

# Popis produktu projektu Závěr projektu

Bod 3.5 až 3.8 šablony projektu

Bod 5.1 až 5.3 šablony projektu



**SILESIAN  
UNIVERSITY**

SCHOOL OF BUSINESS  
ADMINISTRATION IN KARVINA

**Projektový management**

Ing. Lucie Reczková  
reczkova@opf.slu.cz

B205



- Kontrola a zpětná vazba práce z minulého/minulých semináře/ů
  - S čím potřebujete poradit?
  - **Váš dnešní úkol**
    - > bod 3.4 - 3.8 Popis produktu projektu výstup projektu
    - > bod 5.1 - 5.3 Závěr vyhodnocení a souhrn hlavních poznatků projektu
-

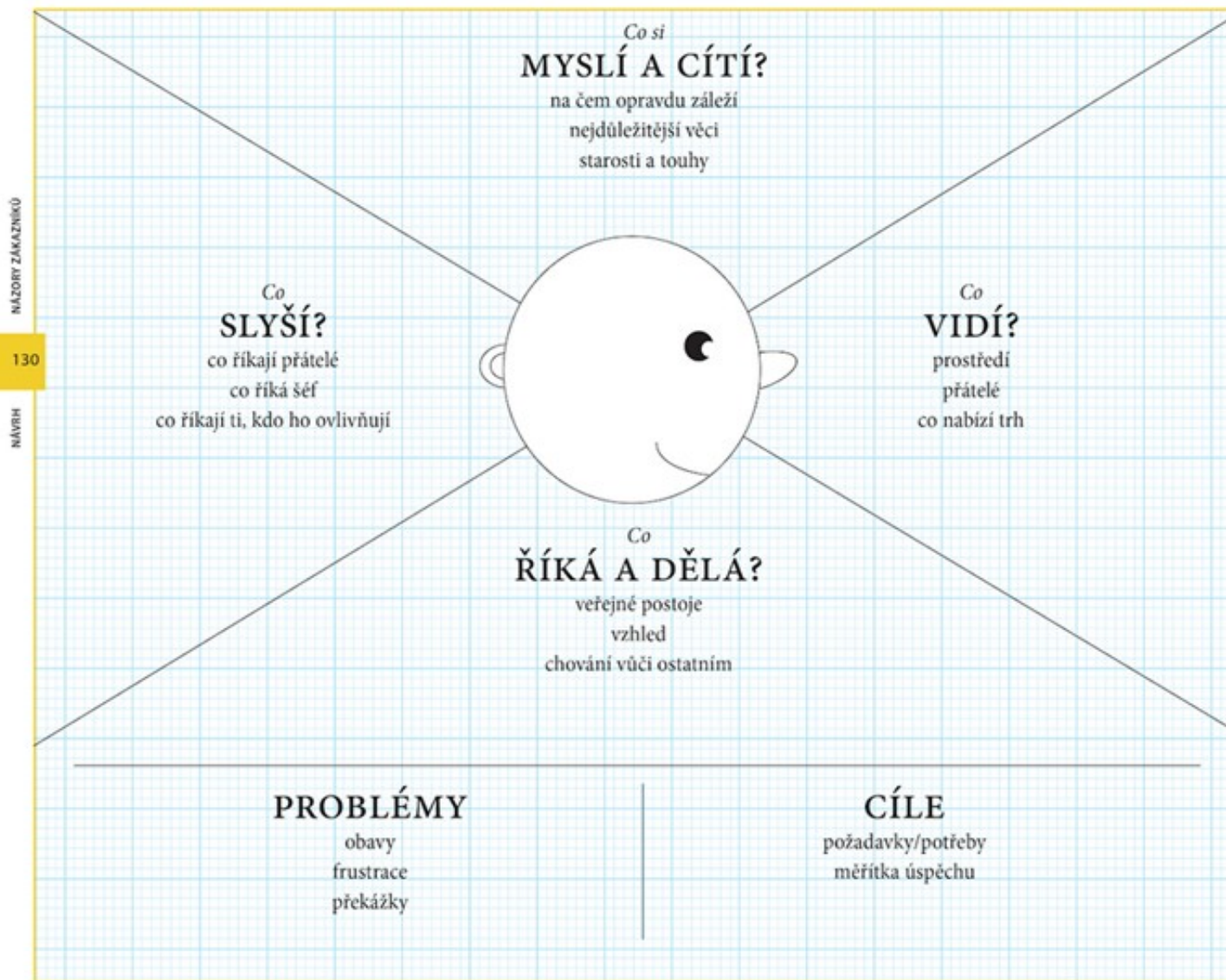


- Stručně a přehledně představit Váš projekt
  - Nejlépe v PowerPoint nebo obdobný program
  - Počet slides není omezen
  - Snažte se nepřesáhnout čas 10 minut
  - Prezentovat budou všichni členové týmu
-



- 3.5. Očekávání zákazníka na kvalitu – popis očekávané kvality produktu projektu z pohledu uživatele včetně určení standardu (konkrétní charakteristiky kvality produktu, splňující např. testování, funkčnost, dobu použití apod.)
  - Můžete využít mapu empatie uživatele
  - Empatická mapa je způsob, jak vizualizovat, co uživatel cítí, myslí, vidí a říká.
-

# Popis výsledného výstupu projektu – Mapa empatie



NÁZORY ZÁKAZNÍKŮ

130

NÁVRH

# Popis výsledného výstupu projektu – Mapa empatie

- **Co vidí? Popište, co zákazník vidí kolem sebe:**

Kdo jej obklopuje?

Jaké má přátele?

Jakým typům nabídek je každodenně vystaven?

S jakými problémy se setkává?

- **Co slyší? Popište, jak zákazníka ovlivňuje prostředí:**

Co říkají jeho přátelé? A co manžel/ka?

Kdo jej opravdu ovlivňuje a jak?

Jaké mediální kanály na něj mají vliv?

- **Co si opravdu myslí a co cítí? Pokuste se načrtnout, co běží zákazníkovi hlavou:**

Co je pro něj opravdu důležité (což ovšem nemusí sdělovat veřejně)?

Představte si jeho pocity.

Co mu v noci nedává spát?

Pokuste se popsat jeho sny a touhy.

- **Co říká a dělá? Představte si, co může zákazník říkat a jak se může chovat na veřejnosti:**

Jaký má přístup ke světu kolem sebe?

Co může říkat ostatním?

Zaměřte se zejména na možné konflikty mezi tím, co zákazník říká, a tím, co si opravdu myslí a co cítí.

- **Jaké má problémy?**

Co jej nejvíce frustruje?

Jaké překážky leží mezi ním a tím, čeho chce či musí dosáhnout?

Jakých rizik se může obávat?

- **Jaké má cíle?**

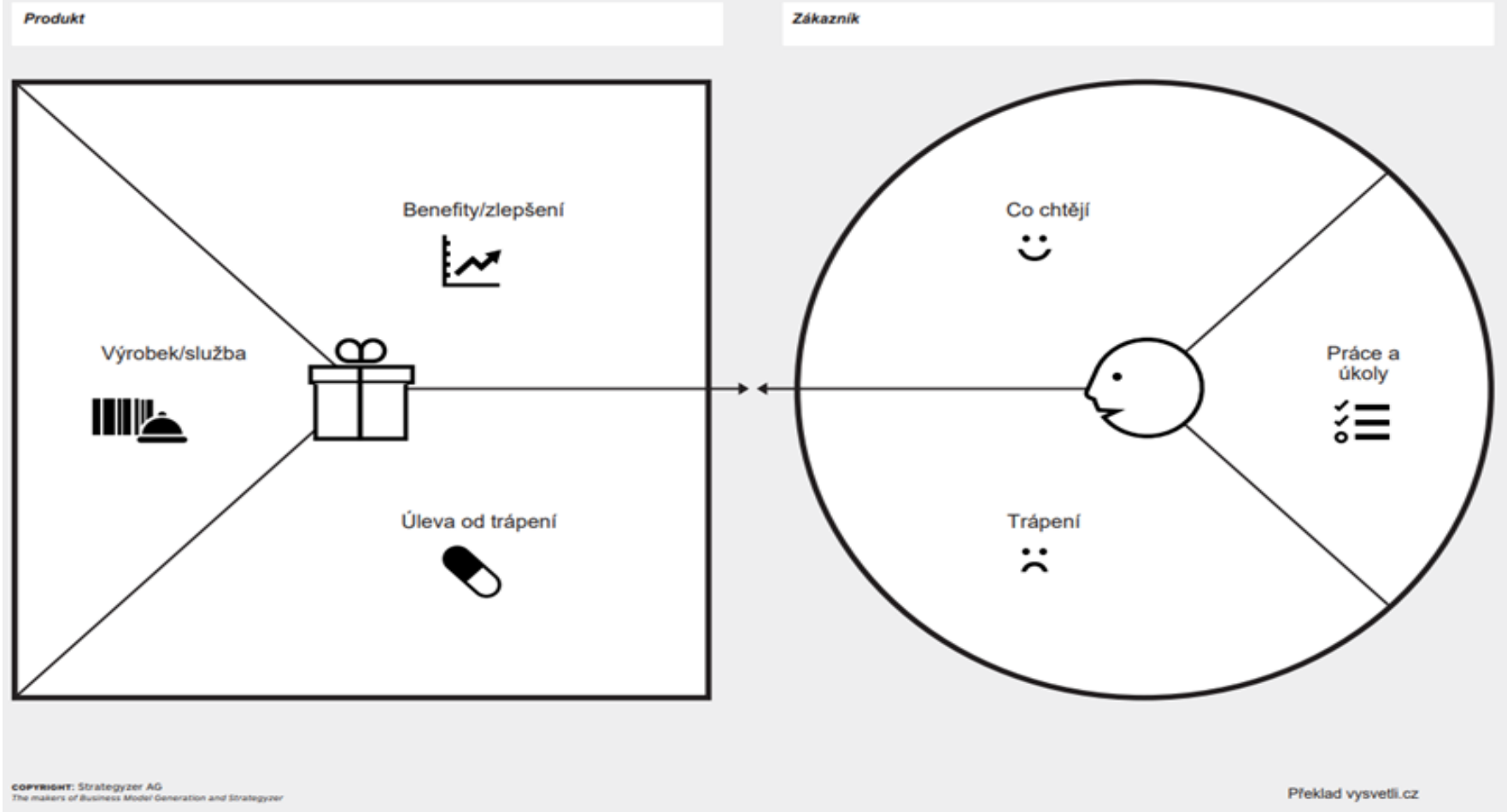
Čeho opravdu chce či musí dosáhnout?

Jak měří úspěch?

# Popis výsledného výstupu projektu – Hodnotový kanvas



## Hodnotový Canvas



# Popis výsledného výstupu projektu – Hodnotový kanvas

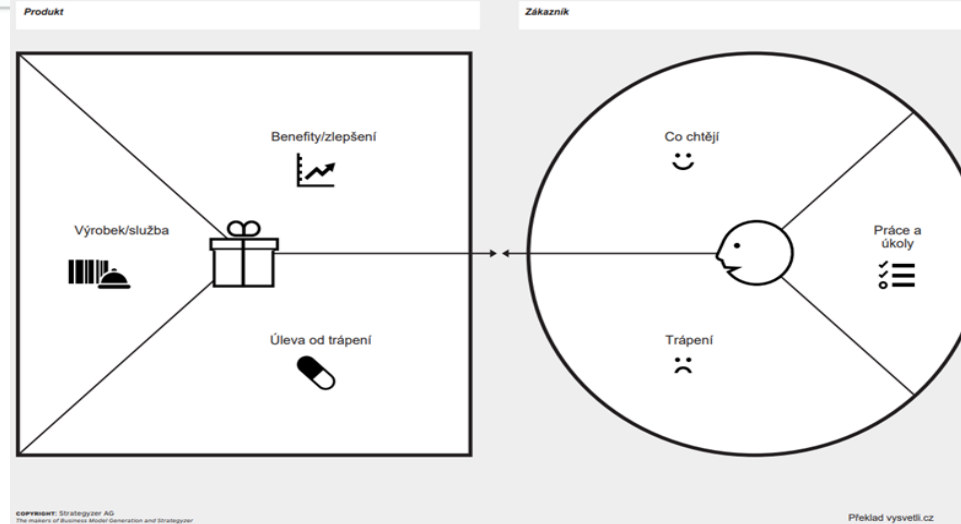


1. Zákazník – popsat každou oblast detailně (vycházejte z vytvořené mapy empatie)

## 2. Produkt

- Výrobek/služba – podstata našeho řešení, co nabízíme
- Úleva od trápení – jak konkrétně náš výrobek/služba pomůže zákazníkovi.
- Benefits/zlepšení – jaké pozitivní dopady na život zákazníků náš výrobek nebo služba má.

### Hodnotový Canvas



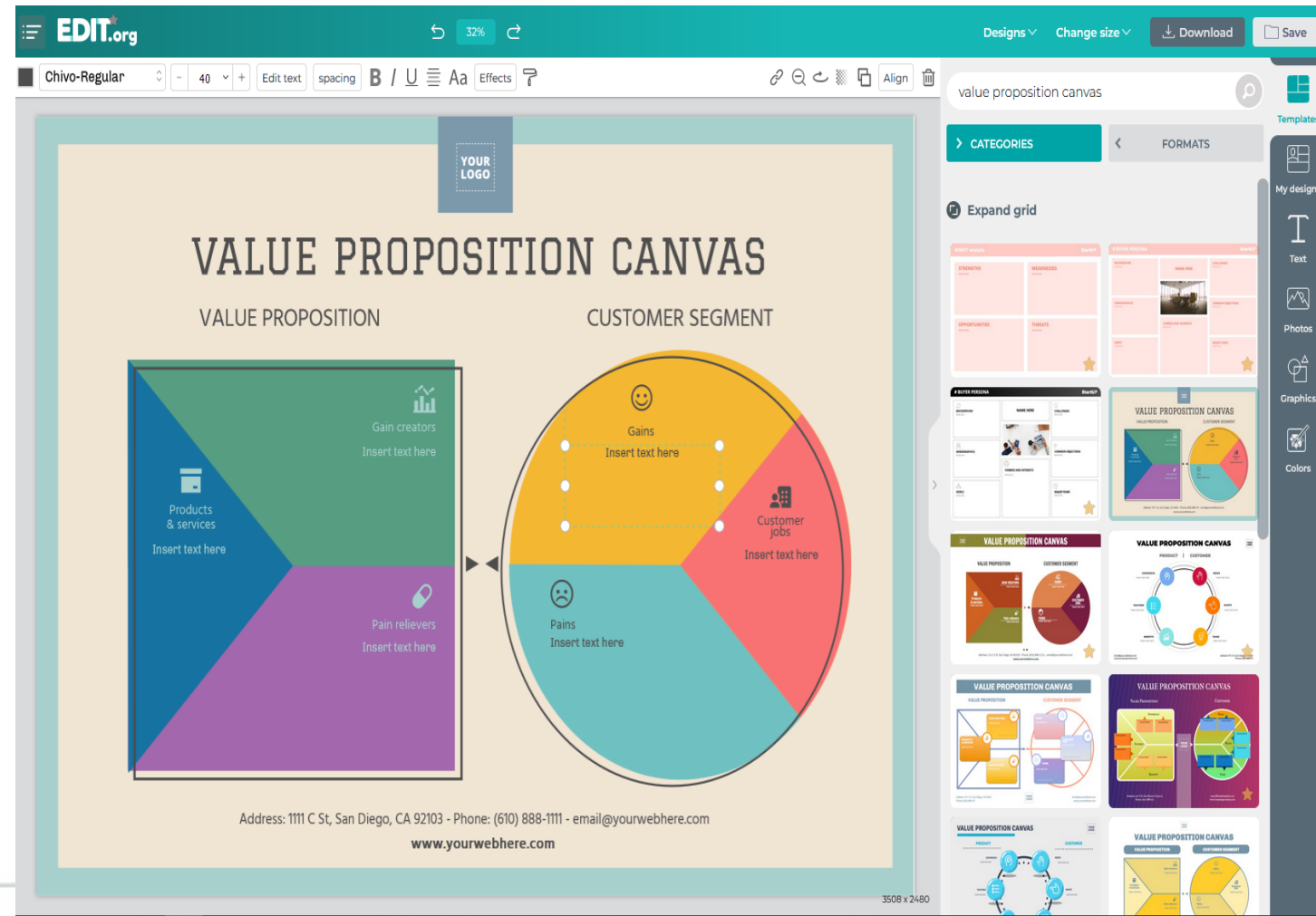


# Popis výsledného výstupu projektu – Hodnotový kanvas



Můžete využít tento program **Edit.org**

- <https://edit.org>
- Sign up
- Do vyhledávání v programu zadejte „Value Proposition Canvas“
- V levé části pak přímo v obrázku editujte popisky

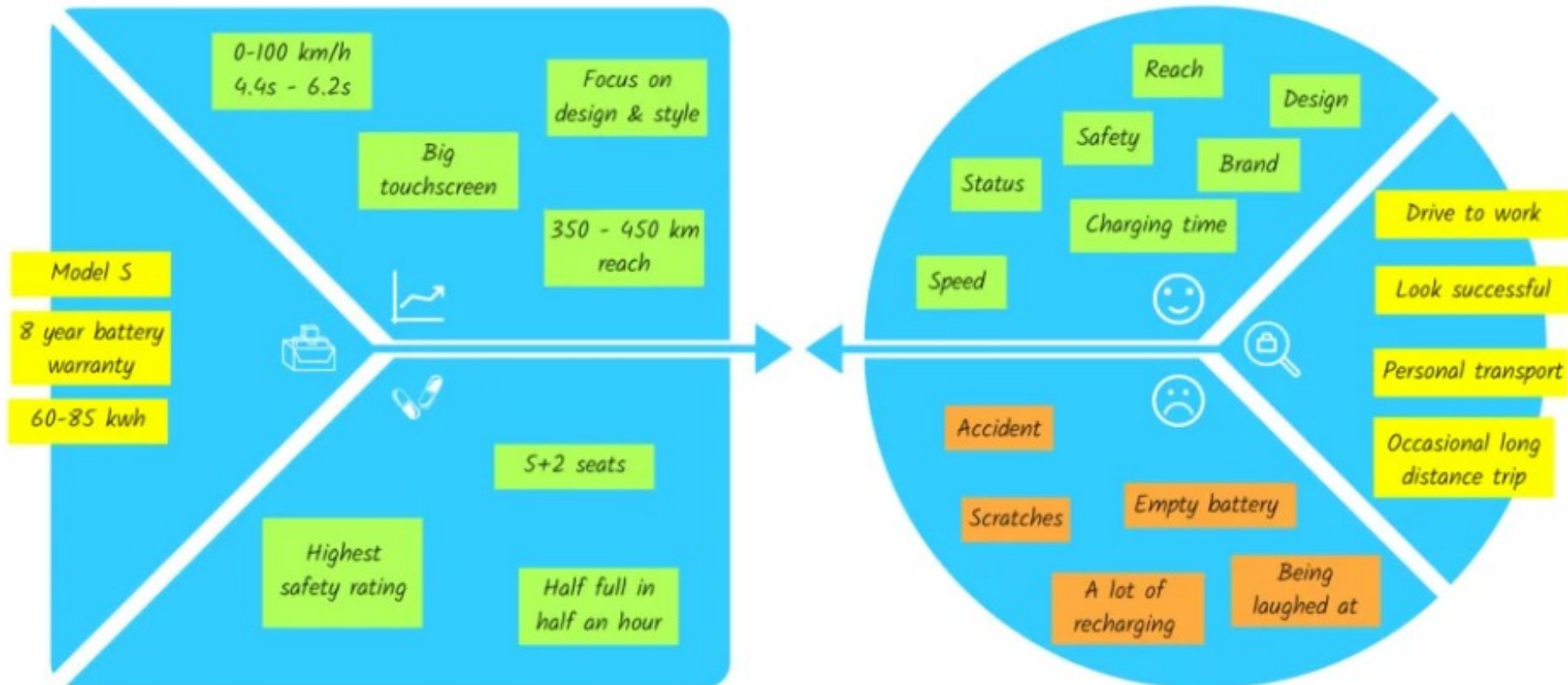


# Popis výsledného výstupu projektu – Hodnotový kanvas příklad



Business: *Tesla Model S*

Customer Segment: *Males - income > 100k*



## Popis výsledného výstupu projektu – bod 3.6 – 3.8

---



- 3.6. Akceptační kritéria – seznam měřitelných kritérií, která mají být splněna, aby byl konečný produkt projektu akceptován.
  - 3.7. Tolerance kvality – jakékoliv tolerance, které mohou být aplikovány na akceptační kritéria.
  - 3.8. Odpovědnost za akceptaci – kdo je zodpovědný za akceptaci (sponzor projektu).
-

## Závěr – vyhodnocení a souhrn hlavních poznatků projektu – bod 5.1 – 5.3

---



- 5.1. Zda je projekt žádoucí – porovnání a zvažení - náklady vs. přínosy vs. rizika
  - 5.2. Zda je projekt životaschopný – projekt může dodat výstupy (produkt projektu).
  - 5.3. Zda je projekt dosažitelný – produkt(y) projektu zajistí výsledky a přínosy (hodnotu) (viz. bod 1.4 šablony).
-