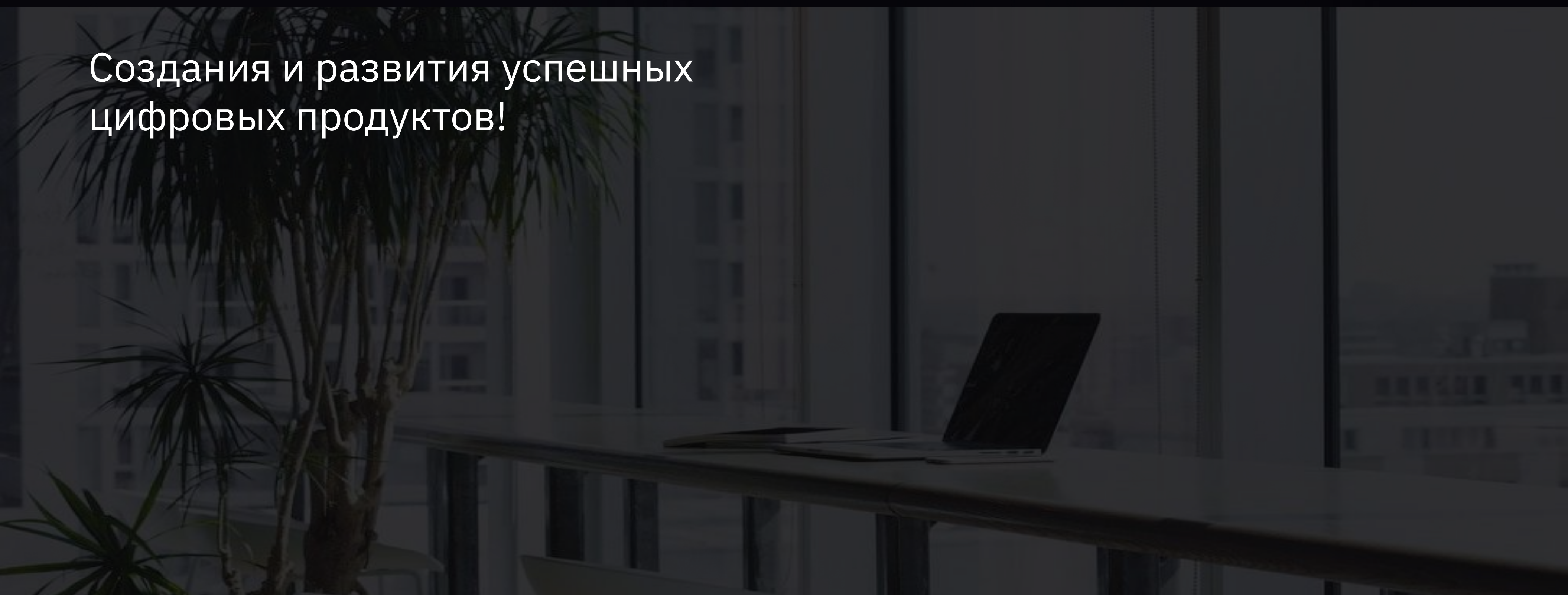


# День восемнадцатый

Создания и развития успешных  
цифровых продуктов!



## **I — Поиск идей**

- Урок №1 ■ Продуктовые исследования
- Урок №2 ■ Customer Journey Map
- Урок №3 ■ Дизайн мышление
- Урок №4 ■ Jobs to be done / Job Stories
- Урок №5 ■ ТРИЗ / АРИП

## **III — Развитие продукта**

- Урок №9 ■ AARRR / NorthStar фреймворк
- Урок №10 ■ Юнит-экономика / Метрики
- Урок №11 ■ UI/UX / Product Evolution Canvas

## **V — Взаимодействие в команде**

- Урок №14 ■ Servant Leadership
- Урок №15 ■ метод Канбан
- Урок №16 ■ Scrum фреймворк
- Урок №17 ■ Инструменты фасилитации

## **II — Валидация идей**

- Урок №6 ■ MVP / MDP
- Урок №7 ■ Problem-Solution / Validation board
- Урок №8 ■ Lean Canvas

## **IV — Управление функциональностью продукта**

- Урок №12 ■ WSJF / User Story Mapping
- Урок №13 ■ GIST /Impact / Road Planning

## **VI — Культура и организационные модели**

### **Урок №18 ■ Видение, миссия и ценности компании**

- Урок №19 ■ Модель культур Шнейдера / OKR

## **VII — Управление изменениями**

- Урок №20 ■ Кайдзен / Теория ограничений

# Видение, миссия и ценности компании

Определяем место миссии,  
видения и ценностей





# Дмитрий Васин

Chief Product Officer (CPO)

**Руководитель корпоративного  
стартап-инкубатора в HR-Tech**

Основатель русскоязычных  
сообщества фаундеров  
**[cofounder.space](#) | стартап тусовка**

Аккредитованный тренер Kanban  
University (USA ,Seattle)  
Сертифицированный Scrum-мастер

Опыт работы в топовых digital-  
агентствах на позиции руководителя

[www.dvasin.com](http://www.dvasin.com)

# Задачи

- Понять что такое Видение, миссия и ценности компании и их важность.
- Разобраться в их создании.





Ограничения

Пользовательский опыт

Бизнес-модель

Соответствие требованиям

Стратегия  
продукта

Потребности пользователей

Бизнес-цели

Сегментация клиентов

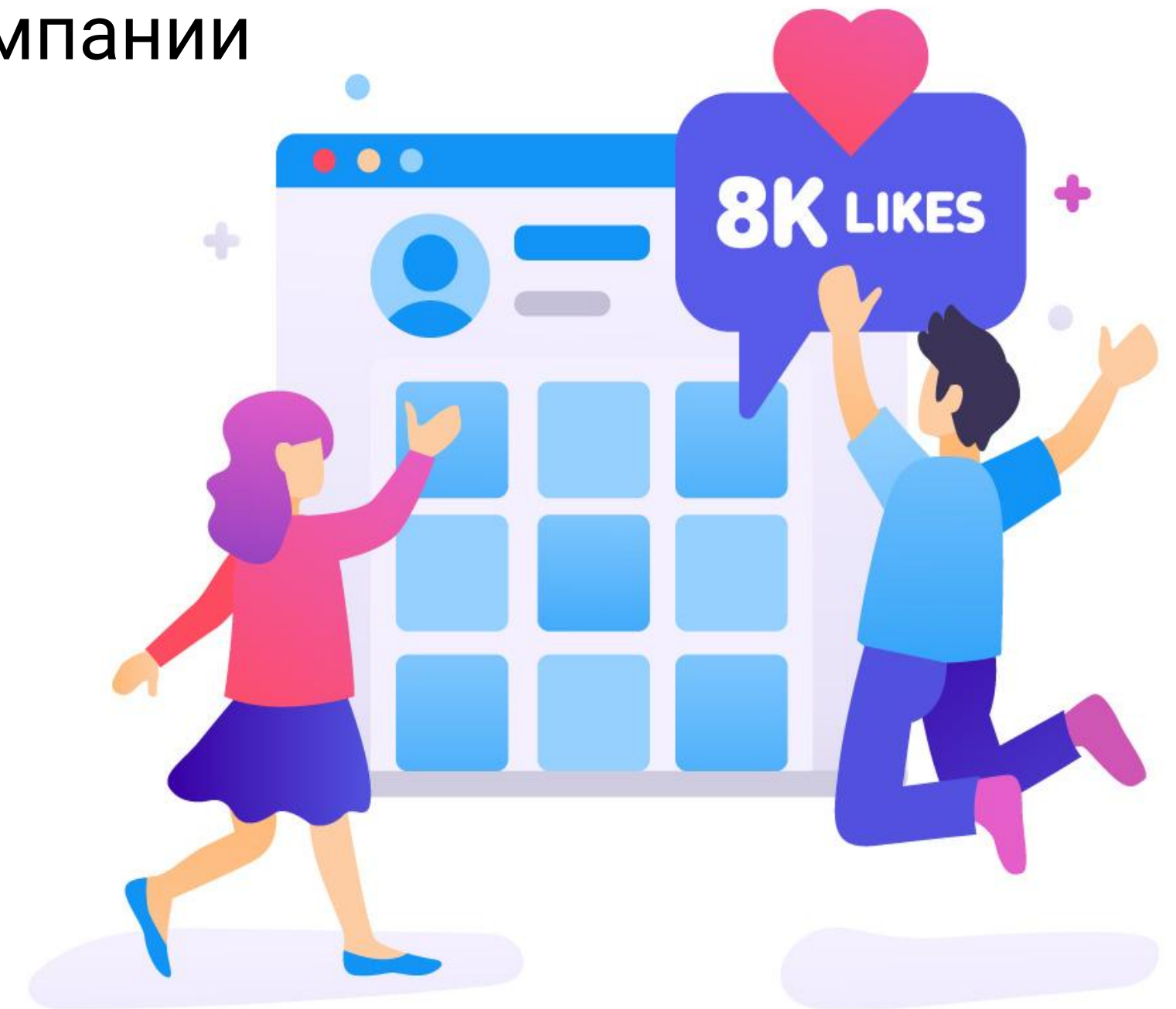
Технологии

География

Доход и прибыль

## Примерный чек-лист качеств хорошего видения продукта:

- Продукт должен ответить на вопрос или решить проблему
- Видение продукта соответствует ценностям компании
- Есть представление о продукте через 3 года;
- Видение сформулировано коротко и сладко;
- Видение мотивирует
- Видение может использоваться для принятия решения



# Видение & Миссия

**Миссия и видение** – это два элемента корпоративной философии. Как правило, они передают цель компании и чего хотят достичь в будущем.

**Видение** — это картинка будущего, то, каким идеальным представляется положения дел, к которому стремится компания.

**Миссия** является целью самого высокого уровня абстракции, контекстом остальных целей и действий.





### *Google*

**Видение** — “To provide access to the world’s information in one click.”

**Миссия** — “To organize the world’s information and make it universally accessible and useful.”

### *Amazon*

**Видение** — “To be Earth’s most customer-centric company, where customers can find and discover anything they might want to buy online.”

**Миссия** — “We strive to offer our customers the lowest possible prices, the best available selection, and the utmost convenience.”

### *Volvo*

**Видение** — “To be the most desired and successful transport solution provider in the world.”

**Миссия** — “Driving prosperity through transport solutions.”

### *Tesla*

**Видение** — “To create the most compelling car company of the 21st century by driving the world’s transition to electric vehicles.”

**Миссия** — “To accelerate the world’s transition to sustainable energy.”

## Ценности

— это то во что компания верит и придерживается.

•  
Они направляют организацию и определяют ее поведение, помогают понять что хорошо и что плохо для организации. По сути, они помогают в принятии решений указывая на то, что для организации есть ее основа.



# Спасибо!

