

ProductOps: Como transformar a operação do seu produto.



**Falar sobre dores na gestão de produtos e operação.
Compartilhar aprendizados e ferramentas úteis.**

Melhorar a experiência dos usuários.

Quem é Daniel Carvalho?

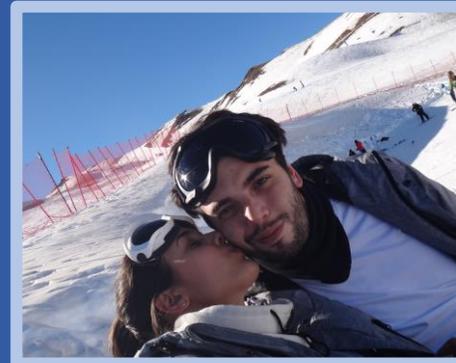
ProductOps: Como transformar a operação do seu produto.

THE DEVELOPER'S CONFERENCE

Família



Hobbies



Formação



FIAP



Atualmente, **Product Manager**, responsável pelos produtos e operação do time Afiliação, com a missão de trazer **inovação** e ajudar a implementar a **cultura de produto**.

stone



funcional
health tech

SUHAI
SEGURADORA
Seu veículo bem-vindo, você seguro.

PORTO SEGURO

AIG

 **BANCO REAL**

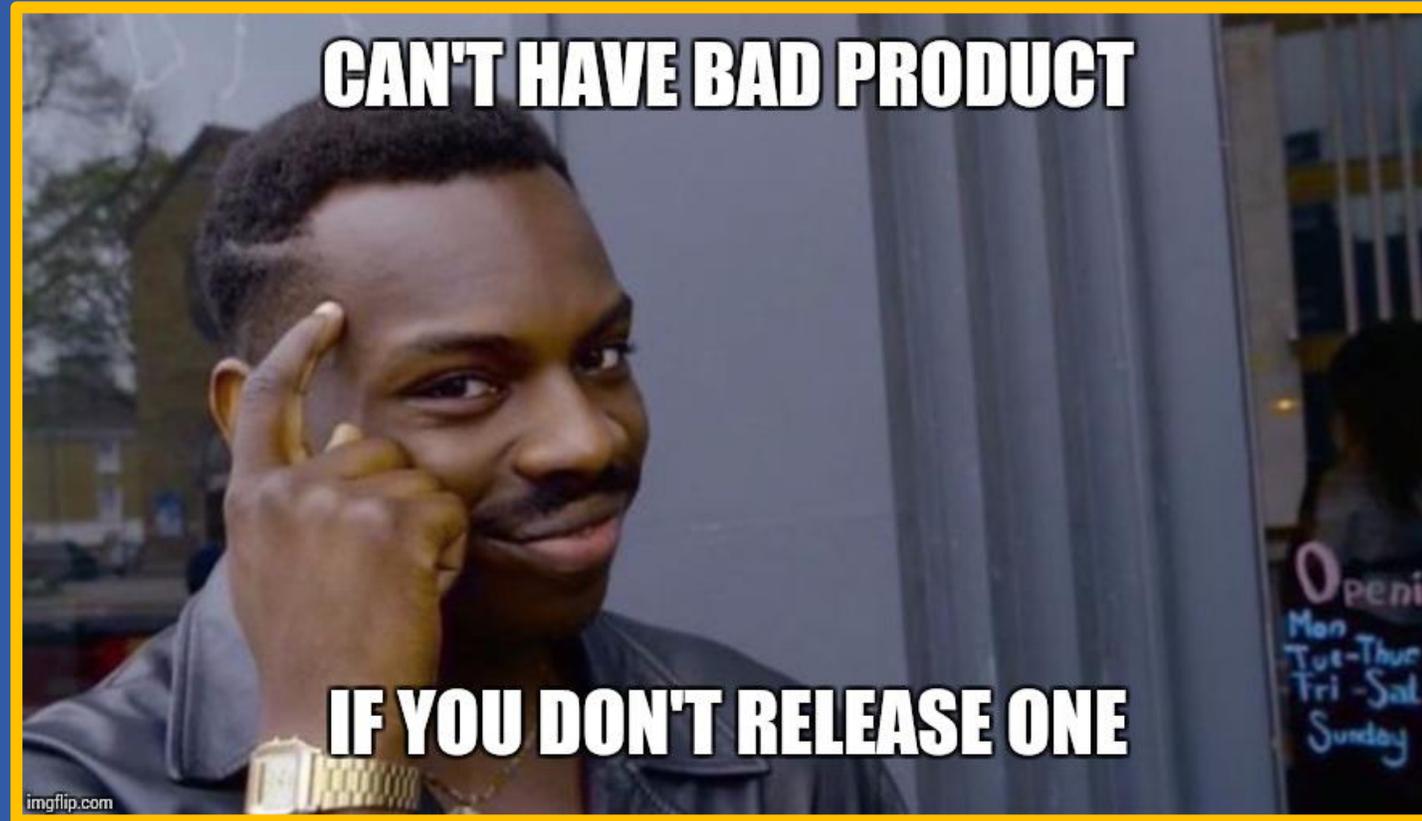
 **TOKIO MARINE**
SEGURADORA
NOSSA TRANSPARÊNCIA, SUA CONFIANÇA

**TRAGO O USUÁRIO
PROMOTOR EM 7
DIAS!**

**AMARRAÇÃO PARA
OKR'S.**

**STAKEHOLDERS
SEMPRE
SATISFEITOS.**

**O negócio não se
adapta as
metodologias.
São as metodologias
se adaptam ao
negócio.**





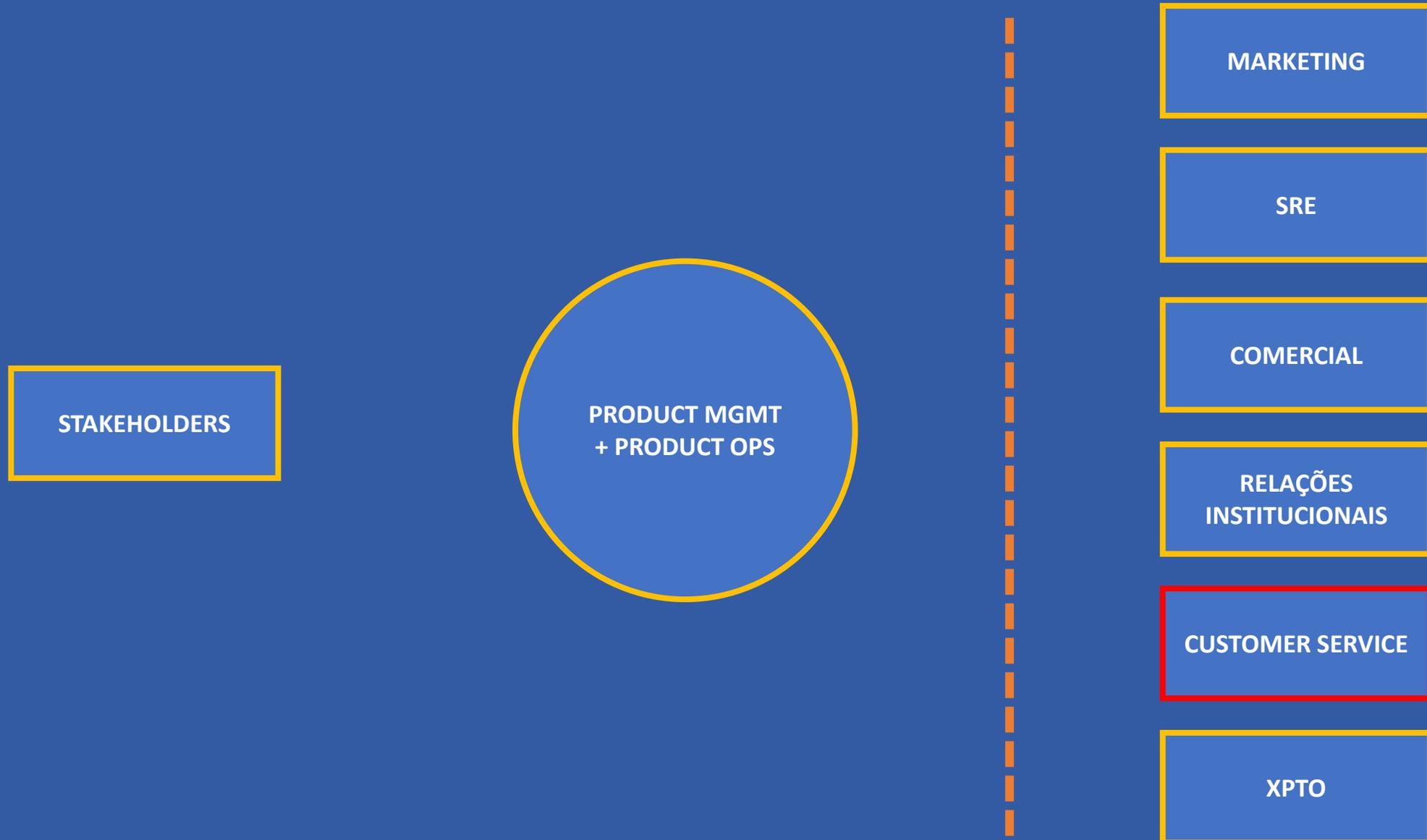


Quando pensamos na
gestão de **produtos** e
serviços, o que pode
dar **errado**? Quais
são os principais
problemas?

- Estratégia
- Comunicação
- Pessoas ao invés de processos
- Falta de indicadores
- Falta de dados estruturados
- Reclamações recorrentes
- Aumento de quadro
- Capacitação
- Sobreposição de funções

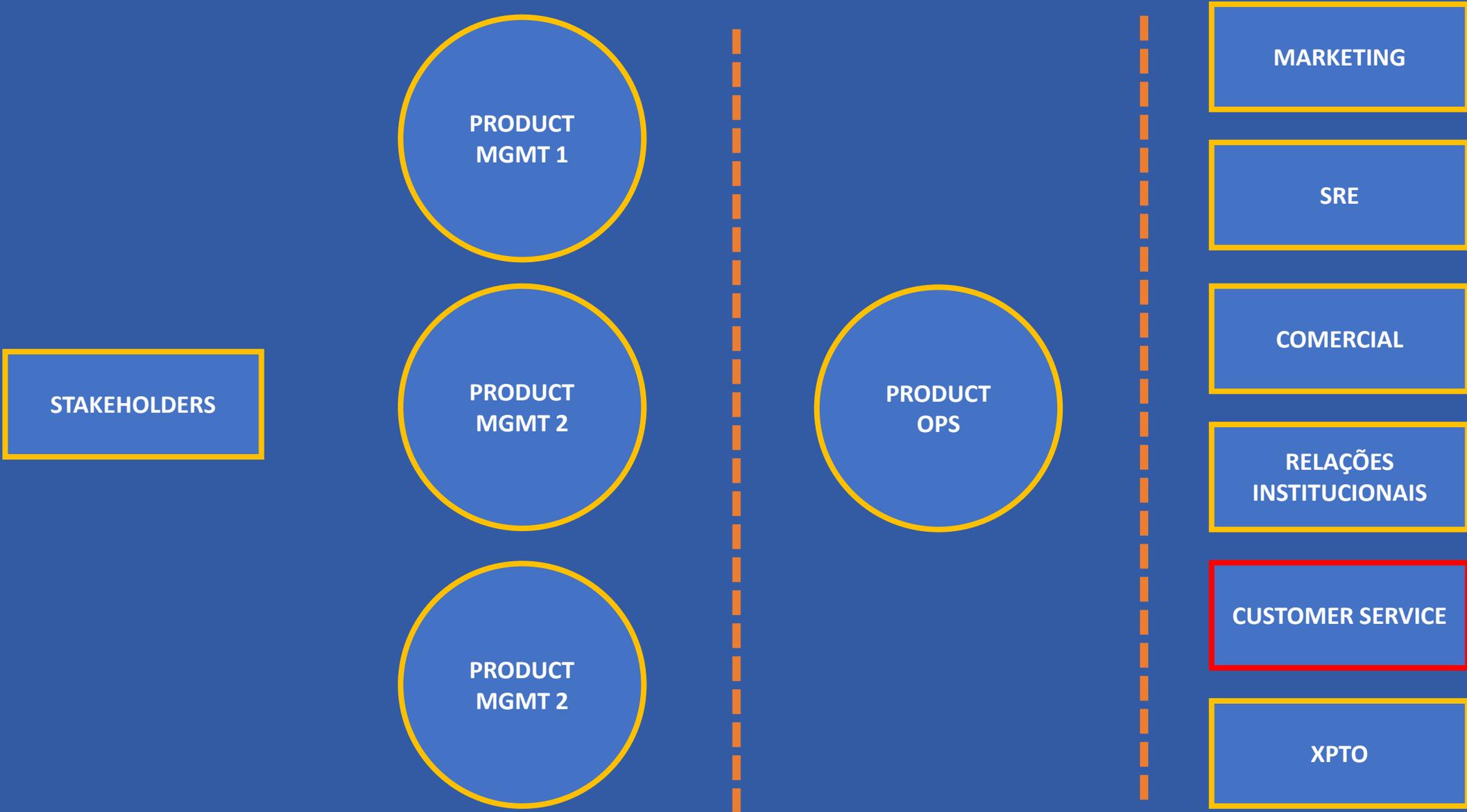
Estrutura de Produtos e Operação.

ProductOps: Como transformar a operação do seu produto.



Estrutura de Produtos e Operação.

ProductOps: Como transformar a operação do seu produto.



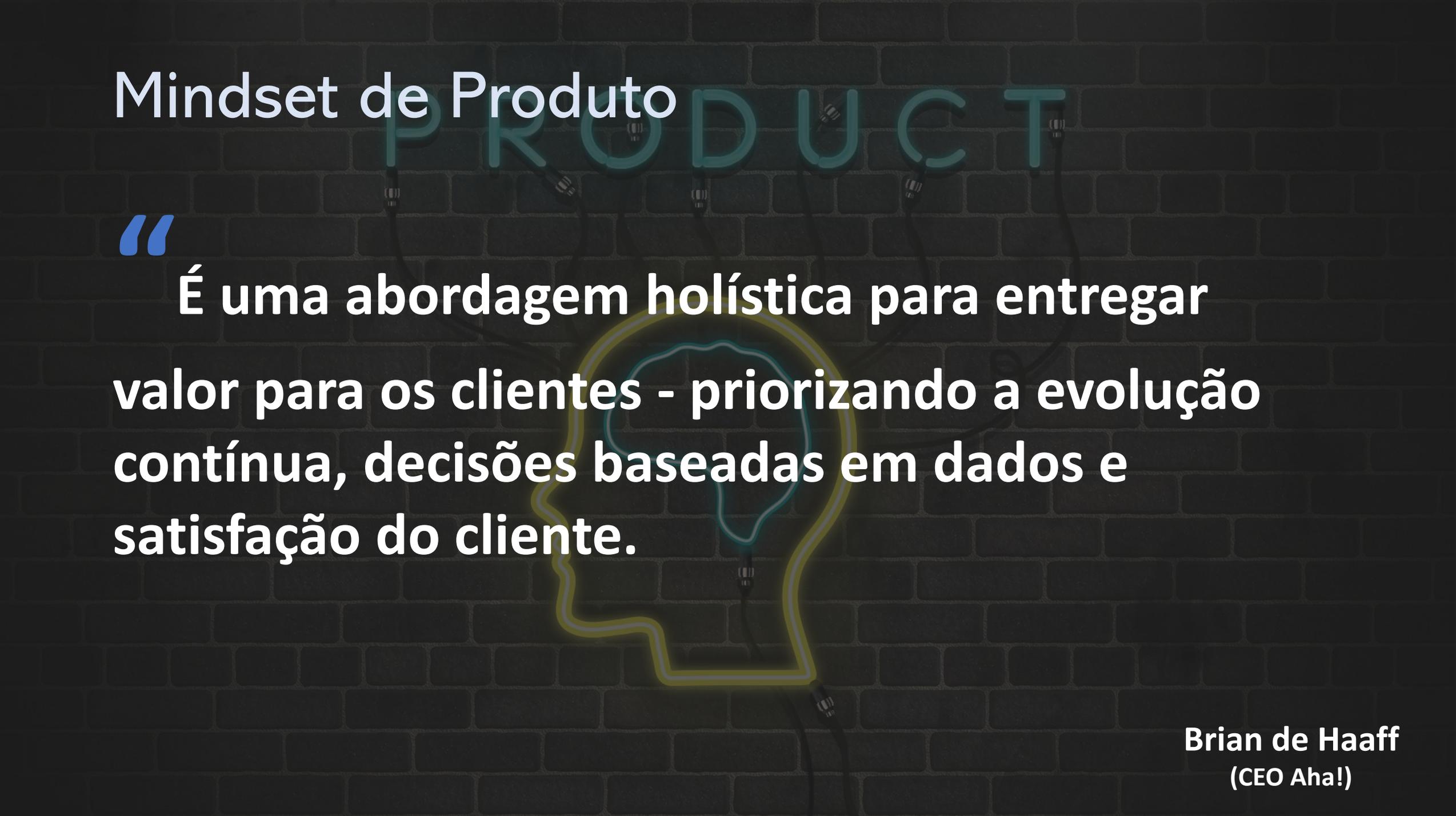
Product Ops

- Processo de Onboarding para novos produtos e serviços de (GTM)
- Estruturar e disponibilizar dados para os times de produto e demais
- Acompanhar os **indicadores** de **operação**
- Apoiar os PM's e demais líderes na tomada de decisões/priorização (*débitos técnicos)
- Definir/propor melhorias nos **processos** (modelo de operação) e ferramentas
- Treinamento/capacitação contínua dos times

Product management

- Definir roadmap
- **Gestão** dos **produtos** e **serviços**
- Colaborar na definição das **estratégias** do negócio
- **Análise competitiva** e de **mercado**
- Definição de novos **modelos de negócio**
- Criação de parcerias estratégicas
- Estudo de viabilidade (técnica e negócio)

Mindset de Produto

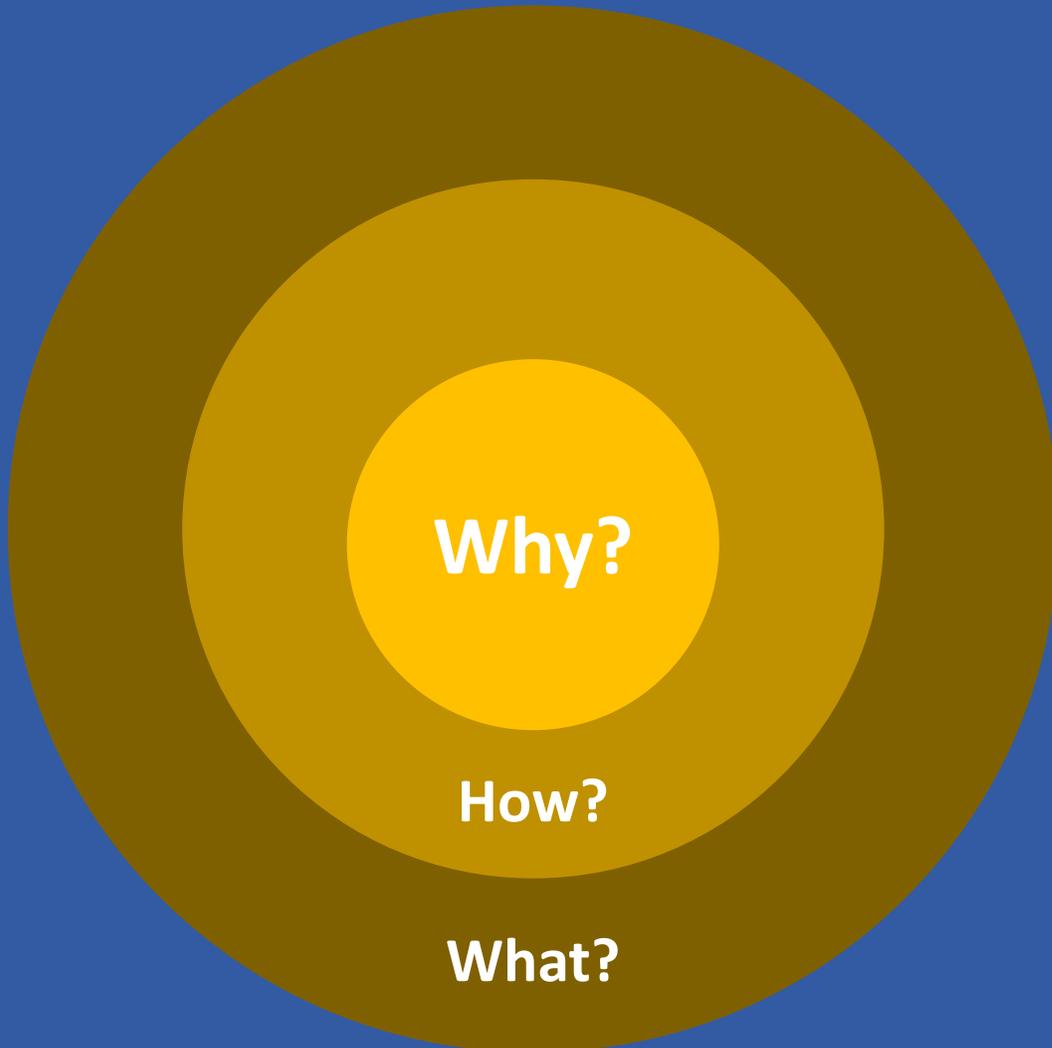


“
É uma abordagem holística para entregar valor para os clientes - priorizando a evolução contínua, decisões baseadas em dados e satisfação do cliente.

Brian de Haaff
(CEO Aha!)

O que pode ajudar na
gestão da Operação?

Golden Circle



Why? (propósito)

Porque nosso produto ou serviço existe.
Como vamos contribuir.

How? (maneira/processos)

Quais são os caminhos e meios para
alcançar e entregar o valor proposto.

What? (produto/serviço)

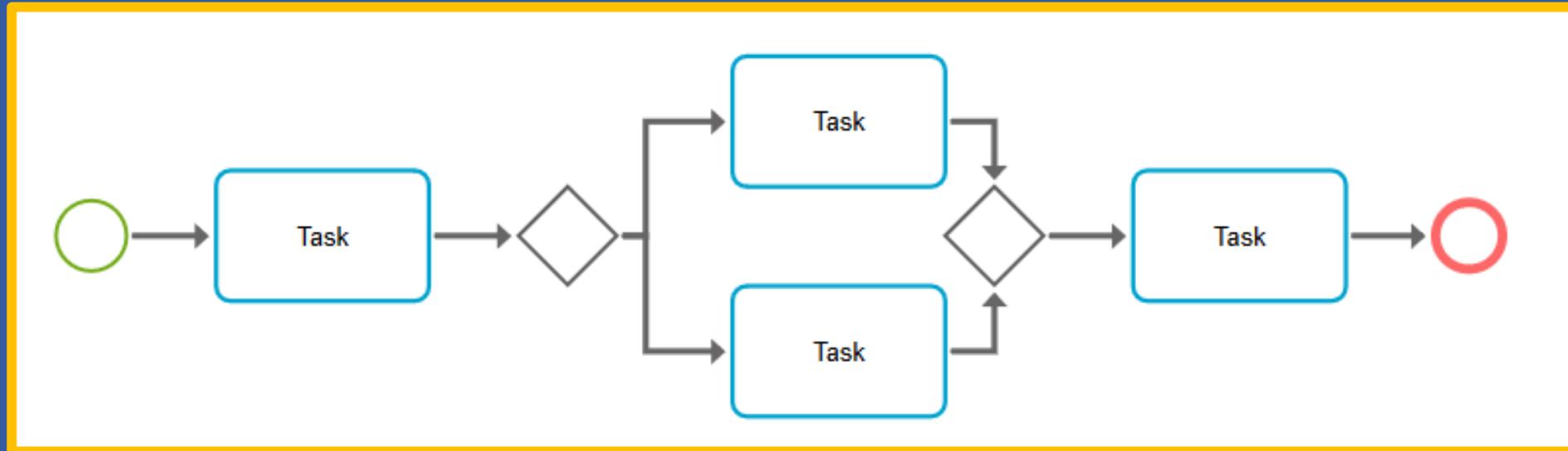
O que fazemos/entregamos.

“As pessoas não compram o que você faz,
elas compram o porque você faz.”

- Simon Sinek

BPM (Business Process Management)

- Uma das vertentes do BPM é o foco nas pessoas (human-centric)



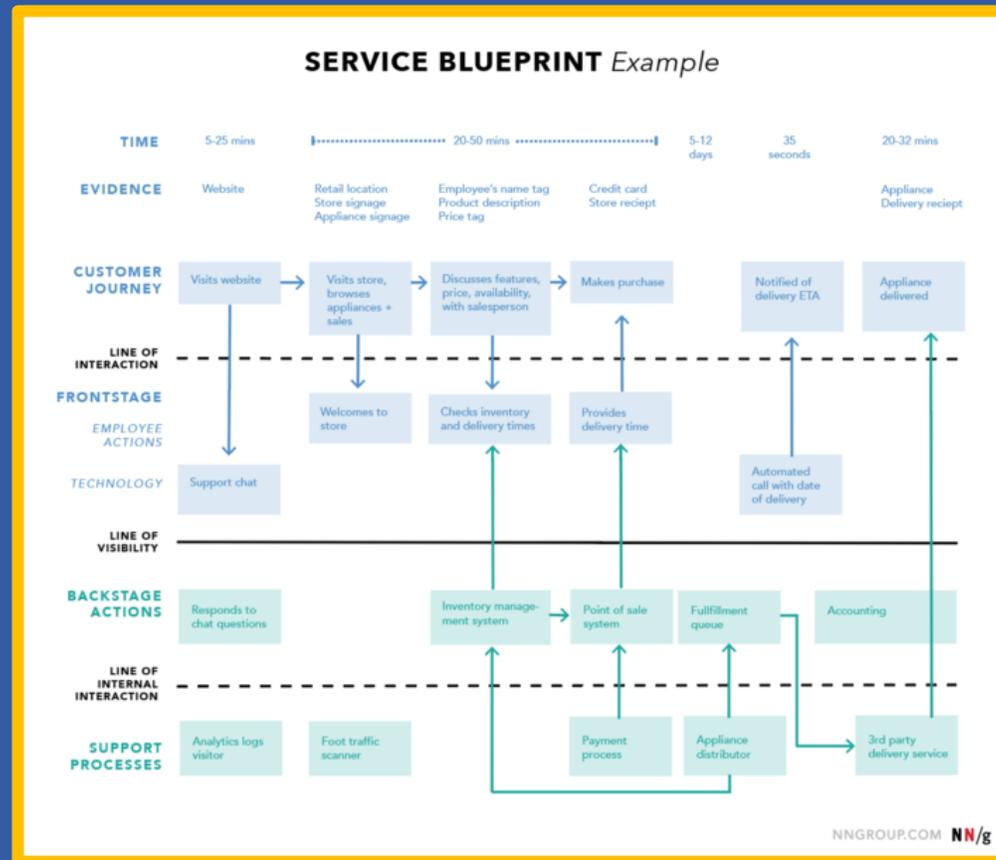
Service Design

“Design de Serviços é a atividade de planejar e organizar pessoas, infraestrutura, comunicação e componentes materiais de um serviço de forma a melhorar sua qualidade e a interação entre a empresa provedora do serviço e os consumidores.” (Wikipédia)

- Como deve ser a experiência do consumidor ao usar este produto ou serviço?
- **Como deve ser a experiência do funcionário ao prestar este serviço?**
- Como uma empresa se mantém fiel à sua missão/propósito e se mantém relevante para o consumidor, ao mesmo tempo?

Blueprint

O blueprint de serviços é um mapeamento detalhado de todos os pontos (ações e interações) de um serviço.



Outputs.
Outcomes.

Outputs

“ação ou efeito de sair”, está relacionado às entregas. Sua aplicação é imediata: eu tenho uma entrada, um processo e uma ou mais saídas estão disponíveis.

Foco no que fazemos/entregamos.

Outcomes

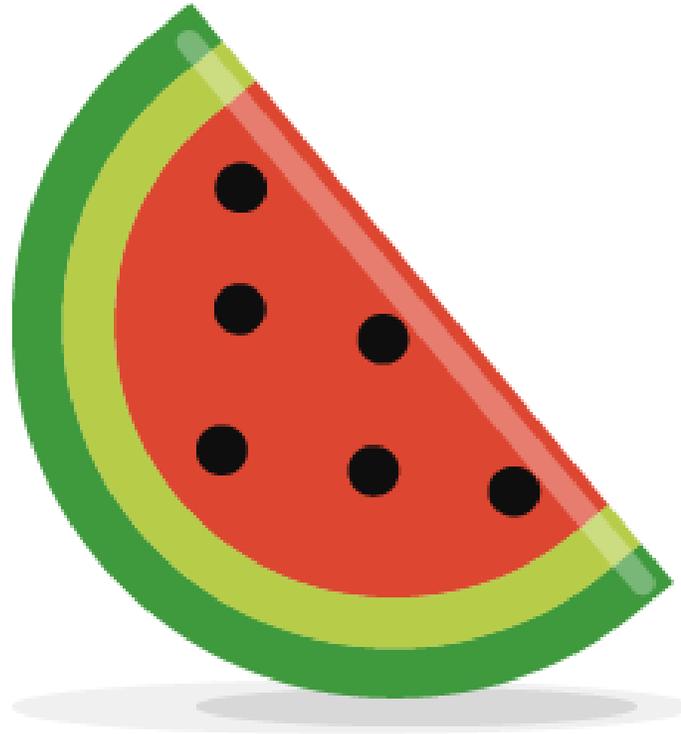
Resultado do “efeito e/ou consequência de uma ação”.
Diferente dos outputs, os resultados normalmente não podem ser obtidos no mesmo instante, mas requer implantação e tempo.

Foco no usuário.

Efeito Melancia

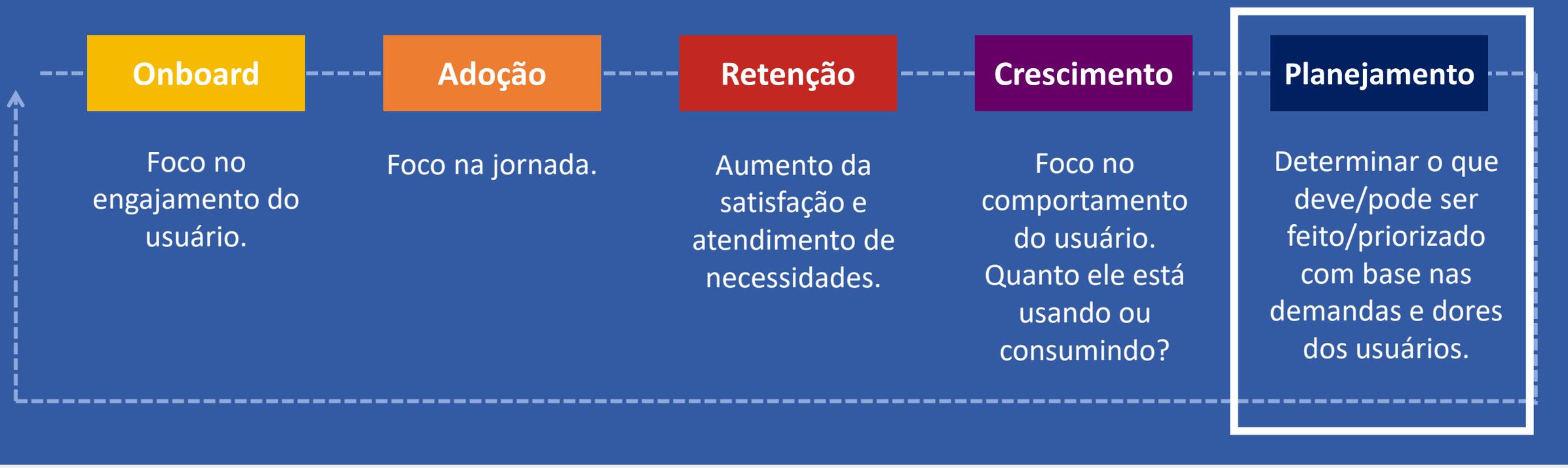
Outputs.

- SLA Atendida
- Features Entregues



Outcomes.
Cliente Insatisfeito

Um último exemplo.



Coleta e geração de Indicadores.

Teoria de Conway.



As organizações que constroem **PRODUTOS** se limitam a produzir entregáveis que são reflexos das estruturas de comunicação das mesmas.

- Melvin Conway
(1968)

Obrigado!

Quer falar sobre produtos,
operação, tecnologia, gestão,
Tricolor Paulista ou até
boardgames?

Daniel Carvalho
daniel.carvalho@gmail.com

