

Uso de Dados Impulsionando a cultura de produto



Roberta Luzio

Group Product Manager @Globoplay



Daniel Monteiro

Head de Produto e Tecnologia no
Globoplay @Globoplay

Falta clareza sobre o
racional de alguns objetivos,
gerando sensação de
top-down?

Cobranças e celebrações
por entregáveis e não por
mensuráveis ?

top-down?

Cobranças e celebrações
por entregáveis e não por
mensuráveis ?

Sensação de *descolamento*
entre as entregas e o
impacto real nos números
do negócio?

Sensação de *descolamento*
entre as entregas e o
impacto real nos números
do negócio?

Até mostra-se números,
mas não sabemos se: são
bons, se podem melhorar
ou qual *impacto* final

do negócio?

Até mostra-se números,
mas não sabemos se: são
bons, se podem melhorar
ou qual *impacto* final
geraram?

Falta clareza sobre o
racional de alguns
objetivos, gerando
sensação de *top-down*?

Cobranças e celebrações por
entregáveis e não por
mensuráveis ?

Sensação de *descolamento*
entre as entregas e o
impacto real nos números do
negócio?

Até mostra-se números, mas
não sabemos se: são bons,
se podem melhorar ou qual
impacto final geraram?

Sua empresa está orientada
a *PROJETOS* e não a
Produtos

Sua empresa está orientada a
projetos e não a produtos

Mas ainda assim você
pode...

Fazer funcionar um pouco melhor
mesmo nessas condições

Conseguir transformar essa realidade



projetos

project thinking

Um projeto é um esforço temporário com escopo, recursos e prazos definidos, visando a entrega de um resultado específico, cuja medição principal é baseada na timeline e nos prazos



projetos

project thinking

Um projeto é um esforço temporário com escopo, recursos e prazos definidos, visando a entrega de um resultado específico, cuja medição principal é baseada na timeline e nos prazos

produtos

product thinking

O foco é no resultado: pensar o produto é pensar no objetivo, garantindo que o resultado de negócios seja alcançado, e não apenas às especificações.

Os objetivos do negócio e as necessidades dos clientes direcionam as entregas.

Em uma empresa de projetos



O que você pode fazer para transformar isso em um fluxo de produto orientado a dados?



O que você pode fazer para transformar isso em um fluxo de produto orientado a dados?

Entender que existem
diferentes níveis de
maturidade ou “fases”

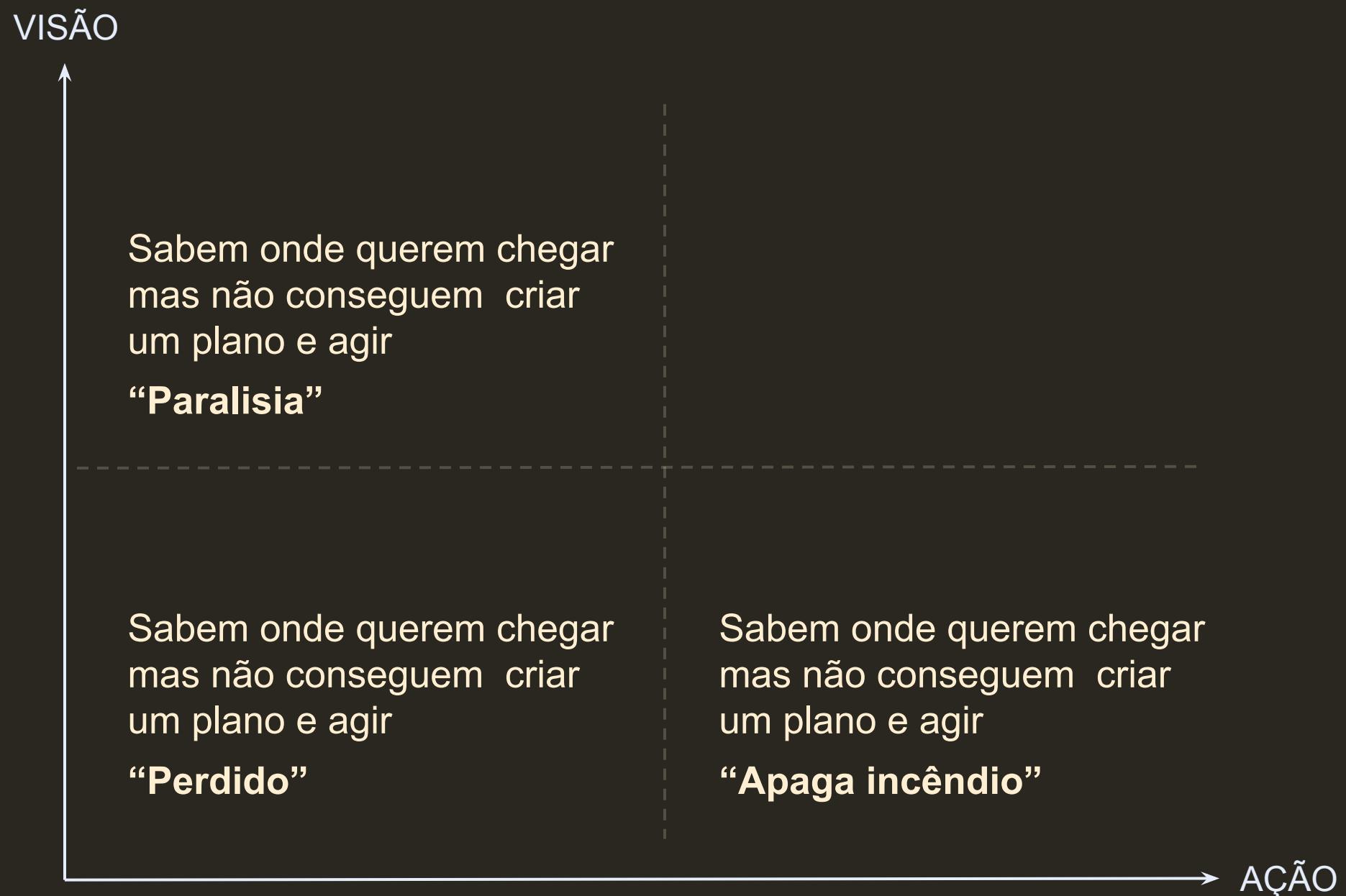
2

Cada fase tem os seus
desafios. É preciso fazer
muito bem feito o básico

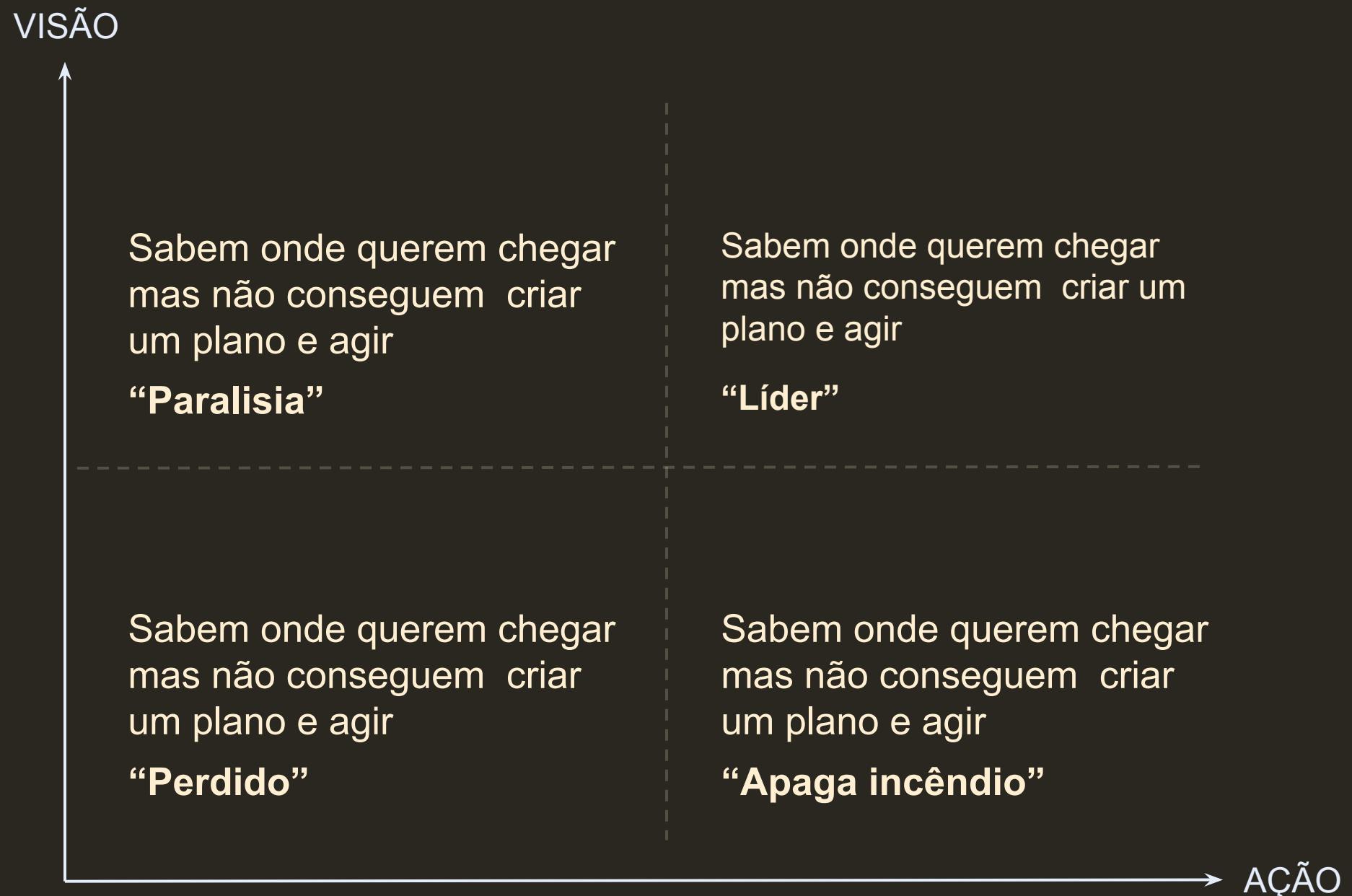
3

É papel da liderança de
produto trabalhar pra
preparar o time para fase
seguinte

liderança



liderança



A photograph of a woman in a blue dress walking away from the camera towards a bright sunset over a body of water. The sky is filled with dramatic, colorful clouds. The overall mood is contemplative and inspiring.

**"Leaders establish the vision for
the future and set the strategy for
getting there."**

John Kotter

ESTÁGIO 1 DEMANDAS > ENTREGAS



Características dessa fase

Você até tem dados,
mas não sabe muito bem
o que fazer com eles

Falta de entendimento
dos “por quês” do que
está sendo feito

ESTÁGIO 1 DEMANDAS > ENTREGAS



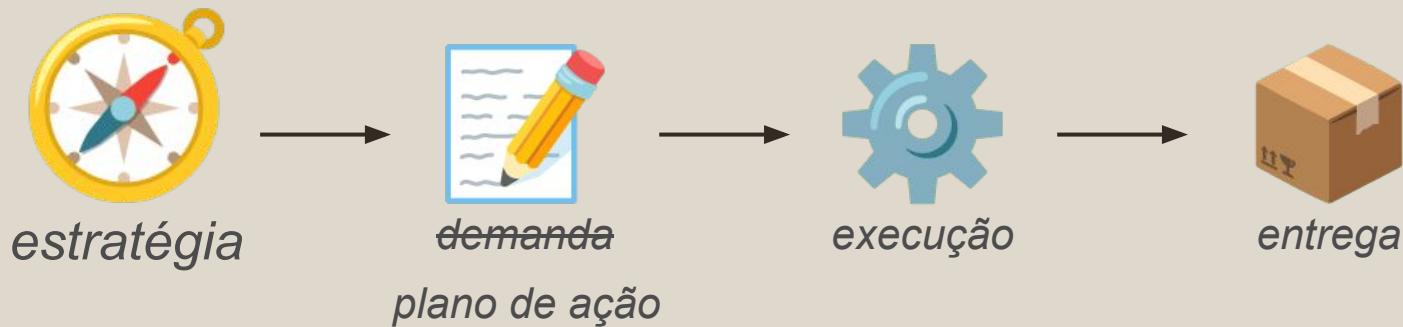
**O que buscar
nessa fase?**

Trazer o racional e conectar com alguma estratégia

As informações até existem, mas elas estão soltas e espalhadas

Precisa encontrar os motivos que justifiquem o que está planejado

ESTÁGIO 1 DEMANDAS > ENTREGAS



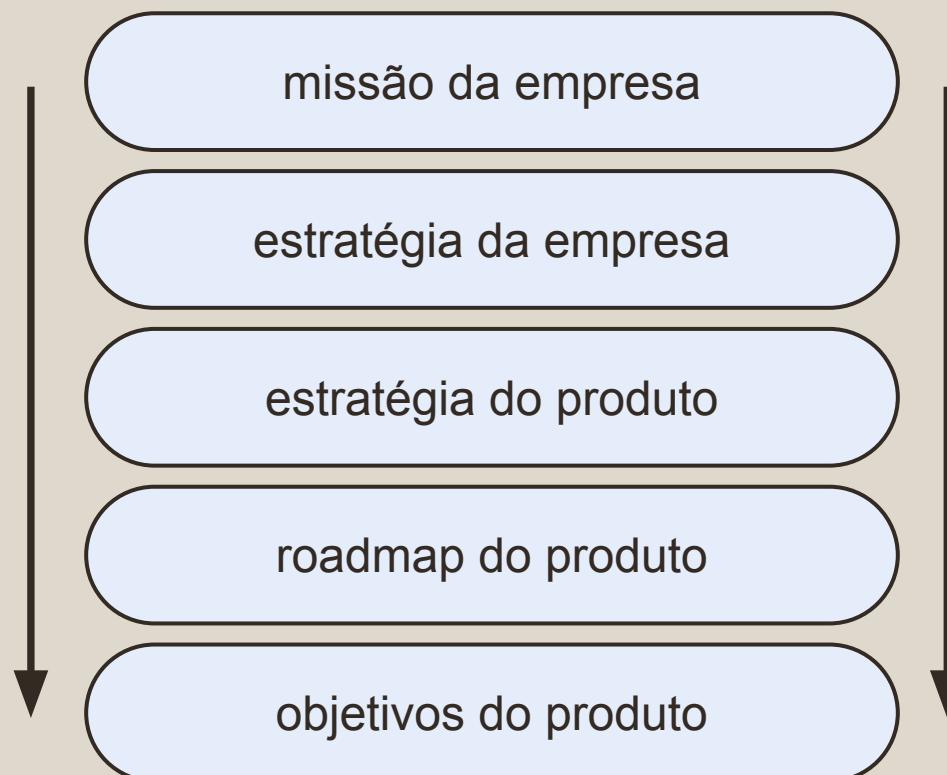
**O que buscar
nessa fase?**

Trazer o racional e conectar com alguma estratégia

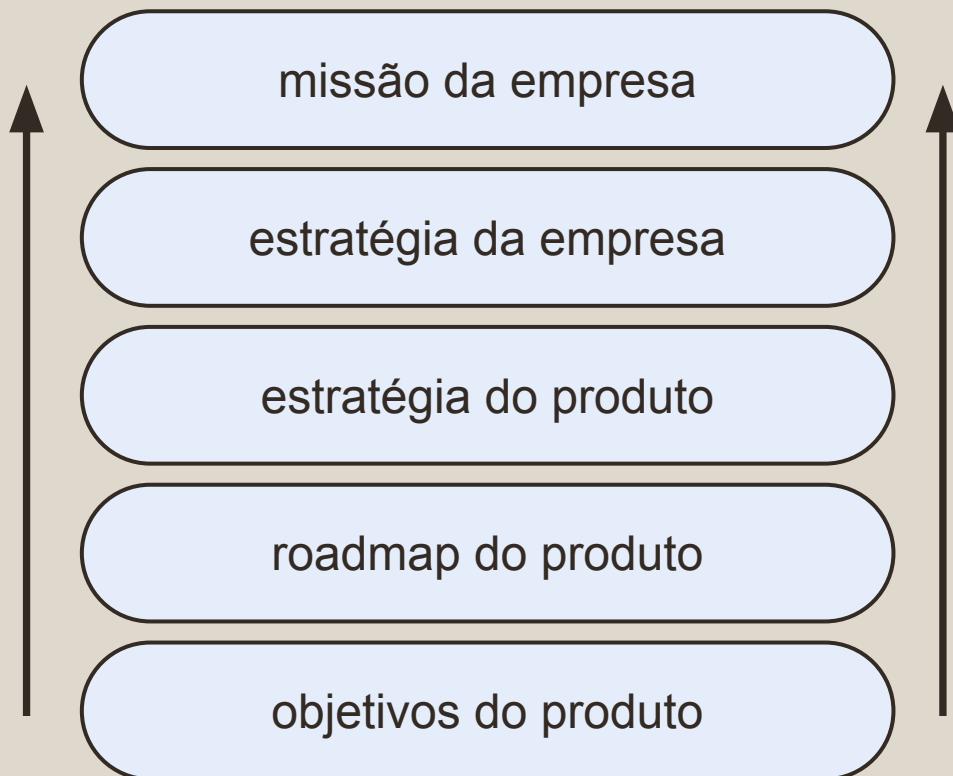
As informações até existem, mas elas estão soltas e espalhadas

Precisa encontrar os motivos que justifiquem o que está planejado

ESTÁGIO 1 DEMANDAS > ENTREGAS



ESTÁGIO 1 DEMANDAS > ENTREGAS



Não existe um framework perfeito que sirva como uma *receita*.

Você vai construir o ***SEU framework de estratégia***, com base no que você tem.

O mais importante é que dele você consiga ***extrair alguns pilares direcionadores para embasar o seu roadmap e objetivos***.

ESTÁGIO 1 DEMANDAS > ENTREGAS

Não existe um framework perfeito que sirva como uma *receita*.

Você vai construir o *SEU framework de estratégia*, com base no que você tem.

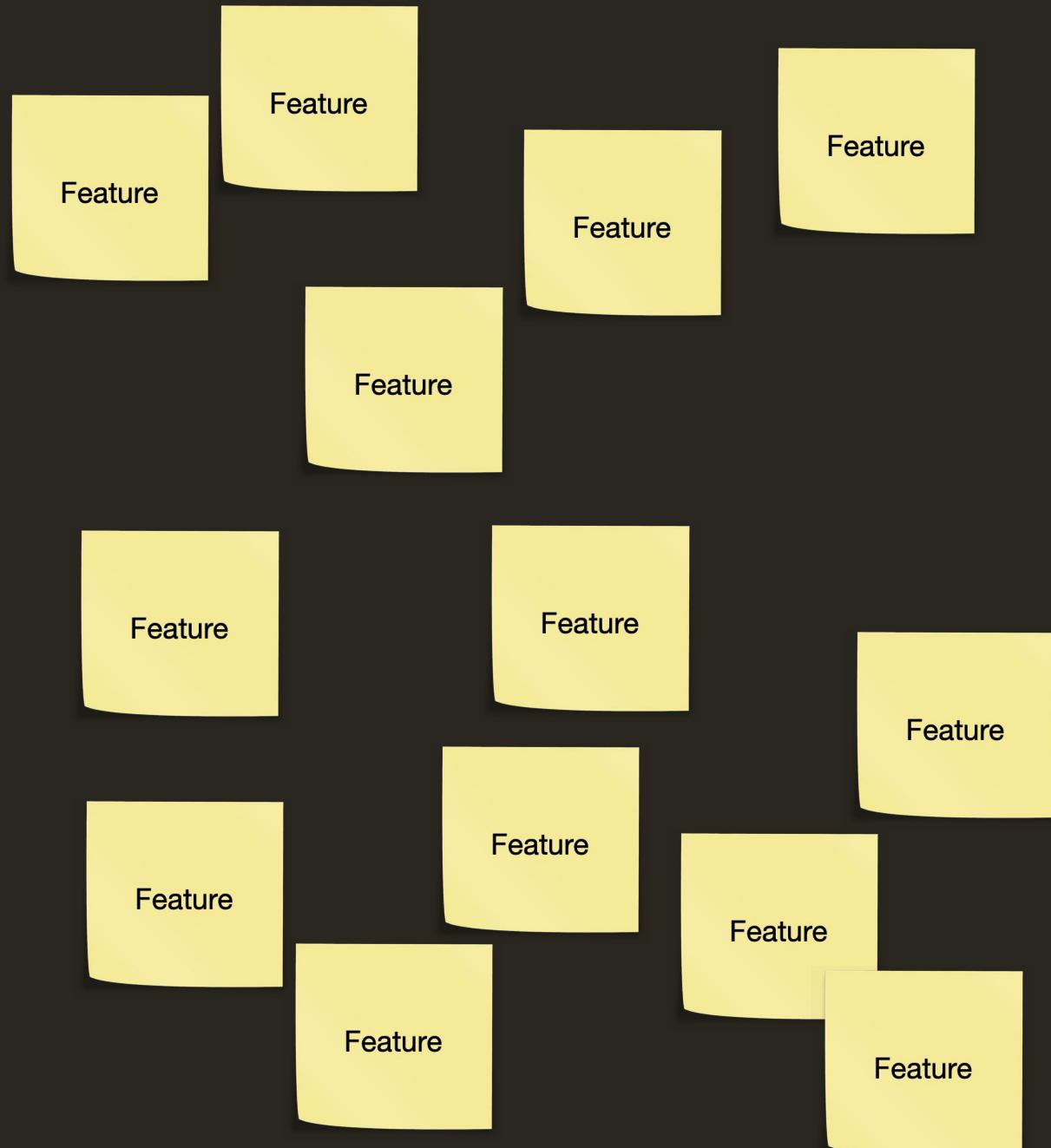
O mais importante é que dele você consiga *extrair alguns pilares direcionadores para embasar o seu roadmap e objetivos*.

Nessa fase o seu maior objetivo é conectar as coisas

exercício: agrupando funcionalidades

1

Levante o conjunto de todas as features recentes e do backlog



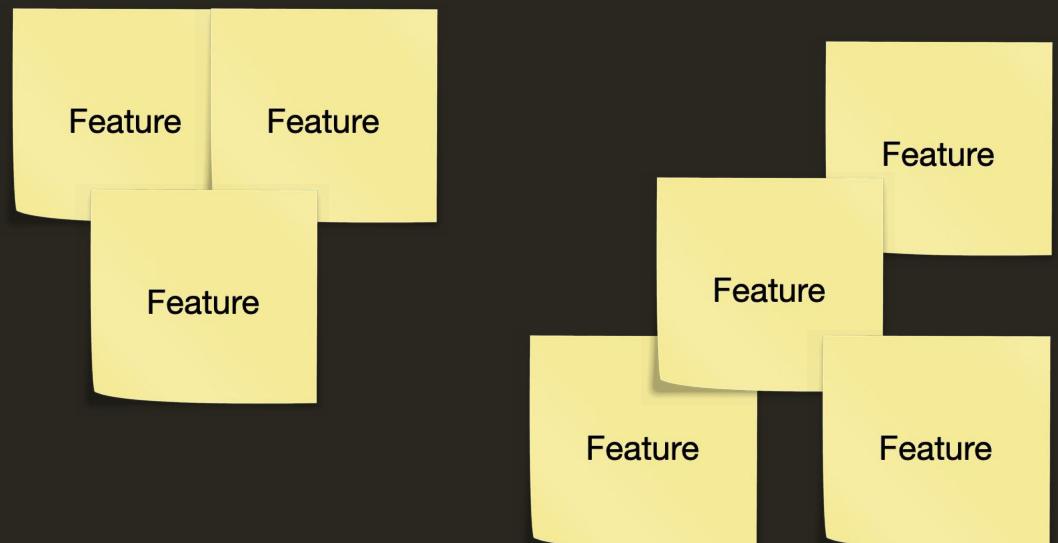
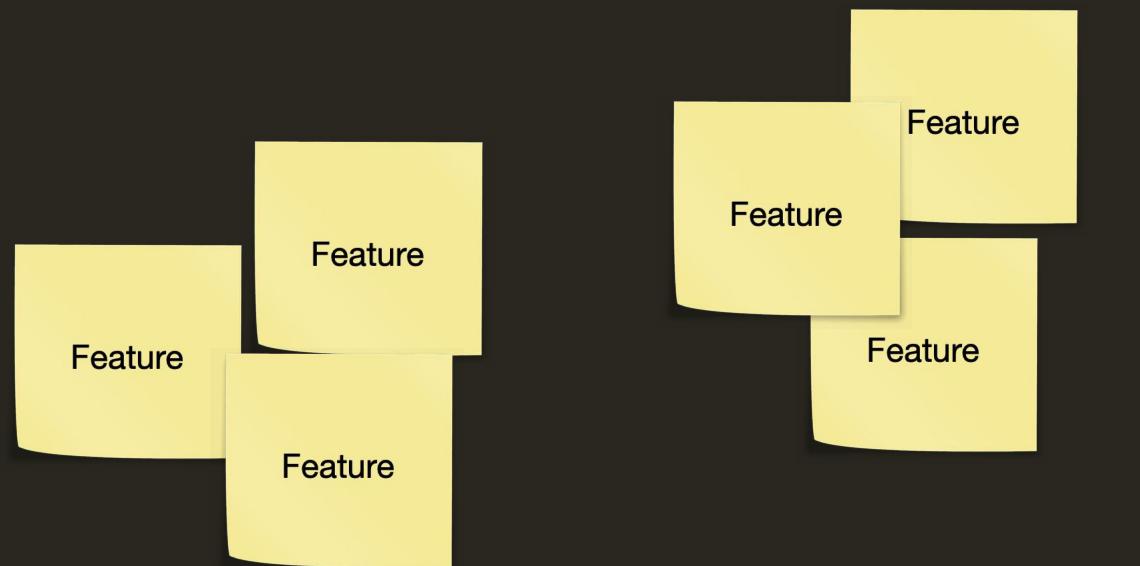
exercício: agrupando funcionalidades

1

Levante o conjunto de todas as features recentes e do backlog

2

Tente agrupar features que se parecem, se complementam ou endereçam soluções pra um mesmo problema macro



exercício: agrupando funcionalidades

1

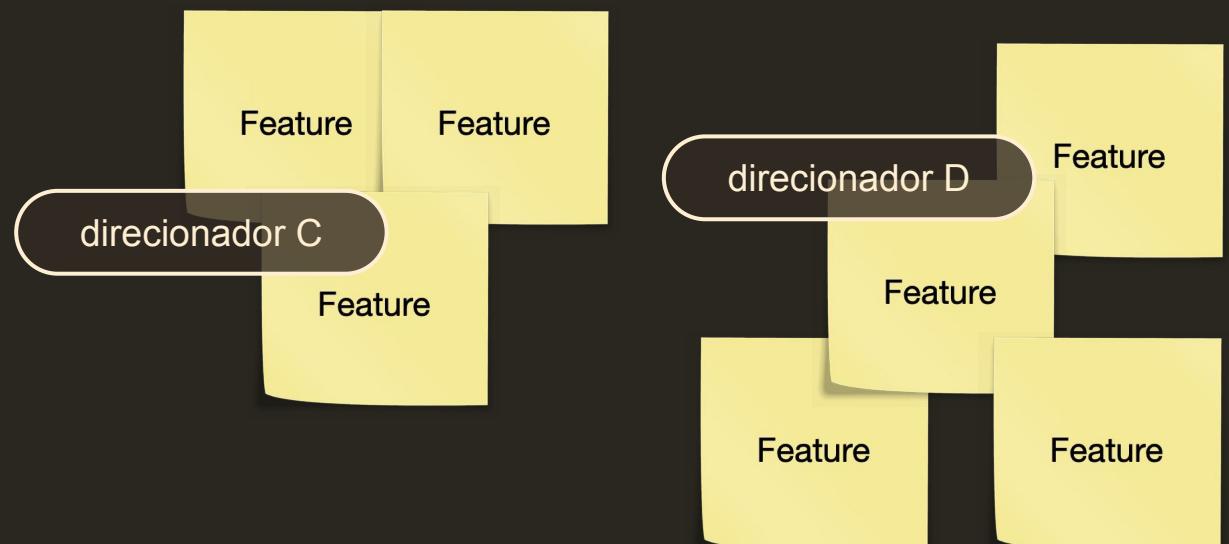
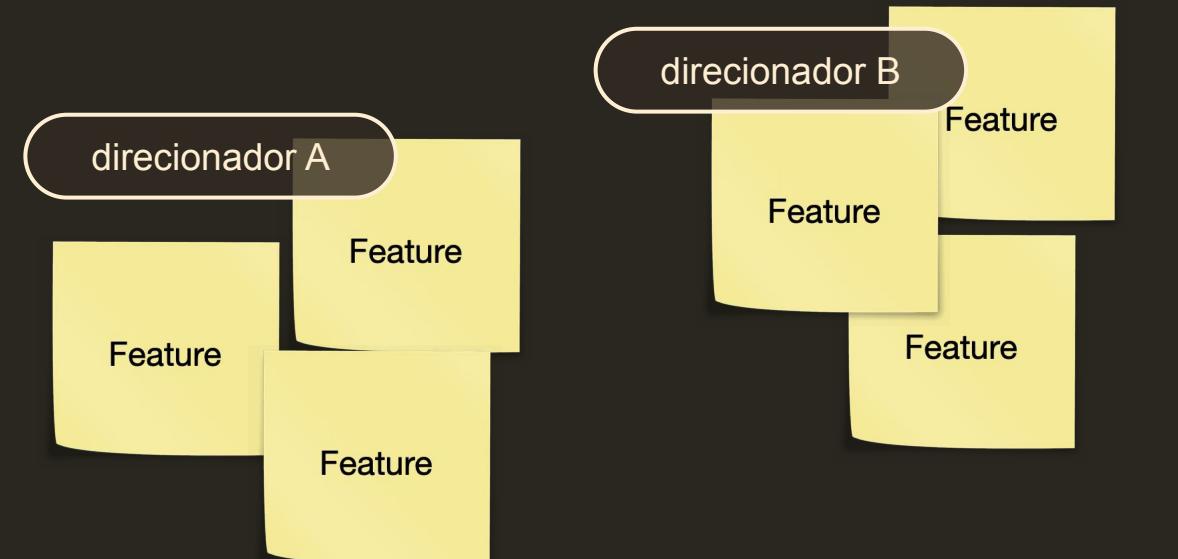
Levante o conjunto de todas as features recentes e do backlog

2

Tente agrupar features que se parecem, se complementam ou endereçam soluções pra um mesmo problema macro

3

Dê nome para os grupos, provavelmente serão bons direcionadores estratégicos



exercício: agrupando funcionalidades

1

Levante o conjunto de todas as features recentes e do backlog

2

Tente agrupar features que se parecem, se complementam ou endereçam soluções pra um mesmo problema macro

3

Dê nome para os grupos, provavelmente serão bons direcionadores estratégicos

4

Documente o Stack de estratégia.
Comunique para times e stakeholders
Use como base para próximos planejamentos

Direcionador	A	B	C	D
Descrição				
Roadmap				
Planejamento quarter				

ESTÁGIO 2 PLANO DE AÇÃO “ESTRUTURADO” > ENTREGAS



Roadmap conectado a um conjunto de objetivos estratégicos claros

PMs com mais capacidade de propor as próprias iniciativas conectadas a esses objetivos

Comunicação e trabalho mais fluido e eficiente, com times mais engajados

ESTÁGIO 2 PLANO DE AÇÃO “ESTRUTURADO” > ENTREGAS



Roadmap conectado a um conjunto de objetivos estratégicos claros

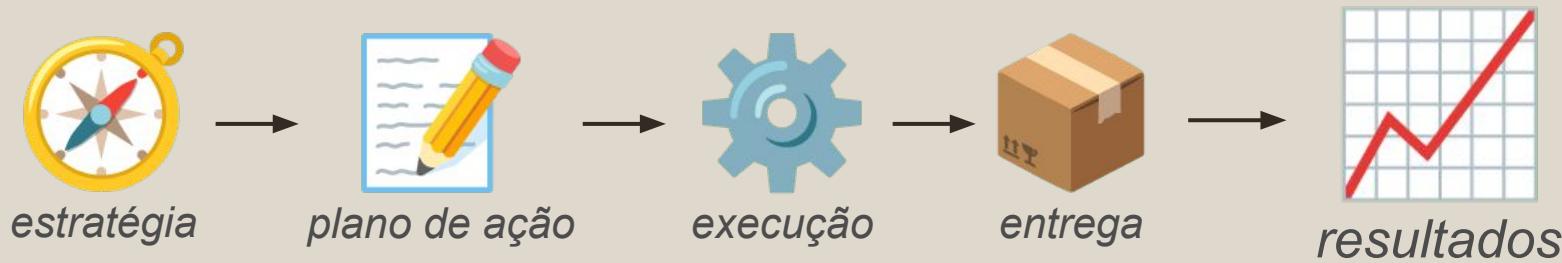
PMs com mais capacidade de propor as próprias iniciativas conectadas a esses objetivos

Comunicação e trabalho mais fluido e eficiente, com times mais engajados



Ainda não tem domínio dos resultados gerados pelas entregas

ESTÁGIO 2 PLANO DE AÇÃO “ESTRUTURADO” > ENTREGAS



**O que buscar
nessa fase?**

Saber responder quais
ponteiros aquela entrega
conseguiu mexer

ESTÁGIO 3 PLANO DE AÇÃO “ESTRUTURADO” > ENTREGAS > RESULTADOS



Dashboards e acompanhamento de produto com auxílio de ferramentas

Ganho de maturidade e proficiência nas análises

Insights gerando mais conhecimento sobre os usuários e sobre o produto

ESTÁGIO 3 PLANO DE AÇÃO “ESTRUTURADO” > ENTREGAS > RESULTADOS



Dashboards de acompanhamento de produto com auxílio de ferramentas

Ganho de maturidade e proficiência nas análises

Insights gerando mais conhecimento sobre os usuários e sobre o produto



Análises ainda são a posteriori. Primeiro entrega e depois vê que resultado atingiu

Dificuldade de predizer com muita clareza quais métricas seriam de fato impactadas

É muito comum nessa fase se surpreender com resultados que não eram imaginados

ESTÁGIO 3 PLANO DE AÇÃO “ESTRUTURADO” > ENTREGAS > RESULTADOS



**O que buscar
nessa fase?**

Gerar um conjunto de hipóteses qualificadas, que possam alimentar o seu plano de ação

ESTÁGIO 4 ESTRATÉGIA > DISCOVERY > HIPÓTESES > ENTREGAS > RESULTADOS



Estágio bem maduro de desenvolvimento de produto

Fluidez em dados, insights e geração qualificada de hipóteses

Deixa de ter apenas features incrementais e começa a arriscar em temas mais complexos e robustos

ESTÁGIO 4 ESTRATÉGIA > DISCOVERY > HIPÓTESES > ENTREGAS > RESULTADOS



Estágio bem maduro de desenvolvimento de produto

Fluidez em dados, insights e geração qualificada de hipóteses

Deixa de ter apenas features incrementais e começa a arriscar em temas mais complexos e robustos



Dificuldade em conectar resultados atingidos com resultados esperados

Dificuldade de responder se o resultado atingido foi bom ou ruim

ESTÁGIO 4 ESTRATÉGIA > DISCOVERY > HIPÓTESES > ENTREGAS > RESULTADOS



**O que buscar
nessa fase?**

Antever que ponteiros
deveriam mexer com as
entregas e com base
nisso conseguir definir
alvos

ESTÁGIO 5 PLANO DE AÇÃO > ALVOS DE NEGÓCIO > ENTREGAS > RESULTADOS



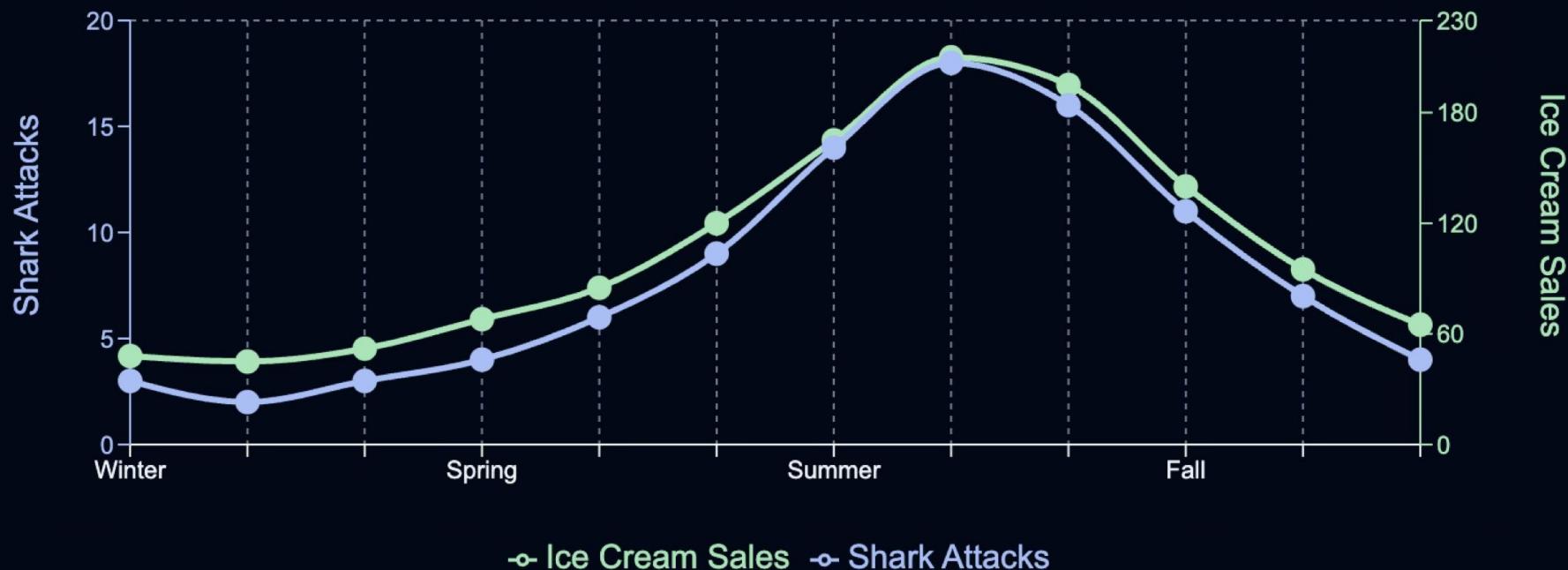
Principais desafios

Correlacionar entregas com ponteiros de negócio.
Grande parte das features não mexem diretamente no Churn por ex. ou é muito difícil atribuir. Encontrar as métricas mais açãoáveis.

Criar alvos. Mesmo que se saiba que ponteiro vai mexer e qual o número atual, qual é o número bom? Um problema comum é o time se sentir desconfortável e não querer se comprometer com alvos.

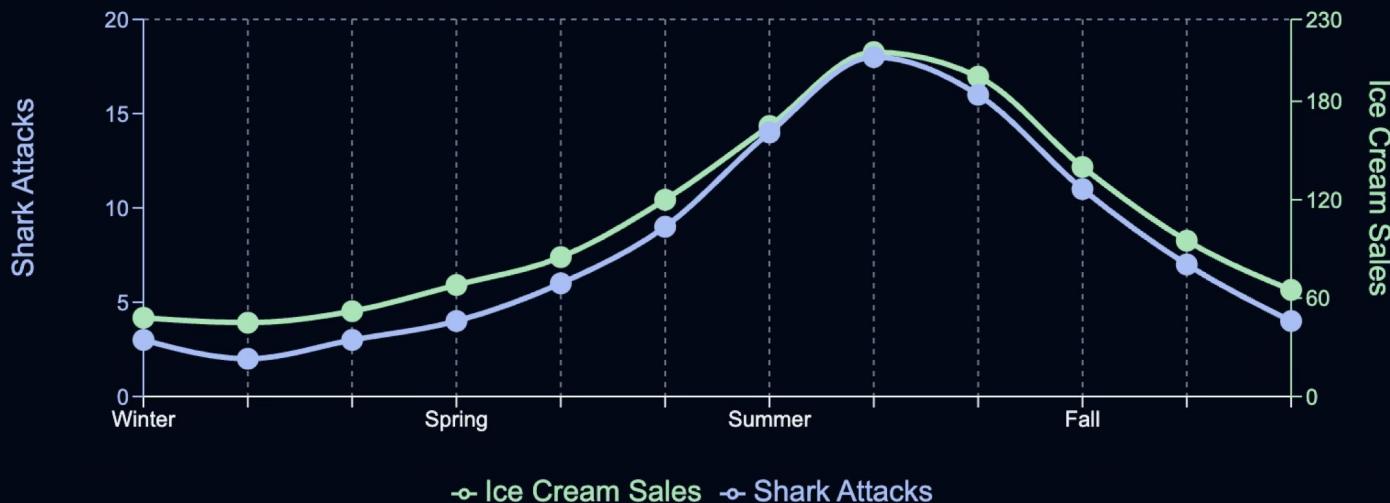
Correlação ≠ Causalidade

e por que isso importa tanto para produto



Correlação ≠ Causalidade

e por que isso importa tanto para produto



Correlação é uma medida estatística que quantifica a relação entre duas variáveis.

Causalidade é saber por qual comportamento você consegue mover um resultado

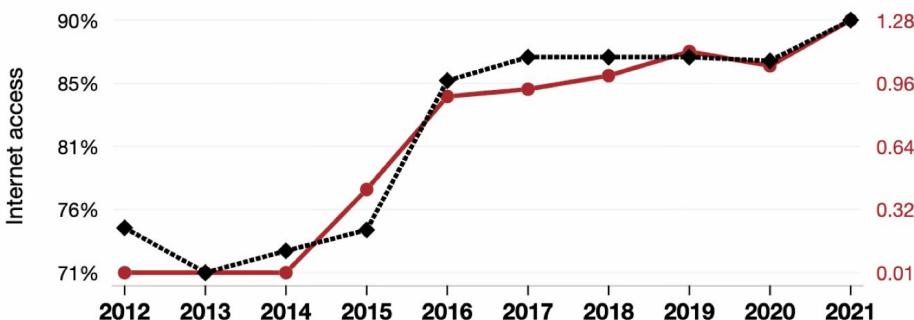
Correlação ≠ Causalidade

e por que isso importa tanto para produto

Internet Access Rate among US Citizens

correlates with

Solar power generated in Honduras

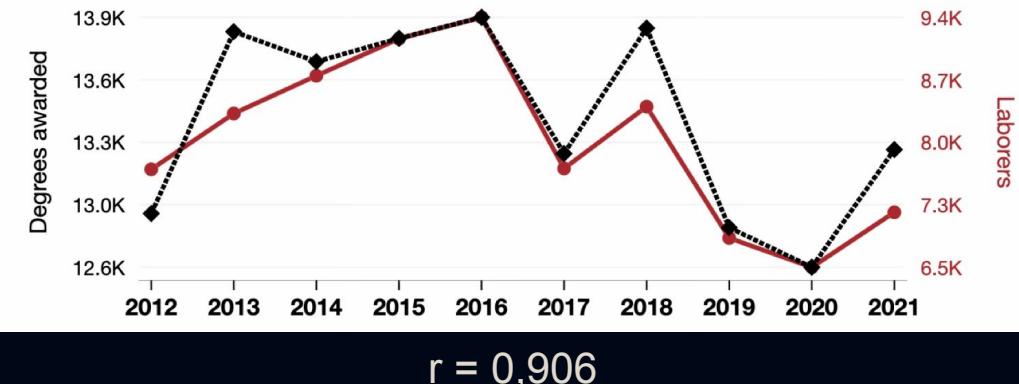


$r = 0,973$

Master's degrees awarded in Theology and religious vocations

correlates with

The number of drywall and ceiling tile installers in Texas



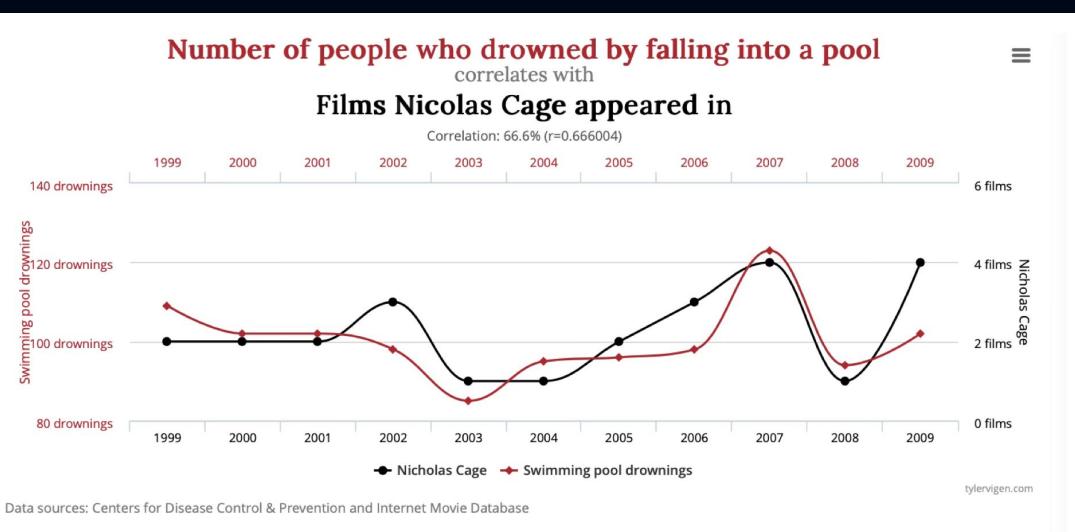
$r = 0,906$

Number of people who drowned by falling into a pool

correlates with

Films Nicolas Cage appeared in

Correlation: 66.6% ($r=0.666004$)



$r = 0,666$

ESTÁGIO 5 PLANO DE AÇÃO > ALVOS DE NEGÓCIO > ENTREGAS > RESULTADOS



*O que buscar
nessa fase?*

Quantificar a oportunidade
precedendo o plano, levando
para a última fase onde
outcomes se sobrepõem a
outputs.

ESTÁGIO 5 PLANO DE AÇÃO > ALVOS DE NEGÓCIO > ENTREGAS > RESULTADOS



*O que buscar
nessa fase?*

Quantificar a oportunidade
precedendo o plano, levando
para a última fase onde
outcomes se sobrepõem a
outputs.

ESTÁGIO FINAL DA OPORTUNIDADE QUANTIFICADA ATÉ OS RESULTADOS ATINGIDOS



ESTÁGIO FINAL DA OPORTUNIDADE QUANTIFICADA ATÉ OS RESULTADOS ATINGIDOS



Por fim, o *processo iterativo* com experimentação e análise contínua resultada na revisão das hipóteses e evolução do produto

*Globoplay:
QPs de 2021 a 2025....*

*Como nossa quarter
planning evoluiu desde
2021?*

Globoplay: QPs de 2021 a 2025....

3 Evolução da experiência

• Olimpíadas

Segmentação do resultado de busca
Implementação de **Widget no iOS** - Grade de Programação - WIP
Disponibilidade de **Destaque para Páginas Agrupadoras** (Premium + entre trilhos) / (web/android/ios)
(wip Leanback)

Novos trilhos: modalidades (web/android/iOS/Leanback) e transmissões na Home por Categoria de Transmissões (web/android/ios/Leanback) - WIP

• Clareza do conteúdo disponível por plano

Sinalização de Plano na Thumb das Transmissões / Trilho de Transmissões - WIP

• Evolução de Podcasts

Eventos do Player (AutoPlay) (Android em WIP)

Player Minimizado - WIP

One Link

• Aumento da diversidade de consumo VOD

Recomendar trechos no **Drawer** - WIP

Exposição de vídeos em formato grid / Possibilidade de expandir a descrição de episódios em uma listagem (ver mais / ver menos)

Disponibilidade de Destaque Premium em carrossel na AppleTV e AndroidTV

Evoluir recomendação de múltiplos vídeos na Tela de Fim de Vídeo

Customização no **Media Info do Player**

• Acessibilidade Mobile

Implementação do **TalkBack** e **VoiceOver** em LIVE

• Especialização de Conteúdo

Integração do SDE com o Globoplay

Templates para TV Program (Página de títulos, inclusive novela) - WIP

Destaque premium e trilho de transmissões com escudo e placar - WIP

Bloqueio da Tela de Venda (Modo Kids)

Trilho e página de Personagens (Modo Kids) - TVs - WIP

• Evolução de recomendação

Home Segmentadas

• Adequações para nova marca

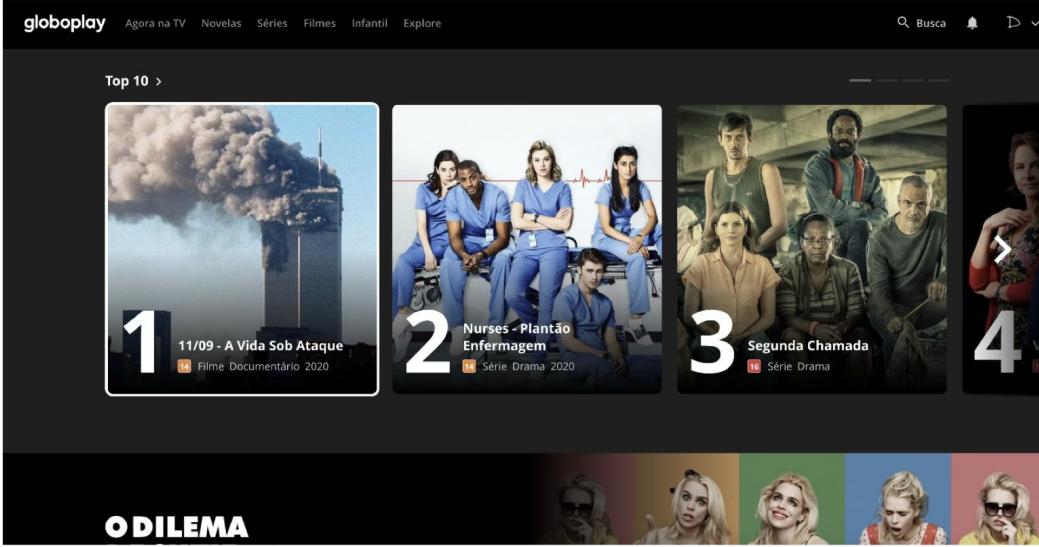
Splashscreen animada com a nova identidade visual (android WIP)

Início/2021 - Listão de Entregas

Globoplay:
QPs de 2021 a 2025....

3 Evolução

NOVO TRILHO TOP 10



O DILEMA



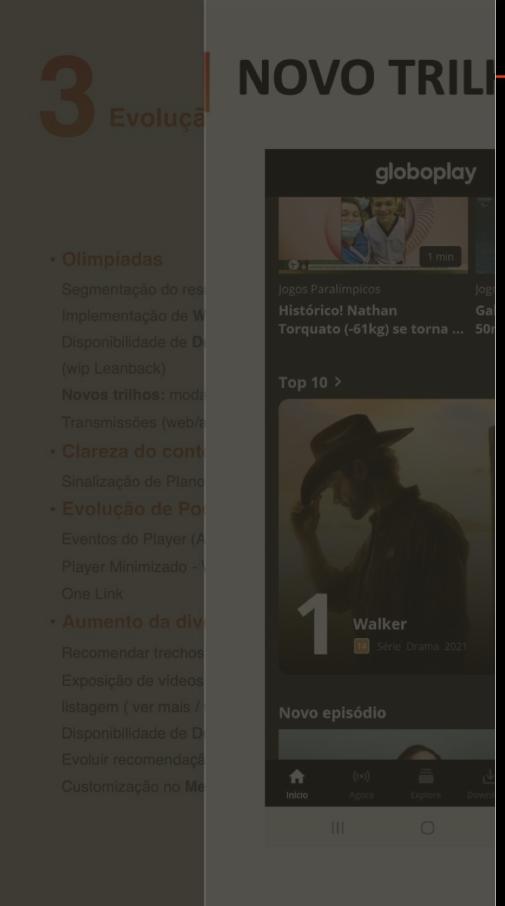
A/B TESTING



The slide displays two screenshots of the Globoplay platform. On the left is a mobile phone screen showing the 'Top 10' section with a large image of a man in a cowboy hat from the show 'Walker'. On the right is a desktop browser window showing the same 'Top 10' section with four numbered cards: 1. '11/09 - A Vida Sob Ataque' (Documentary), 2. 'Nurses - Plantão Enfermagem' (Drama), 3. 'Segunda Chamada' (Drama), and 4. 'Vida' (Drama). To the right of the desktop screenshot is a vertical column of ten circular icons representing different devices or platforms: a laptop, an Android phone, an Apple phone, a tablet, an Apple TV, a PC monitor, a NAT device, a ROKU device, a WEB browser, and another NAT device.

Final/2021 - Entregas Ilustradas

Globoplay: QPs de 2021 a 2025....



NOVO TRILHO

3 Evolução

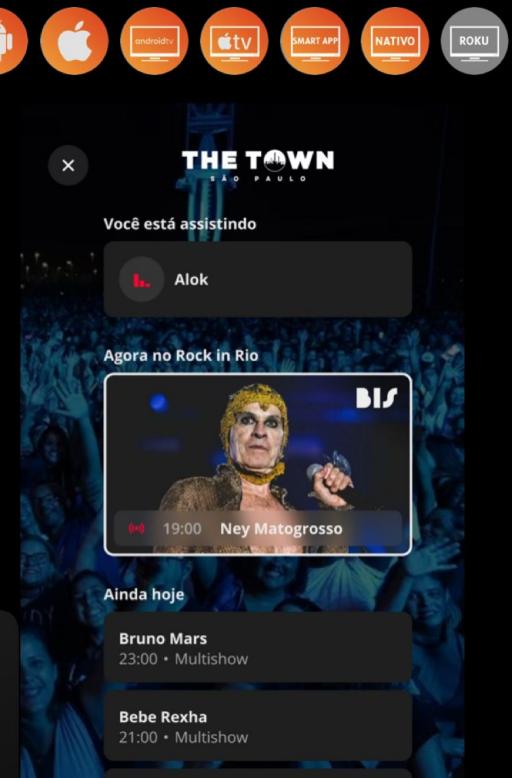
- Olimpíadas
- Segmentação do res...
- Implementação de V...
- Disponibilidade de D...
- (wip Leanback)
- Novos trilhos: mode...
- Transmissões (web/e...
- Clareza do conte...
- Sinalização de Planc...
- Evolução de Po...
- Eventos do Player (A...
- Player Minimizado -...
- One Link
- Aumento da div...
- Recomendar trechos
- Exposição de vídeos
- listagem (ver mais /...
- Disponibilidade de D...
- Evoluir recomendaçõ...
- Customização no Me...

REVIEW Q3.23

JORNADA DE CONSUMO

Painel de música

Equalizamos a oferta de painel de música para os devices do Globoplay e qualquer futuro evento já pode contar com essa oferta.



156 mil
usuários únicos

57% SmartApp	31% Usaram a troca de transmissão de canais	2.6x Frequência média de abertura	73 mil Interações	70% Assinantes	30% Logado free
------------------------	---	---	-----------------------------	--------------------------	---------------------------

globoplay

2023 - Entregas Acompanhadas de Resultados

Globoplay: QPs de 2021 a 2025....

3 Evolução

NOVO TRILHO

REVIEW Q3.23

globoplay

JORNADA DE COLEÇÃO

Painel de Desempenho

Equalizamos os devices de hardware para que o evento já possa ser assistido.

Top 10 >

1 Walker Série Drama 2021

Novo episódio

57% SmartApp

REVIEW Q4.24

globoplay

PERFORMANCE

App Slim

Melhorar a experiência como um todo para nossos usuários em **dispositivos com limitação de hardware**

Nova App HTML com **experiência simplificada** que nos permite garantir mais **fluidez e qualidade** em toda a jornada do usuário em dispositivos que não conseguem comportar nossa experiência completa

Q4/24 e Q1/25: lançamos para o parque de **Samsung Orsay 2013, 2014 e 2015 (3% do parque)** de TVs

Previsão de alcançar um total de **16% do parque** de TVs ao final de todas as migrações, o que representa cerca de **6.1M de dispositivos**

Vai Que Cola

MULTI SHOW

VAI QUE COLA VALE A PENSÃO Nova temporada

Para conciliar a carreira de psicóloga com o comando da pensão e os novinhos, Dona Jô...

Assistir Selecionar Assistir tra Adicionar à Ficha Técnica

Trilho de poster

original globoplay original globoplay original globoplay original globoplay

2025 - Problema Quantificado -> O que fizemos -> Qual foi o Resultado

O que aprendemos com a evolução do Globoplay?

A maturidade veio em camadas, não de uma vez

Primeiro organizamos entregas. Depois medimos.
Depois antecipamos

O que aprendemos com a evolução do Globoplay?

Primeiro organizamos entregas. Depois medimos.
Depois antecipamos

A liderança puxou e preparou, mas os times sustentaram a evolução

O que aprendemos com a evolução do Globoplay?

A liderança puxou e preparou, mas os times *sustentaram* a evolução

Só mudamos o jogo quando passamos de outputs para outcomes

O que aprendemos com a evolução do Globoplay?

Só mudamos o jogo quando passamos de outputs para *outcomes*

Na fase certa as ferramentas ajuda muito, mas é a consciência e

O que aprendemos com a evolução do Globoplay?

Na fase certa as ferramentas ajuda muito, mas é a *consistência* e *robustez* que trazem as maiores mudanças

Olhar mais amplo para o produto

além do roadmap e das métricas

estratégia do produto

O plano sobre como o produto vai ter sucesso no mercado. Ajuda a garantir que o produto atenda às necessidades dos clientes e a impulsionar o crescimento e a lucratividade da empresa

visão do produto

Como se enxerga o produto no long-term. Serve como uma bússola para guiar o progresso ao longo do tempo

Olhar mais amplo para o produto

além do roadmap e das métricas

conhecimento do cliente

Constantemente coletar e descobrir insights sobre seus clientes para criar produtos relevantes

métricas do produto

Avaliar, relatar e obter insights continuamente sobre a performance de seu produto, e geralmente fazem isso por meio de painéis de métricas.

De
cor
na

Olhar mais amplo para o produto

além do roadmap e das métricas

roadmap de produto

Determina o que será construído no produto, bem como quando. Os roadmaps conectam as iniciativas na estratégia.

OKRs

Definição e revisão de metas. Ajudam a concentrar os esforços, capacitar a equipe, obter adesão da liderança e construir uma intuição de produto sobre o que funciona

Sp

Forn...
realiz...
segu...

Olhar mais amplo para o produto

além do roadmap e das métricas

OKRs

Definição e revisão de metas. Ajudam a concentrar os esforços, capacitar a equipe, obter adesão da liderança e construir uma intuição de produto sobre o que funciona

Specs do produto

Fornecer contexto sobre o que estamos tentando realizar e explica os princípios-chave a serem seguidos durante a implementação

Como construir a maturidade no dia a dia



Discovery
recorrente



Experimentação
contínua



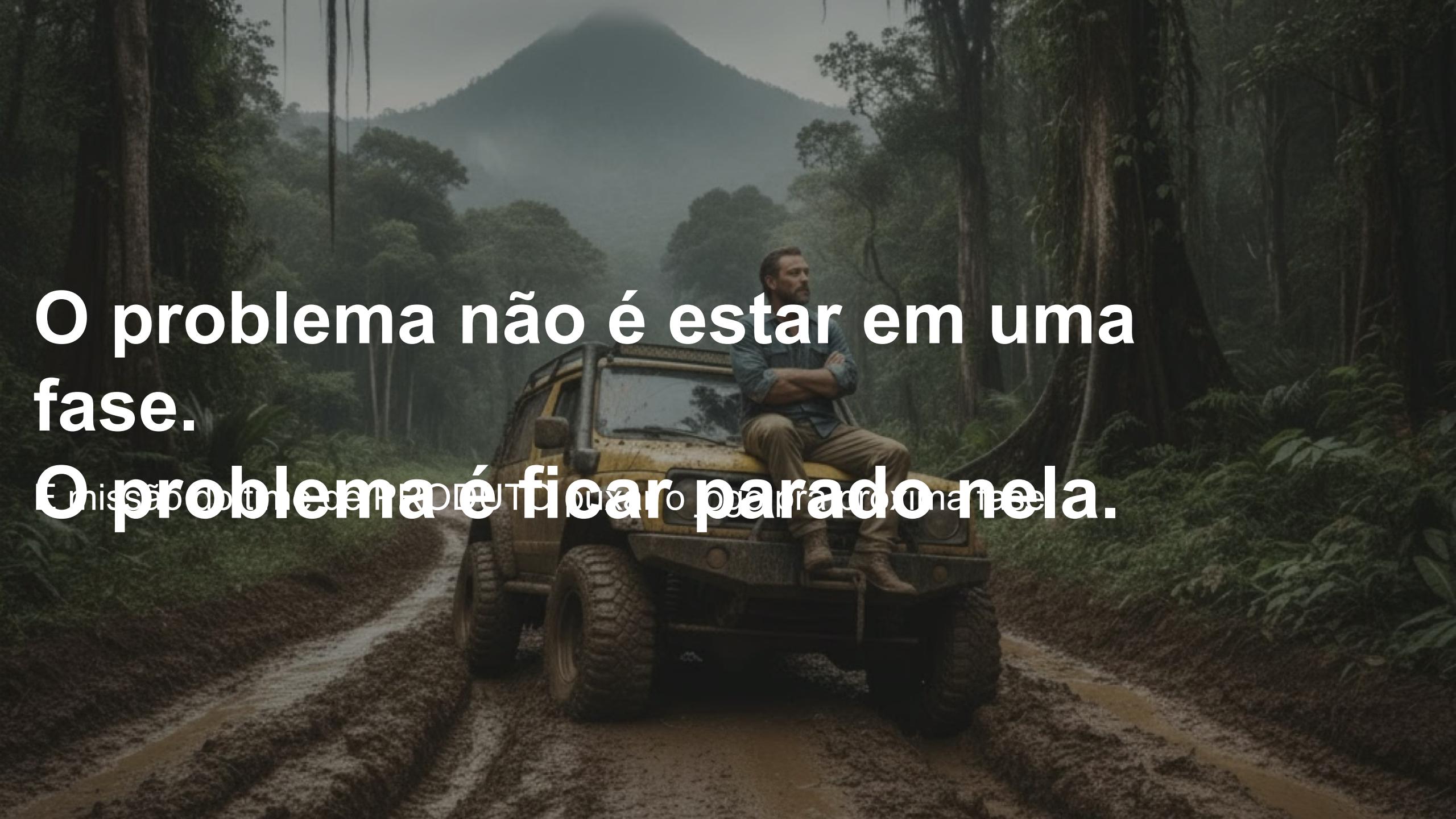
Review semanal
de métricas
acionáveis



Definição
explícita de alvos
antes da
execução



Conexão
constante com os
pilares
estratégicos

A man with a beard and short hair, wearing a light blue button-down shirt and khaki pants, sits on the hood of a bright yellow SUV. He is positioned in the center of the frame, looking towards the right. The background is a dense, lush jungle with tall trees and misty mountains in the distance. The overall atmosphere is one of adventure and exploration.

O problema não é estar em uma
fase.
O problema é ficar parado nela.

Emissário do The Body Shop®
para promover a sustentabilidade

Você não controla a empresa inteira, mas controla a sua fase do jogo.

É assim que a transformação começa.

Não espere a empresa mudar

Não espere os dados ficarem perfeitos

Comece pelo seu squad

Comece pela forma que você conduz um projeto

Comece com uma métrica

Influencie outros times e outras áreas para vocês andarem em bloco

>>>

Participe da Nossa
Pesquisa de
Satisfação!

Afinal, o que não se
mede, não se
melhora!

