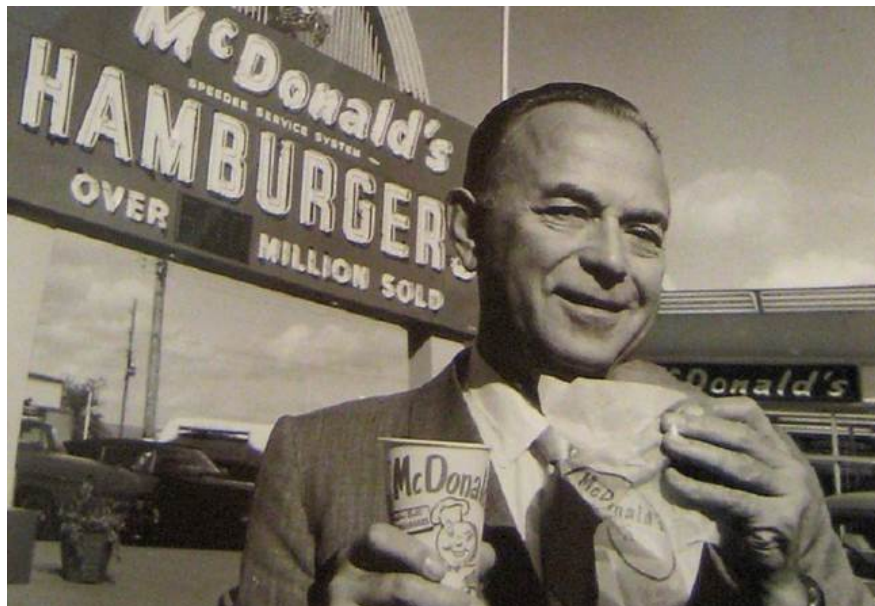




店舗と繋がり お客様と繋がる プロダクト開発

Aki linuma / 飯沼亜紀
日本マクドナルド株式会社

会社説明



Background

Omnichannel / Product Management

以前の仕事：

- モバイルアプリのプロダクトマネジメント
- ECのプロダクトマネジメント、プロジェクトマネジメント、新規事業立ち上げ

キーワード：

- オムニチャネル
- リアル店舗でのデジタルエクスペリエンス
- オペレーションとテクノロジー

Contents

前提

- 当社におけるプロダクトマネジメントとアジャイルの現状
- Non-tech企業でのプロダクトマネジメント

必要な工夫

- 開発＋展開
- 小さく速く
- 伝える力を鍛える

はじめに

日本独自開発の製品の例

- マクドナルド公式アプリ
- マクドナルドモバイルオーダー



アジャイルの現状

個人のレベルに合わせて

- Daily standup に参加してみる
- 要件をユースケースストーリー形式で書いてみる
- 他部門を今まで以上に巻き込んでみる
- 実践でガンガン回す etc...

**Non-techな会社での
プロダクトマネジメントって？**

つらいこと

- ITリテラシーの水準
- アジャイルの成熟度
 - ・ 特にマインドセット的な意味で
- 開発チームとの距離感



楽しいこと

- お客様のリアクションが見えやすい環境
- テクノロジー以外の要素による価値の提供
- テクノロジー領域の伸びしろ

一番のポイント

売上や利益の直接の源泉ではなく

いろいろな施策の **Enabler** としての
プロダクトづくりに携わり

ビジネスの持続的な成長への貢献をすることが
求められる

売り物ではなくエクスペリエンスをつくる仕事

本題に入ります

Agile?

アジャイルはレガシーな業界にこそ効く と思う

- お客様とのつながり方
- オペレーションインパクト/
ビジネス上の制約



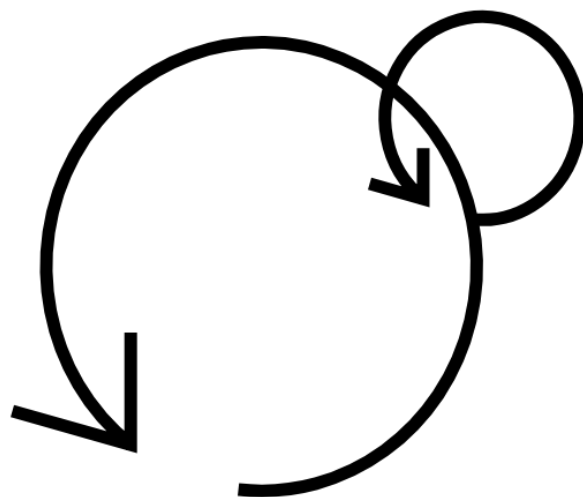
必要な工夫

- 開発＋展開
- 小さく速く
- 伝える力を鍛える

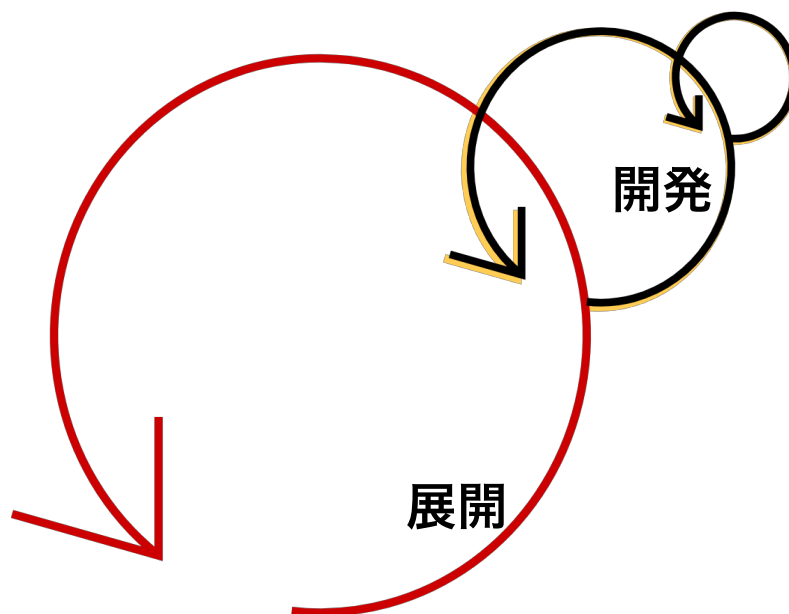
開発＋展開

開発＋展開

よくあるアジャイルの図:



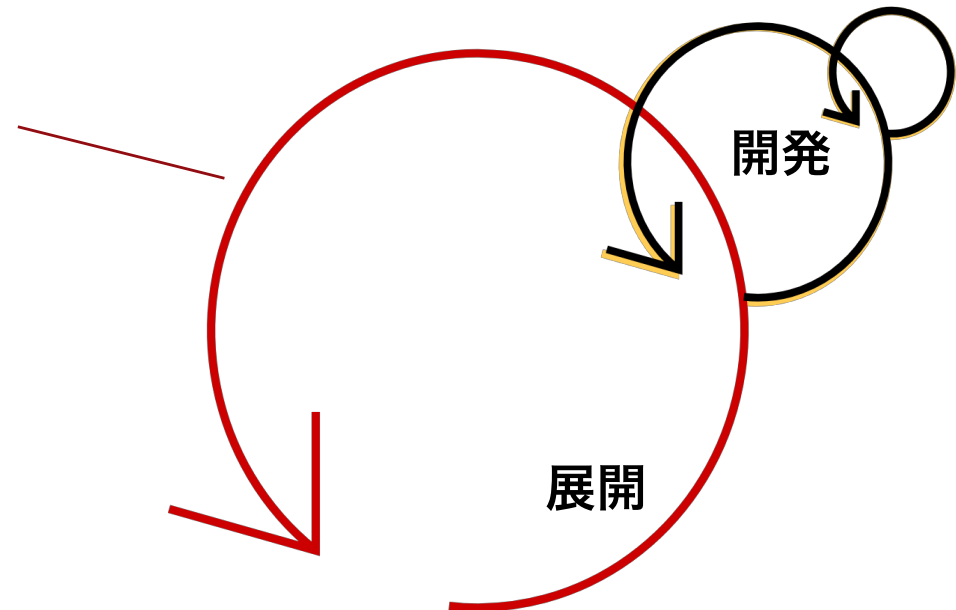
実際の図:



Deployment

- エクスペリエンスをつくる過程において開発は一部に過ぎない
- 店舗への展開を行い、オペレーションやカスタマーフィードバックなどの観点からの学習・検証・改善もプロセスに組み込む

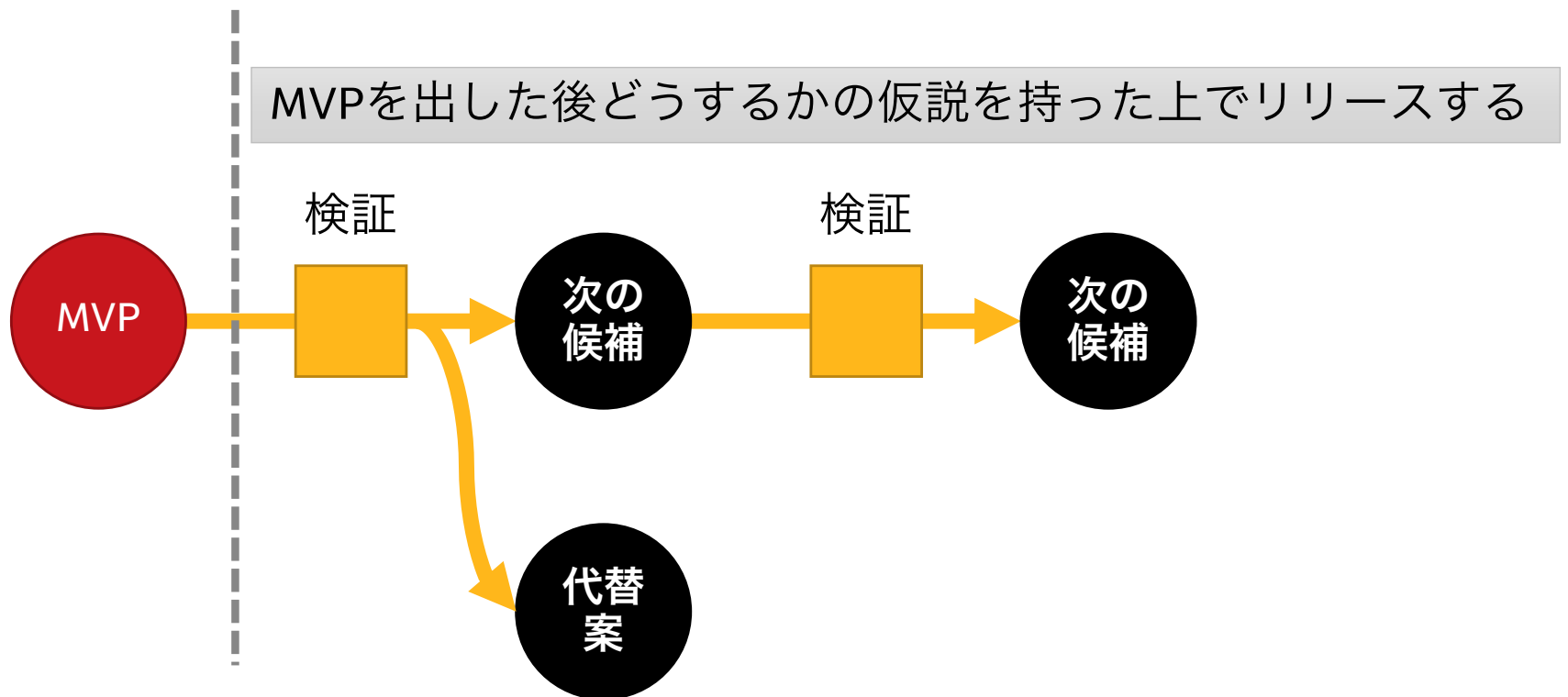
各展開フェーズで
・何を検証し
・どんなフィードバックを開発に伝え
・何を条件に完了とするのか
のプランニングを行う



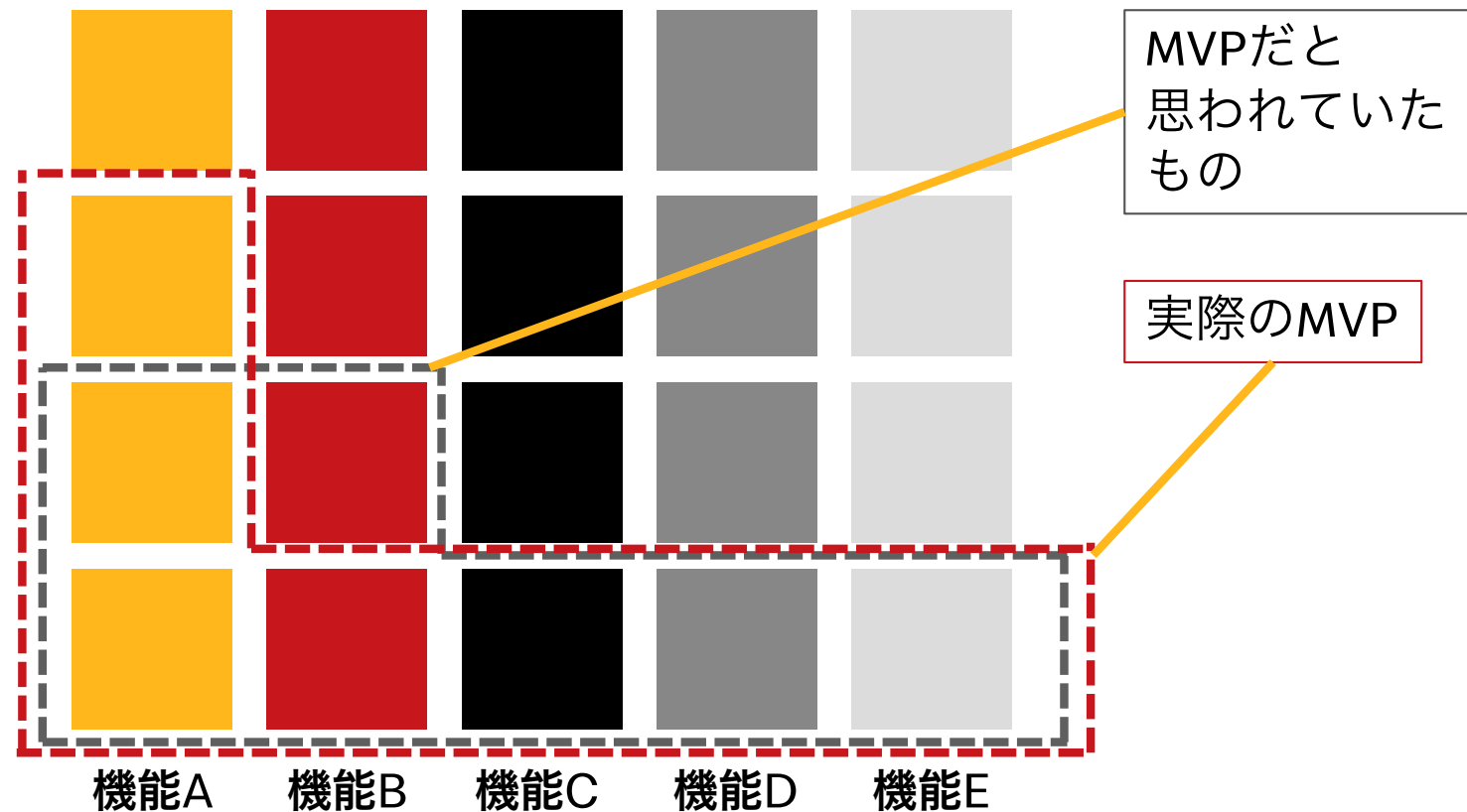
小さく速く

MVPの先は？

- 「走りながら考える」ためにはある程度の仮説が必要
 - もちろん検証の結果ピボットが必要なこともある
- 仮説なしに走り出すと途中で考えるために止まることになる



よくあること



- プロダクトマネージャーが頭の中で思うMVPが本当にviableとは限らない
- Small groupで必ずMVPの検証を！
 - NPS, リピート意向, etc.

伝え方を鍛える

伝える力を鍛える

- ユーザーストーリーを書いていますか？
- ユーザーストーリーで十分ですか？
 - Acceptance Criteriaが…仕様書が…という意味ではなく

どういう説明を求めるかは立場によって違う



伝え方

- 「お客様にとって」「店舗にとって」
 - 開発チームにとっても重要なインプットになる
- マーケティングのキャッチコピーを書くとしたら？

まとめ：必要な工夫

- 開発＋展開

- 何を検証するのか、お客様からどういうフィードバックを得て次に活かすのかを明確にする
- 展開フェーズの期待を店舗に伝える

- 小さく速く

- 仮説をもったプランニングとクイックな検証

- 伝える力を鍛える

- お客様とのよりよい接点のために店舗を巻き込む

Thank you!

