

CASE SLACK

CURSO PRODUCT DISCOVERY

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 a hipótese de que **focar em verticais de comunidades e pequenos grupos informais** é uma boa oportunidade de **crescimento e monetização**, mas ainda não temos informações e dados que embasam isso.

Essa vertical deve conseguir resolver muitos problemas com grupos que usam o Slack e estão insatisfeitos, bem como de grupos que preferem usar alternativas (Whatsapp, Telegram, Discord, etc). O time executivo está confiante de que comunidades e grupos informais é o melhor caminho de crescimento para a empresa no momento.

Etapa 1

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

1. Desenhe sua hipótese de **recorte de público alvo para a solução de comunidades utilizando Jobs To Be Done**, destacando características comportamentais desse público (sugerimos que você mapeie, pelo menos, 5 jobs principais e use-os para justificar o seu raciocínio). Lembre-se que o foco do Slack é **aumentar a aquisição e ativação** dos públicos mapeados por você, de preferência, em planos premium.
2. Mapeie os **principais stakeholders que precisam ser consultados, informados e que são tomadores de decisão** na construção deste produto. Deixe claro como você conduziria a comunicação com todos eles.

Dica💖: Use a matriz RACI ou Matriz de Stakeholders para planejar como seria a comunicação durante o desenvolvimento do produto.

Análise do Público-Alvo e Jobs to Be Done (JTBD)

Este trabalho explora como o Slack pode expandir sua atuação para atender comunidades e pequenos grupos informais, identificando suas principais dores e necessidades. Utilizando o framework Jobs to Be Done, mapeamos as demandas desse público e propomos soluções que serão validadas por meio de experimentos estruturados. O objetivo é atrair novos usuários, aumentar a retenção e incentivar a migração para planos premium, posicionando o Slack como a ferramenta ideal para comunicação estruturada, colaboração contínua e personalização em um mercado competitivo com alternativas como WhatsApp e Discord.

Público-alvo:

Comunidades e pequenos grupos informais com as seguintes características:

- Interesse em manter comunicação estruturada e persistente.
- Foco em colaboração contínua em projetos, interesses ou hobbies.
- Busca por ferramentas que organizam informações e facilitam a troca de conhecimento.
- Preocupação com personalização e flexibilidade no uso da ferramenta.
- Insatisfação com limitações de outras plataformas (desorganização no WhatsApp, falta de integração no Discord).



Jobs to Be Done

1. **"Quero organizar a comunicação do meu grupo de forma eficiente."**
 - Necessidade de tópicos persistentes para diferentes conversas simultâneas.
 - Capacidade de referenciar mensagens antigas com facilidade.
2. **"Quero centralizar a troca de arquivos, ferramentas e informações."**
 - Integrações robustas com plataformas como Google Drive, Notion, Trello.
 - Armazenamento eficiente e de longo prazo para arquivos compartilhados.
3. **"Quero personalizar o ambiente da minha comunidade."**
 - Possibilidade de criar canais com temas específicos.
 - Customização visual e de notificações para refletir a identidade da comunidade.
4. **"Quero engajar os membros do meu grupo de forma dinâmica."**
 - Ferramentas de enquetes, lembretes e automações.
 - Indicadores de participação (quem leu, engajamento nos canais).
5. **"Quero escalar minha comunidade conforme ela cresce."**
 - Recursos que suportem a transição de grupos pequenos para grandes sem perder a organização.
 - Opções de governança e controle para administradores.



Principais Stakeholders

1. **Time Executivo (C-level):**
 - Necessitam ser informados sobre o progresso estratégico e resultados financeiros.
2. **Time de Produto (PMs e Designers):**
 - Responsáveis por validar hipóteses e desenvolver a solução com base nas necessidades do público.
3. **Equipe de Engenharia:**
 - Desenvolve as funcionalidades e mantém a infraestrutura para o novo público.
4. **Equipe de Vendas e Suporte:**
 - Precisa entender a proposta de valor e treinar times para atender ao novo segmento.
5. **Representantes das Comunidades Alvo:**
 - Grupos piloto para validar hipóteses e coletar feedback diretamente do público final.



Matriz RACI

Atividade	Responsável	Aprovador	Consultado	Informado
Definição de Requisitos	Time de Produto	C-level	Comunidades	Engenharia
Validação das Hipóteses	Time de Produto	C-level	Comunidades	Suporte e Vendas
Design de Funcionalidades	Design Produto	Time de Produto	Comunidades	Vendas
Desenvolvimento	Engenharia	Time de Produto	-	Suporte
Lançamento e Comunicação	Marketing	C-level	Comunidades	Todos os Times

Plano de Comunicação

Kick-off

- Workshop inicial com todos os stakeholders para apresentar o objetivo e coletar feedback.

Sync Point Semanais

- Reuniões curtas com times operacionais para atualizar o progresso e resolver obstáculos.

Feedback das Comunidades

- Sprints com protótipos compartilhados diretamente com representantes das comunidades.

Relatórios Mensais

- Envio de relatórios para o C-level destacando progresso, aprendizados e métricas relevantes.

Go-to-Market

- Planejamento conjunto com Marketing e Vendas para ativação de novos usuários com campanhas específicas para comunidades.



Etapa 2

Planeje seu processo de pesquisa para validação dos jobs e das dores e necessidades da persona mapeada:

1. Planeje o seu processo de discovery, **decidindo quais técnicas de pesquisa serão utilizadas e qual resultado você espera** alcançar em cada fase do seu discovery.
2. Construa o **roteiro da sua pesquisa**, definindo o objetivo dela, como ela será conduzida, quem serão os participantes da sua pesquisa e quais concorrentes você vai analisar.
3. Organize as **oportunidades identificadas na pesquisa em uma árvore de oportunidades**, indicando sua confiança em seguir em frente com cada uma delas. Demonstre como você faria a priorização das oportunidades.

Dica💜: Aqui você vai começar a construir uma árvore de oportunidades, não se preocupe em fazer tudo de uma vez! Comece trazendo a primeira linha, que são as oportunidades.

Processo de Discovery

Fase 1: Exploração Inicial

Técnicas:

- Desk Research: Análise de dados existentes, incluindo feedback de comunidades que já usam Slack.
- Análise de concorrentes: Avaliar funcionalidades e estratégias de ferramentas como WhatsApp, Discord e Telegram.
- Análise de dados internos: Identificar padrões de uso em comunidades que já utilizam Slack.

Resultados esperados:

- Mapeamento inicial das funcionalidades e dores principais do público.
- Benchmark das funcionalidades mais valorizadas pelos concorrentes.

Fase 2: Pesquisa Qualitativa

Técnicas:

- Entrevistas em profundidade: Com membros de comunidades e administradores que usam Slack ou outras ferramentas.
- Shadowing: Observar o uso diário de ferramentas por comunidades ativas.

Resultados esperados:

- Entendimento aprofundado das dores, necessidades e comportamentos.
- Refinamento dos Jobs to Be Done e identificação de barreiras para adoção premium.

Fase 3: Validação Quantitativa

Técnicas:

- Surveys: Perguntas quantitativas para validar hipóteses levantadas na fase qualitativa.
- Testes de conceito: Protótipos de funcionalidades específicas para avaliação de interesse.

Resultados esperados:

- Priorização das dores e funcionalidades mais relevantes.
- Identificação de segmentos prioritários dentro do público-alvo.

Roteiro da Pesquisa

Objetivo:

Entender as dores, necessidades e motivações de comunidades e pequenos grupos informais ao utilizar ferramentas de comunicação para validar os Jobs to Be Done mapeados.

Condução:

Introdução (5 min):

- Apresentação do objetivo da pesquisa.
- Garantir que o participante se sinta confortável e que a conversa será confidencial.

Exploração (20 min):

- Perguntas sobre o contexto de uso atual (ferramentas, frequência, desafios).
- Investigar como as comunidades organizam comunicação e colaboração.

Avaliação (15 min):

- Apresentar funcionalidades do Slack (ou de um protótipo) e colher feedback.
- Explorar o que seria necessário para motivar a adoção do Slack em planos premium.

Encerramento (5 min):

- Perguntar se há algo que não foi explorado e é relevante.
- Agradecimento.

Participantes:

- 6-8 líderes de comunidades ativas: Administradores de grupos no Discord, WhatsApp e Telegram.
- 6-8 membros ativos: Participantes frequentes de grupos comunitários com diferentes propósitos (hobbies, estudos, causas).

Concorrentes a analisar:

- WhatsApp: Simplicidade e escala global.
- Telegram: Flexibilidade e suporte para grupos grandes.
- Discord: Organização de canais e comunidades digitais.

Árvore de Oportunidades

RESULTADO ESPERADO

Expandir a relevância do Slack para comunidades e grupos informais

OPORTUNIDADE

Melhorar a organização da comunicação

Facilitar integrações

Oferecer recursos para engajamento dinâmico

Permitir personalização e identidade visual

SOLUÇÃO

Introduzir canais com threads persistentes

Criar uma pesquisa aprimorada para facilitar a localização de informações

Implementar sugestões automáticas de ferramentas baseadas no uso

Desenvolver um dashboard centralizado para gerenciar integrações

Adicionar enquetes nativas dentro da plataforma

Criar lembretes automáticos para eventos e tarefas

Permitir ícones e logos personalizados para canais e grupos

Oferecer customização de temas para comunidades

EXPERIMENTO

Teste A/B para medir o impacto na organização e no engajamento

Teste de usabilidade com protótipo interativo

Entrevistas com protótipo de baixa fidelidade

Lançamento beta em comunidades selecionadas

Alarmes

Priorização

Oportunidade	Impacto no Público-Alvo	Alinhamento Estratégico	Viabilidade Técnica	Status/Prazo Estimado	Prioridade
Melhorar a organização da comunicação interna em comunidades	Resolve a dificuldade de encontrar informações relevantes, aumenta a clareza e o fluxo de comunicação, melhorando a experiência e a produtividade.	Impulsiona a retenção e o engajamento, fatores cruciais para a conversão para o premium.	Complexidade média, dependendo da solução implementada. Tempo estimado: 2-3 meses.	Em desenvolvimento	Alta
Oferecer recursos para engajamento dinâmico	Aumenta a interação e o envolvimento dos membros, criando um senso de comunidade mais forte e ativo.	Atrai novos usuários e estimula a participação ativa, aumentando as chances de upgrade.	Complexidade média, com possibilidade de iterações incrementais. Tempo estimado: 3-4 meses.	Em planejamento	Alta
Facilitar a colaboração por meio de integrações	Permite a integração com outras ferramentas e plataformas, otimizando o fluxo de trabalho e a produtividade.	Aumenta a atratividade da plataforma para usuários que dependem de outras ferramentas.	Complexidade alta, dependendo das integrações escolhidas. Tempo estimado: 4-6 meses.	Backlog	Média
Permitir personalização e identidade visual no Slack	Oferece opções de customização, permitindo que as comunidades expressem sua identidade visual.	Impacto menor na aquisição e ativação, focado mais na estética.	Complexidade baixa, mas com baixo retorno estratégico no momento. Tempo estimado: 1-2 meses.	Aguardando priorização	Baixa

Etapa 3

Agora chegou a hora de você mostrar como faria experimentos para validar (ou invalidar) possíveis soluções:

1. **Continue construindo a sua árvore de oportunidades**, agora colocando nela suas hipóteses de solução e mostre como seria o processo de teste e validação por meio de experimentos.

Dica💜: Pense em ferramentas do segundo diamante do framework Double Diamond para te ajudar.

2. Defina as principais métricas que você acompanharia para medir o sucesso dos seus experimentos ou testes priorizados na sua árvore de oportunidades.

Continuação da Árvore de Oportunidades com Hipóteses de Solução e Experimentos

Melhorar a organização da comunicação

Hipótese de solução: Criar canais de tópicos com threads persistentes e pesquisa aprimorada.

- **Experimento:**
 - **Prototipação:** Desenvolver um protótipo de canal com threads e testes com usuários em entrevistas.
 - **Teste A/B:** Oferecer a funcionalidade a um grupo piloto e comparar com comunidades que usam o modelo atual.
 - **Ferramentas:** Figma (prototipação), Slack Beta.

Facilitar integrações

- **Hipótese de solução:** Oferecer uma dashboard que centralize integrações com ferramentas populares (Google Drive, Trello).
- **Experimento:**
 - **Wireframe interativo:** Mostrar uma simulação de como a dashboard funcionaria.
 - **Questionário:** Coletar opiniões sobre quais integrações são indispensáveis.
 - **Ferramentas:** Maze (testes interativos), Typeform.

Oferecer recursos para engajamento dinâmico

- **Hipótese de solução:** Implementar enquetes e lembretes nativos no Slack.
- **Experimento:**
 - **Lançamento limitado:** Implementar as funcionalidades em uma versão limitada para grupos piloto.
 - **Medição de uso:** Quantificar o número de enquetes criadas e lembretes configurados.
 - **Ferramentas:** Slack API, Google Analytics.

Permitir personalização e identidade visual

- **Hipótese de solução:** Permitir customização de cores, temas e ícones de canais.
- **Experimento:**
 - **Mockup visual:** Apresentar diferentes opções de customização para feedback qualitativo.
 - **Survey:** Validar interesse em personalização com perguntas diretas.
 - **Ferramentas:** Canva, SurveyMonkey.

Principais Métricas para Medir Sucesso dos Experimentos

Métricas de Validação Inicial (Qualitativas):

1. **Net Promoter Score (NPS) específico da solução:** Medir a satisfação com o protótipo/funcionalidade.
2. **Feedback qualitativo:** Quantidade de menções positivas e sugestões de melhoria nas entrevistas.
3. **Task Completion Rate (TCR):** Percentual de usuários que conseguem concluir tarefas específicas no protótipo.

Métricas de Validação de Uso (Quantitativas):

1. **Adoção da funcionalidade:**
 - Número de canais criados com threads ou enquetes realizadas.
 - Integrações adicionadas via dashboard.
2. **Engajamento:**
 - Média de mensagens por thread/canal.
 - Tempo gasto na dashboard de integrações.
3. **Ativação no Premium:**
 - Percentual de usuários que passam para planos pagos após experimentar as novas funcionalidades.

Métricas de Impacto Estratégico:

1. **Retenção de Usuários:** Comparar a retenção de comunidades no Slack antes e depois das soluções.
2. **Conversão Premium:** Taxa de conversão de comunidades em planos gratuitos para premium.
3. **Market Share:** Monitorar o aumento de adesão do Slack em relação a concorrentes diretos (Discord, WhatsApp).

Obrigado!