



3–5 декабря 2024 г.
Рэдиссон Коллекшен,
Москва + онлайн

19-я МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ

УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ 2024:

Проектное лидерство

Продуктовый подход как эволюционный шаг от проектного управления

Андрей Бадин

Основатель и CEO Product Lab, Проектные Сервисы





- Создатель одного из первых Интернет-банков в РФ
- Создатель нового бизнеса аутсорсинга управления проектами с ростом от 0 до \$7 млн. за 4 года



- Руководитель трансформационных проектов по внедрению проектного и портфельного управления



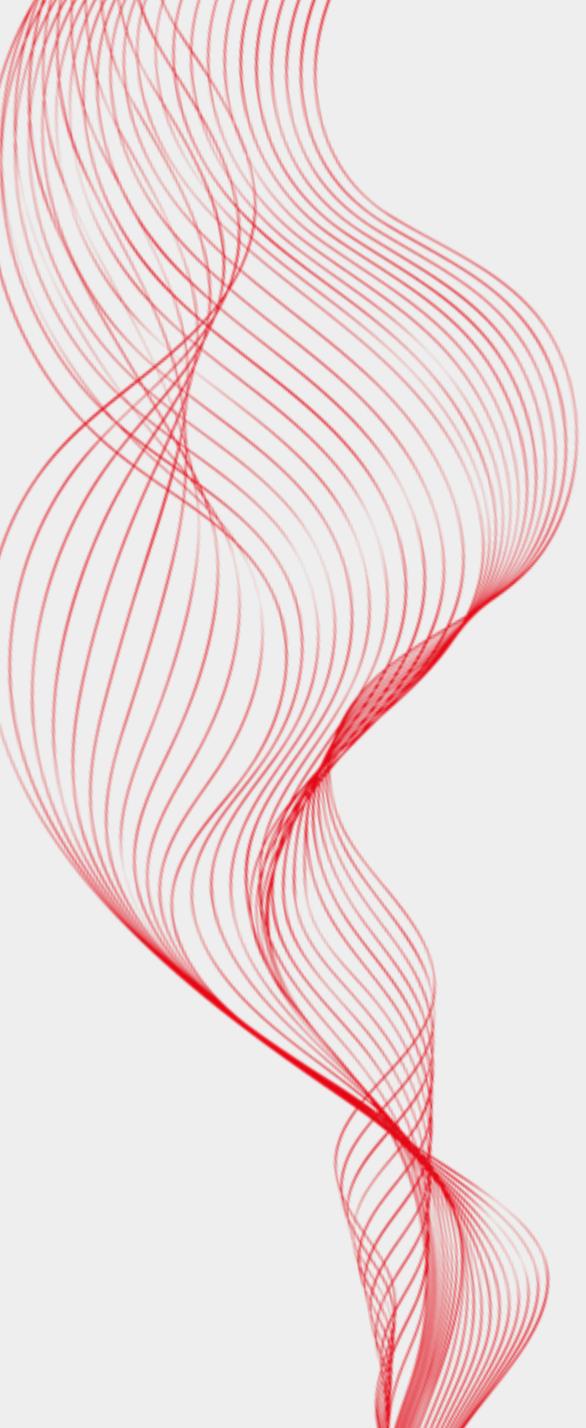
- Директор по проектам, рискам и созданию системы управления Олимпиадой
- Директор по нацпроектам в Правительстве РФ, архитектор реформы нацпроектов на 13 трлн. руб.



- Основатель Product Lab. Тренинги и консалтинг в области стратегии и продуктового менеджмента
- Автор методологии Product Focus

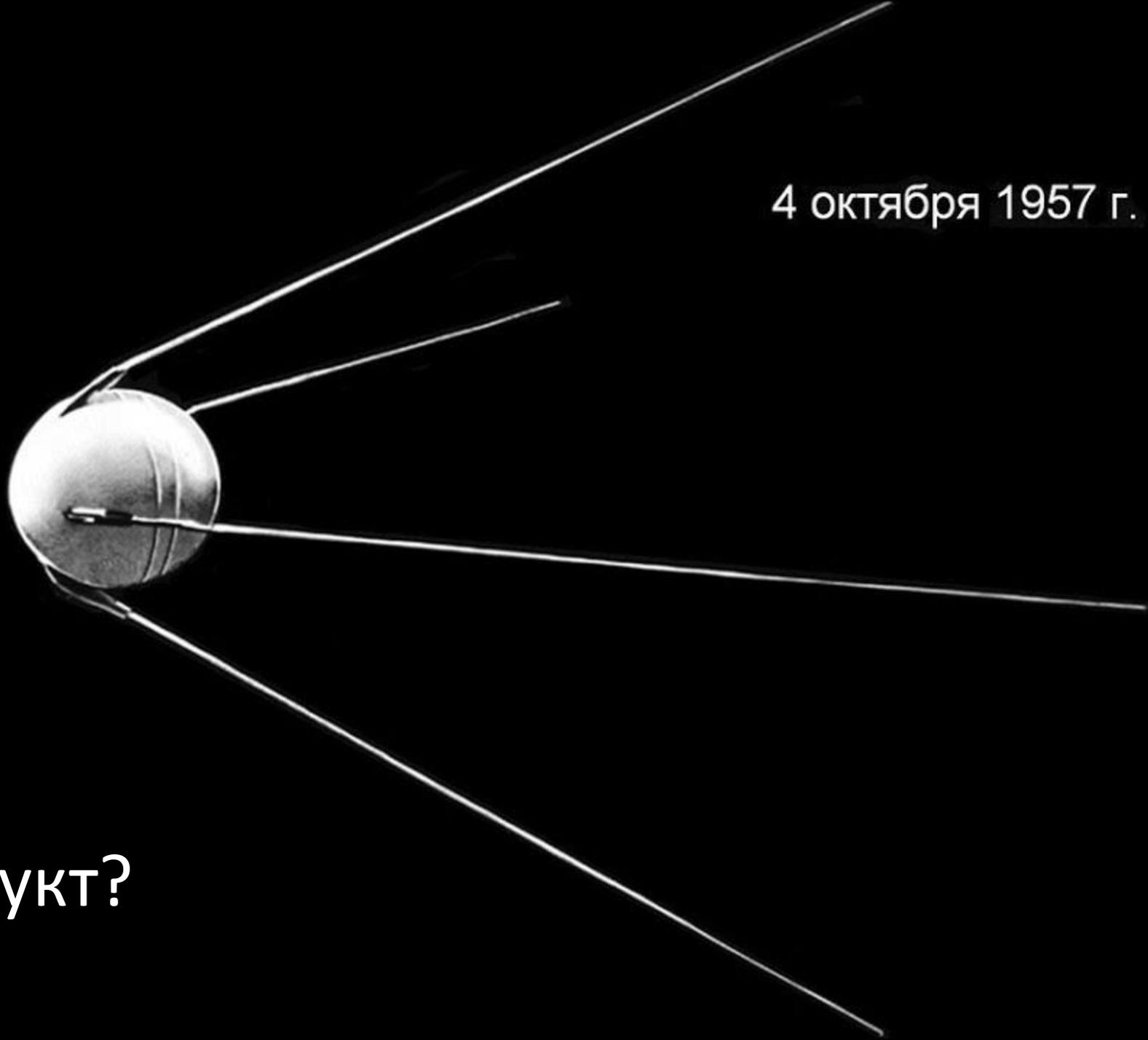
Андрей Бадин

Основатель и CEO Product Lab



В чем мы сильны в России и СНГ:
в проектах или продуктах?

4 октября 1957 г.



Проект
или продукт?



sochi.RU
2014 

Проект
или продукт?

Ё-мобиль Проект или продукт?



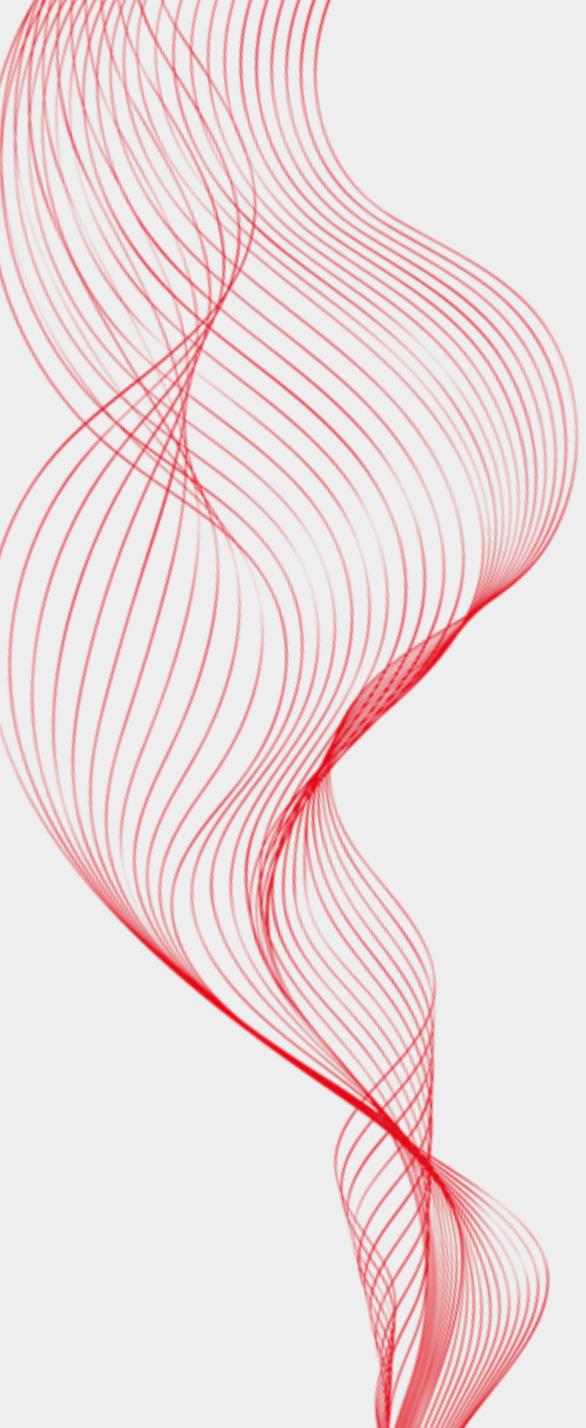
Проект или продукт?

PLASTIC LOGIC



Проект или продукт?





Как думаете, на каком месте Россия на мировом рынке производителей водки?

Для тех, кто думает, что мы сильны в продуктах на мировом рынке. Мировой рынок водки млн. ящиков (2022 год)

1 место

Smirnoff
США
28,1



2 место

Absolut
Швеция
13



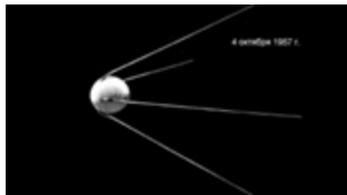
3 место

Żubrówka
Польша
10,5



России нет даже в топ-10 производителей водки, но там есть Индия и Франция

Проекты



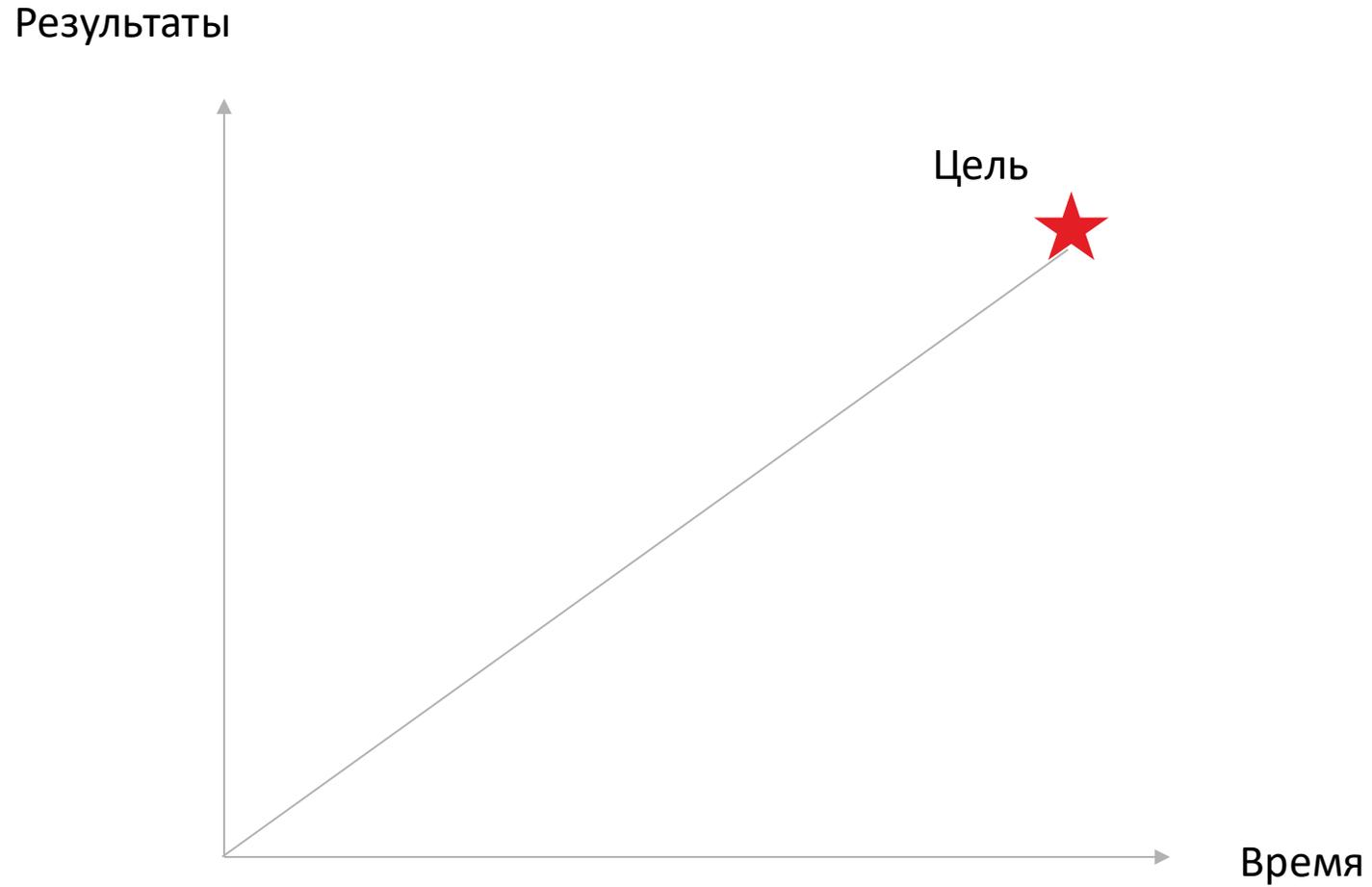
Продукты



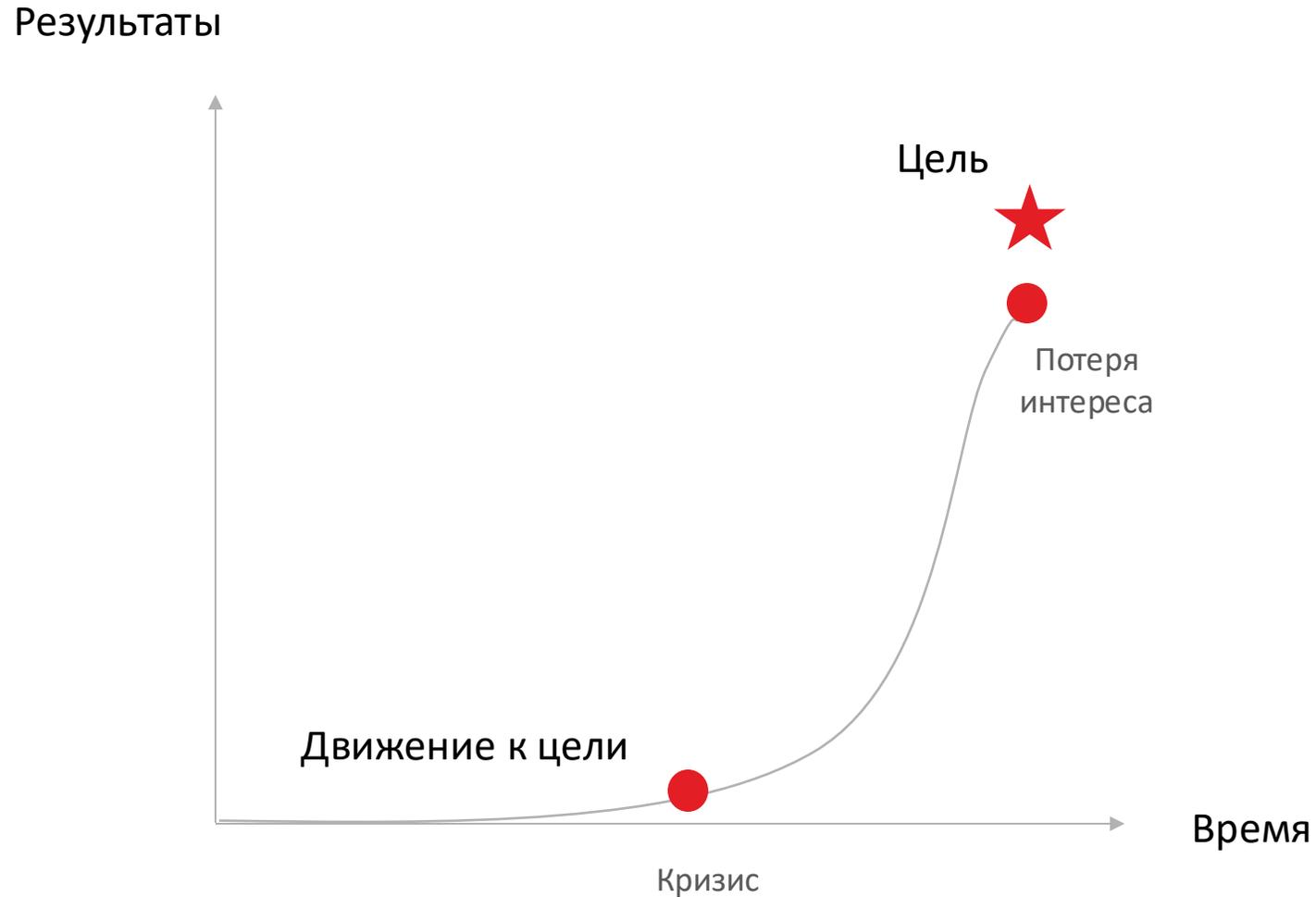
PLASTIC LOGIC

YOTAPHONE

Модель достижения целей в мире



Русская модель управления



Причины слабого продуктового мышления

1. Язык
2. Климат
3. Особенности земледелия
4. История и институты

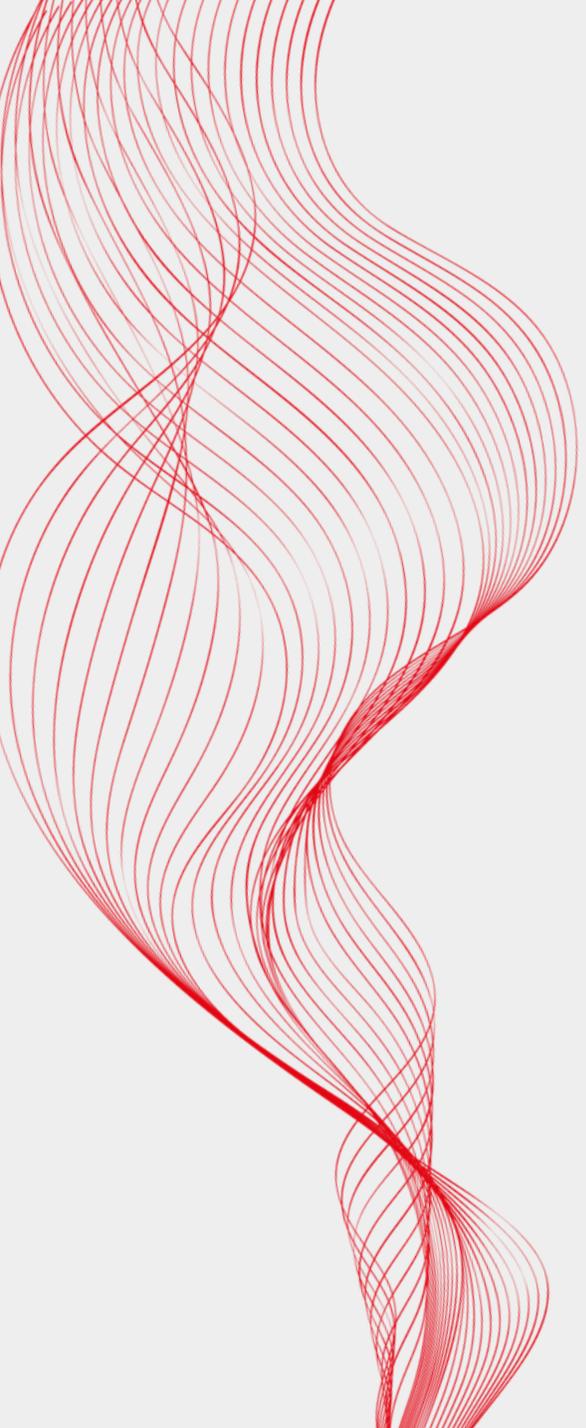


Новый продуктовый подход

Яндекс Go

ВкусВилл





Проблемы продуктового менеджмента

Проблема 1. Никто не понимает, что такое Product Management

- Agile ≠ Product Management
- Product Manager ≠ Project Manager на стероидах
- Проектное мышление сильно отличается от продуктового мышления

Проблема 2. А как создавать быстро востребованные продукты

- Что такое востребованный продукт, как понять точку Б
- Как пройти по кратчайшему пути к успешному продукту (путь и А в Б)



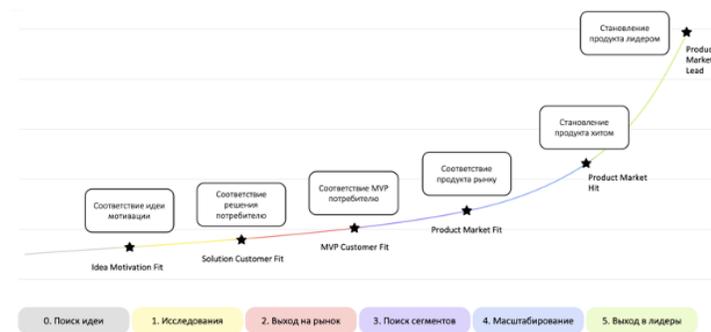
Решение проблем – методология Product Focus



Модель фокусов создания продукта



Модель стадий создания продукта

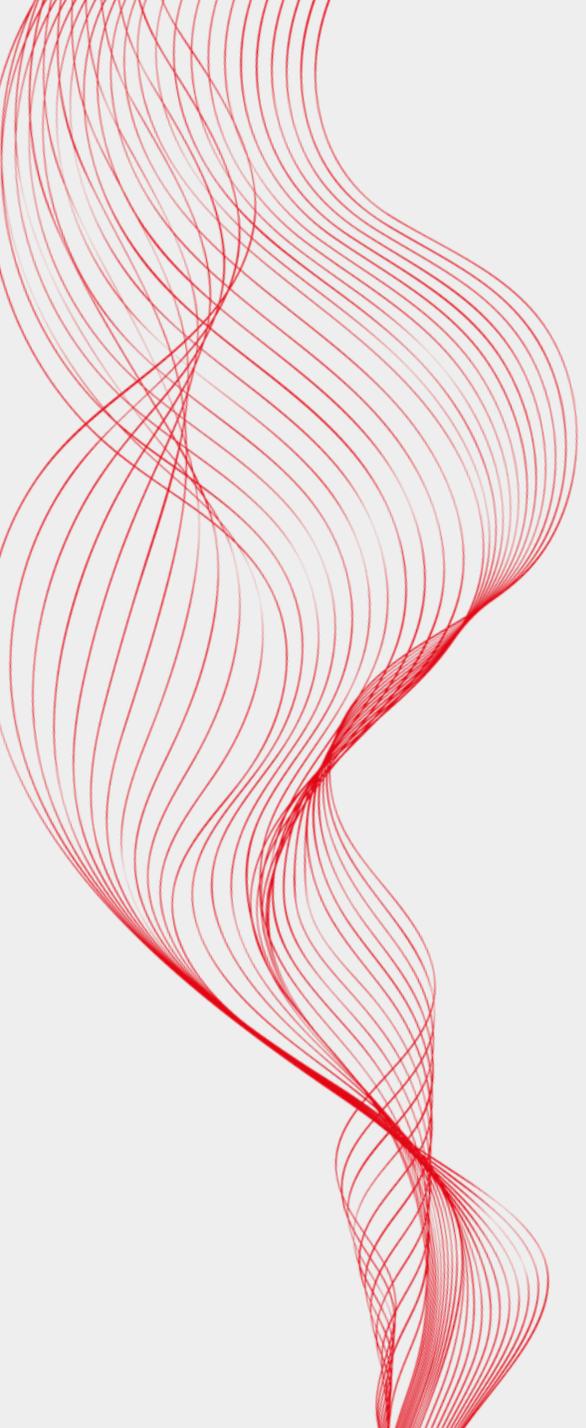


Модель шагов (процессов) создания продукта



Модель выбора продуктовых инструментов



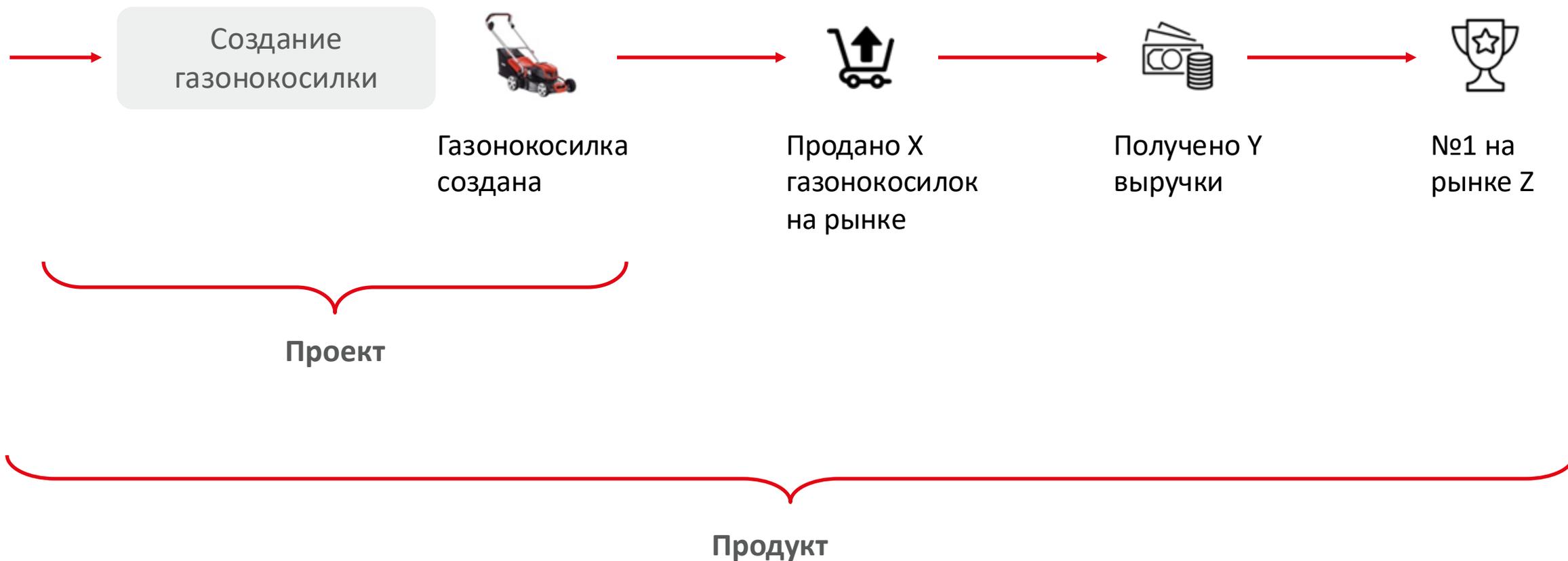


В чем отличие проектного и
продуктового подхода?

Фокус руководителя проекта – Объем, Сроки, Бюджет и Качество



Отличие продуктов от проектов



Вопросы, которые задает руководитель продукта



Какие потребности у клиента?



1. Какие потребности у клиента?

2. Что будет пользоваться спросом?

3. Как зарабатывать больше?

4. Как стать лидером и удерживать лидерство?

Аккуратная трава у дома, красивый двор

Что будет пользоваться спросом?



1. Какие потребности у клиента?

Аккуратная трава у дома, красивый двор

2. Что будет пользоваться спросом?

Газонокосилка

Трава (семена), которая не растет выше 5 см

Робот-газонокосильщик

3. Как зарабатывать больше?

4. Как стать лидером и удерживать лидерство?

Как зарабатывать больше?



1. Какие потребности у клиента?

Аккуратная трава у дома, красивый двор

2. Что будет пользоваться спросом?

Газонокосилка

Трава (семена), которая не растет выше 5 см

Робот-газонокосильщик

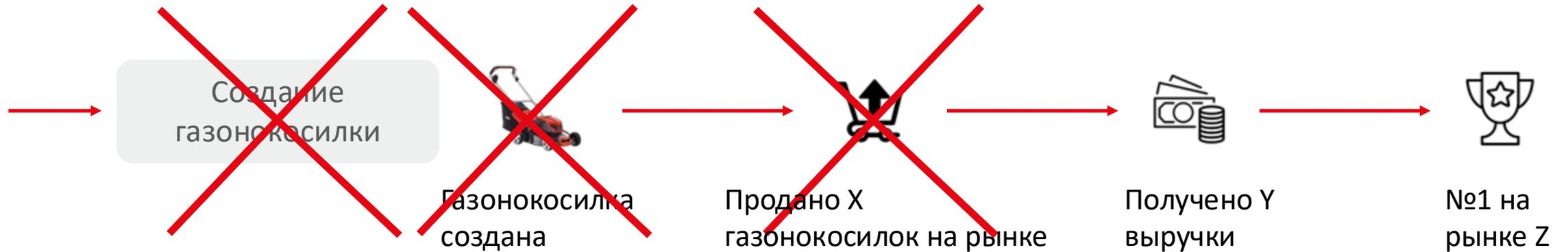
3. Как зарабатывать больше?

Трава (семена), которая не растет выше 5 см

4. Как стать лидером и удерживать лидерство?

Трава (семена), которая не растет выше 5 см

Ответы на вопросы могут кардинально менять продукт



1. Какие потребности у клиента?

Аккуратная трава у дома, красивый двор

2. Что будет пользоваться спросом?

Газонокосилка

Трава (семена), которая не растет выше 5 см

Робот-газонокосильщик

3. Как зарабатывать больше?

Трава (семена), которая не растет выше 5 см

4. Как стать лидером и удерживать лидерство?

Трава (семена), которая не растет выше 5 см

Ответы на вопросы задают другие фокусы

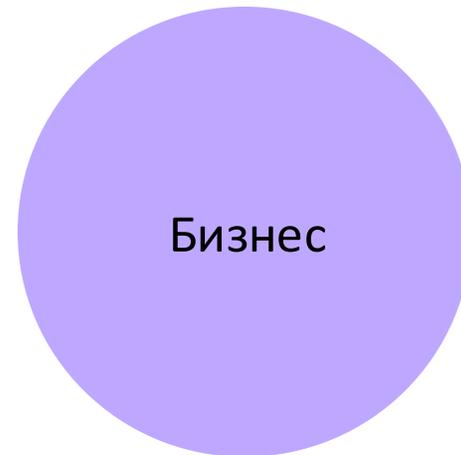
1. Какие потребности у клиента?



2. Что будет пользоваться спросом?



3. Как достигать больше?



4. Как стать лидером и удерживать лидерство?

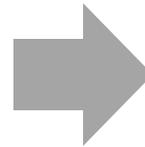


Модель фокусов создания продукта Product Focus



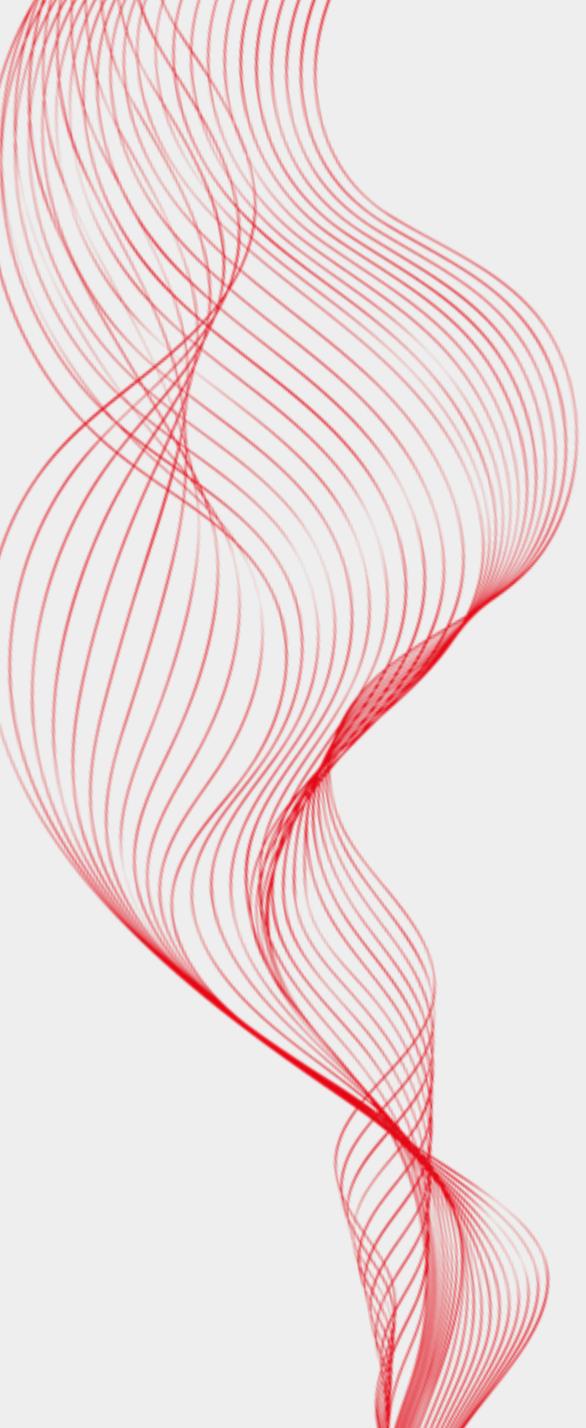
Отличие руководителя проекта и руководителя продукта

Проект



Продукт





Кейс iPad – отличие проектного и продуктового мышления

Вы играете за Стива Джобса

2005 г. Вы создаете первый планшет без стилуса в истории. Вы приобрели патент на технологию мультитач экрана. Ваша задача создать первый планшет с сенсорной технологией – с позиции проджект менеджера и продакт менеджера

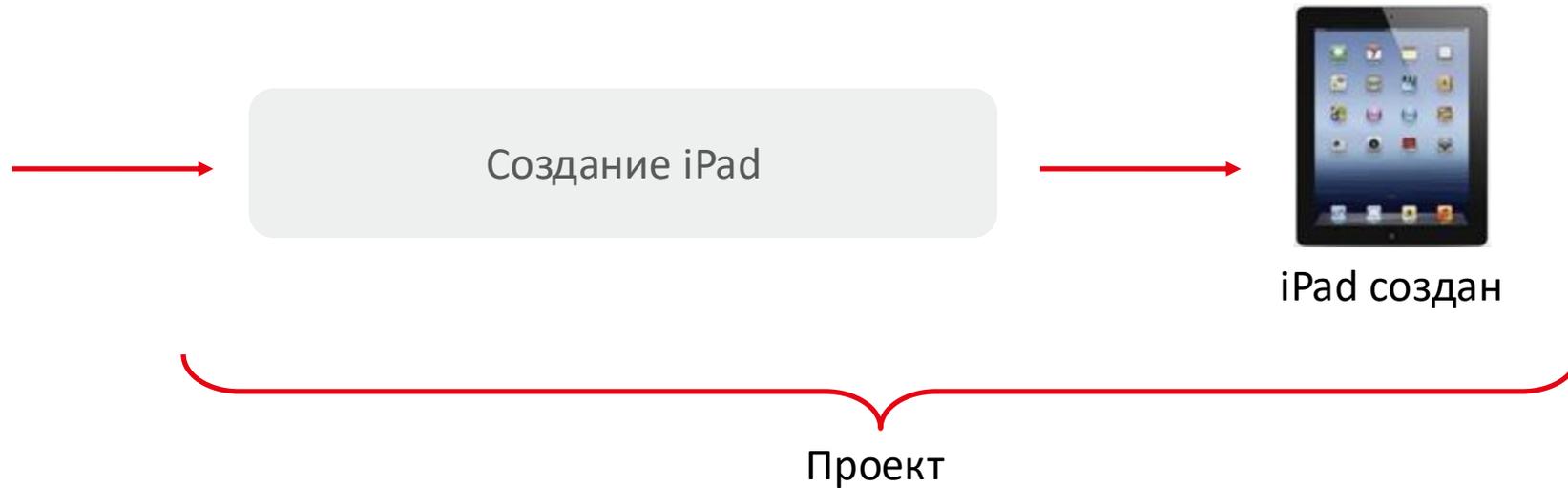
Изучаем поведение в 2 ролях:

1. Как проджект менеджера
2. Как продакт менеджера



iPad – первый планшет с сенсорным экраном

Мышление проджект менеджера – Сроки, Бюджет, Объем и Качество



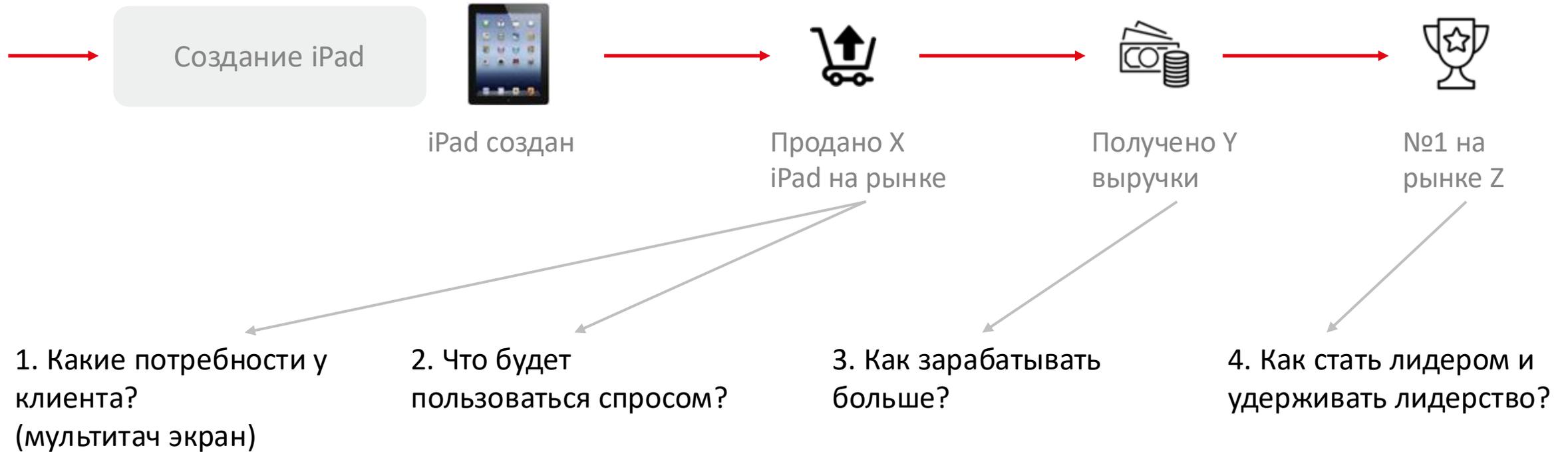
Как сделать проект iPad в:

- Сроки
- Бюджет
- Согласно ТЗ (объем и качество)

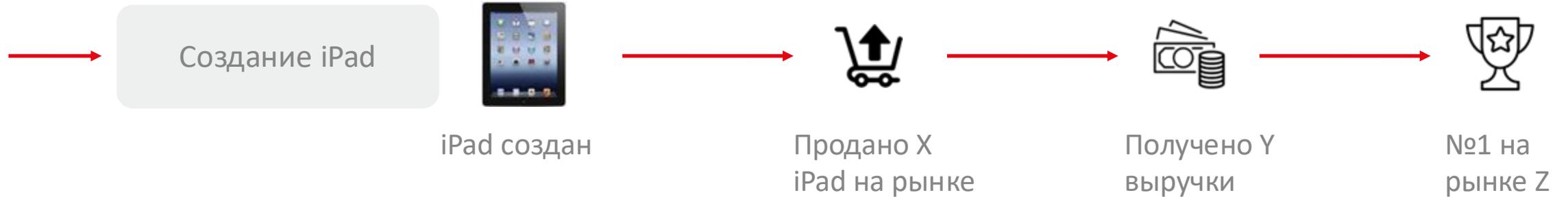
Отличие продуктов от проектов



Вопросы, которые задает руководитель продукта



Какие потребности у клиента?



1. Какие потребности у клиента?
(мультиязычный экран)

2. Что будет пользоваться спросом?

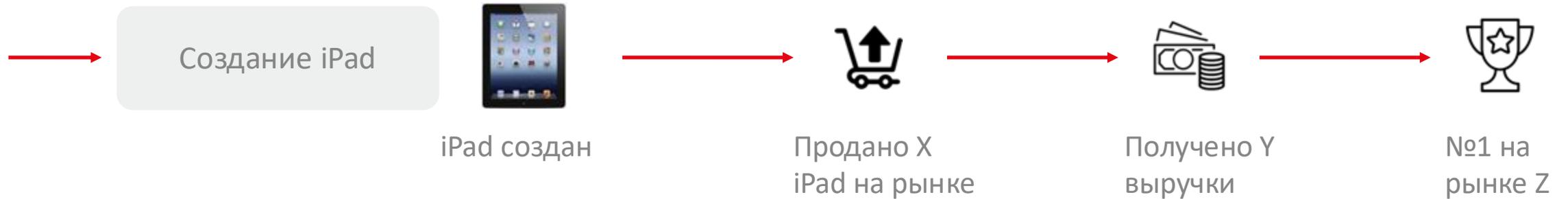
3. Как зарабатывать больше?

4. Как стать лидером и удерживать лидерство?

Без привязки к столу:

- Читать что-то
- Лазить в интернете
- Делать созвоны

Что будет пользоваться спросом?



1. Какие потребности у клиента?
(мультикас экран)

Без привязки к столу:

- Читать что-то
- Лазить в интернете
- Делать созвоны

2. Что будет пользоваться спросом?

iPad

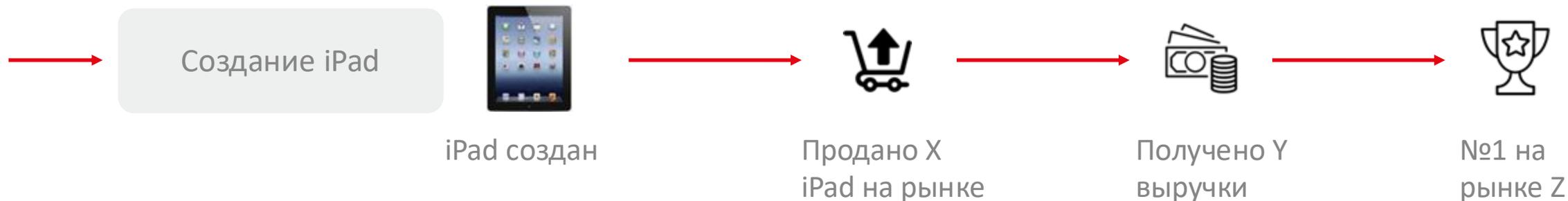
iPhone

Mac Book Air с сенсорным экраном

3. Как зарабатывать больше?

4. Как стать лидером и удерживать лидерство?

Как зарабатывать больше и стать лидером?



1. Какие потребности у клиента?
(мультитач экран)

Без привязки к столу:

- Читать что-то
- Лазить в интернете
- Делать созвоны

2. Что будет пользоваться спросом?

iPad

iPhone

Mac Book Air с сенсорным экраном

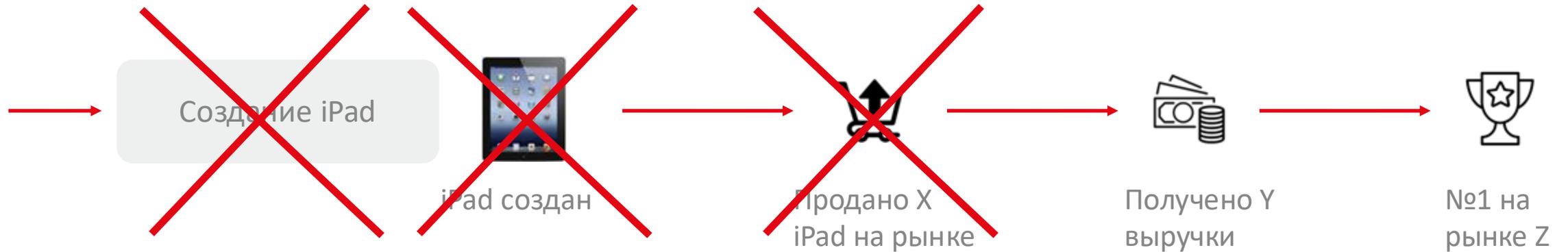
3. Как зарабатывать больше?

iPhone

4. Как стать лидером и удерживать лидерство?

iPhone

Ответы на вопросы могут кардинально менять продукт



1. Какие потребности у клиента?
(мультитач экран)

Без привязки к столу:

- Читать что-то
- Лазить в интернете
- Делать созвоны

2. Что будет пользоваться спросом?

iPad

iPhone

Mac Book Air с сенсорным экраном

3. Как зарабатывать больше?

iPhone

4. Как стать лидером и удерживать лидерство?

iPhone

Ответы на вопросы задают другие фокусы

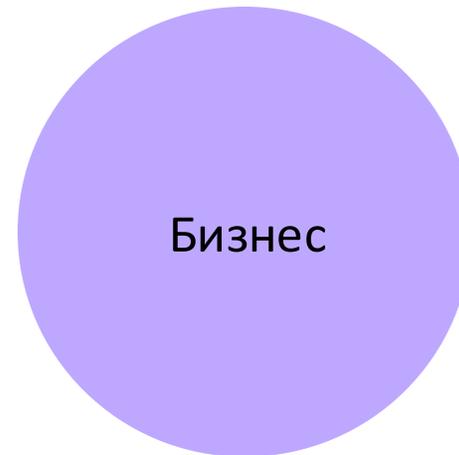
1. Какие потребности у клиента?



2. Что будет пользоваться спросом?



3. Как зарабатывать больше?



4. Как стать лидером и удерживать лидерство?



Ответы на вопросы задают другие фокусы



Клиент

Сегменты
Задачи
Контексты
Каналы



Продукт

Тип продукта
Технологии
Функции
Дизайн



Бизнес

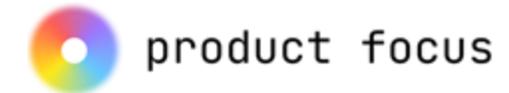
Объем рынка
Конкуренты
Бизнес-модель
Экономика



Тренды

Продуктовые
Клиентские
Рыночные

Модель фокусов создания продукта методологии Product Focus



Модель фокусов создания продукта Product Focus

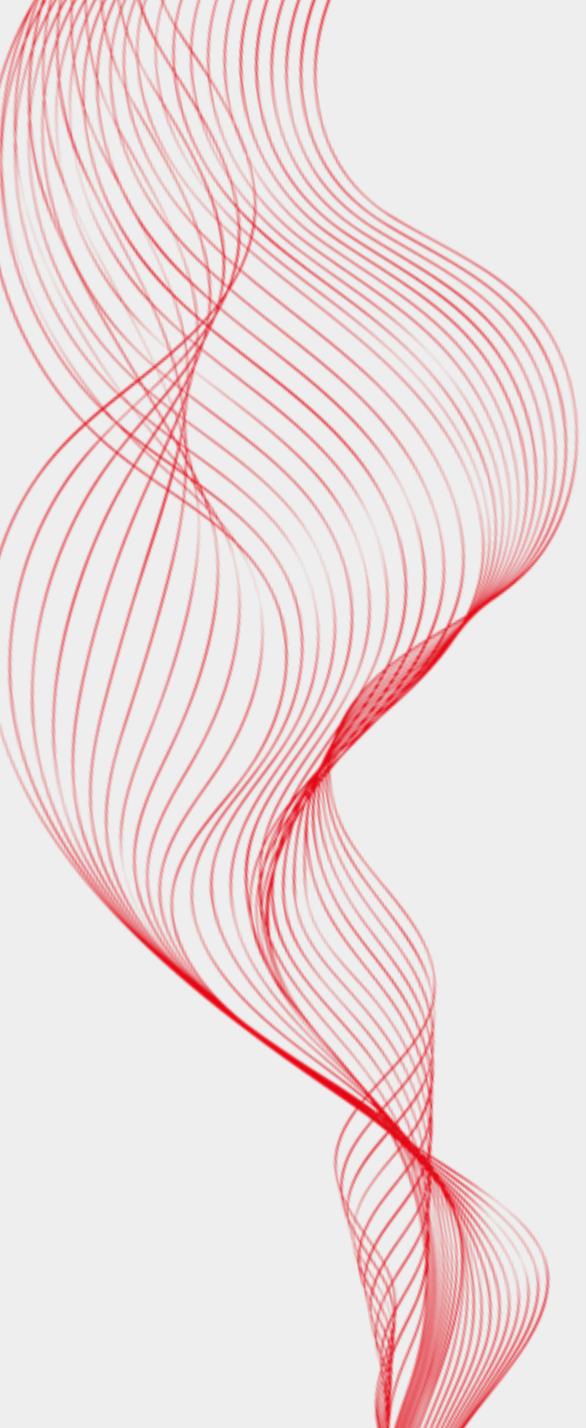


Бизнес-модель: через операторов связи

Что дает модель фокусов

1. Генерация прорывных идей продукта по фреймворку **Product Ideas**
2. Создание **видения продукта** и стратегического плана продукта (мышление из точки Б)
3. Создание **стратегии продукта** (конфигурация фокусов, которая взламывает рынок)





За что еще отвечает продакт менеджер
помимо создания продукта?

Модель фокусов управления



Модели фокусов методологии Product Focus

Создание продукта



MVP
X10 преимущество
ТРИЗ

Канвас Бизнес-модели
Юнит-экономика



Управление продуктом



Цепочка создания ценности
Оргструктура

Модель Такмана
Спиральная динамика

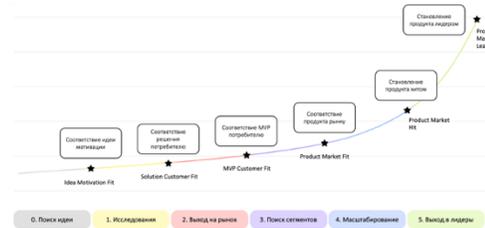
Telegram-канал методологии Product Focus



Модель фокусов создания продукта



Модель стадий создания продукта



Модель шагов (процессов) создания продукта



Модель выбора продуктовых инструментов



Telegram-канал Product Focus



Результаты использования методологии Product Focus за 4 месяца

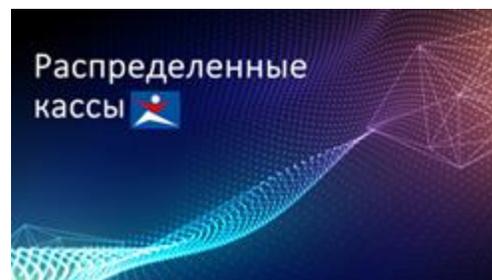


Цифровая Кабина

29 заявок

2 тестовые продажи

7,7 млн. руб.



- Запущен новый продукт «распределенные кассы» в 500 магазинах
- Значительное повышение скорости обслуживания клиентов
- Существенное увеличение выручки



ФГУП «ПО «Маяк»



- Продуктовая методология R&D центра с фокусом на доставку ценности клиенту
- Запуск OKR в компании
- Разработка нового продукта лечения рака на основе Хлорида радия-223

В основе опыт создания массовых методологий



ГОСТы по управлению проектами



Международная проектная сертификация, аккредитованная в Росстандарте



Министерство
экономического
развития РФ



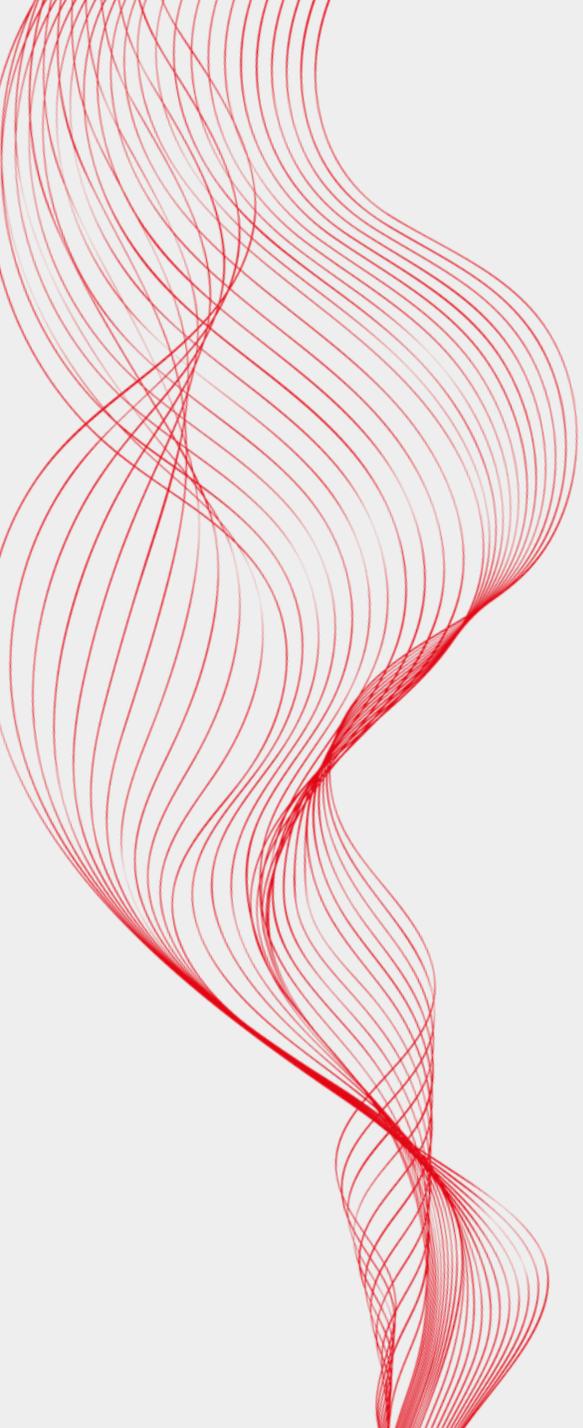
Российская методология управления национальными проектами



Международная сертификация по системе целеполагания OKR

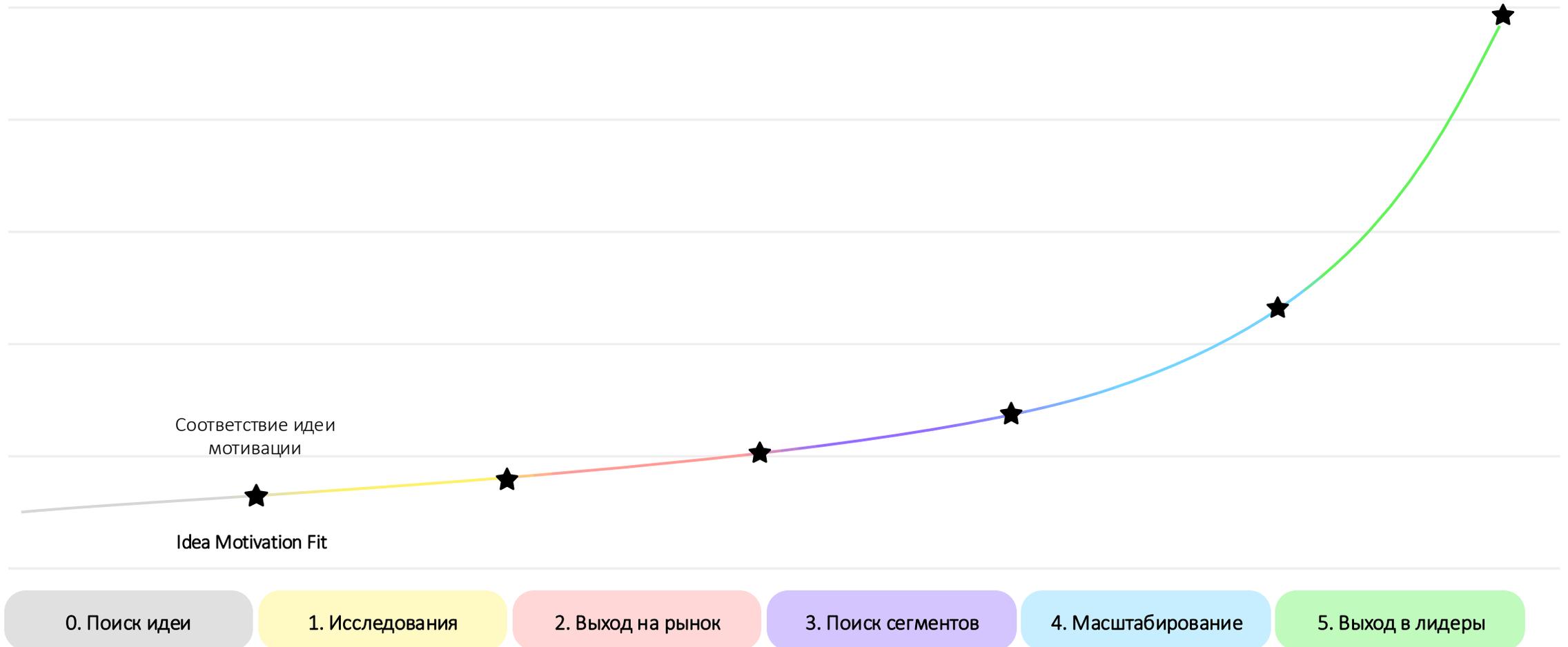


Международная продуктовая методология Product Focus 2.0



Как быстро из точка А прийти к точке Б

Этапы и вехи развития продукта



0. Поиск идеи

1. Исследования

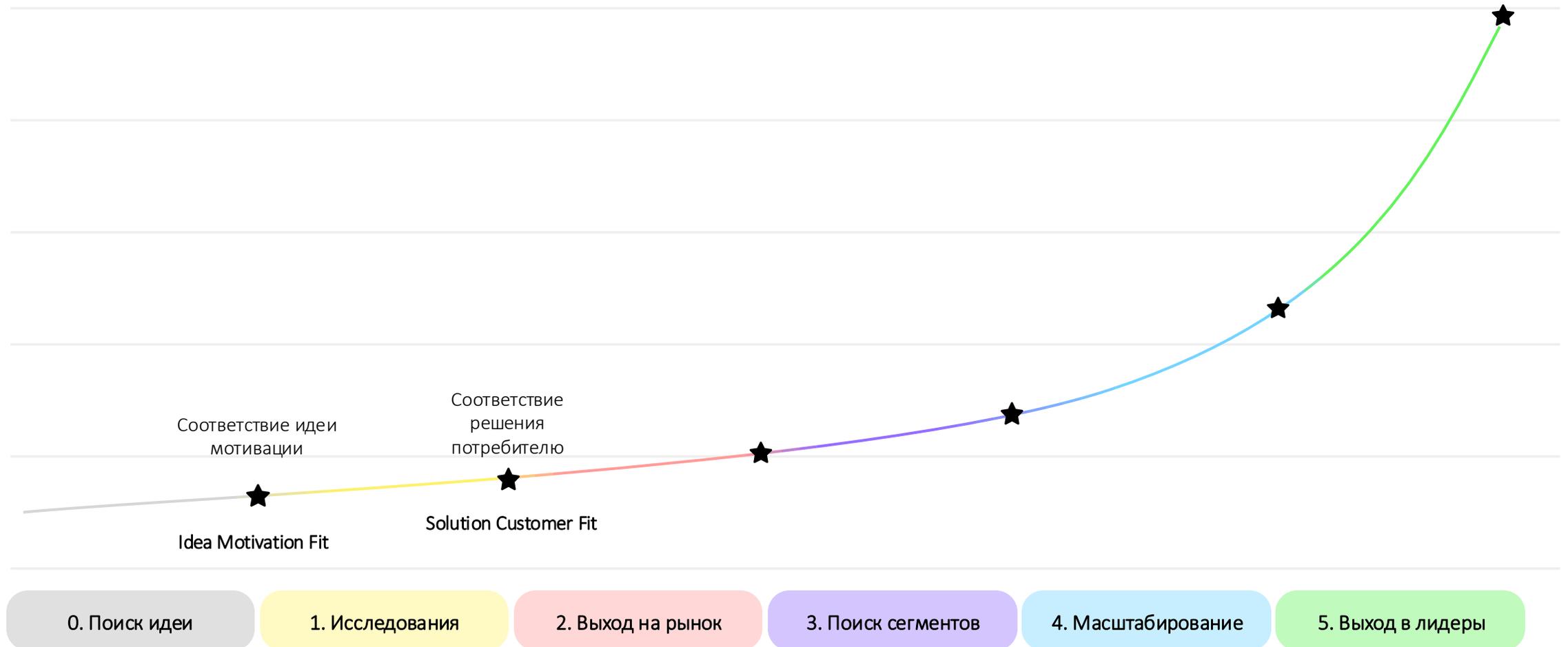
2. Выход на рынок

3. Поиск сегментов

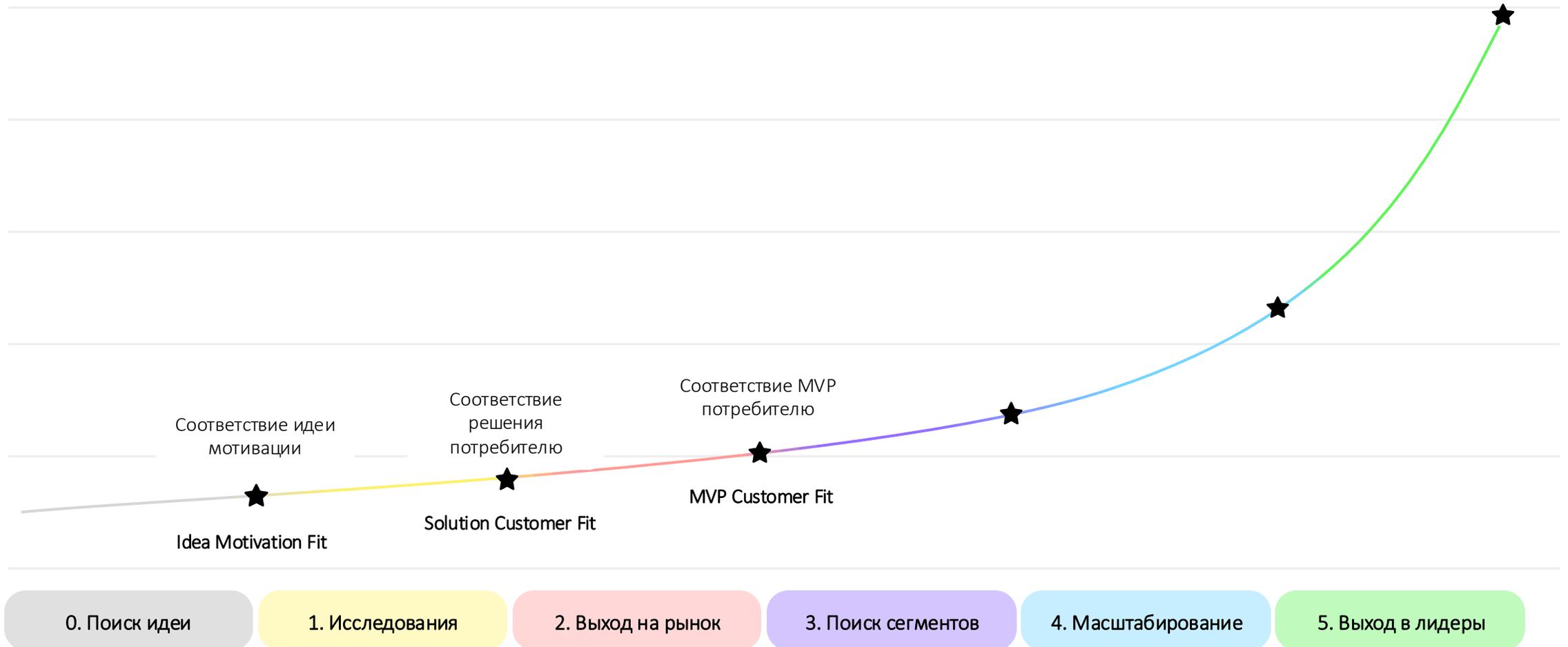
4. Масштабирование

5. Выход в лидеры

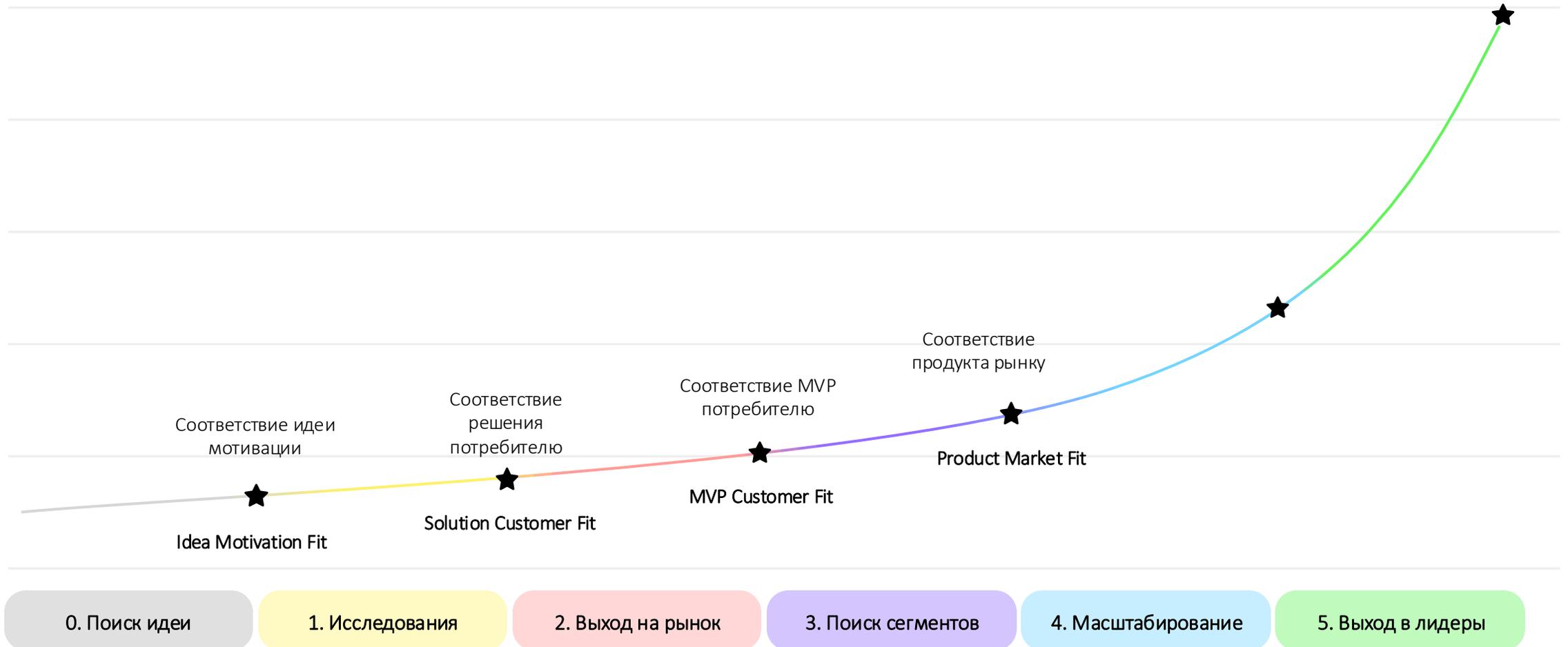
Этапы и вехи развития продукта



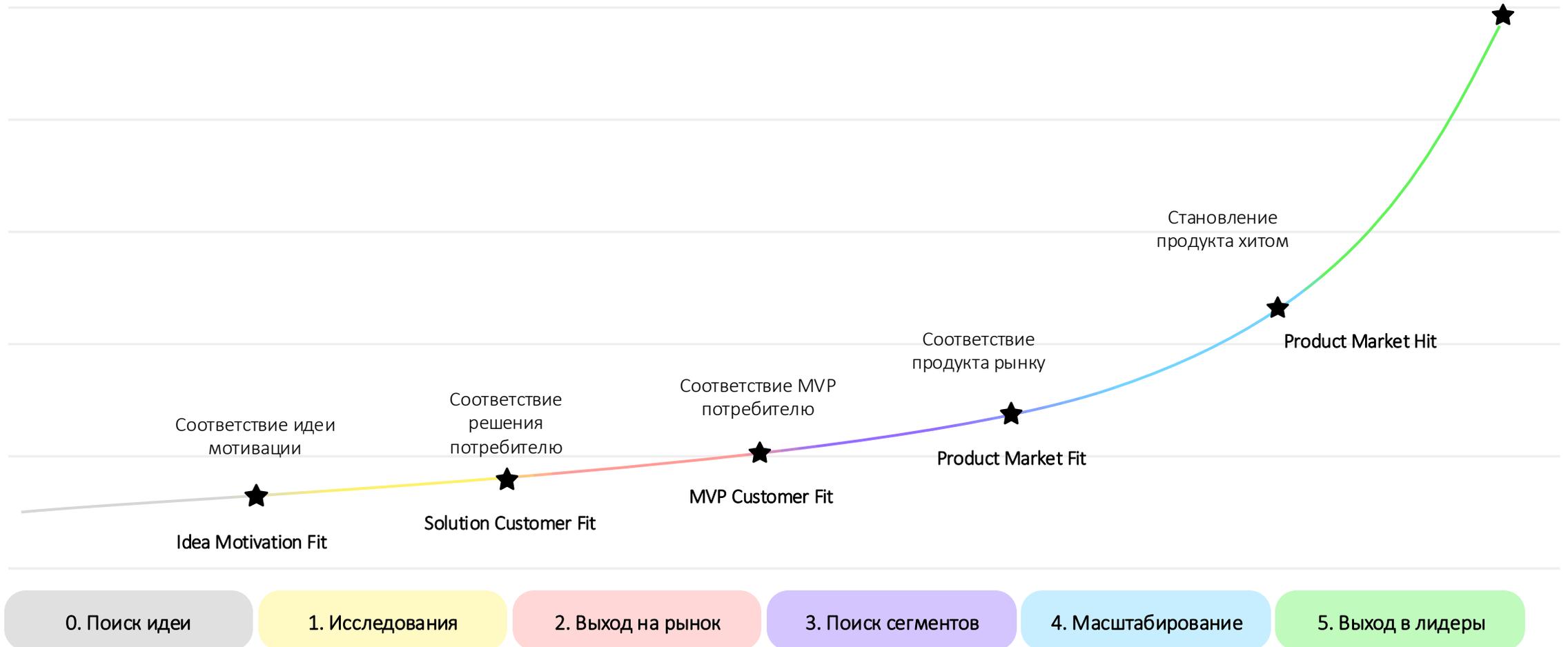
Этапы и вехи развития продукта



Этапы и вехи развития продукта



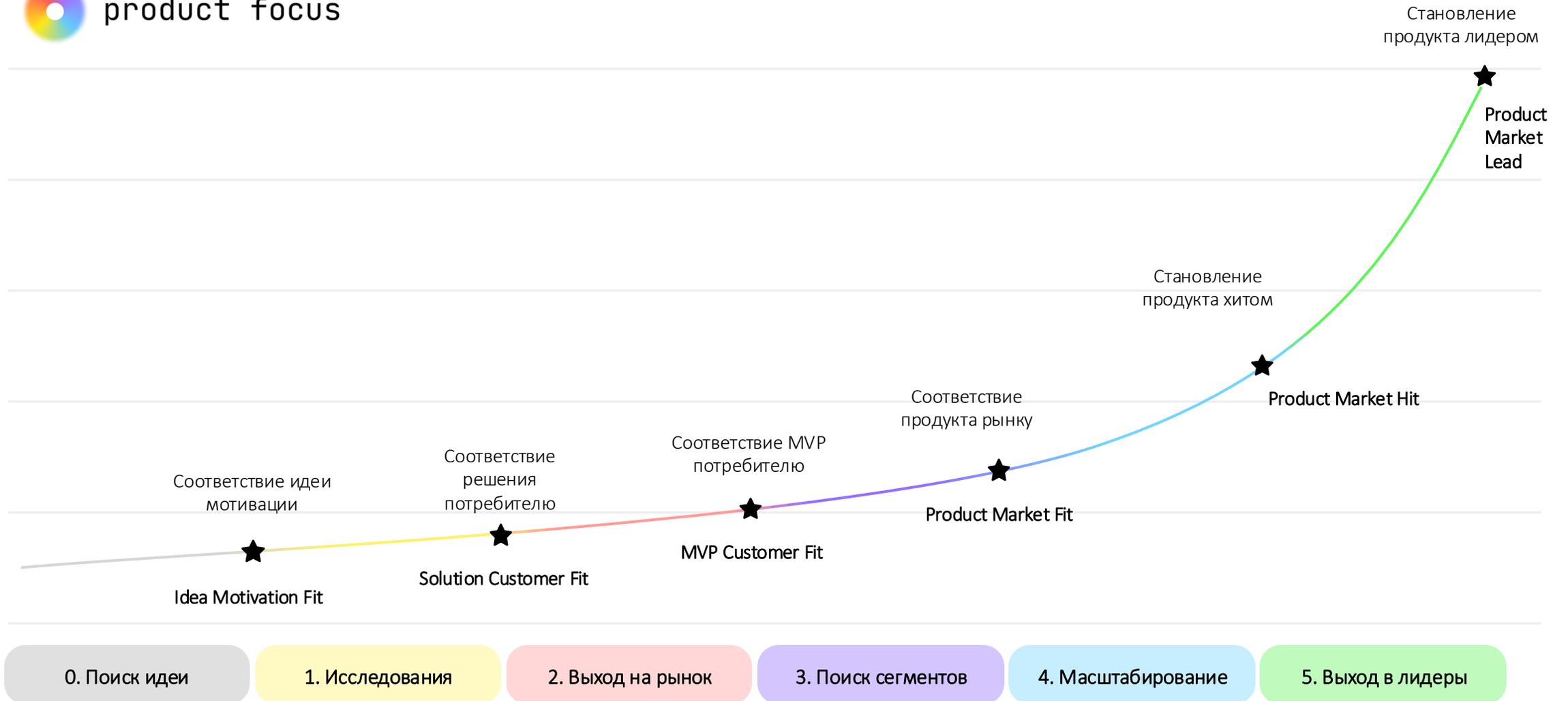
Этапы и вехи развития продукта



Этапы и вехи развития продукта



product focus



Основные процессы в методологии Product Focus (пример адаптации)

1. Поиск идеи

1. Поиск идеи от трендов
2. Поиск идеи от конкурентов
3. Поиск идеи от рынка
4. Поиск идеи от клиента
5. Поиск идеи от продукта
6. Поиск идеи от сильных сторон
7. Формулирование идеи (гипотезы о продукте)

2. Исследования

1. Исследование клиентского опыта
2. Выявление возможностей из исследования
3. Исследование технологических трендов
4. Исследование продуктов конкурентов
5. Генерация идей фич
6. Выбор фич
7. Создание Product Vision
8. Создание прототипа
9. Тестирование прототипа на клиенте

3. Выход на рынок

1. Исследование поведенческих трендов
2. Исследование рынка и бизнеса конкурентов
3. Сегментация ЦА
4. Выявление УТП и нечестных преимуществ
5. Определение каналов продвижения
6. Определение ценообразования
7. Выбор и описание бизнес-модели
8. Расчет юнит-экономики
9. Создание стратегии выхода на рынок
10. Маркетинговая упаковка
11. Запуск лендинга и рекламы
12. Создание MVP
13. Первые продажи
14. Настройка аналитики маркетинга и продукта

4. Поиск рынка

1. Исследование рыночных трендов
2. Анализ и выбор главных сегментов и конкурентов
3. Создание стратегии позиционирования
4. Доработка ЦП, УТП, офферов, креативов, рекламы
5. Формирование ритма работы (OKR, Agile, Kanban)
6. Доработка продукта и работа с бэклогом
7. Организация работы с гипотезами (GH)
8. Тестирование новых каналов и оптимизация
9. Организация продаж и настройка аналитики продаж
10. Настройка сквозной аналитики и дерева метрик
11. Выход на PMF

5. Масштабирование

1. Анализ и выбор сегментов для масштабирования
2. Создание стратегии масштабирования
3. Поиск преимуществ, которые нельзя скопировать
4. Доработка продукта под сегменты
5. Поиск финансирования для масштабирования
6. Маркетинговое продвижение
7. Масштабирование продукта
8. Построение системы управления
9. Создание стратегии M&A
10. Проведение M&A

Легенда:

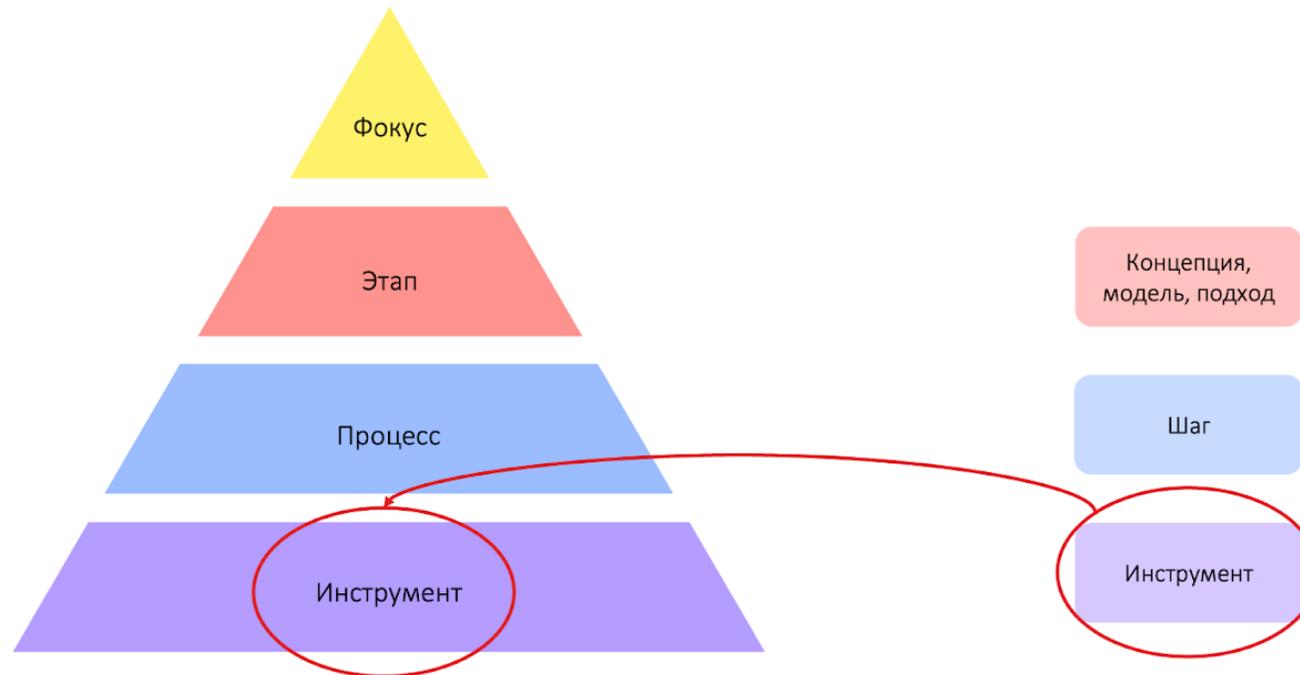
- Фокус Клиент
- Фокус Бизнес
- Фокус Тренды
- Фокус Продукт
- Фокус Стратегия
- Фокус Управление



Как подбирать лучшие инструменты в методологию

Методология Product Focus

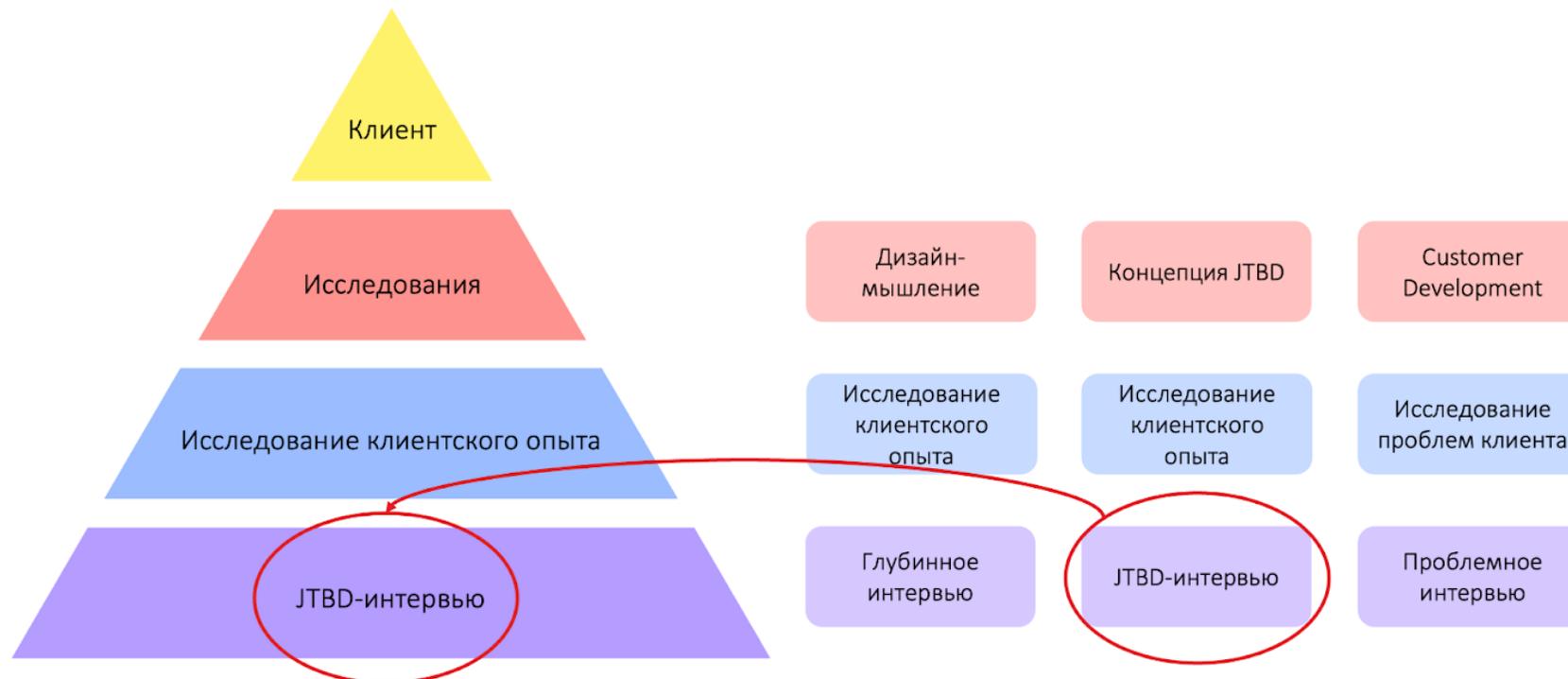
Другая методология, концепция



Пример выбора инструментов в методологию

Методология Product Focus

Другая методологии и концепции



Модель зрелости продуктовых процессов Product Focus 2.0

4. Экспертный

ЭКСПЕРТНЫЙ – компания (команда) в данном процессе относится к *лидерам* рынка

3. Продвинутый

ПРОДВИНУТЫЙ – в компании (команде) наблюдается *регулярное* использование базовых инструментов процесса (все используют) и использование дополнительных инструментов

2. Базовый

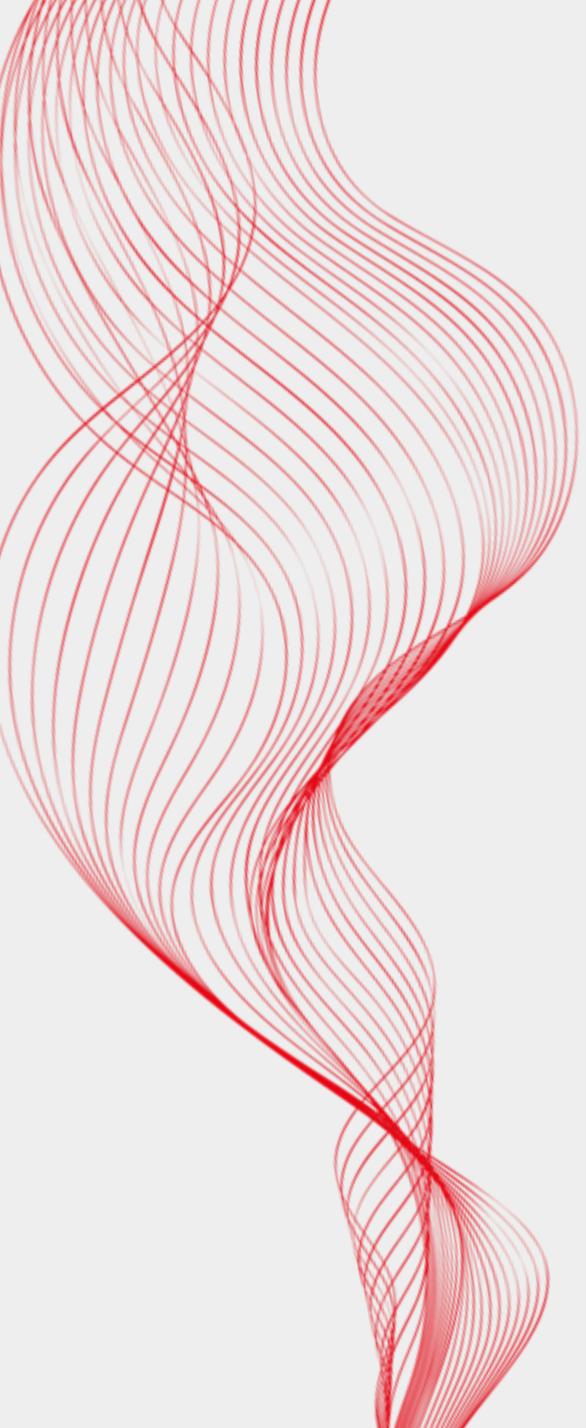
БАЗОВЫЙ – компания (команда) *фрагментарно* использует *базовые* инструменты процесса

1. Начальный

НАЧАЛЬНЫЙ – компания (команда) *только начинает использовать* процесс и инструменты (пилот)

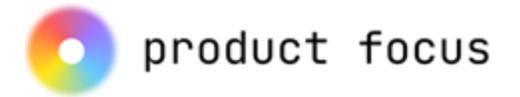
0. Отсутствует

ОТСУТСТВУЕТ – компания (команда) *не использует* процесс и его инструменты

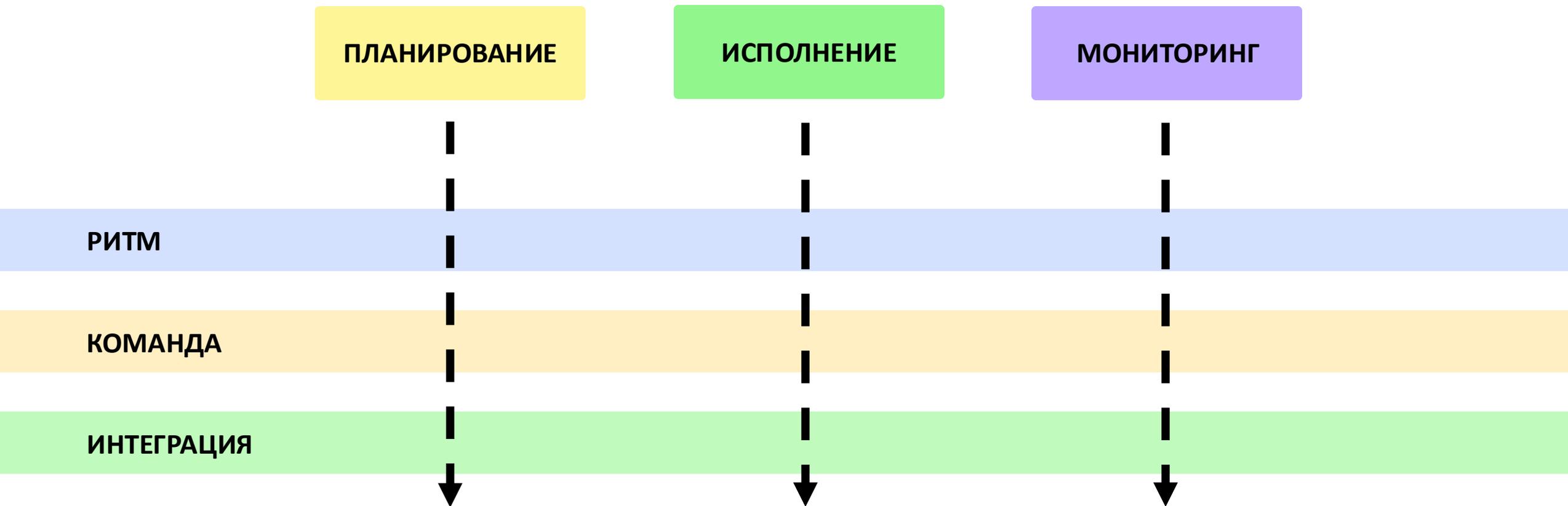


Какая должна быть модель компетенций
продакт-менеджера?

Модель компетенций Product Focus 2.0

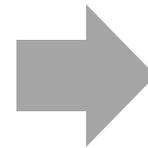


Модель компетенций управления строится на пересечении фокусов и жизненного цикла управления



Отличие руководителя проекта и руководителя продукта

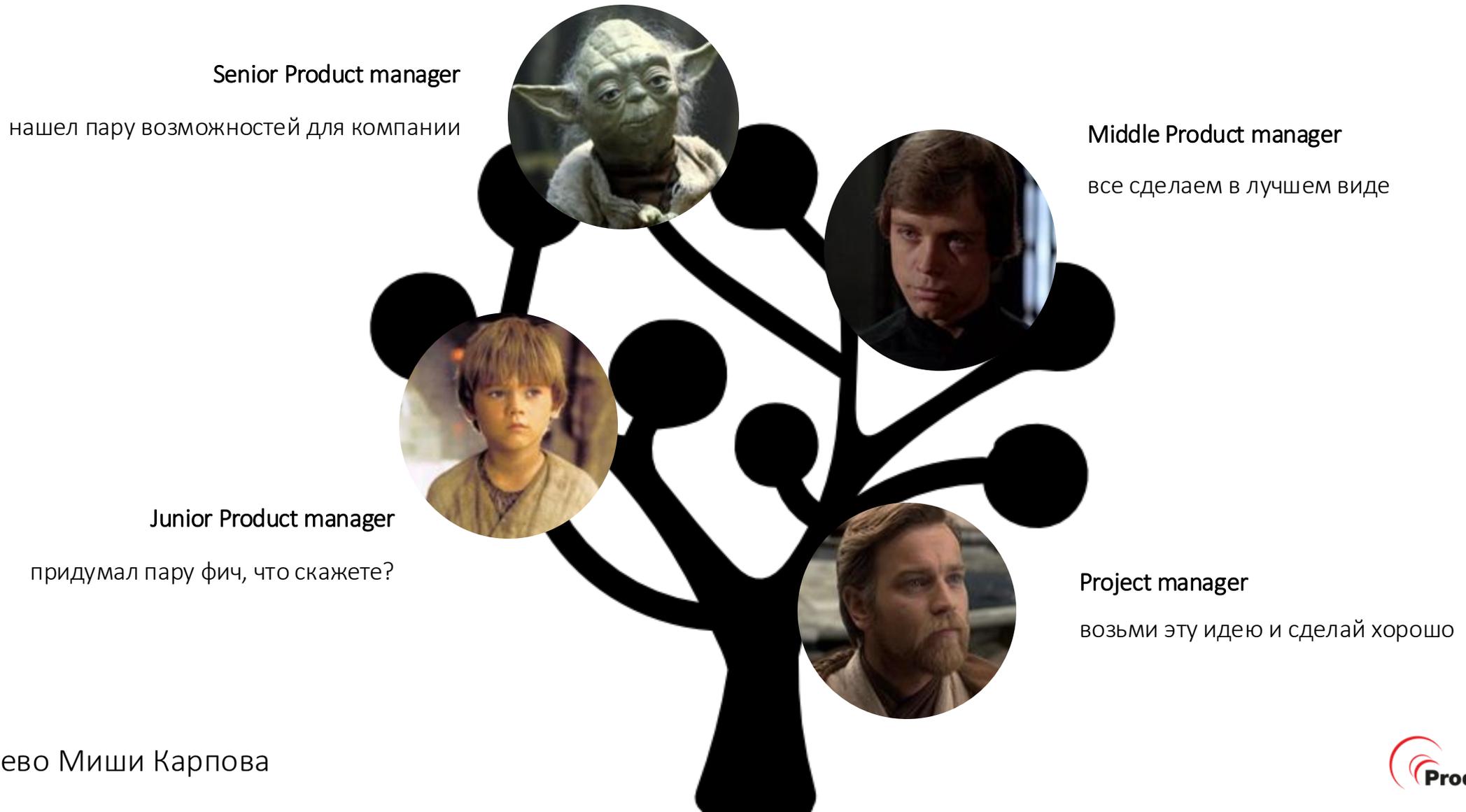
Проект



Продукт



Ожидания: путь продукта



* дерево Миши Карпова

Новый путь продукта



Предприниматель и СРО

нашел пару возможностей для компании



Senior product manager

все сделаем в лучшем виде



Middle product manager

придумал пару фичей, что скажете?



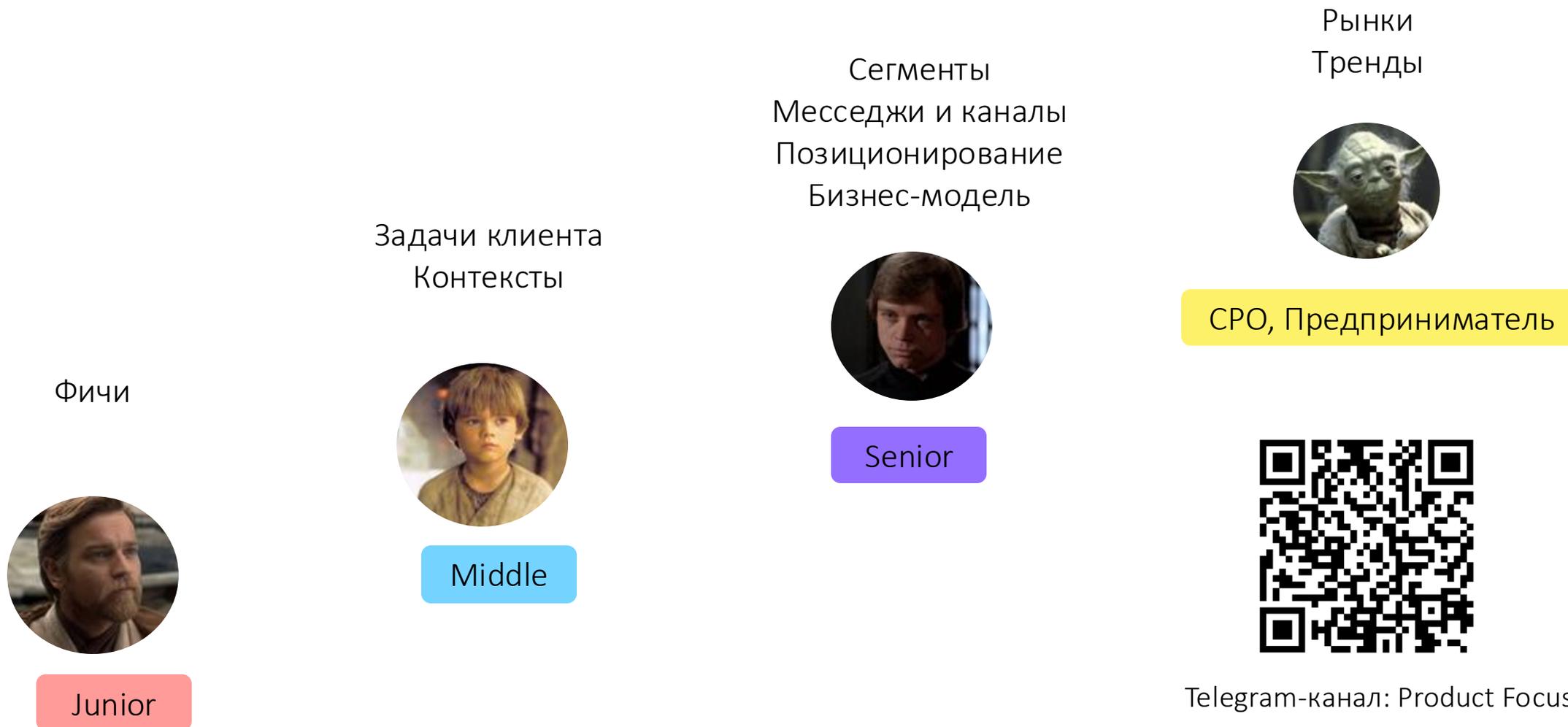
Junior Product manager и Project manager

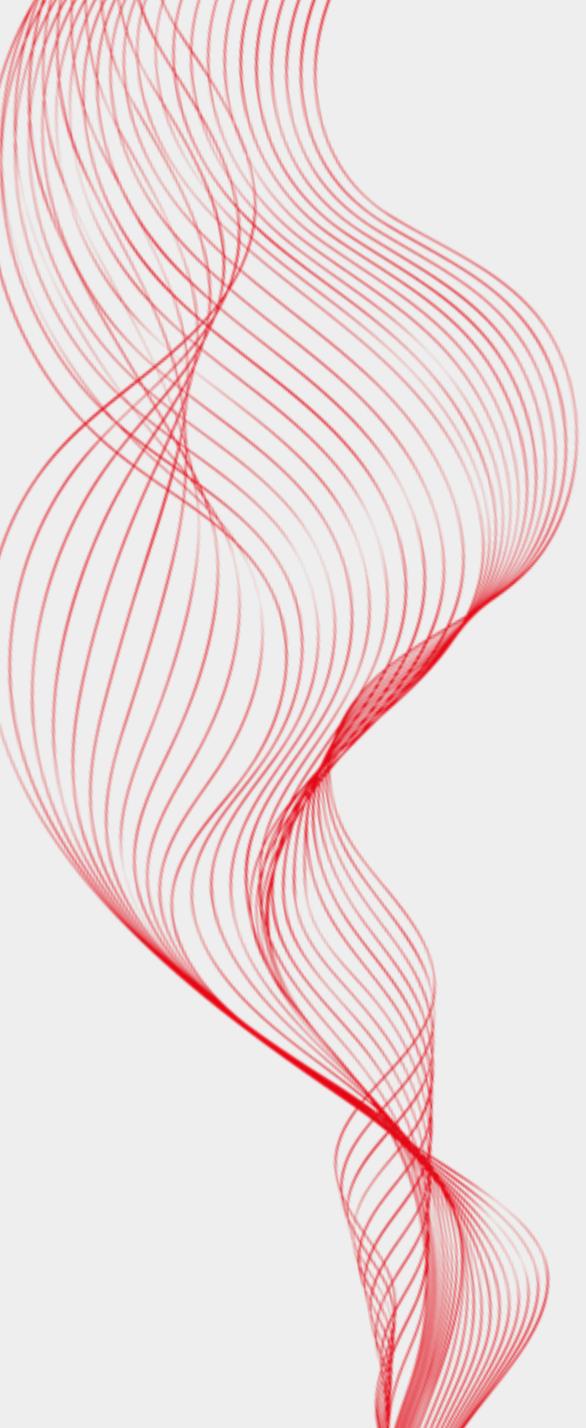
возьми эту идею и сделай хорошо

Переход в СРО и Предприниматели связан с умением «садиться» на тренды и видеть рынки



Путь продукта в синьоры, СРО и предприниматели





Как изучить методологию Product Focus
на практике и создать продукт за 4 месяца

Спикеры курса



Андрей Бадин

Основатель и CEO Product



Олег Афанасьев

Chief Product Officer
RuStore



Андрей Кушнарев

Директор по новым цифровым
проектам Ростелеком



Леонид Шашков

Chief Product Officer Сбер



Дмитрий Твердохлебов

Директор по продукту в VK



Алексей Самило

Senior product manager
в Яндекс Go



Илья Головко

Head of Product Сбер

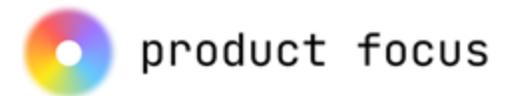


Максим Якубович

Партнер Product Lab



50+ уроков
20 спикеров
4 месяца



Освоите 50+ инструментов и фреймворков

Попрактикуетесь работать
в инструментах:

 Яндекс Метрика

 miro

 Figma

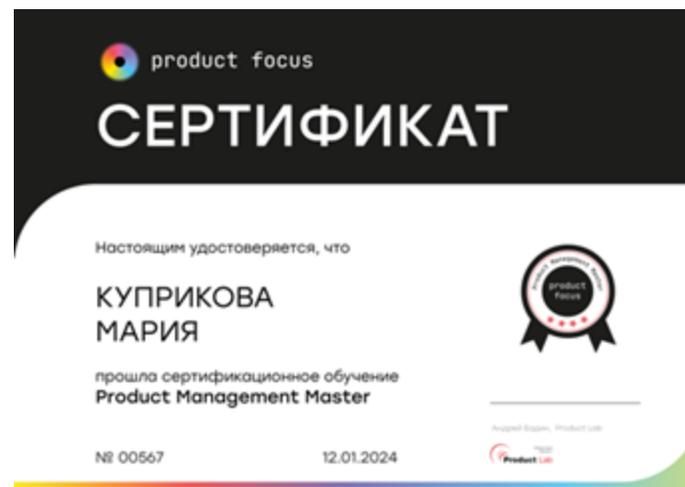
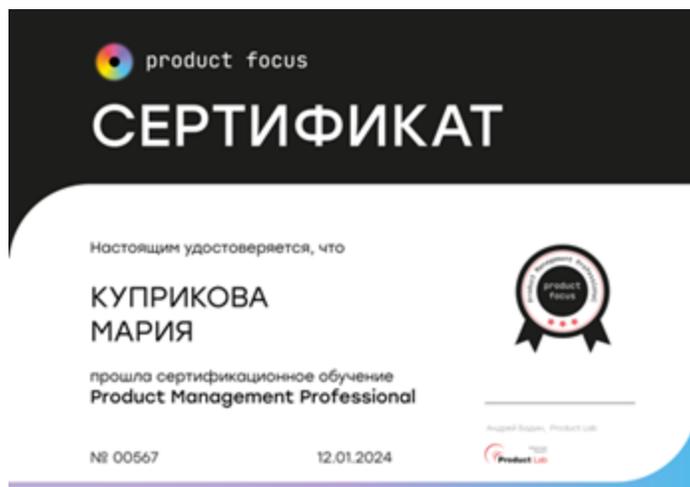
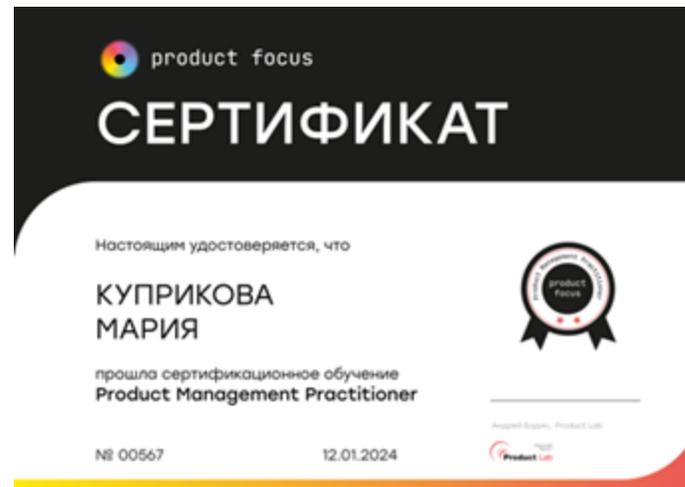
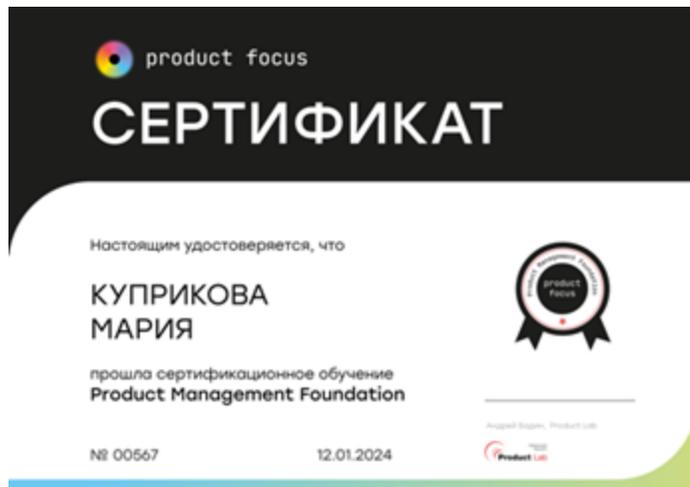
 OpenAI

 Amplitude

Самые популярные фреймворки
среди наших студентов:

- ✓ JTBD
- ✓ Юнит-экономика
- ✓ Дизайн-мышление
- ✓ QFD
- ✓ Product Roadmap
- ✓ AI
- ✓ Product-Market Fit
- ✓ HEART
- ✓ OKR и NSM
- ✓ Трендвотчинг
- ✓ CJM
- ✓ CustDev
- ✓ Growth Hacking
- ✓ MVP
- ✓ TAM, SAM, SOM

Сертификация Product Focus 2.0



Компании, сотрудники которых на нашем обучении



РоссельхозБанк



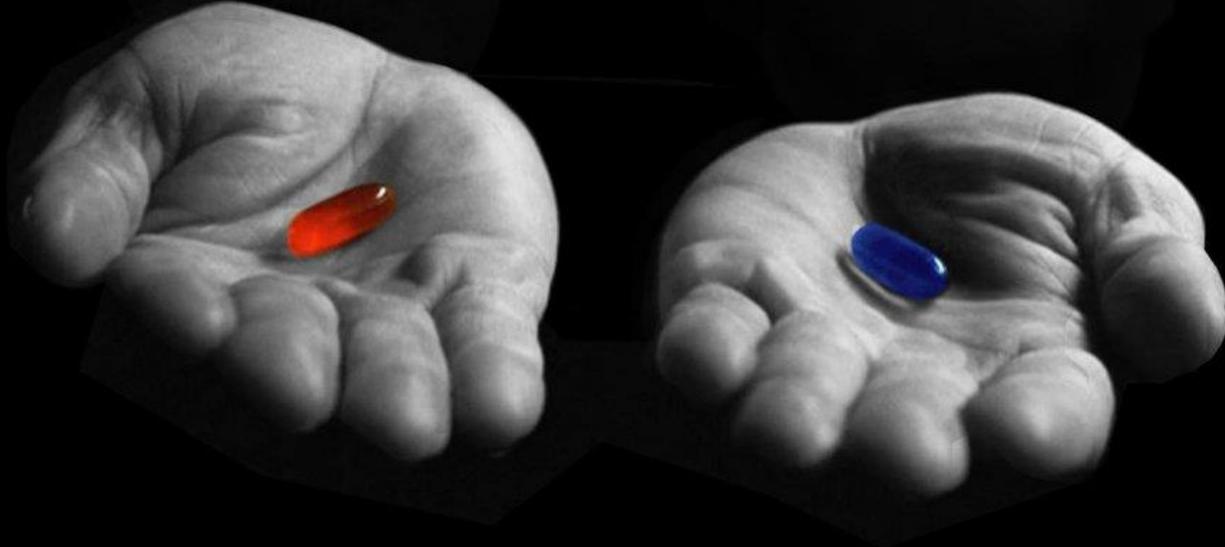
SKOLKOVO
Moscow School of Management



Билайн



Методология Product Focus на курсе Продакт менаджмент от Product Lab



Открывайте будущее с Product Lab



Лаборатория
будущего



Андрей Бадин
Основатель и CEO
+7 925 999 2474

Telegram @AndreyBadin



Telegram-канал:
Андрей Бадин: Управляй иначе
@FutureDiscover

