



Lean Inception

Cómo alinear equipos para
crear el producto indicado

#Devday4w



Lean Inception

Cómo alinear equipos para crear el producto indicado

Instructions

Vea

www.menti.com

Introduce el código

7464 7669



O usa el código QR

Acerca de mi



Hi!



Claudia Becerril

**Business
Analyst/PO**

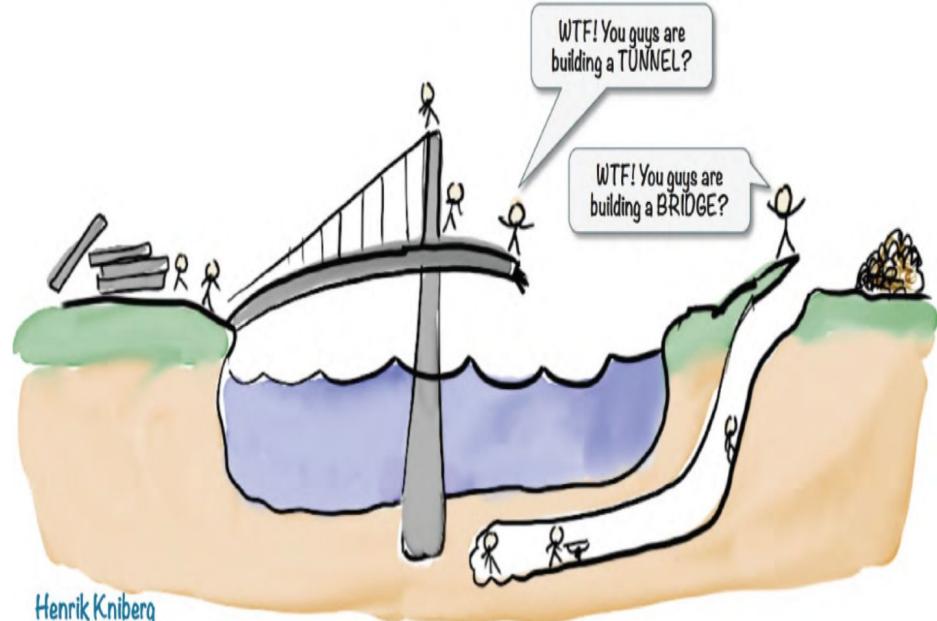
Cada vez que se iniciamos el desarrollo de un proyecto..

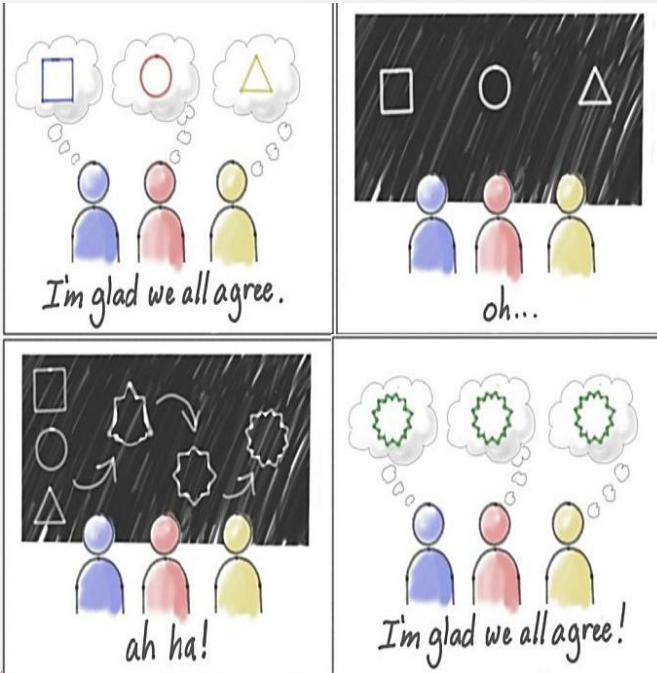
¿El equipo está alineado y tiene entendimiento compartido de lo que se va a construir?

¿Estamos seguros de que el equipo está trabajando en funcionalidades que generar mayor valor al usuario?

¿Está el equipo preparado para responder y adaptarse a los cambios constantes?

Misalignment





01

Definir un producto de forma colaborativa y con una visión compartida.

PIENSA EN GRANDE

02

Priorizar las características clave de un producto a través de la creación de un MVP.

COMIENZA PEQUEÑO

03

Validación de ideas de negocio, para iterar un producto basados en datos.

APRENDE RÁPIDO

Cómo alinear equipos para crear el producto indicado

AGENDA

01 Producto Digital

02 MVP y Lean Startup

03 Lean Inception

04 Tips y Bonus

Q & A



01

Producto Digital

01

02

03

04

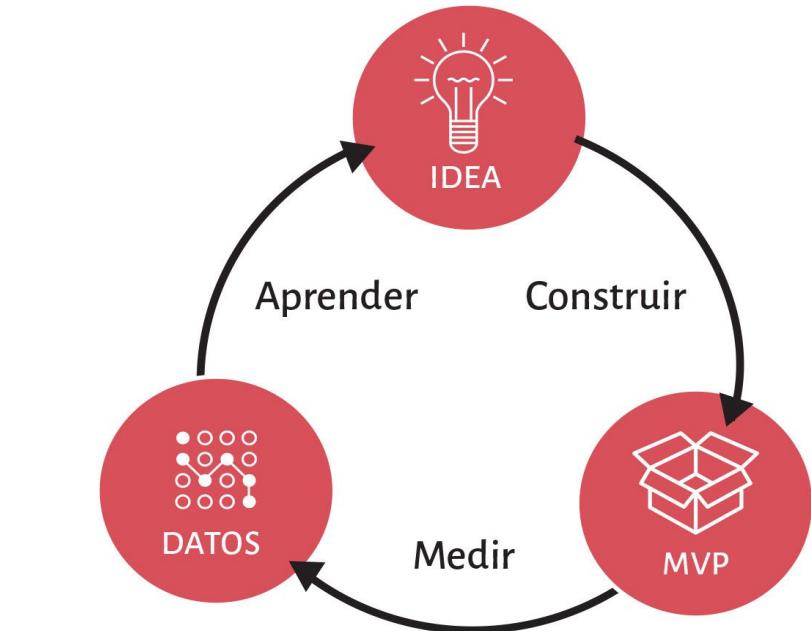
**Los Productos Digitales son
productos o servicios que resuelven
una necesidad, basados en software
que se distribuyen de forma digital,
ya sea a través de la web, en
dispositivos móviles o electrónicos**



Producto Digital



¿Cómo medimos el éxito de un Producto Digital?



M V P



MINIMUM



VIABLE



PRODUCT

02

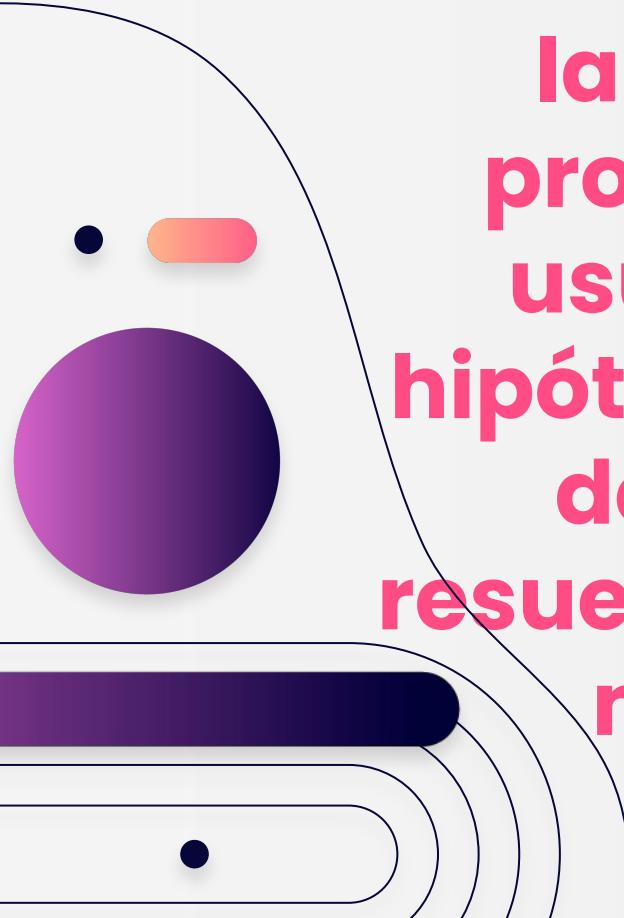
¿Qué es un MVP?

01

02

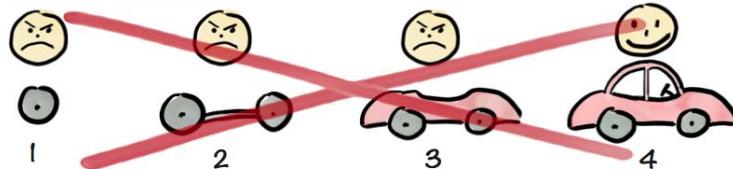
03

04

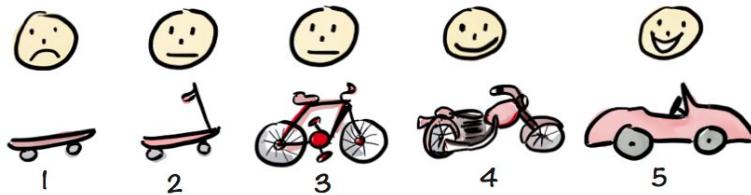


▲ Producto Mínimo Viable o MVP, es la versión más sencilla del producto disponible para los usuarios, para validar si las hipótesis sobre una solución que detectamos es correcta y resuelven sus necesidades con el menor esfuerzo posible.

Not like this....



Like this!



Henrik Kniberg

Incremental strategy only (classic waterfall)

1



T1



T2



T3

Incremental + iterative strategy: agile spirit

2



T1



T2



T3

¿Cuál es el MVP de un pastel de bodas?





[thefacebook] Scranton

Scott Pearson's Profile (This is you)

quick search [go]

My Profile [edit]
My Groups
My Friends
My Messages
My Away Message
My Mobile Info
My Account
My Privacy

Picture [edit]

Information [edit]

Account Info:
Name: Scott Pearson, BS
Member Since: January 12, 2005
Last Update: February 3, 2005
Basic Info:
Email: pearsons2@scranton.edu
Status: Alumnus/Alumna
Sex: Male
Year: 2004
Concentration: Computing Sciences
Mathematics
Phone: 570-499-4818
High School: Dunmore HS '00
Extended Info:
Screenname: ScottiePP7
Looking For: Friendship
Dating
A Relationship
Random play
Whatever I can get
Interested In: Women
Relationship Status: Single
Political Views: Liberal
Interests: Drinking, Football, Basketball, Tennis, saying you have that

Visualize My Friends
Edit My Profile
My Account Preferences
My Privacy Preferences

Connection
This is you.

Access
Scott is currently logged in from a non-residential location.

Other Schools [edit]

Welcome to Amazon.com Books!

*One million titles,
consistently low prices.*

(If you explore just one thing, make it our personal notification service. We think it's very cool!)

SPOTLIGHT! — AUGUST 16TH

These are the books we love, offered at Amazon.com low prices. The spotlight moves **EVERY day** so please come often.

ONE MILLION TITLES

Search Amazon.com's [million title catalog](#) by author, subject, title, keyword, and more... Or take a look at the [books we recommend](#) in over 20 categories... Check out our [customer reviews](#) and the [award winners](#) from the Hugo and Nebula to the Pulitzer and Nobel... and [bestsellers](#) are 30% off the publishers list...

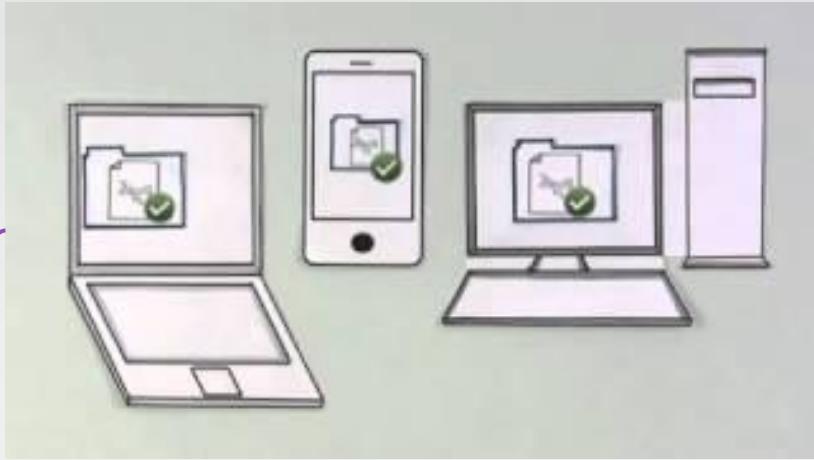
EYES & EDITORS, A PERSONAL NOTIFICATION SERVICE

Like to know when that book you want comes out in paperback or when your favorite author releases a new title? Eyes, our tireless, automated search agent, will send you mail. Meanwhile, our human editors are busy previewing galleys and reading advance reviews. They can let you know when especially wonderful works are published in particular genres or subject areas. Come in, [meet Eyes](#), and have it all explained.

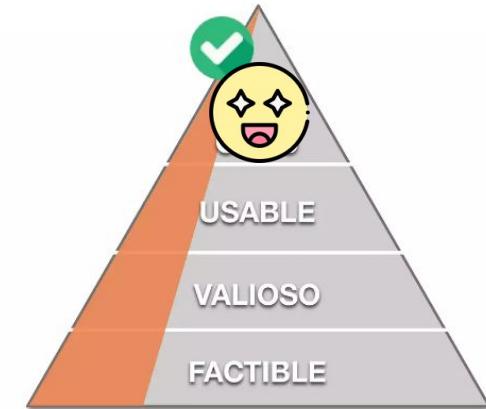
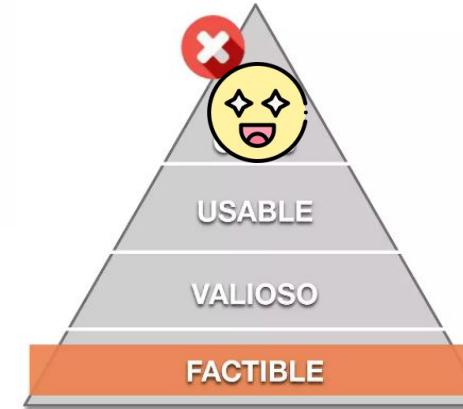
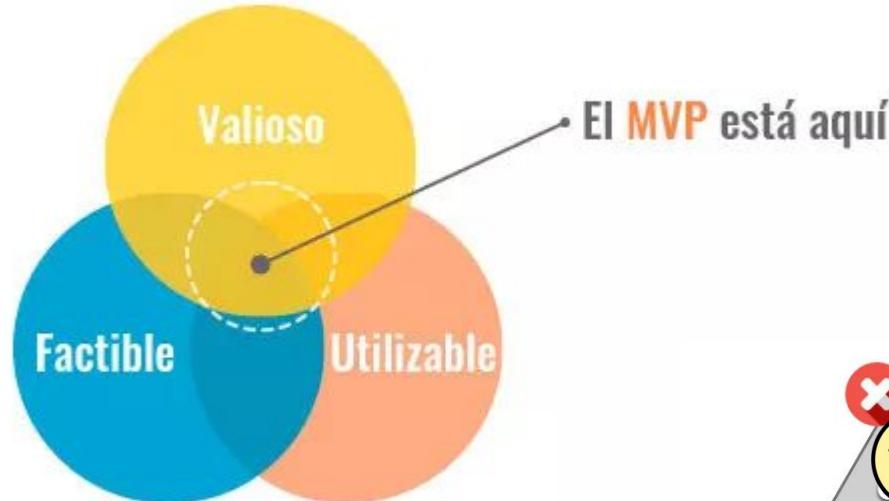
YOUR ACCOUNT

Check the status of your orders or change the email address and password you have on file with us. Please note that you **do not** need an account to use the store. The first time you place an order, you will be given the opportunity to create an account.





¿Cómo debe ser un MVP?





03

Lean Inception

01

02

03

04

El objetivo de una Lean Inception es reunir a todas las personas interesadas en la construcción de un producto para alinearlos y trabajar de manera colaborativa sobre la propuesta de solución a construir conocida como Producto Mínimo Viable



Paulo Caroli



**ENFOQUE DE DISEÑO
ITERATIVO PARA
SATISFACER LAS
NECESIDADES DEL
USUARIO**

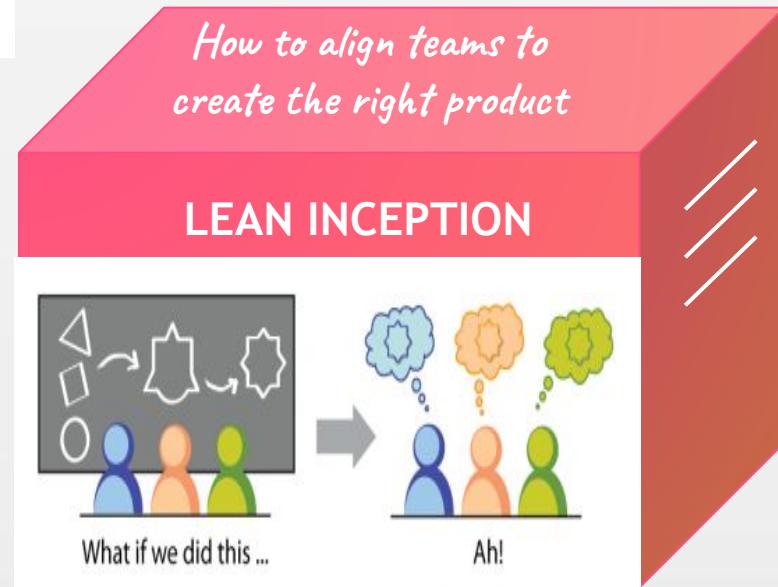


**ENFOQUE PARA LA CREACIÓN
DE PRODUCTOS BASADOS EN
EL APRENDIZAJE Y LA
VALIDACIÓN DE HIPÓTESIS**





- Alinearse en torno a la visión del producto compartida
- Priorizar el valor del usuario
- Desarrollar un plan de lanzamiento eficaz
- Entregar software de alto valor de manera temprana y continua
- Cumplir con las necesidades de los usuarios y los objetivos del negocio
- Fomentar una cultura de mejora continua y crecimiento sostenible en las empresas



¿QUIÉN PARTICIPA DE LA LEAN INCEPTION?



Negocio



Desarrolladores,
testers, DevOps



UX (User Experience)



Marketing



Expertos

¿Cómo evaluamos un MVP en Lean Inception y tomamos decisiones para la evolución o la iteración de nuestro producto?

EXPLORAR



SUENA COMO UNA BUENA IDEA!

LEAN INCEPTION

PIVOT

CANCELAR

SEGUIR



¿Cómo hacemos una Lean Inception?

AGENDA DE LA INCEPTION

- TODOS (equipo + stakeholders)
- EQUIPO (UX, Neg., Tec.)

MAÑANA

LUNES

Kick-off de la
Lean Inception

VISIÓN DE
PRODUCTO

MARTES



Personas

MIERCOLES



Brainstorming
de las Features

JUEVES



Secuenciador
de las
Features

VIERNES

Showcase

LUNCH

TARDE

Objetivos del
Producto

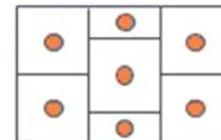
ES	NO ES
HACE	NO HACE



Mostrando las
User Journeys



Revisión Técnica,
UX y de Negocio



MVP Canvas

Showcase

Actividades de una Lean Inception

01 Vision del Producto

02 Es - No es - Hace - No Hace

03 Objetivos del Producto

04 Personas

05 User Journeys

06 Funcionalidades

07 Revisión Téc, Neg & UX

08 Secuenciador

09 MVP Canvas



Actividades de una Lean Inception

01 Vision del Producto

02 Es - No es - Hace - No Hace

03 Objetivos del Producto

04 Personas

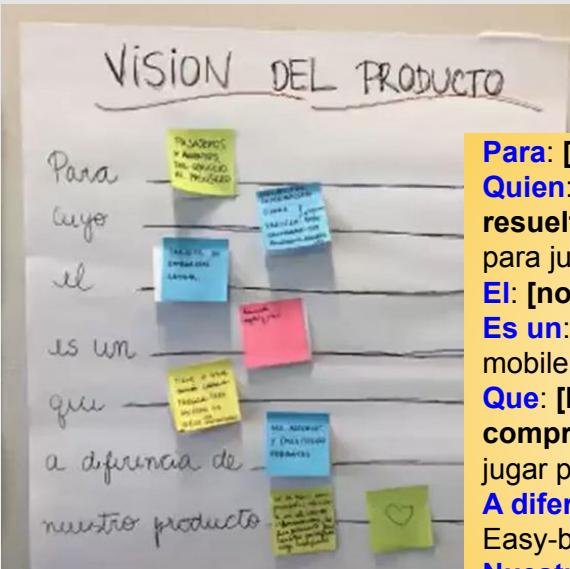
05 User Journeys

06 Funcionalidades

07 Revisión Téc, Neg & UX

08 Secuenciador

09 MVP Canvas



Para: [cliente final] Jugadores de soccer.

Quien: [problema que necesita ser resuelto] Se les dificulta encontrar lugares para jugar partidos de soccer.

El: [nombre del producto] Soccer-Match.

Es un: [categoría del producto] Aplicación mobile.

Que: [beneficio clave, razón para comprarlo] Facilita encontrar lugares para jugar partidos de soccer.

A diferencia de: [principal competencia] Easy-bola

Nuestro producto: [diferencia clave] Maximiza las oportunidades de encontrar y reservar lugares para jugar soccer con AI.

Actividades de una Lean Inception

01 Vision del Producto

02 Es - No es - Hace - No Hace

03 Objetivos del Producto

04 Personas

05 User Journeys

06 Funcionalidades

07 Revisión Téc, Neg & UX

08 Secuenciador

09 MVP Canvas



Actividades de una Lean Inception

01 Vision del Producto

02 Es - No es - Hace - No Hace

03 Objetivos del Producto

04 Personas

05 User Journeys

06 Funcionalidades

07 Revisión Téc, Neg & UX

08 Secuenciador

09 MVP Canvas

Aproximar jugadores

Divulgar la app

Monetizar

Mostrar partidos

Llamar a los amigos del trabajo

Vender espacio para anuncios de los locales

Encontrar juegos por geolocalización

Anunciar en el vecindario

Aumentar utilización de las canchas

Premiar usuarios fieles

Organizar campeonato por nivel de los jugadores

SI TIENES QUE RESUMIR EL PRODUCTO EN TRES OBJETIVOS, ¿CUÁLES SERÍAN?

Actividades de una Lean Inception

Dia 2
Mañana

01 Vision del Producto

02 Es - No es - Hace - No Hace

03 Objetivos del Producto

04 Personas

05 User Journeys

06 Funcionalidades

07 Revisión Téc, Neg & UX

08 Secuenciador

09 MVP Canvas

FANÁTICO DEL FÚTBOL



PERFIL

- 28 años
- casado
- jugador frustrado
- trabaja en un banco
- graduado

COMPORTAMIENTO

- bueno para quejarse
- competitivo
- activo
- exigente
- pasa horas en las redes sociales

NECESIDADES

- jugar cada semana con cualquier persona y en cualquier lugar
- busca partidos de un buen nivel
- jugar en la noche los fines de semana

Actividades de una Lean Inception

01 Vision del Producto

02 Es - No es - Hace - No Hace

03 Objetivos del Producto

04 Personas

05 User Journeys

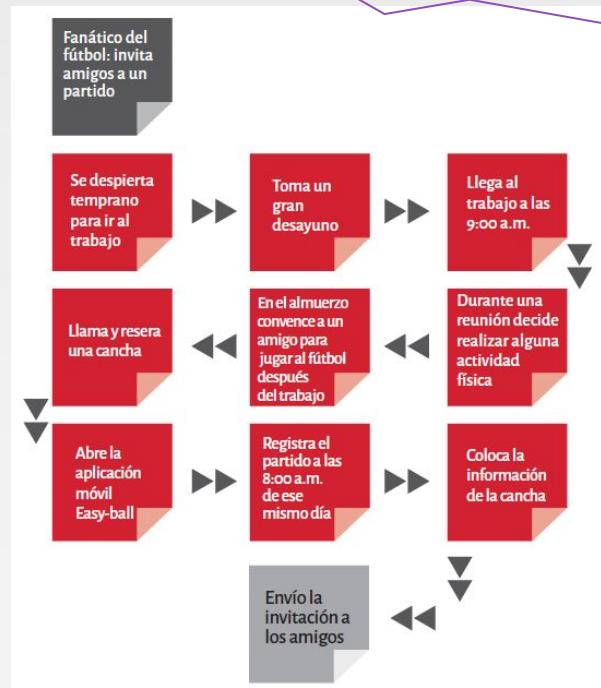
06 Funcionalidades

07 Revisión Téc, Neg & UX

08 Secuenciador

09 MVP Canvas

Paso a paso que siguen los usuarios para completar sus objetivos. Algunos de estos pasos representan diferentes puntos de contacto con nuestro producto.



Actividades de una Lean Inception

Dia 3
Mañana

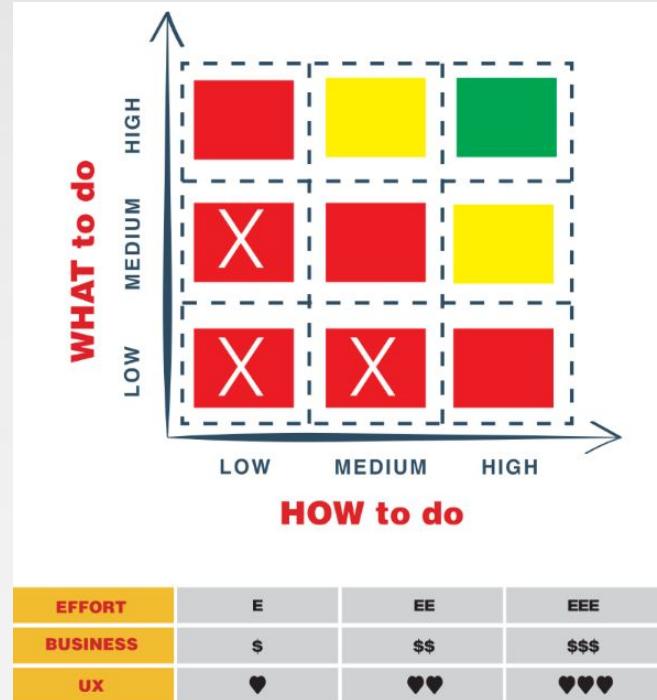
- 01 Vision del Producto
- 02 Es - No es - Hace - No Hace
- 03 Objetivos del Producto
- 04 Personas
- 05 User Journeys
- 06 Funcionalidades
- 07 Revisión Téc, Neg & UX
- 08 Secuenciador
- 09 MVP Canvas

Qué funcionalidades le ayudan al usuario a completar determinado paso de sus journeys



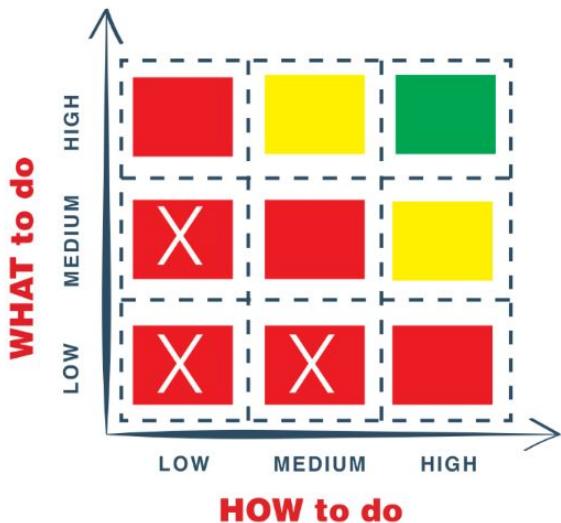
Actividades de una Lean Inception

- 01 Vision del Producto
- 02 Es - No es - Hace - No Hace
- 03 Objetivos del Producto
- 04 Personas
- 05 User Journeys
- 06 Funcionalidades
- 07 Revisión Téc, Neg & UX
- 08 Secuenciador
- 09 MVP Canvas



Actividades de una Lean Inception

Day 3
Tarde



EFFORT	E	EE	EEE
BUSINESS	\$	\$\$	\$\$\$
UX	♥	♥♥	♥♥♥



Actividades de una Lean Inception

Dia 4
Mañana

01 Vision del Producto

Regla 1: Una onda puede contener un máximo de tres funcionalidades.

Regla 2: Una onda no puede contener más de una funcionalidad roja.

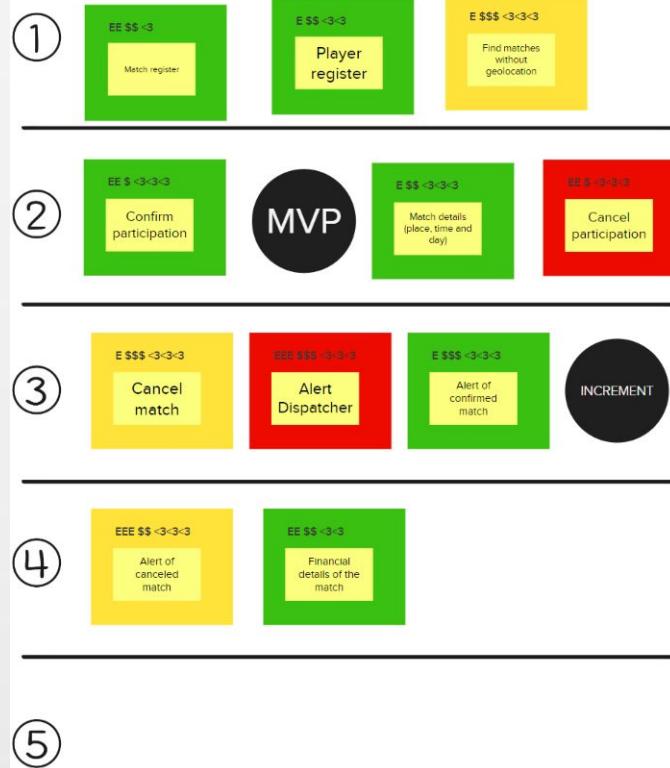
Regla 3: Una onda no puede contener tres funcionalidades amarillas o rojas.

Regla 4: La suma del esfuerzo de las funcionalidades no puede sobrepasar las cinco (E).

Regla 5: La suma del valor de las funcionalidades no puede ser menor a cuatro (\$) y cuatro corazones ❤️

Regla 6: Si una funcionalidad depende de otra, esa otra debe estar en una onda anterior.

SEQUENCER



Actividades de una Lean Inception

Dia 4
Tarde

01 Vision del Producto

02 Es - No es - Hace - No Hace

03 Objetivos del Producto

04 Personas

05 User Journeys

06 Funcionalidades

07 Revisión Téc, Neg & UX

08 Secuenciador

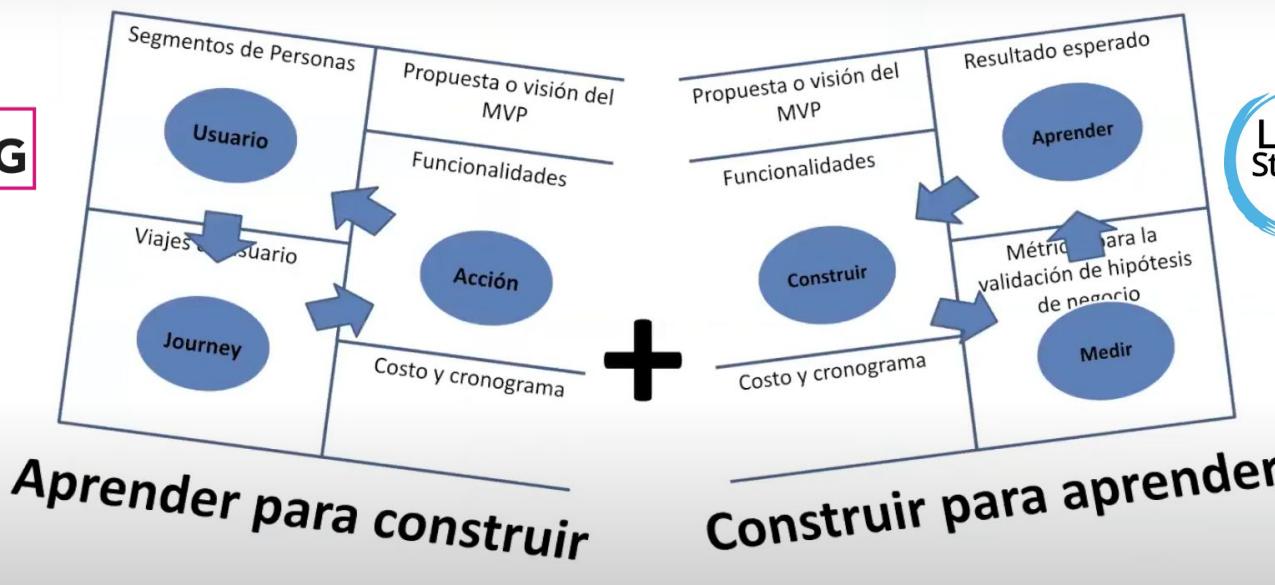
09 MVP Canvas



“

El resultado más importante de una Lean Inception son las personas, que juntas están colaborando y decidiendo el MVP.

DESIGN THINKING



04

Tips y Bonus

01

Prepárate con
anticipación

02

Controla el
tiempo de cada
sesión

03

Aprende
técnicas de
facilitación

04

Fomenta la
participación de
todos

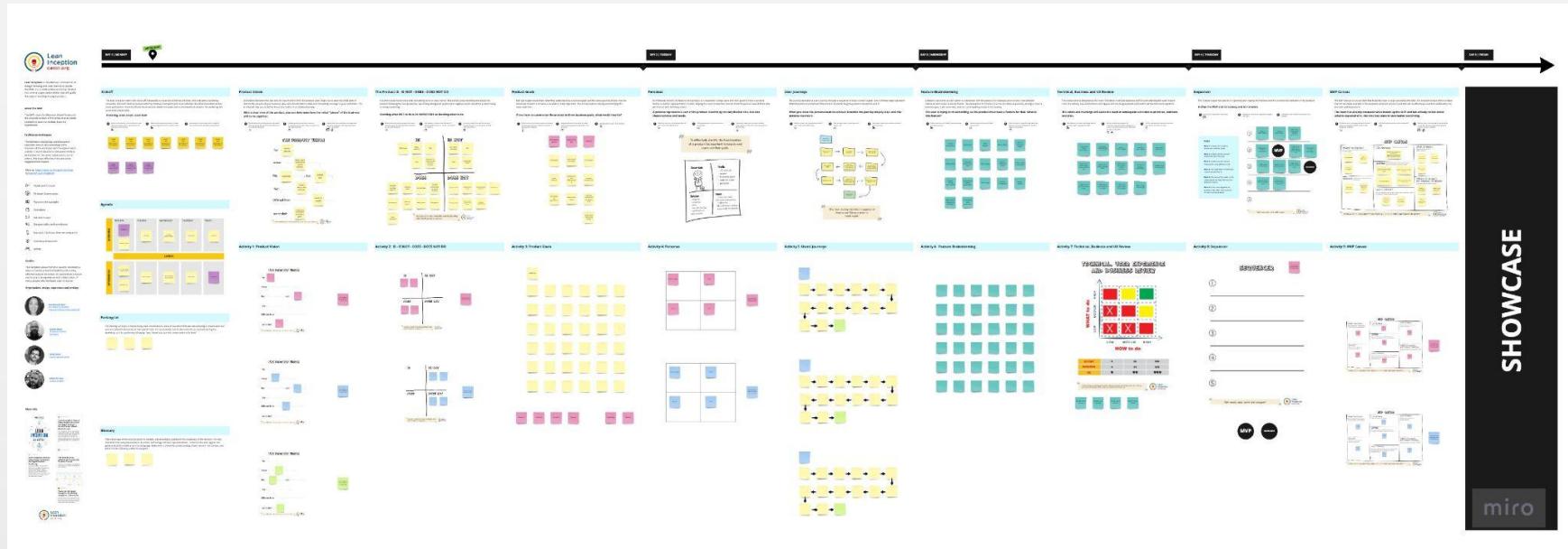
01

02

03

04

Un ejemplo de mi primer Lean Inception



LEAN INCEPTION

DAY 1

KICK OFF



Product Vision

Defines the essence of your business and how it reflects a clear and compelling message to your market.

DAY 2

Product Goals

These goals help in rating the clarity and relevance of product objectives

Is - Is Not / Does - Does Not

Define product scope by identifying what is going to do and classify the product in terms of what is in and out of scope.

DAY 3

Personas

A persona creates a realistic representation of the user, helping the team to consider the needs and points of view of those who will interact with the final product.

User Journeys

The journeys describes a user's journey through a sequence of events. A user can have multiple journeys. These steps represent different pathways that lead to the product.

DAY 4

Tech, business, & UX review

This review aims to discuss the technical, business and UX understanding of each feature.

Features Brainstorming

A feature represents a user's action or interaction with the product. It is associated with a business goal, a persona need or concern, and placed in the user's journey.

DAY 5

Sequencer

The feature Sequencer assists in organizing the sequence of features and the incremental validation of the product.

MVP Canvas

Helps the team to plan and define the MVP by defining the Minimum Viable Product, Features, Expected results, Budget and cost & Schedule.

DAY 6

Showcase

Helps the team to showcase the features and the increment validation of the product.

FINISH

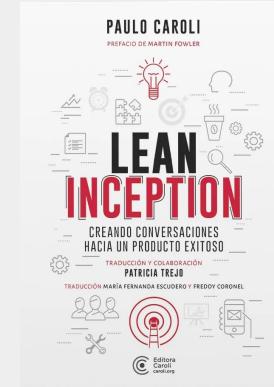
Bonus & Recursos

Caroli.org: un portal de transmisión

Caroli.org, con un excelente equipo humano y la integración de autores, entrenadores, socios y demás colaboradores, es una empresa con la misión de compartir conocimientos y, así, contribuir a la transformación de un mundo mejor.

[CONOCE A CAROLI.ORG](#)

<https://caroli.org/>



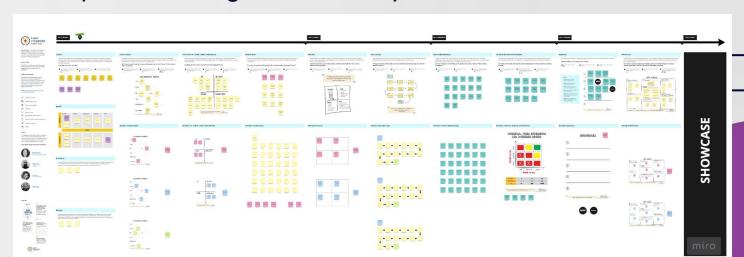
Lean Inception: Design Thinking y Lean StartUp

El método paso a paso para equipos de productos exitosos

<https://www.udemy.com/course/el-metodo-paso-a-paso-para-equipo-de-productos-exitosos/>



<https://caroli.org/es/lean-inception-remoto/>



JJ

PIENSA EN GRANDE
COMIENZA PEQUEÑO
APRENDE RÁPIDO!

Paulo Caroli

Lean Inception

Cómo alinear equipos para crear
el producto indicado

Thanks!

Q & A



cnoemi@gmail.com



[/claudia-noemi-becerril](https://www.linkedin.com/in/claudia-noemi-becerril)

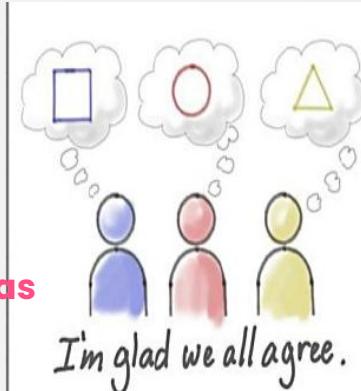
Alinear a tu equipo

Conversaciones significativas

Claridad en la visión del producto

Generación temprana y rápida

Validar una idea de negocio



Lean Startup básico

Mayor compromiso del equipo

Adaptabilidad y flexibilidad ante el cambio

Tomar decisiones basadas en datos

Optimización de recursos y tiempo

Crear un MVP