

STARTUP - szczegółowy program szkolenia z rozpisaniem szczegółowych treści programowych, z podziałem na godziny szczegółowy plan warsztatów

- 1) Czas trwania bloku: 2h | *Wprowadzenie do Lean Software Development z uwzględnieniem pozostałych metod zwinnego wytwarzania systemów i urzędzeń IT w tym Agile, Kanban, Scrum, w tym:*
 - teoretyczne wprowadzenie do metodyk zwinnych w zakresie prowadzenia projektów technologicznych,
 - przedstawienie silnych i słabych stron różnych podejść metodologicznych w zakresie zwinnego planowania i zarządzania projektami (metody: Design Thinking, Lean Development, Lean Startup, Customer Development, Ten Types of Innovation),
 - przedstawienie schematu uwzględniającego rekomendowane stosowanie poszczególnych metodologii, w zależności od etapu rozwoju projektu innowacyjnego.
 - koncepcja zwinnego i iteracyjnego podejścia do rozwoju produktów,
 - etapy, fazy związane z podejściem związanym ze zwinnym zarządzaniem projektami,
 - różnice w stosowaniu klasycznych metod zarządzania projektami oraz zwinnych podejść.
 - materiały interaktywne dla planowania prac w duchu Lean Management / Lean Startup, mapowania wyników oraz ich interpretacji,
 - model działania w tzw. „pętli sprzężenia zwrotnego” (z ang. Build-Learn-Measure),
 - sposoby optymalizacji działań projektowych w odniesieniu do m.in. sposobów prowadzenia spotkań projektowych, sprawnej i skutecznej komunikacji, efektywnego raportowania prac z użyciem interaktywnych narzędzi.

- 2) Czas trwania bloku 4h | *Wprowadzenie do Lean Startup oraz biznesowego podejścia do wytwarzania systemów i urzędzeń IT, w tym:*
 - prezentacja podstawowych założeń, obszarów, instrumentów oraz mechanizmów metodologii Lean Startup,
 - przedstawienie (teoretyczne i praktyczne) koncepcji MVP,
 - wprowadzenie do tematyki modeli biznesowych (w tym: zastosowanie oraz narzędzia służące jego wypracowaniu; identyfikacja szerokiej listy modeli biznesowych oraz ich przyporządkowanie do rzeczywistych projektów biznesowych; opis oraz dyskusja nad silnymi oraz słabymi stronami określonych modeli biznesowych),
 - Customer-Problem fit, Problem-Solution-Fit oraz Product-Market-Fit oraz Scale jako kluczowe momenty w procesie zarządzania projektem typu start-up, w oparciu o metodykę Lean Startup:
 - Usystematyzowanie wiedzy w zakresie sposobów określania problemu biznesowego klienta oraz definiowania persony. Świadomość korzyści wynikających z podejścia „kliento-centricznego”, w tym:
 - Identyfikacja potrzeb przyszłych Klientów
 - Sposoby pozyskiwania tzw. insightów
 - Szablony dla zmapowania i opisanie persony
 - Metody definiowania problemu klienta
 - Klient vs użytkownik
 - Customer validation – sprawdzanie słuszności założeń w obszarze klienckim

- Źródła problemów – metody 5Why
 - Customer Development jako metoda wykonywania kolejnych iteracji modeli biznesowych w procesie zarządzania projektem typu start-up ze szczególnym ukierunkowaniem na pogłębienie problemu i potrzeb użytkownika (także z uwzględnieniem koncepcji jobs-to-be-done propagowanej przez Clayтона Christensena oraz modelu Value Proposition Canvas Alexa Osterwaldera),
 - Model walidacji jako przykład praktyczny zastosowania Lean Startup (eksperymenty, hipotezy, wyniki eksperymentów, iteracyjność), z uwzględnieniem takich podejść jak:
 - Pirackie Metryki - tworzenie wartości nie tylko w oparciu o standardowe grupy metryk, ale także metryki, które sprawiły, że na rynku urosły firmy takie jak AirBNB, DollarShaveClub, Instagram czy Twitter ;
 - Taktyki w obrębie „walidacji problemu” (np. PAINstorming) ;
 - Taktyki szybkiej walidacji pomysłów (np. Convergent & Divergent Thinking);
 - Taktyki szybkiego planowanie (Dynamic Planning);
 - Taktyki dynamicznego i iteracyjnego eksperymentowanie (Operational Excellence – learning feedback loop, pitch2pilot), w tym:
 - Desirability - czy ktoś tego potrzebuje?
 - Feasibility - możemy to zrobić?
 - Viability - chcemy to zrobić?
 - Taktyki prowadzenia eksperymentów w celu walidacji problemów, potrzeb, pomysłów (np. SpeedBoat, Boomerang, Feature Stub, Clickable Prototype, Mash-up)
 - Taktyki modelowania biznesowego (Business Model Innovation)
 - Zestaw programów, taktyk, narzędzi, metod usprawniających pracę zdalną w obrębie:
 - Pracy zespołów (np. virtual collaboration)
 - Prowadzenia warsztatów i sesji interaktywnych (np. visual thinking, online facilitation, remote working)
- 3) Czas trwania bloku 10h | *Metoda Lean Startup w praktyce:*
- Wizja, model biznesowy, hipoteza wartości, hipoteza wzrostu
 - Tworzenie MVP, eksperyment naukowy, badanie potrzeb klientów, archetyp klienta
 - Proces, produkt, rynek
 - Pętla tworzenie- pomiar- uczenie się
 - Pomiar i metryki, księgowość innowacyjna, decyzja: trwanie lub zwrot.
 - Jakość oprogramowania a Lean Startup. Continuous Deployment, Continuous Development w Lean Startup.
 - 5 razy Why?
 - Warsztaty

Doprecyzowanie zakresu / modelu warsztatu:

- wyznaczanie celów, działań, „kamieni milowych”, mierzenie rezultatów, monitoring, ocean ryzyka w projektach innowacyjnych, ewaluacja – wykorzystanie metodologii zarządzania projektami w praktyce, w tym:
 - w oparciu o zmapowany materiał przez uczestników warsztatu, nastąpi ekstrakt hipotez i ich przyporządkowanie do odpowiedniego obszaru istotności / krytyczności biznesowej (z użyciem narzędzia „Assumption Mapper”)
 - opisane zostaną plany eksperymentów badawczych dla hipotez w obszarze finansów i skalowania firmy,

- określone zostaną metryki i tzw. „wskaźniki sukcesu” (z użyciem Test Cards),
- zaprezentowane zostaną plany walidacji przez każdego z uczestników spotkania, w celu wymiany wiedzy, doświadczeń i weryfikacji poprawności mapowania / pracy warsztatowej.
- Wprowadzenie do MVP
 - Wyjaśnienie różnic między MVP a Produktem
 - Szeroki zestaw przykładów sposobów tworzenia MVP
 - Wstępne definiowanie MVP oraz określanie jego głównych parametrów
 - Wykorzystanie szablonów i materiałów interaktywnych w celu definiowania MVP
 - Formy MVP (np. video, broszura, landing page)
 - Low-fidelity prototype vs high fidelity prototype (różnice)
 - Sposoby walidacji MVP
 - Umieszczenie MVP w kontekście poznawanych metodyk i narzędzi (np. Lean Startup, czy BMC)
- proces ideacji oraz proces rozwoju projektu startup z wykorzystaniem kanwy tworzenia modelu biznesowego Alexa Osterwaldera (segmenty klientów, propozycja wartości, kanały dystrybucji, relacje z klientami, strumienie przychodów, kluczowe zasoby, kluczowe działania, kluczowi partnerzy, struktura kosztów),
- zrozumienie własnych motywacji i umiejętności dla lepszego prowadzenia aktywności w modelu Lean Startup,
- formułowanie problemów i potrzeb klientów będących przedmiotem walidacji,
- formułowanie propozycji rozwiązań/hipotez do dalszej walidacji,
- metodologie rozwoju innowacyjnych projektów typu startup, umożliwiające praktyczne zastosowanie modelu Lean Startup:
 - A. Paleta ponad 10 unikatowych / zwinnych metodologii rozwoju projektów innowacyjnych typu startup w środowisku innowacyjnym (przykłady: Ten types of innovation, Design Sprint, Design Thinking / Human Centred Design, Disciplined Entrepreneurship, Business Model Innovation, The Lean Product Lifecycle, Rapid prototyping)
 - B. Dostęp do ponad 20 kanw / metod wspomagających prace nad identyfikowaniem, rozwojem oraz wdrożeniem innowacyjnych projektów typu startup- zestaw kanw (toolbox)
- Innovation Accounting, obejmujący m.in.
 - Metryki, np.:
 - Stopa porzucenia: odsetek osób, które rozpoczynają dokonywanie zakupu, ale nie kończą transakcji
 - Koszt pozyskania klienta: pieniądze wydane na to, aby nakłonić kogoś do kupienia czegoś
 - Przychód w przeliczeniu na jednego klienta: wartość klienta w całym cyklu jego życia
 - Upselling: jakie czynniki skłaniają klienta do zwiększenia wydatków? Jak często się to zdarza?
 - Stabilność i niezawodność usługi: Ile skarg otrzymuje firma? Jak często zdarzają się problemy i awarie?
 - Migracja: ile użytkowników bądź klientów odchodzi w danym okresie?
 - MRR (Monthly recurring revenue): comiesięczny regularny przychód
 - Kategorie kosztów w projektach innowacyjnych, w modelu Lean Startup
 - Model Innovation Accounting – czyli pomiar finansowy skuteczności realizacji celów biznesowych
 - Innovation Accounting Dashboard, czyli matryca dla pomiaru aspektów finansowych firmy

- Wskaźniki, modelu monitorowania biznesu: ROI, burn-rate, cashflow, NPV, etc.
- Alternatywne wskaźniki rozwoju: Copulation Rate, Viral Coefficiency
- Nałożenie warstwy finansowej na BMC
- Skalowanie przedsięwzięć w modelu Lean:
 - Modele wzrostu firmy: tzw. paid engine, viral engine, sticky engine
 - Techniki i narzędzia dla skutecznego skalowania / wzrostu firmy
 - Skalowanie firmy ze wsparciem korporacji – model „open innovation”
 - Skalowanie firmy we współpracy z funduszem Venture Capital – specyfika funduszy, przykłady, modele inwestowania
 - Skalowanie firmy w modelu „stand-alone”
 - Metryki i wskaźniki dla pomiaru wzrostu (model AARRR, analiza kohortowa, etc.)
 - Wzbogacenie BMC o element skalowania biznesu

Model pracy:

Metodą główną wykorzystywaną podczas zajęć będzie metoda aktywizująca oraz oparta na działalności praktycznej, polegająca przede wszystkim na wykorzystaniu przez uczestników zajęć podejścia związanego z ich aktywnym uczestnictwem (w tym: praca w grupach, burze mózgów, prezentacja, dyskusja oraz twórcze rozwiązywanie problemów). Dodatkowo, wzmocnieniem dla powyższych metod nauczania praktycznego będzie również nauczanie teoretyczne, które to stanowić będzie nie więcej niż 30% zajęć.

Zajęcia prowadzone metodą blended-learning, łącząca metodę konwersatorium oraz warsztatów projektowych, w trakcie których studenci pracują nad własnymi projektami w grupach.