

Product Manager

Skillset

- Kemampuan komunikasi
- Kemampuan kolaborasi
- Kemampuan empati
- Kemampuan teknis
- Orientasi *attention-to-detail*
- Kemampuan berfikir strategis
- Kemampuan eksekusi yang baik
- Kemampuan penggunaan *tools google analytics* dan *tableau*
- Kemampuan beradaptasi
- Kemampuan fleksibilitas

Kompetensi dasar

- Kompetensi dasar manajemen bisnis
- Kompetensi dasar manajemen produk
- Kompetensi menentukan skala prioritas
- Update terhadap perkembangan bisnis dan ekonomi
- Pengetahuan analisis data dan pasar
- Penerjemahan data bisnis ke teknis dan sebaliknya

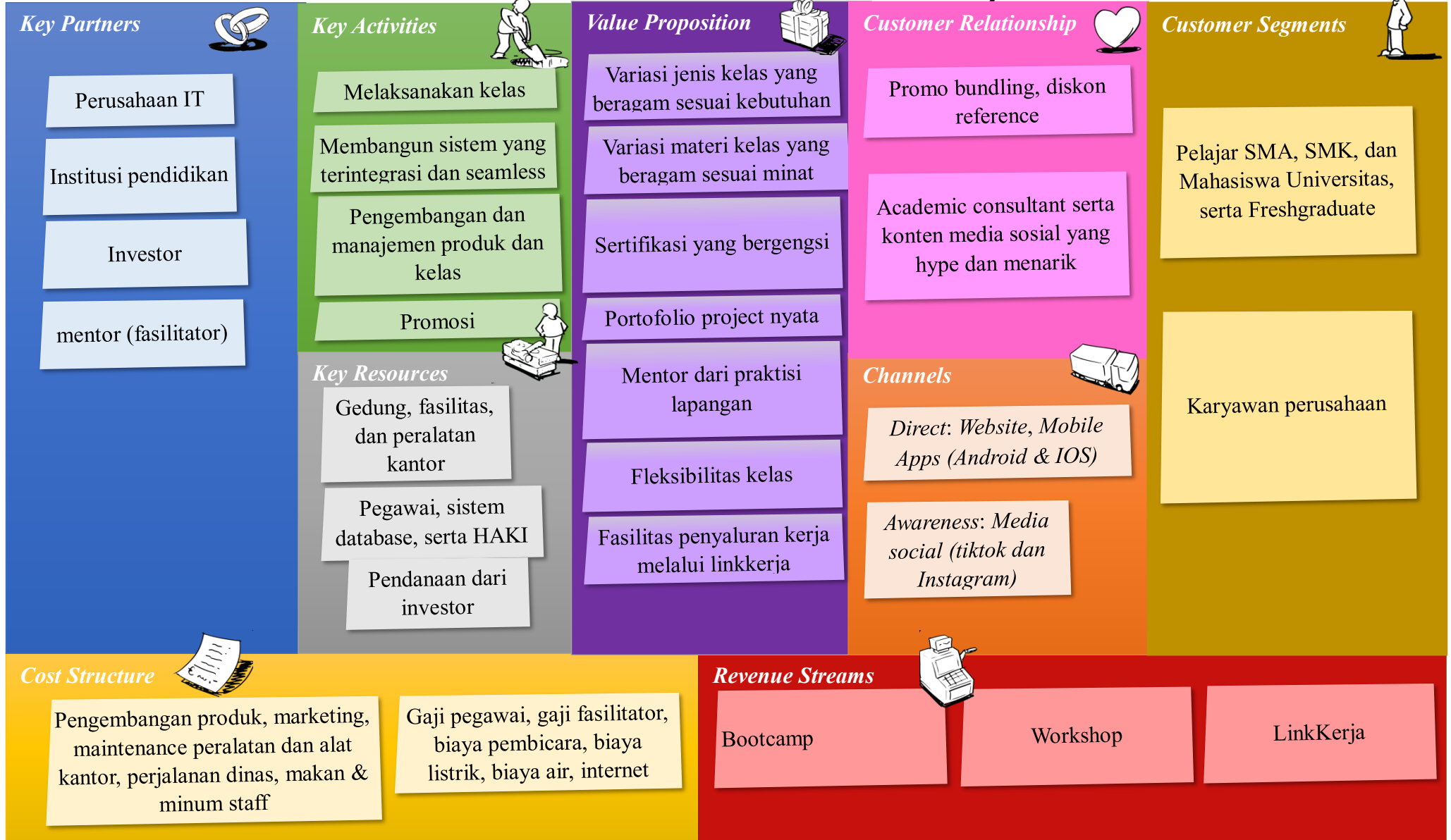
Aktifitas sehari-hari

- Meeting, meeting, meeting
- Perencanaan produk
- Riset produk
- Mengembangkan produk
- Melakukan analisis competitor
- Meeting
- Makan
- Meeting
- Pulang

Peran Product Manager dalam perusahaan

Berperan penting dalam pengembangan produk dan bisnis perusahaan dimana bergerak untuk mengatur alur pembuatan produk dan integrasi dengan berbagai pihak sehingga terjadinya sebuah alur Kerjasama yang harmonis, dinamis, dan menguntungkan perusahaan.

Business Model Canvas Stark Academy



USER PERSONA



Name: Izy

Usia 23 tahun

Pendidikan: Psikologi, Universitas Brawijaya

Pekerjaan: *Human Resources* perusahaan swasta

Domisili: Jakarta

Bio

Izy merupakan seorang karyawan human resources di sebuah perusahaan swasta dengan kepribadian yang ceria, positif, berpikiran terbuka, kritis, seorang pendengar yang baik, serta memiliki rasa ingin tahu akan ilmu baru yang tinggi

Motto:

"Buku adalah jendela dunia"

Motivations

Harga course yang terjangkau

Mendapat ilmu baru yang sesuai dengan perkembangan zaman

Siap menjawab tantangan masa depan

Needs

Mebutuhkan partnership dengan speaker yang kredibel

Mebutuhkan partnership dengan perusahaan penyedia jasa training yang kredibel

Mebutuhkan partnership untuk training materi *Front-End* dan *Business Intelligence*

Mebutuhkan program *bootcamp* dari partnership yang bisa di kostumisasi dan lebih fleksibel

Mebutuhkan system pembayaran yang *seamless* dan terintegrasi

Frustrations

Observasi yang cukup memakan waktu dalam pencarian partnership

Kendala payment gateway yang harus konfirmasi secara manual Ketika terjadi masalah

Admin course yang *slow-response*

Instruksi yang membingungkan dalam kegiatan *course*

Harga *bootcamp/ course* yang cukup tinggi

Preffered Channel

Instagram

Twitter

Youtube



Customer Journey Map

Gambaran tentang perjalanan konsumen selama berinteraksi dengan produk atau jasa dari sebuah perusahaan dimulai dari tahap mengenal hingga setia menggunakan produk atau jasanya bahkan mempromosikannya secara alamiah kepada orang lain

Manfaat

- Memahami pelanggan
- Meningkatkan *user experience*
- Bahan evaluasi produk atau jasa
- Mendorong efisiensi biaya



Name: Izy

Usia 23 tahun

Pendidikan: Psikologi, Universitas
Brawijaya

Pekerjaan: *Human Resources*
perusahaan swasta

Motivations

Harga course yang terjangkau

Mendapat ilmu baru yang sesuai dengan perkembangan
zaman

Siap menjawab tantangan masa depan

Preffered Channel

Instagram

Twitter

Youtube

Scenario

Izy merupakan seorang karyawati swasta yang membutuhkan program bootcamp dari partnership yang kurikulum dan timelinenya bisa di adjust sesuai kebutuhan kantor. Izy juga berharap bisa mendapatkan harga yang bisa di negosiasikan dan waktu pelaksanaan yang tepat.

Awareness

Customer goals: program *bootcamp* dari *partnership* yang kurikulum dan *timelinenya* bisa di *adjust* sesuai kebutuhan

Touch points: melihat akun Instagram penyedia *bootcamp*

Channels: Instagram, whatsapp, *website*

Process: Izy membuka Instagram dan mendapatkan informasi dari akun Instagram penyedia bootcamp

Feeling: bingung, hati-hati

Customer painpoints: masalah pembayaran dan instruksi *final project* dan *bootcamp* yang mahal

Internal actors: tim *marketing* dan tim *product*

Internal channels: whatsapp *business* tim *marketing*, jira

Internal process: memproduksi konten-konten yang kredibel di Instagram dan media sosial lainnya, riset dan pengembangan produk course

Internal painpoints: waktu dan biaya untuk memproduksi konten dan iklan yang cukup besar

Potential solution: menggunakan jasa *freelance* untuk pembuatan konten dan segmentasi iklan

Consideration

Customer goals: program bootcamp dari partnership yang kurikulum dan *timelinenya* bisa di *adjust* sesuai kebutuhan dan harga yang bisa dinegosiasikan

Touch points: melihat akun Instagram penyedia *bootcamp*

Channels: Instagram, whatsapp, *website*

Process: Izy membuka Instagram dan mendapatkan informasi dari akun Instagram penyedia *bootcamp*, membanding-bandingkan kualitas konten dan kelas yang disediakan, memasukkan ke *wishlist*, dan meminta proposal ke tim *marketing*

Feeling: penasaran, hati-hati

Customer painpoints: masalah pembayaran, instruksi *final project*, beragam pilihan yang membingungkan, kelas yang tidak fleksibel

Internal actors: tim *marketing* dan tim *product*

Internal channels: whatsapp *business* tim *marketing*, jira

Internal process: terus *keep-in-touch* dengan kostumer dan menawarkan *benefit-benefit* yang bisa didapatkan oleh kostumer

Internal painpoints: kesulitan meyakinkan *costumer* baru

Potential solution: memberikan penawaran *easy-win* kepada *costumer* yang potensial

Decision

Customer goals: memilih partnership yang terbaik secara produk dan *good-deal*

Touch points: *bootcamp*, zoom

Channels: zoom untuk online, whatsapp *group bootcamp*, acara offline

Process: diskusi dengan tim internal, negosiasi dengan vendor, mengeluarkan PKS, dan melaksanakan *bootcamp*

Feeling: tenang dan senang

Customer painpoints: masalah pembayaran, instruksi *final project* yang membingungkan

Internal actors: tim *product*, tim *developer*, fasilitator

Internal channels: whatsapp *business* tim *marketing*, jira

Internal process: memilih fasilitator, melakukan program *bootcamp* dengan *client*, memantau progress *bootcamp*, memberikan *final project* yang sesuai, memberikan metode pembayaran yang fleksibel kepada *client*

Internal painpoints: menyesuaikan jadwal dan materi antara fasilitator dan *client*

Potential solution: memberikan opsi-opsi jadwal dan materi kepada *client* dan plus minusnya

Retention

Customer goals: mendapatkan sertifikasi dan meningkatnya *skill* para karyawan

Touch points: *form feedback*

Channels: jotform

Process: mendapatkan sertifikasi dan mencoba melihat produk kelas lain yang tersedia

Feeling: senang dan puas

Customer painpoints: -

Internal actors: tim *marketing*, tim *product*

Internal channels: whatsapp *business* tim *marketing*, jira

Internal process: memberikan *form feedback*, memberikan potongan harga untuk kelas-kelas lainnya

Internal painpoints: -

Potential solution: -

Advocacy

Customer goals: merekomendasikan kepada teman di perusahaan lain mengenai program *bootcamp*

Touch points: *word-of-mouth*

Channels: whatsapp

Process: menceritakan pengalaman *bootcamp* dan hal-hal positif mengenai programnya serta merekomendasikannya

Feeling: senang dan puas

Customer painpoints: -

Internal actors: tim *marketing*, tim *product*

Internal channels: whatsapp *business* tim *marketing*, jira

Internal process: memberikan program afiliasi

Internal painpoints: -

Potential solution: -

Eisenhower Matrix

	<i>Urgent</i>	<i>Not Urgent</i>
<i>Important</i>	<ul style="list-style-type: none">- Pembayaran yang lebih <i>seamless</i>, bisa dengan menggandeng <i>payment gateway</i> pihak ketiga- Membuat konten yang menarik, <i>insightful</i>, dan kredibel- Promosi pada segmen yang tepat- Memperkuat kurikulum dan memperjelas informasi <i>final-project</i>	<ul style="list-style-type: none">- Memberikan fasilitas kelas <i>on-demand</i>
<i>Not important</i>	<ul style="list-style-type: none">- Penyesuaian harga <i>workshop</i>	<ul style="list-style-type: none">- Pemberian kelas gratis

Kesimpulan

Utamakan ini :

- Pembayaran yang lebih *seamless*, bisa dengan menggandeng *payment gateway* pihak ketiga
- Membuat konten yang menarik, *insightful*, dan kredibel
- Promosi pada segmen yang tepat
- Memperkuat kurikulum dan memperjelas informasi *final-project*