kod szkolenia: DM-ProdM / PL DL 2d

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