

المحاضرة 04: مشروع تخرج بما يتوافق مع القرار الوزاري رقم 1275

مقدمة:

بغرض تمكين الطلبة حاملي المشاريع المبتكرة، ومن باب تسهيل عملهم في صياغة وكتابة براءات اختراعهم والانتقال من مجرد أفكار إلى اختراع متكامل بتفاصيل ومعلومات توضح الجوانب الابتكارية للمشروع ومدى جاذبيته وسلامة التسلسل المنطقي للأفكار تقترح اللجنة الوطنية التنسيقية لمتابعة الابتكار وحاضنات الأعمال هذا الملف الذي يعتبر بمثابة دليل للطلاب لصياغة مذكرته ضمن القرار الوزاري رقم: 1275 شهادة – براءة اختراع.

المؤسسة الناشئة هي منظمة حديثة ومبتكرة، تسعى جاهدة لإيجاد سبل تجعل أعمالها مربحة على المدى البعيد، بهدف زيادة إيراداتها بشكل متسارع، وتتطلع إلى أن تكون شركة كبيرة. يفهم من مصطلح Start-up حرفيا بأنه يشير إلى بدء العمل ، حيث يرتبط هذا بفكرة تجربة نشاط جديد في سوق جديد، مع الاعتراف بوجود خطر يصعب تقييمه.

• القرار الوزاري 1275 الأهداف وخطوات التنفيذ:

في إطار جهود السلطات العمومية لنشر ثقافة العمل الحر بين طلبة الجامعات لتعزيز فرص تشغيل خريجي الجامعات، عوض الحصول على شهادة فقط من أجل التوظيف المباشر، يمكن لطلبة الجامعات حملة المشاريع انتهاز المسار المقاولاتي للإنشاء مؤسسات تمكنهم من خلق مناصب لهم ولغيرهم من البطالين، وذلك بتشجيع المقاولاتية في الوسط الجامعي و كان ذلك بشكل رسمي بداية من سنة 2013 من خلال إنشاء دور المقاولاتية على مستوى الجامعات بالتعاون مع وزارة التشغيل والحماية الإجتماعية ممثلة في الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب على مستوى محلي في حينها، وتماشيا مع التوجه الجديد للسلطات العمومية نحوى تشجيع المؤسسات الناشئة لمواكبة متطلبات اقتصاد المعرفة ورقمنة الخدمات العمومية وفي إطار ترقية النظام البيئي الداعم للشركات الناشئة، جاء القرار 1275 المؤرخ في 27 سبتمبر 2022 (شهادة جامعية – مؤسسة ناشئة / شهادة - براءة اختراع) من طرف وزارة التعليم العالي والبحث العلمي.

• أهداف القرار 1275:

يهدف هذا القرار بصفة عامة إلى خلق جيل من الطلبة المقاولين والمبتكرين لخدمة التنمية أهداف التنمية و ووضع الجامعة في مسارها الطبيعي لتصدر قاطرة الاقتصاد الوطني من خلال :

- ✓ تشجيع الطلبة على الابتكار وتطوير أفكار مشاريع ريادية،
- ✓ دعم الطلبة في إنشاء مؤسسات ناشئة وتسجيل براءات الاختراع وفق التشريعات المعمول بها،
- ✓ منح شهادات : مؤسسة ناشئة / شهادة - براءة اختراع للمنخرطين في القرار 1275 ،
- ✓ حماية الملكية الفكرية والصناعية للاختراعات والابتكارات الطلبة والباحثين،
- ✓ إنشاء مؤسسات مبتكرة من طرف الطلبة تسهم في خلق الثروة و مناصب الشغل.

1- تحديد المشكل

• فكرة المشروع (الحل المقترح)

يجب كتابة محتوى المشروع في بعض الاسطر متناولا فيها :

- ✓ مجال النشاط (خدمات، صناعي، تطبيقات حديثة، فلاح، تجاري ...)
- ✓ كيف بدأت الفكرة وكيف تطورت ؟
- ✓ ما الذي سوف تقوم به؟
- ✓ كيف سيكون ذلك؟
- ✓ من الذي سينجز ذلك؟
- ✓ أين سيتم إنجازه ؟

2- تحديد الفئة المستهدفة

3- تحديد القيمة المقترحة لزبون

يمكن أن تنشأ القيم المقترحة أو المقدمة للزبائن من خلال العناصر التالية:

- ✓ **الحدثة:** تلبية احتياجات جديدة كلياً لم تكن هناك عروض مماثلة لها في السابق.
- ✓ **الأداء:** أن يكون أداء المنتج أو الخدمة أعلى أو مساوي لتوقعات العميل.
- ✓ **التكليف:** المرونة في التعديل والتغيير لتكييف المنتجات والخدمات تبعاً للاحتياجات المحددة للعملاء.
- ✓ **إنجاز المهمة:** مساعدة العميل على إنجاز مهام محددة.
- ✓ **التصميم:** جعل التصميم تتوافق مع رغبات وظروف العميل.
- ✓ **خفض التكاليف:** مساعدة العملاء على خفض تكاليفهم.

- ✓ الحد من المخاطر: تقليص احتمال تعرض العملاء للمخاطر لدى شرائهم المنتجات أو الخدمات بتقديم ضمانات.
- ✓ سهولة الوصول: جعل المنتجات متاحة للعملاء الذين لم يكن بإمكانهم من قبل الوصول إليها.
- ✓ الملاءمة/سهولة الاستخدام: جعل الأشياء سهلة بسيطة الاستخدام.

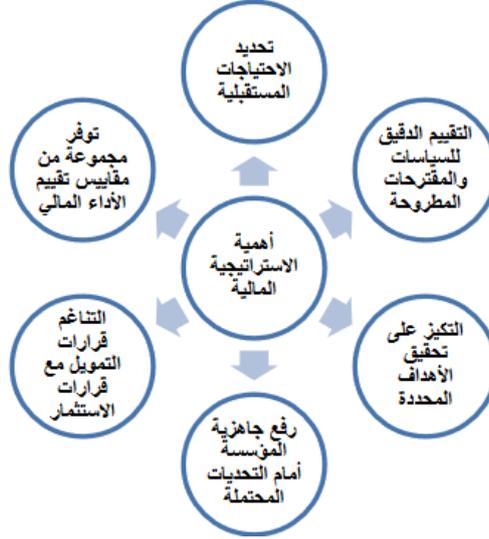
من خلال الحالات السابقة يمكن ان يشمل الابتكار المجالات التالية :

- ✓ عمليات جديدة (زيادة الربحية من خلال زيادة كفاءة العمليات).
- ✓ تجارب جديدة (بيع المزيد لشرائح العملاء الحاليين عن طريق تغيير السياق (السياقات)).
- ✓ الميزات الجديدة (تقديم منتجات أو خدمات محسنة).
- ✓ العملاء الجدد (عرض النطاق المعتاد من المنتجات أو الخدمات لشرائح العملاء الجدد).
- ✓ عروض جديدة (إنشاء - أو على الأقل إدخال - منتجات مبتكرة).
- ✓ نماذج جديدة (تغيير نموذج العمل، اعتماد "نظام" آخر لتوليد القيمة).

4- الإستراتيجية المالية

تعرف على أنها المتوقع من العمليات التي سوف تقوم بها المؤسسة خلال فترة قصيرة أو طويلة الأجل وتأثيرها على الوضع المالي للمؤسسة، والغرض منه هو توفير مصادر التمويل لتطوير المؤسسة، ويهدف التخطيط المالي إلى وضع خطة تمويل تلبي الشرط الأفضل والممكن للاحتياجات المؤسسة والبقاء على التوازن المالي للمؤسسة. ومنه فإن الإستراتيجية المالية تقوم على الربط بين قرارات الاستثمار و التمويل، التي تتفاعل فيما بينها.

الشكل 02: أهمية الإستراتيجية المالية



المصدر: الشاوررة، فيصل محمود، مبادئ الإدارة المالية: إطار نظري ومحتوى عملي، دار المسيرة، عمان ، 2013،

ص178.

5- نموذج العمل التجاري BMC :

نموذج العمل التجاري (Business Model) هو تصوّر أو تصميم لكيفية تشغيل وتنظيم الشركة أو المشروع وكيفية تحقيق القيمة والربح. يعبر عن هيكل العمل التجاري الذي يحدد كيفية إنتاج وتسويق المنتجات أو الخدمات وكيفية تحقيق العائد المالي. يتكون نموذج العمل التجاري (BMC) من تسعة عناصر أساسية تساعد على وصف وتحليل النموذج التجاري بشكل شامل. إليك شرح لكل عنصر من هذه العناصر التسعة:

5-1- شرائح العملاء: (Customer Segments)

تشير إلى الفئات المستهدفة للعملاء أو السوق التي تستهدفها الشركة. يتعين تحديد شرائح العملاء لتحديد احتياجات العملاء وتوفير القيمة الملائمة لهم وتحقيق تفوق تنافسي.

2-5- عرض القيمة: (Value Proposition)

يمثل القيمة التي يقدمها المشروع أو الشركة للعملاء. يتعين على الشركة توفير عرض قيمة فريد وجذاب يلبي احتياجات العملاء ويحل مشكلاتهم ويوفر لهم فوائد تفوق توقعاتهم.

3-5- علاقات العملاء: (Customer Relationships)

تعتبر عن الطريقة التي يتفاعل بها الشركة مع العملاء وتبني علاقات قوية ومستدامة معهم. يمكن أن تكون العلاقات عملية شخصية أو رقمية وتعتمد على التفاهم والثقة وتلبية احتياجات العملاء.

4-5- القنوات: (Channels)

تمثل وسائل التوزيع والتسويق التي تستخدمها الشركة للتواصل مع العملاء وتوصيل عروضها القيمة. يمكن أن تشمل القنوات المباشرة مثل المتاجر الخاصة بالشركة أو القنوات الرقمية مثل المواقع الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي.

5-5- الأنشطة الرئيسية: (Key Activities)

تشير إلى الأنشطة الأساسية التي يقوم بها المشروع أو الشركة لتقديم عرض القيمة للعملاء. قد تشمل الأنشطة الإنتاجية، والتصميم، والتسويق، والتوزيع، وخدمة العملاء، وغيرها.

6-5- الموارد الرئيسية: (Key Resources)

تمثل الموارد الأساسية التي يحتاجها المشروع أو الشركة لتنفيذ أنشطتها الرئيسية وتقديم عرض القيمة. تشمل الموارد البشرية، والمالية، والمادية، والتكنولوجية، والشراكات، وغيرها.

7-5- الشركاء الرئيسيون: (Key Partners)

تشير إلى الجهات الخارجية التي تعمل بشكل وثيق مع الشركة لتحقيق أهدافها وتعزيز عرض القيمة. يمكن أن تكون الشركاء الموردون، والمصنعين، والشركاء التكنولوجيين، والشركاء التوزيعيين، وغيرهم.

8-5- هيكل التكلفة: (Cost Structure)

تعتبر عن التكاليف الرئيسية التي يتعرض لها المشروع أو الشركة في أداء أنشطتها وتقديم عرض القيمة. يشمل ذلك تكاليف الإنتاج، والتوزيع، والتسويق، والتشغيل، والتطوير، وغيرها.

9-5- مصادر الدخل: (Revenue Streams)

تشير إلى مصادر الدخل التي تحققها الشركة من عملياتها التجارية وعروضها القيمة. يمكن أن تشمل ذلك مبيعات المنتجات، والاشتراكات، والإعلانات، والخدمات المتميزة، وغيرها.

نموذج لمخطط أعمال مؤسسة ناشئة Business Model Canvas BMC

الشراكات الرئيسية (من هي الأطراف الفاعلة لإنجاح فكرة المشروع وكيف تتناسب هذه الأطراف المختلفة مع الخطة)	الأنشطة الرئيسية (الخطوات التي يجب على الشركة القيام بها لتحقيق النجاح)	القيم المقدمة (المقترحة) قيمة المنتج (ما يفعله وما يقدمه للمستهلك)	العلاقة مع العملاء (كيف ستدعم الشركة قاعدة عملائها وتعمل معهم)	شرائح العملاء (المستهلكين) لمن يقدم هذا المنتج أو الخدمة، من هم المستهدفين؟
	الموارد الرئيسية (الأفراد والأدوات والميزات التي تتوفر لدى الشركة)		القنوات (كيف ستقوم المنظمة بتسويق وبيع منتجاتها)	
التكاليف ماهي (تكلفة المنتج وكذلك كيفية بيعه ودعمه)			الإيرادات ماهي العائدات المتوقعة ومصادر الإيرادات (كيف ستجني الشركة المال)	

6- ميزانية المؤسسات الناشئة:

• خطوات إنشاء ميزانية بدء المؤسسات الناشئة:

الميزانية هي أحد الكشوف المالية التي تهدف إلى تقديم صورة صادقة عن الوضعية المالية للمؤسسة في وقت معين من خلال منح المعلومات المناسبة وفي إطار احترام المبادئ والقواعد المحاسبية، وهي بذلك تساعد المالكين والإداريين والمستثمرين على إدراك الواقع والأهمية النسبية للأحداث المسجلة، واتخاذ قرارات صائبة بشأن الاستثمار في شركة ناشئة أو إقراضها بالإضافة إلى إدارة شؤونها المالية اليومية. وبناء على ما سبق يعد وجود ميزانية دقيقة أمر بالغ الأهمية لأي شركة ناشئة لضمان استمرارها في النشاط وتحقيق أهدافها طويلة الأجل. كمؤسسة ناشئة من المهم إعداد ميزانية بسيطة لبدء التشغيل، حيث

يتم التركيز فيها على النفقات الأساسية التي تسهم في تحقيق الأرباح. يمر إنشاء ميزانية المؤسسة ناشئة عبر الخطوات الأساسية التالية:

1-تحديد التكاليف الثابتة: هي التكاليف التي يتعين عليك دفعها بغض النظر عن مدى جودة أداء العمل، مثل الإيجار والتأمين والرواتب.

2-تحديد التكاليف المتغيرة: تشمل النفقات التي تتغير اعتمادا على أداء العمل، مثل الإعلان وتكاليف المواد الأولية.

3-تحديد التكاليف التي تدفع لمرة واحدة: وتشمل هذه التكاليف النفقات التي يتعين على صاحب المؤسسة دفعها مرة واحدة فقط، مثل الرسوم القانونية للتأسيس أو تكاليف تطوير موقع الويب.

عند تحديد قيمة التكاليف الموضحة أعلاه يمكن لصاحب المؤسسة بدء تخصيص ميزانيته، حيث يفضل تخصيص المزيد من الأموال للتكاليف الثابتة، وتخصيص مبالغ أقل للتكاليف المتغيرة والتكاليف التي تدفع لمرة واحدة. هذا سيضمن استمرارية العمل حتى في حالة انخفاض الإيرادات، ويمنع إهدار المال.

6-دراسة الجدوى المالية للمشروع:

دراسة الجدوى بشكل عام هي دراسة يحتاجها أصحاب المشروعات لتقييم إمكانية نجاح المشروع وتطبيقه في الوقت المحدد له قبل تضييع الكثير من الوقت والجهد والمال على المشروع، فدراسة الجدوى تجيب لك عن السؤال الأهم وهو: "هل من الجدوى تنفيذ الفكرة محل الدراسة أم أقوم بالبحث عن فكرة أفضل؟!" ويقصد بها عملية تحليل وتقييم الجوانب المالية والاقتصادية لمشروع مقترح، وتشمل عادة تحليل الاستثمار، تحليل ربحية المشروع، تقدير التكاليف، تحليل المخاطر، وبناء نماذج مالية لتحديد العائد المادي المتوقع للمشروع، فتركز على قياس ربحية المشروع من الناحية التجارية ومن وجهة نظر المستثمر، إلى جانب تحديد مصادر التمويل والهيكل التمويلي المقترح للمشروع (مكونات الأموال التي ستمول أصول المشروع مثل رأس المال والقروض).

تهدف دراسة الجدوى المالية للمؤسسة الناشئة إلى تقييم مدى جدوى وربحية فكرة مشروع ما، وذلك عبر إجراء تحليل شامل لمختلف الجوانب المالية والاقتصادية والتسويقية للمشروع. وتتضمن الأهداف الرئيسية لدراسة الجدوى المالية ما يلي:

1. تساعد في فهم واستيعاب خطوات تنفيذ المشروع، وإعداد دراسات الجدوى المختلفة.
2. تحدد دراسة الجدوى المالية كل ما يخص عمليات اتخاذ القرارات التمويلية للمشاريع الاستثمارية.

3. توضح كافة الأساليب والمعايير المختلفة التي عن طريقها يتم تقييم، وتنفيذ المشروع الاستثماري الخاص بك.

4. العمل على مراجعة وتحليل البيانات، بالإضافة إلى مراجعة ظروف المشروع، والأوضاع الاقتصادية قبل البدء في التنفيذ، فلا بد من مناقشة كافة النتائج التي تتعلق بنهاية المشروع؛ وذلك من أجل تحديد المخاطر التي من الممكن أن يتعرض لها المشروع.

5. دراسة مراحل المشروع من بدايته وحتى النهاية؛ ليتم إنجازها في أسرع وقت عن طريق مخطط يتسم بالمرونة، ويتضمن كافة المهام اللازمة للمشروع، حتى يتم ترتيبها وفقاً لليوم والتاريخ المحدد لتنفيذ المشروع.

وقبل البدء في عمل دراسة الجدوى المالية، يجب عليك أن تكون قد انتهيت من دراسة الجدوى التسويقية والتي تظهر لك حجم وقيمة المبيعات المتوقعة، وكذلك الدراسة الفنية والهندسية والتي يتحدد من خلالها عناصر التكاليف الاستثمارية (كافة ما ينفق على المشروع منذ بداية التفكير فيه وحتى دورة التشغيل العادية الأولى) وكذلك تكاليف الإنتاج وقيمة كل منها.

وبعد ذلك نبدأ دراسة الجدوى المالية وفيها نضع نتائج دراسة الجدوى التسويقية والفنية والهندسية في جداول تظهر فيها الإيرادات المالية وكذلك التكاليف التي تتحملها للحصول على هذه الإيرادات ونقوم بتحليلها. وبذلك يكون أهم ما نحصل عليه من تلك الجداول والتحليلات هو الوصول إلى جدول التدفقات النقدية والذي فيه المعلومات الخاصة بالأموال المدفوعة والأموال المستلمة خلال فترة عمر المشروع. ويمكن التوصل من خلال ذلك إلى ما إذا كان المشروع له جدوى مالية أم لا، حيث نقوم بطرح التكاليف من الإيرادات لنصل إلى صافي التدفقات النقدية والتي قد تكون نتيجتها بالسالب (المشروع يخسر) أو بالموجب (المشروع يربح) ولن يأتي ذلك إلا من خلال تحليل وبيان كل تدفقات النقدية الداخلة والخارجة للمشروع.

وفيما يلي خطوات مبسطة لإعداد دراسة الجدوى المالية للمشروع:

- إعداد القائمة التقديرية للدخل وحساب التدفقات النقدية: ولإعداد تلك القائمة عليك أن تحدد البيانات الآتية على هيئة أرقام:
 - الإيرادات الناتجة من بيع المنتجات أو الخدمات المقدمة، ومتى تتحقق.
 - تكاليف الإنتاج والتسويق والإدارة.

- ناتج طرح التكاليف (الإنتاج والتسويق والإدارة) من الإيرادات الناتجة (من بيع المنتجات)، وهل هو ربح أم خسارة؟
- ما هي توقعاتك لتغير الأرقام أعلاه خلال الثلاث سنوات القادمة؟
- قياس مدى ربحية المشروع، ويتم هذا بالإجابة على الأسئلة الآتية باستخدام الأرقام المذكورة في الخطوة السابقة على النحو التالي:

- هل التحليلات ونتائج الأرقام السابقة تدل على أن المشروع لديه قدرة عالية على الربح؟
- هل تظهر هذه التحليلات أن المشروع يستطيع تغطية نفقاته ومصروفاته (على المدى القصير وعلى المدى الطويل)؟
- هل توضح التحليلات السابقة أن المشروع قادر على سداد أقساط القروض؟
- ما هو مقدار الربح المناسب من وجهة نظرك؟ وهل تم تحقيقه في هذا المشروع؟
- حساب التكاليف الاستثمارية، ويكون ذلك عن طريق:

- ماهي قيمة التكاليف الرأسمالية (أى كافة ما تم صرفه قبل بدء الإنتاج، مثل مصاريف التسجيل والتدريب والإنشاءات للمشروع)
- حساب قيمة الأصول الثابتة (أرصدة ومباني ومعدات وآلات وغيرها).
- حساب قيمة الأصول المتداولة (أو العاملة) مثل الخامات والأجور اللازمة.

• مراحل التخطيط المالي للمشروع

- دراسة الجدوى التسويقية للمشروع.
- دراسة الجدوى الفنية للمشروع.
- دراسة الجدوى المالية.

المرحلة الأولى: دراسة الجدوى التسويقية للمشروع

أهم مرحلة في دراسة جدوى أي مشروع هو ضرورة إجراء تحليل دقيق للسوق المستهدف، وعلى القائم بتلك الدراسة تحديد مكان بيع منتجات المشروع، ومعرفة الكميات المطلوبة من المنتجات السلع، حتى يتمكن السوق من استيعاب ذلك. ويتم تحديد الحصة التسويقية للمشروع من خلال القيام بعملية المقارنة بين الكمية المعروضة، والكمية المرغوب فيها من المنتج، وكذلك تحديد حجم المبيعات.

المرحلة الثانية: دراسة الجدوى الفنية للمشروع

تعتمد دراسة الجدوى الفنية بشكل كبير على ما تم الحصول عليه من معلومات في الدراسة التسويقية، وهي تلك الدراسة التي تعتمد عليها جميع دراسات الجدوى المتعلقة بالمشروع، والتي تتمثل في دراسات الجدوى المالية والاقتصادية، والبيئية، والاجتماعية، ومن ثم لا يمكن إجراء تلك الدراسات إلا بعد وجود تلك الدراسة الفنية التي تقرر صلاحية المشروع من الناحية الفنية.

المرحلة الثالثة: دراسة الجدوى المالية

القدرة على حساب التكاليف الكلية للمشروع، وذلك عن طريق عملية جمع كافة أنواع التكاليف المتعلقة بالمشروع، وحساب الربح الشهري الإجمالي والصافي، وغيرها من الخطوات التي تتعلق بكيفية إعداد دراسة الجدوى المالية للمؤسسة.

7- تحديد MVP:

إذا كنت تبدأ شركة ناشئة، فإن أول ما تحتاج إلى التفكير فيه هو كيفية إنشاء الحد الأدنى من المنتج القابل للتطبيق، أو MVP. يعد MVP إصداراً من منتجك يحتوي على الحد الأدنى من الميزات اللازمة لإيصاله إلى العملاء والحصول على التعليقات، إذن هي نسخة أولية من المنتج النهائي تم تطويرها بأقل قدر من الموارد والجهود.

• لماذا عليك بناء MVP؟

تكن مزايا بناء MVP في التكلفة المنخفضة والتطور السريع. تساعد أداة التحقق من صحة المنتج (MVP) في التحقق من اختيار جمهورك المستهدف بشكل صحيح ، ومعرفة ما هي الميزات الأكثر شعبية ، وتحديد المشاكل المحتملة وإنشاء قاعدة مستخدمين أولية لمنتجك.

• فوائد الحد الأدنى من المنتج القابل للتطبيق

تشمل مزايا MVP ما يلي:

- **انخفاض تكاليف التطوير:** تم تطوير MVPs باستخدام الميزات الأساسية فقط ، مما يساعد على تقليل تكاليف التطوير.
- **حان وقت التسويق:** يمكن تطوير MVPs وإطلاقها بسرعة ، مما يساعد الشركات على طرح منتجاتها في السوق بشكل أسرع.

• **ملاحظات العملاء:** يسمح MVPs للشركات بالحصول على تعليقات من العملاء في وقت مبكر من عملية التطوير ، مما يساعد على التحقق من صحة مفهوم المنتج وتحديد الميزات الأساسية التي يحتاجها العملاء.

• **الحد من المخاطر:** يساعد MVPs في تقليل مخاطر الفشل عن طريق اختبار قابلية المنتج للتطبيق في السوق قبل الاستثمار في عملية تطوير منتج كاملة.

يعد MVP أسلوباً شائعاً للشركات الناشئة والشركات الصغيرة، حيث يتيح لهم التحقق من صحة أفكارهم بسرعة وبتكلفة زهيدة. ومع ذلك، يمكن تطبيق مفهوم MVP على أي منتج أو خدمة جديدة، بغض النظر عن حجم الشركة أو نوعها.

وفيما يلي عملية بسيطة مكونة من 5 خطوات لبناء MVP الخاص بك.

1-تعريف المشكلة: تحديد وفهم المشكلة التي يحاول المنتج الخاص بك حلها. حدد جمهورك المستهدف، وقم بأبحاث السوق ثم اختبر مجموعة التركيز. تريد أن تعرف على وجه اليقين من الذي تبنيه منتجك وما إذا كانوا يريدون إنفاق المال عليه أم لا.

2- تصور المنتج: في هذه المرحلة ، يتعين عليك تصور فكرتك بما يكفي لتتلقى ملاحظات العملاء ذات مغزى. قد يكون موقعاً من صفحة واحدة أو عرضاً تقديمياً لـ - Powerpoint يمكنك اختبار مشكلة / حل مفهومك مع العملاء المحتملين.

3-تصميم تدفق المستخدم البسيط: بمجرد صياغة الفكرة ، حان الوقت لإنشاء خريطة طريق للمنتج. بشكل أساسي، إنها خطة استراتيجية لتطوير منتجك تحتوي على جميع المراحل الرئيسية والخطوات وأهداف العمل. لماذا تريد إطلاق منتجك؟ من هو جمهورك المستهدف من أين تبدأ؟ قم بتضمين هذه التفاصيل وغيرها المتعلقة بالتوقيت ورؤية المنتج والمقاييس في خريطة الطريق.

4- قائمة الميزات الرئيسية: حدد الميزات الرئيسية المطلوبة لدعم تدفق المستخدم. قم بترتيب هذه الميزات حسب أهميتها لتحقيق القيمة الأساسية.

5-بناء MVP: الخطوة الأخيرة في إنشاء خارطة طريق لتطوير MVP الخاص بك هي بناء واختبار MVP الخاص بك. هذا هو المكان الذي ستضع فيه كل خططك موضع التنفيذ وستجعل MVP الخاص بك ينبض بالحياة، سيسمح لك بناء واختبار MVP بالتحقق من صحة فرضياتك وجمع التعليقات من

المستخدمين .ستكون هذه التعليقات حاسمة في مساعدتك على التكرار على MVP الخاص بك وبناء منتج أفضل.