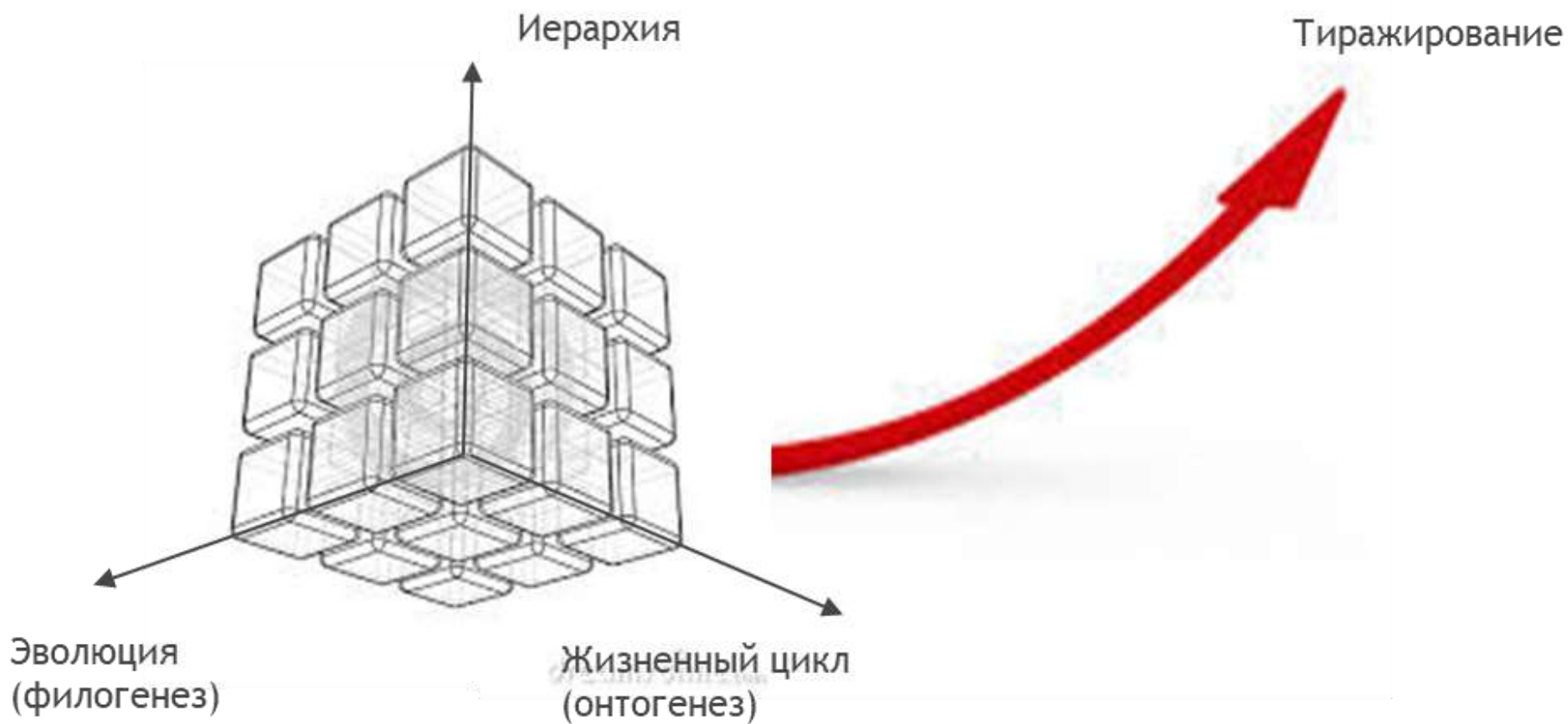
# ТИРАЖИРОВАНИЕ КАК ИСТОЧНИК ТРЕБОВАНИЙ БИЗНЕСА



# СИСТЕМНЫЙ ОПЕРАТОР. КЛАССИЧЕСКИЙ ТРИЗ

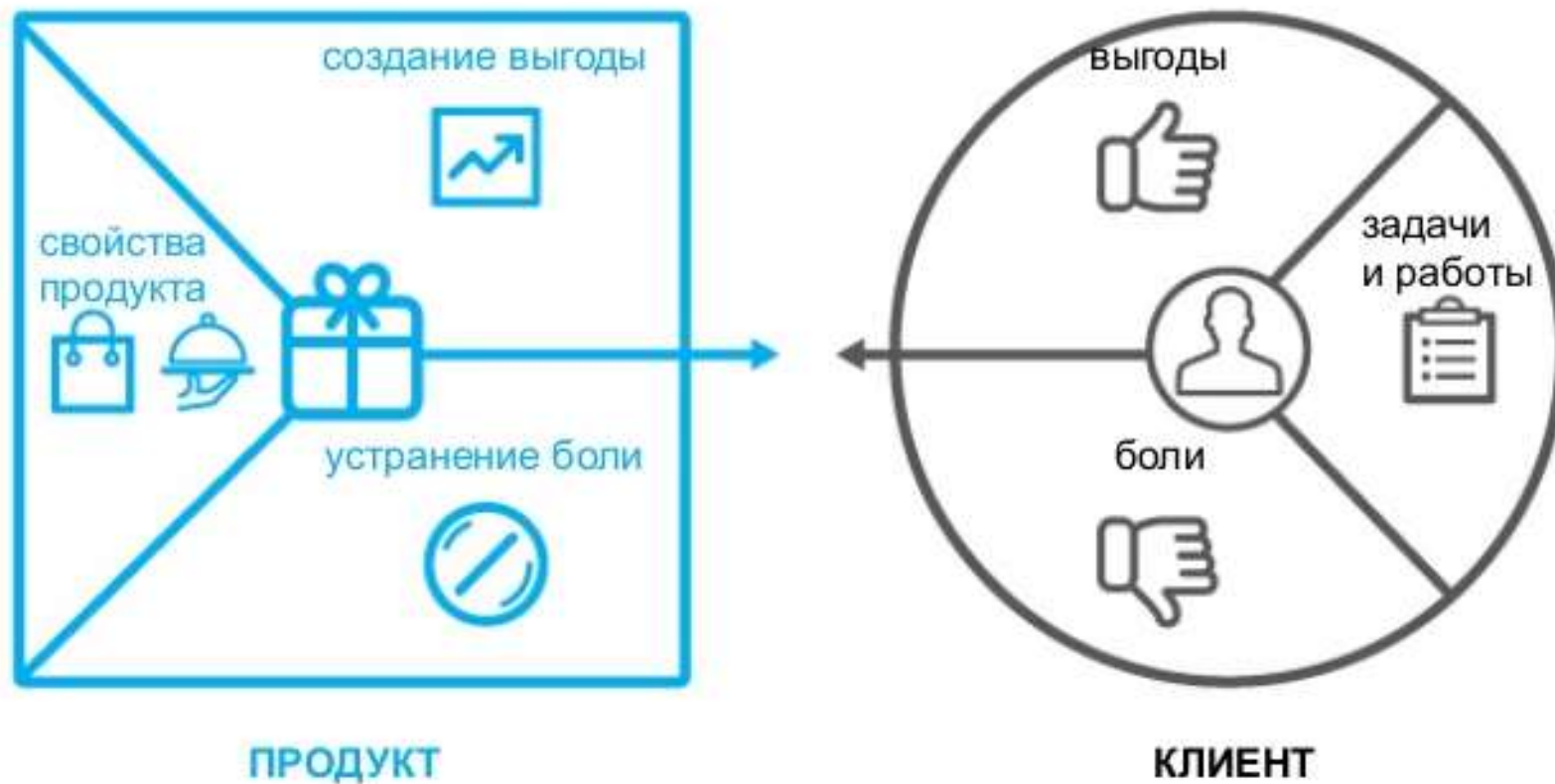


# СИСТЕМНЫЙ ОПЕРАТОР 4D (ДЛЯ ПРОДУКТА)





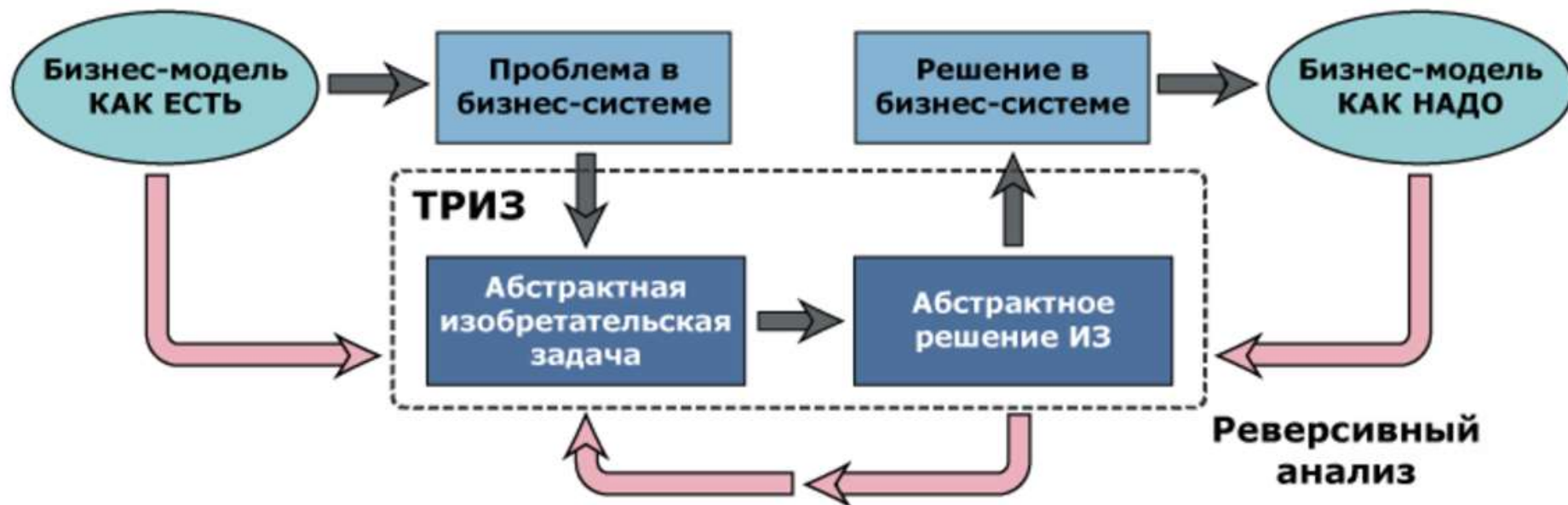
# ШАБЛОН ОСТЕРВАЛЬДЕРА



# ШАБЛОН БИЗНЕС-МОДЕЛИ ГАССМАНА

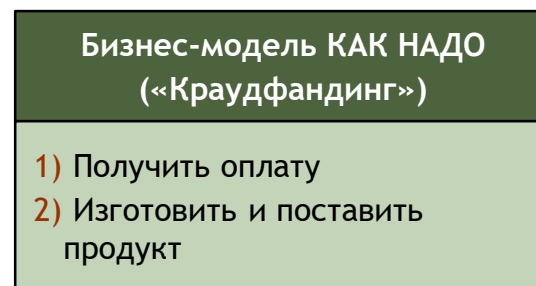
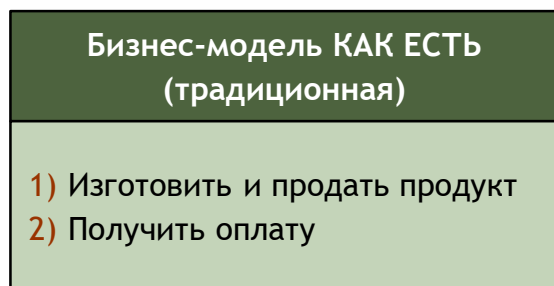


# СХЕМА ВОССТАНОВЛЕНИЯ ПРОТИВОРЕЧИЯ В БИЗНЕС-МОДЕЛИ



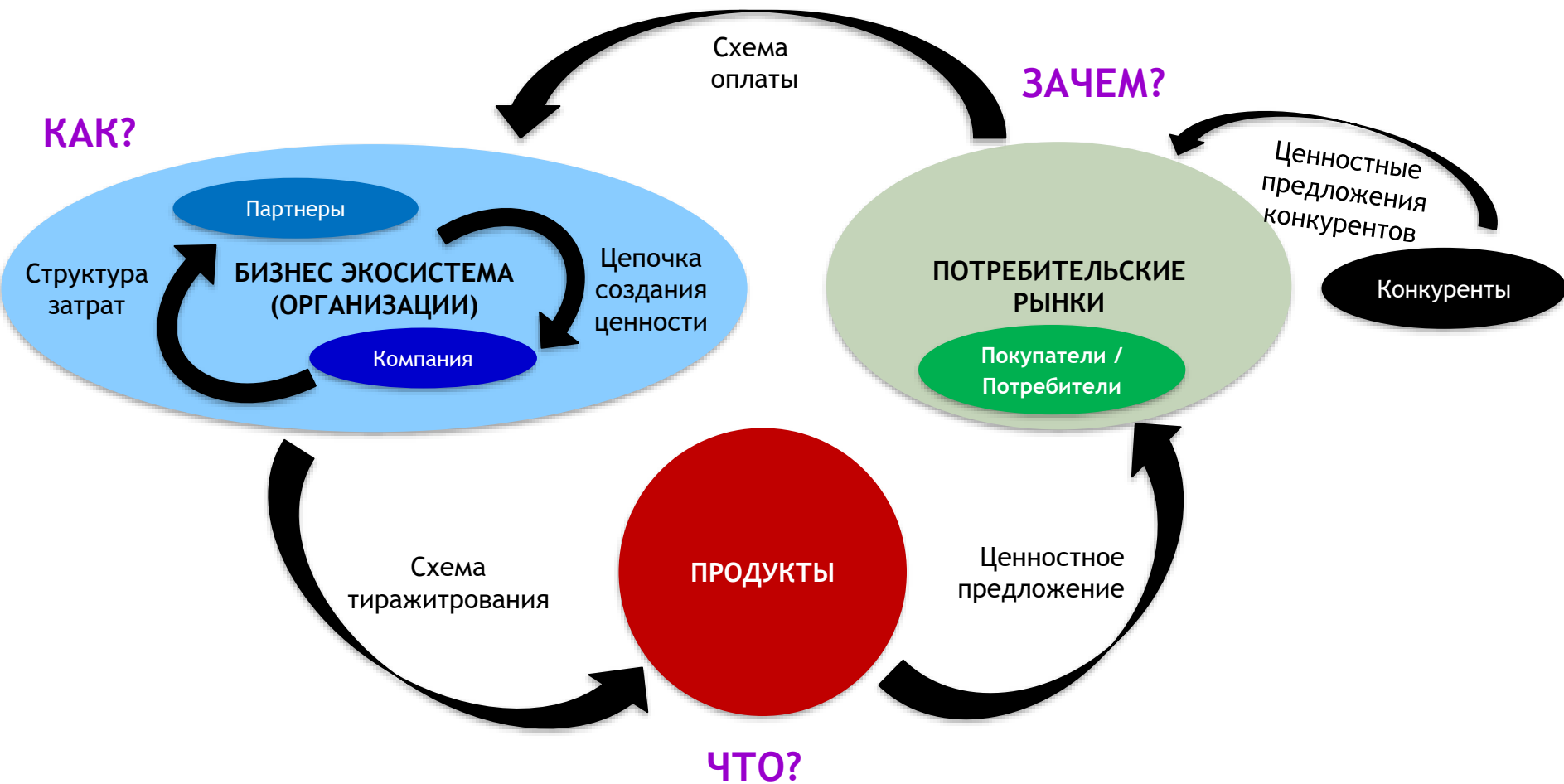
Бизнес-модель «Краудфандинг» связана с финансированием того или иного проекта большим количеством частных лиц. Сбор средств начинается с объявления, знакомящего общественность с проектом, который нуждается в финансовых вливаниях. Большинство так называемых «краудфандеров» - это частные лица или частные группы, которые по собственному усмотрению выбирают суммы для инвестирования в тот или иной проект. В обмен на финансовую поддержку жертвователи получают определенное вознаграждение, так или иначе с ним связанное: готовый продукт, полученный в результате реализации проекта, или специальные дополнительные преимущества, например, бонусные материалы.

Источник: Гассман О. и др. Бизнес-модели. 55 шаблонов. М: Альпина паблишер, 2017



**Противоречие свойства:** Нужно получить оплату после того, как продукт произведен и доставлен потребителю, чтобы потребитель при покупке осуществлял оплату привычным способом; но нужно получать оплату за продукт заранее, чтобы иметь средства для производства продукта.

# БИЗНЕС-СИСТЕМА. МОДЕЛЬ





## Андрей Георгиевич КУРЬЯН

ТРИЗ-тренер, ментор инновационных команд в EPAM Systems, Минск, Беларусь

Специалист по ТРИЗ и ФСА с 1989 года.

Со-основатель НИЛИМ, участник проекта «Изобретающая машина».

Разработчик методов ТРИЗ: Value-Conflict Mapping Plus (VCM+), ТРИЗ-Навигатор бизнес-моделей

30 лет опыта в ИТ сфере, в том числе, 11 лет в сфере бизнес-анализа

[Andrei\\_Kuryan@epam.com](mailto:Andrei_Kuryan@epam.com)