КАК СОЗДАВАТЬ ЦИФРОВЫЕ ПРОДУКТЫ С ПОМОЩЬЮ ИИ

От идеи до первых продаж



Максим Смирнов

Как создавать цифровые продукты с помощью ИИ

«Автор»
2026

Смирнов М.

Как создавать цифровые продукты с помощью ИИ /
М. Смирнов — «Автор», 2026

Как превратить идею в цифровой продукт, который помогает людям и выдерживает проверку реальной работой? Эта книга проводит по всему пути: от разговоров с будущими покупателями до создания первой версии, проверки качества, расчёта цены и запуска продаж. Вы разберёте разные форматы: книги, руководства, таблицы, шаблоны, обучение и небольшие сервисы. Узнаете, какие задачи поручать ИИ, как замечать выдуманные факты и ошибки, проверять формулы и не обещать покупателю лишнего. Внутри есть подробные учебные примеры, разбор типичных затруднений и сквозная история создания рабочего набора. Материал рассчитан на самостоятельных авторов и небольшие команды. Администрация сайта Литрес не несет ответственности за представленную информацию. Могут иметься медицинские противопоказания, необходима консультация специалиста.

© Смирнов М., 2026
© Автор, 2026

Содержание

Введение 5
Глава 1. Что считать цифровым продуктом 6
Пять распространённых форматов 7
Где помогает искусственный интеллект 8
Продукт, проект и услуга 9
Первое упражнение: от формата к задаче 10
Глава 2. Как найти задачу, за решение которой готовы платить 11
Ищите ситуацию, а не абстрактную аудиторию 12
Начните с того, что уже знаете 13
Оцените несколько идей по одинаковым критериям 14
Отличайте интерес от намерения действовать 15
Глава 3. Разговоры, которые меняют продукт 16
Как подготовиться к беседе 17
Идите по следу действия 18
Что записывать после встречи 19
Покажите одну работу, а не весь замысел 20
Глава 4. Выберите форму и уберите лишнее 21
Формат определяется способом использования 22
Опишите завершённый путь 23
Минимальная версия не должна быть небрежной 24
Сначала вручную, затем автоматически 25
Конец ознакомительного фрагмента. 26

Максим Смирнов
Как создавать цифровые продукты с помощью ИИ

Введение

Ещё недавно, чтобы создать цифровой продукт, нужно было собрать команду или освоить сразу несколько профессий. Автор идеи искал дизайнера, разработчика, редактора, разбирался с оплатой и неделями ждал первый работающий вариант. Сегодня значительную часть этой работы можно выполнить с помощью инструментов искусственного интеллекта. Но между возможностью быстро что-то собрать и созданием продукта, за который готовы платить, попрежнему лежит расстояние.

Представьте двух людей. Оба решили сделать приложение для планирования питания. Первый попросил нейросеть придумать название, написать код и нарисовать интерфейс. Через несколько дней у него появилась красивая страница с десятками кнопок. Он показывает её знакомым и слышит: «Интересно». Но никто не возвращается к приложению на следующий день.

Второй начал с разговора с людьми, которым сложно планировать покупки. Он заметил, что их раздражает не отсутствие ещё одного списка блюд, а необходимость каждый вечер придумывать ужин из того, что уже есть дома. Вместо большого приложения он собрал простой инструмент: человек отмечает продукты, которые у него есть, и получает несколько вариантов ужина. В этом решении меньше функций, зато понятнее причина им пользоваться.

Эта книга о работе второго человека. Не о волшебной кнопке, которая сама придумывает прибыльный бизнес, и не о коллекции универсальных запросов. Мы будем разбирать путь целиком: как найти задачу, которую стоит решать; поговорить с будущими покупателями; выбрать подходящий формат; собрать первую версию; проверить её на реальных людях; определить цену и запустить продажи. ИИ поможет на каждом этапе, но ответственность за выбор, качество и обещания останется у создателя продукта.

Книга подойдёт тем, кто работает один или в небольшой команде: специалистам, которые хотят превратить опыт в продукт, предпринимателям, авторам, дизайнерам и людям без технического образования. Умение программировать пригодится, но не является обязательным условием. При этом иногда понадобится помощь специалиста: например, чтобы проверить безопасность приложения или юридические условия обработки данных.

Цифровым продуктом может быть не только приложение. Это и шаблон таблицы, и набор рабочих материалов, и электронная книга, и обучающий курс, и узкий сервис для бизнеса. Формат сам по себе не делает предложение ценным. Ценность появляется, когда человек получает понятный результат и готов отдать за него время, внимание или деньги.

Инструменты ИИ быстро меняются: появляются новые модели, меняются тарифы, ограничения и интерфейсы. Поэтому в книге важнее принципы, чем расположение кнопок. Перед оплатой сервиса или публикацией продукта проверяйте актуальные условия на официальных сайтах. А любой ответ нейросети рассматривайте как рабочий материал, который нужно оценить, проверить и довести до результата.

Глава 1. Что считать цифровым продуктом

Цифровой продукт легко перепутать с цифровым файлом. Файл существует на диске; продукт решает определённую задачу для определённого человека. Две таблицы могут выглядеть почти одинаково, но одна окажется набором пустых ячеек, а другая поможет владельцу небольшой мастерской быстро понять, сколько заказов он может принять в следующем месяце.

Разница не в количестве формул. Она в том, что во втором случае создатель изучил рабочий процесс, предусмотрел типичные ошибки и объяснил, как пользоваться таблицей. Покупателю не нужно заново собирать систему из обрывков чужих советов.

Пять распространённых форматов

Материалы для самостоятельной работы включают книги, руководства, рабочие тетради, наборы заданий и чек-листы. Их удобно создавать, когда задача требует объяснения или последовательности действий. Но информация сама по себе редко становится сильным преимуществом. Ценность повышается, когда автор помогает читателю выбрать действие, учесть исключения и проверить результат.

Шаблоны и инструменты сокращают повторяющуюся работу. Таблица учёта заказов, система планирования контента, шаблон коммерческого предложения или калькулятор стоимости помогают быстрее получить конкретный результат. Хороший шаблон не заставляет человека догадываться, что заполнять: в нём есть понятные поля, примеры и краткая инструкция.

Обучающий продукт меняет навык. Это может быть самостоятельный курс, серия коротких уроков или программа с обратной связью. Разница между курсом и папкой с видео обнаруживается на практике: ученик понимает, что делать после урока, получает возможность потренироваться и видит, по каким признакам оценивать свою работу.

Небольшой сервис выполняет задачу вместе с пользователем. Например, помогает подготовить список вопросов перед собеседованием, сравнить варианты поездки по введённым критериям или рассчитать себестоимость изделия. Сервис удобен, когда ручное выполнение задачи повторяется часто или требует сложных вычислений. Но вместе с сервисом появляются технические обязанности: поддержка, доступность, защита данных и исправление ошибок.

Подписка даёт доступ к продукту или результату на определённый срок. Это может быть обновляемая библиотека шаблонов, профессиональное сообщество или программный инструмент. Подписка уместна, когда человек получает ценность регулярно. Продавать вечный доступ к десяти неподвижным файлам как ежемесячную подписку трудно обосновать: покупатель закономерно спросит, за что платит каждый месяц.

Форматы можно сочетать. Например, продавать таблицу вместе с коротким видео о настройке, а затем предлагать подписку на обновления. Однако первое предложение должно оставаться понятным без сложной схемы. Если объяснение занимает десять минут, возможно, сам продукт ещё недостаточно определён.

Где помогает искусственный интеллект

У ИИ много ролей: он может предложить варианты структуры, помочь сформулировать вопросы, объяснить код, обнаружить противоречия в тексте или подготовить несколько направлений визуального оформления. Его удобно использовать как собеседника и помощника по черновикам.

Но он не видит реальный спрос только потому, что уверенно о нём пишет. Он может придумать исследование, назвать несуществующий закон или создать программу, которая работает на одном примере и ломается на другом. Если предложенный текст содержит цифры, ссылки или цитаты, их нужно сверять с первоисточниками. Если ИИ написал код, его нужно проверять и тестировать на типичных и ошибочных действиях пользователя.

Есть и вопрос исходных данных. Не вставляйте в запросы пароли, платёжные реквизиты, клиентские базы и личную переписку без законного основания и понимания условий сервиса. Для разбора рабочих ситуаций часто достаточно обезличенного примера: замените имена, названия и суммы, сохранив только смысл задачи.

ИИ полезен и для критики собственной идеи. Допустим, вы хотите сделать конструктор расписания тренировок. Попросите модель не хвалить идею, а перечислить, где пользователь может получить неподходящий совет и какая информация нужна для безопасного ответа. Полученный список не заменит специалиста, но поможет раньше заметить вопросы, которые нельзя оставлять без внимания.

Продукт, проект и услуга

Проект заканчивается, когда выполнен согласованный объём работы. Продукт можно предлагать многим людям, сохраняя его основу. Услуга строится вокруг личного участия исполнителя. На практике границы могут пересекаться: дизайнер продаёт готовый набор шаблонов, а отдельно предлагает настройку под конкретную компанию.

Предположим, вы помогаете мастерам маникюра оформлять записи клиентов. Если каждый раз вы вручную создаёте таблицу под нового человека, это услуга. Если изучили повторяющиеся задачи, сделали понятный шаблон и продаёте его многим, это продукт. Если затем адаптируете шаблон за отдельную плату, у вас появляется дополнительная услуга.

Продукт не обязательно полностью пассивен. Покупателям нужна помощь, иногда обнаруживаются ошибки, инструкции устаревают. Реалистичный расчёт должен учитывать поддержку и обновления. Особенно важно помнить об этом при создании приложения: код, который сегодня запускается на вашем компьютере, ещё не равен надёжному сервису для незнакомых людей.

Первое упражнение: от формата к задаче

Запишите три идеи, которые вы могли бы развить. Не начинайте с фразы «хочу сделать курс». Вместо этого закончите предложение: Я хочу помочь конкретному человеку сделать конкретное действие в конкретной ситуации. Например: Помочь начинающему мастеру рассчитать цену первой услуги, чтобы не работать себе в убыток.

Для каждой идеи ответьте на три вопроса. Кто столкнулся с проблемой на прошлой неделе? Что этот человек сделал вместо вашего решения? Как он поймёт, что задача решена? Если на третий вопрос невозможно ответить без слов станет успешнее или улучшит жизнь, сузьте результат.

Затем перечислите возможные форматы: памятка, таблица, консультация, приложение. Не выбирайте самый сложный из них заранее. Иногда двадцатиминутный разбор с человеком даст больше полезных сведений, чем месяц разработки приложения.

Глава 2. Как найти задачу, за решение которой готовы платить

Идеи часто рождаются из желания сделать что-то интересное. Это хорошее начало, но плохое доказательство спроса. Можно восхищаться технологией и не замечать, что человеку нужен более простой ответ: не новая платформа для управления жизнью, а способ вспомнить, какие документы взять на встречу.

Задача становится интересной для продукта, когда она достаточно конкретна, возникает у понятной группы людей и обходится им в деньги, время, усилия или упущенные возможности. При этом не всякая неприятность превращается в покупку. Люди могут терпеть неудобство, пользоваться бесплатным обходным способом или считать существующее решение достаточным.

Ищите ситуацию, а не абстрактную аудиторию

Формулировка предпринимателям нужны инструменты для роста ничего не сообщает о ситуации. Предприниматель с десятью сотрудниками и человек, который продаёт торты из дома, принимают разные решения и сталкиваются с разными ограничениями.

Рассмотрим более точный пример: фотограф получает заявки через несколько мессенджеров и иногда забывает ответить новым клиентам. Здесь видны участник, момент и последствия. Можно выяснить, как он сейчас записывает заявки, сколько обращений получает и что происходит, если клиенту отвечают поздно. Ответы подскажут, нужен ли ему сервис, таблица или достаточно настройки уведомлений.

Хорошая рабочая формулировка выглядит так: Когда происходит определённое событие, человек пытается сделать конкретную вещь, но ему мешает конкретное обстоятельство. Это не готовый рекламный слоган и не истина. Это гипотеза, которую следует проверить.

Например: Когда небольшая кофейня получает заказ на мероприятие, владелец пытается быстро рассчитать стоимость, но каждый раз пересчитывает ингредиенты вручную. У такого описания есть границы. Мы не обещаем автоматизировать всю кофейню. Мы изучаем один повторяющийся расчёт.

Начните с того, что уже знаете

Выпишите задачи из собственной работы, бытовых процессов и разговоров с людьми. Обращайте внимание на фразы: каждый раз приходится, постоянно забываю, не понимаю, с чего начать. Особенно полезны ситуации, где люди уже создали обходной путь: копируют данные между таблицами, хранят инструкции в переписке или каждый раз обращаются к одному знакомому за объяснением.

Собственный опыт помогает заметить проблему, но может и помешать. Вы знаете свою ситуацию слишком хорошо и легко примете личную привычку за общую закономерность. Поэтому следующий шаг обязателен: найти других людей с похожей задачей и выяснить, действительно ли она для них важна.

Можно попросить ИИ помочь расширить список гипотез. Дайте ему конкретный контекст: Я работаю с небольшими салонами красоты. Предложи десять повторяющихся задач, связанных с записью клиентов и учётом материалов. Для каждой укажи, что необходимо выяснить у владельца, прежде чем считать задачу значимой. Не просите модель выдать вам гарантированно прибыльные ниши: у неё нет доступа к реальным покупательским решениям ваших будущих клиентов.

Полученный список используйте как карту вопросов. Если ИИ пишет, что владельцы салонов теряют много денег из-за неявок, уточните: откуда это известно, что считается потерями и относится ли утверждение к вашей группе. Без проверяемого источника это всего лишь предположение.

Оцените несколько идей по одинаковым критериям

Сравните идеи по пяти признакам. Первый: насколько ясно вы можете описать человека и его ситуацию. Второй: как часто возникает задача. Третий: насколько неприятно или дорого оставить её нерешённой. Четвёртый: можете ли вы найти людей для разговора и проверки. Пятый: способны ли вы создать безопасную первую версию с доступными ресурсами.

Не превращайте оценку в точную науку. Баллы от одного до пяти удобны для сравнения, но они отражают ваши предположения. Если у вас нет данных, так и отметьте: неизвестно. Идея с несколькими неизвестными может оказаться сильной, просто её нужно исследовать раньше других.

Посмотрим на условный выбор. Есть идея универсального приложения для здоровья и идея калькулятора себестоимости для домашних кондитеров. Первая звучит масштабнее, но затрагивает чувствительные данные и может требовать профессиональной проверки рекомендаций. Вторая уже: можно поговорить с несколькими кондитерами и проверить расчёты на реальных обезличенных заказах. Это не означает, что калькулятор точно будет продаваться. Зато его предположения проще проверить с меньшими затратами.

Отличайте интерес от намерения действовать

Фраза «я бы таким пользовался» приятна, но не равна спросу. Человек может поддерживать вас из вежливости или представлять идеальные условия. Сильнее звучит другой сигнал: собеседник показывает свой текущий файл, объясняет, за что уже платит, соглашается попробовать прототип или выделяет время на следующий разговор.

Оплата тоже требует аккуратной интерпретации. Один знакомый может купить продукт, чтобы поддержать автора; одна продажа не доказывает устойчивого спроса. Смотрите на несколько признаков вместе: сколько людей сталкивается с задачей, какие решения они уже используют, готовы ли испытать ваш вариант и возвращаются ли после первого опыта.

На этом этапе не требуется убеждать всех подряд. Ваша цель в том, чтобы понять, кому продукт действительно нужен и что может помешать его использованию. Хорошее исследование иногда заканчивается отказом от идеи. Это полезный результат: вы сохраняете месяцы, которые могли бы потратить на решение несуществующей проблемы.

Возьмите одну выбранную гипотезу и подготовьте список из пяти человек, которые недавно сталкивались с такой ситуацией. Не обязательно начинать с незнакомцев, но важно не ограничиваться друзьями, которые заинтересованы вас поддержать. В следующей главе мы разберём, как провести разговор так, чтобы услышать реальный опыт, а не получить вежливое одобрение.

Глава 3. Разговоры, которые меняют продукт

Самый бесполезный вопрос будущему покупателю звучит доброжелательно: «Вам была бы интересна такая штука?» Собеседник ещё ничего не теряет, отвечая положительно. Он может представить бесплатный, безупречный инструмент, который не придётся осваивать. Создатель же услышит согласие купить именно ту версию, которую способен сделать. Так два человека заканчивают разговор с совершенно разными представлениями о достигнутом.

Полезнее вернуться к уже случившейся ситуации. «Расскажите, как вы рассчитывали последний большой заказ». Этот вопрос заставляет обсуждать события, а не фантазии. Где лежал список ингредиентов? Откуда взялась цена упаковки? Кто проверял расчёт? Что забыли? Такие подробности показывают настоящую работу, включая неудобные места, которые человек сам давно перестал замечать.

Как подготовиться к беседе

Для первых разговоров выберем условный продукт: калькулятор заказов для небольших кондитерских. На протяжении книги он будет учебным примером. Все персонажи, суммы и результаты в таких разборах придуманы для объяснения метода, а не представлены как история действующего бизнеса. Рядом мы рассмотрим и другие форматы, чтобы способ работы не оказался привязан к одной нише.

Перед встречей достаточно записать три неизвестных. Как сейчас считают заказ? Где возникают ошибки? Что должно произойти, чтобы мастер отказался от привычного способа? Не составляйте анкету из сорока пунктов. Человек начнёт торопиться, а вы будете следить за списком вместо смысла ответа. Выберите разговор продолжительностью примерно двадцать минут и предупредите, что сейчас изучаете процесс, а не продаёте программу.

Попросите разрешение делать заметки. Если нужна запись, согласуйте её отдельно и объясните, для чего она нужна и когда будет удалена. При отказе спокойно записывайте только необходимое. Для исследования не нужны имена заказчиков, номера телефонов и другие сведения, по которым можно узнать чужих клиентов. Попросите скрыть их, прежде чем смотреть рабочий файл.

Первый вопрос лучше сделать лёгким: Какие заказы у вас бывают чаще всего? Затем переходите к конкретному недавнему случаю. Общее описание помогает понять словарь собеседника, но именно детали случая позволяют проверить гипотезу. Не исправляйте термины человека. Если он называет себестоимостью сумму, в которую включает и оплату собственного труда, сначала выясните состав этой суммы. Спор о правильном слове может подождать.

Идите по следу действия

В учебном разговоре мастер говорит: «На расчёты уходит куча времени». Хочется сразу предложить автоматизацию. Вместо этого исследователь просит показать порядок действий. Оказывается, формулы занимают две минуты. Остальное время мастер ищет последние цены поставщиков и уточняет, какое украшение выбрал заказчик. Ускорение формул почти не повлияет на общее время.

Это меняет продукт. Возможно, нужен справочник цен с датой обновления. Возможно, форма сбора пожеланий клиента. Возможно, калькулятор всё-таки нужен, но только как часть более узкого процесса. Здесь и проявляется ценность исследования: оно не подтверждает красивое решение любой ценой, а помогает выбрать место приложения усилий.

Задавайте уточняющие вопросы по цепочке: что произошло перед этим, что вы сделали дальше, чем закончилось, как часто такое бывает. Если человек называет потерю денег, выясните, как она рассчитана. Заказ оказался невыгодным может означать реальный отрицательный результат, меньшую прибыль, чем ожидалось, или просто неприятное ощущение. Для разных случаев понадобятся разные инструменты.

Иногда полезнее попросить показать предмет, чем задать ещё один вопрос. Пустая копия таблицы, обезличенное коммерческое предложение, список этапов работы дают больше точности, чем воспоминания. Но отказ показать файл не является доказательством отсутствия проблемы. Человек может защищать коммерческую информацию. Тогда предложите разобрать вымышленный заказ с похожими параметрами.

Не превращайте интервью в бесплатную консультацию. Если вы десять минут объясняете, как человеку нужно работать, оставшееся время он будет отвечать с учётом ваших рекомендаций. Отделите исследовательскую часть от советов. Можно сказать: Сначала я закончу с вопросами, потом, если захотите, поделюсь наблюдениями. Так вы сохраняете качество разговора и уважение к собеседнику.

Что записывать после встречи

В заметках полезно иметь четыре поля: ситуация, действие, затруднение и подтверждение. В последнем поле находится конкретное основание вывода: показанный файл, описанный случай, согласие на проверку. Отдельно запишите свои догадки. Если мастер сказал не люблю менять программы, нельзя автоматически превратить это в вывод не готов платить. Привычка, цена и доверие являются разными препятствиями.

У каждого вывода должна быть понятная степень уверенности. Трое собеседников назвали поиск цен точнее, чем все мастера страдают от устаревших цен. Небольшая серия разговоров помогает найти закономерности и язык аудитории, но не даёт права распространять результат на весь рынок. Даже одинаковые ответы могут возникнуть потому, что вы случайно поговорили с людьми из одного сообщества.

После первых бесед составьте таблицу наблюдений без балльного спектакля. Если факт неизвестен, оставьте неизвестным. В первой колонке могут стоять проблемы, во второй число конкретных случаев, в третьей существующие способы решения, в четвёртой вопросы для следующей проверки. Такая таблица полезнее среднего уровня боли с точностью до десятых.

Попросить ИИ разобрать записи можно так: Ниже обезличенные заметки пяти интервью. Отдели факты от моих толкований. Для каждого вывода укажи, какими фрагментами он подтверждён. Не достраивай отсутствующие ответы. Затем найди противоречия и предложи три вопроса для следующего разговора. Модель поможет упорядочить материал. Решение о том, какие наблюдения считать убедительными, останется за вами.

Покажите одну работу, а не весь замысел

Следующая встреча отличается от интервью. Теперь человек получает прототип и пробует выполнить задачу. Скажите: Вот сведения о заказе. Попробуйте получить итоговую цену так, как сделали бы без меня. Не подсказывайте, куда нажать. Не объясняйте каждый экран заранее. Если вы всё время ведёте человека за руку, проверяется качество вашей экскурсии, а не понятность продукта.

Замечайте остановки. Человек долго ищет поле? Стирает пример и ломает формулу? Не понимает разницу между стоимостью упаковки за единицу и за набор? Запишите точное место. Фраза ему было сложно плохо превращается в исправление. Ввёл цену коробки в поле для количества, потому что подпись обрезалась на телефоне уже описывает причину и способ проверки.

В конце спросите, когда у человека снова возникнет такая задача и готов ли он применить инструмент на ней. Если согласен, договоритесь о конкретном случае, а не абстрактном потом. При этом не давите: отказ может быть важнее согласия. У мастера закончился сезон, привычная таблица быстрее или ваш формат не открывается на рабочем устройстве. Все три объяснения ведут к разным решениям.

Хорошее исследование заканчивается короткой записью: кому вы помогаете, какую работу облегчаете, какие свидетельства получили и что пока не знаете. Уверенности может стать меньше, зато она станет честнее. Для следующего шага этого достаточно: вы выбираете первую версию по реальным ограничениям, а не по тому, как убедительно нейросеть описала будущий успех.

Глава 4. Выберите форму и уберите лишнее

В один вечер можно придумать продукт из приложения, курса, сообщества, библиотеки материалов и персонального помощника. К утру такая идея выглядит как полноценная экосистема. Проблема обнаруживается, когда приходится сделать первый экран: непонятно, какой результат главный и с чего начать. Изобилие форматов часто маскирует отсутствие выбора.

Первая версия должна завершать одну работу пользователя. Для нашего учебного калькулятора это может быть расчёт цены конкретного заказа с сохранением понятной расшифровки. Регистрация клиентов, складской учёт, рассылка поздравлений и прогноз закупок пока остаются за пределами продукта. Они могут быть полезными, но не нужны, чтобы проверить основную пользу.

Формат определяется способом использования

Если человек принимает решение один раз, ему может хватить руководства. Если повторяет одинаковые действия, чаще подойдёт шаблон. Если на каждом шаге нужны вычисления и проверки, стоит рассмотреть инструмент. Если результат зависит от практики и обратной связи, появляется основание для обучения. Эти варианты можно сочетать, но сначала стоит выбрать основу.

Рассмотрим задачу подготовки коммерческого предложения. Руководство объяснит, как устроить аргументацию и не забыть условия. Шаблон сократит оформление. Сервис соберёт документ из введённых данных. Обучение поможет научиться разговаривать с заказчиком и защищать цену. Покупатель может хотеть всё сразу, однако создатель с ограниченными ресурсами должен понять, какую часть способен выполнить лучше всего.

У каждого формата есть скрытая цена. Файл нужно правильно открывать и копировать. Таблица может различаться в разных редакторах. Приложению нужны хранение данных, восстановление доступа и техническая поддержка. Видеоуроки неудобно исправлять после изменения интерфейса. Печатная памятка не обновляется у уже купившего её человека. Выбирайте ограничения, с которыми умеете работать.

ИИ иногда предлагает сложное приложение потому, что способен быстро написать его внешний вид. Скорость появления экрана ещё не говорит о скорости появления надёжного продукта. Прежде чем соглашаться на техническую сложность, посчитайте весь путь: доступ, ввод, вычисление, сохранение, оплата, ошибка, восстановление, поддержка. У каждой стрелки есть работа, которую кто-то должен выполнить.

Опишите завершённый путь

Напишите историю пользователя обычными словами. Мастер открывает копию шаблона, указывает состав заказа, проверяет единицы измерения, получает расчёт и сохраняет отдельный экземпляр для клиента. Здесь нет названий технологий. Зато уже можно увидеть, что должно существовать: понятная точка старта, вводные данные, проверка, результат и способ не потерять работу.

Затем у каждого действия спросите, что может пойти не так. Человек вводит граммы вместо килограммов. Закрывает страницу до сохранения. Покупает продукт на телефоне, а работать собирается на компьютере. Не имеет нужного редактора. Ошибки такого рода не являются редкой неприятностью на краю проекта: они входят в реальную историю использования.

Удобно разделить функции на необходимые для завершения работы и отложенные. К первой группе калькулятора относятся корректный расчёт, понятные единицы и сохранение результата. Ко второй может относиться смена цветовой темы. Однако доступность текста для слабовидящего человека нельзя автоматически относить к украшениям. Критерий прост: без этой возможности конкретная группа пользователей сможет выполнить обещанную работу или нет?

Запишите отказ от функций прямо в описание версии. Нет синхронизации между устройствами; история хранится в отдельном файле пользователя. Так ограничения становятся честными свойствами предложения. Их проще объяснить до покупки, чем после конфликта. Не называйте временное отсутствие функции «скоро появится», если у вас нет решения её сделать и ресурсов на выполнение.

Минимальная версия не должна быть небрежной

Слово минимальная легко превращается в оправдание. Пусть данные иногда теряются, зато идея проверяется. Пусть формула не учитывает упаковку, зато позже добавим. Но если обещан расчёт заказа, пропущенный обязательный расход меняет результат. Экономить можно на широте, а не на выполнении главной задачи.

Представьте два варианта. В первом есть красивые отчёты и пять типов диаграмм, но итоговая цена неверна при дробном количестве. Во втором один расчёт и простой лист, зато значения проверяются. Второй вариант позволяет выяснить, нужен ли людям такой способ работы. Первый проверяет лишь терпимость к ошибкам, причём за деньги покупателя.

Чтобы удержать границы, составьте короткое описание готовности. На входе список ингредиентов, их количество и закупочные цены. На выходе расшифровка прямых затрат и пользовательская наценка. Каждая сумма подписана. Пустые обязательные поля обнаруживаются. Исходные данные не меняются незаметно. Формулы не выдаются за рекомендации по налогам или управлению бизнесом.

Рядом перечислите несколько проверочных примеров, включая неудобные. Один ингредиент, несколько ингредиентов, нулевая цена, дробное количество, удалённая строка. Это не будущая полная программа проверки, а способ заранее договориться с собой, что именно вы строите. Такое описание удобно дать ИИ и исполнителю, если позже понадобится помощь.

Сначала вручную, затем автоматически

Иногда самый быстрый прототип вообще не содержит собственного приложения. Вы вручную собираете расчёт по заполненной форме и возвращаете результат. При этом честно сообщаете, что обработка ручная и сколько она займёт. Такой опыт показывает, какие данные люди готовы предоставить и понимают ли результат. Он не доказывает удобство будущего автоматического интерфейса, но проверяет важную часть предложения.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, купив полную легальную версию на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.