

Ieskats prototipēšanā un tās būtībā

Kas ir prototips?

Iedomātā produkta SIMULĀCIJA jeb IZMĒĢINĀJUMA MODELIS, kas palīdz labāk izprast ieceri, saņemt atgriezenisko saiti un no idejas nonākt līdz kvalitatīvam produktam.

Kāpēc to vajag?

Prototipa izveide samazina produkta izstrādes izmaksas un ieguldīto laiku. Ja attēls aizvieto 1000 vārdus, tad prototips aizvieto 10 tikšanās!

- saņemt **apstiprinājumu** piedāvājuma vērtībai reālā tirgū
- mazināt vai novērst iespējamus **riskus**
- pieņemt **labākus** lēmumus
- **komandas gara** stiprināšana!



Alfa prototips – tiek testēts komandas iekšienē

- būtiskas nepilnības (kļūdas)
- neiekļautas funkcijas
- nepilnīga dokumentācija (tehniskā specifikācija)

(1) vai tas strādās? (**proof of concept** prototype)

(2) kā tas izskatīsies? (**appearance** prototype)

Izmantotie materiāli

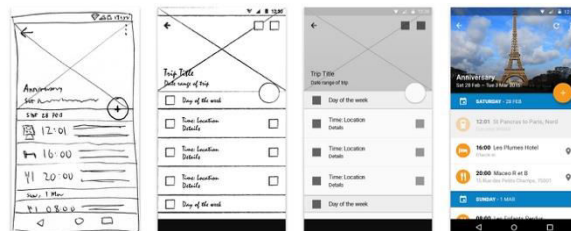
- **fiziskam veidolam** - kartons, līmlenta, putas, finieris
- **funkcionalitātes nodrošināšanai** – ierīces
- **programnodrošinājumam un funkciju kontrolei** - Arduino, Raspberry Pi, Piezzo, slēdži, sensori un grafiskie ekrāni

Izmantotās tehnoloģijas

- AutoCAD u.c. vektoru programmas
- 3D printeri
- CNC lāzerekārta / gravēšana/ frēze

Programmas lietotņu izveidei

InVision, Framer, Marvel, Origami, Sketch, Figma, Adobe XD, Proto.io



Beta prototips – augstas kvalitātes Alfa prototips tiek testēts “tur ārā” (uz fokusa grupu)

- pilna funkcionalitāte
- dizains

Mērķis:

- uzlabot produktu pirms tālākām būtiskajām investīcijām
- iespējamo risku pārvaldība
- sagatavot ražošanai

Tipiskas produkta izstrādes kļūdas

- neizmanto iespēju **lūgt padomu**
- nejaūtā par **turpmākajiem soļiem**
- neizvērtē produkta **veidošanas izmaksas**
- grib uzreiz **perfektu** (slēpē un slēpj no gala lietotāja līdz pēdējam)
- testē vienlaikus **tikai vienu** eksemplāru
- neveido **uzreiz taustāmu**, mazinot intuitīvā lietojuma iespējas

Ieskats ALTERNATĪVO BIZNESĀ MODEĻU dažādībā

Klasisks biznesa modelis: es sniedzu tirgum vērtību un man par to maksā.

Vērtība var būt **produkts** (prece vai pakalpojums) vai kādu **konkrētu biznesa procesu nodrošināšana** (piemēram, mārketinga, starpniecība, ražošana (bet ne pārdošana), augļošana utt)

Ja klasiskais biznesa modelis nedarbojas, var apskatīt **alternatīvos**.

#1 Pūļa finansējums (sabiedrība kā investors).

Sākotnējā stadijā man biznesa ideju palīdz attīstīt sabiedrība, kas "samet" starta kapitālu. Tomēr vidējā un ilgtermiņā man ir jānonāk līdz citiem ieņēmumu avotiem. **Ieskaties:** projektubanka.lv

#2 Neatkarīgs atbalsts (esi tirdzniecības partneris)

Vienojos ar kādu atpazīstamu zīmolu, ka tirgošu viņa produkciju. Peļņa veidosies no starpības starp gatavās produkcijas iepirkšanu un pārdošanu (ar uzcenojumu). Saņemto peļņu novirzīšu sava projekta finansēšanai – arī šajā gadījumā tas ir kā pagaidu variants starta kapitāla piesaistei – pie nosacījuma, ka mans partneris (zīmols) saredz vērtību manā jaunajā projektā.

#3 Korporatīvais partneris (esi daļa no uzņēmumu korporatīvās sociālās atbildības (KSA) programmas)

Ja mana tiešā mērķauditorija sakrīt ar lielo korporāciju auditoriju (piemēram, neredzīgie ir klienti arī bankām un IT uzņēmumiem), tad es piedāvāju caur savu konceptu lielajām korporācijām īstenot savu sociālās atbildības programmu – daļu no peļņas novirzīt sabiedrībai būtiskām iniciatīvām. Ja izvēlēšies šo ceļu – korporācijas gribēs redzēt to, kā spēj nodrošināt izaugsmi – aptverot lielāku auditoriju, ievācot vairāk datu, iegūstot vairāk sekotājus utt. **NB! Dati, mērogs, atpazīstamība!**

#4 Platforma (saved kopā ieinteresētās puses!)

Ja saved vienu vai vairākas puses kopā un **piedāvā savstarpējas mijiedarbības pakalpojumu** (esi platforma), tad fokusēties uz procesa kvalitātes nodrošināšanu – tas ir galvenais iemesls, kādēļ Tevi meklē kādi konkrēti tirgus segmenti. Jo grūtāk (vai dārgāk, ilgāk) savstarpēji šiem segmentiem tikties vienkop, jo lielāka Tavas platformas vērtība.

Piemērs: labdarības veikals "Otrā elpa" – pelnošs bizness, kas pelna naudu labdarībai, Facebook (ieņēmumi no reklāmu izvietošanas sociālajā tīklā)

ieņēmumus gūsti no platformas izmantošanas pakalpojuma

NB! Komanda, dati, caurspīdīgums, mērķis! Zini savu mērķauditoriju un to vajadzības!

#5 Kooperatīvs («metamies kopā»)

Cik man un manām idejām ir domubiedru? Ko mēs kopā varētu darīt? Kam mēs to visu piedāvāsim? Kā nodrošināsim procesu un rezultātu? Gūstam ieņēmumus no pārdošanas!

NB! Sadali starp dalībniekiem atbildību un peļņas daļu!

Piemērs: piedzīvojumu organizācija "Lūzumpunkts", kurā apvienojušies dažādu biedrību jaunieši

#6 Sociālie investori (aizņēmums bez %)

Vai spēju kādu aizraut ar savu ideju? Kā mēs KOPĀ padarīsim Latviju/ pasauli labāku? Vai man ir komanda un skaidrs rīcības plāns? Ko esam gatavi ieguldīt no savas puses? No kādiem ieņēmumiem atdošu sākotnējās investīcijas?

NB! Komanda, skaidrs rīcības plāns un ieņēmumi! Ne tikai nauda, bet arī padoms un kontakti!