

Product Management od podstaw: jak rozwijać produkt w oparciu o potrzeby użytkowników i cele biznesowe?

Szkolenie uczy, jak rozwijać produkt w oparciu o potrzeby użytkowników, cele biznesowe i możliwości technologiczne organizacji. Jest przeznaczone dla osób wchodzących w rolę produktową oraz tych, które współpracują z Product Managerami, zespołami projektowymi, UX, IT, marketingiem, sprzedażą lub zarządem. Po szkoleniu będziesz w stanie lepiej rozumieć sposób podejmowania decyzji produktowych, definiować cele i mierniki, identyfikować ryzyka, priorytetyzować inicjatywy oraz przygotować uproszczoną roadmapę dalszego rozwoju produktu.



Odbiorcy szkolenia

- Osoby rozpoczynające pracę w roli produktowej
- Specjaliści współpracujący z Product Managerami
- Członkowie zespołów projektowych, UX, IT, marketingu i sprzedaży
- Menedżerowie uczestniczący w decyzjach dotyczących rozwoju produktów
- Osoby odpowiedzialne za rozwój produktów, usług lub inicjatyw cyfrowych
- Liderzy zespołów pracujących nad wdrażaniem nowych funkcji i rozwiązań
- Pracownicy organizacji, którzy chcą lepiej rozumieć sposób pracy produktowej



Korzyści

- Rola Product Managera – zrozumiesz zakres odpowiedzialności Product Managera i różnicę między zarządzaniem produktem a zarządzaniem projektem.
- Myślenie produktowe – nauczysz się patrzeć na produkt jako rozwiązanie problemu użytkownika i organizacji, a nie wyłącznie listę funkcji.
- Perspektywa użytkownika i biznesu – połączysz potrzeby klientów, cele organizacji oraz ograniczenia technologiczne w procesie podejmowania decyzji.
- Definiowanie celów – określisz cele produktowe i dobierzesz mierniki sukcesu wspierające dalszy rozwój produktu.
- Product Discovery – nauczysz się identyfikować założenia, hipotezy i ryzyka, które warto sprawdzić przed wdrożeniem.
- Priorytetyzacja inicjatyw – zastosujesz podstawowe podejścia do oceny wartości, wpływu, kosztu, ryzyka i wysiłku.
- Roadmapa produktu – przygotujesz uproszczoną roadmapę pokazującą kierunek rozwoju produktu przy uwzględnieniu niepewności.
- Współpraca z interesariuszami – lepiej zakomunikujesz priorytety, decyzje i kompromisy między potrzebami różnych grup.
- Product Delivery – zrozumiesz, jak przechodzić od decyzji do realizacji i jak uczyć się na podstawie danych po wdrożeniu.



Program szkolenia

Dzień 1. Fundamenty myślenia produktowego

1. Czym naprawdę jest Product Management?
 - Rola Product Managera i zakres odpowiedzialności.
 - Różnica między zarządzaniem produktem a zarządzaniem projektem.
 - Produkt jako rozwiązanie problemu, a nie lista funkcji.
 - Współpraca z biznesem, technologią, designem, marketingiem i sprzedażą.
 - Ćwiczenie: analiza przykładowej sytuacji produktowej i określenie odpowiedzialności poszczególnych ról.
2. Użytkownik, biznes i technologia
 - Potrzeby użytkowników a cele organizacji.
 - Wartość dla klienta i wartość dla biznesu.
 - Ograniczenia technologiczne i operacyjne.
 - Jak rozpoznawać konflikty między różnymi perspektywami.
 - Dlaczego nie każdy pomysł powinien trafić do realizacji.
 - Ćwiczenie: ocena przykładowych inicjatyw z perspektywy użytkownika, biznesu i wykonalności.

3. Od problemu do kierunku rozwoju produktu
 - Różnica między problemem, potrzebą, pomysłem i rozwiązaniem.
 - Jak nie zaczynać pracy od listy funkcji.
 - Wizja produktu i kierunek rozwoju.
 - Dla kogo tworzymy produkt i jaką wartość chcemy dostarczać.
 - Jak łączyć kierunek produktu ze strategią organizacji.
 - Ćwiczenie: przygotowanie uproszczonego kierunku rozwoju produktu.
4. Cele produktowe i mierniki sukcesu
 - Cel biznesowy a cel produktowy.
 - Output a outcome.
 - Jak definiować cele wspierające decyzje.
 - Podstawowe metryki produktowe.
 - Aktywacja, zaangażowanie, konwersja i retencja.
 - Jak unikać vanity metrics.
 - Ćwiczenie: dobór celu i mierników sukcesu dla przykładowego produktu.
5. Wprowadzenie do Product Discovery
 - Czym jest Product Discovery.
 - Jak sprawdzać potrzeby i problemy użytkowników.
 - Praca z założeniami i hipotezami.
 - Identyfikowanie największych ryzyk.
 - Co warto zweryfikować przed rozpoczęciem wdrożenia.
 - Ćwiczenie: wskazanie kluczowych założeń i ryzyk dla wybranego pomysłu.

Dzień 2. Decyzje, priorytety i rozwój produktu

1. Jak weryfikować pomysły przed wdrożeniem?
 - Proste sposoby testowania pomysłów.
 - Rozmowy z użytkownikami, prototypy, testy komunikacji i eksperymenty.
 - Jak dobrać sposób testu do rodzaju ryzyka.
 - Kiedy rozwijać pomysł, kiedy go zmienić, a kiedy odpuścić.
 - Ćwiczenie: zaprojektowanie prostego sposobu weryfikacji wybranej hipotezy.
2. Priorytetyzacja przy ograniczonych zasobach
 - Dlaczego nie da się zrobić wszystkiego.
 - Wartość, wpływ, ryzyko, koszt i wysiłek.
 - Podstawowe podejścia do priorytetyzacji.
 - Value vs Effort, RICE i proste modele decyzyjne.
 - Ograniczenia metod punktowych.
 - Ćwiczenie: priorytetyzacja zestawu inicjatyw produktowych.
3. Roadmapa produktu
 - Czym jest roadmapa i do czego powinna służyć.
 - Roadmapa a backlog i harmonogram.
 - Roadmapa funkcji a roadmapa oparta na celach i problemach.
 - Jak pokazywać kierunek rozwoju przy niepewności.

- Jak komunikować zmiany priorytetów.
- Ćwiczenie: przygotowanie uproszczonej roadmapy.
- 4. Współpraca z interesariuszami
 - Kto wpływa na decyzje produktowe.
 - Współpraca z zarządem, sprzedażą, marketingiem i technologią.
 - Jak reagować na „pilne” pomysły.
 - Jak komunikować priorytety i decyzje.
 - Jak mówić „nie” bez blokowania współpracy.
 - Ćwiczenie: analiza konfliktu priorytetów i przygotowanie argumentacji decyzji.
- 5. Product Delivery i uczenie się po wdrożeniu
 - Czym różni się Discovery od Delivery.
 - Jak przechodzić od decyzji do realizacji.
 - Jak przekazywać zespołowi kontekst, a nie tylko zadania.
 - Feedback i iteracja po wdrożeniu.
 - Kiedy produkt lub funkcję można uznać za sukces.
 - Jak wracać do danych i zachowań użytkowników.
- 6. Ćwiczenie końcowe: od pomysłu do planu rozwoju. Uczestnicy pracują nad przykładowym lub własnym produktem oraz:
 - Określają problem oraz grupę użytkowników.
 - Wskazują wartość dla użytkownika i biznesu.
 - Definiują cel oraz mierniki sukcesu.
 - Identyfikują najważniejsze ryzyka.
 - Wybierają priorytetowe inicjatywy.
 - Przygotowują uproszczoną roadmapę.
 - Określają kolejne kroki.



Oczekiwane przygotowanie uczestnika

Nie jest wymagane specjalne przygotowanie. Zalecamy podstawową znajomość pracy z komputerem oraz gotowość do wykonywania ćwiczeń.



Czas trwania

2 dni / 12 godzin

Język

Szkolenie: polski

Materiały: polski