

Product Management Course в UC Berkeley



- Дмитрий Мартынов, *Product Manager, Desktop Virtualization*
- Виталий Обернихин, *Product Line Manager, Server Virtualization and IaaS*

Динамические возможности компании

Зондирование

Понимание стратегического окружения
Использование бизнес-моделей
Проектирование, ориентированное на клиента

Планирование

Управление портфелем продуктов
Сегментация, выбор целевой аудитории, позиционирование
Управление жизненным циклом продукта
Ценообразование

Трансформация

Лидерство в командах
Стратегические переговоры
Создание новых бизнес-моделей

Динамические возможности компании

Зондирование

Проектирование,
ориентированное
на клиента

Планирование

Управление
портфелем
продуктов

Трансформация

Лидерство в
командах

Как создать нужный рынку продукт



Подход: пространство проблем пользователя и пространство решений

Проблемы:

- Проблема вибрация на фоне двигателя, которую решает продукт Ares 1
- (ТРЕБОВАНИЯ) к продукту невозможность считывать показаний приборов

Решения:

- Устранить вибрацию кабины (определенная функциональность, четко ~\$1M)
- Заменить акробилетом или с требованиями к вибрации кабины (стробоскоп, ~\$5)



Как создать нужный рынку продукт



Управление портфелем продуктов



Управление портфелем продуктов

Финансовые показатели:

- Чистая приведенная стоимость (NPV)
- Внутренняя норма доходности (IRR)
- Возврат инвестиций (ROI)
- Ожидаемая коммерческая ценность (Expected Commercial Value)

Управление портфелем продуктов

- Ожидаемая коммерческая ценность (Expected Commercial Value):



$$ECV = (1 - p)(-DevCost) + p(1 - q)(-DevCost - CommCost) + p(1 - q) + pq(Revenue - DevCost - CommCost)$$

Управление портфелем продуктов

- Категоризация:
 - «Прорывные решения»
 - ROI – ?
 - Новые платформы:
 - Делает возможными новые производные продукты
 - Производные продукты:
 - Решения принимаются на основе финансовых показателей

Управление портфелем продуктов

Что мы делаем хорошо, что можно улучшить

Наибольшую ценность может принести увеличение фокуса на №3

1. «Прорывные решения»
2. Новые платформы:
3. Производные продукты:
 - Решения принимаются на основе финансовых показателей

Лидерство в командах



Лидерство в командах

Высокопроизводительные команды:

- Каждый новый продукт – как стартап
- Выдающиеся цели
- Каждый член команды несет ответственность перед командой
- Принятие решений по конкретному продукту отдано команде (топ менеджмент вовлечен только на ранних стадиях)
- Определены процедуры принятия решений
- Экспертиза каждого члена команды активно используется
- По каждой информации проясняется – это факт, подкрепленный цифрами или мнение

Лидерство в командах:



Высокопроизводительные команды:

Что мы делаем хорошо, что можно улучшить

Высокопроизводительные команды:

1. **Выдающиеся цели**
2. Каждый член команды несет ответственность перед командой
3. Принятие решений по конкретному продукту отдано команде (топ менеджмент вовлечен только на ранних стадиях)
4. Определены процедуры принятия решений
5. Экспертиза каждого члена команды активно используется
6. По каждой информации проясняется – это факт, подкрепленный цифрами или мнение

Динамические возможности компании

Зондирование

Проектирование,
ориентированное
на клиента

Планирование

Управление
портфелем
продуктов

Трансформация

Лидерство в
командах

Динамические возможности компании

Зондирование

Понимание стратегического окружения
Использование бизнес-моделей
Проектирование, ориентированное на клиента

Планирование

Управление портфелем продуктов
Сегментация, выбор целевой аудитории, позиционирование
Управление жизненным циклом продукта
Ценообразование

Трансформация

Лидерство в командах
Стратегические переговоры
Создание новых бизнес-моделей

Product Management Course в UC Berkeley



- Дмитрий Мартынов, *Product Manager, Desktop Virtualization*
- Виталий Обернихин, *Product Line Manager, Server Virtualization and IaaS*