

ФРИИ

H.A.D.I

Москва, 2015

Презентация разработана сотрудниками ФРИИ  
При использовании материалов ФРИИ ссылка на ФРИИ обязательна.

# Дешифруем

## Hypothesis

Гипотезы, которые будем проверять

## Action

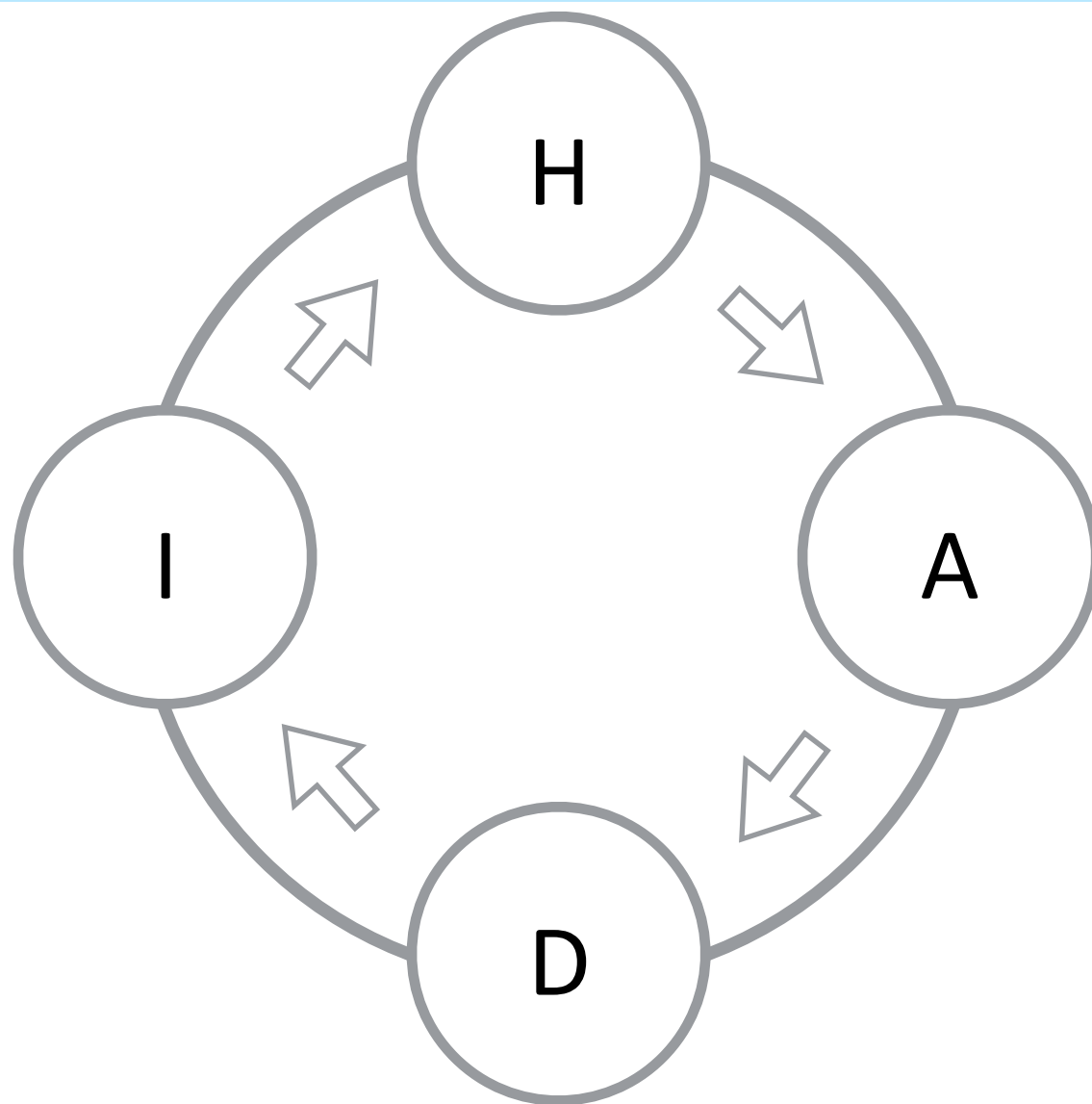
Действия, которые предпримем

## Data

Полученная бесценная информация

## Insight

Результаты анализа полученной информации



- **Итеративный подход** (англ. *iteration*, «повторение») в **разработке программного обеспечения** — это выполнение работ параллельно с непрерывным **анализом** полученных результатов и корректировкой предыдущих этапов работы. Проект при этом подходе в каждой фазе развития проходит **повторяющийся цикл**.

Суть HADI - постоянная проверка **гипотез** и анализ **результатов** этой проверки.

**Гипотеза** - то в чем вы не уверены и хотели бы проверить.


*Пока гипотеза не проверена, она является вашей **галлюцинацией**.*

## Бизнес-план

|   |                     |
|---|---------------------|
| <i>Объем рынка</i>                        | <i>10000000 руб</i> |
| <i>Средний чек</i>                        | <i>20000 руб</i>    |
| <i>Количество посетителей сайта</i>       | <i>1000000 чел</i>  |
| <i>Стоимость привлечения пользователя</i> | <i>15 рублей</i>    |
| <i>Конверсия в покупку</i>                | <i>10%</i>          |

## Бизнес-план

## Ваши гипотезы



|   |  |                     |
|---|--|---------------------|
| <i>Объем рынка</i>                        |  | <i>10000000 руб</i> |
| <i>Средний чек</i>                        |  | <i>20000 руб</i>    |
| <i>Количество посетителей сайта</i>       |  | <i>1000000 чел</i>  |
| <i>Стоимость привлечения пользователя</i> |  | <i>15 рублей</i>    |
| <i>Конверсия в покупку</i>                |  | <i>10%</i>          |



Формулируя гипотезу, подумайте, каких **результатов** вы хотите достичь.

Желательно, чтобы запланированный результат был **измеримый**. Цифры наше все.

Протестируйте свои гипотезы и посмотрите не **абсурдны** ли они.

Если ответ **логичен** - не за чем его проверять.

Не делайте ненужного. Задайте вопрос  
**«На какую метрику влияет гипотеза?»**  
Если ни на какую - не делайте этого!

В идеале, HADI цикл должен способствовать **передвижению из одной ячейки трекшн-карты в другую.**

Ценностное предложение сформировано

Проблема подтверждена

Готов MVP

Решение подтверждено

Есть 1-я продажа руками

Не проверяйте одновременно те гипотезы,  
что **бьют в одну цель.**

*Например: Изменили описание продукта на сайте и сделали другую систему оплаты. Количество покупок упало. **Почему??***

Сколько гипотез проверять?

- Чем больше, тем лучше!

*Но не забывайте про предыдущий пункт...*

Выбирайте правильный интервал для проверки гипотез.



**гипотеза**

---

**Инструмент для проверки гипотез.**

**Мы верим что...**

**для того чтобы это проверить мы сделаем...**

**померяем...**

**Мы правы если...**

## гипотеза

---

Инструмент для проверки гипотез.

**мы верим** что люди будут платить 1000 рублей за наш сервис

**для того чтобы это проверить мы** запустим симулятор продаж на нашем сайте

**померяем** конверсию из посетителей в покупатели

**мы окажемся правы если** конверсия составит не менее 8%

**Action** - действия для проверки сформулированной гипотезы.

**Data** - информация, полученная в процессе исследования.

*Не бывает плохой информации, бывает неправильный анализ*

**Insight** - результаты анализа полученной бесценной информации.

*Пожалуй, самое важное в цикле H.A.D.I. то, ради чего все затевалось.*

## Что дальше?

Что делаем, если гипотеза подтвердилась, а что – если нет?

*Тщательно планируем дальнейшую работу исходя из полученных результатов.*

Закончили цикл - и начинаем  
формулировать **НОВЫЕ ГИПОТЕЗЫ.**

фрчч

Вопросы?

Москва, 2015