

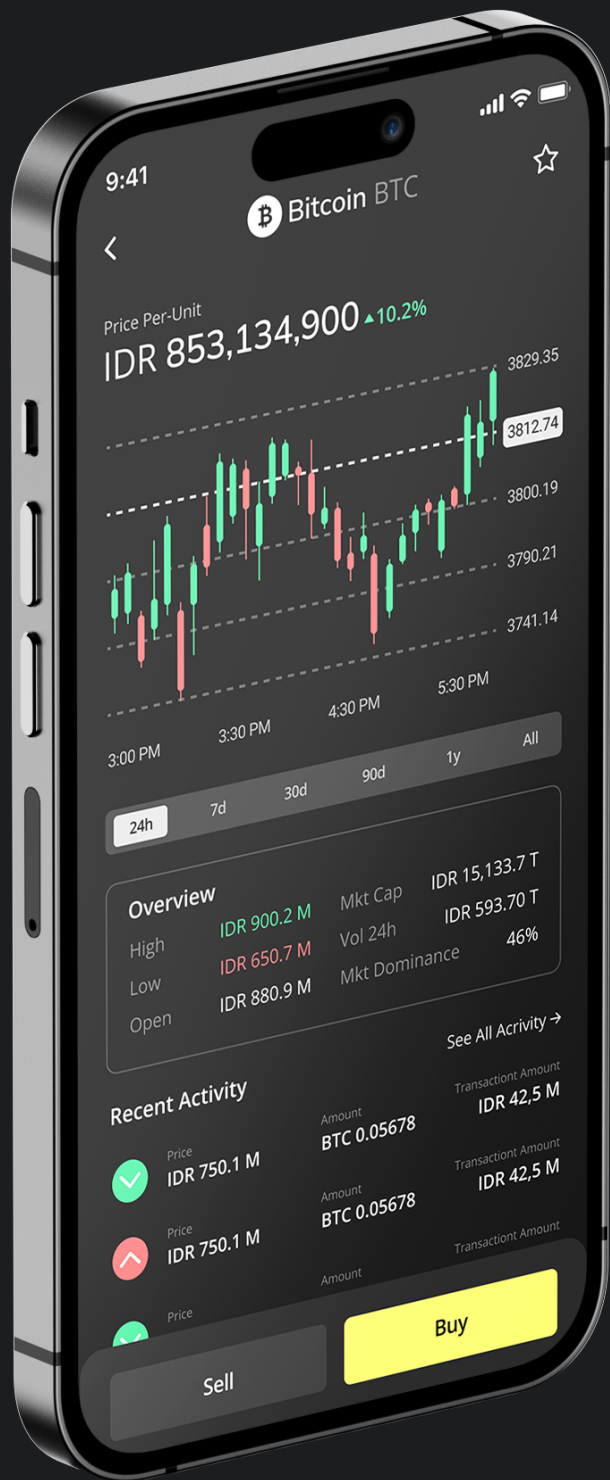
Produktentwicklung

Vom Konzept zur finalen
Produktausarbeitung

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	4
2. Was bedeutet Product Discovery und warum ist sie von großer Bedeutung?	6
3. Stadien der Produktentdeckung	8
3.1. Ideenfindung & Marktanalyse	8
3.2. Überprüfung der Produktvalidität	13
3.3. Strukturierung & Projektorganisation	16
3.4. Erstellung von Prototypen & Design	21
4. Beendigung der Produktentdeckung	24
5. Zusammenfassung der Hauptergebnisse der Produktentdeckung	27
6. Schlussfolgerung	29

Über emjul/Kontaktinformationen



9:41

Bitcoin BTC

Price Per-Unit
IDR 853,134,900 ▲10.2%



24h 7d 30d 90d 1y All

Overview
High **IDR 900.2 M** Mkt Cap **IDR 15,133.7 T**
Low **IDR 650.7 M** Vol 24h **IDR 593.70 T**
Open **IDR 880.9 M** Mkt Dominance **46%**

Recent Activity [See All Activity →](#)

Price	Amount	Transaction Amount
✓ IDR 750.1 M	BTC 0.05678	IDR 42,5 M
⬇ IDR 750.1 M	BTC 0.05678	IDR 42,5 M
⬆ IDR 750.1 M	BTC 0.05678	IDR 42,5 M

Sell Buy

1. Einführung

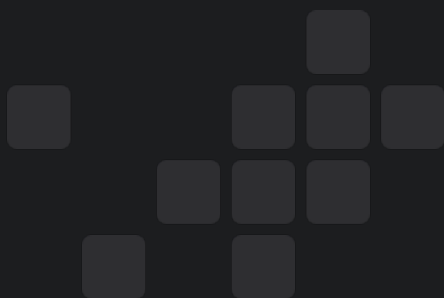
Die Entwicklung eines Produkts stellt eine anspruchsvolle Herausforderung dar.

Es bedarf beträchtlichen Engagements, intensiver Recherche sowie erheblicher Investitionen von Zeit und Geld, unabhängig davon, um welche Art von Produkt oder Funktion es sich handelt. Oftmals werden Produkte überhastet oder mit einer unzureichenden Herangehensweise entwickelt, was häufig nicht die gewünschten Resultate liefert.

Teams neigen oft dazu, sich mehr auf die Programmierung zu konzentrieren, während Forschung und Validierung von Ideen oft vernachlässigt werden. Das führt dazu, dass der Fokus vorwiegend auf «Nice-to-have»-Funktionen liegt, anstatt sich auf diejenigen zu konzentrieren, die wirklich benötigt werden.

Projekte starten oft mit realistischen Erwartungen, aber irgendwann bricht der Ablauf zusammen, Änderungen in den Prioritäten treten auf, Fristen werden überschritten oder Budgets werden umverteilt. Dies geschieht, weil die Anforderungen nicht gründlich und umfassend verstanden werden, was nur durch eine gründliche Produktentdeckung erreicht werden kann.

Dieses Dokument begleitet Sie durch die verschiedenen Etappen der Produktentdeckung, um effektive und erfolgreiche Produkte zu entwickeln.





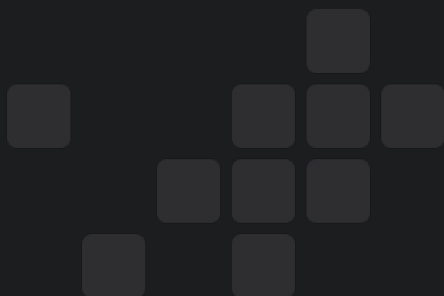
90% aller Neugründungen scheitern aufgrund mangelnder Nachfrage für ihre Produkte.

1. Planung und Analyse des Marktes
2. Überprüfung der Produktfunktionalität
3. Gestaltung von Strukturen und Projektentwicklung
4. Entwurf und Erstellung von Modellen

2. Was bedeutet Produktentdeckung und warum ist sie von großer Bedeutung?

Das starre Festhalten an einer Konzeption vernebelt oft den klaren Blick auf das Projekt. Zahlreiche Firmen umgehen gänzlich die Evaluation von Bedarf und Wert und stürzen sich direkt in die Produktentwicklung. Das Endergebnis mag innovativ sein, jedoch wurden nicht alle für den Markt relevanten Aspekte hinterfragt. Jedes Unternehmen hat unterschiedliche Vorstellungen, Ziele und Tech-Stapel. Trotz dieser Diversität ist die Produktentdeckung für alle gleichbedeutend: Fehlt der Nachweis für den Marktwert Ihrer Lösung, riskieren Sie die Entwicklung eines kostspieligen Produkts, für das kein Bedarf besteht.

Durch eine gründliche Produktentdeckung gewährleisten Sie zweifellos die Entwicklung des passenden Produkts für die geeignete Zielgruppe, welches später erfolgreich implementiert und eingeführt werden kann.





Die Produktentdeckung ist ein zyklischer Vorgang, um den Marktbedarf für Ihr Produkt zu erkennen. Ihr Ziel ist es, die folgenden Fragen zu klären:

Welches Produkt sollte kreiert werden?

Existieren potenzielle Kunden, die Interesse an diesem Produkt zeigen?

Ziele der Produktentdeckung:

- Festlegung der Unternehmensziele, Anforderungen und Produktvorstellungen
- Senkung der Entwicklungsgebühren
- Erkennung und Minimierung potenzieller Risiken
- Ausarbeitung einer Produktarchitektur, die auf Ihre Unternehmensziele abgestimmt ist
- Erstellung eines detaillierten Zeitplans für die Produktentwicklung

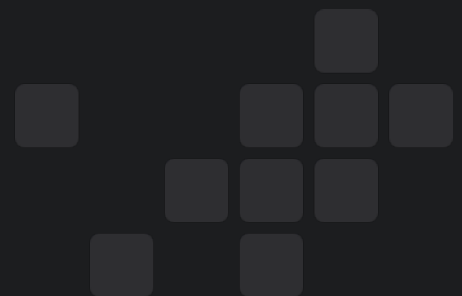
3. Stadien der Produktentdeckung

3.1. Ideenfindung & Marktanalyse

Es geht hierbei um die Festlegung des Umfangs eines Projekts. Unser Hauptziel besteht darin, Informationen über das Projekt zu sammeln und zu analysieren. Zudem prüfen wir, ob Ihr Produktkonzept stabil, umsetzbar und funktional ist.

Die Notwendigkeit einer Produktentdeckung für Unternehmen:

45% der Softwareprojekte verbrauchen mehr Ressourcen als geplant. 42% der Startups versagen aufgrund eines mangelnden Bedarfs an ihrem Produkt auf dem Markt. 56% der IT-Projekte erfüllen nicht die erwarteten Anforderungen des Endbenutzers.



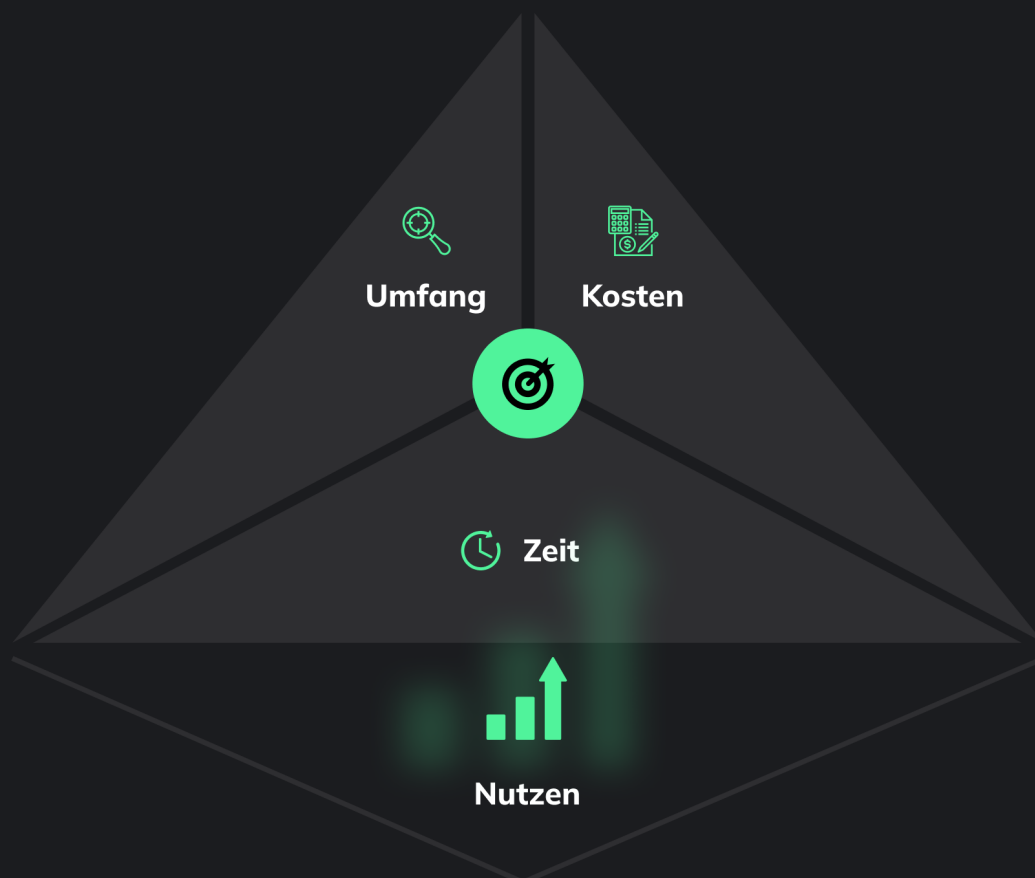
Unser erster Schritt beinhaltet eine gründliche Untersuchung des Produkts, der Konkurrenz und des Geschäftsmodells, um Antworten auf die folgenden Fragen zu erhalten:

1. Welche Herausforderungen beabsichtigen Sie mit Ihrem Produkt anzugehen?
2. Wer sind Ihre Zielgruppen?
3. Welche Optionen nutzen diese zurzeit?
4. Wie, wann und wo setzen sie diese ein?
5. Welche Hindernisse begegnen den Kunden dabei und wie können sie zu Ihrer Lösung wechseln?
6. Welche Verbesserungen planen Sie, um das Leben Ihrer Kunden zu erleichtern?
7. Wer zählt zu Ihren Wettbewerbern?
8. Worin liegt Ihr Alleinstellungsmerkmal im Vergleich zu Ihren Konkurrenten?
9. Welche Schlüsselfunktionen wird Ihr Produkt bieten?
10. Wie beabsichtigen Sie, damit Gewinne zu erzielen?
11. Warum sollte jemand Ihr Produkt anderen vorziehen?
12. Ist der aktuelle Zeitpunkt günstig, um Ihr Produkt auf den Markt zu bringen?
13. Gab es in der Vergangenheit ähnliche Entwicklungsversuche?
14. Was waren die Fehler dabei?
15. Mit welchem zeitlichen und finanziellen Aufwand ist für ein derartiges Projekt zu rechnen?
16. Lässt sich die Produktentwicklung innerhalb Ihres Budgets realisieren?

Nachdem all diese Fragen beantwortet wurden, haben wir ein klares Bild davon, was Sie planen zu errichten. Jetzt werden von unseren Geschäftsanalysten die Merkmale des Produkts festgelegt und gegebenenfalls mit Ihnen an neuen Ansätzen und Ideen gearbeitet, um Ihr Produkt weiter zu verbessern.

Definition der Erfolgsindikatoren

In diesem Stadium kooperieren Geschäftsanalysten eng mit Ihnen, um festzustellen, wie ein erfolgreiches Ergebnis des Projekts sowohl für Sie als auch für Ihre Endnutzer und potenziellen Stakeholder in messbaren Zahlen aussehen könnte.



Ergebnisideale:

- Einhaltung des Budgets
- Rechtzeitige Lieferung
- Realisierung der Design-Vision
- Erfüllung mit stolzer Arbeitsleistung
- Erhöhte Teammoral

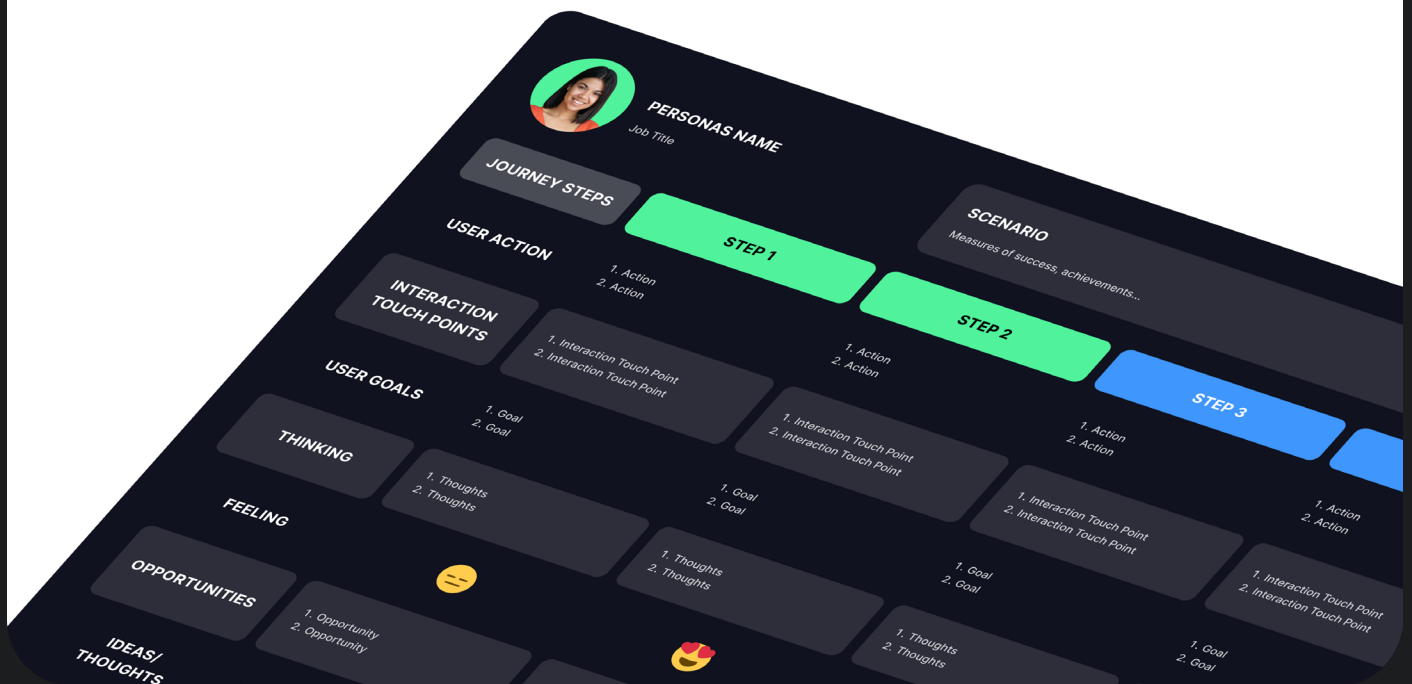
=> Eindrucksvolles Kundenerlebnis

Zu Vermeiden:

- Übersteigende Kosten
- Zeitliche Verzögerungen
- Qualitätsminderung
- Abstriche am Design
- Geringe Moral
- Vertrauensverlust
- Verringerter Gewinn

=>Eher enttäuschendes Kundenerlebnis





Hochmoderne Customer Journey Maps

Hier präsentieren wir eine oder mehrere Customer Journeys. Dies ermöglicht eine Analyse, wie Ihr Produkt die Nutzer anspricht. Jede Customer Journey Karte (CJK) enthält eine spezifische Kundenpersona, ein Szenario, Ziele und ist in mehreren Phasen unterteilt. Durch die getrennte Betrachtung jeder Phase können wir genau bestimmen, was einem Benutzer wie und wann präsentiert werden muss. Dies trägt dazu bei, sowohl das Produkt selbst als auch die Benutzerumstellung zu verbessern. Ausführliche CJKs unterstützen Sie außerdem dabei, einen besseren Produkt-Markt-Fit (PMF) zu erzielen, indem Sie sich auf Merkmale konzentrieren, die sich von Ihren Wettbewerbern unterscheiden und hervorheben.

3.2. Überprüfung der Produktvalidität

Das Ziel der Produktvalidierung besteht darin, potenzielle Fehler in Ihrer Idee oder Vision zu identifizieren. Anschließend erhalten Sie konkrete und umsetzbare Empfehlungen zur Optimierung Ihres Produktkonzepts.

The RAT (Riskiest Assumption Test)

In dem Kern einer Produktidee liegt die feste Überzeugung, dass eine spezifische Nachfrage existiert, welche auf eine besondere Weise erfüllt werden kann. Diese Produktidee ist gewoben aus Hypothesen. Während dieses Stadiums werden die Hypothesen herausgefiltert, die den größten Einfluss auf Ihr Produkt haben könnten.

Parallel dazu wird das Feedback der Nutzer gesammelt und die Machbarkeit der Idee untersucht, noch bevor das Produkt den Markt betritt. Zur Überprüfung der Hypothesen bedienen wir uns sowohl quantitativer als auch qualitativer Forschungsmethoden.

Die quantitative Forschung gestattet es uns, verallgemeinerbare Fakten zu ermitteln und Theorien zu validieren oder zu widerlegen, während die qualitative Forschung uns ermöglicht, tiefgreifende Einblicke in verschiedene Facetten zu erlangen. Gewagte Vorhaben bringen große Risiken und sogar größere Unsicherheiten mit sich.

Unser Ziel liegt dabei darin, Ihre Risiken zu minimieren, indem wir Unsicherheiten beseitigen und die gewagtesten Theorien überprüfen.

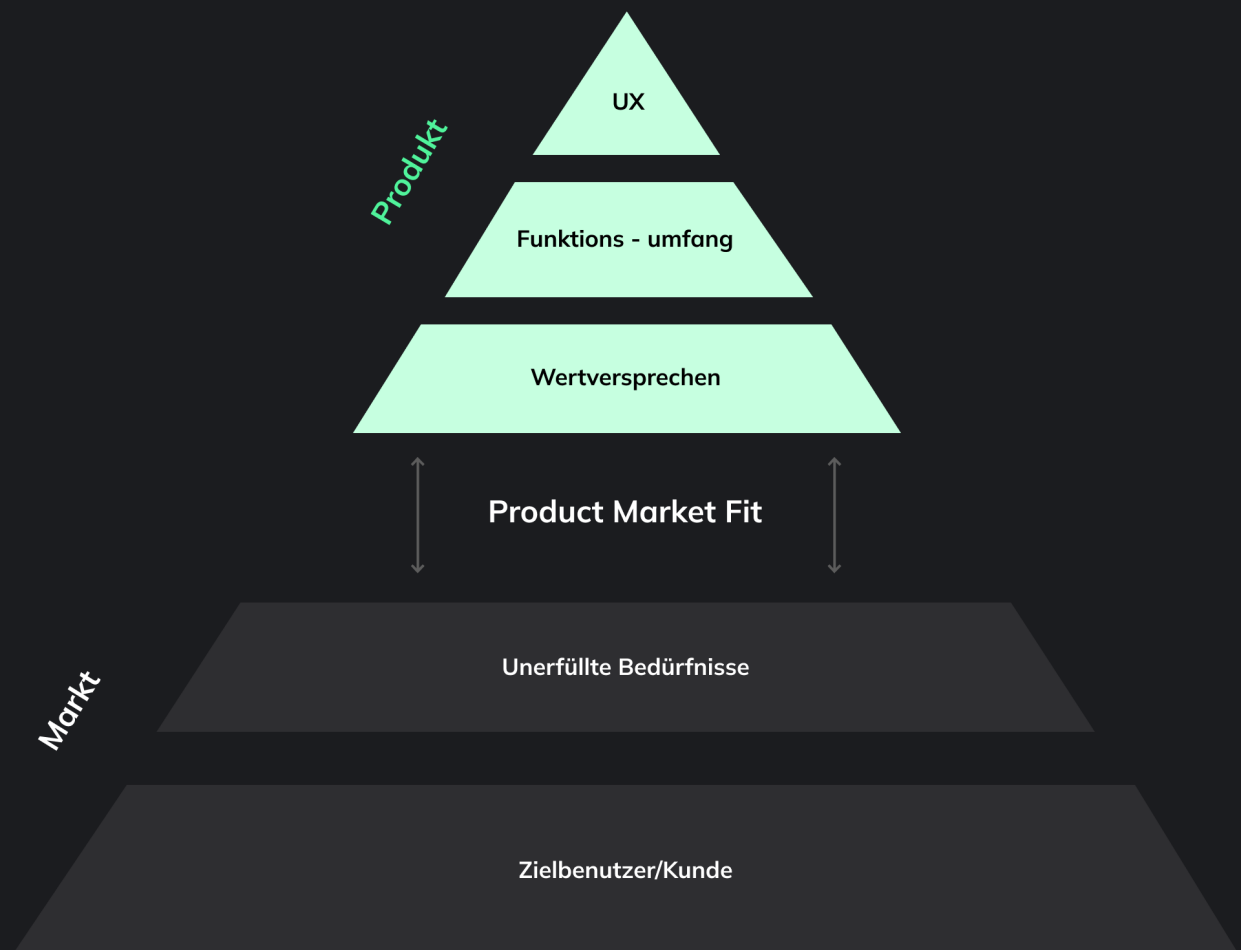
Nutzeruntersuchung

Während dieses Prozesses wird eine sorgfältige Analyse des individuellen Verhaltens der Nutzer durchgeführt. Dies ermöglicht es, ein präzises Verständnis für deren Handlungen, Bedürfnisse und Motivationen zu gewinnen, was von entscheidender Bedeutung sowohl für die Produktentwicklung als auch für das Design ist.

- Usability-Tests bilden einen integralen Bestandteil bei der Untersuchung von Nutzerverhalten.
- Des Weiteren stehen diverse andere Verfahren zur Verfügung, um Einblicke in das Nutzerverhalten zu gewinnen.
- Die Analyse von Nutzerverhalten liefert essenzielle Erkenntnisse, die für die Gestaltung von Bedeutung sind.
- Der UX-Prozess beginnt mit der Erforschung des Nutzerverhaltens und endet mit der Designumsetzung.
- Durch die Untersuchung des Nutzerverhaltens können Probleme erkannt und behoben werden. Ziel der Nutzerforschung ist es, die Bedürfnisse der Nutzer zu erkennen.

Produkt-/Marktanpassung

Die Analyse des Produkt-Markt-Fits ist ein verlässlicher Ansatz, um im Vorfeld der Markteinführung die Erfolgsaussichten eines Produkts einzuschätzen. Durch die Untersuchung des Marktes und die Berechnung Ihres PMF bieten wir Empfehlungen zur Verbesserung an.



3.3. Strukturierung & Projektorganisation

In diesem Stadium dreht sich alles darum, die optimale technische Lösung für das Produkt zu finden, um sicherzustellen, dass es zukunftsfähig und anpassungsfähig bleibt.

Ökonomische Machbarkeit

Wir schätzen grob ab, ob die Idee als Ganzes umsetzbar ist und stellen uns dabei die Frage: Macht es aus wirtschaftlicher Sicht Sinn, das Produkt zu entwickeln?

Konzept einer Microservices-Architektur

Hier schließen wir die Kluft zwischen Planung und Realisierung, indem wir sämtliche Funktionen zusammenführen, kategorisieren und priorisieren, um sie dann in Microservices zu zerlegen.

Durch diese Herangehensweise erreichen wir Folgendes:

- Verbesserte Skalierbarkeit
- Effektivere Fehlerisolierung und widerstandsfähigere Anwendungen
- Unabhängige Auswahl von Programmiersprachen und Technologien
- Erhöhte Datensicherheit und Compliance
- Schnellere Markteinführung und Zukunftsfähigkeit
- Erhöhte betriebliche Agilität und Unterstützung für DevOps
- Nach dem erfolgreichen Durchlaufen der Produktvalidierung bei unseren Experten bei emjul können Sie vollkommen sicher sein, dass Ihr entwickeltes Produkt den Anforderungen der realen Welt entspricht.

Definition des Lösungstapels

Für Ihr Projekt definieren Lösungsarchitekten alle benötigten Technologien, wobei die Anzahl auf ein Minimum reduziert wird. Dies geschieht unter Berücksichtigung von Sicherheits- und Skalierbarkeitsaspekten.

Anforderungen des minimalen funktionsfähigen Produkts (MVP) & Fahrplan

Bei diesem Schritt wird festgelegt, welche Eigenschaften und Mikrodienste im MVP umgesetzt werden müssen. Danach wird ein konkreter Zeitplan, bekannt als die Straßenkarte, erstellt.

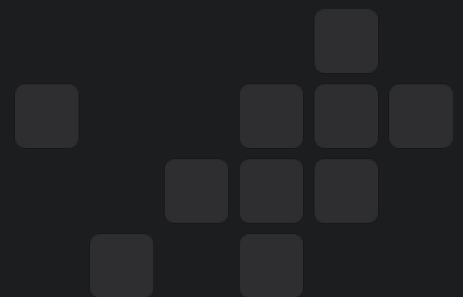
Das Ziel besteht darin, 80% des Produkts mit nur 20% des Entwicklungsaufwands zu erreichen.

Vorläufige Planung des Projekts

Die Betonung liegt auf der Priorisierung von Funktionen und Mikrosystemen, um sicherzustellen, dass diejenigen mit höchster Dringlichkeit zuerst umgesetzt werden. Darüber hinaus wird eine strukturierte Roadmap erstellt, die die Abfolge der Entwicklungsphasen jedes Systems festlegt, sowie die aktuellen und zukünftigen Schritte skizziert. Dieser Ansatz gewährleistet eine reibungslose Umsetzung, ohne dass Verzögerungen aufgrund unerwarteter Mikroservice-Abhängigkeiten oder Nachbesserungen während der MVP-Phase auftreten.

Einschätzung von Kosten und Zeitrahmen

Um sicherzustellen, dass Sie einen umfassenden Überblick über die zeitliche Planung und die benötigten finanziellen Mittel erhalten, wird eine Kalkulation der Umsetzungszeit und der Kosten für sowohl das MVP als auch die kommenden Entwicklungsphasen durchgeführt.



Arbeitsablauf während der Produktentdeckung

1. Analyse von Erfordernissen (Interessengruppen, Markt, Konkurrenz, Trends, Herausforderungen)
2. Strukturierung von Konzepten
3. Durchführung eines Workshops zur Generierung von Grobanforderungen
4. Erstellung des Erstlingsprototyps
5. Erprobung & Einholen von Nutzerfeedback
6. Festlegung des Arbeitsumfangs
7. Technische Vorbereitung für Entwicklungsarbeiten (Technische Dokumentation, Code-Prüfung, Mikrodienste, Architektur)
8. Erstellung einer Entwicklungs-Roadmap mit Zeit- und Kostenabschätzung

3.4. Erstellung von Prototypen & Design



Wireframe-Entwicklung

Beim Erstellen von Entwurfsskizzen werden die grundlegenden Designkonzepte festgelegt.

Skizzen ermöglichen es uns, verschiedene Ansätze für verschiedene Seiten und Benutzerflüsse zu testen. So können wir intuitive, ansprechende und reaktionsschnelle Designs entwickeln, die Ihren Kunden ein unvergessliches Erlebnis bieten. Außerdem können wir mithilfe von Skizzen schnell und unkompliziert verschiedene Designideen und Bildschirmflussvarianten ausprobieren, um effektiv Designs für Ihr Produkt zu entwickeln.

Anklickbare Prototypen

Während dieses Abschnitts wird ein Konzeptmodell Ihrer Anwendung mit spezifischen Nutzerabläufen erstellt. Dieser Vorgehensweise ermöglicht es Stakeholdern und speziell ausgewählten Endanwendern, Ihre Anwendung zu erproben und zu erleben, wie sie funktioniert - ganz ohne programmierbaren Code.

Dieser Prozess enthüllt häufig verborgene Schwachstellen im Benutzererlebnis und im geplanten Gestaltungskonzept, die sonst möglicherweise übersehen würden.

Aufgrund der Ergebnisse entscheiden wir uns, Modifikationen an der Benutzeroberfläche sowie der Verbindungslogik vorzunehmen und den anklickbaren Prototyp zu optimieren.

Analyse und Verbesserung von User Experience (UX)

Die gesammelten Informationen werden angewendet, um die Benutzeroberfläche anzupassen und die Nutzererfahrung so zu gestalten, dass die Kunden Ihres Produkts einen deutlichen Nutzen erfahren.

Durch die Erstellung von Grafiken für jeden Nutzerablauf wird veranschaulicht, wie dieser optimiert werden kann und wie er mit anderen Abläufen verknüpft wird, um eine benutzerfreundliche Erfahrung zu schaffen.

Markenidentitätsgestaltung

In unserer gegenwärtigen Ära genügt es nicht mehr, wenn ein Artikel lediglich seinen Zweck erfüllt. Er muss den Nutzer regelrecht faszinieren. Auf diese Weise hinterlässt er eine unvergessliche Spur.

Unser Ziel ist es, das Unternehmensimage zu verfeinern, um eine emotionale Bindung zwischen Ihrer Marke und Ihren Kunden zu schaffen und sie markant sowie unverwechselbar zu gestalten.

Am Schluss erhalten Sie ein Dokument, das einfach zu befolgen ist und Ihnen dabei hilft, eine einheitliche Markendarstellung in allen Ihren Präsentationen, Verkaufsmaterialien, Websites und sämtlichen Marketingkommunikationen zu gewährleisten, wo auch immer Ihre Kunden Sie wahrnehmen.

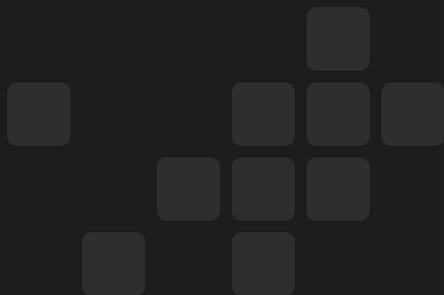
Stilhandbuch

Der Sinn eines Stilhandbuchs besteht darin, ein eigenständiges Erscheinungsbild Ihres Produkts zu entwickeln. Diese Darstellung wird präzise auf Ihr Identitätsdesign abgestimmt, um das angestrebte Markenimage zu vermitteln und die gesamte Kundenerfahrung zu optimieren.

4. Beendigung der Produktentdeckung

Nachdem die Produktentdeckung abgeschlossen ist, haben wir nun eine klare Vorstellung von der Architektur, dem Tech-Stapel, der Benutzeroberfläche und den wichtigsten Funktionen. Wir verstehen den Markt gut, kennen die Nachfrage und wissen, wie wir uns darin positionieren können.

Eine zeitliche Roadmap für die Umsetzung jedes einzelnen Microservices und jeder Funktion hilft uns, den Umfang des Projekts besser zu erfassen. Diese Planung umfasst auch eine Schätzung der Arbeitsstunden für das Minimalprodukt (MVP) sowie für die anschließende Entwicklung. Alles ist letztendlich bereit, um einen geordneten und reibungslosen Start der Entwicklung zu gewährleisten.





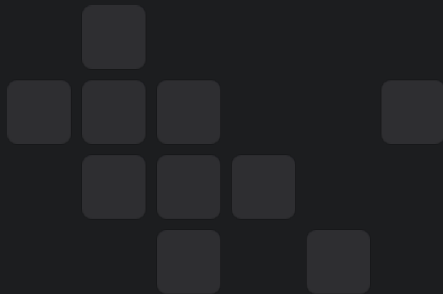
5. Zusammenfassung der Hauptergebnisse der Produktentdeckung

Entwicklung und Marktanalyse

- Festgehaltene Produktvision
- Analyse des Marktes
- Wettbewerbsbericht
- Klare, quantifizierbare Erfolgsmetriken
- Customer Journey Darstellungen
- Brainstorming-Session: Ideenprüfung

Validierung von Produkten

- Resultate des Riskantest Annahmen-Tests (RAT)
- Dokumentation zum Produkt-Markt-Passung
- Analyse der Nutzerforschung
- Wirtschaftlichkeit-sbericht
- Gespräch mit unseren Unternehmensberatern



Architektur und Planung von Projekten

- Strukturierung von Mikrodiensten
- Festgelegte Technologie-Stapel
- Planung für die Entwicklung des minimalen funktionsfähigen Produkts
- Wegweiser für das MVP
- Vorläufiger Fahrplan für das Produkt
- Einschätzung der zeitlichen und finanziellen Rahmenbedingungen

Prototypen und Design

- Entwicklung von Wireframes
- Anklickbare Prototypen der App/ Plattform
- Designvorgaben für das Produkt
- Gestaltung der Identität
- Nutzererlebnisablauf

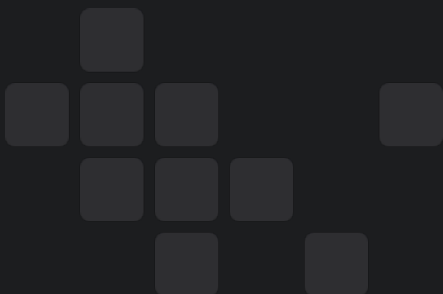




6. Schlussfolgerung

Ein tieferes Verständnis der Kundenbedürfnisse ermöglicht es Ihnen, Produkte zu entwickeln, die von zukünftigen Kunden gewünscht und benötigt werden.

Durch die Produktentdeckung können Sie über «Nice-to-have»-Merkmale hinausgehen und Lösungen anzubieten, die ein Problem effektiv adressieren.



Über emjul

Wir sind emjul – deine Experten für digitale Lösungen in den Bereichen Fintech, Real Estate und Asset Management.

Mit einem starken Fokus auf künstliche Intelligenz und der Implementierung der Blockchain-Technologie gestalten wir einzigartige Erlebnisse, indem wir Ideen, Kreativität und Technologie miteinander verschmelzen.

Unsere Arbeit basiert auf Spitzentechnologie und kreativem Know-How, um durch innovative Ansätze nicht nur Ziele zu erreichen, sondern auch unentdeckte Potenziale zu erschließen.



Sergej Hermoni

Geschäftsführer

sergej@emjul.de

+ 49 174 53 59 869

Emjul GmbH, Am Friedrichshain 22,
10407 Berlin - Prenzlauer Berg