

Popis produktu projektu

Bod 3.1 – 3.8 šablony projektu



**SILESIAN
UNIVERSITY**

SCHOOL OF BUSINESS
ADMINISTRATION IN KARVINA

Seminář 11-12 / 01-12-2022

Lucie Reczková



Obsah dnešního semináře

- Kontrola a zpětná vazba práce z minulého/minulých semináře/ů
 - S čím potřebujete poradit?
- **Váš dnešní úkol – bod 3.1 – 3.8 Popis produktu projektu -> výstup projektu**

Popis výsledného výstupu projektu



Inovace -
znázorněte
výsledný stav
produktu projektu

Služba - popis služby,
co přinese uživateli,
popis procesu
poskytování služby,
navazující služby apod

Proces - vývojový
diagram procesu
(jednotlivé kroky,
vstupní a výstupní
faktory).

3. Popis produktu projektu (výsledný výstup projektu)

- 3.1. Název produktu projektu: (jedná se např. o finální produkt, službu, inovaci apod.)
- 3.2. Účel tohoto produktu projektu – účel, kterého má produkt projektu jako celek dosáhnout a kdo ho bude používat.
- 3.3. Složení – seznam hlavních produktů či skupin produktů, které mají být dodány projektem (např. u auta – pneu, vybavení, modelová řada apod. nebo u služeb, se může jednat o doplňkové služby, návazné poradenství atd.)
- 3.4. Odvození – zda existují výchozí produkty, z nichž je tento produkt odvozený? Např. existují produkty, které budou projektem modifikovány (již existují) apod.

Vizuální znázornění
Vašeho produktu

Grafické znázornění
pozdávky na akci –
leták, plakát, post
na sociálních sítích

Grafické znázornění
rekonstrukce
místnosti nebo
zařízená učebna

Vytvořte logo nebo
upoutávku

Popis výsledného výstupu projektu – Myšlenkové mapy



<https://www.youtube.com/watch?v=3cJHdgJFE1Y>

<https://web.mindonmap.com/create>

Popis výsledného výstupu projektu



3. Popis produktu projektu (výsledný výstup projektu)

3.5. Očekávání zákazníka na kvalitu – popis očekávané kvality produktu projektu z pohledu uživatele včetně určení standardu (konkrétní charakteristiky kvality produktu, splňující např. testování, funkčnost, dobu použití apod.)

3.6. Akceptační kritéria – prioritizovaný seznam měřitelných kritérií, která mají být splněna, aby byl konečný produkt projektu akceptován/převzán.

Např. u produktu projektu (nový typ hardtailového kola) – konkrétní prvky výbavy-odpružená přední vidlice olej/zdvih 100 mm, kotoučové brzdy, přehazovačko Shimano XT....)

3.7. Tolerance kvality – jakékoliv tolerance, které mohou být aplikovány na akceptační kritéria (např. formou metrických hodnot (váhová odchylka, velikost, počet apod.).

Např. u produktu projektu (nový typ hardtailového kola) se toleruje zaměnit pláště za jiný typ, celková váha je v rozmezí 12–13 kg, komponenty musí být značky Shimano, rám je testován na zátěž 300 kg v tlaku a tahu, odpružená vidlice musí mít zdvih v rozmezí 100-150 mm, apod.)

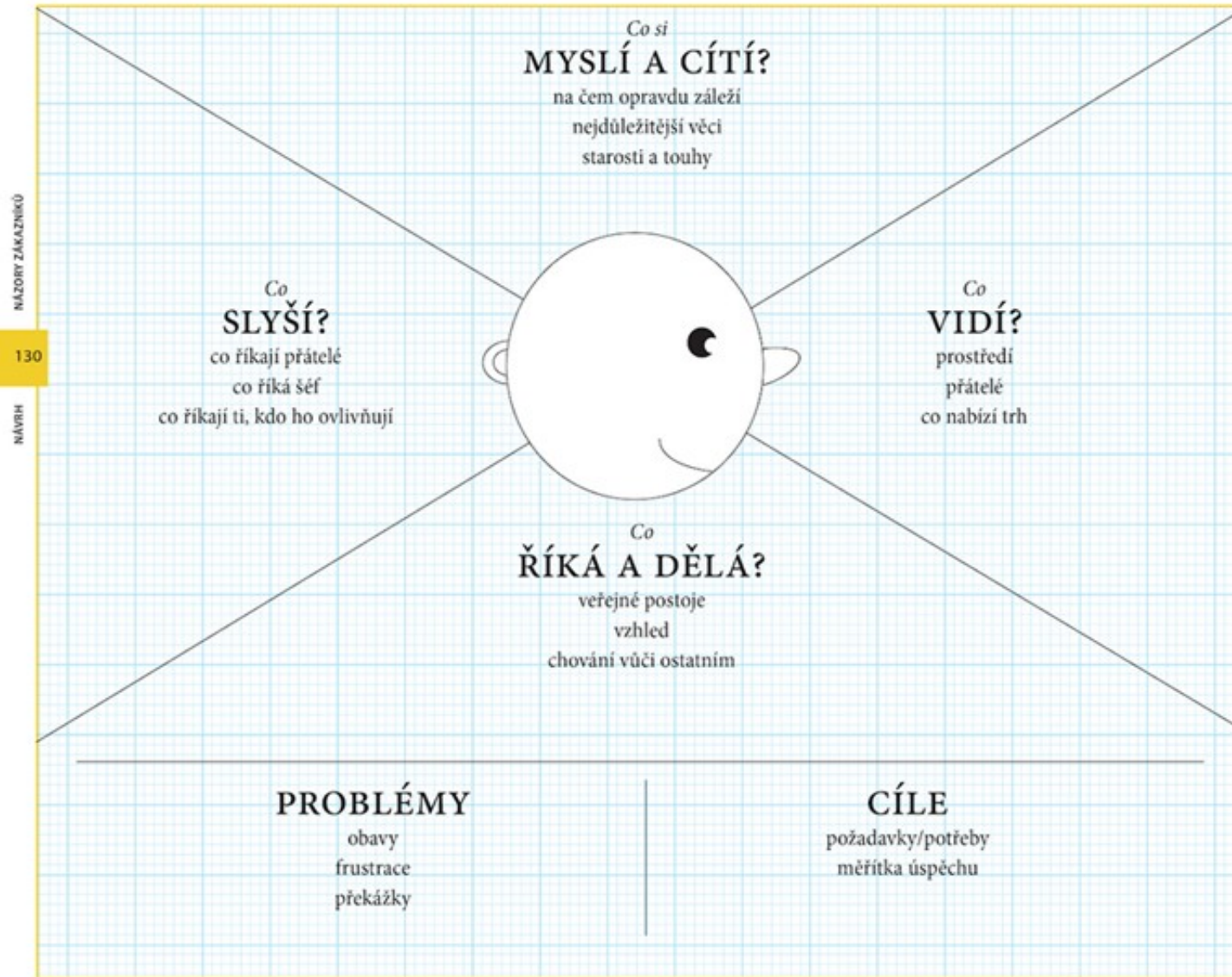
3.8. Odpovědnost za akceptaci – kdo je zodpovědný za akceptaci produktu projektu (může to to být např. sponzor projektu/zadavatel projektu.

Popis výsledného výstupu projektu – Mapa empatie



- Pro bod 3.5 můžete využít mapu empatie uživatele výsledného výstupu Vašeho projektu
- Empatická mapa je způsob, jak vizualizovat, co uživatel cítí, myslí, vidí a říká.

Popis výsledného výstupu projektu – Mapa em



Popis výsledného výstupu projektu - Mapa empatie



- **Co vidí? Popište, co zákazník vidí kolem sebe:**

Kdo jej obklopuje?

Jaké má přátele?

Jakým typům nabídek je každodenně vystaven?

S jakými problémy se setkává?

- **Co slyší? Popište, jak zákazníka ovlivňuje prostředí:**

Co říkají jeho přátelé? A co manžel/ka?

Kdo jej opravdu ovlivňuje a jak?

Jaké mediální kanály na něj mají vliv?

- **Co si opravdu myslí a co cítí? Pokuste se načrtnout, co běží zákazníkovi hlavou:**

Co je pro něj opravdu důležité (což ovšem nemusí sdělovat veřejně)?

Představte si jeho pocity.

Co mu v noci nedává spát?

Pokuste se popsat jeho sny a touhy.

- **Co říká a dělá? Představte si, co může zákazník říkat a jak se může chovat na veřejnosti:**

Jaký má přístup ke světu kolem sebe?

Co může říkat ostatním?

Zaměřte se zejména na možné konflikty mezi tím, co zákazník říká, a tím, co si opravdu myslí a co cítí.

- **Jaké má problémy?**

Co jej nejvíce frustruje?

Jaké překážky leží mezi námi a tím, čeho chce či musí dosáhnout?

Jakých rizik se může obávat?

- **Jaké má cíle?**

Čeho opravdu chce či musí dosáhnout?

Jak měří úspěch?

Popis výsledného výstupu projektu – Hodnotový kanvas

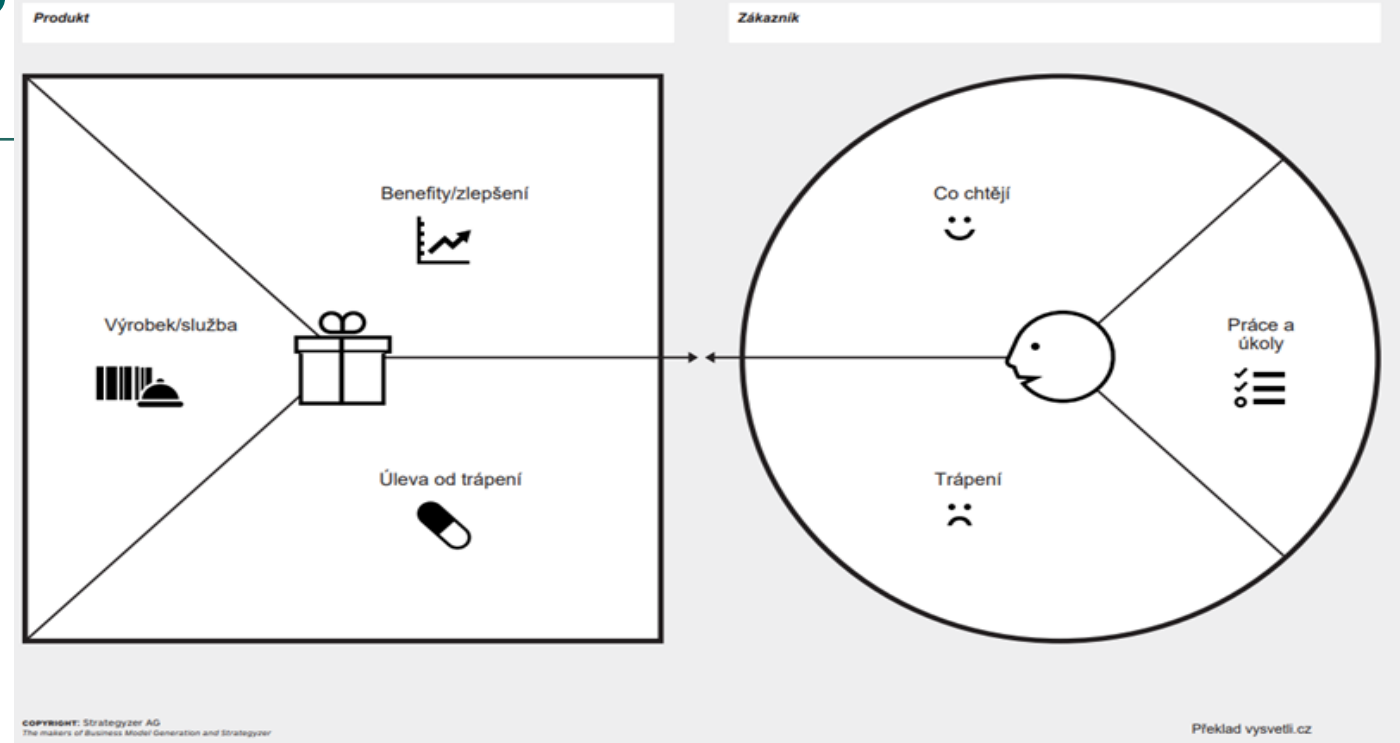


1. Zákazník – popsat každou oblast detailně (vycházejte z vytvořené mapy empatie)

2. Produkt

- Výrobek/služba – podstata našeho řešení, co nabízíme
- Úleva od trápení – jak konkrétně náš výrobek/služba pomůže zákazníkovi před, při a po plnění jejich úkolů (provedení činnosti).
- Benefity/zlepšení – jaké pozitivní dopady na život zákazníků náš výrobek nebo služba má.

Hodnotový Canvas



Popis výsledného výstupu projektu – Hodnotový kanvas



- <https://edit.org>

- Sign up

- Do vyhledávání v programu

zadejte „Value Proposition Canvas“

- V levé části pak přímo v obrázku

editujte popisky

The screenshot displays the EDIT.org interface for creating a Value Proposition Canvas. The main canvas is titled "VALUE PROPOSITION CANVAS" and is divided into two main sections: "VALUE PROPOSITION" and "CUSTOMER SEGMENT".

VALUE PROPOSITION Section:

- Gain creators:** A green box with a bar chart icon and the text "Gain creators" and "Insert text here".
- Products & services:** A blue box with a product icon and the text "Products & services" and "Insert text here".
- Pain relievers:** A purple box with a pill icon and the text "Pain relievers" and "Insert text here".

CUSTOMER SEGMENT Section:

- Gains:** A yellow box with a smiley face icon and the text "Gains" and "Insert text here".
- Pains:** A teal box with a sad face icon and the text "Pains" and "Insert text here".
- Customer jobs:** A red box with a person icon and the text "Customer jobs" and "Insert text here".

At the bottom of the canvas, there is a placeholder for contact information: "Address: 1111 C St, San Diego, CA 92103 - Phone: (610) 888-1111 - email@yourwebhere.com" and "www.yourwebhere.com".

The interface also shows a search bar with "value proposition canvas" entered, a sidebar with various design tools (Text, Photos, Graphics, Colors), and a grid of template options.

Popis výsledného výstupu projektu – Hodnotový kanvas



<https://gustdebacker.com/value-proposition-design/>

