

Gestão de Produtos e Inovação

O que é gestão de produtos e o papel do Product Manager (PM)



Plataforma completa de aprendizado
contínuo em programação.

#BoostingPeople

rocketseat.com.br

Todos os direitos reservados © Rocketseat S.A.

Quem sou?

 <https://www.linkedin.com/in/paulovictorlisboa>

 [@paulolisboa.br](https://www.instagram.com/@paulolisboa.br)

 paulolisboa.contato@gmail.com



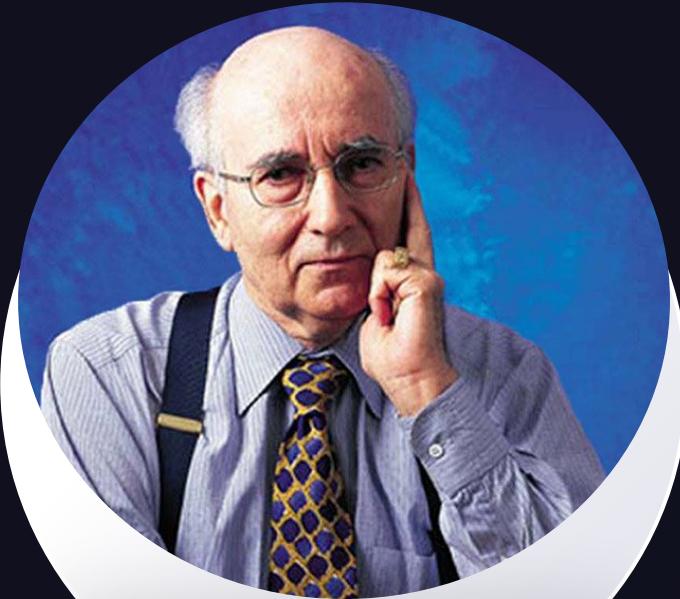
Paulo Lisboa

Group Product Manager
na TotalPass LATAM

Aula 1

O que é gestão de produtos e o
papel do Product Manager (PM)

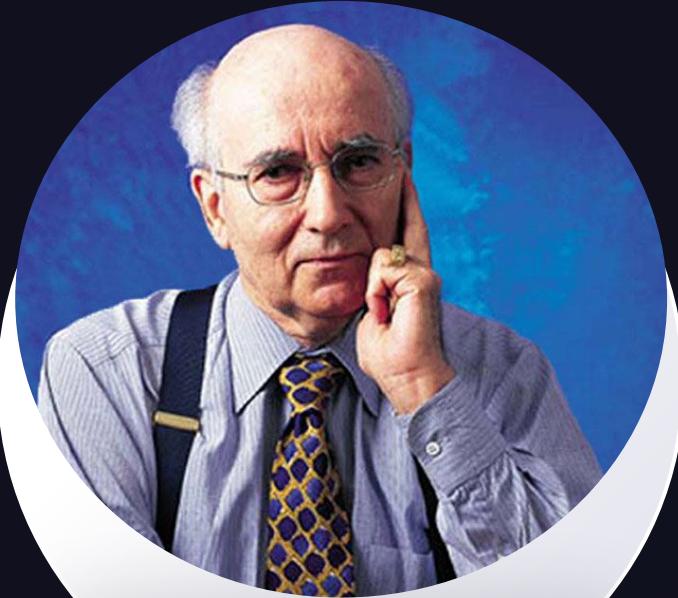
O que é um produto?



Philip Kotler

“Um produto é qualquer coisa que pode ser oferecida a um mercado para aquisição, uso ou consumo, e que possa satisfazer um desejo ou necessidade.”

Segundo Kotler, um produto vai além de suas características físicas, sendo composto por diversos elementos que acrescentam valor para o consumidor.



Philip Kotler

Elementos de um produto

Produto Básico

- O núcleo do produto, que atende à necessidade ou desejo fundamental do cliente. Por exemplo, o produto básico de um restaurante é a comida.

Produto Esperado

- Os atributos e características que o cliente espera encontrar no produto. No restaurante, isso incluiria um ambiente agradável, atendimento cordial e comida saborosa.

Produto Ampliado

- Benefícios e serviços adicionais que diferenciam o produto da concorrência. No restaurante, isso poderia incluir um menu especial, carta de vinhos premiada ou música ao vivo.

Produto Potencial

- Todas as características e transformações que o produto pode oferecer no futuro. No restaurante, isso poderia incluir a entrega em domicílio, serviços de catering ou a expansão para outras cidades.

O que é um produto digital?

Os produtos digitais são bens ou serviços entregues em formato digital, geralmente por meio de plataformas online ou dispositivos eletrônicos.

Eles abrangem uma ampla variedade de categorias, cada uma com características e propósitos específicos.

Aplicativos e Softwares

- **Aplicativos Móveis:** Apps para smartphones e tablets (ex.: Instagram, Uber).
- **Softwares de Desktop:** Programas instalados em computadores (ex.: Photoshop, Microsoft Office).
- **Ferramentas de Produtividade:** Aplicativos para gestão de tarefas, edição de texto, etc. (ex.: Trello, Notion).
- **Jogos Digitais:** Jogos para consoles, PCs ou dispositivos móveis (ex.: Fortnite, Candy Crush).

Plataformas Online

- **Redes Sociais:** Plataformas para conexão e compartilhamento (ex.: Facebook, LinkedIn).
- **Marketplaces:** Sites de compra e venda de produtos ou serviços (ex.: Amazon, Etsy).
- **Plataformas de Conteúdo:** Sites que oferecem vídeos, artigos ou outros conteúdos (ex.: YouTube, Medium).
- **SaaS (Software as a Service):** Softwares baseados em nuvem (ex.: Salesforce, Slack).

Conteúdos Digitais

- **E-books:** Livros digitais (ex.: Amazon Kindle).
- **Cursos Online:** Plataformas de educação a distância (ex.: Coursera, Udemy).
- **Blogs e Artigos:** Conteúdo textual publicado online.
- **Podcasts:** Áudios sob demanda (ex.: Spotify, Apple Podcasts).
- **Vídeos e Streaming:** Plataformas de vídeo sob demanda (ex.: Netflix, YouTube).

Serviços Digitais

- **Assinaturas:** Serviços recorrentes (ex.: Netflix, Spotify).
- **Serviços Financeiros:** Plataformas de bancos digitais, investimentos ou pagamentos (ex.: Nubank, PayPal).
- **Cloud Computing:** Armazenamento e processamento na nuvem (ex.: Google Drive, AWS).
- **Serviços de Streaming:** Transmissão de música, vídeo ou jogos (ex.: Twitch, Disney+).

Ferramentas de Comunicação

- **Mensageiros:** Aplicativos de troca de mensagens (ex.: WhatsApp, Telegram).
- **Videoconferência:** Plataformas para reuniões virtuais (ex.: Zoom, Microsoft Teams).
- **E-mail e Chatbots:** Ferramentas de comunicação automatizada.

Produtos de Dados e Inteligência Artificial

- **Ferramentas de Análise de Dados:** Plataformas para análise e visualização de dados (ex.: Tableau, Power BI).
- **IA e Machine Learning:** Produtos que utilizam inteligência artificial (ex.: ChatGPT, ferramentas de recomendação).
- **Big Data:** Soluções para processamento de grandes volumes de dados.

Produtos de Realidade Virtual (VR) e Aumentada (AR)

- **Aplicativos de Realidade Virtual:** Experiências imersivas (ex.: Oculus Rift).
- **Realidade Aumentada:** Integração de elementos digitais no mundo real (ex.: Pokémon GO, IKEA Place).

Produtos de IoT (Internet das Coisas)

- **Dispositivos Conectados:** Eletrodomésticos, wearables e outros dispositivos inteligentes (ex.: Smart TVs, relógios inteligentes).
- **Sistemas de Automação Residencial:** Controle de iluminação, segurança e temperatura (ex.: Alexa, Google Nest).

Produtos de Blockchain e Criptomoedas

- **Criptomoedas:** Moedas digitais (ex.: Bitcoin, Ethereum).
- **NFTs (Tokens Não Fungíveis):** Ativos digitais únicos (ex.: artes digitais, colecionáveis).
- **Plataformas de Contratos Inteligentes:** Soluções baseadas em blockchain (ex.: Ethereum, Solana).

Ferramentas de Marketing Digital

- **Ferramentas de SEO:** Plataformas para otimização de sites (ex.: SEMrush, Ahrefs).
- **Automação de Marketing:** Ferramentas para gestão de campanhas (ex.: HubSpot, Marketo).
- **Análise de Tráfego:** Ferramentas como Google Analytics.

Produtos de Segurança Digital

- **Antivírus e Firewalls:** Proteção contra ameaças digitais (ex.: Norton, McAfee).
- **Ferramentas de Criptografia:** Proteção de dados e comunicações.
- **Gestão de Identidade:** Autenticação e controle de acesso (ex.: Okta, LastPass).

Produtos de Design e Criatividade

- **Ferramentas de Design Gráfico:** Softwares para criação visual (ex.: Adobe Creative Cloud, Canva).
- **Editores de Vídeo e Áudio:** Ferramentas para produção multimídia (ex.: Premiere Pro, Audacity).

Cada tipo de produto digital tem seu próprio ciclo de vida, público-alvo e desafios de desenvolvimento. A escolha do tipo de produto depende das necessidades do mercado, das habilidades da equipe e dos objetivos de negócio.

O que é a Gestão de Produtos?

A Gestão de Produtos

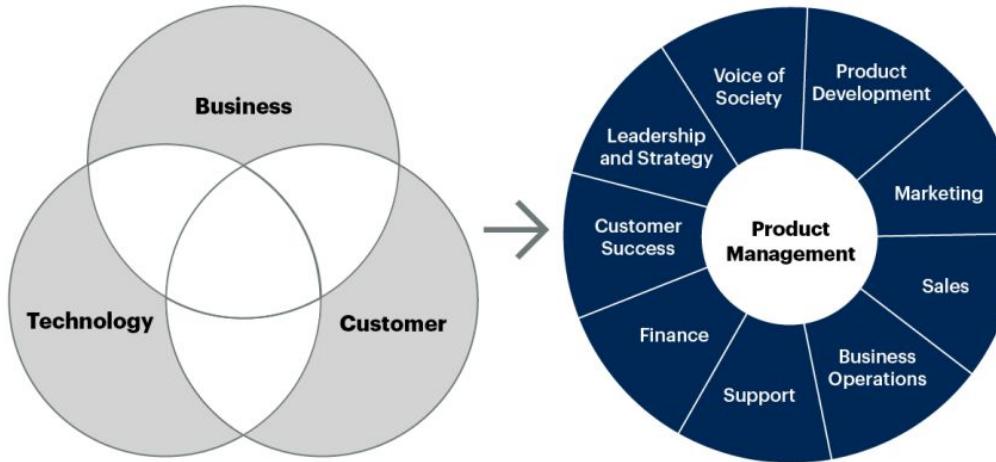
A gestão de produtos envolve o processo de **criar, lançar no mercado e administrar um produto ou serviço**. Ela abrange todas as etapas do ciclo de vida do produto, desde sua concepção e desenvolvimento até sua comercialização e retirada do mercado.

Os gerentes de produto (PMs) são responsáveis por assegurar que os produtos e serviços **satisfazam as necessidades e expectativas dos clientes**, enquanto garantem o sucesso comercial.

Eles colaboram de forma próxima com diferentes áreas da empresa, como marketing, vendas, engenharia e operações, para garantir que os produtos sejam desenvolvidos, produzidos e disponibilizados no mercado de maneira eficiente e econômica.

Quais são as responsabilidades de um(a) Product Manager?

The Evolution of the Product Management Skills



gartner.com

Source: Gartner
© 2022 Gartner, Inc. All rights reserved. CTMKT_1698102

Gartner®

Quais são as responsabilidades de um Product Manager?

Definir a visão de produto

- O PM é responsável por criar e comunicar uma visão clara e inspiradora para o produto, que define o que ele deve ser e o que ele deve alcançar. Essa visão deve ser baseada nas necessidades e desejos dos clientes, e deve ser alinhada com os objetivos estratégicos da empresa.

Priorizar e gerir o roadmap

- O PM é responsável por validar o produto com os clientes através de pesquisas, testes de usabilidade e outras técnicas. Ele usa esses dados para melhorar o produto e garantir que ele atenda às necessidades dos clientes.

Colaborar com os stakeholders

- O PM trabalha em estreita colaboração com diversas partes interessadas, como engenheiros, designers, marketing, vendas e suporte ao cliente. Ele é responsável por reunir feedback, resolver conflitos e garantir que todos estejam trabalhando em conjunto para alcançar os objetivos do produto.

Quais são as responsabilidades de um Product Manager?

Validar com os clientes

- Com base na visão do produto, o PM define o roadmap, que é um plano estratégico que define quais funcionalidades serão desenvolvidas e quando. O Product Manager é responsável por priorizar os itens do roadmap, garantir que o trabalho esteja no caminho certo e comunicar o progresso para as partes interessadas.

Medir o sucesso do produto

- O PM define as métricas de sucesso para o produto e acompanha o progresso em relação a essas métricas. Ele usa esses dados para identificar áreas de melhoria e tomar decisões informadas sobre o futuro do produto.



Marty Cagan

“Product Manager é um líder visionário e estratégico que guia o desenvolvimento de produtos de tecnologia que os clientes adoram.”

Dicas de livros:

Inspirado: como criar produtos de tecnologia que os clientes amam



Gestão moderna de produtos digitais:
O produto digital como um meio de
entregar valor para o usuário e para o
negócio



OBRIGADO! :)

Gestão de Produtos e Inovação

Gestão de Produtos vs Gestão de Projetos



Plataforma completa de aprendizado
contínuo em programação.

#BoostingPeople

rocketseat.com.br

Todos os direitos reservados © Rocketseat S.A.

Aula 2

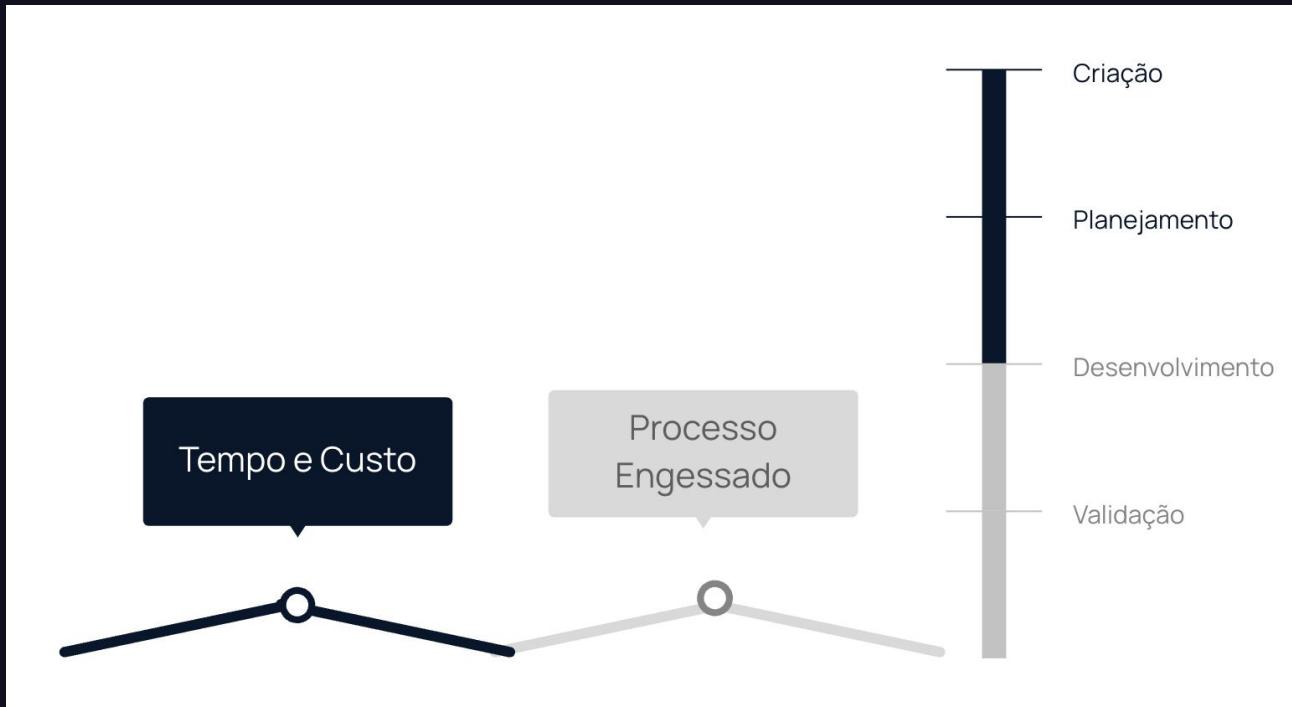
Diferença entre gestão de produtos e
projetos

Imagine um cenário onde eu começo a criar meu produto/software em setembro e faço o lançamento no ano seguinte, em março.

O que você acha que pode acontecer?

	Gestão de Produtos	Gestão de Projetos
Objetivo	Criar produtos de sucesso que atendam às necessidades dos clientes e gerem valor para o negócio.	Entregar projetos dentro do escopo, prazo e orçamento definidos.
Foco	Visão estratégica de longo prazo e inovação.	Execução impecável e entrega dentro do cronograma.
Ciclo de Vida	Contínuo, com evolução constante do produto.	Definido, com início, meio e fim.
Métricas	Satisfação do cliente, retenção, crescimento do uso, receita.	Escopo concluído, prazo cumprido, orçamento dentro do previsto.
Habilidades	Comunicação, visão estratégica, pensamento crítico, criatividade, empatia, conhecimento do mercado.	Planejamento, organização, comunicação, liderança, resolução de problemas, gestão de tempo e stakeholders.

O desenvolvimento de um Projeto costuma ser linear



O desenvolvimento de um produto tem elevado grau de imprevisibilidade, seja por alterações no comportamento do consumidor, mudanças mercadológicas, entre outras.



Não trate seus produtos como projetos!



A maioria dos novos PMs pensa que lançar um produto é "missão cumprida".

Na realidade, é o oposto.

O verdadeiro trabalho do PM é prestar **atenção aos resultados**, não às **entregas de funcionalidades**.

O lançamento do produto não é o principal objetivo, se você não sabe quais serão os resultados.

No momento em que você lança um produto, comece a monitorar os resultados.

Monitore o quanto perto você está do objetivo de negócio que definiu para este produto e se você alcançou os resultados-chave necessários para atingir o objetivo.

Existem equipes de produtos que tendem a relaxar após um lançamento. Não seja essa equipe.



O importante é solucionar problemas e gerar negócios

- Focar apenas em funcionalidades pode não ser a melhor estratégia

Sem iterações o produto se torna obsoleto

- A evolução contínua do produto é fundamental



Lançar um produto no momento inadequado e com as funcionalidades incorretas pode levar ao fracasso de uma empresa.

Por isso, entre outros motivos, é essencial adotar o **desenvolvimento iterativo** do produto mais do que nunca.

Fique atento!

Princípios da Gestão de Projetos também devem ser aplicados na Gestão de Produtos





É importante lembrar também que você precisa de gestão de projetos para gerir seu produto:

- Alinhamento com líderes e stakeholders sobre o que e quando precisa ser feito
 - *Construindo o produto certo vs (e) construindo o produto de maneira certa*
- Controle de produtividade
- Gestão de mudanças
- Previsibilidade de entrega

Exemplos Práticos

Gestão de Produtos

- Um gerente de produto de um aplicativo de delivery define a estratégia para um novo recurso de pagamento, desde a pesquisa de mercado até o lançamento e análise dos resultados.

Gestão de Projetos

- Um gerente de projeto coordena a implementação de um novo sistema de ERP (sistema integrado de gestão empresarial) na empresa, garantindo que tudo seja feito dentro do prazo e orçamento previstos.

OBRIGADO! :)

Gestão de Produtos e Inovação

Ciclo de vida de um produto



Plataforma completa de aprendizado
contínuo em programação.

#BoostingPeople

rocketseat.com.br

Todos os direitos reservados © Rocketseat S.A.

Aula 3

Ciclo de Vida do Produto

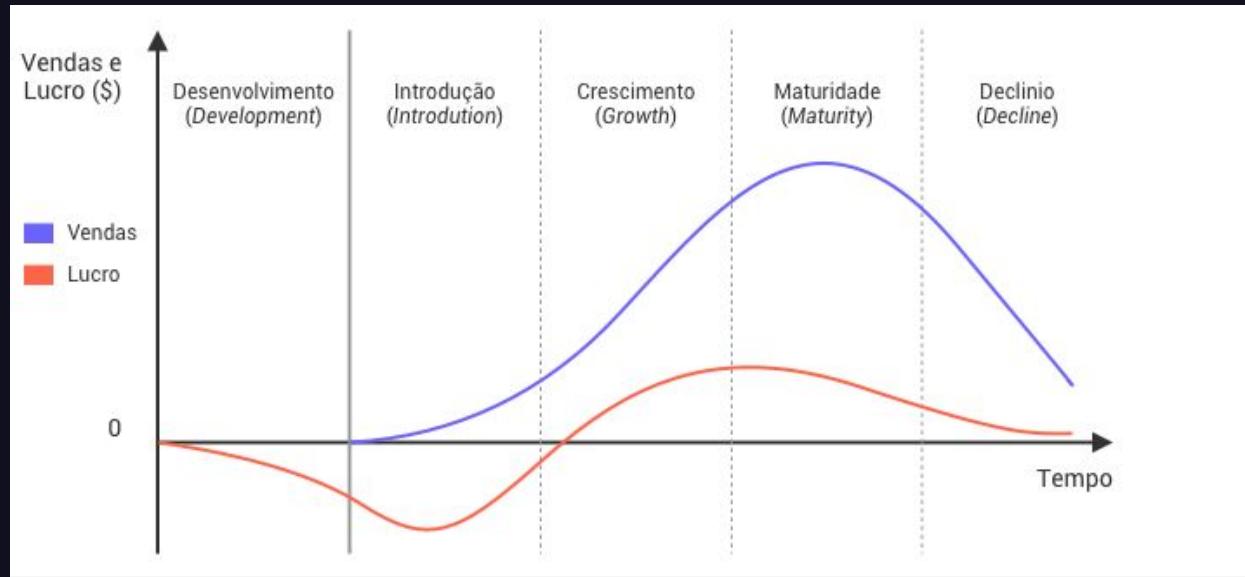
Ciclo de Vida do Produto

O ciclo de vida de um produto é a progressão natural de um produto desde seu desenvolvimento inicial até seu eventual declínio e obsolescência.

Existem cinco fases distintas no ciclo de vida de um produto: desenvolvimento, introdução, crescimento, maturidade e declínio.

Cada fase apresenta diferentes desafios e oportunidades para os negócios, e cada uma deve ser gerenciada com cuidado para maximizar o potencial do produto.

Ciclo de Vida do Produto



Ciclo de Vida do Produto

No mundo dinâmico dos produtos digitais, a jornada desde a concepção até o declínio ou a obsolescência é marcada por distintas fases que compõem o ciclo de vida.

Compreender essas etapas e suas características é crucial para Product Managers que desejam navegar com maestria por este processo, tomando decisões estratégicas que garantam o sucesso do produto.

Compreendo com mais detalhes as etapas do Ciclo de Vida do Produto

Fases do Ciclo de Vida de um Produto Digital

Ideação e Validação

- A semente do produto é plantada!
- Nesta fase inicial, ideias surgem, problemas são identificados e soluções potenciais são esboçadas.
- Através de pesquisas de mercado, análises de concorrentes e validação com clientes em potencial, o(a) PM garante que o produto nasça com bases sólidas e atenda a uma necessidade real do mercado.

Desenvolvimento e Lançamento

- A ideia ganha vida!
- Com a validação em mãos, a equipe de desenvolvimento entra em ação, transformando a visão do produto em realidade.
- O(a) PM lidera a equipe, define funcionalidades, prioriza tarefas e garante que o produto atenda aos prazos e orçamentos estipulados.
- O momento do lançamento finalmente chega, e o produto é apresentado ao mundo, gerando expectativas e colhendo os primeiros feedbacks dos usuários.

Crescimento e Adoção

- O produto conquista seu espaço! Nesta fase crucial, o foco está na aquisição e retenção de usuários.
- O(a) PM monitora de perto o engajamento dos usuários, coleta dados e realiza análises para identificar oportunidades de aprimoramento.
- Campanhas de marketing, otimizações na interface e novas funcionalidades são lançadas para impulsionar o crescimento e fidelizar a base de usuários.

Fases do Ciclo de Vida de um Produto Digital

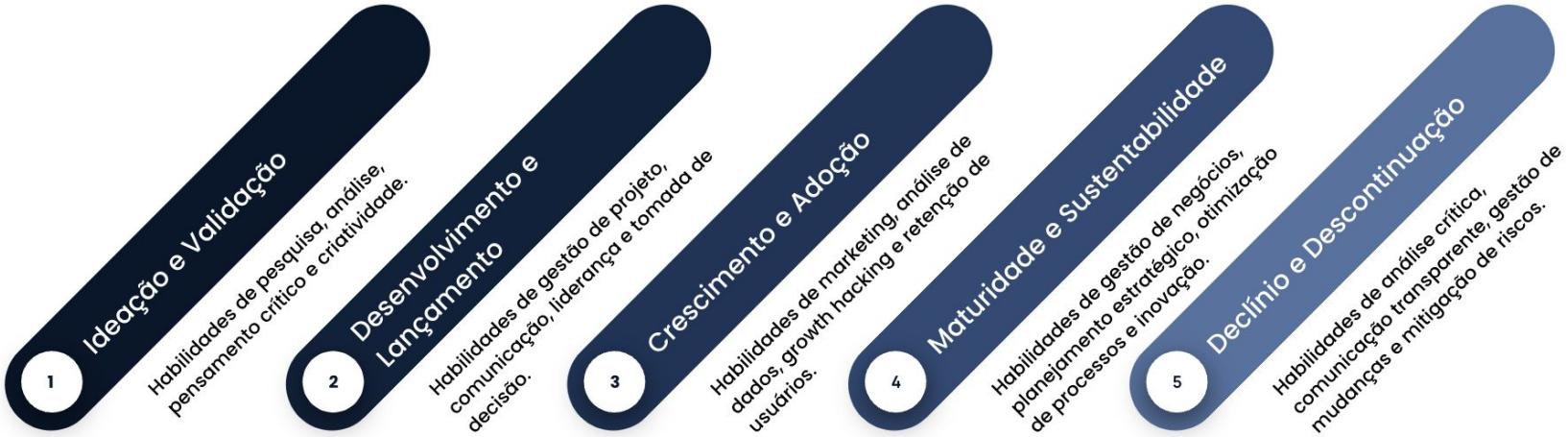
Maturidade e Sustentabilidade

- O produto se consolida!
- Alcançando um público significativo e estável, o produto entra em sua fase de maturidade. O foco se volta para a otimização da lucratividade e a expansão da base de usuários.
- O Product Manager busca novas oportunidades de mercado, explora parcerias estratégicas e investe na inovação para manter o produto competitivo e relevante.

Declínio e Descontinuação

- Com o avanço da tecnologia e a mudança nas demandas do mercado, o produto pode entrar em declínio. As vendas estagnam, a base de usuários diminui e surgem novas alternativas mais atrativas.
- O (a) PM analisa cuidadosamente os dados e métricas, avaliando a viabilidade de continuar investindo no produto. Se a decisão for pela descontinuação, um plano estratégico de desativação é implementado, minimizando os impactos.

Habilidades fundamentais para cada fase do Ciclo de Vida do Produto



OBRIGADO! :)

Gestão de Produtos e Inovação

A Centralidade do Cliente na construção de Produtos



Plataforma completa de aprendizado
contínuo em programação.

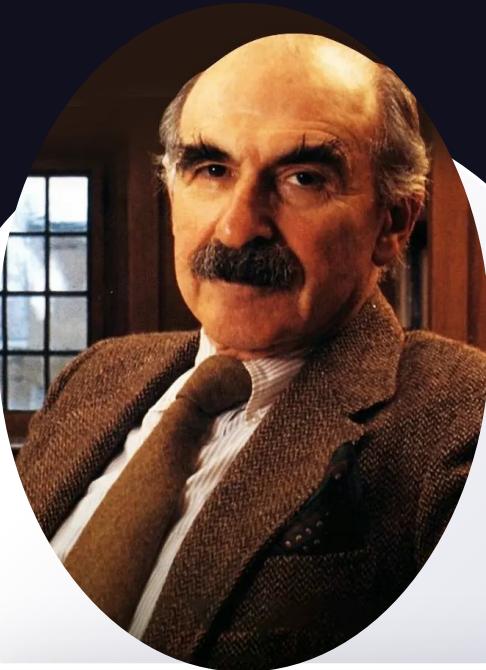
#BoostingPeople

rocketseat.com.br

Todos os direitos reservados © Rocketseat S.A.

Aula 4

Pensamento Orientado para o
Cliente



Theodore Levitt

*“Uma empresa **começa com o cliente e suas necessidades**, não com uma patente, matéria-prima ou habilidades de vendas.”*

O que é Pensamento de Produto orientado para o cliente?

Uma filosofia de desenvolvimento de produtos que coloca as necessidades dos clientes em primeiro lugar.

- Entender as necessidades, desejos e motivações dos clientes;
- Usar essa compreensão para criar produtos que atendam a essas necessidades;
- Uma abordagem iterativa que envolve testar e refinar produtos com base no feedback do cliente;

Por que o Pensamento de Produto orientado para o cliente é importante?

- Contribui para o desenvolvimento de produtos mais eficazes;
- Aprimora a retenção de clientes;
- Fortalece a fidelidade dos clientes;
- Diminui os custos de desenvolvimento de produtos;
- Facilita o uso dos produtos;

Ao priorizar as necessidades dos clientes, aumenta a chance de desenvolver produtos que as pessoas utilizam com frequência e valorizam.

Google Play Jogos Apps Filmes Livros Crianças

Uber Lite

Uber Technologies, Inc.

4.1★ 448 mil avaliações 10 mi+ Downloads L Classificação Livre

Instalar Compartilhar Adicionar à lista de desejos

Você não tem dispositivos

Suporte do app ▾

Mais de Uber Technologies, Inc. →

- Uber**: Peça viagem de carro
Uber Technologies, Inc.
4,6★
- Uber Driver - para motorista**: Uber Technologies, Inc.
4,5★

Uber Lite - para celulares com pouca memória

Como colocar o cliente em primeiro lugar?

- Inicie com empatia;
- Compreenda as necessidades do cliente;
- Identifique um problema claro;
- Desenvolva uma solução;
- Construa um protótipo;
- Teste o protótipo com os clientes;
- Colete feedback;
- Aprimore o produto continuamente.



Ferramentas e Técnicas para Pensamento de Produto Orientado para o Cliente



- Mapeamento da jornada do cliente;
- Entrevistas com clientes;
- Testes de usabilidade;
- Análise de dados;
- Personas;
- Protótipos;



Marty Cagan

“Os produtos que os clientes amam são bem projetados, fáceis de usar e resolvem problemas reais.”

OBRIGADO! :)

Gestão de Produtos e Inovação

Ecossistema de Produtos e Stakeholders



Plataforma completa de aprendizado
contínuo em programação.

#BoostingPeople

rocketseat.com.br

Todos os direitos reservados © Rocketseat S.A.

Aula 5

Ecossistema de Produtos e Stakeholders

O que é ecossistema de produtos e stakeholders em Product Management?

O Ecossistema de Produtos e Stakeholders no contexto de Product Management (Gestão de Produtos) refere-se ao conjunto interconectado de elementos que influenciam e são influenciados por um produto, incluindo os stakeholders (partes interessadas) envolvidos em seu desenvolvimento, lançamento e evolução.

Esse conceito é essencial para entender como um produto se insere no mercado e como as diferentes partes interessadas impactam seu sucesso.

Componentes do Ecossistema de Produtos



- **Produto Principal:** O foco central da gestão, que pode ser um bem físico, software, serviço ou uma combinação deles.
- **Produtos Complementares:** Itens ou serviços que aumentam o valor do produto principal (ex.: acessórios, integrações, APIs).
- **Infraestrutura:** Plataformas, tecnologias ou sistemas que suportam o funcionamento do produto (ex.: nuvem, hardware).
- **Mercado e Concorrência:** O ambiente competitivo em que o produto está inserido, incluindo tendências de mercado e concorrentes diretos e indiretos.



- **Regulamentações e Normas:** Leis, políticas e padrões que afetam o desenvolvimento e a comercialização do produto.
- **Canais de Distribuição:** Meios pelos quais o produto chega ao consumidor final (ex.: e-commerce, varejo físico).
- **Comunidade e Cultura:** O público-alvo e sua relação com o produto, incluindo feedback, engajamento e expectativas.

Stakeholders no Ecossistema de Produtos

Stakeholders são todas as partes interessadas que têm influência ou são impactadas pelo produto.



Internos:

- Equipe de Produto (Product Managers, designers, desenvolvedores).
- Liderança executiva (CEO, CTO, etc.).
- Departamentos como Marketing, Vendas, Suporte e Financeiro.



Externos:

- Clientes e usuários finais.
- Parceiros e fornecedores.
- Investidores e acionistas.
- Concorrentes.
- Reguladores e órgãos governamentais.
- Comunidades e influenciadores.

A importância de entender o ecossistema



- **Visão Holística:** Entender o ecossistema ajuda a tomar decisões estratégicas alinhadas com as necessidades do mercado e dos stakeholders.
- **Colaboração:** A gestão eficaz de stakeholders é crucial para garantir que todas as partes estejam alinhadas com os objetivos do produto.
- **Inovação:** Identificar oportunidades no ecossistema pode levar a melhorias e diferenciais competitivos.
- **Sustentabilidade:** Considerar o impacto do produto no ecossistema ajuda a garantir sua viabilidade a longo prazo.

OBRIGADO! :)