

GESTÃO DE PRODUTOS

Contexto da profissão

PQ FALAR DE GESTÃO DE PRODUTOS?



AINDA EXISTE CONFUSÃO

Existem muitas opiniões, práticas e exemplos no mercado sobre o que é o papel, sua função, o que faz em seu dia a dia e suas responsabilidades.

A FUNÇÃO MUDOU NO TEMPO

Desde seu surgimento, já discutiu-se muitas vezes sobre o papel e PM's possuem uma grande bagagem sobre o assunto.

NUNCA FOI TÃO ESSENCIAL

Os objetivos das organizações são agressivos, a competição só aumenta e como consequência a exigência de estratégias melhores.

OS PRÓXIMOS 10 ANOS...

"O gerenciamento de estratégia e produto se tornará mais conectado e quase sinônimo, especialmente em SAAS.

Estratégia do produto = Estratégia da empresa neste caso.

À medida que mais empresas se tornarem digitais, isso se tornará uma necessidade cada vez mais presente. A maioria das empresas faz uma estratégia fraca, e os gerentes de produto precisam intensificar sua presença aos executivos."

LEIA MAIS [AQUI](#)



Melissa Perri

CEO at Produx Labs, Product Institute & HBS MBA
"Escaping the build trap: How Effective Product Management Creates Real Value"

[Ouça aqui](#)

OS PRÓXIMOS 10 ANOS...

"Haverá mais CPOs e posições de liderança de produto, mas não haverá pessoas suficientes para preenchê-las. Haverá muitos CPOs iniciantes entusiasmados com o desafio, mas que não têm experiência anterior e não sabem que não sabem.

Até o final da década, **as pessoas que começam no produto agora assumirão essas funções(...)**"

LEIA MAIS [AQUI](#)



Melissa Perri

CEO at Produx Labs, Product Institute & HBS MBA
"Escaping the build trap: How Effective Product Management Creates Real Value"

[Ouça aqui](#)

OS PRÓXIMOS 10 ANOS...

"Veremos mais segmentação no papel de gerente de produto. Haverá PMs técnicos, PMs voltados para o consumidor, pessoas especializadas em ferramentas internas e B2B. **Teremos uma maneira melhor de articular que tipo de gerente de produto e líder de produto precisamos para nossas empresas** e uma linguagem para comunicar essa necessidade."

LEIA MAIS [AQUI](#)



Melissa Perri

CEO at Produx Labs, Product Institute & HBS MBA
"Escaping the build trap: How Effective Product Management Creates Real Value"

[Ouça aqui](#)



**PRODUCT
MANAGEMENT**
is the new
sexy thing

product management books



Todas

Shopping

Imagens

Notícias

Vídeos

Mais

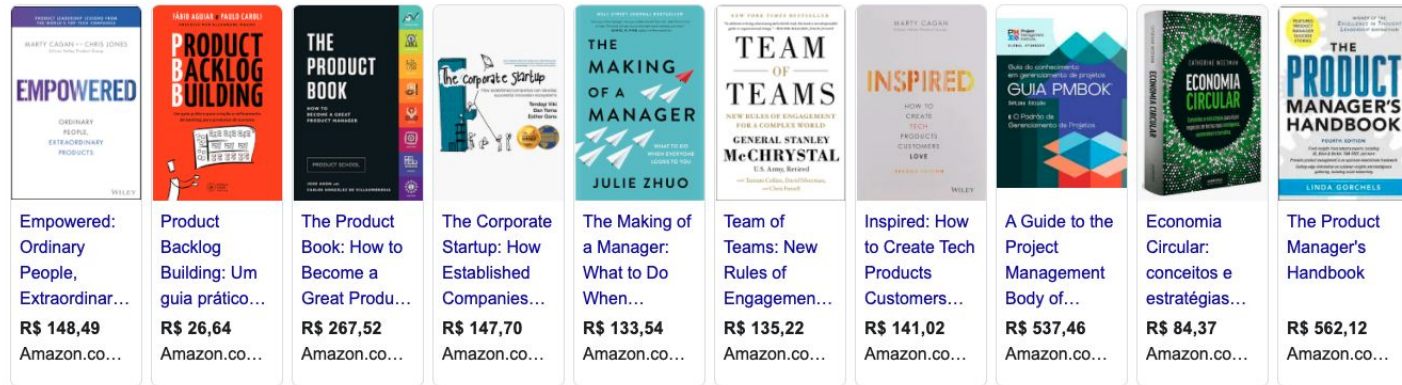
Ferramentas

Livros / Gestão de produto



Feedback

Anúncios · Comprar product management books



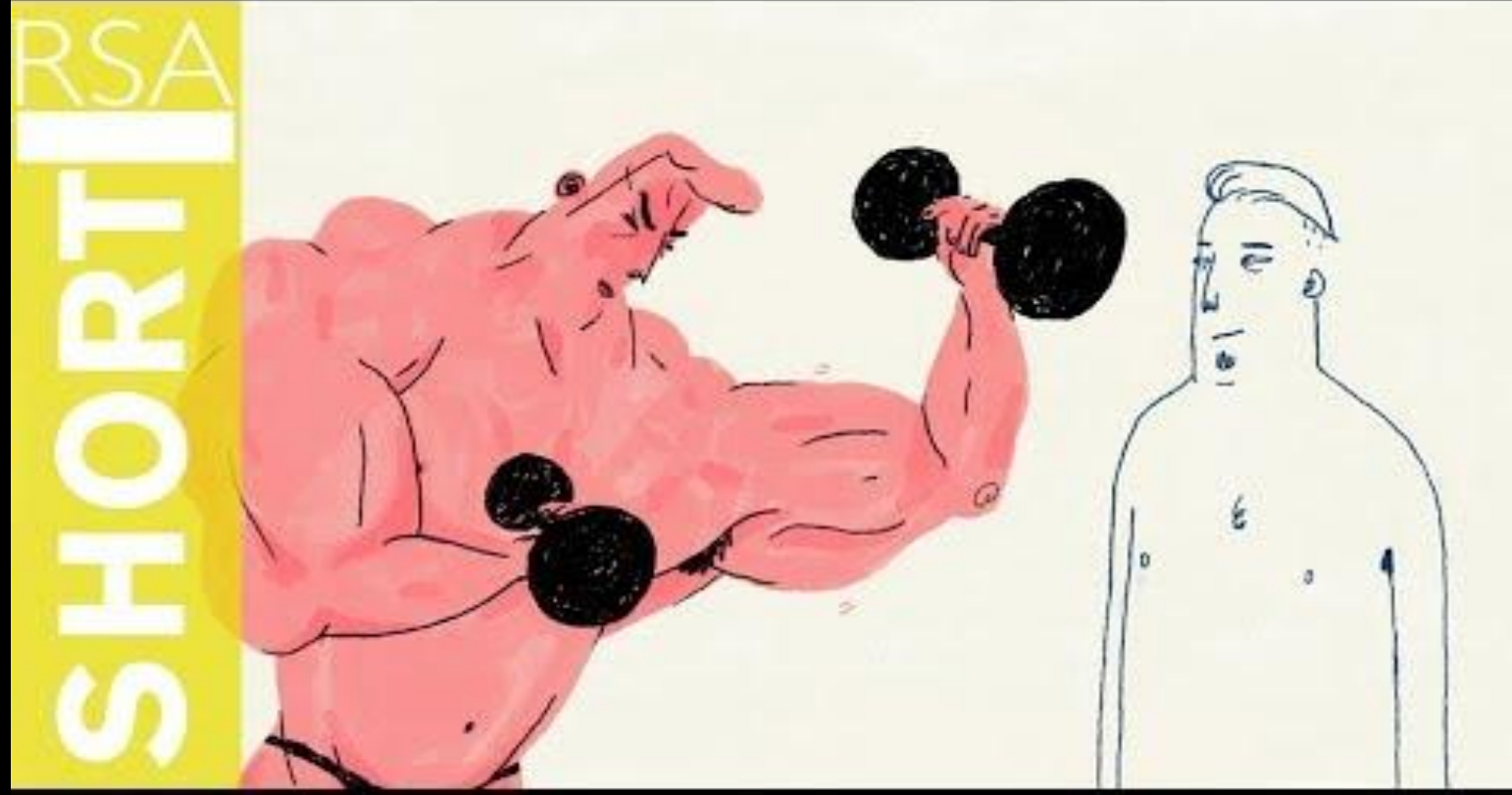
Ver tudo



REFLEXÃO

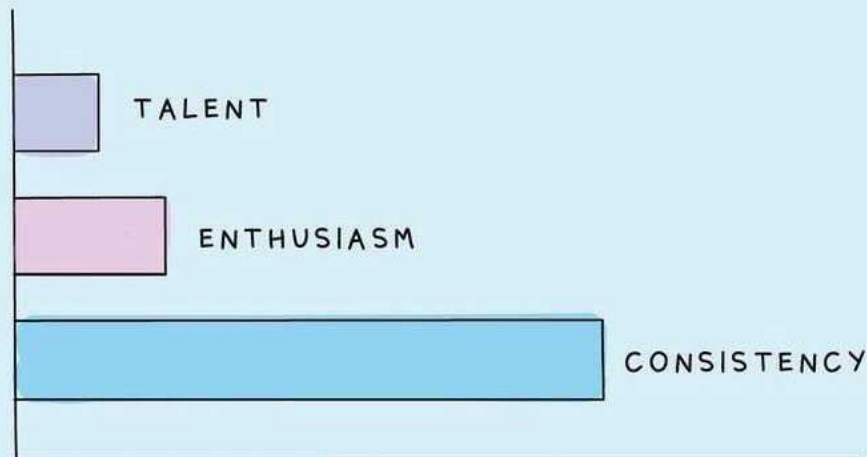


TRABALHAR COM PRODUTOS EXIGE
CONSISTÊNCIA ACIMA DA INTENSIDADE



HOW FAR EACH WILL GET
YOU ON ITS OWN

LIZ



@LIZ AND MOLLIE

CONSISTÊNCIA

CONSISTÊNCIA = EVOLUÇÃO CONSTANTE

Gerentes de produtos são responsáveis por garantir que exista a evolução constante da sua organização, na **avaliação de oportunidades**, na **descoberta de produtos**, no **desenvolvimento**, processo de **escala**, **compreensão dos clientes**. Portanto, responsável por desenhar linhas de chegada de acordo com o momento do negócio.



DISCUSSÃO

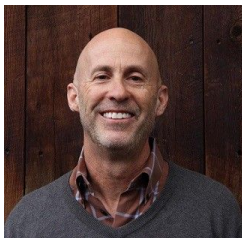
PQ AS EMPRESAS PRECISAM DE PESSOAS DE PRODUTO?



FUNÇÃO E RESPONSABILIDADES

O que fazem

QUEM SÃO AS PESSOAS DE PRODUTO?



Marty Cagan

[Silicon Valley Product Group](#)

"Inspired: How to create tech products customers love"

"Empowered: Ordinary people, extraordinary products"



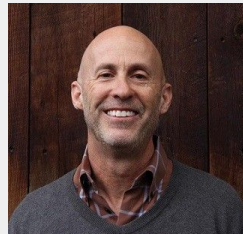
**PESSOAS DE PRODUTO EXISTEM
PARA SERVIR AOS CONSUMIDORES,
DE FORMA A ATENDER NEGÓCIOS**

Marty Cagan

[Silicon Valley Product Group](#)

"Inspired: How to create tech products customers love"

"Empowered: Ordinary people, extraordinary products"



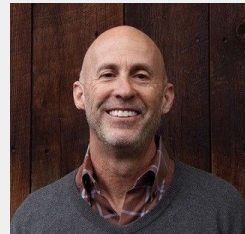
**PESSOAS DE PRODUTO RESOLVEM
PROBLEMAS DESSES CONSUMIDORES OU
NEGÓCIOS, DESCOBRINDO E ENTREGANDO
SOLUÇÕES E SENDO RESPONSÁVEIS
PELOS SEUS RESULTADOS.**

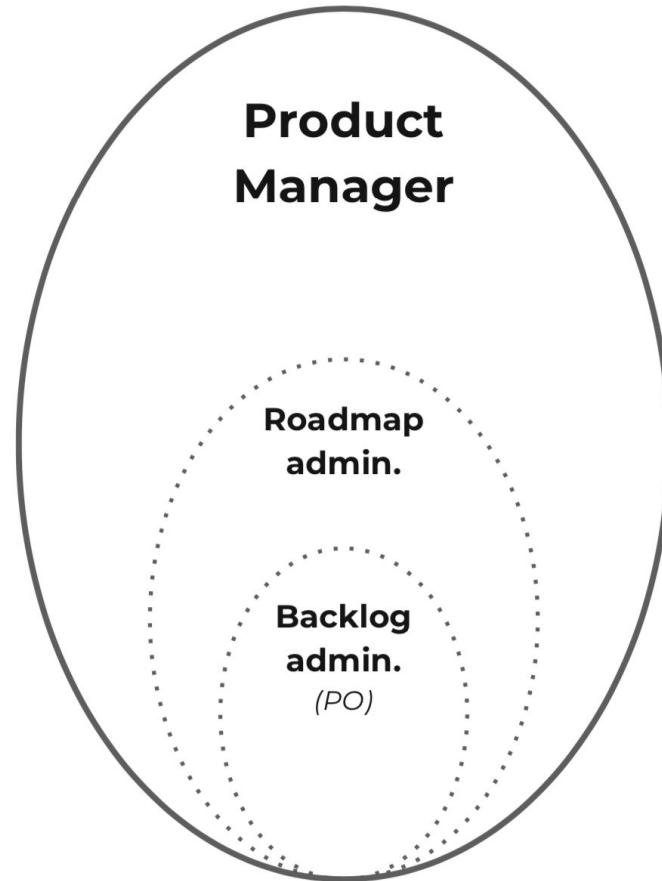
Marty Cagan

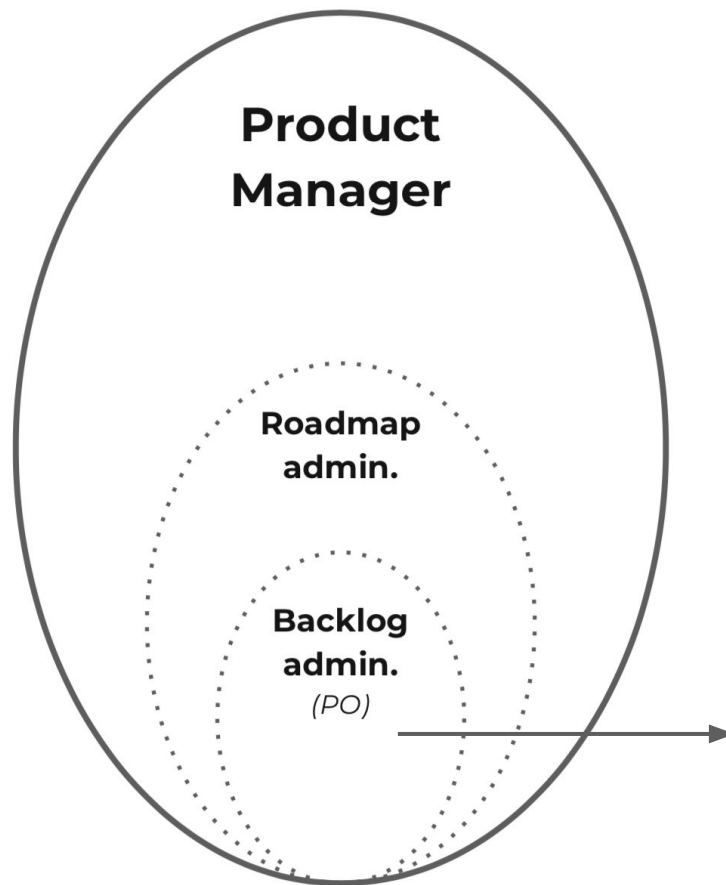
[Silicon Valley Product Group](#)

"Inspired: How to create tech products customers love"

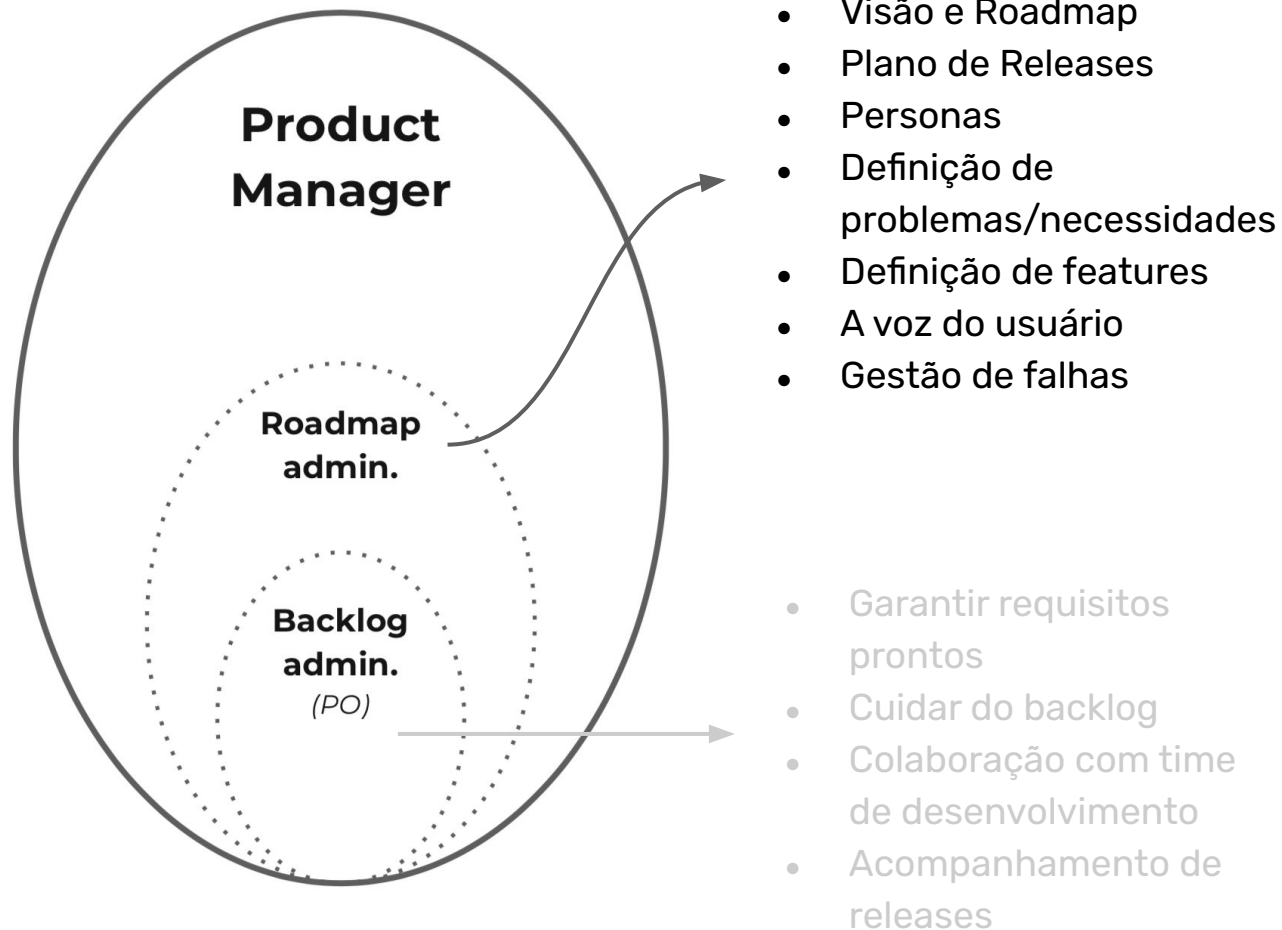
"Empowered: Ordinary people, extraordinary products"



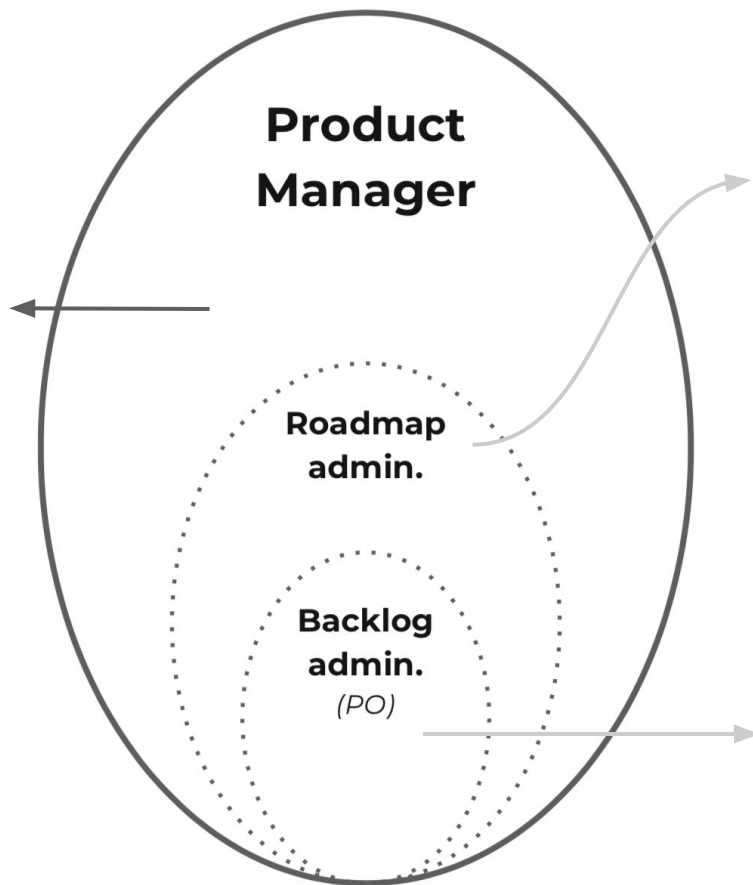




- Garantir requisitos prontos
- Cuidar do backlog
- Colaboração com time de desenvolvimento
- Acompanhamento de releases



- Business cases
- Gestão de portfólio
- Segm. de usuários
- Tradeoffs
- Análise competitiva
- Posicionamento
- Ciclo de Vida



- Visão e Roadmap
- Plano de Releases
- Personas
- Definição de problemas/necessidades
- Definição de features
- A voz do usuário
- Gestão de falhas

- Garantir requisitos prontos
- Cuidar do backlog
- Colaboração com time de desenvolvimento
- Acompanhamento de releases

PM

FOCO EM NEGÓCIOS E ESTRATÉGIA

Responsáveis pela visão que direciona a estratégia de produto, o roadmap e o produto ao longo de seu ciclo de vida.

Toma decisões garantindo o foco em negócio, fazendo trade-offs entre funcionalidades, prazos e custos.

Busca ser especialista no mercado, conhecendo os clientes/usuários com profundidade. É a voz do usuário dentro da companhia e mantém o foco no problema/necessidade.

PO

FOCO EM DESENVOLVIMENTO

Seu trabalho é maximizar o valor do produto e o trabalho do time de desenvolvimento.

É a pessoa responsável por gerenciar e ordenar as tarefas (backlog). Priorizam e gerenciam as histórias. Para isso devem trabalhar próximos ao time de desenvolvimento.

PM

FOCO EM NEGÓCIOS E ESTRATÉGIA

Responde por todo o produto e o trabalho dele. Responde por tudo o que acontece com o produto a longo prazo.

FUNÇÃO

Toma decisões garantindo o foco em negócio, fazendo trade-offs entre funcionalidades, prazos e custos.

Busca ser especialista no mercado, conhecendo os clientes/usuários com profundidade. É a voz do usuário dentro da companhia e mantém o foco no problema/necessidade.


PO

FOCO EM DESENVOLVIMENTO

Seu trabalho é desenvolver o produto e o trabalho dele. Responde por tudo o que acontece com o produto a longo prazo.

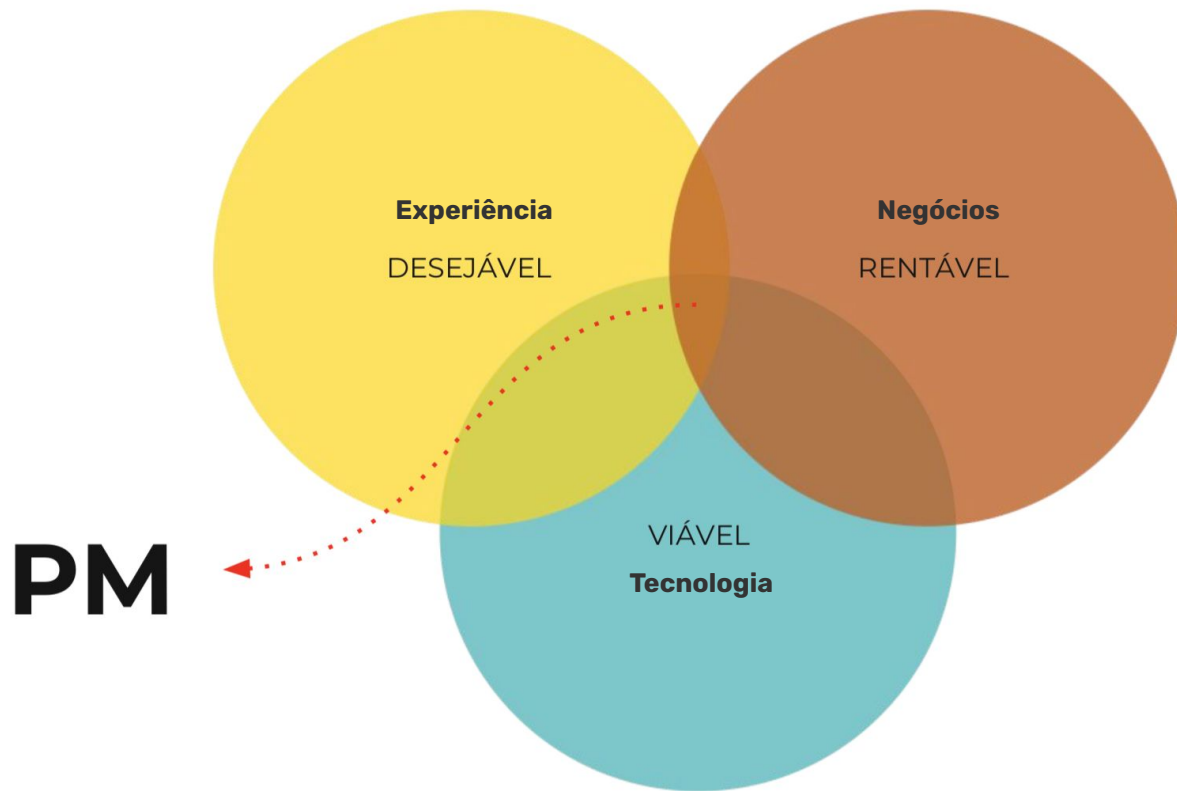
PAPEL

É a pessoa responsável por ordenar as tarefas (backlog). Priorizam e gerenciam as histórias. Para isso devem trabalhar próximos ao time de desenvolvimento.



PRODUTOS E PROJETOS

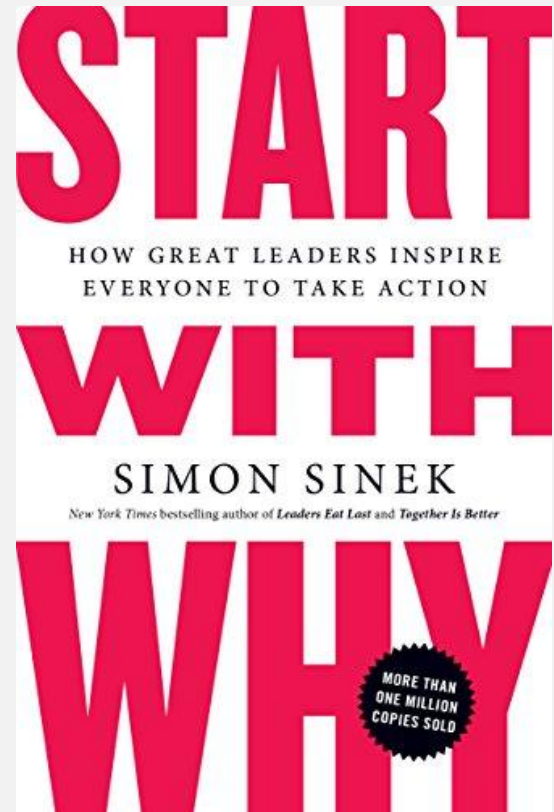
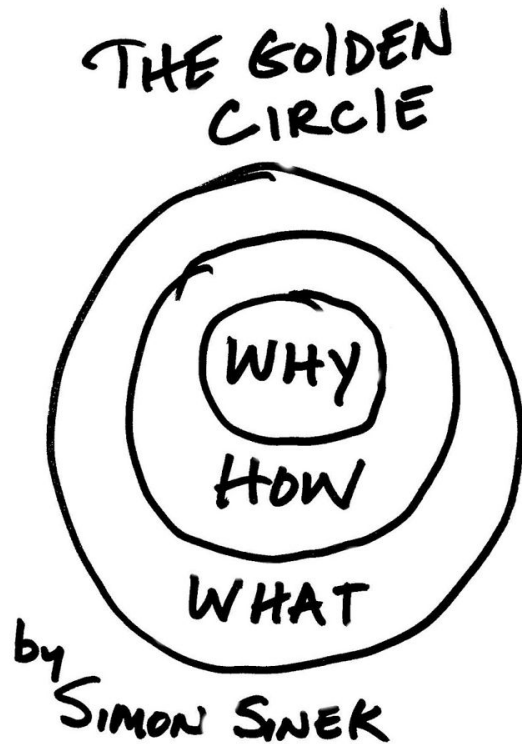
Dia a dia: visão, estratégia e tática

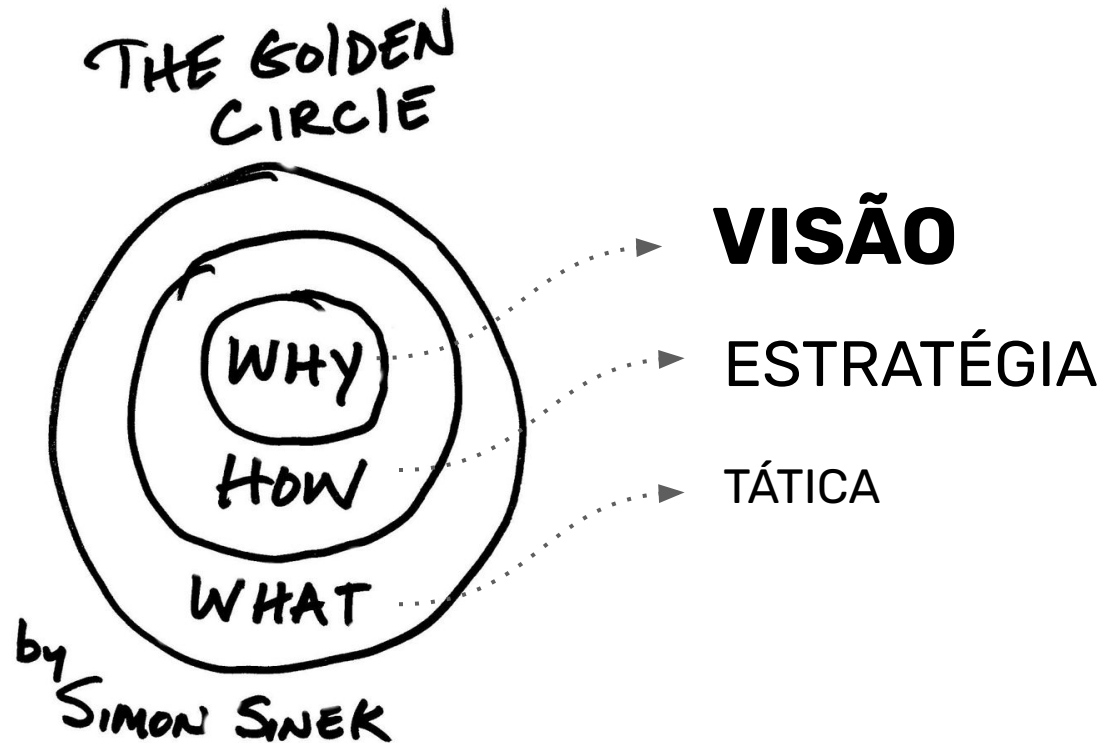


GESTORES DE PRODUTOS DETÉM A **VISÃO DO PRODUTO**



Visão do produto descreve o futuro a ser criado, traz propósito apesar das mudanças de mercado e de mundo, facilitam a colaboração e motivam as pessoas.





SURPREENDER AS PESSOAS
COM **RELAÇÕES VERDADEIRAS,**
TRANSFORMANDO A **EXPERIÊNCIA**
BANCÁRIA

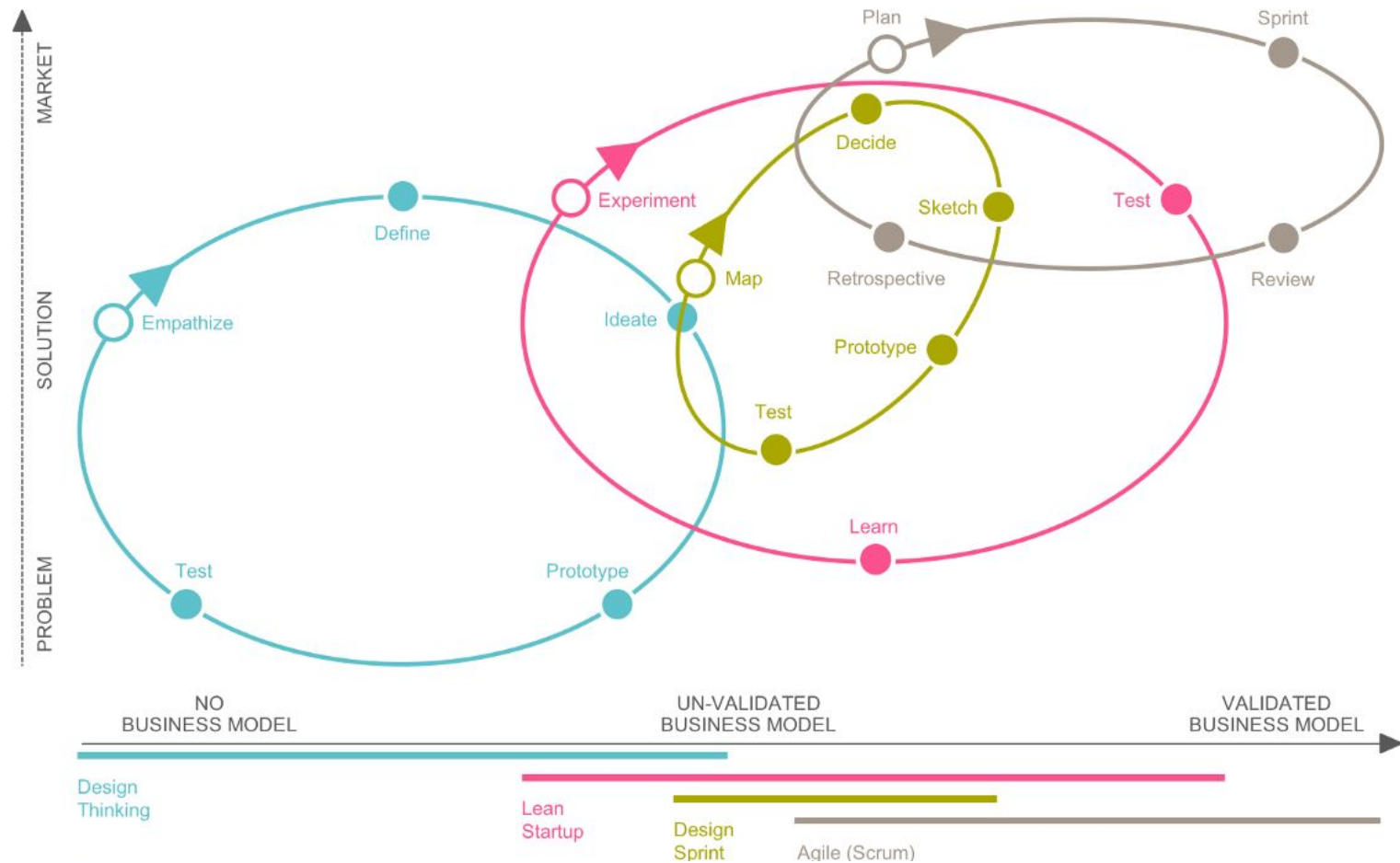
T



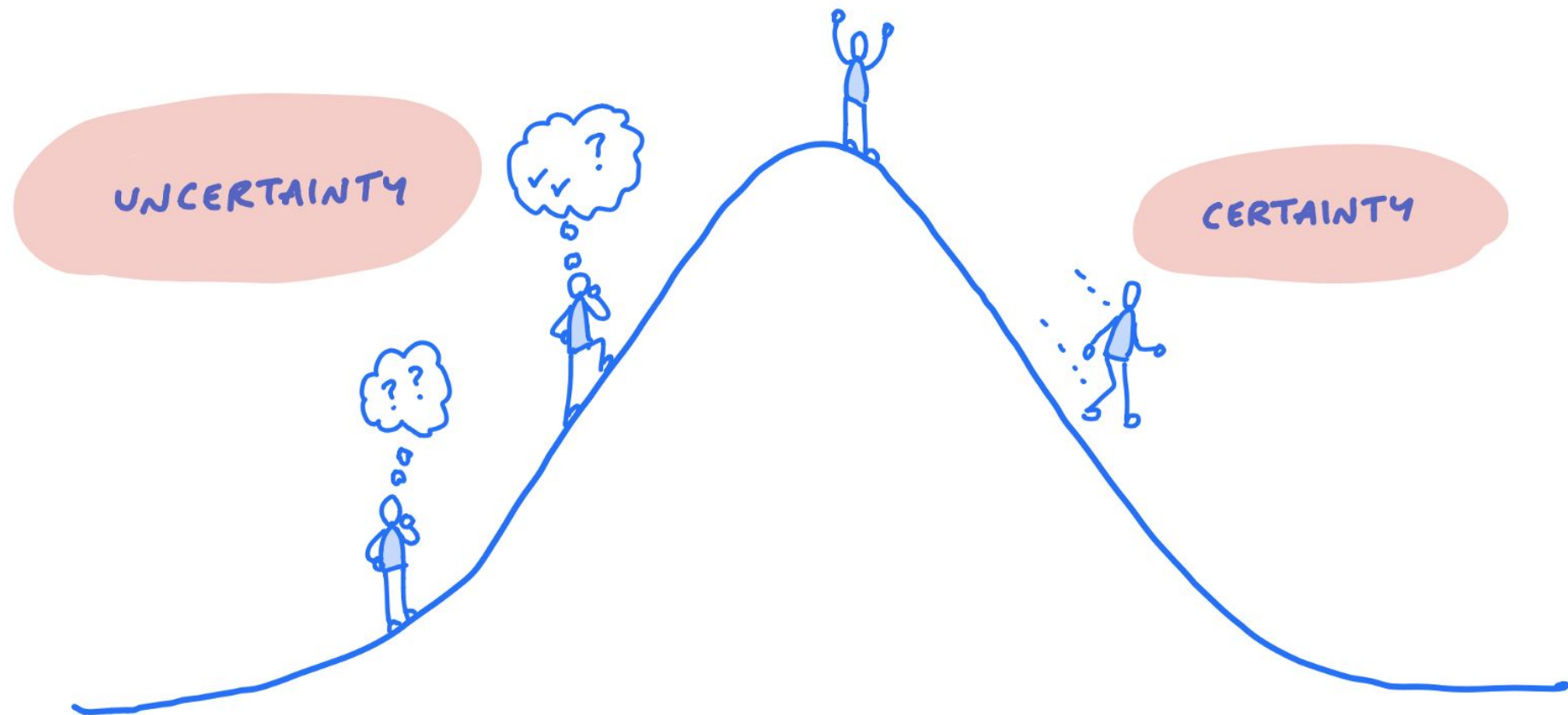
C6BANK



COMO PMs OPERAM NO DIA A DIA?

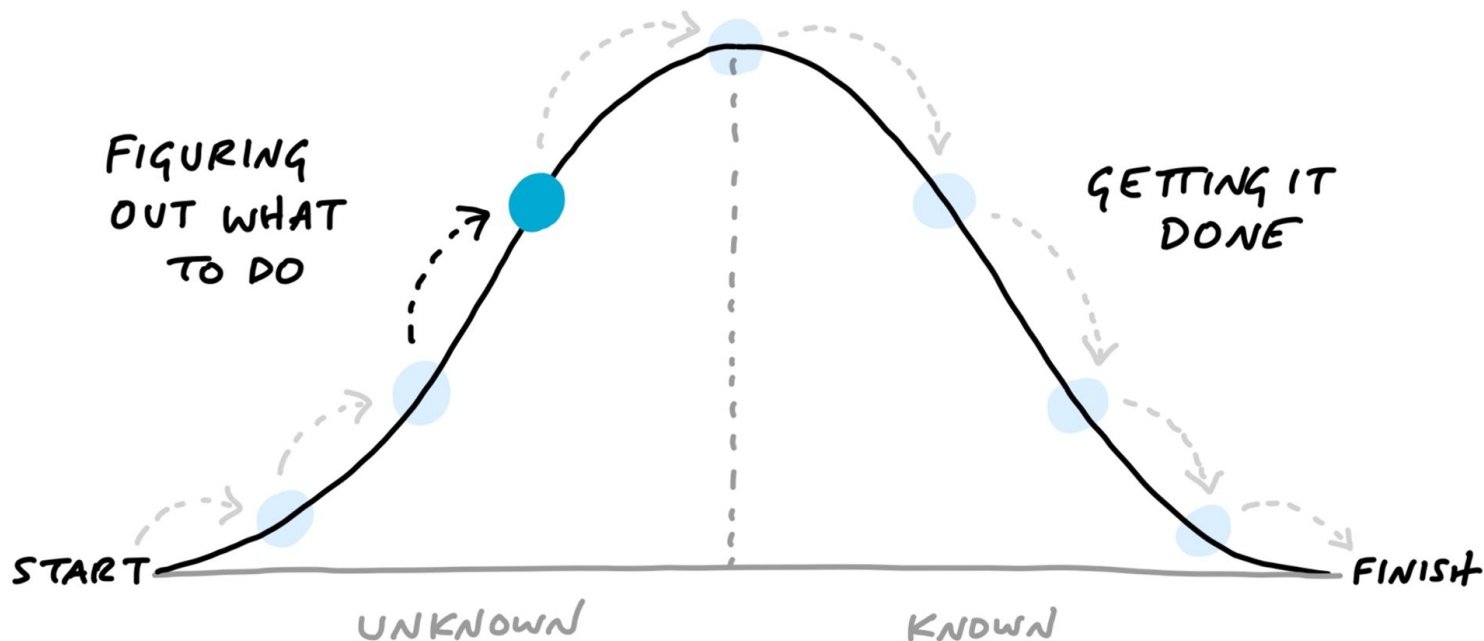






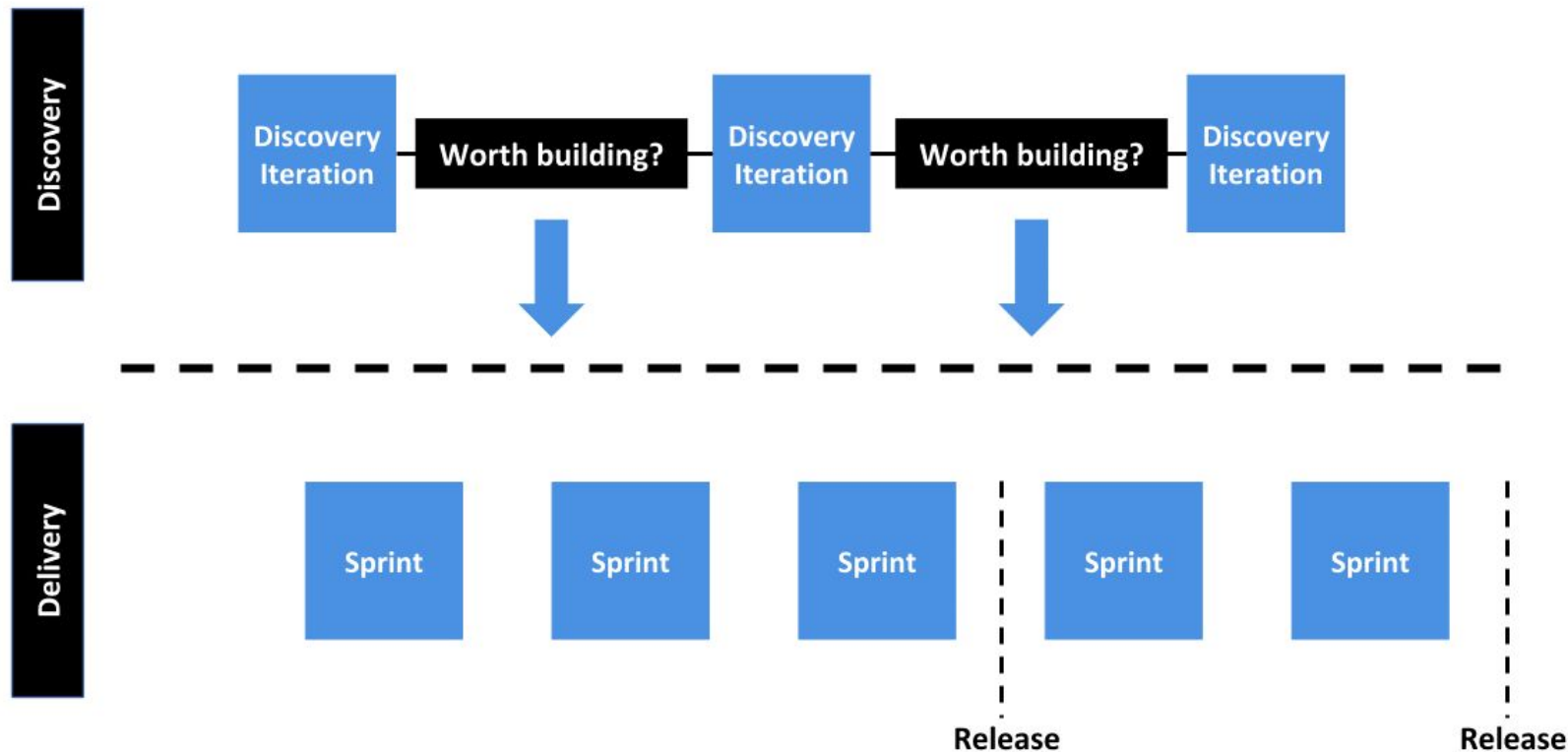


Dual Track Agile, Fake It Before You Make It, Build Things That Don't Scale/Build Things That Do Scale, Move Fast/Don't Break Things, Continuous Discovery/Continuous Delivery..



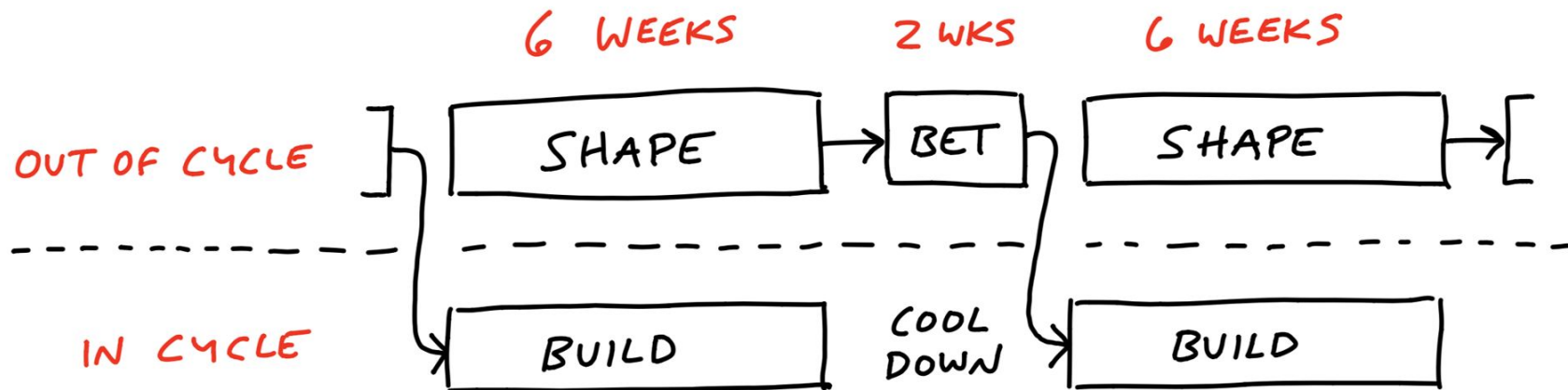
T

Dual Track Scrum, Fake It Before You Make It, Build Things That Don't Scale/Build Things That Do Scale, Move Fast/Don't Break Things, Continuous Discovery/Continuous Delivery..



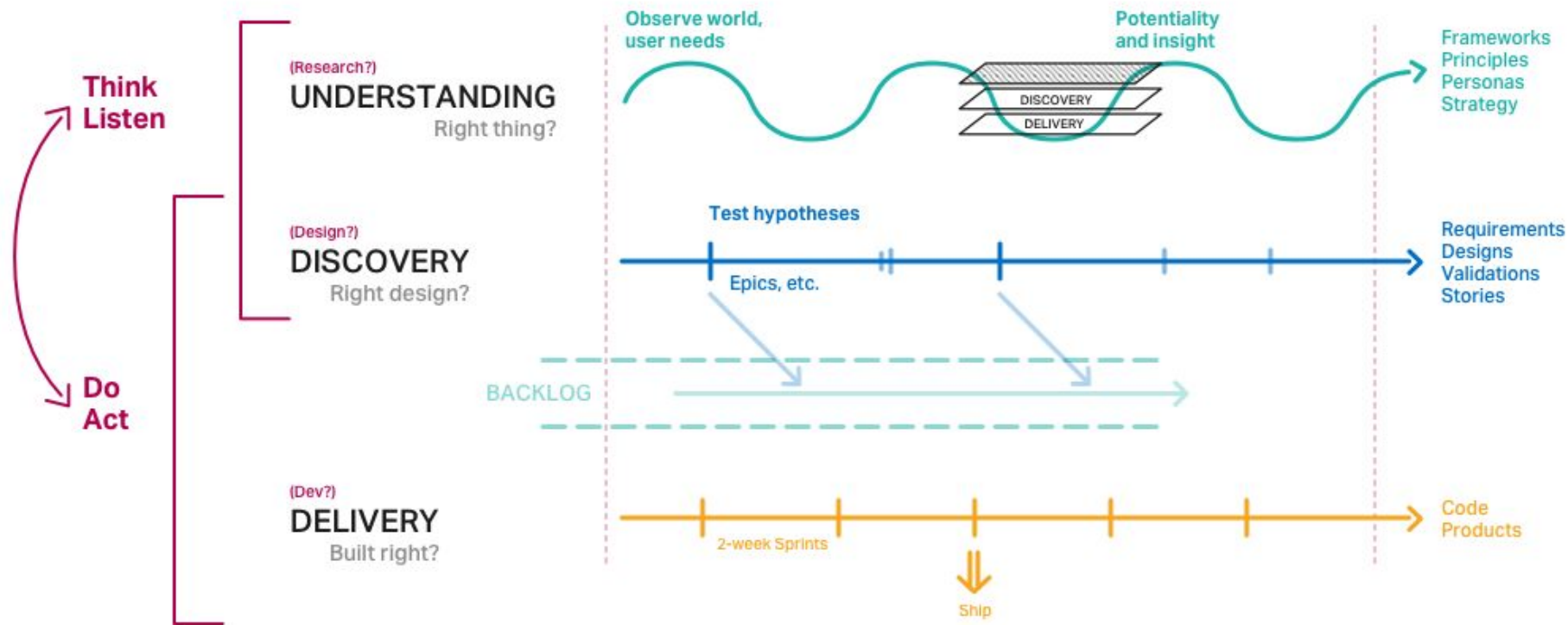


Dual Track Scrum, Fake It Before You Make It, Build Things That Don't Scale/Build Things That Do Scale, Move Fast/Don't Break Things, Continuous Discovery/Continuous Delivery..



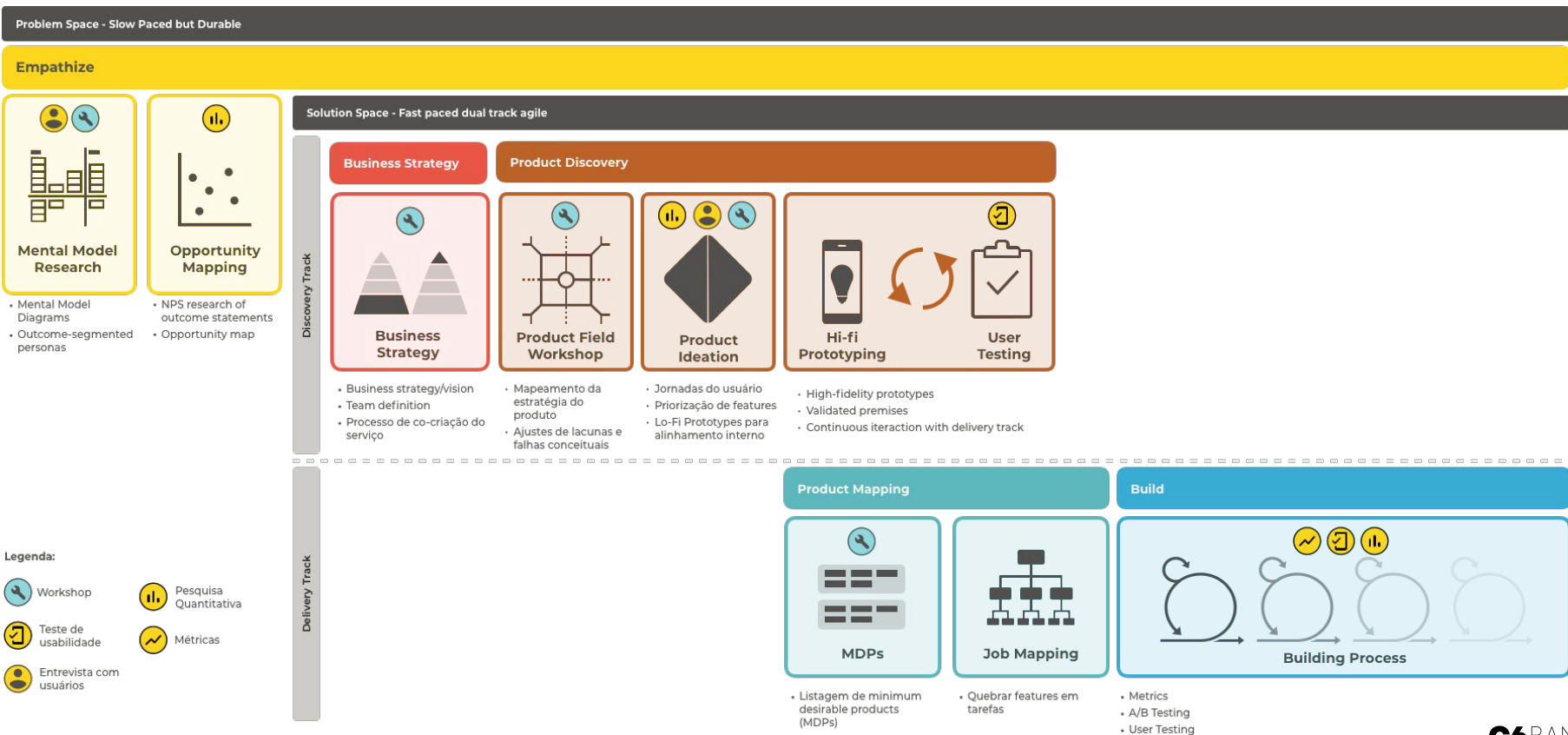


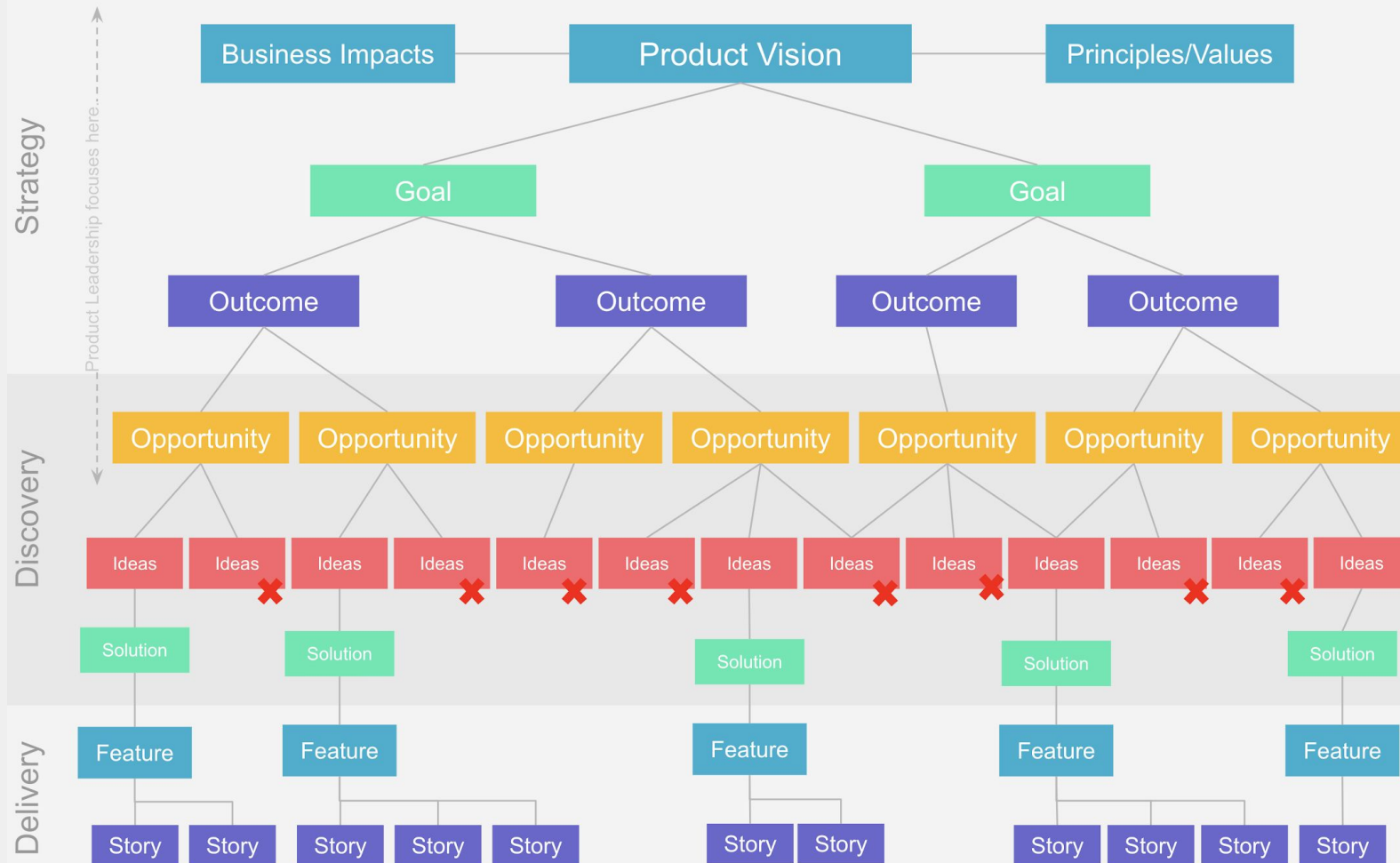
Dual Track Scrum, Fake It Before You Make It, Build Things That Don't Scale/Build Things That Do Scale, Move Fast/Don't Break Things, Continuous Discovery/Continuous Delivery..





Dual Track Scrum, Fake It Before You Make It, Build Things That Don't Scale/Build Things That Do Scale, Move Fast/Don't Break Things, Continuous Discovery/Continuous Delivery..





What is the **vision** for our product in 5 years time? Will that achieve our business **impacts**? What guiding **principles, values** and guardrails do we want teams to apply at all times?

Goals are the major objectives we need to achieve in order to reach our product vision. Aim for 2-3 SMART goals at a time.

Outcomes are measurable changes in customer behavior that will help you achieve your goal. Focus on 2-3 SMART outcomes per goal.

Opportunities are:

- Customer Problems
- Customer Pains
- Customer Gains
- Job to be Done

Get product teams to focus on key opportunities.

What **ideas** do we want to validate to solve the opportunities? How can we test these hypotheses cost effectively/efficiently?

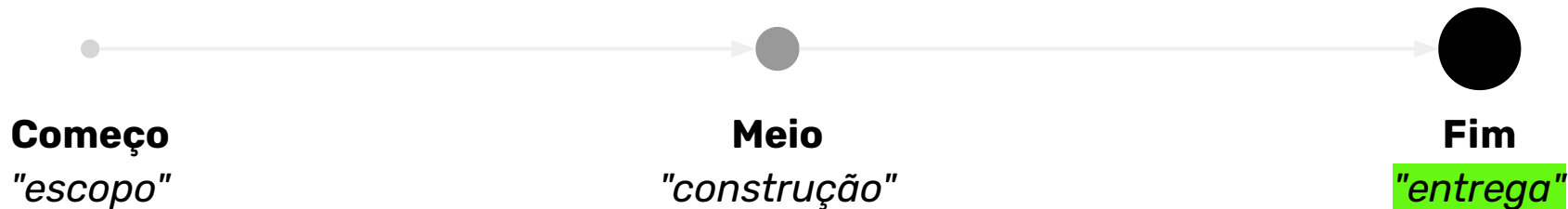
Which ideas have we validated as **solutions** to customer problems that are worth building?

Only build **features** to production grade that have a high likelihood of solving the customer problem and achieving our objectives.

Use normal Scrum/SAFe for delivery. **Measure** story impact, learn, and then iterate on them to create value.

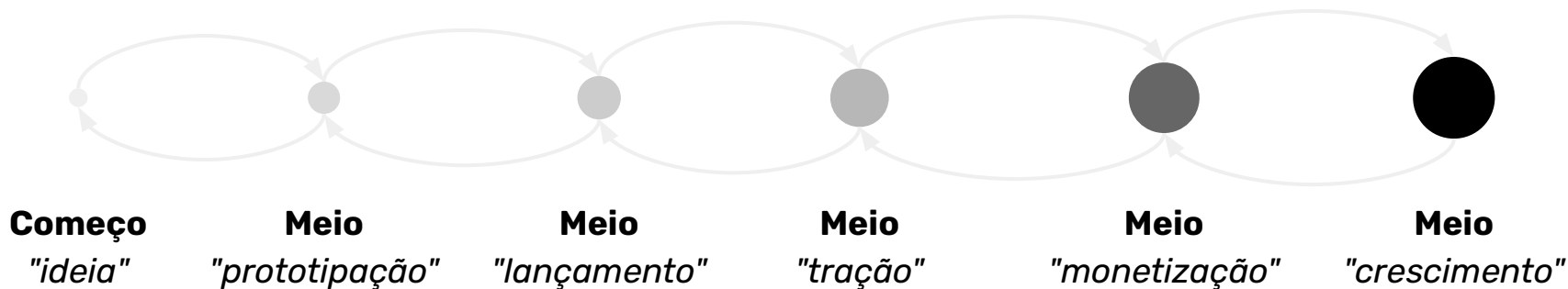
PROJECT MANAGERS

→ FOCAM NA EFICIÊNCIA DE ENTREGAS



PRODUCT MANAGERS

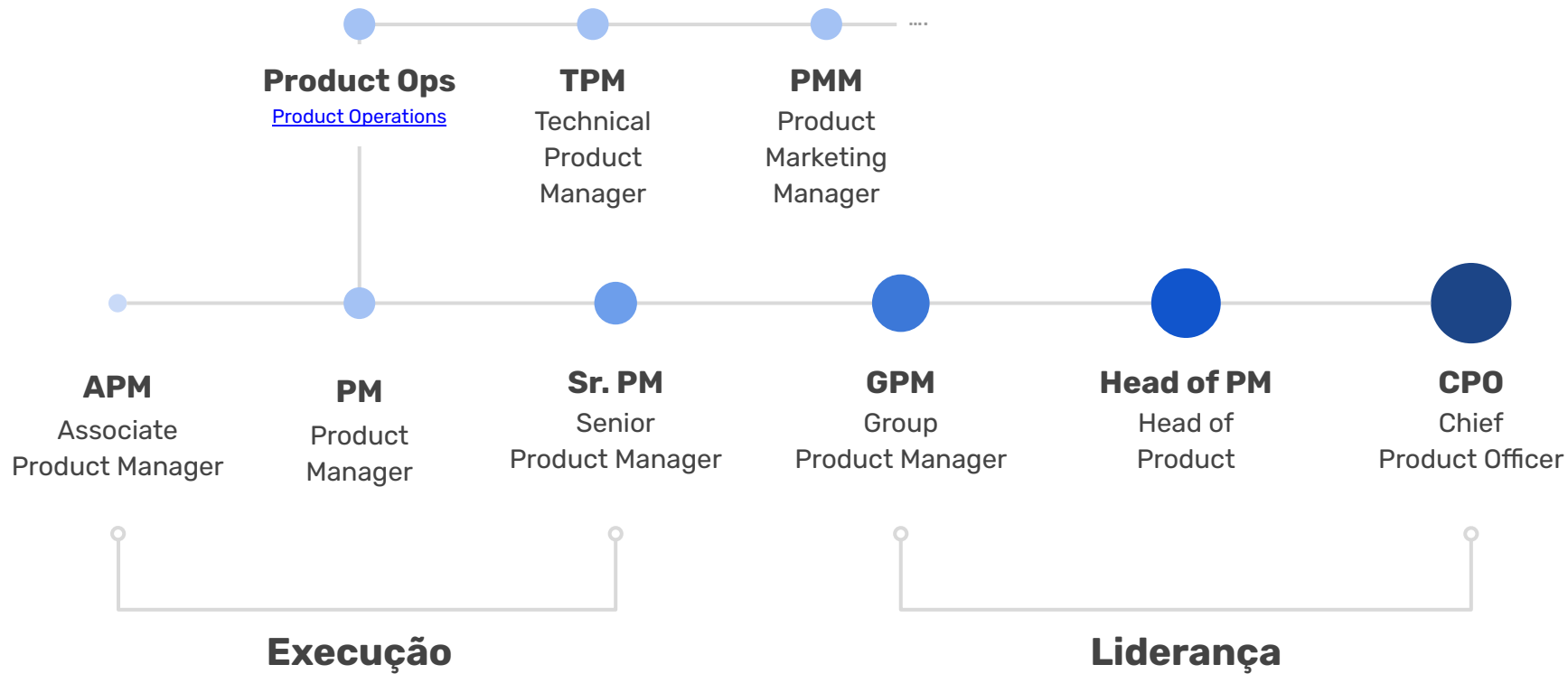
→ FOCAM EM **ATINGIR RESULTADOS**





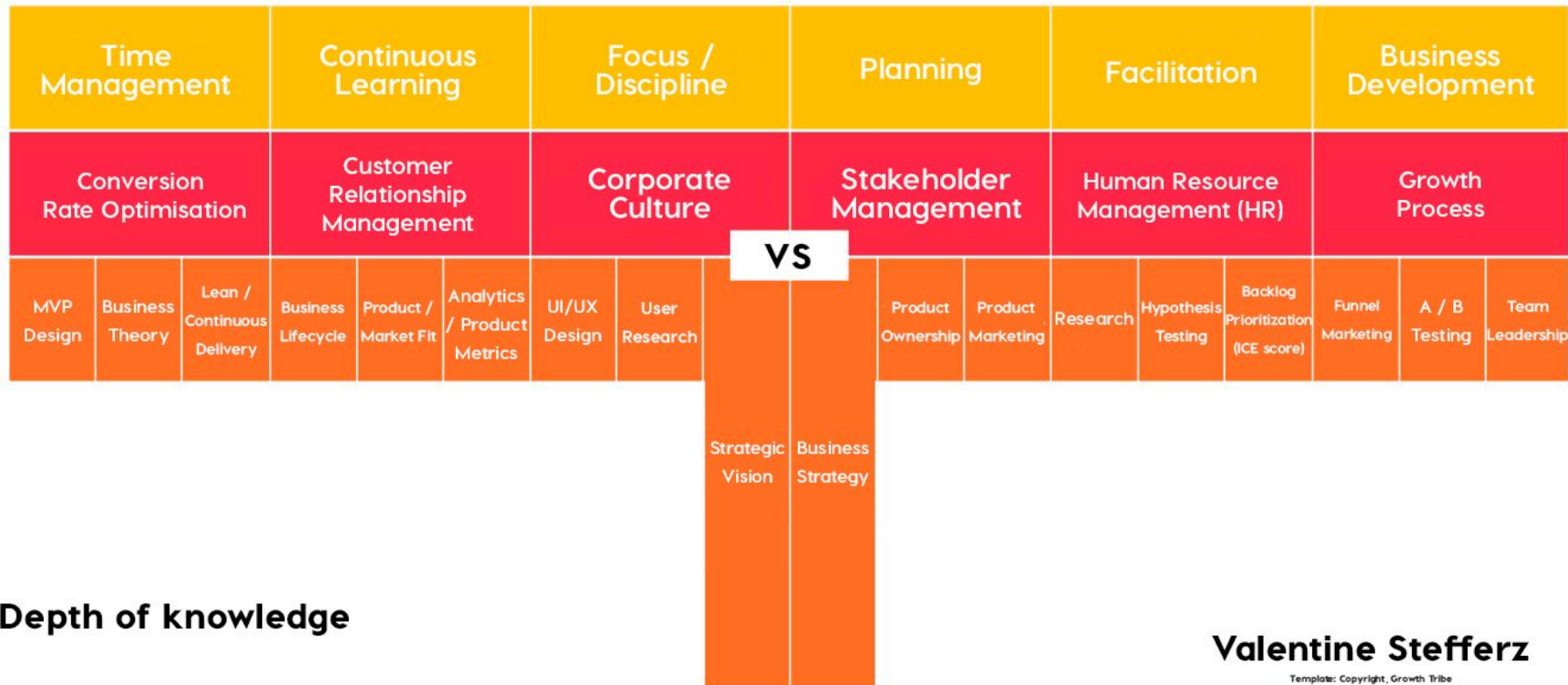
CARREIRA

Trilha em produtos e o que preciso desenvolver



The T-shaped Product Manager

Width of knowledge →



↓ Depth of knowledge

Valentine Stefferz

Template: Copyright, Growth Tribe

TAKEAWAY #1



**Consistência promove
evolução contínua**

DESENHANDO AS LINHAS DE CHEGADA

TAKEAWAY #2



Gestão de produtos é uma função estratégica focada em resolver problemas reais e, com isso, alavancar negócios

E POR ISSO SÃO RESPONSÁVEIS PELOS RESULTADOS

TAKEAWAY #3



**PMs trabalham o
tempo todo entre
negócios, tech e UX**

BUSCANDO GERAR DESEJO DE USO, RENTABILIDADE E VIABILIDADE

TAKEAWAY #4



**Visão de produtos =
futuro que você quer
construir**

E ISSO É A BASE PARA TUDO E VOCÊ É A PRINCIPAL
PESSOA A GUARDAR E PROMOVER ESSE FUTURO

TAKEAWAY #5



Práticas ajudam a obter resultados, mas elas não são os resultados

SÃO MEIOS E NÃO O FIM

TAKEAWAY #6



**Suas habilidades
podem e devem ser
aproveitadas na sua
trilha de produtos**

NENHUM CONHECIMENTO É DESPERDIÇADO, NUNCA!



MURYLO SCHULTTAIS

murylosj@gmail.com

/muryloschulttais

slack @murylo