

Product Discovery – jak sprawdzać, czy pomysł na produkt ma sens?

Szkolenie uczy, jak sprawdzać sens pomysłu na produkt lub usługę przed rozpoczęciem kosztownego wdrożenia. Jest przeznaczone dla osób z marketingu, sprzedaży, HR, komunikacji, zarządu i zespołów projektowych, które chcą lepiej rozumieć potrzeby użytkowników, formułować hipotezy oraz ograniczać ryzyko nietrafionych decyzji produktowych. Po szkoleniu będziesz w stanie odróżnić pomysł od realnej potrzeby, wskazać kluczowe założenia i ryzyka oraz dobrać prostą metodę weryfikacji pomysłu przed inwestycją czasu i budżetu.



Odbiorcy szkolenia

- Specjaliści ds. marketingu i komunikacji
- Osoby odpowiedzialne za rozwój produktów, usług lub inicjatyw wewnętrznych
- Pracownicy działów sprzedaży i HR uczestniczący w projektach rozwojowych
- Członkowie zespołów projektowych i interdyscyplinarnych
- Menedżerowie podejmujący decyzje o inwestowaniu w nowe rozwiązania
- Osoby zgłaszające, oceniające lub rozwijające pomysły produktowe



Korzyści

- Rozpoznanie potrzeby – nauczysz się odróżniać pomysł na rozwiązanie od realnego problemu i potrzeby użytkownika.
- Weryfikacja problemu – sprawdzisz, czy problem rzeczywiście istnieje, zanim organizacja zainwestuje czas i budżet.
- Formułowanie hipotez – nazwiesz najważniejsze założenia i przełożysz je na prostą hipotezę do

sprawdzenia.

- Ocena ryzyka - wskażesz najbardziej ryzykowne elementy pomysłu, które warto zweryfikować w pierwszej kolejności.
- Dobór testu - wybierzesz podstawową metodę sprawdzenia pomysłu bez budowania gotowego produktu.
- Praca z sygnałami - odróżnisz pojedynczą opinię od istotnego sygnału z danych, rozmów lub obserwacji.
- Decyzja produktowa - określisz, kiedy rozwijać pomysł, kiedy go zmienić, a kiedy z niego zrezygnować.



Program szkolenia

1. Pomysł to jeszcze nie potrzeba
 - Czym jest Product Discovery i po co je stosować.
 - Różnica między pomysłem, problemem i potrzebą użytkownika.
 - Najczęstsze błędy przy rozwijaniu nowych produktów i usług.
 - Jak nie zakochać się zbyt szybko we własnym rozwiązaniu.
2. Jak sprawdzić, czy problem naprawdę istnieje?
 - Skąd brać informacje o potrzebach użytkowników.
 - Jak rozmawiać z użytkownikami bez sugerowania odpowiedzi.
 - Jak wykorzystywać dane, obserwacje i wiedzę zespołów.
 - Jak odróżnić pojedynczą opinię od istotnego sygnału.
3. Od pomysłu do hipotezy
 - Jak nazwać najważniejsze założenia.
 - Które założenia są najbardziej ryzykowne.
 - Jak formułować prostą hipotezę do sprawdzenia.
 - Co warto zweryfikować przed rozpoczęciem wdrożenia.
4. Jak szybko testować pomysły?
 - Jak sprawdzać pomysł bez budowania gotowego produktu.
 - Proste metody: rozmowa, prototyp, landing page, test komunikatu, fake door.
 - Jak dobrać test do pytania, na które chcemy odpowiedzieć.
 - Kiedy rozwijać pomysł, kiedy go zmienić, a kiedy odpuścić.
5. Ćwiczenie: sprawdzamy pomysł w praktyce
 - Wybór przykładowego pomysłu.
 - Wskazanie problemu i grupy użytkowników.
 - Nazwanie najważniejszego ryzyka.
 - Zaprojektowanie prostego sposobu weryfikacji.



Oczekiwane przygotowanie uczestnika

Nie jest wymagane specjalne przygotowanie. Zalecamy podstawową znajomość pracy z komputerem oraz gotowość do wykonywania ćwiczeń.



Czas trwania

1 dni / 3 godzin

Język

Szkolenie: polski

Materiały: polski