





# AGENDA

- **Roadmap não é palpite**
- **Prática do roadmap**
- **0 poder do ciclo**



# ROADMAP NÃO É PALPITE

A vertical bar with a gradient from green at the top to blue at the bottom, positioned to the left of the main text.

**SUA JORNADA DE PRODUTO  
ATÉ ESTE MOMENTO**

**"Um roadmap de produto é um plano de alto nível que descreve COMO o produto deve crescer.**

**Ajuda a expressar para onde você pretende levar o produto e por que faz sentido investir nele."**

LEIA MAIS [AQUI](#)

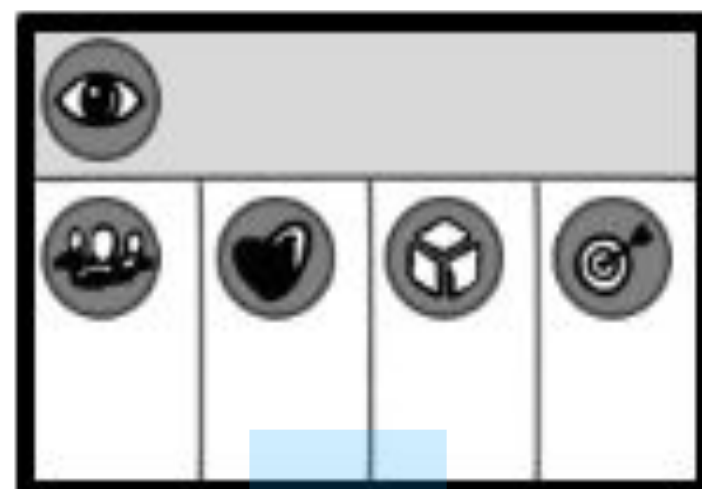
**Roman Pichler**

Pichler Consulting  
"How to lead in Product  
Management", "Strategize" e "Agile  
Product Management with Scrum."

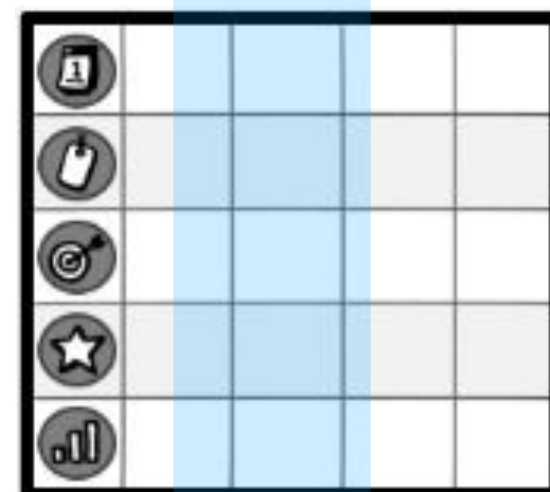




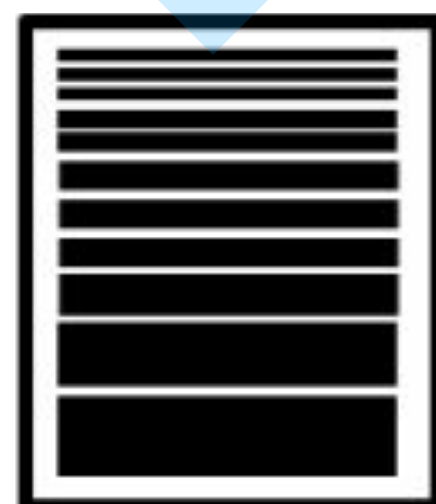
SAIBA MAIS [AQUI](#)



**PROBLEMA DE PRODUTO**  
**BOARD DE VISÃO DE PRODUTO**



**A ESTRATÉGIA (REALISTA)**  
**GO ROADMAP**



**PLANO TÁTICO**  
**BACKLOG** (DE DESCOBERTA E DESENVOLVIMENTO)

UM DOCUMENTO QUE VAI  
**REUNIR PESSOAS**  
**AO REDOR DE UM PLANO**  
PRECISA SER MUITO MAIS QUE  
UMA LISTA DE DESEJOS.





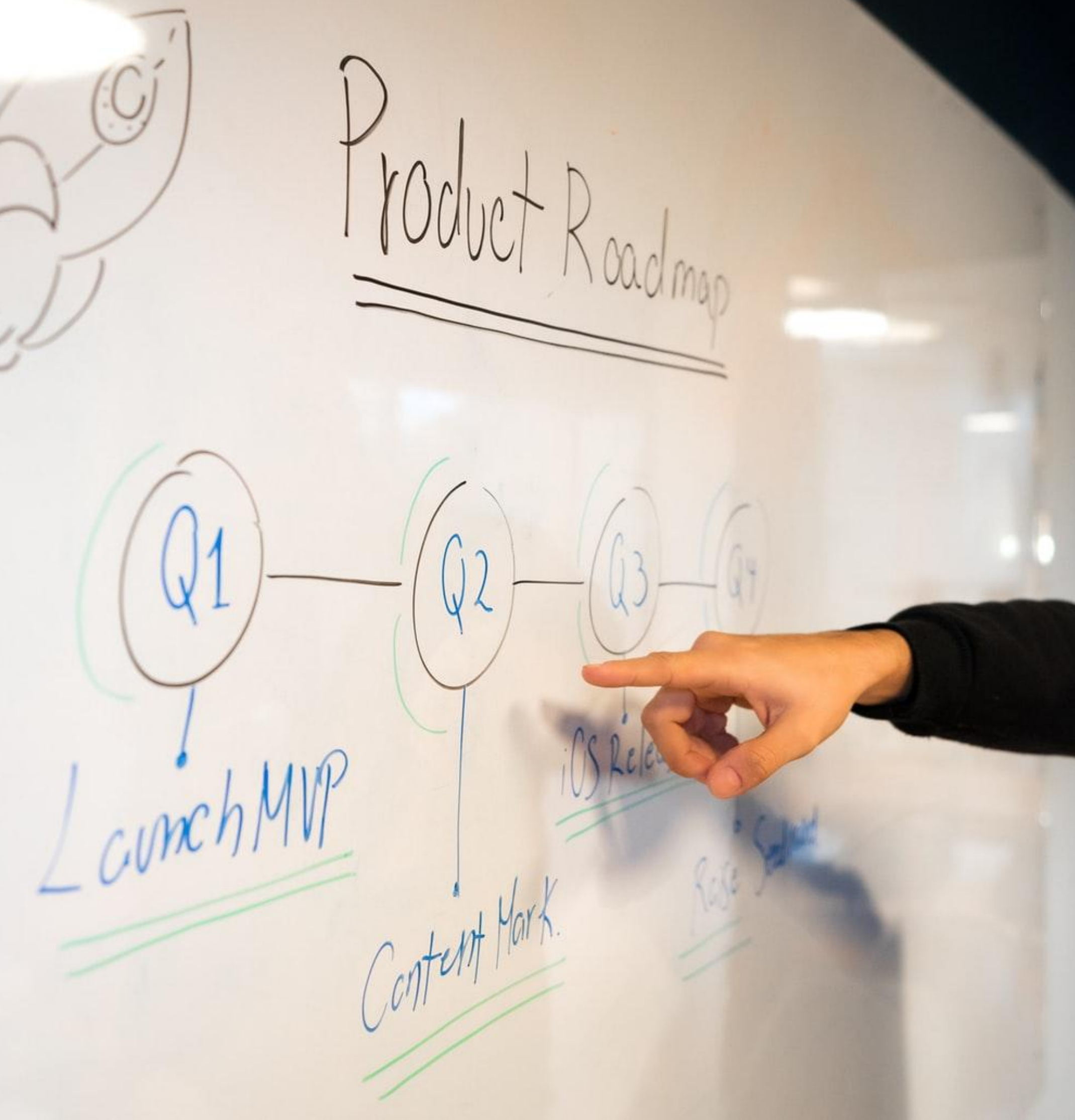
~~DOCUMENTAÇÃO~~

FERRAMENTA DE  
COMUNICAÇÃO

É UMA FERRAMENTA DE

**COMUNICAÇÃO**

**Por que  
precisamos  
de roadmaps**



01

Permite vislumbrar os passos e a continuidade do propósito que definimos na visão do produto ao longo dos meses e trimestres.

02

Ajuda cada pessoa a entender como ela agrega para o sucesso do produto, facilitando a colaboração com stakeholders.

03

Ajuda na priorização sempre que for necessário discutir quando e em que ordem vamos evoluir o produto e qual o benefício que será gerado.

04

Tangibiliza o backlog de trabalho sem a necessidade de entrar em muitos detalhe além de viabilizar a gestão de portfólio.

# Motorola Roadmap Matrix

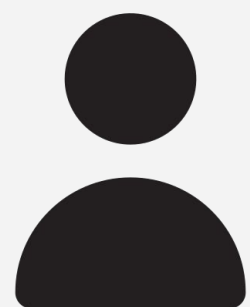
- summary of product plans and technology forecast

Year	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991
Tuning	Push button		Push button - Synthesizers		Touch pad - Synthesizers			Voice actuated		
Selectivity	Ceramic resonators		SAWs			Digital signal processors				
Subcarrier function	Stereo		Paging		Data			Maps		
IC technology	Linear	5u CMOS		3u CMOS		1u CMOS				
Display	LEDs	Liquid crystal			Fluorescence					
Vehicular LAN						Single wire		Glass fibre		
Digital modulation										500 kHz bandwidth
PRODUCTS	RECEIVER 1	RECEIVER 2		RECEIVER 3		NEXT GENERATION		FUTURE GENERATION		
	Stereo	Plus: Scan Seek		Plus: Personal paging		Plus: Stock market Road information Remote amplifiers Remote controls		A NEW SERVICE  Super Hi Fi  Local maps		

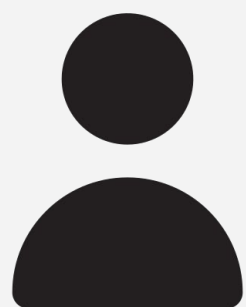


# AS PESSOAS

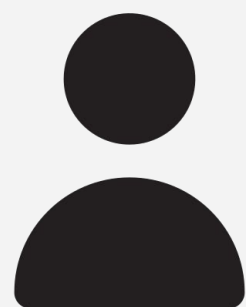
**SQUAD TRADICIONAL**



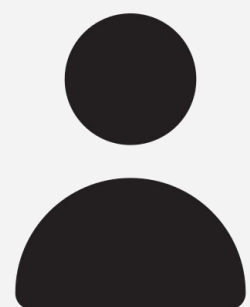
Engineer  
Lead



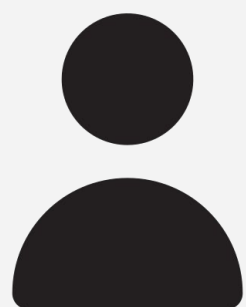
Product



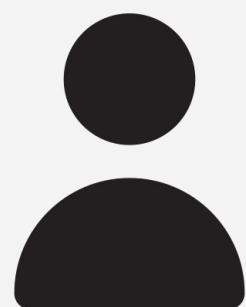
Design



Engineer

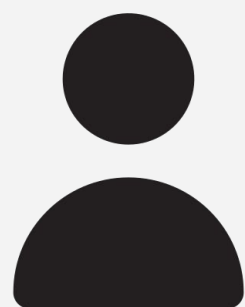


Engineer

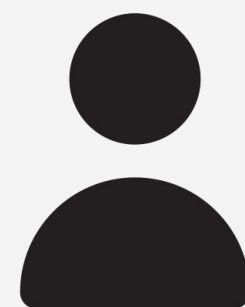


Engineer

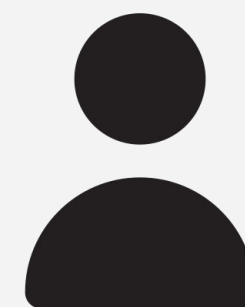
**SQUAD "EXPANDIDA"**



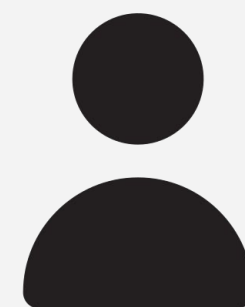
Engineer  
Lead



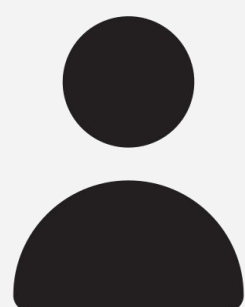
Product



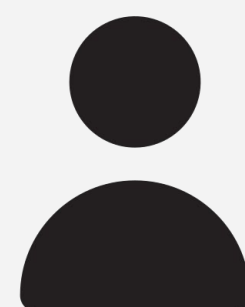
Design



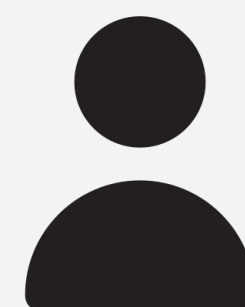
Business  
Owners



Engineer

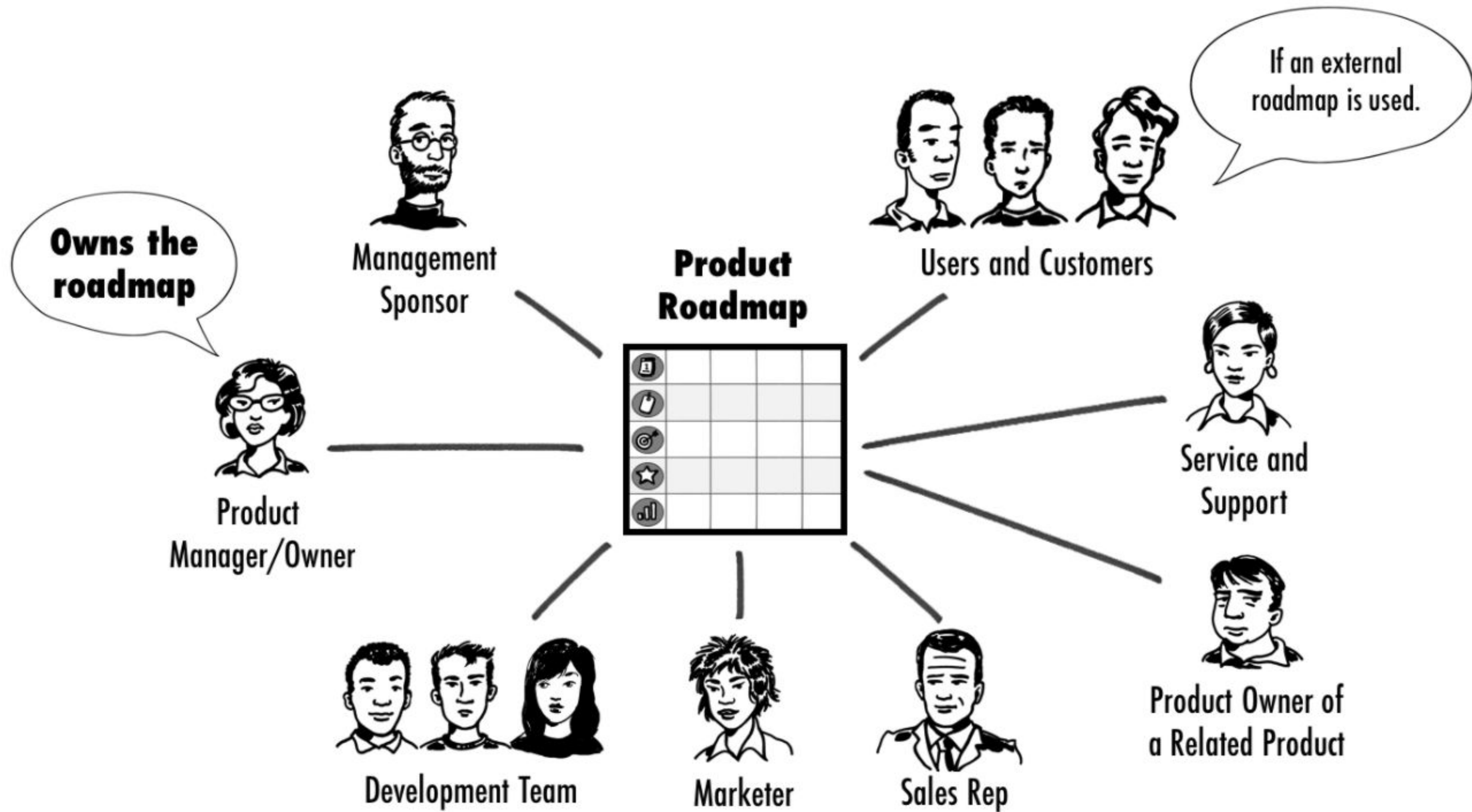


Engineer



Engineer







# Missionários vs. Mercenários

"Times de missionários são **engajados, motivados, entendem o contexto de negócio e tem empatia real pelo usuário.**"

Times de mercenários não são empoderados nem tem senso de responsabilidade, não tem paixão por ver o problema resolvido e pouca, ou quase nenhuma, conexão real com o usuário ou cliente."

LEIA MAIS [AQUI](#)

**Marty Cagan**  
Silicon Valley Product Group  
"Inspirado" e "Empowered"



UM ROADMAP DE PRODUTOS EFICIENTE PERMITE

**ACORDOS VIVO AO REDOR DE  
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS**



# PRÁTICA DO ROADMAP

# ROADMAP DE PRODUTO "GO"

*"Goal-Oriented", orientada a objetivos/resultados*

- Aquisição
- Ativação
- Retenção

SAIBA MAIS [AQUI](#)

# THE GO PRODUCT ROADMAP

 <b>DATE</b> The release date or timeframe	<i>Date or timeframe</i> <div></div>	<i>Date or timeframe</i> <div></div>	<i>Date or timeframe</i> <div></div>	<i>Date or timeframe</i> <div></div>
 <b>NAME</b> The name of the new release	<i>Name/version</i> <div></div>	<i>Name/version</i> <div></div>	<i>Name/version</i> <div></div>	<i>Name/version</i> <div></div>
 <b>GOAL</b> The reason for creating the new release	<i>Goal</i> <div></div>	<i>Goal</i> <div></div>	<i>Goal</i> <div></div>	<i>Goal</i> <div></div>
 <b>FEATURES</b> The high-level features necessary to meet the goal	<i>Features</i> <div></div>	<i>Features</i> <div></div>	<i>Features</i> <div></div>	<i>Features</i> <div></div>
 <b>METRICS</b> The metrics to determine if the goal has been met	<i>Metrics</i> <div></div>	<i>Metrics</i> <div></div>	<i>Metrics</i> <div></div>	<i>Metrics</i> <div></div>





# PERÍODO

Ajudam na gestão de expectativas, especialmente quando há prazos relacionados à estratégia do negócio.



## DATE

The release date or timeframe



The name of the new release



## GOAL

The reason for creating the new release



## FEATURES

The high-level features necessary to meet the goal



## METRICS

The metrics to determine if the goal has been met

Date or timeframe

Date or timeframe

Date or timeframe

Name/version

Name/version

Name/version

Goal

Goal

Goal

Goal

Features

Features

Features

Features

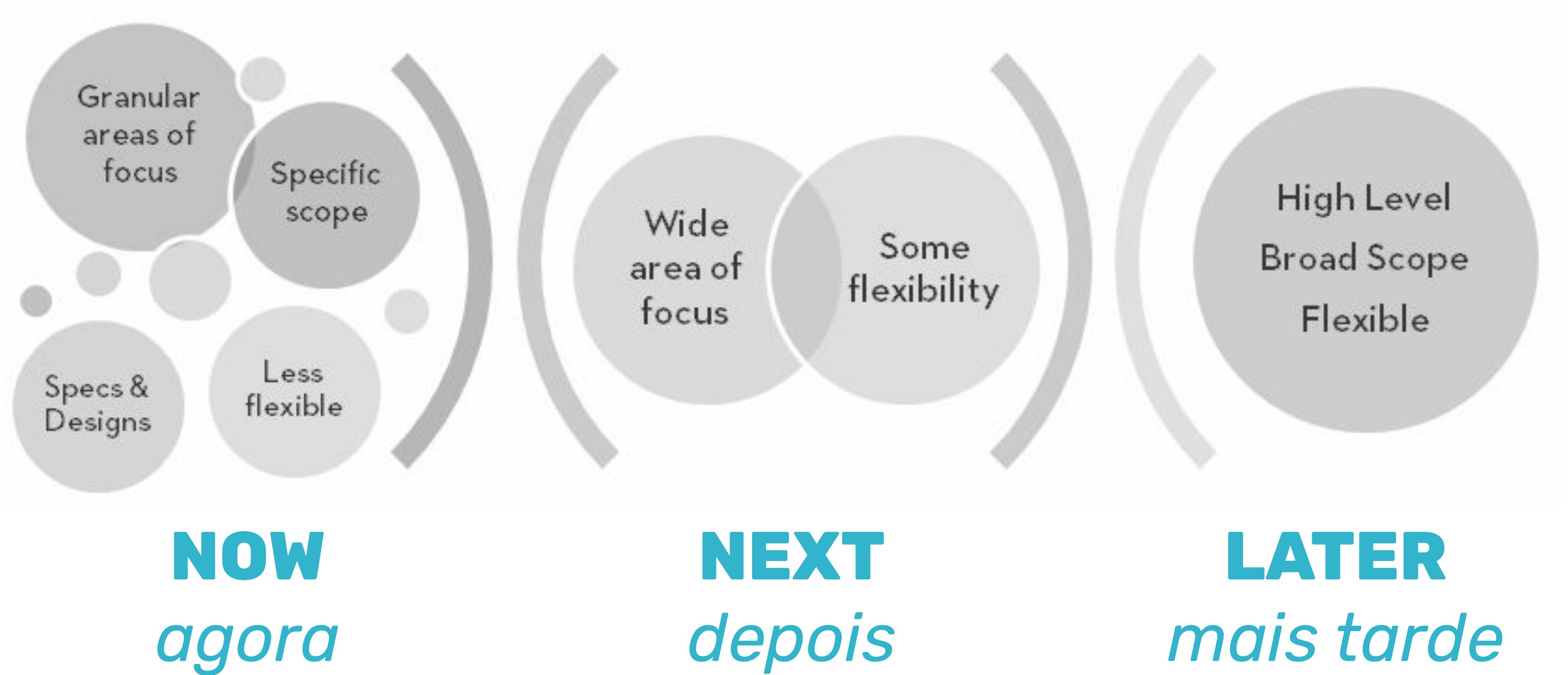
Metrics

Metrics

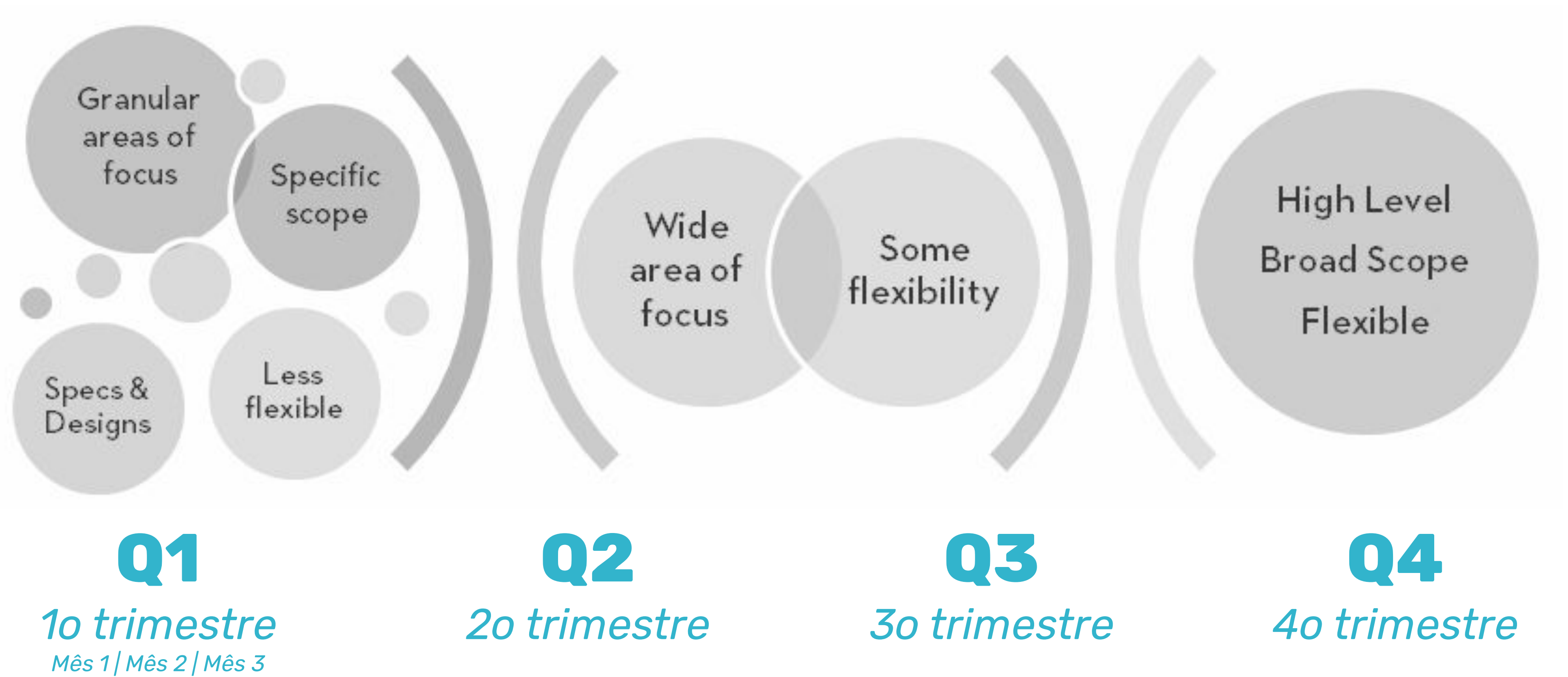
Metrics

Metrics





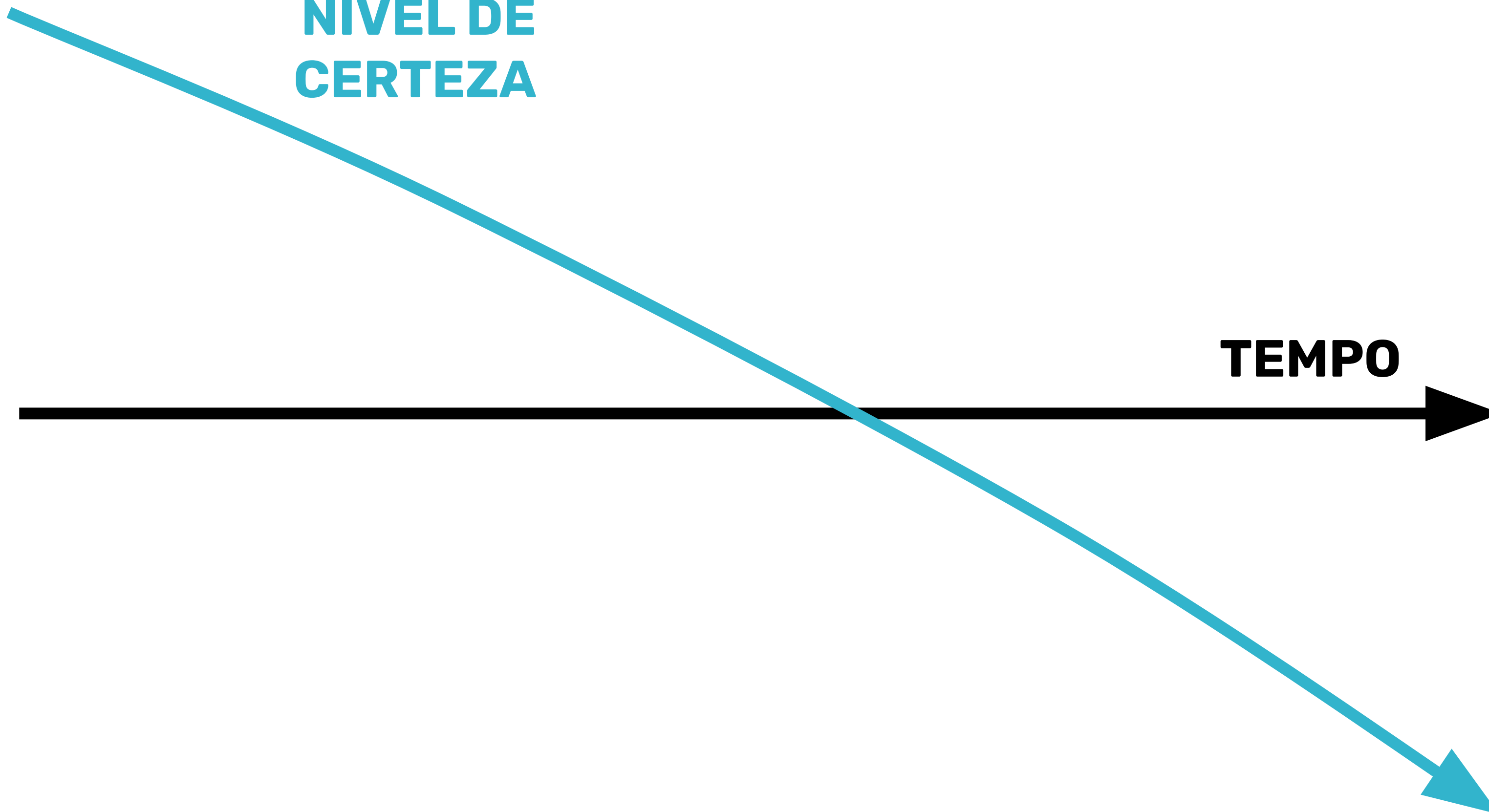




T

NÍVEL DE  
CERTEZA

TEMPO



**"É OUSADO SUPOR QUE VOCÊ SABE  
EXATAMENTE O QUE CONSTRUIR,  
ESPECIALMENTE NO FUTURO.**

**UMA LINHA DO TEMPO NÃO TEM ESPAÇO  
PARA DESCOBERTAS E ITERAÇÕES."**

**Janna Bastow**

CEO e CO-founder no ProdPad

Free your Product Roadmap and ditch the timeline



~~QUANDO VAMOS ENTREGAR~~






**QUE VALOR VAMOS ENTREGAR**



# OBJETIVO

A razão pela qual estamos planejando a entrega, mais do que uma métrica, aqui estamos olhando para os resultados que vamos gerar para o negócio

# THE GO PRODUCT ROADMAP

 <b>DATE</b> The release date or timeframe	Date or timeframe	Date or timeframe	Date or timeframe	Date or timeframe
 <b>NAME</b> The name of the new release	Name/version	Name/version	Name/version	Name/version
 <b>GOAL</b> The reason for creating the new release		Goal	Goal	Goal
 <b>FEATURES</b> The high-level features necessary to meet the goal	Features	Features	Features	Features
 <b>METRICS</b> The metrics to determine if the goal has been met	Metrics	Metrics	Metrics	Metrics



# OUTPUTS

## ENTREGAS

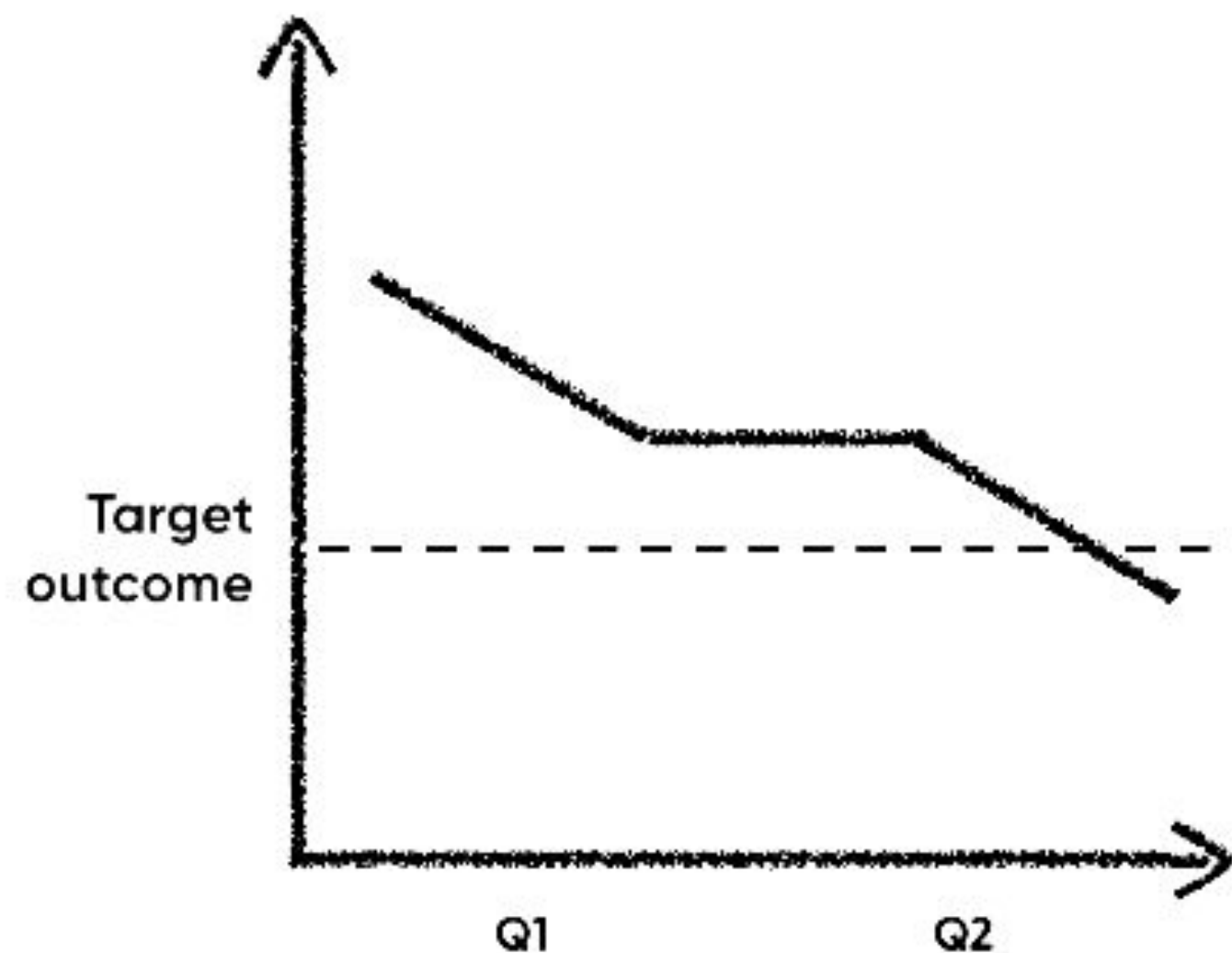
- Funcionalidades
- Plano de Entregas
- Mapa mental de projeto

# OUTCOMES

## RESULTADOS

- Flexibilidade
- Experimentação
- Mapa mental de produto

# Na prática



- ✗ Reduzir o número de telas no cadastro
- ✗ Incluir auto-preenchimento através de integração com parceiros
- ✗ Onboarding conversacional

✓ Aquisição: reduzir perdas de novos usuários no cadastro

SAIBA MAIS [AQUI](#)










# METRICAS

Que determinam se os OBJETIVOS  
foram alcançados

# THE GO PRODUCT ROADMAP

 <b>DATE</b> The release date or timeframe	<i>Date or timeframe</i> <input type="text"/>	<i>Date or timeframe</i> <input type="text"/>	<i>Date or timeframe</i> <input type="text"/>	<i>Date or timeframe</i> <input type="text"/>
 <b>NAME</b> The name of the new release	<i>Name/version</i> <input type="text"/>	<i>Name/version</i> <input type="text"/>	<i>Name/version</i> <input type="text"/>	<i>Name/version</i> <input type="text"/>
 <b>GOAL</b> The reason for creating the new release	<i>Goal</i> <input type="text"/>	<i>Goal</i> <input type="text"/>	<i>Goal</i> <input type="text"/>	<i>Goal</i> <input type="text"/>
 <b>FEATURES</b> The high-level features necessary to meet the goal	<i>Features</i> <input type="text"/>	<i>Features</i> <input type="text"/>	<i>Features</i> <input type="text"/>	<i>Features</i> <input type="text"/>
 <b>METRICS</b> The metrics to determine if the goal has been met	<i>Metrics</i> <input type="text"/>	<i>Metrics</i> <input type="text"/>	<i>Metrics</i> <input type="text"/>	<i>Metrics</i> <input type="text"/>



A vertical bar with a gradient from bright green at the top to light blue at the bottom, positioned to the left of the main text.

**QUAIS MÉTRICAS  
FAZEM SENTIDO PARA  
O PRODUTO AGORA.**



**Quais perguntas  
queremos responder?**



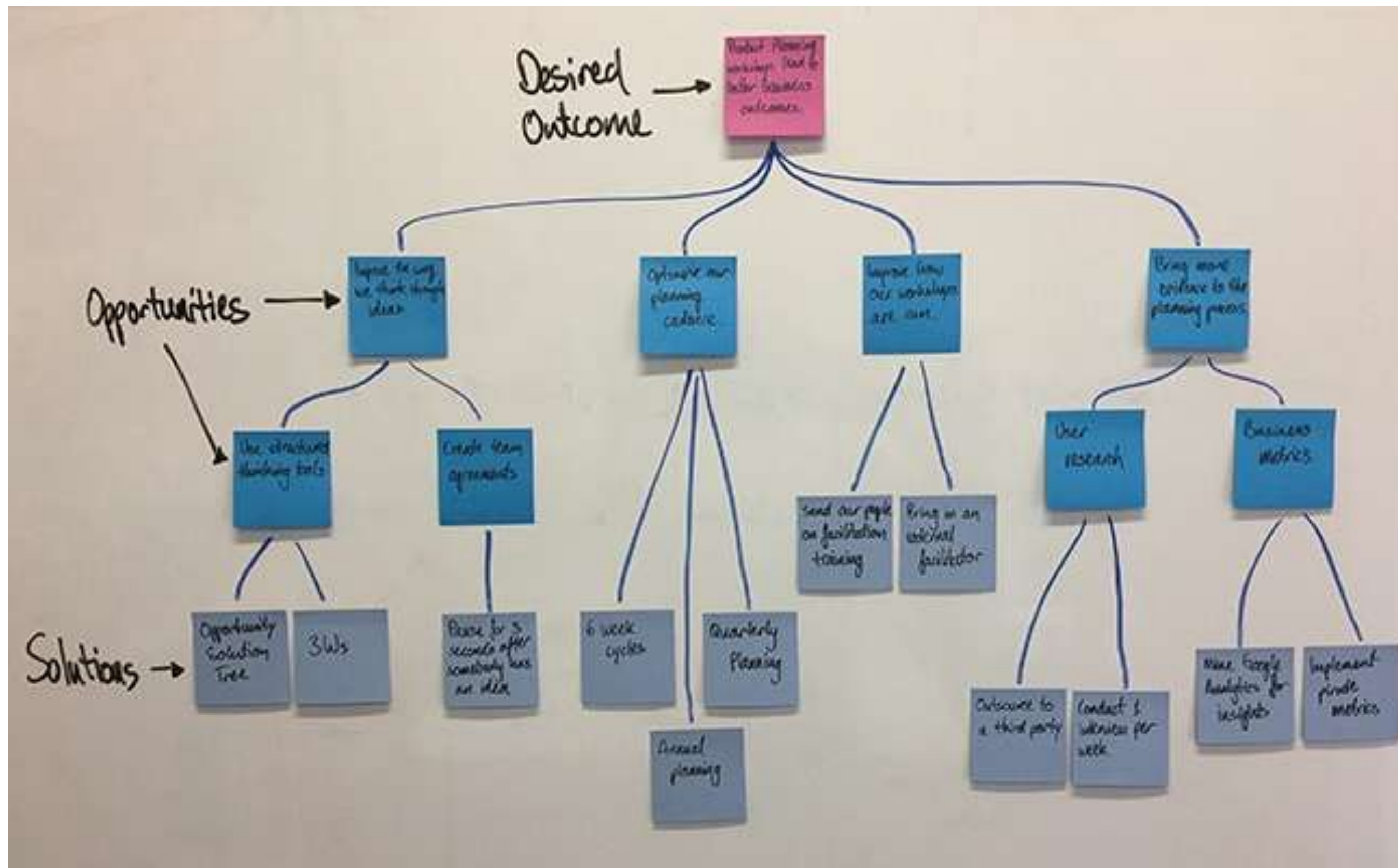
# FUNCIONALIDADES

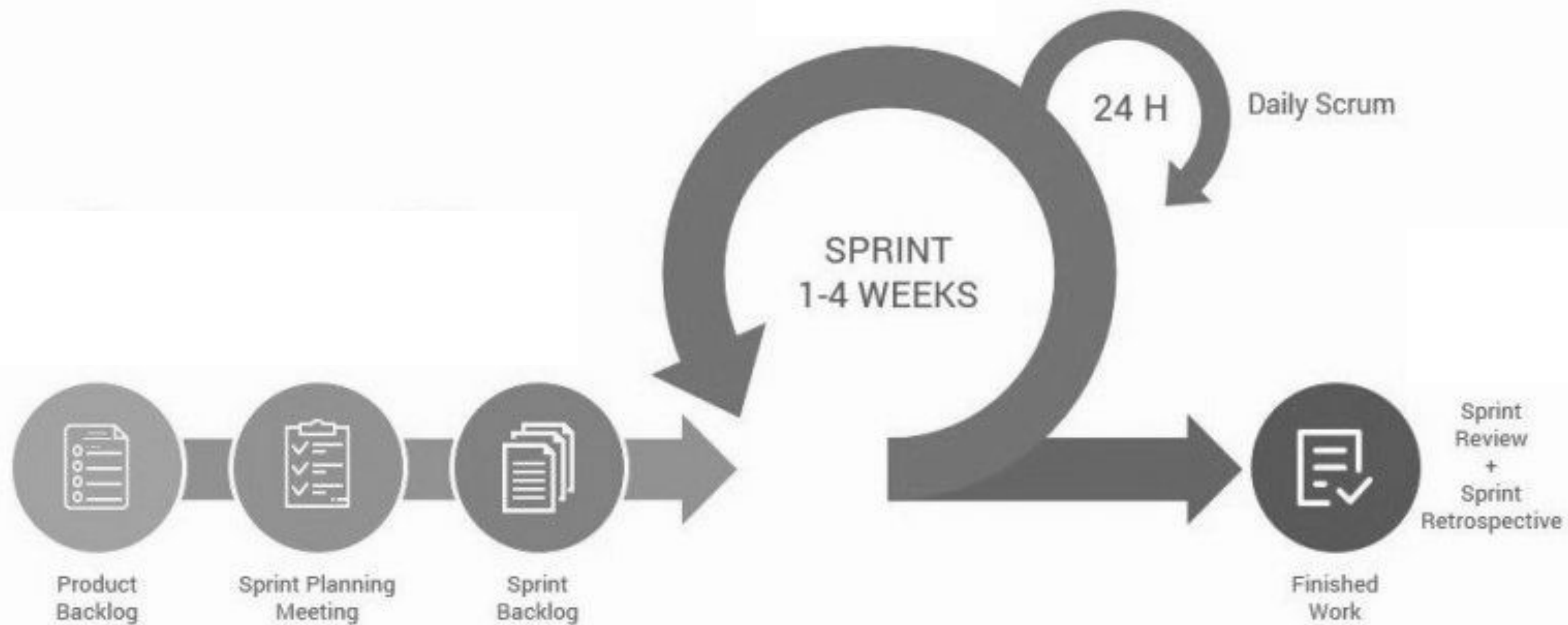
Visão alto nível das funcionalidades que podem nos ajudar a alcançar os objetivos, preferencialmente validadas através de experimentos

 <b>DATE</b> The release date or timeframe	Date or timeframe	Date or timeframe	Date or timeframe	Date or timeframe
 <b>NAME</b> The name of the new release	Name/version	Name/version	Name/version	Name/version
 <b>GOAL</b> The reason for creating the new release	Goal	Goal	Goal	Goal
 <b>FEATURES</b> The high-level features necessary to meet the goal	Features	Features	Features	Features
 <b>METRICS</b> The metrics to determine if the goal has been met	Metrics	Metrics	Metrics	Metrics













# NOME

Como organizar as releases ao longo do tempo

	Date or timeframe	Date or timeframe	Date or timeframe	Date or timeframe
 <b>NAME</b> The name of the new release				
	Name/version	Name/version	Name/version	Name/version
 <b>GOAL</b> The reason for creating the new release				
	Goal	Goal	Goal	Goal
 <b>FEATURES</b> The high-level features necessary to meet the goal	Features	Features	Features	Features
 <b>METRICS</b> The metrics to determine if the goal has been met	Metrics	Metrics	Metrics	Metrics



T



# O PODER DO CICLO

# O PRAZO DE REVISÃO DE SEU ROADMAP DEPENDE DE ALGUMAS VARIÁVEIS

produto maduro	3 meses	3-6 meses
produto jovem	mensalmente	3 meses
	mercado dinâmico	mercado estável

## **Ferramentas de priorização**

- Matriz de impacto e esforço
- RICE (Alcance, Impacto, Confiança e Esforço)
- Pontuações ponderadas
- Kano (Funcionalidade X Satisfação)
- MoSCoW

# PRIORIZAÇÃO

Impacto X Esforço





# PRIORIZAÇÃO

rice

alcance

impacto

confiança

**Reach \* Impact \* Confidence**

---

**Effort**

esforço

# PRIORIZAÇÃO

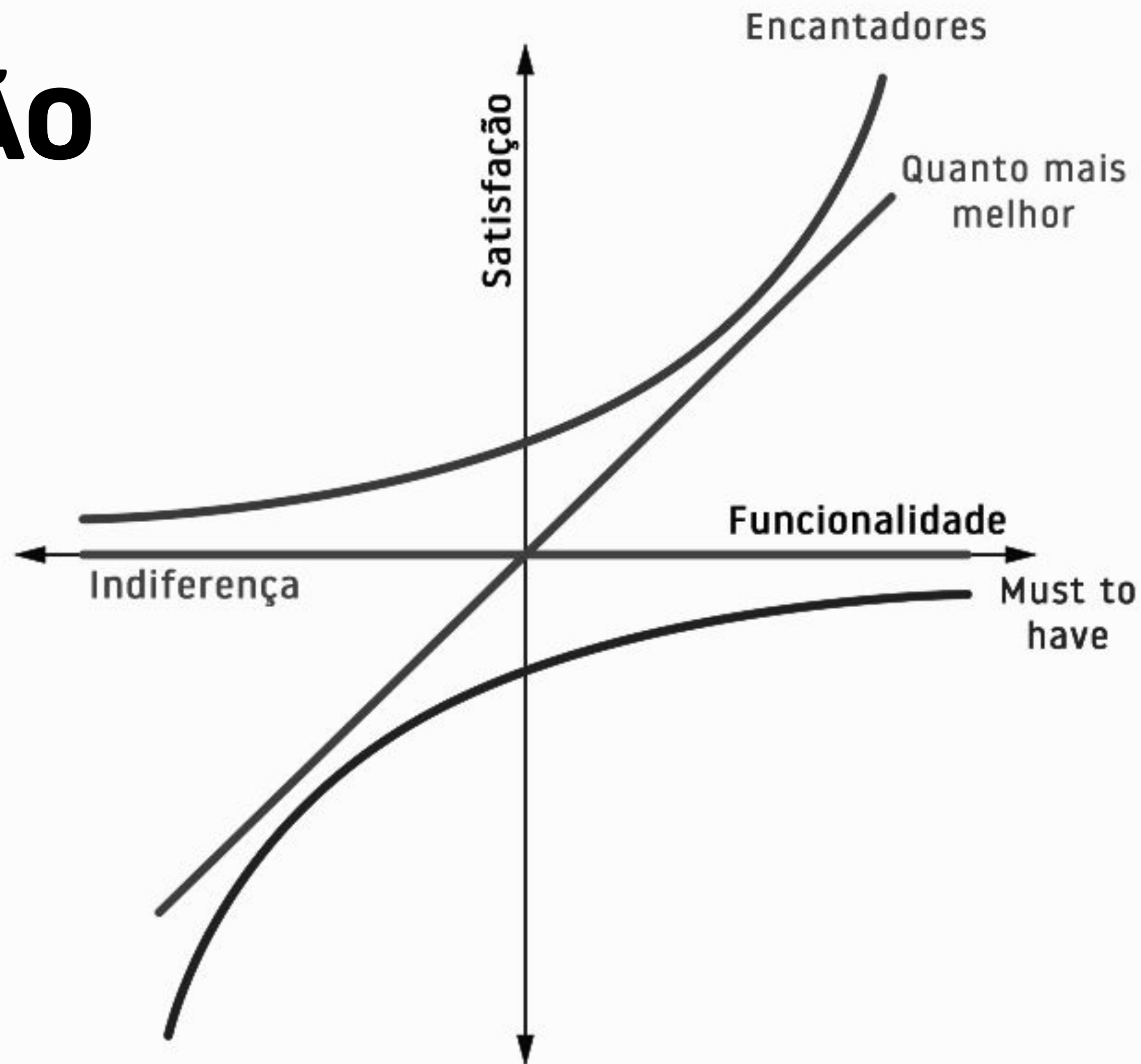
## pontuação ponderada

TITLE			BENEFIT			COST			?	
			Increase Revenue	Customer Value	Strategic Value	Implementation Effort	Operational Costs	Risk	SCORE	RANK
			WEIGHT	20	20	20	20	20		
1	■ New Admin Console	Mobile Product Line	1	4	2	2	4	1	72	4
2	■ Android	Infrastructure Projects	3	4	4	3	2	3	84	2
3	■ Customer Experience Initiatives	IEM 2.0	3	5	3	2	2	1	96	1
4	■ Cloud support for PowerLink	Infrastructure Projects	5	3	2	3	1	3	84	2
5	■ iOS Reporting	GEMS Product Line	3	3	4	5	3	3	68	5



# PRIORIZAÇÃO

## kano



T

# PRIORIZAÇÃO

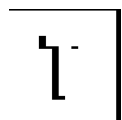
kano

**Mo** **MUST HAVE**  
(deve ter)

**S** **SHOULD HAVE**  
(pode ter)

**Co** **COULD HAVE (nice to have)**  
(poderia ter)

**W** **WON'T HAVE**  
(não vamos ter)



# A IMPORTÂNCIA DO REVIEW/SHOWCASE

T

**RECAPITULANDO...**

T

## TAKEAWAY #1

**Antes de tudo  
a visão do produto.**

DESENHANDO AS LINHAS DE CHEGADA

T

## TAKEAWAY #2



**Construir produto  
é um ciclo.**

DESENHANDO AS LINHAS DE CHEGADA

T

## TAKEAWAY #3



**Roadmap não é  
lista de desejos.**

DESENHANDO AS LINHAS DE CHEGADA



T

## TAKEAWAY #4



**Pessoas de negócio  
e operação são  
parte do time.**

DESENHANDO AS LINHAS DE CHEGADA



## TAKEAWAY #5



~~Quando vamos entregar.~~  
**Que valor vamos entregar.**

DESENHANDO AS LINHAS DE CHEGADA

T

 **OBRIGADA**  
E ATÉ A PRÓXIMA!

