





AGENDA

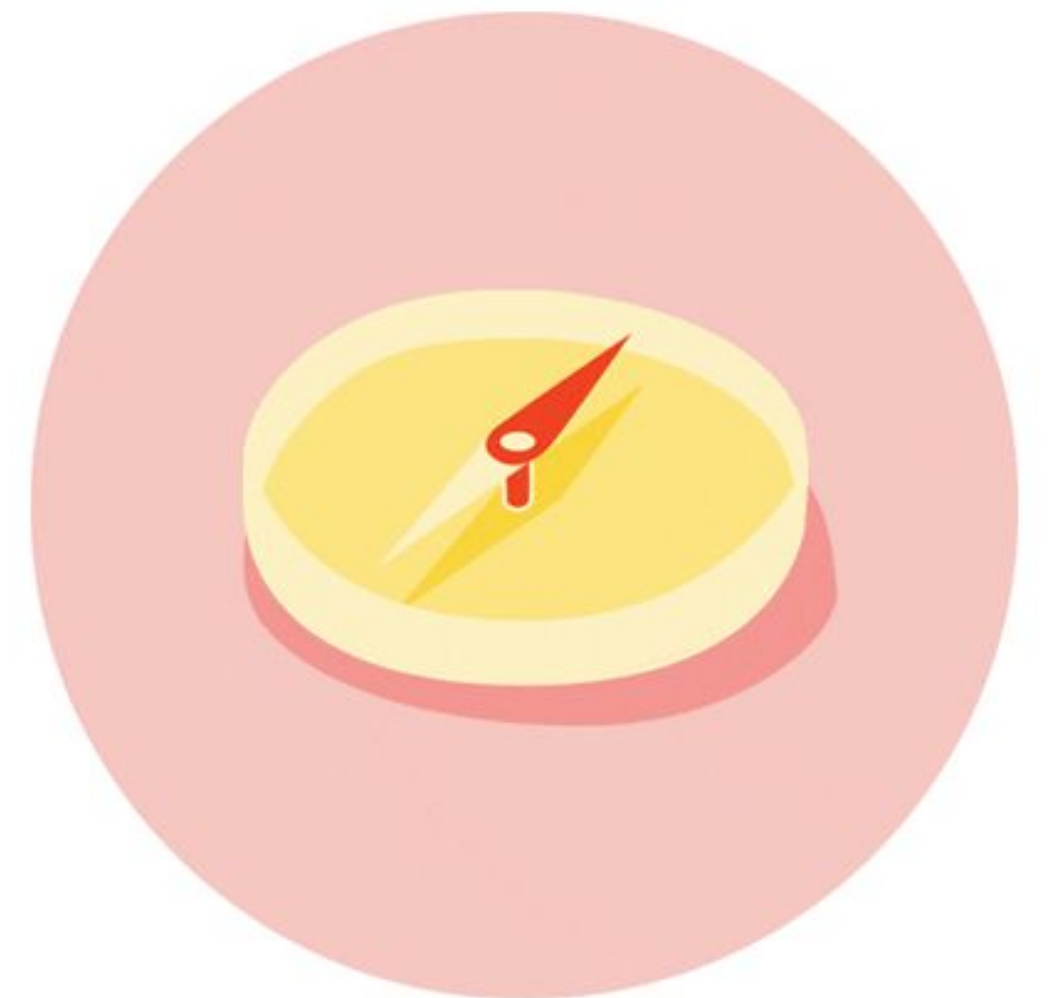
- **O futuro que o produto irá criar**
 - Pra que serve a Visão
 - Papel do PM
 - Visão / estratégia
- **A arte Vs a técnica**
 - Persuasão
 - Restrições
 - Elementos
- **Pessoas interessadas**
 - Ponto de partida para autonomia
 - Senso de responsabilidade
 - Inspiração em casos

T

**O FUTURO QUE O
PRODUTO IRÁ CRIAR**

VISÃO DE PRODUTO

- Funciona como uma bússola para as decisões do time
- Inspira pessoas a criar produtos fantásticos
- Conecta nosso trabalho a um significado, impacto
- Orienta o uso de novas tecnologias e tendências



**O PRINCIPAL PAPEL DA PESSOA DE
PRODUTO É ENTREGAR **TIMES**
ENGAJADOS E EMPODERADOS
AO REDOR DA VISÃO DO PRODUTO.**



POR
QUE

COMO

O QUE

SAIBA MAIS [AQUI](#)

T

VISÃO

liderança

inspira

destino final

ESTRATÉGIA

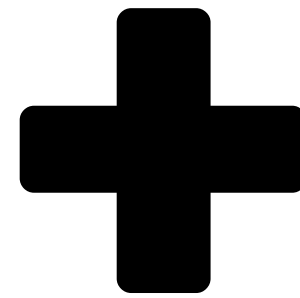
gestão

ajuda a chegar lá

caminho

ESTRATÉGIA

VISÃO DE PRODUTO



**OBJETIVOS ANUAIS
DE NEGÓCIO**

T



ARTE Vs. TÉCNICA

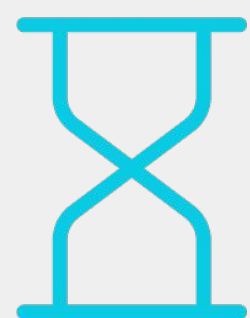
**"COM CERTEZA, UMA BOA VISÃO DO
PRODUTO TEM UM POUCO DE ARTE,
FUNDAMENTALMENTE É UMA
FERRAMENTA DE PERSUASÃO."**

LEIA MAIS [AQUI](#)

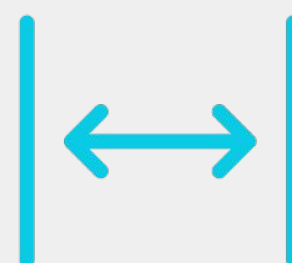
Marty Cagan
Silicon Valley Product Group
"Inspirado" e "Empowered"



ALINHANDO EXPECTATIVAS



**Longuíssimo
prazo**



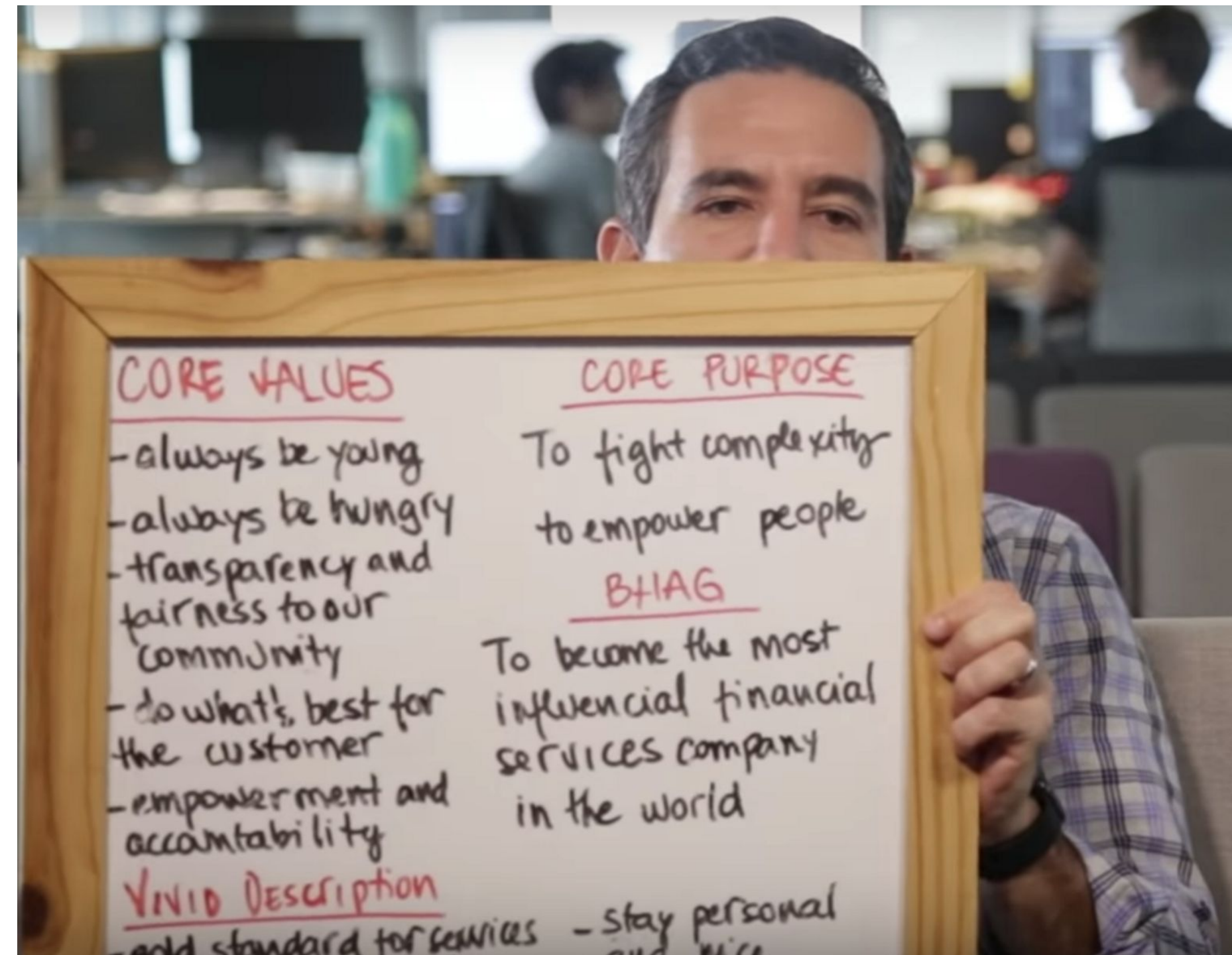
Abrangente



**Não é um
slogan**

BHAG

(BIG, HAIRY, AUDACIOUS GOAL)



GOOGLE

MISSÃO

Organizar a informação do mundo e torná-la universalmente acessível e útil.

VISÃO

Permitir acesso à informação do mundo em um clique.






QUADRO DE VISÃO DO PRODUTO

DESCREVER

VISUALIZAR

CONECTAR COM ESTRATÉGIA

SAIBA MAIS [AQUI](#)

<div> VISION</div> <div>What is your purpose for creating the product? Which positive change should it bring about?</div> <div></div>			
<div> TARGET GROUP</div> <div>Which market or market segment does the product address? Who are the target customers and users?</div> <div></div>	<div> NEEDS</div> <div>What problem does the product solve? Which benefit does it provide?</div> <div></div>	<div> PRODUCT</div> <div>What product is it? What makes it stand out? Is it feasible to develop the product?</div> <div></div>	<div> BUSINESS GOALS</div> <div>How is the product going to benefit the company? What are the business goals?</div> <div></div>



GRUPO ALVO

O usuário é o **foco** da visão de seu produto



TARGET GROUP

Which market or market segment does the product address?

Who are the target customers and users?

PRODUCT

What is the product?
What does it do?
How does it work?
What are the benefits?
What are the risks?
What are the costs?
What are the competitors?



BUSINESS GOALS

How is the product going to benefit the company?
What are the business goals?

MERCADO OU SEGMENTO ABORDADO

para QUEM estamos criando o produto

- mercado "mainstream"
- economicamente relevante
- generalista
- bem definido



NECESSIDADES

Produto **resolve problemas** de pessoas



NEEDS

What problem does the product solve?

Which benefit does it provide?



BUSINESS GOALS

How is the product going to benefit the company?

What are the business goals?

PROPOSTA DE VALOR

Por que o produto está sendo criado

ÉTICA

Beneficia os usuários e não fere pessoas ou o planeta



OBJETIVO DE NEGÓCIO

Como o produto gera **valor para a companhia**



VISION

What is your purpose for creating the product?
Which positive change should it bring about?



TARGET GROUP

Which market or market segment does the product address?
Who are the target customers and users?



NEEDS

What problem does the product solve?
Which benefit does it provide?



BUSINESS GOALS

How is the product going to benefit the company?
What are the business goals?

A vertical bar with a gradient from green at the top to blue at the bottom.

POR QUE A EMPRESA DEVE INVESTIR NO PRODUTO





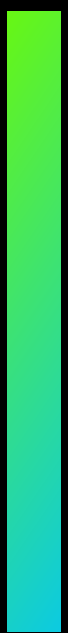
PRODUTO

Tecnologia e experiência **conectando** necessidades das **pessoas** e valor para o **negócio**

<div>VISION</div> <div>What is your purpose for creating the product? Which positive change should it bring about?</div>	<div>PRODUCT</div> <div>What product is it?</div> <div>What makes it stand out?</div> <div>Is it feasible to develop the product?</div>		
<div>TARGET GROUP</div> <div>Which market or market segment does the product address? Who are the target customers and users?</div>			



funcionalidades, sistemas ou interfaces
que tornam o produto único



PESSOAS INTERESSADAS

"As pessoas mais apaixonadas do seu time vão esperar que os líderes formem uma estratégia coerente. (...)

Escrever três linhas vagas sobre a "visão" é fácil. Também é fácil planejar cada pedaço de trabalho para o ano.

É muito mais difícil **detalhar uma estratégia que crie espaço para criatividade e ação.**"

LEIA MAIS [AQUI](#)

John Cutler

Product development
@Amplitude_HQ



SENSO DE RESPONSABILIDADE

Todas as pessoas envolvidas no sucesso do produto devem se sentir guardiãs da visão de produto: do C-level ao Business Owner. Da pessoa de design à pessoa desenvolvedora.



PRODUCT VISION



VISION

What is your purpose for creating the product?

Which positive change should it bring about?

BUSINESS GOALS

What product going to benefit the

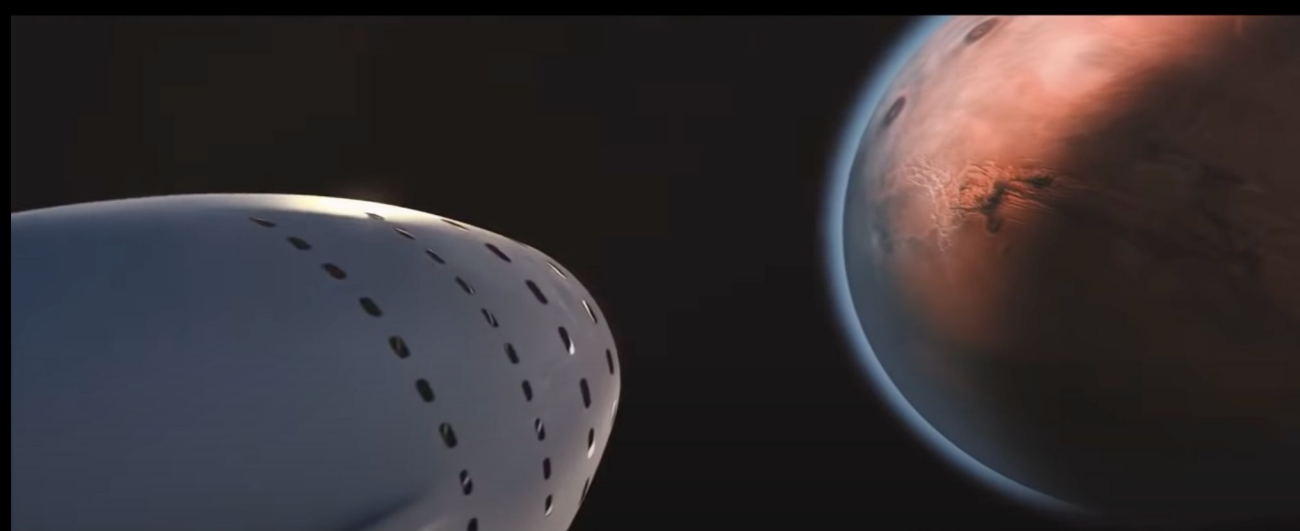
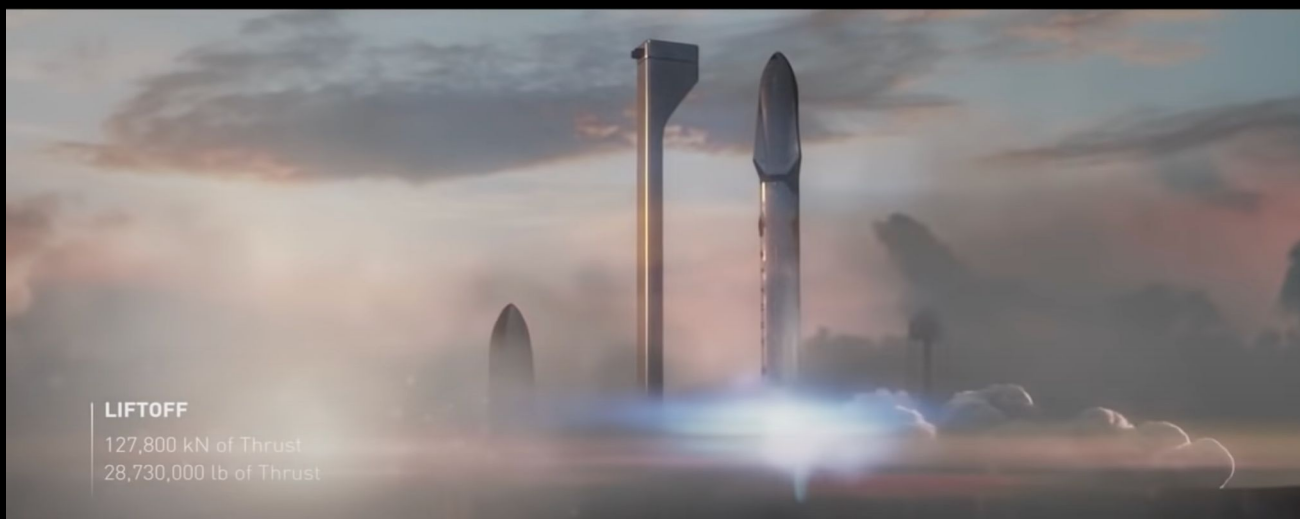
What are the business goals?



VISIONTYPE

protótipo da Visão de Produto

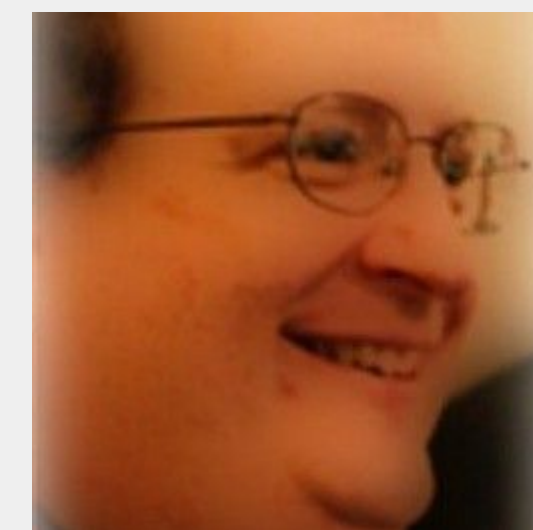
ASSISTA [AQUI](#)



**"UMA VISÃO DE EXPERIÊNCIA NÃO DESCREVE
UM NOVO PRODUTO OU SERVIÇO.**

**NA VERDADE, MOSTRA
COMO A VIDA DO USUÁRIO MUDA COM AS
IDEIAS QUE CONSTITUEM A VISÃO."**

Jared M Spool
CenterCentre e UIE, ex-Apple
Leia mais [aqui](#)





T

A vertical bar with a gradient from bright green at the top to cyan at the bottom.

RECAPITULANDO...

T

TAKEAWAY #1



Garante foco
com espaço para criatividade.

T

TAKEAWAY #2

FERRAMENTA DE

LIDERANÇA

(e não construa a história)

T

TAKEAWAY #3

**O FUTURO QUE O
PRODUTO IRÁ CRIAR**

T

 **OBRIGADA**
E ATÉ JÁ!

