

CASE PRÁTICO SLACK

CURSO PRODUCT MANAGER

PM3



ERIC CESTARI



[linkedin.com/in/ericcestari](https://www.linkedin.com/in/ericcestari)

Contexto

Hoje o **Slack** é majoritariamente utilizado por empresas para facilitar a comunicação interna. Existem 3 planos premium e um gratuito. E, apesar do foco ser B2B, a empresa possui como clientes algumas comunidades que usam o Slack como ferramenta oficial de comunicação. Naturalmente o Slack é um produto que foca majoritariamente nas funcionalidades conversacionais, porém possuem um grande diferencial ao facilitar integrações com outros produtos e serviços e por isso conseguem atrair muitas empresas como clientes.

Pensando nesse cenário, temos um desafio que precisamos resolver:

Para fins ilustrativos, imagine que o Slack tem como objetivo para os próximos quatro trimestres **monetizar uma nova vertical** e, desta vez, a empresa quer focar na vertical **Comunidades / grupos pequenos informais**. Essa vertical tem uma oportunidade de resolver muitos problemas com grupos que usam o Slack e estão insatisfeitos, bem como de grupos que preferem usar alternativas (Whatsapp, Telegram, Discord, etc).

Para ajudar você a criar a estratégia da "Vertical de Comunidades", há alguns dados à sua disposição, ou seja, um levantamento de clientes existentes do Slack com algumas características básicas deste público. Veja a imagem no próximo slide.

Públicos

Público 1

O líder de comunidade

- Aquela pessoa que está a frente de várias comunidades;
- Já tem experiência em outras ferramentas como Telegram e Whatsapp, mas acaba optando pelo Slack - nem sempre em planos pagos;
- Participa ativamente em meetups, e muitas vezes é quem organiza;
- Sempre se preocupa em manter a comunidade ou grupo ativo, seja trazendo novidades, propondo discussões e dinâmicas.
- Acredita na cultura give back e acha essa uma parte importante da sua vida profissional.

Público 2

O que quer começar uma comunidade

- Já participou de algumas comunidades, mas nunca criou uma do zero..
- Tem a vontade de começar e crescer um movimento, mas ainda tem dúvidas sobre a melhor ferramenta e até que ponto conseguiria “tocar tudo sozinho(a)”;
- Acredita que estar a frente de uma comunidade ou grupo informal ajuda no seu posicionamento como profissional;
- Participa de meetups e eventos regularmente, mas não está familiarizado (a) com organizar nada disso e tem dúvidas se conseguiria manter uma comunidade engajada.

Públicos

Esses são os dois principais públicos que o Slack acredita que teriam fit com a nova vertical, mas você é livre para sugerir novos públicos que ainda não foram mapeados se acreditar que existe uma oportunidade maior a ser explorada.

Importante ressaltar que, nesse cenário hipotético, o **Slack** priorizou como foco **aumentar a aquisição e ativação destes públicos, de preferência, em planos premium.**

Etapa 1

Seu papel nesse momento é desenvolver um planejamento para testar suas hipóteses. Durante o **módulo 2**, os instrutores deram várias dicas sobre como validar Product Market Fit, criar um modelo de negócio e mitigar riscos.

Seu desafio é:

1. Mapear as **opções/alternativas que existem hoje no mercado**.
2. Mapear os principais riscos ao entrar nessa vertical;
Dica💖: Foque nos riscos de valor, viabilidade técnica e negócio!
3. Desenhar o modelo de negócios dessa nova vertical;
Dica💖: Use o Lean Canvas para organizar seu raciocínio, não se preocupe em preencher todos os pontos de uma vez.
4. Definir seu plano para atingir Product Market Fit, quais serão seus passos até chegar em uma conclusão sobre a aceitação do Produto no mercado;

Observação: Não se esqueça que para ser aprovado(a) na primeira parte, você precisa fazer todos os 4 exercícios 💖

Parte 1

1 - Mapear as opções/alternativas que existem hoje no mercado.



1. **WhatsApp**

Presente globalmente, mas com foco no uso pessoal.
Atualmente é limitado em termos de gestão de comunidade.



2. **Telegram**

Ferramentas robustas para grupos e canais.
Menos foco em integrações e recursos avançados de organização.



3. **Discord**

Amplamente utilizado em comunidades de jogos.
Menos adotado em ambientes profissionais.



4. **Teams**

Utilizado para comunicação interna empresarial. Sem foco em comunidades.



5. **Meetup**

Utilizado para encontros sociais ou profissionais. A plataforma permite que os usuários criem e gerenciem grupos com base em seus interesses.



6. **Slack**

Líder em comunicação interna empresarial.
Já possui alguma adoção em comunidades informais.

2 - Mapear os principais riscos ao entrar nessa vertical.

Risco de Valor

Não atender às necessidades específicas das comunidades informais:

Risco de as funcionalidades oferecidas não serem adequadas para grupos pequenos informais.
Mitigação: Realizar pesquisas e testes para entender as necessidades específicas.

Dificuldade em Transmitir o Valor do Slack para Novos Usuários:

Usuários que não estão familiarizados com o Slack podem não perceber seu valor.
Mitigação: Desenvolver campanhas de marketing direcionadas e materiais educativos.

Risco de Viabilidade Técnica

Dificuldades na Integração com Outras Plataformas:

Problemas técnicos ao integrar o Slack com outras ferramentas populares.
Mitigação: Conduzir testes rigorosos de integração e colaborar com as empresas das outras plataformas.

Escalabilidade:

Aumento repentino na demanda pode afetar a estabilidade da plataforma.
Mitigação: Investir em infraestrutura robusta e monitoramento constante.

Risco de Negócio

Concorrência Forte:

Outras plataformas já consolidadas no mercado de comunidades informais.
Mitigação: Oferecer diferenciais claros e estratégias de marketing eficazes.

Aceitação de Planos Premium:

Incerteza sobre a disposição das comunidades informais em pagar por planos premium.
Mitigação: Testar diferentes modelos de preços e coletar feedback do usuário.

LEAN CANVAS

Problema

Insatisfação com Alternativas Atuais. Comunidades informais enfrentam desafios de comunicação e engajamento em plataformas concorrentes como WhatsApp, Telegram e Discord.

Solução

Plataforma Slack personalizada, adaptada para atender às necessidades específicas de comunidades/grupos pequenos informais. Integrações simplificadas e experiência do usuário aprimorada.

Métricas-Chave

Aquisição e Ativação em planos Premium.

Proposta única de valor

Comunicação Integrada e Engajamento Simples: Plataforma que simplifica a comunicação e o engajamento em comunidades informais. Cultura de valor 'give back'.

Vantagem Injusta

Integrações Poderosas, capacidade única do Slack de integrar-se perfeitamente com uma variedade de ferramentas e serviços.

Canais

App e Web

Segmento de clientes

Líderes de Comunidade e Aspirantes: Pessoas que lideram ou desejam começar comunidades/grupos informais.

Estrutura de Custos

Desenvolvimento e Manutenção, investimento contínuo em melhorias na plataforma.

Marketing e Publicidade, orçamento para campanhas e estratégias de marketing.

Fontes de Receitas

Planos Premium, ofertas diferenciadas para líderes de comunidade.

Pagamento por comunidade criada.

4 - Definir seu plano para atingir Product Market Fit, quais serão seus passos até chegar em uma conclusão sobre a aceitação do Produto no mercado.

Pesquisas e Validação Inicial:

- Conduzir pesquisas para entender melhor as necessidades das comunidades informais.
- Realizar testes de usabilidade com versões beta da plataforma.

Iteração Contínua:

- Implementar feedback contínuo dos usuários nas iterações do produto.
- Ajustar recursos e funcionalidades com base no aprendizado contínuo.

Campanhas de Marketing Direcionadas:

- Desenvolver campanhas de marketing específicas para os públicos-alvo.
- Utilizar canais de distribuição eficazes, como redes sociais, blogs e parcerias.

Programas de Incentivo:

- Introduzir programas de incentivo para a adesão e retenção de comunidades na plataforma.
- Oferecer benefícios exclusivos para usuários premium.

Acompanhamento e Métricas:

- Acompanhar a Aquisição e Ativação de planos Premium para avaliar a aceitação do produto.
- Monitorar ativamente a satisfação do cliente (NPS).
- Validar rentabilidade após 4 trimestres após o lançamento.

Adaptação Contínua do Modelo de Negócios:

- Testar diferentes modelos de preços e ajustar conforme necessário.
- Explorar parcerias estratégicas que possam impulsionar o crescimento.

Etapa 2

Faça uma análise para entender a visão desse público de comunidades em relação ao Slack:

1. **Indique o perfil de usuário que você acredita que tem maior potencial de fit** para a solução de comunidades. Explique seu racional;
2. Mapeie as principais **dores e motivações** dessas pessoas e indique por que nossa solução é a melhor opção.
3. Construa suas hipóteses e sugestões de solução para essa nova vertical

Dica💖: Use a ferramenta árvore de oportunidades para organizar seu racional e mostrar as oportunidades que podem ser exploradas.

Parte 2

1 - Indique o perfil de usuário que você acredita que tem maior potencial de fit para a solução de comunidades. Explique seu racional.

Líder de comunidades



Pedro

Marcas e produtos
Apple, Jeep, Stanley

O que pensa
Compartilhar ideias e experiências em comunidades online.

Interesses
Beach Tênis, ciclismo, viagens

Valores
Eficiente
Leal
Justo

Demográfico
Idade: 31 anos
Gênero: Masculino
Renda: R\$ 160.000/ano
Localização: São Paulo/SP

Cargo
Gerente de Produtos

Meta
Mostrar todo o seu conhecimento dentro da sua comunidade

Características
1. Curioso
2. Criativo
3. Ama tecnologia

Quer iniciar uma comunidade



Raquel

Marcas e produtos
Samsung, Chevrolet, Santa Lolla

O que pensa
Criar uma nova comunidade do zero sobre sua área de atuação.

Interesses
Leitura, escrita, interações sociais

Valores
Responsável
Honesto

Demográfico
Idade: 26 anos
Gênero: Feminino
Renda: R\$ 78.000/ano
Localização: Campinas/SP

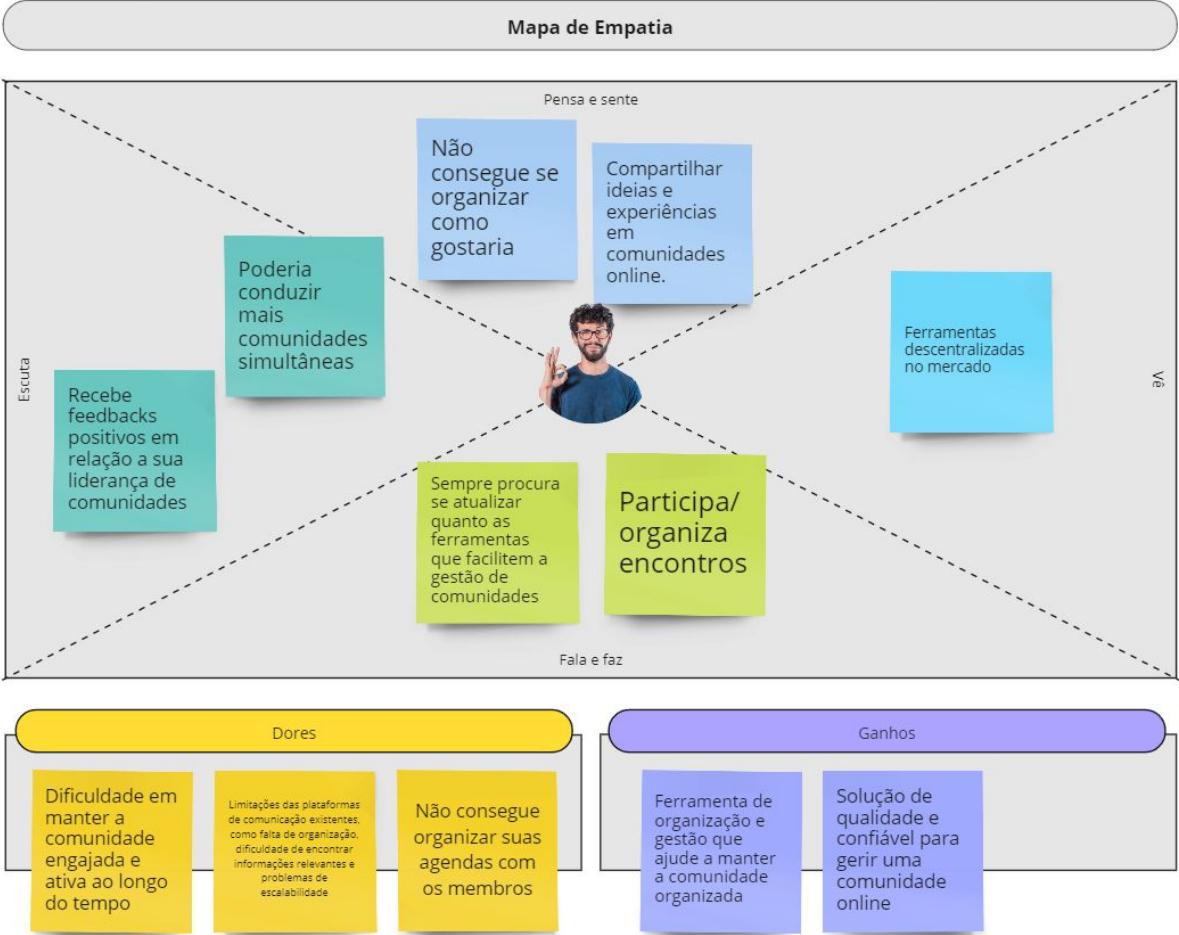
Cargo
Analista de Recursos Humanos

Meta
Criar uma nova comunidade com pessoas que buscam interagir sobre Recursos Humanos de forma sustentável

Características
1. Pró ativa
2. Comunicativa
3. Engajada

Justificativa: Através de conversas com o usuário foi identificado o perfil do Pedro e da Raquel, que tem uma dor latente de encontrar uma ferramenta de comunidade que supra suas necessidades, além de apenas um chat, além de ser friendly user para aqueles que querem iniciar uma jornada do zero.

2 - Mapeie as principais dores e motivações dessas pessoas e indique por que nossa solução é a melhor opção.



Mapa de Empatia



Dores

Não sabe por onde começar

Tem dúvidas se conseguiria manter uma comunidade engajada, uma ferramenta adequada poderia ajudar

Procura uma ferramenta simples

Ganhos

Encontrar uma ferramenta fácil e intuitiva para criar e gerir uma comunidade



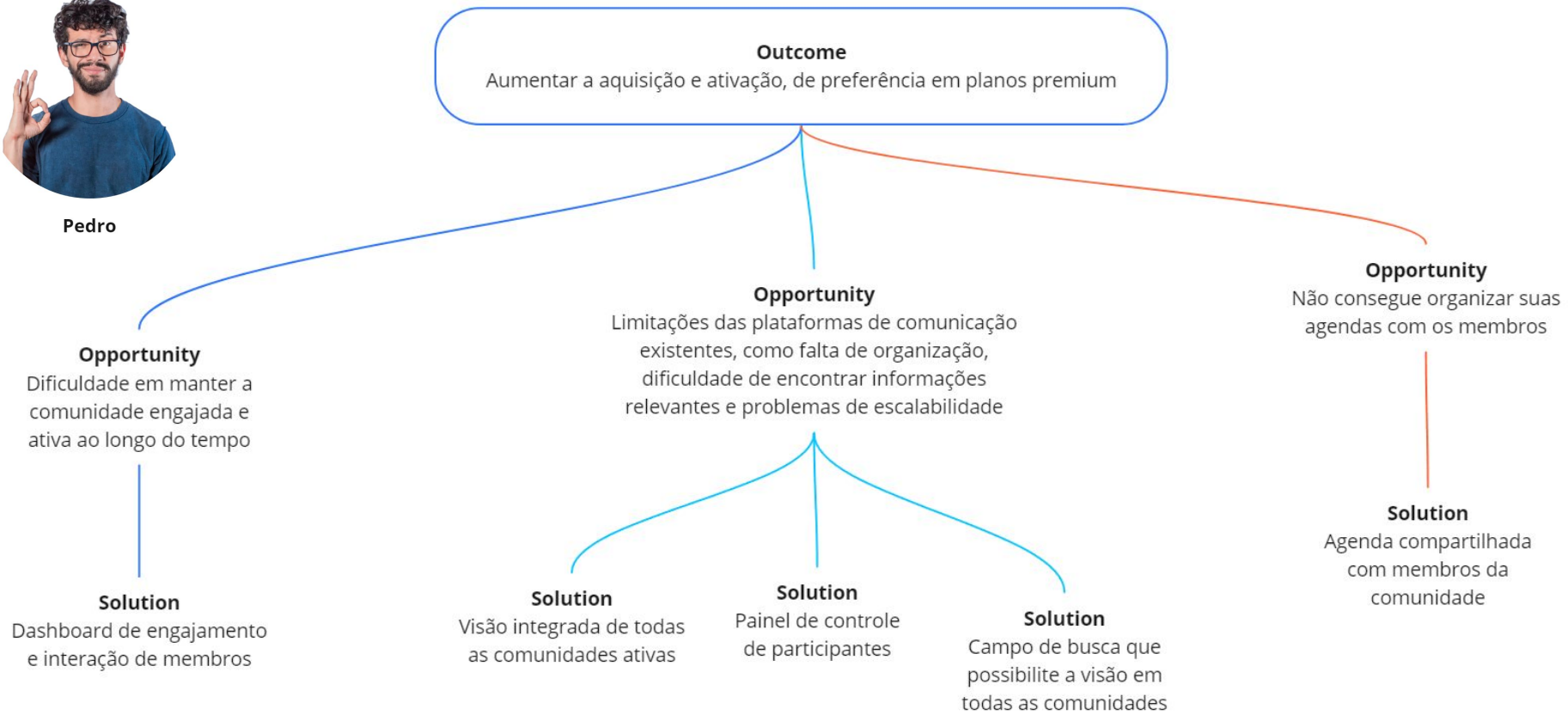
Descubra o novo jeito de organizar sua comunidade com a nova maneira de usar o Slack, o Slack community

- ★ Visibilidade da sua comunidade
- ★ Onboarding fácil e intuitivo
- ★ Meça o impacto que está gerando
- ★ Simplicidade e dicas de uso
- ★ Relatórios de desempenho da comunidade

3. Construa suas hipóteses e sugestões de solução para essa nova vertical

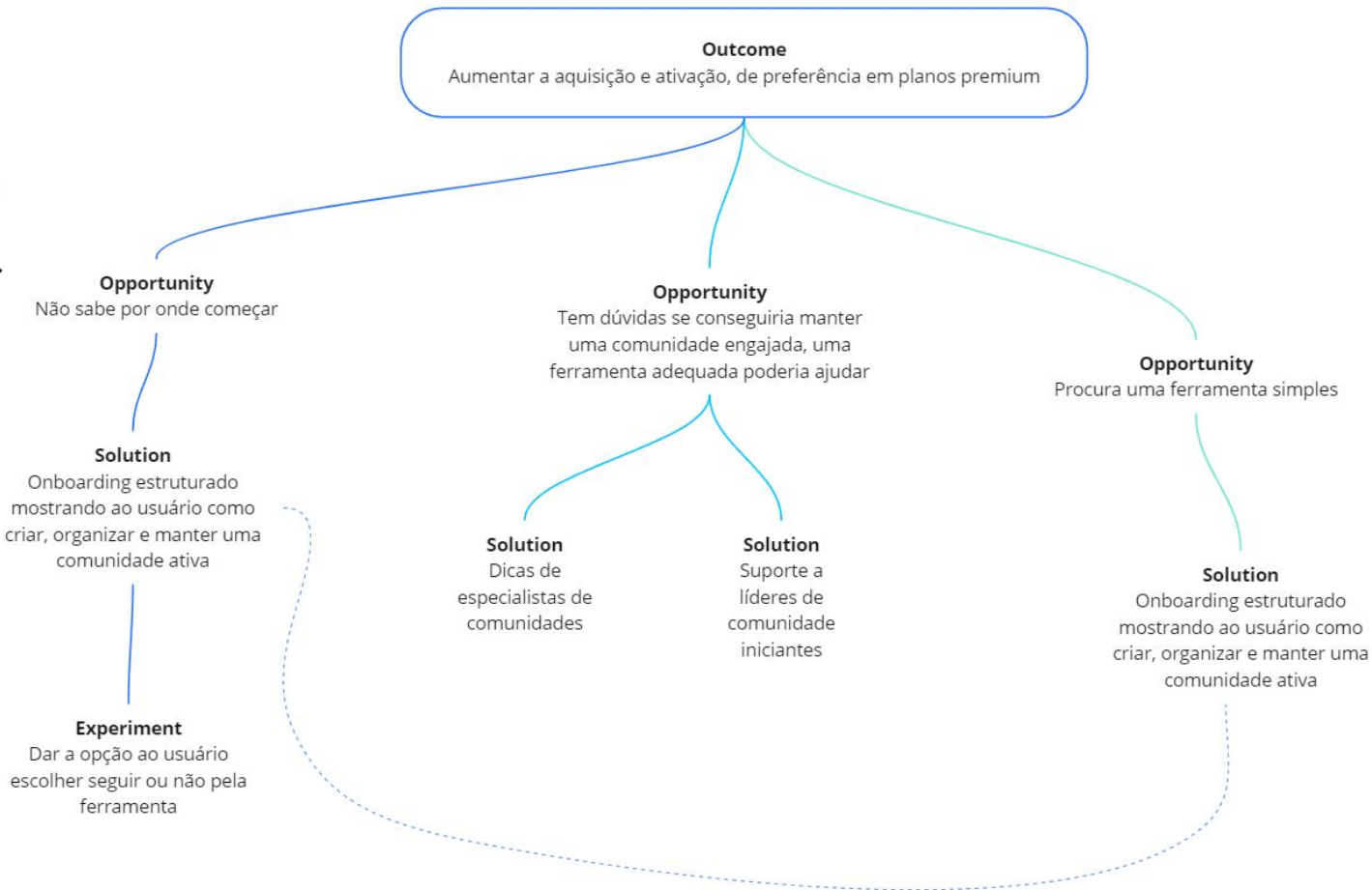


Pedro





Raquel



Quer iniciar uma comunidade

Etapa 3

Seu papel nesse momento como PM será de criar um planejamento e deixá-lo visualmente fácil de entender para quando for compartilhar com os stakeholders. Lembrando que o objetivo do Slack para os próximos trimestres é **aumentar a aquisição e ativação destes públicos, de preferência, em planos premium.**

Aqui vão algumas dicas norteadoras para te ajudar:

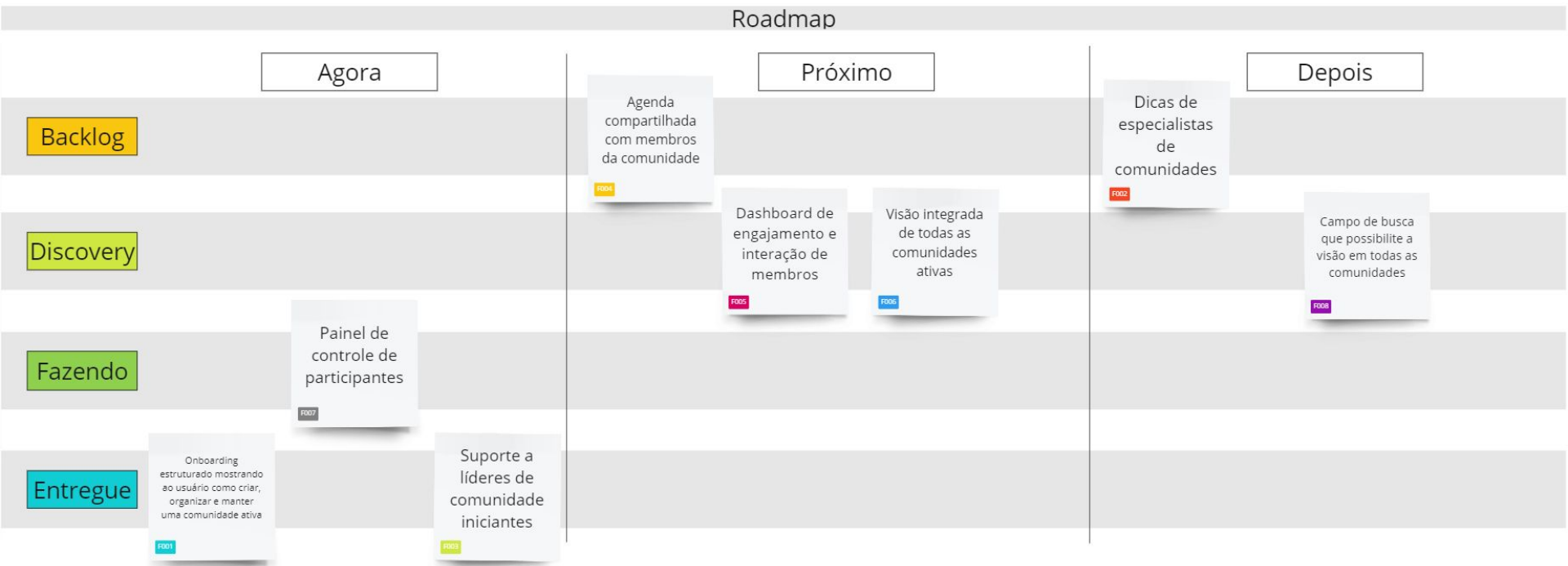
1. Faça um **roadmap** demonstrando os principais outcomes a serem alcançados no próximo trimestre;
2. Faça sua primeira release plan mostrando o primeiro conjunto de entregáveis que geram valor para a solução a ser desenvolvida.
3. **Defina as principais métricas** que você vai acompanhar para medir o sucesso da sua solução.

Parte 3

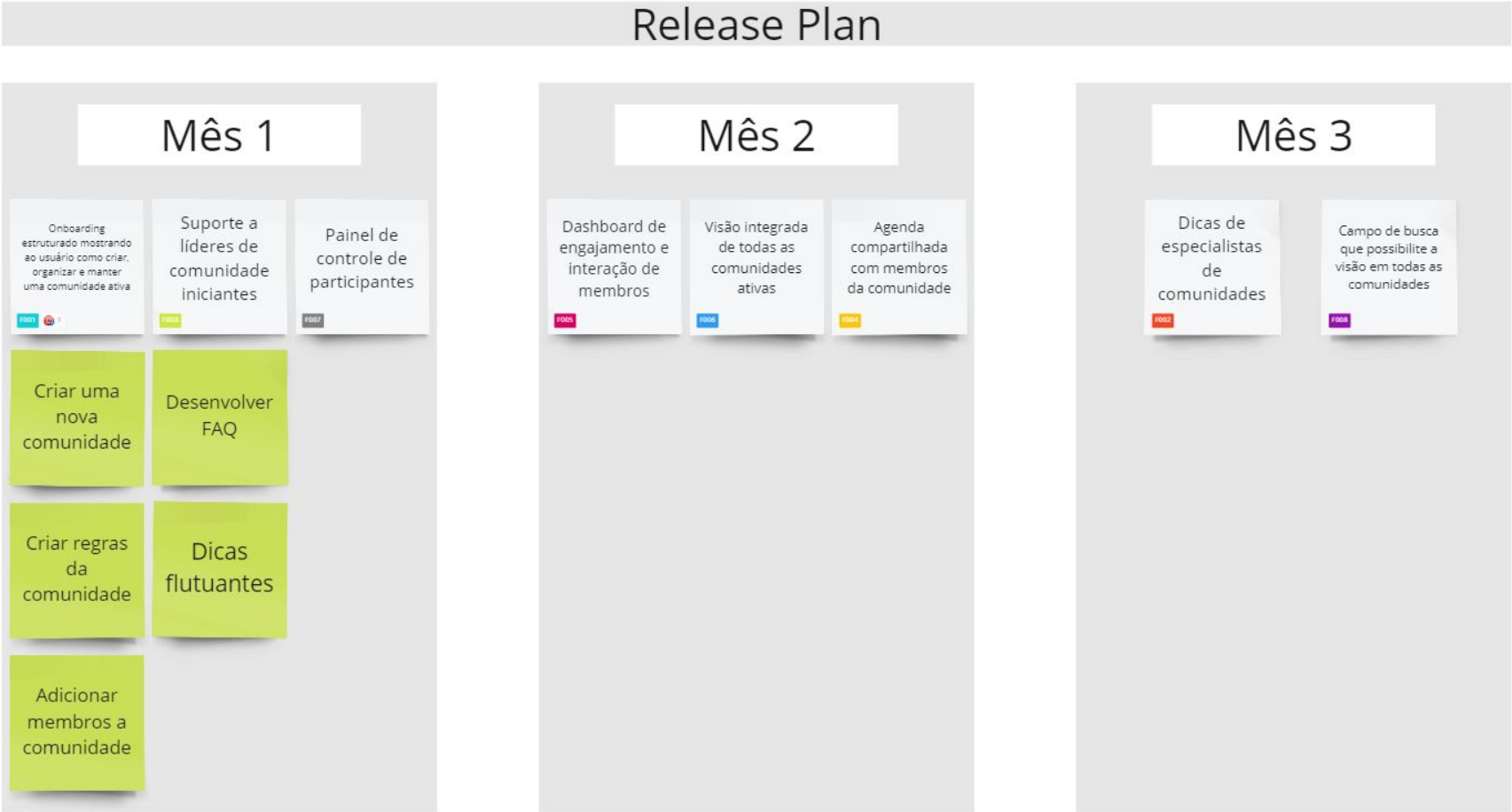
1 - Faça um roadmap demonstrando os principais outcomes a serem alcançados no próximo trimestre.

Visão de Produto: Incentivar a formação e simplificar a administração de comunidades online para aqueles que desejam iniciar ou já possuem experiência na liderança de pequenos grupos de trabalho colaborativo informais.

Estratégia de Produto: Muitos usuários desejam liderar ou já exercem liderança em comunidades online, porém não enxergam o Slack como a ferramenta certa para isso. Por esse motivo, alguns evitam assinar o plano premium ou usam os concorrentes. É crucial explorar a capacidade de integração com outras ferramentas e implementar recursos direcionados ao público que quer liderar comunidades.



2 - Faça sua primeira release plan mostrando o primeiro conjunto de entregáveis que geram valor para a solução a ser desenvolvida.



3 - Defina as principais métricas que você vai acompanhar para medir o sucesso da sua solução.

Métricas

Será utilizado o framework de métricas AARRR



Etapa 4

Imagine que você só pode construir algo com, no máximo, 10 unidades de Esforço durante uma sprint

- como você priorizaria as funcionalidades da primeira release que planejou?

E se você pudesse construir 12 unidades de Esforço?

Explique, com detalhes, o seu racional de priorização. Se quiser, deixamos aqui um [template da planilha ICE Score](#) para te guiar.

Agora sua missão é organizar essa priorização para que a sua equipe consiga focar no delivery.

- Escreva as **tarefas/user stories** da primeira release;
- Com intuito de simular, detalhe quais membros do squad ficarão com cada tarefa (você tem 1 UX e 3 devs)
- Como conseguiria transformar sua equipe numa equipe de missionários (Dica: alinhamento e buy-in)

Parte 4


Imagine que você só pode construir algo com, no máximo, 10 unidades de Esforço durante uma sprint - como você priorizaria as funcionalidades da primeira release que planejou?
E se você pudesse construir 12 unidades de Esforço? Explique, com detalhes, o seu racional de priorização.

ID	Iniciativas	Impacto	Importância	Esforço	ICE
F001	Onboarding estruturado mostrando ao usuário como criar, organizar e manter uma comunidade ativa	5	5	2	12
F003	Suporte a líderes de comunidade iniciantes	5	4	2	11
F007	Painel de controle de participantes	4	4	1	9
F004	Agenda compartilhada com membros da comunidade	4	3	1	8
F005	Dashboard de engajamento e interação de membros	4	3	1	8
F006	Visão integrada de todas as comunidades ativas	4	3	1	8
F002	Dicas de especialistas de comunidades	2	2	1	5
F008	Campo de busca que possibilita a visão em todas as comunidades	2	2	1	5


Caso tivesse 12 unidades de esforço, ao invés de 10, priorizaria a F003, para ter mais agilidade em uma próxima iniciativa que foi classificada com maior importância na escala de prioridades.

- Escreva as tarefas/user stories da primeira release.
- Com intuito de simular, detalhe quais membros do squad ficarão com cada tarefa (você tem 1 UX e 3 devs).


O TIME




Eric Cestari
Product Manager




Amanda Zhu
UX Designer



Carlos Juarez
Software Developer



Mary Ann Johnson
Software Developer



Juan Pachanga
Software Developer

Onboarding estruturado mostrando ao usuário como criar, organizar e manter uma comunidade ativa

Suporte a líderes de comunidade iniciantes

Uso básico da ferramenta

Facilitação do uso da ferramenta

MVP | 5

quero criar uma comunidade através de um tutorial para que eu possa ter certeza de que fiz o passo a passo correto

quero um campo de FAQ para que eu possa acessar facilmente as dúvidas frequentes

quero criar as regras da comunidade para que todos os membros tenham acesso antes de ingressar

quero ter acesso a dicas do produto para que consiga explorar ao máximo a ferramenta comunidades

quero adicionar e excluir membros na comunidade para que possa ter uma gestão

Backlog | 6

Painel de controle de participantes

Visão integrada de todas as comunidades ativas

Dicas de especialistas de comunidades

Agenda compartilhada com membros da comunidade

Dashboard de engajamento e interação de membros

Campo de busca que possibilita a visão em todas as comunidades

Iniciativas

Histórias de usuário da primeira release

Backlog

Onboarding estruturado mostrando ao usuário como criar, organizar e manter uma comunidade ativa

quero criar uma comunidade através de um tutorial para que eu possa ter certeza de que fiz o passo a passo correto

Amanda Zhu

Carlos Juarez

✓ Done

quero criar as regras da comunidade para que todos os membros tenham acesso antes de ingressar

Amanda Zhu

Juan Pachanga

🔄 In progress

quero adicionar e excluir membros na comunidade para que possa ter uma gestão

Amanda Zhu

Mary Ann Jhonson

✓ Done

Tarefas



Propor o fluxo para onboarding



Propor um wireframe para as páginas do onboarding



Validar o fluxo proposto



Mapear os campos de regras



Implementar página de regras da comunidade



Pré visualização antes de salvar



Criar tela de adicionar e excluir membros



Implementar funcionalidade de adicionar e excluir membro de uma comunidade

Suporte a líderes de comunidade iniciantes

quero um campo de FAQ para que eu possa acessar facilmente as dúvidas frequentes

Amanda Zhu

Juan Pachanga

 In progress



Propor o fluxo de acesso e navegação do FAQ



Propor um wireframe para as páginas de FAQ



Validar o fluxo proposto com usuários

quero ter acesso a dicas do produto para que consiga explorar ao máximo a ferramenta comunidades

Amanda Zhu

Mary Ann Jhonson

 To do



Criar um mapa com as principais dicas das ferramentas da comunidade



Propor um wireframe das páginas com as dicas flutuantes



Implementar dicas

- Como conseguiria transformar sua equipe numa equipe de missionários.

Ser claro e transparente na comunicação com o time, mostrar que cada membro é importante e faz a diferença com o seu trabalho.

Envolver o time desde a elaboração das metas, permitindo que contribuam, até o acompanhamento diário, para criar um senso de prioridade comum.

Proporcionar um ambiente de trabalho saudável, baseado na confiança e respeito, para que todos possam compartilhar ideias e testá-las, em prol do time.

O reconhecimento e celebração são fundamentais nesse processo de tornar o time missionário, isso reforça uma cultura de sucesso e motivação.

Criar rotinas one-on-one para dar e receber feedbacks valiosos.

Trabalhar com paixão, comprometimento e integridade em todas as decisões.

Ao implementar essas estratégias, certamente uma equipe engajada e missionária será desenvolvida, disposta a abraçar a visão e objetivos do dia a dia.

Bonus point

Imagine que as funcionalidades que você selecionou começaram a ser construídas, mas infelizmente ao longo do caminho a equipe percebeu que a estimativa estava errada, e na verdade o esforço é bem maior (65%+) para construírem.

Iterações com o time sobre expectativas e atualizações do Produto

Entender com o time se de fato as funcionalidades levantadas são necessárias e agregam valor ao cliente. Caso o escopo não possa ser reduzido, apresentaria aos stakeholders uma visão clara da situação e as consequências, de forma transparente, para alinhar um novo planejamento. Todos os envolvidos e outros times devem ser comunicados para mitigar o impacto negativo das alterações.

“O insucesso é apenas uma oportunidade para recomeçar de novo com mais inteligência.” - Henry Ford

Obrigado!