

1ª EDIÇÃO 2020

MÉTODOS ÁGEIS

▶▶ UM GUIA DEFINITIVO COM MAIS DE
20 METODOLOGIAS ÁGEIS
UTILIZADAS POR GRANDES EMPRESAS PARA
CRIAR O **PRODUTO CERTO**

ESCRITO POR
MICHEL DEUNIZIO



1 VISÃO DO PRODUTO - Entender claramente a visão do produto, o caminho e a estratégia a ser trilhada.

Para [cliente final]
cujo [problema que precisa ser resolvido],
o [nome do produto]
é um [categoria do produto]
que [benefício-chave, razão para adquiri-lo].
Diferentemente da [alternativa da concorrência],
o nosso produto [diferença-chave]

1 Para (seu cliente, usuário ou público-alvo).

2 Que (a principal necessidade ou oportunidade do seu seu cliente, usuário ou público-alvo).

3 O (nome do produto a ser criado) **é um** (categoria do produto a ser criado).

4 Que (o principal benefício do produto a ser criado).

5 Diferente de (a principal alternativa concorrente).

6 Meu produto (principal diferenciação do produto a ser criado).

Para [cliente final],
cujo [problema que precisa ser resolvido],
o [nome do produto] é um [categoria do produto]
que [benefício-chave, razão para adquiri -lo].

Diferentemente da [alternativa da concorrência],
o nosso produto [diferença-chave].

Exemplo 1 – Easy-Bola (exemplo criado pelos participantes do workshop DiretoAoPonto na QCon São Paulo 2015)

Para os peladeiros de plantão

Que tem dificuldade de participar de jogos

O Easy-Bola

É um App Mobile

Que facilita encontrar jogos

Diferentemente de boca-a-boca

O Nosso produto maximiza as chances de acontecimento das peladas

Exemplo 2 – DoctorFinder (exemplo criado e utilizado por *Rafael Sabbagh* nos seus workshops)

Para pacientes

que têm dificuldade em marcar consultas e exames do seu plano de saúde,

o DoctorFinder é um sistema de agendamento

que casa sua necessidade com a disponibilidade do médico ou exame.

ao invés de ligar para vários médicos e clínicas,

nosso sistema permite a realização de comparação automática e mostra os resultados viáveis para o paciente escolher.

2

OBJETIVOS DO PRODUTO - Decidir o que é o produto, o que não é, o que faz e o que não faz.

O produto é...

O produto não é...

O produto faz...

O produto não faz...

FIGURA 7.1

Dinâmica "É/Não é/Faz/Não faz"



O produto é...

- app
- app mobile
- multiplataforma
- facilitador para organizar peladas
- gratuito

O produto não é...

- FB, Twitter, Whatsapp
- site
- não é chat
- messenger (chat)

O produto faz...

- marca jogos (agenda)
- agenda quadras
- lista partidas
- localiza peladas próximas
- geolocalização
- avisos sobre ocorrências
- notifica usuários
- rating usuário
- guarda reputação

O produto não faz...

- organiza jogos
- define times por ordem de pedido
- organiza jogos e times
- cria times
- gerencia pagamentos
- pagamento online da pelada
- jogos privados
- organiza campeonatos

Esclarecendo o Objetivo

Após as atividades *Visão do Produto* e *O Produto É – Não é – Faz – Não faz* deve-se realizar a atividade para esclarecer o objetivo do produto.

Identificar 3 grandes (macros objetivos) do produto.

Exemplo:

- encontrar peladas
- divulgar jogos
- registrar opções de partidas

3 **PERSONAS** - Descrever a persona, suas características e suas necessidades específicas.

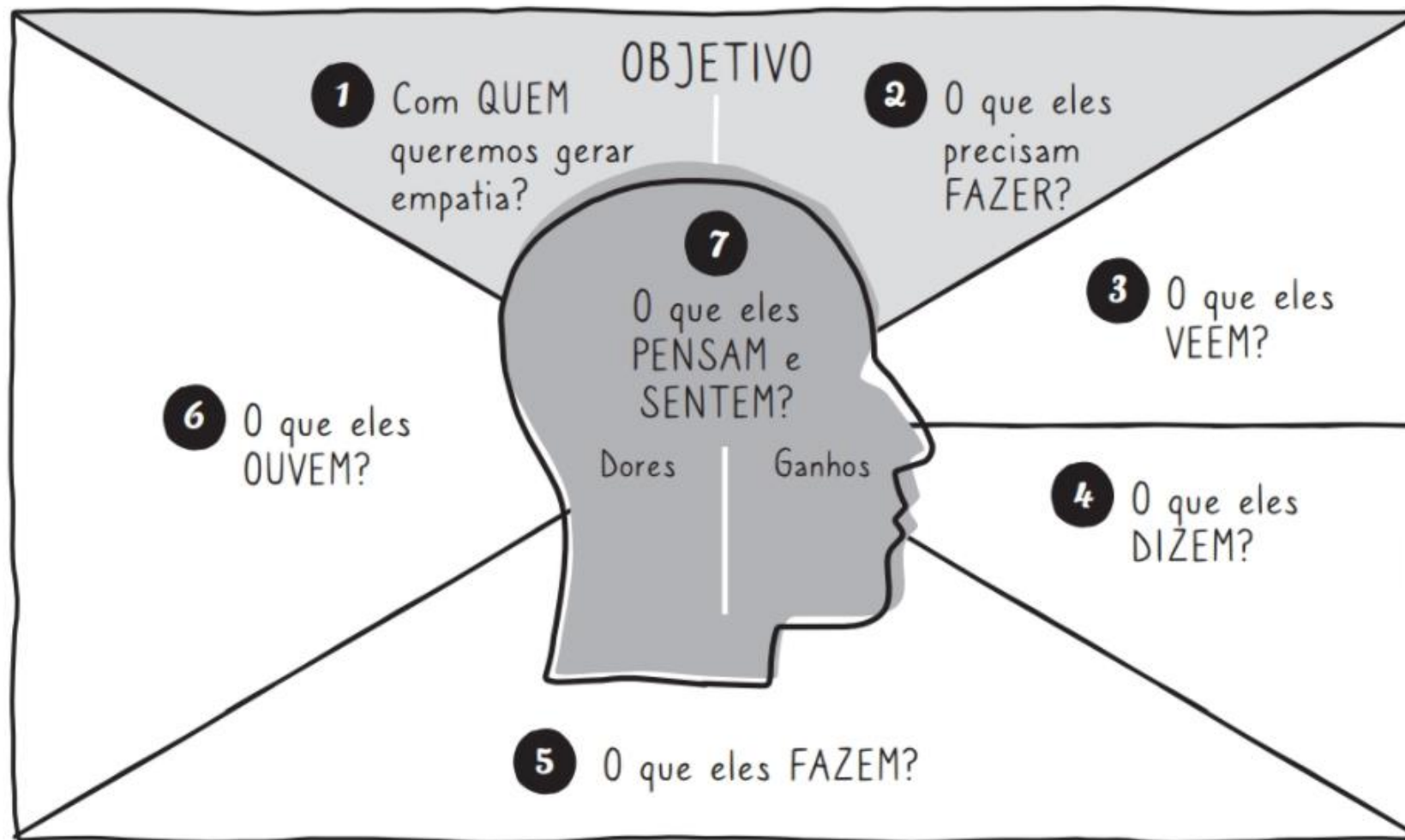


4 **FUNCIONALIDADES** - Descrever as funcionalidades do produto, que é a interação da persona com o produto.



FIGURA 7.2

Mapa da empatia



Fonte: adaptada de GRAY, D. Empathy map canvas. *Gamestorming*, jul. 2017. Disponível em: <<https://gamestorming.com/wp-content/uploads/2017/07/Empathy-Map-Canvas-006.pdf>>. Acesso em: 14 set. 2018.

QUADRO 7.1

Descrição da *persona*

© iStock / Getty Images Plus/seb_ra



ANDREA MENDES, a gerente ocupada

- Idade: 38 anos
- Estado civil: casada (dois filhos)
- Gênero: feminino
- Profissão: gerente de Agência de Marketing
- Educação: pós-graduada em Marketing
- Renda mensal: R\$ 15.000,00

"Liderar o time de marketing e executar todas as minhas tarefas do dia a dia não é nada fácil. Os projetos são atropelados pela correria diária. Preciso de uma maneira fácil de me organizar e dividir bem meu tempo para dar conta de tudo sem perder a qualidade das entregas e da minha vida."

Andrea lidera as operações de uma agência de marketing de médio porte em São Paulo. Recentemente, seu time cresceu, pois a agência conquistou novos clientes e assumiu mais projetos. O gerenciamento de seus projetos e das atividades é manual e está se tornando insustentável. Andrea necessita de uma solução prática que possibilite a organização dos projetos e das atividades recorrentes.

OBJETIVOS

- Organizar seus projetos e atividades do dia a dia.
- Reduzir o tempo com gestão de tarefas.
- Ter mais tempo para passar com a família.

INTERESSES

- Marketing digital.
- Infoprodutos.
- Culinária e viagens.

USO DE TECNOLOGIA

- Tem um *notebook* pessoal.
 - Tem um iPhone.
 - Ativa no LinkedIn e no Facebook.
-

Localizar
produto

Comprar
produto

Acessar
o site

Navegar
pela vitrine

Buscar um
produto

Visualizar
os detalhes
do produto

Efetuar
pagamento

Login
com user
e senha

Listagem
de produtos

Busca
por nome

Descrição
do produto

Carrinho
de compras

Cadastro
simples

Filtros por
tipo e marca

Menu de
busca

Seção
de fotos
do produto

Pagamento
com boleto

Homepage
com vitrine

Busca
por voz

Comentários
de clientes

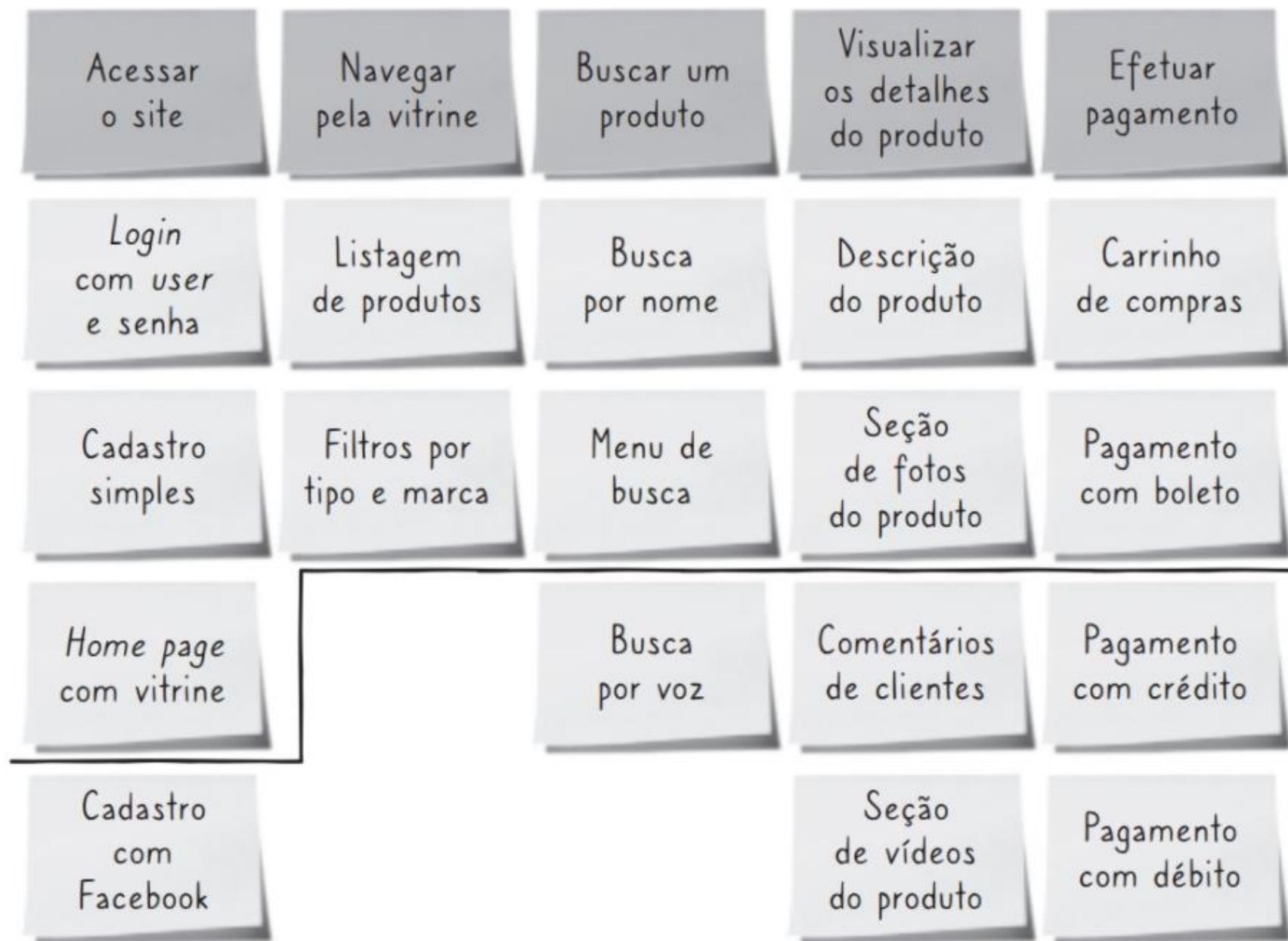
Pagamento
com crédito

Cadastro
com
Facebook

Seção
de vídeos
do produto

Pagamento
com débito

Story map com destaque para o MVP



QUADRO 7.2

Formato popular de *story*

Eu como [tipo de usuário]

Quero [fazer algo]

Para que eu possa [benefício]

QUADRO 7.3

Exemplo de *story* I

TÍTULO DA *STORY*:

Upload de fotos

DESCRIÇÃO:

Eu como gerente do catálogo

Quero fazer *upload* de fotos

Para que eu possa customizar os produtos.

Fonte: elaborado pelos autores.

QUADRO 7.4

Exemplo de story II

TÍTULO DA STORY:
Produtos similares

DESCRIÇÃO:

Eu como comprador frequente

Quero visualizar produtos
similares ao último visitado

Para que eu possa ter
mais opções de escolha.

Fonte: elaborado pelos autores.

FIGURA 7.10

Story card

| | |
|--|-----------------------|
| S - 108 | Similares ao visitado |
| EU, como novo usuário do site, QUERO fazer meu cadastro com minha conta do Facebook PARA QUE EU POSSA agilizar o processo de cadastro. | |
| Paulo Junior | 12/04/16 |

Tarefas Iniciais

- Usar o template do Projeto V1 e Testar / Usar a Ferramenta ZOHO
- Visão do Produto
- Quadro É / Não É / FAZ / NÃO FAZ
- Soluções Concorrentes (pelo menos 2)
- Objetivos (3 principais)
- Personas (pelo menos 3 diferentes)