

LEADERS VON MORGEN

Digitale
Transformation



Stop guessing. Start doing.

Kapitel 11:

Phase 3: Minimum Viable Product (MVP)

#Essenzen



Bevor **PHILIPP** in Phase 3 des Transformationsprozesses eintaucht, macht er noch einmal deutlich, wofür das Testing aus Phase 2 überhaupt nötig ist. Es geht um Daten von Erfahrungswerten, die dann in einen Businessplan einfließen, um Stakeholder - z.B. die eigene Führungskraft - zu überzeugen, den Prozess weiter zu verfolgen.

Philipp setzt das bisherige Vorgehen in einen zeitlichen Rahmen. Beide Phasen (Phase 1 und Phase 2) sollten nicht länger als 6 Wochen beanspruchen. Interessant dabei: Bisher wurde keine einzige Zeile Code geschrieben. Das heißt: Der häufig genannte Mangel an Programmierern ist kein Argument, sich nicht auf den Weg zu machen.

In Phase 3 geht es um die Entwicklung des ersten Produkts: dem Minimalprodukt oder MVP (Minimum Viable Produkt) - einem Produkt, das im Kleinen schon funktioniert, aber noch sehr roh ist, unfertig aussieht und für das man sich ggf. sogar schämt. Aber die Grundfunktion, um den Schmerzpunkt aus Phase 1 zu lösen, ist schon vorhanden.

Ganz grundlegend dabei ist der Fokus auf die wenigen wesentlichen Funktionalitäten, die nötig sind, um die Schmerzpunkte der Nutzerinnen zu lösen. Philipp weist auf die "Featuritis-Falle" hin, die v.a. von der Ingenieursdenke getrieben wird, viele Möglichkeiten ins Produkt einzubauen.

In dieser dritten Phase braucht das MVP nicht viele Features, sondern ein ganz klares Nutzerversprechen.



Klares Nutzerversprechen

vs.



Featuritis

Das MVP darf maximal zwei oder drei Kernfunktionen besitzen, die nach Möglichkeit die Schmerzpunkte der Nutzer lösen.



GISBERT bringt ein anschauliches Beispiel für ein misslungenes Vorgehen bei Klöckner. Es geht um einen Webshop, in den große Mengen an Geld investiert wurden. Allerdings ohne mit Nutzern zu testen, ob er überhaupt die Schmerzpunkte löst und angenommen wird. Das Learning von Gisbert daraus war, nicht funktionierende Produkte und Services früh zu beenden und nicht versuchen, sie durch zusätzliche Features zu verbessern.



PHILIPP bringt ein gutes Beispiel hierzu von Thermondo. Ein MVP ist dort ein Mittel, um beispielsweise auf die Frage, ob eine Wärmepumpe komplett online vertreibbar ist, eine Antwort zu finden. Auf diese Weise weitet Thermondo sein Geschäftsfeld stückweise aus und testet mit relativ geringem Aufwand die Marktakzeptanz und damit das Business-Potenzial von neuen Produkten.



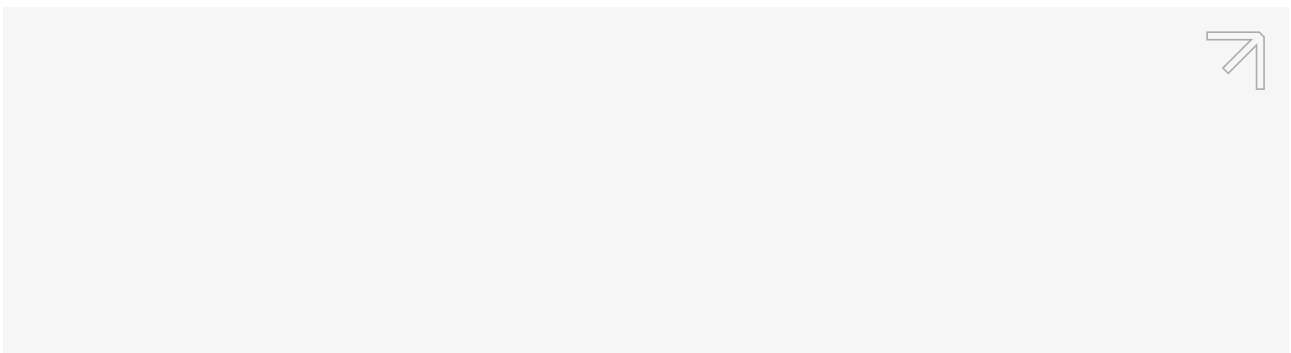
NINA berichtet von einem MVP-Beispiel von Ebay. Um herauszufinden, ob die Plattform "Wish" für junge Kunden funktioniert, wurde innerhalb von zwölf Wochen eine komplette Kopie des Ebay Marktplatzes entwickelt. Dieser MVP wurde getestet und so lange schrittweise weiterentwickelt, bis er in die Ebay-Plattform integriert werden konnte.

#Transfer

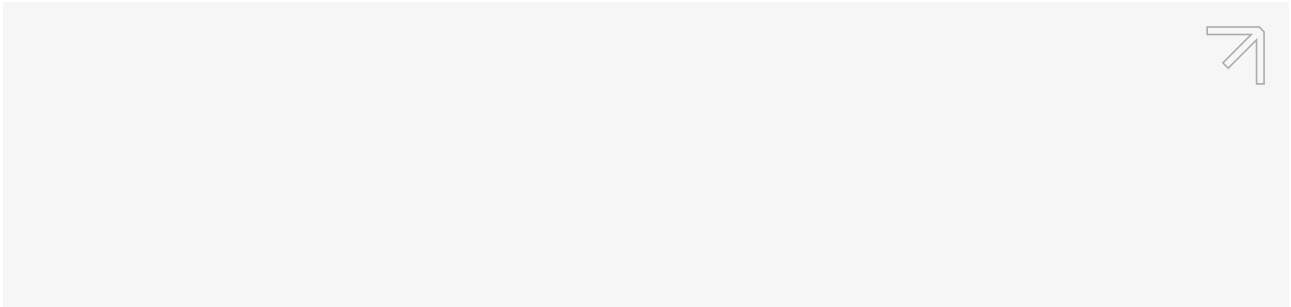


Aufbauend auf Deine Notizen zur Phase 2 mache Dir bitte jetzt einen Plan, wie die dritte Phase bei Dir/Euch aussehen kann.

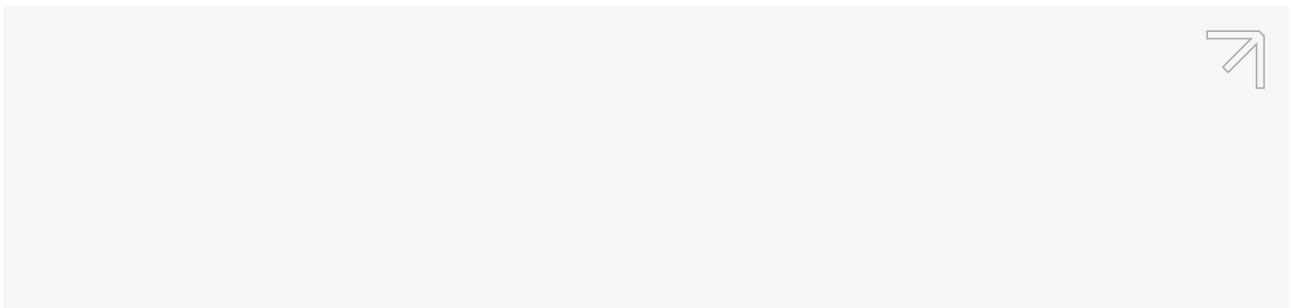
Welche zwei oder drei Kern-Funktionalitäten muss das MVP haben, um die Schmerzpunkte der Nutzer zu lösen?



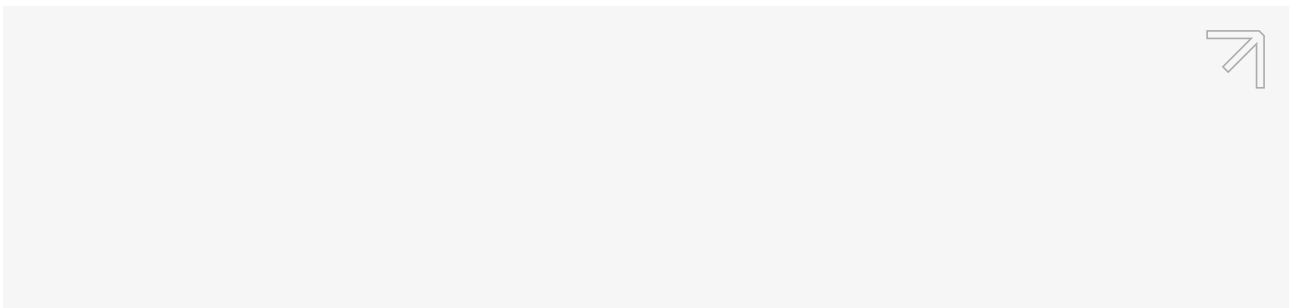
Wie viel Zeit wird für die Entwicklung veranschlagt?



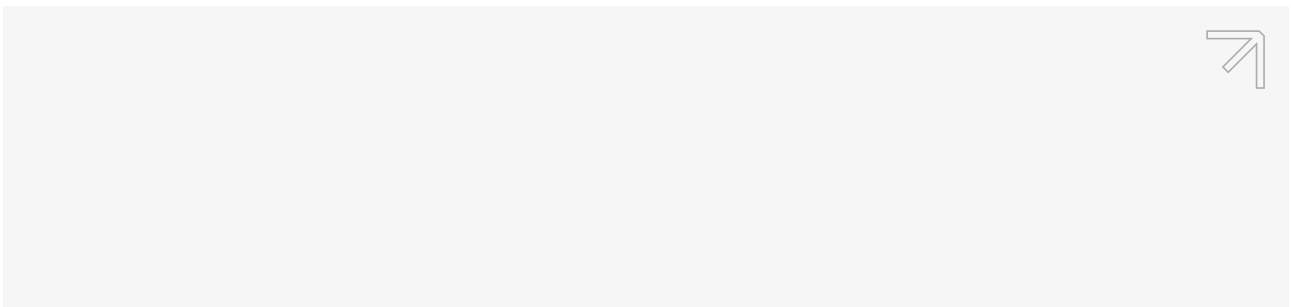
**Mit welchen Nutzerinnen finden die ersten Tests statt?
Wann wird das sein?**



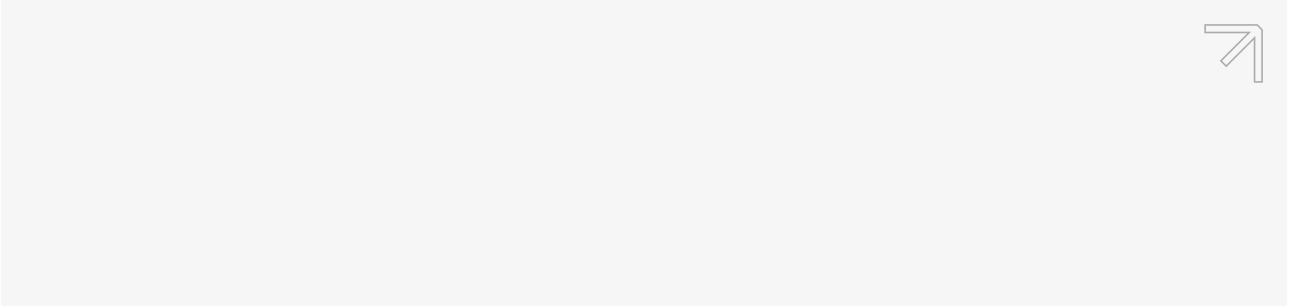
**Wie wird der Prozess gestaltet, damit die Testergebnisse in die weitere Entwicklung
Einzug finden?**



**Wer ist für die Entwicklung und das Testing mit ausgewählten Nutzern
verantwortlich?**



Was gibt es aus Deiner Sicht hierzu noch zusätzlich zu beachten?

A large, empty rectangular text box with a light gray background. In the top right corner, there is a small, light gray icon of an arrow pointing up and to the right.