

Hoe werkt de ontwikkeling van een MVP?



Dit is waarom een project mislukt
dat meer dan zes weken in beslag neemt



Content

01 MVP is meer dan alleen een buzzword	3
02 MVP of geen MVP - dat is de vraag	4
03 MVP waarden	6
04 Wat zijn de stappen van het MVP proces	7
05 Van MVP tot marktintroductie	8

.....

01 MVP is meer dan alleen een buzzword

Lean Startup,

Trial-and-Error,

MVP ...

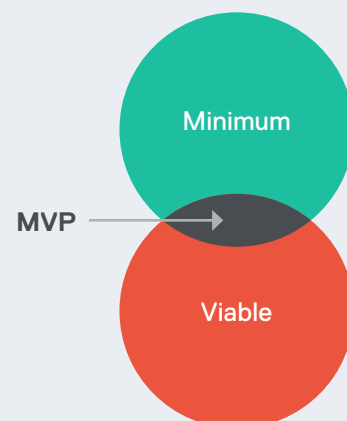
... iedereen die te maken krijgt met de digitale business, is bekend met de vele trefwoorden die insiders gebruiken bij de implementatie van een project. Helaas is niet iedereen bekend met de manier waarop deze methode effectief kan worden gebruikt.

Zo uitgebreid als nodig is, zo eenvoudig mogelijk

De “Minimum Viable Product” is de preliminaire maar wel functionele versie van een product waarmee de feedback van gebruikers kan worden verzameld en waarmee de vraag en geschiktheid van het product kan worden getest.

MVP - twee doelen:

- 01 Enerzijds moet het product zo eenvoudig mogelijk worden gehouden, zodat het snel kan worden ontwikkeld.
- 02 Aan de andere kant moet het in de eerste stap vol wassen genoeg zijn om bruikbaar te zijn voor de gebruikers - pas dan genereert het een toegevoegde waarde voor het toekomstige product.



Een MVP heeft twee conflicterende doelstellingen: aan de ene kant moet het product zo eenvoudig mogelijk zijn zodat het snel kan worden ontwikkeld. Maar aan de andere kant is het ook van belang dat het product in de eerste stap al ver genoeg ontwikkeld is om door gebruikers te kunnen worden toegepast – alleen op deze manier genereert het toegevoegde waarde voor het toekomstige product. Deze benadering verschilt sterk van de klassieke productontwikkeling, die gebaseerd is op marktanalyses, incubatiefasen en perfectie, en waarvoor een verkorte time-to-market niet het primaire doel is. Spryker ziet de MVP methode niet als een product, maar als een proces. Het is geen optie om op deze manier een project te starten, maar het is een voorwaarde voor digitale projecten die samen met ons worden opgestart.

In deze MVP guide geven wij antwoord op de vraag hoe te lange eisenlijsten en de daarmee samenhangende mislukking van projecten, kunnen worden voorkomen. Creëer een stabiele basis waarmee u uw volgende projecten sneller en kosteneffectiever kunt implementeren met behulp van de MVP benadering.

De aanpak is simpel:

Je wilt een voertuig bouwen. Hoe gaat u te werk?

Het proces
zonder MVP



1



2



3



4

Hoe te realiseren
MVP bouwt



1



2



3



4



5

02 MVP of geen MVP – dat is de vraag

De urgentie om je bedrijf te verbeteren is groot. Digitale projecten worden vaak tot in de kleinste detail verfijnd en de eisen worden tot in de puntjes uitgewerkt voordat een product daadwerkelijk de markt op kan. De intentie is: het zou fijn zijn als alles perfect is voordat we live gaan.



Attentie:

de meeste projecten die op deze manier worden benaderd, mislukken.

Hoe groter het bedrijf, hoe groter het gevaar dat er tijd verloren gaat in te veel coördinatie- en afdekkingstappen voor de strategie. Veel work stappen en coördinatie processen maken een snelle toegang tot de markt onmogelijk. Daarnaast is er ook een groot risico dat het gebrek aan de klantvraag of de veranderde wensen van de doelgroep pas wordt herkend op het moment dat het product al op de markt te vinden is.

De uitdaging van de digitale transformatie ligt vooral in het opdragen van een digitaal project idee naar een concept dat op korte termijn getest en vervolgens snel en functioneel geïmplementeerd kan worden.

In Stadish's actuele chaos study zijn succesfactoren gedefinieerd en redenen voor het mislukken van projecten zijn onderzocht. De resultaten laten zien: MVP is niet optioneel.¹

” Meer dan 60 % van de functies in software producten worden nooit gebruikt!“¹

Projectplannen met MVP benadering

16.2%

... van de onderzochte projecten werden met succes voltooid: het project werd op tijd voltooid, zonder kostenoverschrijdingen en met de oorspronkelijke vereiste functionaliteit.



Key succes factoren:

- Integratie van consumenten
- Support door het senior management
- Klare voorwaarden

Projectplannen zonder MVP benadering

52.7%

... van de projecten in het onderzoek werden voltooid met kosten- of tijdoverschrijdingen



Main issues die leiden tot het mislukken van projecten:

- Het ontbreken van de input van consumenten
- Onvolledige/onduidelijke voorwaarden
- Frequentie wijzigingen van voorwaarden

31.1%

... van de ondervraagde bedrijven moesten hun project staken.



¹ CHAOS Report: Decision Latency Theory (2018) Package, <https://www.standishgroup.com/store/services/10-chaos-report-decision-latency-theory-2018-package.html>

03 MVP waarden

Veel executives en projectmanagers vinden het MVP proces minder intuïtief. Dit is vooral het geval in sterk gereguleerde sectoren waarin teams gewend zijn om veel tijd en zorg te geven aan het implementatieproces van project ideeën. Hier kan het MVP proces een echte challenge worden.

Waarom wordt het MVP proces nog steeds gevreesd?

Omdat het is gebaseerd op een aantal basisprincipes, waarvan sommigen erg radicaal zijn en gericht zijn op het snelle implementatieproces van project ideeën:

- **Progressie** in plaats van perfectie
- **Testfasen** in plaats van lange ontwikkelingsfasen
- **Benefits** in plaats van complex gedrag
- **Agility** in plaats van de waterfall method
- Denk aan **de volgende stap** in plaats van aan de laatste stap
- Succes wordt niet alleen aan sales gemeten, maar ook aan **kostenbesparing**
- Informatie over gebruikersgedrag door vroegtijdige data evaluaties in plaats van subjectieve verwachtingen van de project manager.

Informatie over het gebruikersgedrag door vroeg data evaluaties in plaats van subjectieve verwachtingen van projectmanagers. Hoe ongewoon procesmanagement volgens de MVP methode in sommige retail segmenten ook lijkt, managers moeten erkennen dat snelheid de factor is die ervoor zorgt dat een project slaagt of mislukt – maar alleen als er van te voren de juiste richting is gekozen.



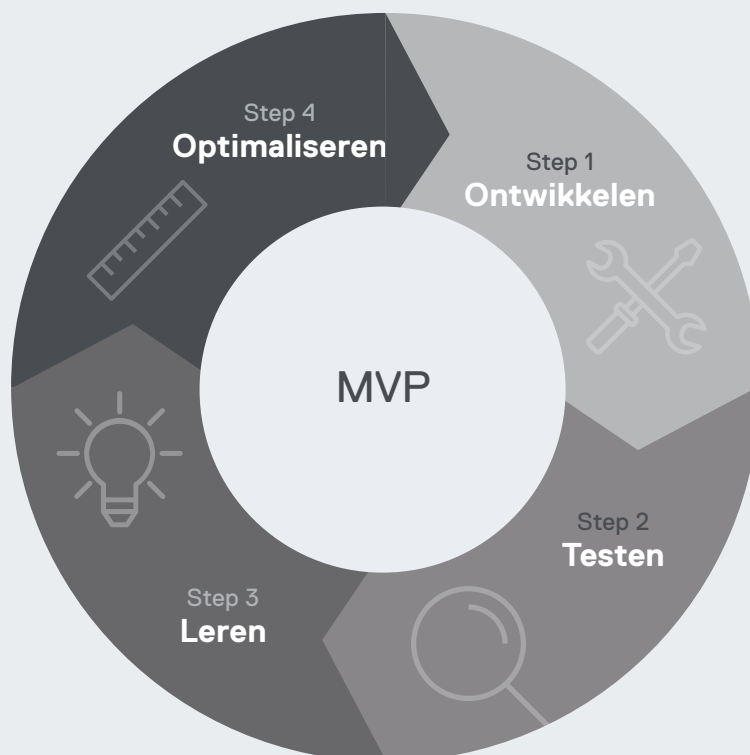
” Ik heb zelf de fout gemaakt om geen MVP te gebruiken. Ik heb het bedrijf tegen de muur geholpen met de document app. Een MVP zou me veel hebben geholpen.“

- Frank Thelen

04 Welke stappen heeft het MVP proces nodig?

Het MVP proces is net als een cyclus: ontwikkelen, testen, leren en optimaliseren. Door deze benadering wordt de kans groter dat het product zich goed zal ontwikkelen – als de verschillende test fasen aantonen dat dit niet het geval is, is er nog steeds een kans om de richting van het product te corrigeren.

De kosten en risico's kunnen worden verminderd door het testen, valideren of weigeren van verschillende kleine gevallen. Dit voorkomt dat de markt en vooral de behoeften van de klant tijdens het proces uit het oog worden verloren. Wat vandaag de dag als een standaard of innovatie wordt beschouwd, kan over twee jaar weer volledig verouderd of onbruikbaar zijn geworden.

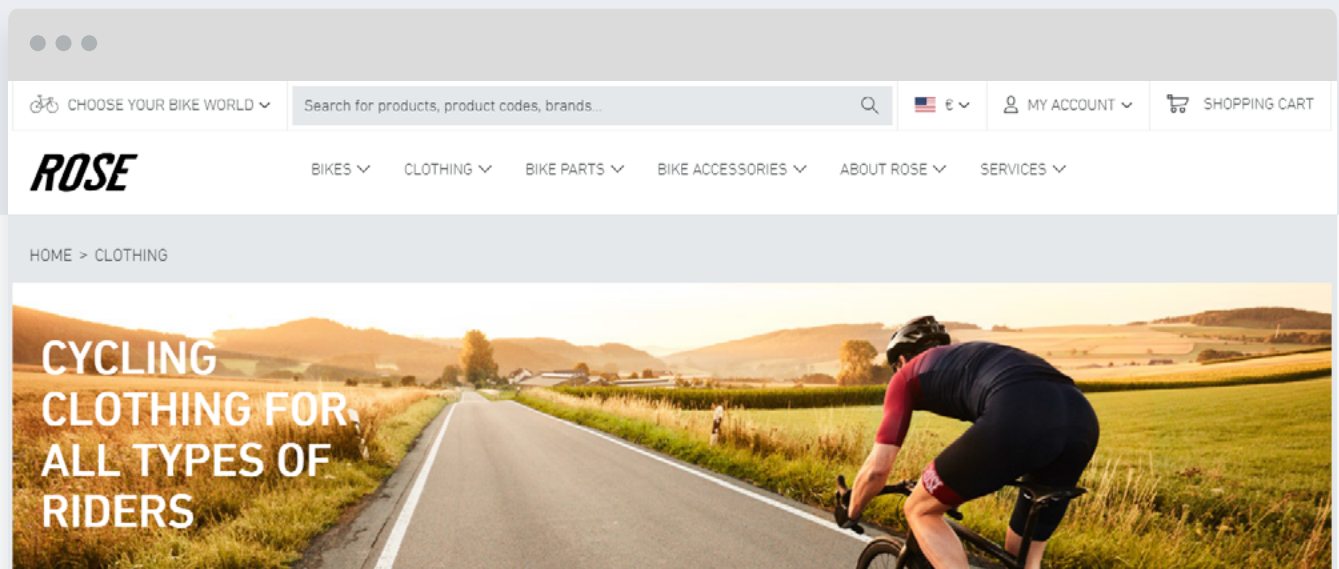


05 Van MVP tot marktintroductie

Must-have of nice-to-have?

Om niet alleen de theoretische zijde van de MVP te bekijken, laten we nu aan de hand van het praktijkvoorbeeld Rose Bikes zien hoe de MVP proces kan worden toegepast – van de doeldefinitie tot de conversie.

Voorbeeld: ROSE Bikes



Fietsen is niet alleen een kwestie van mobiliteit voor klanten, maar ook een way of life. De kernwaarden van Rose Bikes zijn dan ook functionaliteit en extreem klantgerichte diensten in combinatie met een hoge mate van individualiteit, als het gaat om hun producten en UX. Rose Bikes wilde deze mix van technologie en emotie voor het fietsen graag overbrengen en koos er daarom voor om meer dan een standaard e-commerce winkel te zijn en lanceerde het opnieuw met een nieuwe kernwaarde: de mogelijkheid om fietsen individueel te configureren.

Om deze nieuwe functie te integreren volgde het bedrijf de klassieke MVP benadering. Door een duidelijk overzicht over de meest relevante functies was het mogelijk om de e-commerce integratie zo geconcentreerd mogelijk te houden.

” De markt wordt steeds competitiever, het aantal marktpartijen stijgt, de marges dalen en de mate van digitalisering van processen en producten neemt gestaag toe. We moeten ons snel en flexibel aanpassen aan veranderde omstandigheden en nieuwe dingen uitproberen.”

- Thorsten Heckrath-Rose, CEO ROSE Bikes



Step 1: Het primaire doel definiëren

ROSE Bikes:

Voor Rose Bikes is de fietsconfiguratie de top functie die step by step moet worden uitgebreid en geoptimaliseerd. Klanten kunnen hun Rose fiets individueel samenstellen en deze dus veel beter naar hun eigen behoeften en wensen aanpassen.

Primair doelwit: Bike Design



Definieer de customer journey

ROSE Bikes:

Is het primaire doel eens gedefinieerd, worden de afzonderlijke fasen van de gewenste customer journey gedefinieerd.

Primair Doelwit: Bike Design

Customer Journey →



Step 3: Ontwikkel feature lijst voor elke fase

ROSE Bikes:

Zijn de verschillende fasen eens gedefinieerd, wordt er een lijst met features gemaakt waarin elke fase van de customer journey wordt vastgelegd. Er moeten zoveel mogelijk features worden verzameld, maar tegelijkertijd mogen er geen prioriteiten worden gesteld.





Feature 1: Bike Design

- Productattributen voor de verschillende onderdelen
- Filters voor de configurator
- Zoek functies met Elasticsearch voor geavanceerde zoekopdrachten



Feature 2: Checkout

- Een groot assortiment aan verzendopties
- Discount options
- Winkelwagen met gedetailleerd productoverzicht

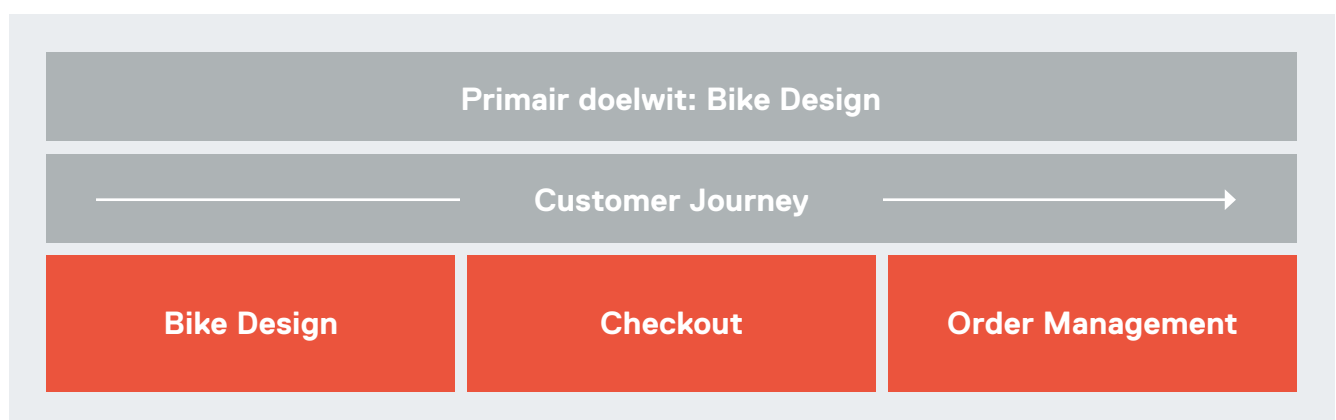


Feature 3: Order Management

- Overzicht bestellingen in de back-end
- Klant accounts in zowel de front- als de back-end
- Automatisch bestellingsproces

De integratie van productattributen en labels zorgen voor een betere categorisatie van de shop. Daarna kunnen er, met een combinatie van productattributen en filters, gerichte en gedetailleerde resultaten verkregen worden in zowel de zoekoptie als de rest van de shop.

Het gebruik van Elasticsearch heeft veel sterke functies toegevoegd, bijvoorbeeld de synoniemen zoekoptie. Deze kenmerken zorgen voor het vergemakkelijken van de customer journey.



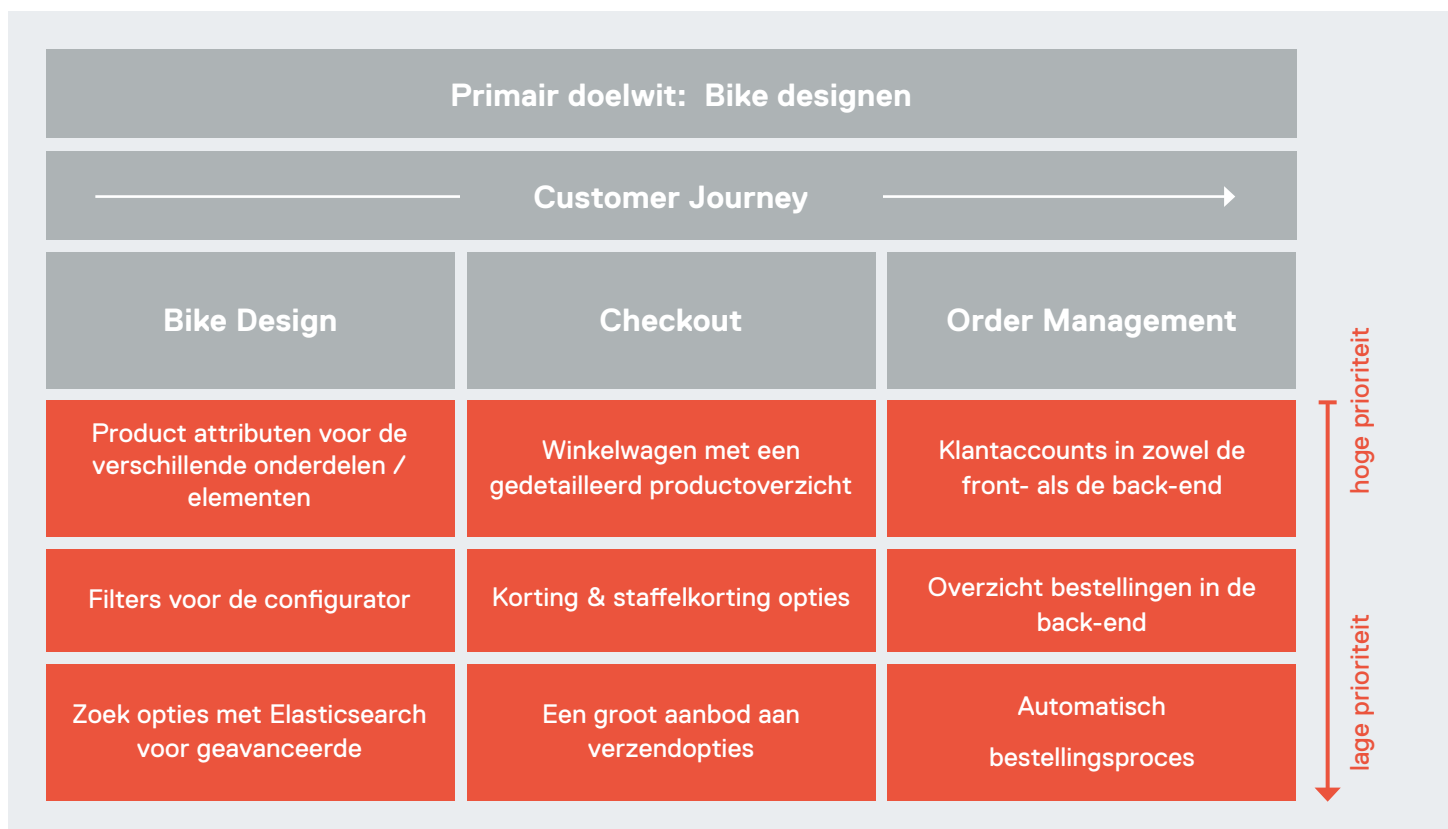


Prioriteit geven aan features

ROSE Bikes:

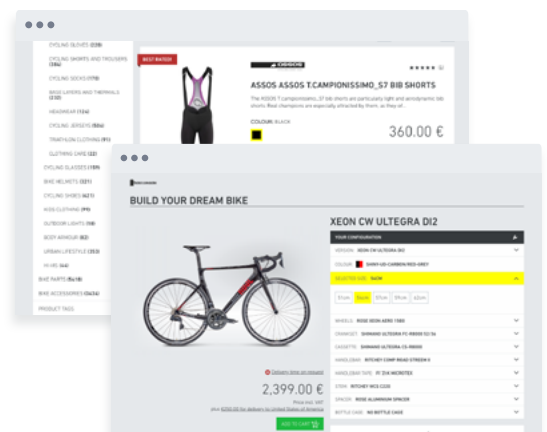
Key questions voor prioriteiten:

- Welke toegevoegde waarde heeft de feature voor de consument?
- Hoeveel tijd en geld (in developers uren) wordt er aan de feature besteed?
- Hoe kan ik de ROI als basis voor verdere ontwikkeling gebruiken?
- Welke features vormen de basis?
- Welke features zijn niet nodig?



Step 5: Definitie van de MVP

De top features staan voor de Minimum Viable Product. De rest van de functies zijn onderdeel van een latere versie van het product. Deze manier van mapping helpt om de koers van projecten bewuster te plannen. De focus ligt hierdoor op de primaire basisbehoeften van de consument. Deze vormen de MVP. Nadat fixed cycli zijn doorlopen, kunnen de resonantie- en optimaliseringsbehoeften worden geëvalueerd en de MVP kan met andere kenmerken worden uitgebreid.

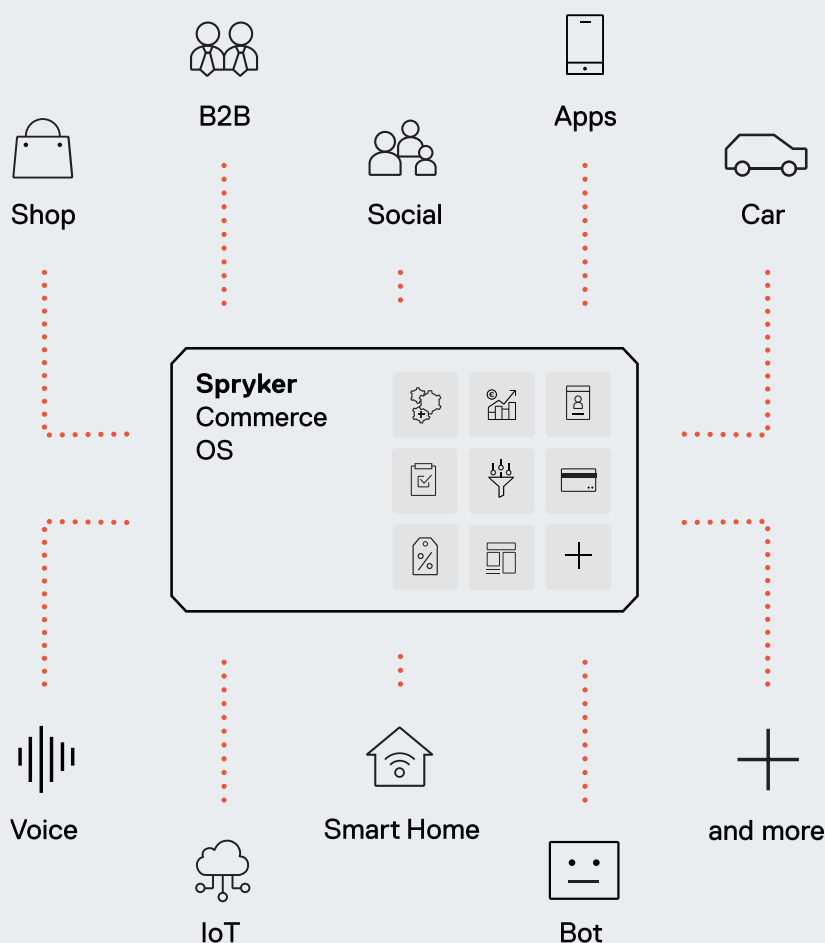


Hoe kan Spryker u helpen?

Wilt u uw eigen marktaandeel vergroten en wilt u een constante innovatie garanderen aan uw klanten? Met behulp van de Spryker Commerce OS kunt u in zeer korte tijd extra shops in andere landen opzetten of individuele functies verder uitbreiden.

Spryker kan je helpen met het methodisch en correct implementeren van digitale best practices. In ons team hebben we ervaren partner agencies, zoals Mediawave, die met waardevolle input hebben meegedragen aan deze guide. Met een uitgebreide en gepersonaliseerde feature set geeft Spryker je de mogelijkheid om snel live te gaan of om je shop op korte termijn aan te passen.

Wat vandaag voor je klant werkt en efficiënt is, is geen garantie voor morgen. Met de modulaire structuur, MVP en API-first aanpak van Spryker is het mogelijk om razendsnel verschillende features en nieuwe interfaces toe te voegen. Touchpoints en features kunnen op keuze worden afgebouwd of uitgebreid. Dit zorgt voor een maximale gebruiksvriendelijkheid, schaalbaarheid en flexibiliteit.



Praat met ons over jouw mogelijkheden van een nieuwe of al bestaande Spryker Commerce OS opzet.



Gijs Schuilingh

Director Sales Benelux

gijs.schuilingh@spryker.com
+31 6 43064246



Tom Gerrits

Sales Manager

tom.gerrits@spryker.com
+31 6 27293995



Derron Whitbread

Sales Manager

derron.whitbread@spryker.com
+31 6 31220898



Dorothee Thomsen

Content Marketing

dorothee.thomsen@spryker.com



Spryker

Julie-Wolfthorn-Straße 1
10115 Berlin / Duitsland
T +49 / 30 / 208 49 83 53
M hello@spryker.com
W spryker.com

© Copyright 2019

Alle content, met name teksten, afbeeldingen en grafieken
zijn beschermd met copyrights. Alle rechten, inclusief
reproductie, publicatie, het aanpassen en vertalen, zijn
gereserveerd, Spryker Systems GmbH, Julie-Wolfthorn-
Str. 1, 10115 Berlin, Germany.