

# Marketing Digital



# Produtos digitais



# GUIA DA AULA 2



# Identifique estratégias de produto



Acompanhe aqui  
os temas que  
serão tratados  
na videoaula.

- Proposta de valor e visão de produto
- Técnicas de priorização



# Proposta de valor e visão de produto



# **o que é proposta de valor?**

...



um método que tem o objetivo de **levar ao seu potencial cliente uma ideia concisa, clara e transparente a respeito de como determinado produto ou serviço será relevante para ele.**

# por que fazer uma proposta de valor?

...

Definir essa ideia é essencial para iniciar um novo negócio.

A empresa consegue **fortalecer a sua marca no mercado**, mostrando ao seu público-alvo por que o seu empreendimento é o ideal para solucionar o problema dele –, e não os seus concorrentes.



# **o que é visão de produto?**

...



um objetivo ou necessidade de negócios de alto nível que fornece **contexto, orientação, motivação e inspiração** para o trabalho de desenvolvimento do produto durante todo o projeto.

# o que é um produto digital?

...



qualquer pedaço de software que as **pessoas utilizam para suprir suas necessidades:** resolução de problemas, satisfação de um desejo ou entretenimento, ou para melhorar suas capacidades.

# **o que é valor?**

toda **qualidade, talento e credibilidade**  
percebida em um serviço ou produto.

...





## roadmap

uma poderosa ferramenta visual e descritiva que  
**apontará como será o produto ou projeto a cada  
período de sua evolução.**

Essa “bússola gerencial” alinhará todos os stakeholders (interessados no projeto) em torno dos mesmos passos sequenciais rumo à construção total do produto. Deixará todos os envolvidos cientes do processo de evolução e quais variáveis envolvem esse caminho.

O Roadmap não é um cronograma, ele irá auxiliar a tornar visível cada etapa do processo de construção do produto.



# Técnicas de priorização



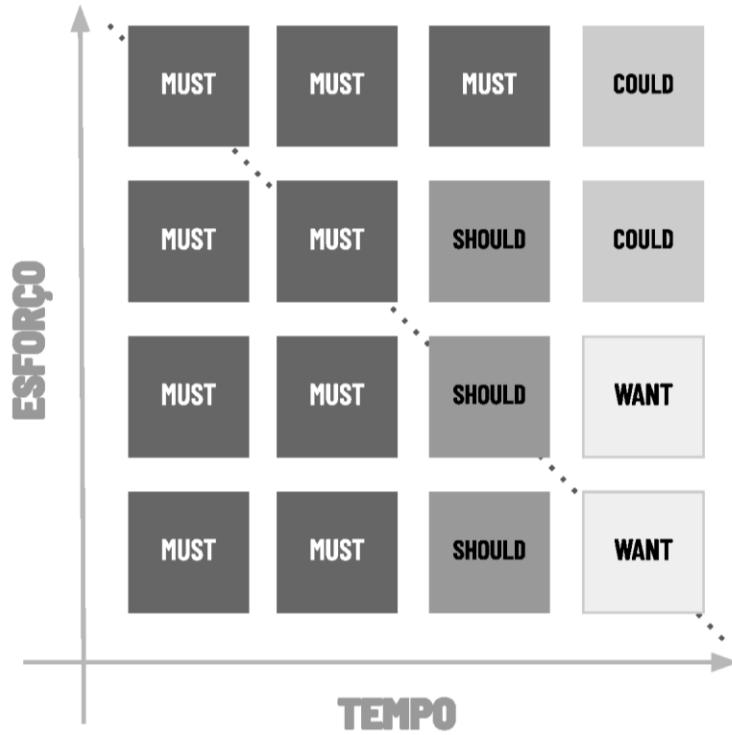
# priorização

...

Trabalhar com o backlog do produto é muito importante para o gestor de produto, assim é possível garantir que todas as etapas identificadas no roadmap **possam ser cumpridas para garantir a entrega do produto dentro da cadência esperada.**

Manter o backlog atualizado, devidamente preparado para o trabalho do time e com as dependências externas e internas mapeadas garante um roadmap mais realista, **refletindo valor para os clientes e para o negócio.**





## MoSCoW

"Must have" (deve ter), "Should have" (deveria ter), "Could have" (poderia ter), e "Won't / Would have" (poderia / não vai ter).

Os rótulos estão em ordem de prioridade decrescente, com: "Must have"/ "deve ter" sendo aquelas características que sem as quais o produto não terá valor, e, "Won't have"/"não terá" sendo aquelas características que embora sejam boas, sua inclusão não é necessária.



Problema	Gravidade (G)	Urgência (U)	Tendência (T)	Resultado
Item 1				
Item 2				
Item 3				
Item 4				

...



## matriz GUT

G = Gravidade U = Urgência T = Tendência

É uma ferramenta da qualidade utilizada para a priorização de tomadas de decisões. Por esse motivo, também é conhecida como **Matriz de Prioridades**.

A Matriz utiliza esses três elementos para classificar algum problema ou ação e, com isso, priorizá-lo.

# matriz GUT

## → gravidade

Representa o **impacto do problema para os envolvidos**, caso ele esteja acontecendo ou venha acontecer. É o momento de analisar o quão grave é (será) o problema ou ação para a empresa, processo ou pessoas.

## → urgência

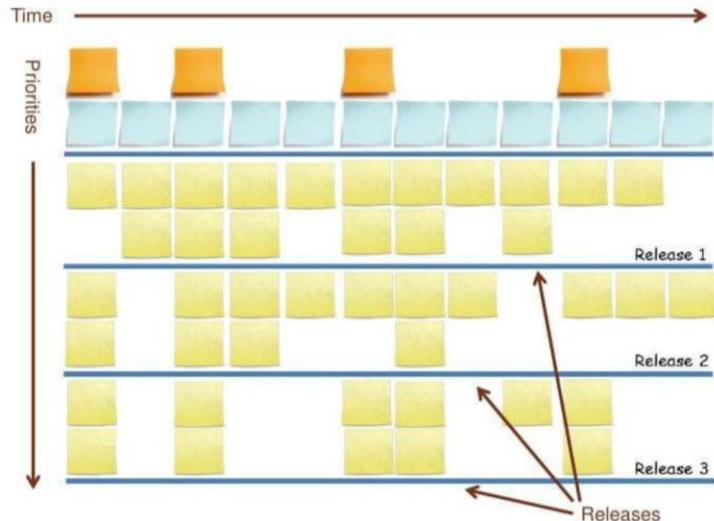
Representa o **prazo ou tempo disponível para a resolução do problema ou execução da ação**. Quanto mais urgente for, menor será o tempo disponível para trabalhar no problema ou ação.

## → tendência

Representa **o potencial de crescimento do problema ou ação**, ou seja, a probabilidade de se agravar com o passar do tempo (caso nada seja feito). Além do crescimento, a tendência de redução ou desaparecimento do problema também podem ser consideradas na análise da tendência.

•••





# story mapping

**Um eixo horizontal que indica tempo;**  
**Um eixo vertical que indica necessidade.**

Primeiro organizamos as atividades, começando pelas que levam menos tempo e são mais importantes, no eixo horizontal;  
Depois, colocamos logo abaixo das atividades as histórias e tarefas, verticalmente e horizontalmente;

Após as tarefas estarem organizadas na planilha ou quadro, o próximo passo é fazer o corte de releases.



# story mapping

## → visibilidade do quadro

Caso consiga usar um quadro e deixar na parede, seria ótimo, pois todos que quiserem saber o andamento do produto só precisam olhar para o quadro.

É muito bom para quando o produto estiver na fase de MVP, porque facilita a visualização de cada MVP separadamente e isso ajuda a alinhar a expectativa dos stakeholders e manter o time alinhado com o propósito do negócio.

...



# Bons estudos!

