

Ako na úspešný digitálny produkt?

1. Nájdite problém

Máte reálny problém ľudí, ktorý stojí za vyriešenie.

Nájsť správny problém je rovnako dôležité ako nájsť dobré riešenie. Hľadajte hlavný, primárny problém. Teda niečo, čo ľudia skutočne trápí, obmedzuje a za vyriešenie budú ochotní zaplatiť.



Na začiatku je vždy problém, nie konkrétne riešenie - appka, web či technológia. Sústreďte sa na problém a riešenie sa ukáže. Opačne to nefunguje.

2. Preskúmajte trh

Dokážete priniesť niečo, čo na trhu nie je.

Spoznajte konkurenciu, zmapujte trh a nájdite svoj "niche" - priestor, medzeru v tom čo ponúka konkurencia alebo unikátnu perspektívu na riešenie. Pýtajte sa čo lepšie viete priniesť, ako to, čo je na trhu dnes.



Nestačí, že ste o 10% lepší. Potrebujete silnú "unikátnosť", aby sa ľudia zaujímali a prešli k vám. Sú len dve cesty ako sa odlíšiť. Byť lepší, alebo lacnejší.

3. Spoznajte zákazníka

Dokonale poznáte persóny svojich zákazníkov.

Už viete kto je váš zákazník, teraz ho choďte spoznať. Zistite ako funguje, jeho motivácie, problémy, čo chce dosiahnuť a s čím sa pritom potýka. Vytvorte si jeho persónu a vyveste na stenu.



Najlepšie fungujú interviews face-to-face. Pripravte si scenár otázok a oslovte 5-7 zákazníkov. Zahrňte aj extrémny, ako power-userov, či naopak menej skúsených.

4. Zvalidujte a iterujte

Zbierajte feedback a všetko validujte so zákazníkmi

Začnite tvoriť riešenia, neuspokojte sa s jednou možnosťou. Vyberte 2 finálne varianty, postavte prototyp a zvalidujte ho so zákazníkmi. Získajte feedback a iterujte riešenie. Prototyp netreba vyvíjať. Použite prototypovacie nástroje Figma či Framer.



Nevymýšľajte dokonalé riešenie. Spoza stola ho totiž nevytvoríte. Čo najskôr ho dostaňte k zákazníkovi. Získajte feedback a iterujte. Tak vznikajú výborné riešenia.

5. Začnite v malom a postupne nabaľujte

Rozhodujte sa na základe dát.

Poznáte problém, máte riešenie. Postavte MVP* a dostaňte ho čím skôr na trh. Zbierajte feedback od zákazníkov, reagujte na ich požiadavky. Nepridávajte funkcie pocitovo, sledujte dáta. Prioritizujte to, čo prinesie zákazníkovi a biznisu hodnotu a stojí najmenej úsilia.



Pýtajte sa čo ešte môžete odobrať, aby produkt stále dával zmysel. Čím menší produkt, tým rýchlejšie ho dostanete na trh. Tiež s menším rizikom.

6. Uvedením na trh to nekončí

Neustále zlepšujte produkt.

Cesta nekončí uvedením produktu na trh. Tu to celé začína. Merajte správanie zákazníkov. Rozpráavajte sa s nimi. Hľadajte možnosti ako produkt zlepšiť. Schopnosť reagovať na feedback zákazníkov je to, čo zdobí najlepšie produkty na svete.



Tvorba produktu je maratón. Kľúčový je skúsený tím, ktorý premýšľa dopredu, je schopný rásť s produktom a reagovať na neustále zmeny na trhu.

7. Plánujte dlhodobo

Ludia nemajú radi zmeny.

Aktualizujte postupne, pravidelne a nechajte ľudí prispôbiť sa novinkám. Ak ich bude príliš veľa naraz, používatelia sa v nich začnú strácať. V prípade softvéru to platí dvojnásobne. Od začiatku budujte svoj produkt tak, aby bol rozpoznateľný, a držte sa ho.



Sústredte sa na podporu softvéru – pravidelné aktualizácie, podpora novších zariadení, systémov, opravy chýb a optimalizácia je pre dnešných používateľov kľúčová.

8. Zvoľte správnu cenovú stratégiu

Kvalitná klientela je základ.

Po vytvorení dobrého MVP* a prvých verzií vytvorte produkt, ktorý ľudia chcú a radi používajú. Na základe správania používateľov a využívania jednotlivých funkcií zistíte, čo bude fungovať, aby ste sa rozhodli akým spôsobom monetizovať.



Zvážte rôzne modely monetizácie. Jednorazové platby alebo predplatné, spoplatnenie celého produktu alebo jeho časti, platba za tím alebo za používateľa, prípadne môžete hľadať alternatívne spôsoby generovania príjmov.

9. Rozširujte si obzor

Zasiahajte nové trhy či cieľové skupiny.

Je to skvelý spôsob, ako osloviť čo najväčšiu základňu zákazníkov. Možno to dosiahnuť rôznymi spôsobmi. Svoj produkt môžete rozšíriť na viaceré operačné systémy alebo zariadenia, prípadne môžete ponúkať všetky tieto možnosti súčasne.



Z vlastnej skúsenosti vieme, že napriek tomu, že Android má na Slovensku a v Európe väčšinový podiel na trhu, majitelia iPhonov sú aktívnejší, viac nakupujú a používajú viac aplikácií.

10. Bez dobrého marketingu to nepôjde

Prípravte sa na release.

Predpokladom úspechu je uvedenie aplikácie na trh medzi cieľových používateľov. Nebojte sa prekonať hranice tradičného marketingu a nájdite zmysluplnú kombináciu pre vašu cieľovú skupinu, aby bola propagácia vášho produktu úspešná.



Marketing mnohokrát tvorí významnú časť rozpočtu, a existuje na to dobrý dôvod, aplikácia bez používateľov sú jednoducho vyhodené peniaze.

11. Vyberte správneho partnera

Úspešná realizácia na ňom závisí.

Skúsený partner zohráva významnú úlohu pri úspechu vášho digitálneho produktu. Hoci každý projekt má svoje špecifiká, väčšie agentúry určite pracovali na mnohých projektoch a niektoré z nich by sa dali prirovnať k vášmu riešeniu. Pozrite si ich, pomôžu vám vytvoriť si názor.



Skúste získať spätnú väzbu na potencionálneho partnera priamo od jeho klientov. Relevantní klienti vám môžu poskytnúť lepší pohľad. Najlepšie funguje Word of mouth.



100+

dizajnérov, vývojárov a manažérov



9

rokov na trhu



50%~

medziročný rast obratu



4x

office + hybridné tímy



4.9/5

hodnotenie klientov na Clutch



4,7/5

priemerné hodnotenie aplikácií



*Minimum Viable Product

Made with ♥ by GoodRequest.

