

# Marketing Digital



# Produtos digitais



## GUIA DA AULA 2



# Identifique estratégias de produto

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



Acompanhe aqui  
os temas que  
serão tratados  
na videoaula.



# 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.

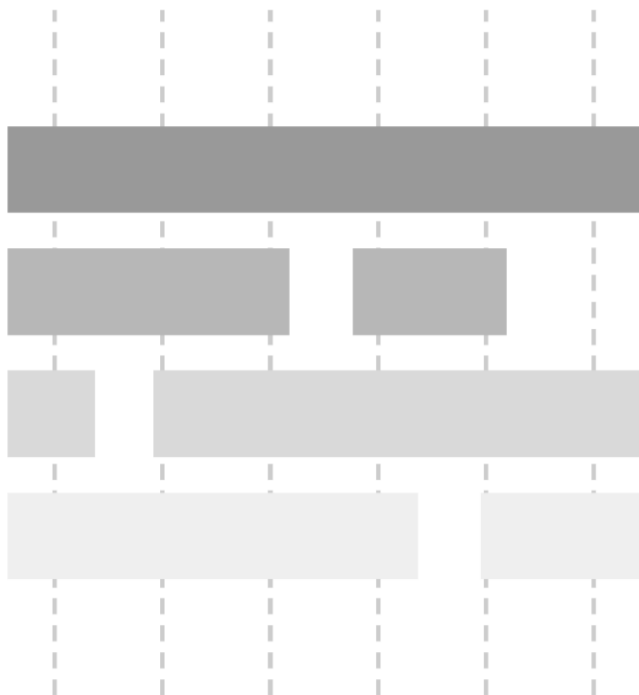




o que é  
valor?

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

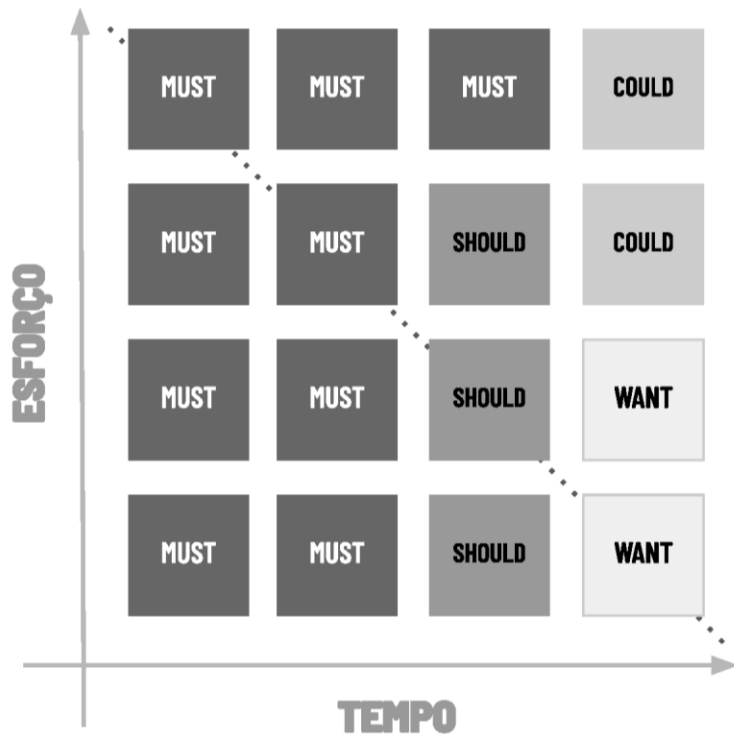


## priorização

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.

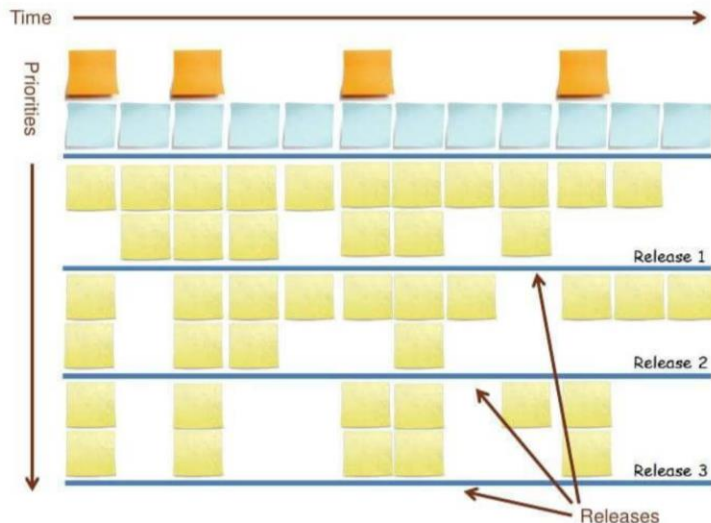
## → urgência

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!

