

Gestão de Produtos

TechGuide - Alura, FIAP e PM3

Gestão de Produtos

Nível 1

☐ Fundamentos do Product Management:

- Product Management é o processo de desenvolver, lançar e gerenciar produtos de forma eficaz para atender às necessidades dos clientes e alcançar objetivos de negócios.
- Definir visão clara e estratégia para o produto.
- Entender necessidades e preferências dos clientes.
- Especificar requisitos e funcionalidades do produto.
- Priorizar recursos com base no valor para o cliente e para o negócio.
- Analisar métricas e feedback para orientar decisões.
- Estar aberto a mudanças e ajuste a estratégia conforme necessário.

☐ Gestão de Projetos:

- Gestão de produtos digitais envolve o desenvolvimento, lançamento e otimização de produtos digitais, como aplicativos e plataformas online, para atender às necessidades dos usuários e alcançar objetivos de negócios.
- Colocar as necessidades dos usuários no centro do processo de desenvolvimento.
- Definir uma visão clara e estratégia para o produto digital.
- Mapear e otimizar a jornada do usuário no produto.

- Coletar e analisar feedback dos usuários para melhorias.
- Adotar metodologias ágeis para entregas rápidas e iterativas.
- Utilizar dados para tomar decisões informadas sobre o produto.

☐ **Product Discovery:**

- Product Discovery é o processo de entender as necessidades dos usuários, identificar oportunidades de mercado e conceber soluções inovadoras para desenvolver produtos bem-sucedidos.
- Analisar o mercado para identificar tendências e oportunidades.
- Conduzir entrevistas para entender as necessidades dos usuários.
- Criar protótipos para validar ideias e conceitos com os usuários.
- Estudar os concorrentes para identificar lacunas e diferenciais.
- Testar hipóteses para validar a viabilidade do produto.
- Mapear as jornadas dos usuários para identificar pontos de dor.

☐ **Product Manager:**

- Product Manager é quem busca gerenciar o processo de Product Discovery garantindo que as necessidades dos usuários sejam compreendidas e que as soluções sejam alinhadas com as oportunidades de mercado.
- Supervisionar a análise de mercado para identificar tendências e oportunidades estratégicas que posicionem o produto de forma competitiva.
- Coordenar a criação e validação de protótipos para assegurar que as ideias e conceitos sejam sólidos e que atendam às expectativas do mercado.

Nível 2

☐ **Roadmap:**

- Um roadmap é uma representação visual que descreve a visão estratégica de um produto ou projeto e seu plano de execução ao longo do tempo.
- Alinhe o roadmap com os objetivos de negócio e as metas do produto.

- Priorize recursos e funcionalidades com base no valor para o cliente e para o negócio.
- Defina marcos e prazos realistas para o desenvolvimento e entrega.
- Comunique o roadmap de forma clara e transparente com todas as partes interessadas.
- Esteja aberto a ajustes e adaptações conforme novas informações e mudanças de contexto.
- Colete feedback regularmente para ajustar o roadmap conforme necessário.
- Assegure que o roadmap esteja alinhado com as estratégias e objetivos da organização.

☐ **Design Sprint:**

- Facilitar a definição clara de problemas para alinhar a equipe na busca por soluções eficazes.
- Conduzir sessões de ideação que gerem múltiplas soluções criativas para atender às necessidades dos usuários.
- Validar rapidamente conceitos com protótipos, permitindo ajustes ágeis com base no feedback real dos usuários.
- Testar hipóteses em um curto período de tempo, garantindo eficiência e economia de recursos no desenvolvimento do produto.

☐ **Priorização:**

- Identificar e aplicar métodos eficazes de priorização, como "Kano Model" e "Moscow", para garantir que os recursos mais valiosos sejam desenvolvidos primeiro.
- Analisar a relação entre risco e valor para tomar decisões informadas que equilibrem a inovação com a viabilidade técnica e comercial.
- Utilizar o User Story Map para organizar e priorizar o backlog de forma visual, facilitando a quebra de atividades maiores em tarefas menores e mais gerenciáveis.
- Avaliar o impacto do Cost of Delay para determinar a urgência das funcionalidades e otimizar o tempo de lançamento do produto no mercado.

Nível 3

☐ Management 3.0:

- Management 3.0 é uma abordagem de gestão que enfatiza a colaboração, autonomia e melhoria contínua para liderar equipes em ambientes complexos e dinâmicos.
- Permita que os membros da equipe tomem decisões e assumam responsabilidades.
- Promova uma cultura de feedback aberto e construtivo.
- Incentive experimentação e aprendizado constante.
- Aborde conflitos de forma colaborativa e construtiva.
- Encoraje a colaboração e o trabalho em equipe.
- Esteja preparado para mudanças e adapte-se rapidamente.

☐ Scrum:

- Scrum é uma metodologia ágil focada em entregas incrementais e iterativas, promovendo a colaboração entre equipes para desenvolver projetos complexos de forma eficiente.
- Períodos curtos de trabalho com metas definidas, geralmente de 2-4 semanas.
- Lista priorizada de itens e requisitos do projeto.
- Reunião para planejar o trabalho da sprint.
- Reunião diária de 15 minutos para alinhamento da equipe.
- Demonstração do trabalho concluído para stakeholders.
- Reunião para refletir e melhorar processos após cada sprint.
- Produto funcional e utilizável entregue ao final de cada sprint.
- Critérios claros que definem quando uma tarefa está completa.

☐ Cultura ágil:

- Cultura ágil é um conjunto de valores e práticas que promovem flexibilidade, colaboração e melhoria contínua para responder rapidamente às mudanças e entregar valor constante.
- Enfatiza o trabalho em equipe e a comunicação aberta.
- Feedback regular para melhorias rápidas e eficazes.
- Equipes autônomas e empoderadas para tomar decisões.
- Processos e informações acessíveis a todos.
- Priorização das necessidades e feedback dos clientes.
- Desenvolvimento incremental com ciclos curtos e frequentes.
- Flexibilidade para ajustar processos conforme necessário.
- Entrega de valor contínuo e mensurável ao cliente.

Habilidade Auxiliar: Análise de dados

☐ **Cálculos, padrões e estratégias:**

- Entender e aplicar técnicas de estatística descritiva para analisar bancos de dados, utilizando cálculos como média, mediana e desvio padrão para obter insights significativos.
- Identificar e interpretar padrões em conjuntos de dados, aplicando técnicas avançadas de análise para detectar tendências, anomalias e correlações que possam influenciar decisões estratégicas.
- Visualizar dados de forma eficaz, destacando casos incomuns ou outliers, e utilizando essas visualizações para comunicar descobertas de maneira clara e acionável para stakeholders.
- Integrar insights quantitativos na formulação de estratégias de negócios, garantindo que as decisões sejam baseadas em dados sólidos e análises rigorosas, direcionando a empresa para resultados mais precisos e previsíveis.

☐ **Coletando e analisando dados de um produto:**

- Compreender a importância dos dados na otimização da experiência do usuário (UX), utilizando métricas para criar produtos que atendam e

superem as expectativas dos usuários, enquanto se adaptam a suas necessidades em constante evolução.

- Capacitar a equipe para coletar dados de qualidade no dia a dia, utilizando ferramentas como HOTJAR e Google Analytics para obter insights profundos sobre o comportamento do usuário, desde análises de calor até funis de conversão.
- Desenvolver habilidades de análise e interpretação de dados coletados, transformando esses dados em informações acionáveis que orientem decisões de design e melhorias contínuas na experiência do usuário.
- Integrar uma abordagem data-driven no processo de design UX, garantindo que todas as decisões sejam fundamentadas em dados sólidos, resultando em um design centrado no usuário que também atenda aos objetivos de negócios.

Business Model Canvas:

- Estruturar ideias de negócios de forma clara e prática, utilizando o Business Model Canvas para transformar conceitos em modelos tangíveis, organizando componentes essenciais como segmentos de clientes, propostas de valor e canais de distribuição.
- Desenvolver um plano de negócios robusto que atraia investidores e parceiros, baseando-se no Business Model Canvas para detalhar como a empresa gerará e entregará valor, abordando estrutura de custos, fluxos de receita e atividades e parcerias-chave.
- Fomentar a análise crítica e a adaptação contínua do modelo de negócios, utilizando o Canvas como uma ferramenta dinâmica para identificar oportunidades de inovação, otimização de recursos e resposta a mudanças no mercado.
- Integrar recursos e atividades-chave para maximizar a eficiência e o valor oferecido, garantindo que todos os componentes do Business Model Canvas estejam interconectados e contribuam para o sucesso e sustentabilidade do empreendimento.

Habilidade Auxiliar: Liderança

☐ Fundamentos de Liderança:

- Fundamentos da liderança são princípios e práticas essenciais que guiam os líderes na motivação, orientação e gestão de equipes para alcançar objetivos organizacionais eficazmente.
- Definir e comunicar uma visão clara e inspiradora.
- Praticar a comunicação clara e eficaz com a equipe.
- Compreender e valorizar as perspectivas dos outros.
- Agir de acordo com princípios éticos e morais.
- Confiar e atribuir responsabilidades à equipe.
- Inspirar e encorajar a equipe a alcançar seus melhores resultados.
- Fazer escolhas informadas e responsáveis.
- Investir no crescimento e capacitação da equipe.

☐ Tech Lead:

- Tech Lead é um papel de liderança técnica em equipes de desenvolvimento de software, responsável por guiar a equipe no desenvolvimento de soluções tecnológicas.
- Projete e mantenha a arquitetura de software.
- Encontre soluções técnicas para desafios complexos.
- Gerencie e monitore o processo de entrega de software.
- Desenvolva habilidades técnicas da equipe.
- Comunique-se claramente com a equipe e stakeholders.
- Promova e implemente práticas e tecnologias inovadoras.

☐ Roadmap:

- Um roadmap é uma representação visual que descreve a visão estratégica de um produto ou projeto e seu plano de execução ao longo do tempo.
- Alinhe o roadmap com os objetivos de negócio e as metas do produto.

- Priorize recursos e funcionalidades com base no valor para o cliente e para o negócio.
- Defina marcos e prazos realistas para o desenvolvimento e entrega.
- Comunique o roadmap de forma clara e transparente com todas as partes interessadas.
- Esteja aberto a ajustes e adaptações conforme novas informações e mudanças de contexto.
- Colete feedback regularmente para ajustar o roadmap conforme necessário.
- Assegure que o roadmap esteja alinhado com as estratégias e objetivos da organização.