

منشآت
monsha'at

المهبة العامة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة
Small & Medium Enterprises General Authority

النموذج الأولي للمنتج

المحتويات

مقدمة

دورة النموذج
الأولي للمنتج

أنواع النموذج
الأولي للمنتج

كيف تبدأ وتخطط لبناء
النموذج الأولي للمنتج

ماذا تقيس النماذج
الأولية للمنتج؟

ما هو المقياس الجيد؟

كيف تحمي منتجك
من المنافسين

تحديات النماذج
الأولية للمنتج

متى يمكنك إطلاق
منتجك إلى السوق؟

أخطاء شائعة عند إعداد
النماذج الأولية للمنتج

أدوات تساعد في بناء
النماذج الأولية للمنتج

النموذج الأولي للمنتج (MVP) يعتبر أول خطوة للدخول للسوق بفعالية أكثر وتكلفة أقل للتحقق من صحة فكرة المنتج دون بناء المنتج بأكمله، يحتوي على أقل قدر ممكن من الخصائص التي تمثل جوهر المنتج، بحيث يمكن إيصاله للسوق بأقل استثمار ووقت ممكن.

مالهدف من النموذج الأولي للمنتج (MVP)

- معرفة اهتمام العميل بالمنتج وكيفية تعامله معه.
- معرفة رأي العميل بالمنتج.
- اختبار المنتج عمليًا.
- الوصول للسوق بوقت قصير مع إمكانية تطوير المنتج بعد إطلاقه.

الفرق بين النمذجة والنموذج الأولي للمنتج (MVP)

النموذج الأولي للمنتج

- يحتوي على بعض خصائص النموذج
- يستخدم لاختبار قابلية واهتمام العميل في المنتج



النمذجة

- غير قابل للاستخدام المباشر
- يستخدم لعرض آلية عمل المنتج وخصائصه ومميزاته



دورة النموذج الأولي للمنتج



عملية إنتاج النموذج الأولي للمنتج هي عملية متجددة ولا تقف عند أول منتج، بل تستمر العملية لتحسين تجربة العميل وزيادة الخصائص التي قد تزيد من قيمة المنتج التنافسية.

أنواع النموذج الأولي للمنتج

عندما تريد معرفة حاجة العميل لحل المشكلة، يمكنك استخدام الإعلانات أو البريد الإلكتروني للترويج عن خدمة ومعرفة مدى أهميتها ومدى اهتمام العميل بهذه الخدمة.

SMOKE TEST

عندما لا يتضح تصورك لحل المشكلة، يمكنك تقديم الخدمة بشكل مباشر للعميل لمعرفة كيفية حل المشكلة لكل عميل ومعرفة مدى رضا العميل بشكل مباشر.

COCIERGE MVP

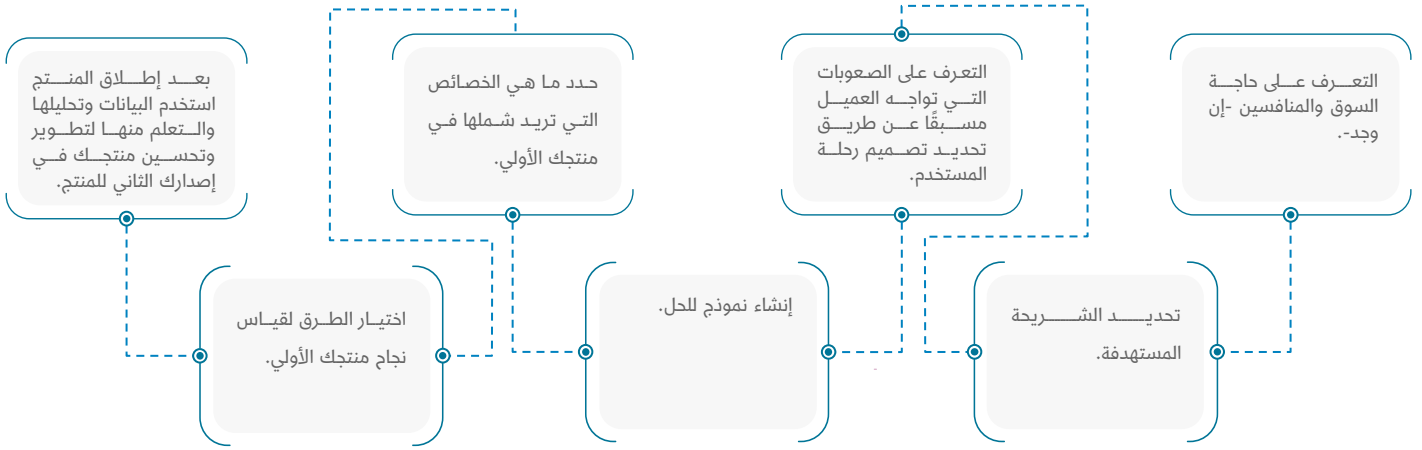
عندما يكون لديك فكرة عن المشكلة ولديك تصور كامل لحلها، يمكنك تقديم خدمة متكاملة عن طريق موقع أو تطبيق هاتف، حيث يحتوي التطبيق على أقل الخصائص الممكنة لتقديم الخدمة الأساسية.

SINGLE FEATURE PRODUCT

عندما تتوفر فكرة عن مشكلة معينة ولديك تصور كامل لحلها، يمكنك تقديم الخدمة عن طريق صفحة هبوط، بحيث يمكن للعميل أن يظن أن الخدمة المقدمة هي مؤتمتة بينما تتم خدمته يدويًا من طاقم العمل.

WIZARD OF OZ

كيف تبدأ وتخطط لبناء النموذج الأولي للمنتج



ماذا تقيس النماذج الأولية للمنتج؟

- اهتمام العميل في شراء واستخدام المنتج.
- استمرارية استخدام المنتج أو المستخدمين النشطين.
- سهولة استخدام المنتج.
- تحليل تسلسل الخصائص المتوفرة بالمنتج، لقياس أكثر الخصائص استخدامًا أو كيف يتم تسلسل استخدامها.

يوجد العديد من المقاييس التي تساعدك في مرحلة التعلم من دورة النموذج الأولي للمنتج وتصنف كالتالي:

البيانات الكمية، مثل: عدد العملاء النشطين، عدد الزوار، نسبة الزوار المتحولين لعملاء

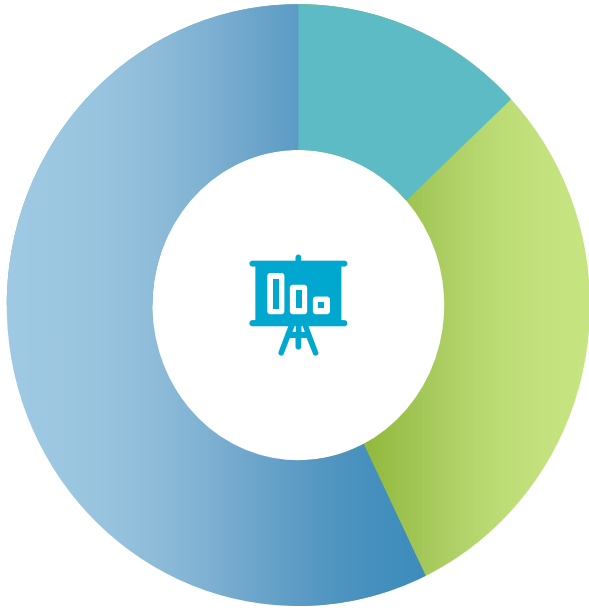
البيانات النوعية، مثل: تسجيل جلسات العميل خلال استخدامه للمنتج.

البيانات القابلة للمقارنة، مثل: إجراء اختبار بمقارنة أ/ب ذوو الخصائص المختلفة لشريحتين من العملاء ومعرفة ماهي الخصائص التي لاقت إقبال أكثر.



ما هو المقياس الجيد؟

- 1- أن يكون المقياس مفهوم من قبل الجميع ويمكن مناقشته مع أفراد الفريق بسهولة ويساعد في اتخاذ القرار.
- 2- أن يكون المقياس قابل للمقارنة مع أي فترات زمنية محددة أو بين مجموعات مختلفة من العملاء.
- 3- أن يساعدك المقياس على الاستنتاج وفهم سلوك العميل واهتمامه ويساعدك أخيرًا في اتخاذ قراراتك.
- 4- أن يكون المقياس يُمثل نسبة أو معدل، بحيث تكون التغييرات واضحة مثال: نسبة الزوار المتحولين لعملاء.



اليوم الأول:
عدد الزوار: 10
المتحولين لعملاء: 2

0.2%

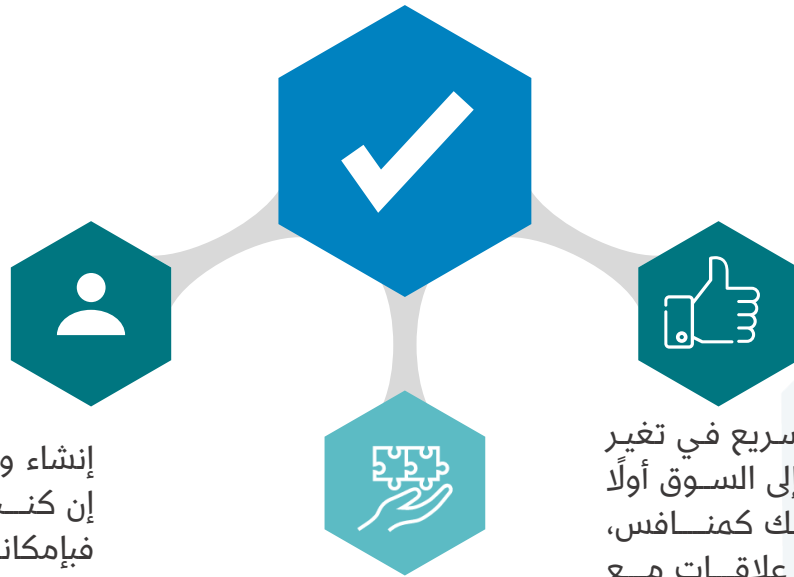
اليوم الثاني:
عدد الزوار: 20
المتحولين لعملاء: 10

0.5%

اليوم الثالث:
عدد الزوار: 10
المتحولين لعملاء: 10

0.33%

كيف تحمي منتجك من المنافسين



إنشاء وتسجيل علامتك التجارية أو إن كنت تملك فكرة مبتكرة فإمكانك تسجيلها كبراءة اختراع من خلال بوابة [الهيئة السعودية للملكية الفكرية](#)

الإطلاق المبكر والسريع في تغيير مستمر ووصولك إلى السوق أولاً يزيد من قيمتك كمنافس، ويمكنك تكوين علاقات مع المنافسين.

تحديد القيمة المضافة لمنتجك والتي تميزك عن المنافسين.

تحديات النماذج الأولية للمنتج

معرفة حاجة العملاء

من خلال تطبيق استراتيجية Smoke tests أو من خلال تحديد المنافسين

01



تحديد الخصائص الأساسية للمنتج

ترتيب الأولويات بحسب حاجة السوق والعميل

02



اختيار الفريق المناسب

التحقق من وجود فريق متنوع ذو خبرات جيدة في تطوير البرمجيات

03



تحديد المقاييس

وذلك باتباع مواصفات القياس الجيد، ومعرفة الأداة التي تساعدك في قياسه

04



متى يمكنك إطلاق منتجك إلى السوق؟

يمكنك إطلاق منتجك عند تحقيق الأمور التالية:

03 توفر النموذج الأولي مع اختباره على العملاء

02 التحقق من حاجة السوق واهتمام العملاء بالحل المقدم

01 توفر نموذج عمل فعال لمنتجك

05 وجود علامة تجارية

04 توفر الممولين

أخطاء شائعة عند إعداد النماذج الأولية للمنتج



تخطي النمذجة وعدم تجربة المنتج



الإطلاق مع فريق غير متكامل



التطلع للكمال



التركيز على تقليل خصائص وخدمات المنتج الأولي



التركيز على جني المال من المنتج الأولي



عدم البحث والاطلاع على حاجة السوق

أدوات تساعد في بناء النماذج الأولية للمنتج

استخدام أدوات تحليل البيانات لتقييم المنتج

في حال استخدام أدوات تحليل البيانات تتيح لك معرفة سلوك العميل، ومدى اهتمامه بالخدمة التي تقدمها، وما هي اهتماماتهم في خدمتك على وجه الخصوص. ومن هذه البيانات تستطيع أن تطور منتجك ليكون أكثر قيمة لعملائك.

أدوات لتواصل مع عملائك

يمثل التواصل مع عملائك حلقة هامة في تقييم منتجك، وإحدى الحلقات الهامة للتواصل مع عملائك هي البريد الإلكتروني ووسائل التواصل الاجتماعي.

تصميم صفحة رئيسية للمنشأة (Landing page) للحصول على المعلومات التالية:

01 عدد العملاء المهتمين والمحتاجين لمنتجك.

02 التأكد من فعالية منتجك وقيمه.

03 استقطاب العملاء الأوائل والذين بإمكانهم

تزويدك بآراء قيمة تطور من منتجك.

أدوات تصميم الصفحات الرئيسية:



Weebly



WordPress

webflow

Webflow



SquareSpace

منشآت
monsha'at
الهيئة العامة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة
Small & Medium Enterprises General Authority