

Evolución de un producto digital

“Que no te cuenten
que todo es más
difícil, acepta que
ahora todo es
diferente.”

Bernardo Crespo. Digital Transformation Leader DIVISADERO.
Program Director IE Business School. Coach. Speaker.





Iterar sobre el producto para evolucionarlo

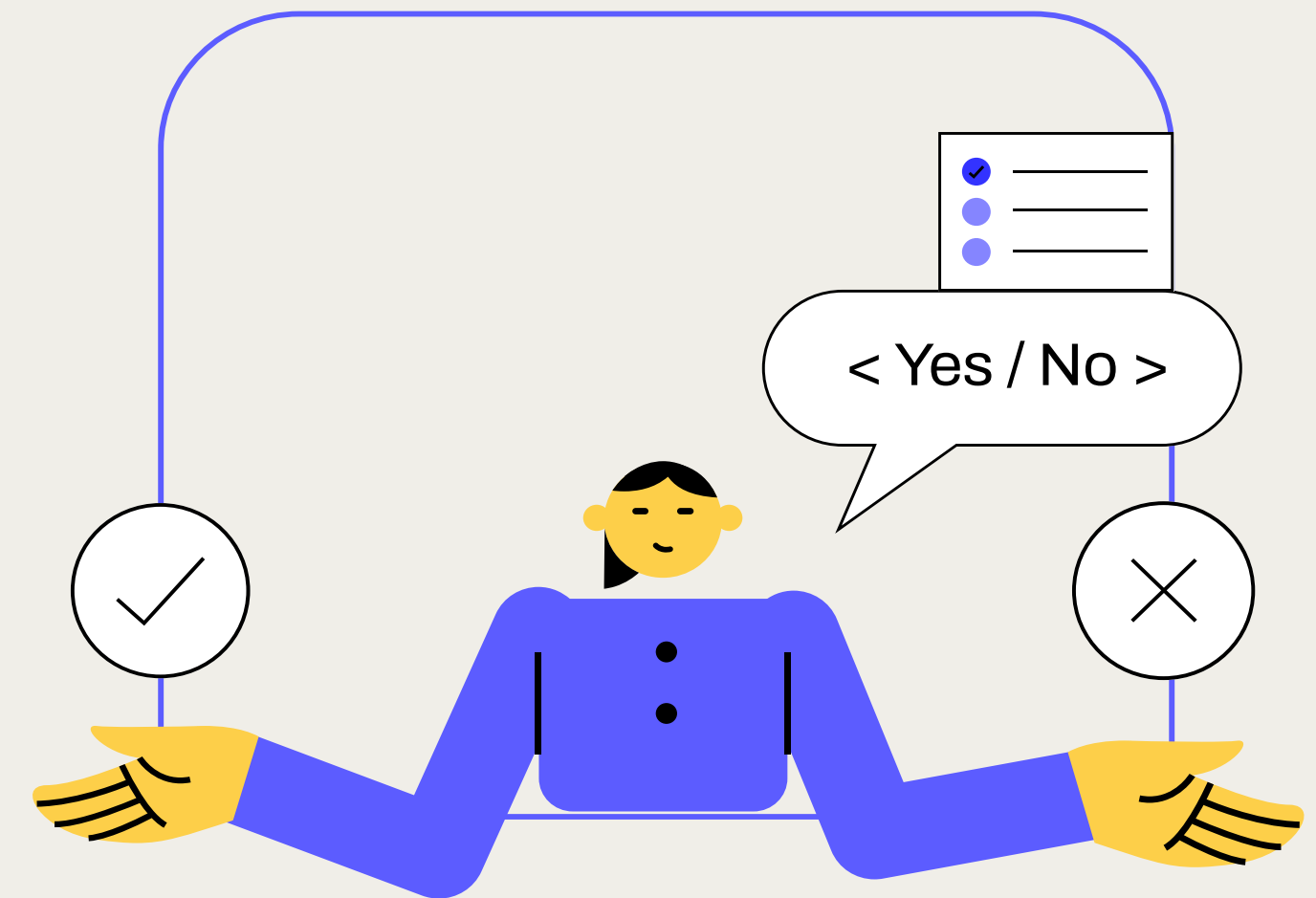
Ante la velocidad con la que se dan hoy los cambios en la evolución y desarrollo de productos digitales, muchas de las empresas reaccionan de forma reactiva a cada nueva situación, y no dan espacio a una visión de largo plazo que les permita evolucionar.

Para lograr esta nueva visión, los líderes de las empresas deben ver y gestionar los productos digitales desde un punto de vista diferente, pasar de una gestión netamente operativa de proyectos a una mirada más estratégica de producto.

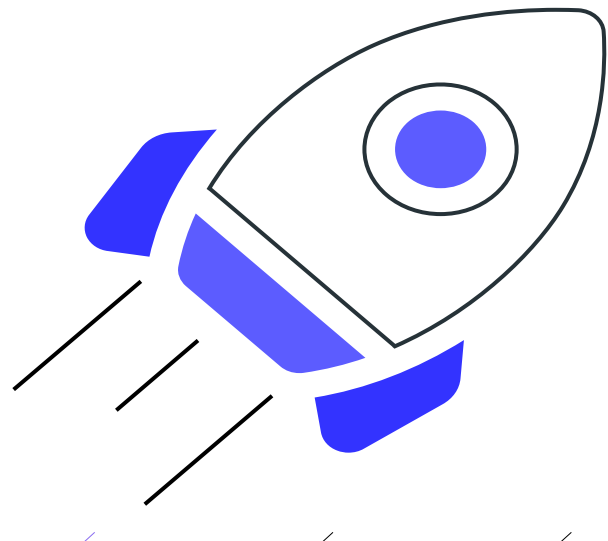
Este nuevo enfoque garantiza un proceso de evolución continua e infinita, centrada totalmente en el cliente. Además permite agregar valor de forma continua con mayor flexibilidad y adaptabilidad. De allí la importancia de iterar el producto, agregándole nuevas funcionalidades y logrando su evolución.

Ante este nuevo enfoque, se deben gestionar los productos digitales como un producto y no como se desarrollaba tradicionalmente un proyecto. Para lograr este enfoque es importante la figura del Product manager (o varios, dependiendo de la magnitud de la compañía) que defina la visión y el roadmap, que conozca el valor que agrega, cómo puede evolucionar el producto y que posea métricas claves de medición de éxito que permitan a su vez asegurar los presupuestos y recursos necesarios para hacer mantenimientos y evolución continua.

Anteriormente conocimos el ciclo de vida de un producto tradicional y cómo evolucionamos a un nuevo concepto de ciclo de vida de un producto digital. Podemos decir también que la vida del producto es más larga que el ciclo de vida de un proyecto tradicional, el ciclo del producto puede ser infinito o terminar cuando el producto deje de tener utilidad en su mercado. Además el ciclo de vida del producto podría contener varios proyectos, pero gestionar un producto a través de un solo proyecto puede ser ineficiente.



No ver el producto
como un proyecto



01

Hay muchos ejemplos de evolución y escalabilidad en compañías de tecnología en los últimos años. Veamos algunos:

Google ha demostrado este concepto al sumar clientes a un ritmo rápido en el tiempo con muy pocos recursos adicionales para atenderlos. Por eso han podido aumentar su margen a un ritmo rápido en solo unos pocos años.

02

Whatsapp ha sumado nuevas funcionalidades de acuerdo a las necesidades de los clientes o circunstancias externas como pandemia. Entre otras cosas tomó importancia la videollamada con mayor número de personas, herramienta se mantiene en constante evolución lo que la ha mantenido en el posicionamiento que tiene actualmente.

03

Microsoft, cuyos costos iniciales para desarrollar una plataforma publicitaria o sistema operativo fueron altos, la idea era que una vez en el mercado puedan inscribir a los usuarios o vender muchas copias del software relacionado con aumentos de costos relativamente mínimos.

Hay una característica en común que hace que la escalabilidad sea más fácil de lograr en estas empresas. Tienen gastos generales operativos bajos y poca o ninguna carga de almacenamiento e inventario, es decir no necesitan muchos recursos o infraestructura para crecer rápidamente.

¡Muchas gracias!