

Spis treści

O autorce	7
O recenzencie	9
Przedmowa	11

Część I. Nad czym należy pracować? Dla kogo i po co tworzy się produkt?

Rozdział 1. Określenie najważniejszych rezultatów biznesowych	17
Najważniejszy jest sens	18
Kontekst biznesowy ma zasadniczy wpływ na podejmowane działania	18
Od czego zależy sukces produktu?	20
Model biznesowy	21
Najważniejsze rezultaty biznesowe	29
Podsumowanie	34
Rozdział 2. Inwestowanie w najważniejsze rezultaty biznesowe	35
Inwestycje	35
Priorytety z datą	36
Inwestowanie w najważniejsze rezultaty biznesowe	40
Gra inwestycyjna: na jakie rezultaty firma postawi w ciągu najbliższego miesiąca czy dwóch?	42
Podsumowanie	48

Rozdział 3. Analiza rozwiązań oraz ich wpływu na możliwość osiągnięcia najważniejszych rezultatów biznesowych	49
Rozpoznawanie właściwych problemów do rozwiązania	50
Budować czy nie budować?	52
Kreślenie kompleksowej wizji interakcji między użytkownikiem a firmą (produktem czy usługą)	54
Szacowanie wpływu pomysłu na możliwość osiągnięcia najważniejszych rezultatów biznesowych oraz wypracowania konkretnej wartości	57
Wizualizacja priorytetów za pomocą macierzy 2×2	62
Podsumowanie	64
Rozdział 4. Planowanie sukcesu	67
Jak rozumiemy sukces?	69
Definiowanie wskaźników sukcesu	73
Nierealistyczne oczekiwania względem technologii	77
Koszty kompromisów technicznych	80
Definiowanie kryteriów sukcesu technicznego	82
Podsumowanie	83
Rozdział 5. Opracowanie produktu o dużej sile oddziaływania	85
Analiza siły oddziaływania produktu	86
Koszty tworzenia doświadczenia produktu o dużej sile oddziaływania	87
Określenie istoty produktu o dużej sile oddziaływania	88
Mapa wartości	93
Decyzja o tworzeniu, zakupie lub rezygnacji z pewnych rozwiązań	94
Koszty rozwiązań cyfrowych	95
Ryzyko związane z odstąpieniem od tworzenia rozwiązań	96
Macierz kosztów i oddziaływania	97
Podsumowanie	98
 Część II. Czy pracujemy nad właściwym produktem? 	
Rozdział 6. Zarządzanie zakresem produktu o dużej sile oddziaływania	101
Czy już możemy być z siebie zadowoleni?	102
Nie zawsze warto robić coś szybciej	103
Minimalnie satysfakcjonujący produkt	104
Krótką historią samochodu	107
Co to zatem jest „produkt o największej sile oddziaływania?”	109
Zadowolony klient na każdym etapie rozwoju produktu	118
Podsumowanie	119
Rozdział 7. Gromadzenie, pomiary i analiza informacji zwrotnych od klienta	121
Dlaczego dopracowane produkty nie odnoszą sukcesu na rynku?	122
Martwy punkt informacji zwrotnej	124
Typologia klientów	126

Co to jest wartość postrzegana produktu?	128
Które aspekty doświadczenia produktu mają największe znaczenie?	130
Kiedy i w jaki sposób gromadzić informacje zwrotne?	134
Czy klient jest skłonny przekazywać nam informacje zwrotne?	136
Podsumowanie	138
Rozdział 8. Monitorowanie postępów	141
Potrzeba gratyfikacji	141
Czy produkt odpowiada klientowi?	143
Czy produkt odpowiada firmie?	147
Podsumowanie	154
 Część III. Czy praca nad produktem przebiega prawidłowo?	
Rozdział 9. Eliminacja marnotrawstwa. Koniec z szacunkami!	159
Po co nam szacunki?	160
Dlaczego szacunki nie mogą być dokładne?	161
Jakie rezultaty powinny przynosić rozmowy o szacowanych wartościach?	165
Podsumowanie	169
Rozdział 10. Eliminacja marnotrawstwa. Nie tworzy się tego, co można kupić!	171
Jak sprzedawać pomysły?	172
Dotychczas skuteczne rozwiązania w końcu przestają się sprawdzać	174
Budować czy nie budować?	175
Czarne dziury, które pochłaniają czas zespołu	177
Podsumowanie	180
Rozdział 11. Eliminacja marnotrawstwa. Dane a opinie	181
Definiowanie hipotezy	181
Moment pierwszy: dane potrzebne przed rozpoczęciem prac rozwojowych	183
Moment drugi: dane potrzebne po uruchomieniu funkcjonalności	184
Problemy z danymi	185
Podsumowanie	189
Rozdział 12. Czy nasz proces nas spowalnia?	191
Kontekst biznesowy i organizacyjny	191
Pierwsza przyczyna występowania marnotrawstwa w obrębie procesów: dążenie do doskonałości	193
Druga przyczyna występowania marnotrawstwa w obrębie procesów: dążenie do wydajności	195
Trzecia przyczyna występowania marnotrawstwa w obrębie procesów: dążenie do maksymalizacji przepustowości	196
Rozwiązania problemu występowania marnotrawstwa w obrębie procesów	199
Podsumowanie	206