

GDG
FLORIPA

PRODUCT THINKING

DISCOVER ULTIMATE
PRODUCT VALUE



PRODUTOS

ESTÃO POR TODO CANTO

E CLIENTES QUEREM
INOVAÇÃO

84% [dizem](#) que é determinante que a empresa da qual estão adquirindo seja **inovadora**

62% [disseram](#) fariam parte de um **programa de fidelidade**

+80% das empresas que priorizam a **experiência** tem **aumento na sua renda**

PROCESSO TRADICIONAL

PRODUCT DEVELOPMENT & LAUNCH



PRELIMINARY



DETAILED



DEVELOPMENT



TEST VALIDATION

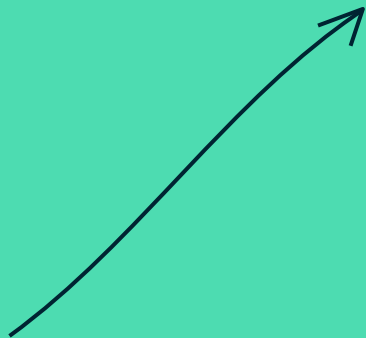


LAUNCH



SUCESSO

EXPECTATIVA X REALIDADE



What people think
it's looks like



What it really
looks like



Tumblelogs are blogs with less fuss and more stuff. **Tumblr is your friendly and free tool for creating tumblelogs.**

[Log In](#) [Sign Up](#) [FAQ](#)

FEATURED TUMBLELOGS



Copyright © 2007 Davidville, Inc.



- **Arts and Humanities** - Architecture, Photography, Literature...
- **Business and Economy** [Xtra] - Companies, Investments, Classifieds...
- **Computers and Internet** [Xtra] - Internet, WWW, Software, Multimedia...
- **Education** - Universities, K-12, College Entrance...
- **Entertainment** [Xtra] - Cool Links, Movies, Music, Humor...
- **Government** - Politics [Xtra], Agencies, Law, Military...
- **Health** [Xtra] - Medicine, Drugs, Diseases, Fitness...
- **News and Media** [Xtra] - Current Events, Magazines, TV Newspapers...
- **Recreation and Sports** [Xtra] - Sports, Games, Travel, Autos, Outdoors...
- **Reference** - Libraries, Dictionaries, Phone Numbers...
- **Regional** - Countries, Regions, U.S. States...
- **Science** - CS, Biology, Astronomy, Engineering...
- **Social Science** - Anthropology, Sociology, Economics...
- **Society and Culture** - People, Environment, Religion...

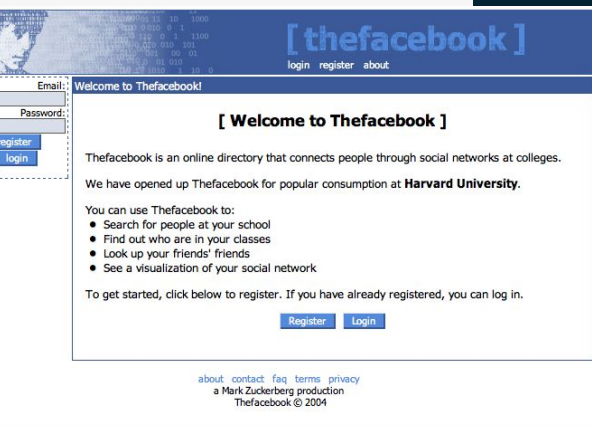
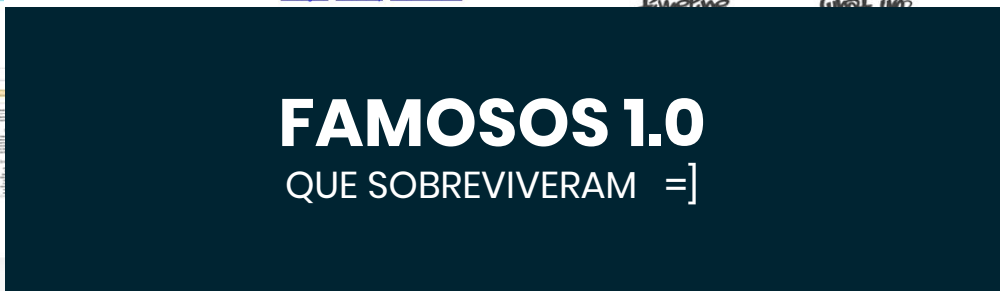
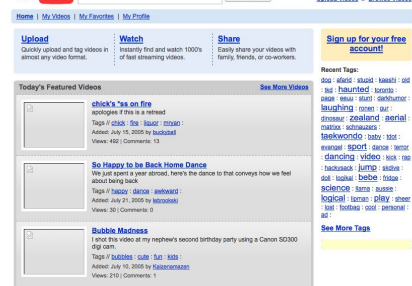
Yahoo!Gang! - Yahoo! Shop - Yahoo! Internet Life



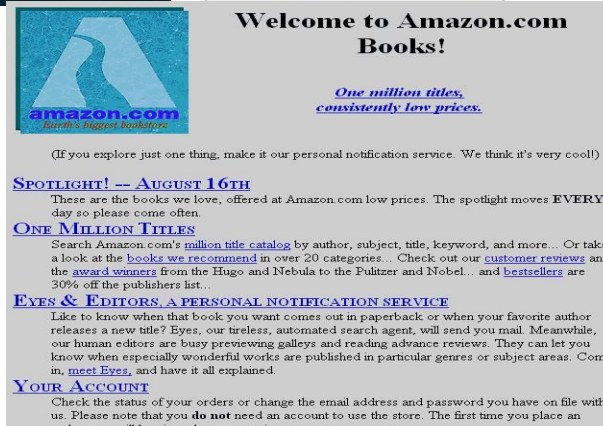
Use twttr to stay in touch with your friends all the time. If you have a cell and can txt, you'll never be bored again...EVER!

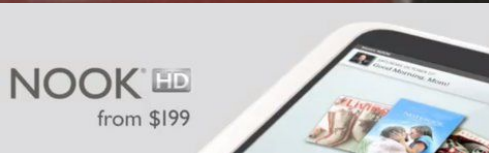


Upload, tag and share your videos worldwide



Copyright ©1996 Google Inc.





MAS NEM TODOS SOBREVIVEM...



NA VERDADE

A MAIORIA DOS PRODUTOS
NÃO OBTÉM SUCESSO

Clayton Christensen: 30.000 produtos todo ano, 95% deles falha

Joan Schneider: <3% de novos produtos excederam o faturamento no primeiro ano de vendas de \$50 milhões

Jack Trout: famílias americanas, compram repetidamente os mesmos 150 produtos, o que constitui 85% do total da casa

QUANTAS VEZES SE DEVE TENTAR?



1x

Steve Jobs got fired from his own company before returning as CEO in 1997



9x

Ivo Pitanguy tentou vestibular para Medicina



1.000x

Sylvester Stallone foi rejeitado antes de conseguir atuar



10.000x

Thomas Edison criou protótipos falhos antes de ter sucesso

NOVOS PRODUTOS

A TRAJETÓRIA DE 01 SUCESSO

3000

IDEIAS



100

PROJETOS



2



LANÇAMENTOS

1



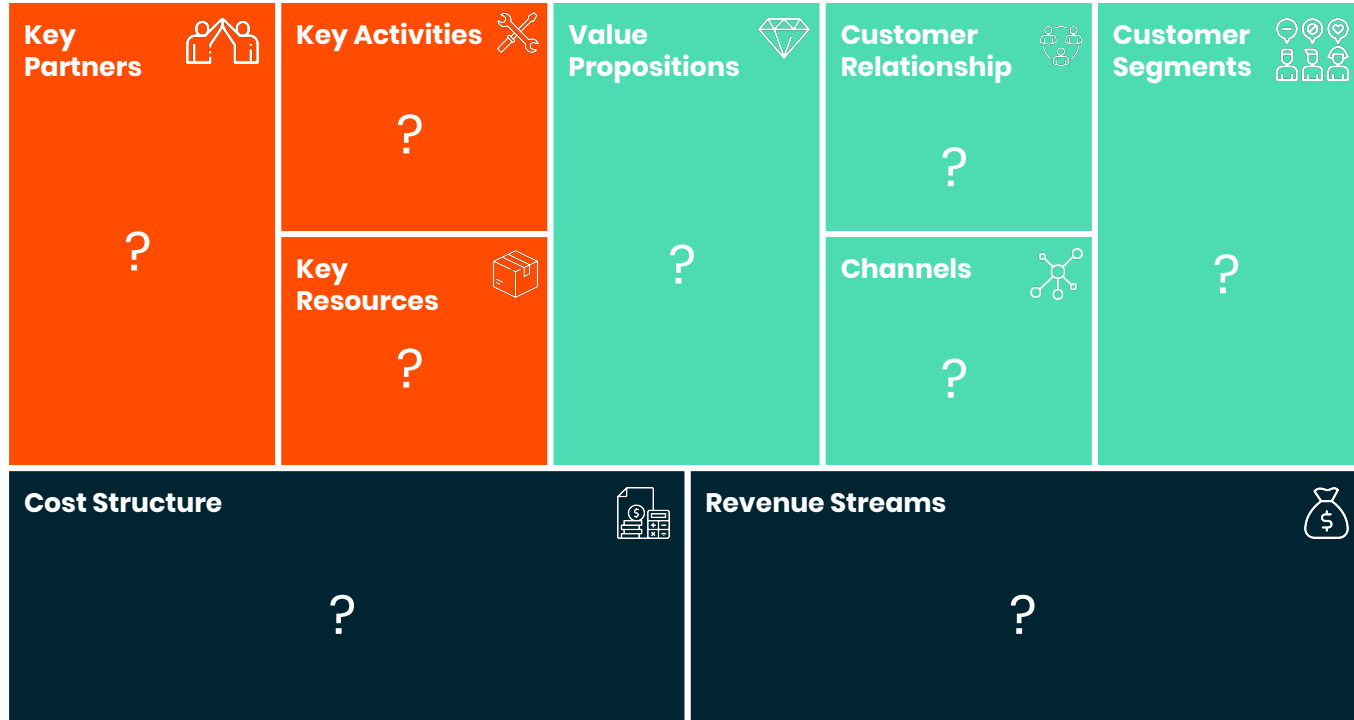
SUCESSO

POR

QUE?

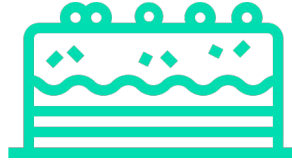
CANVAS

BMC



MVP

MINIMUM VIABLE PRODUCT



**Soluções incorretas
podem ser corrigidas
–
problemas inexistentes
não são ajustáveis.**

*"It's not the customer's
job to know what they
want"* — Steve Jobs



Me ajude
mais rápido



Me conheça
melhor



Wow me
everywhere

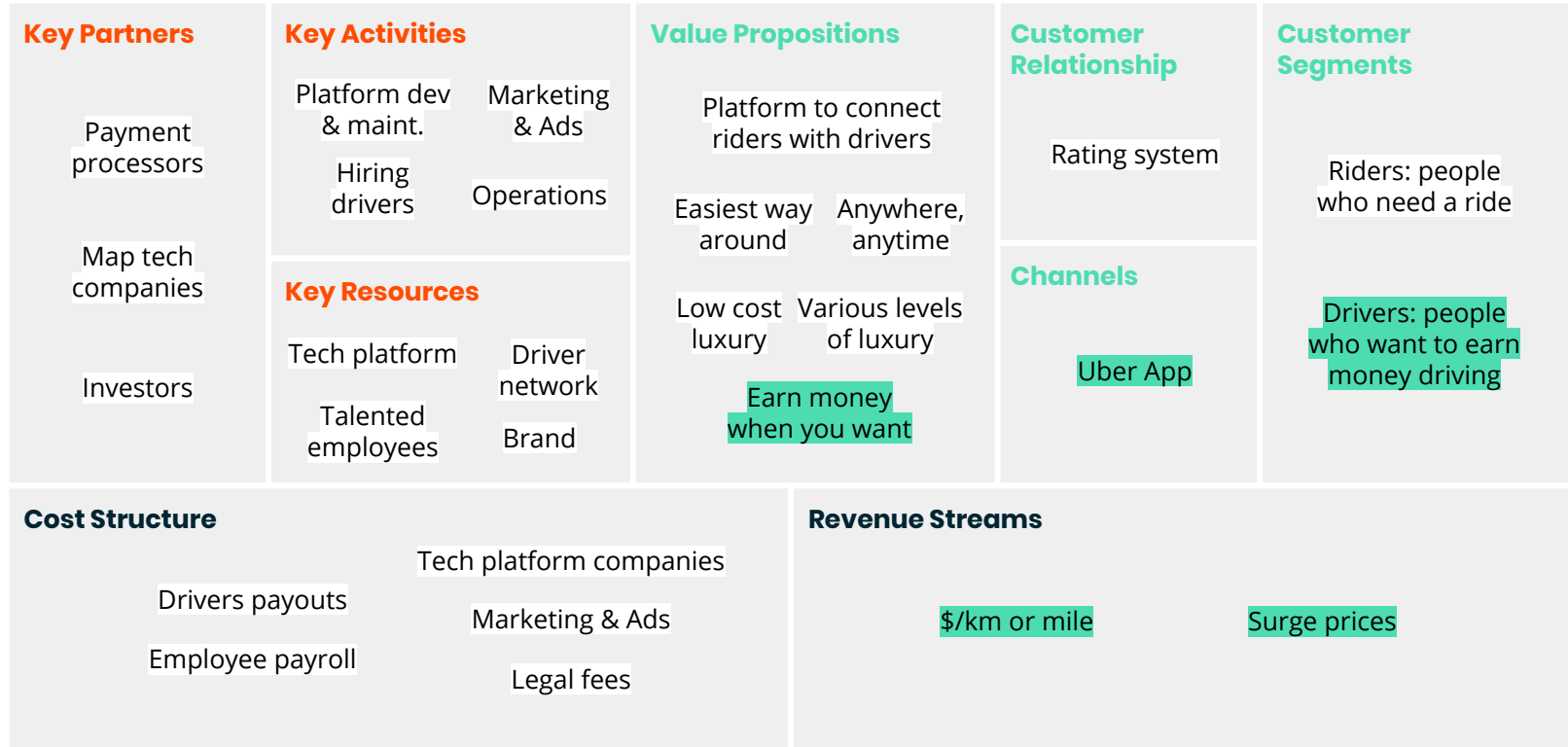
CASE UBER

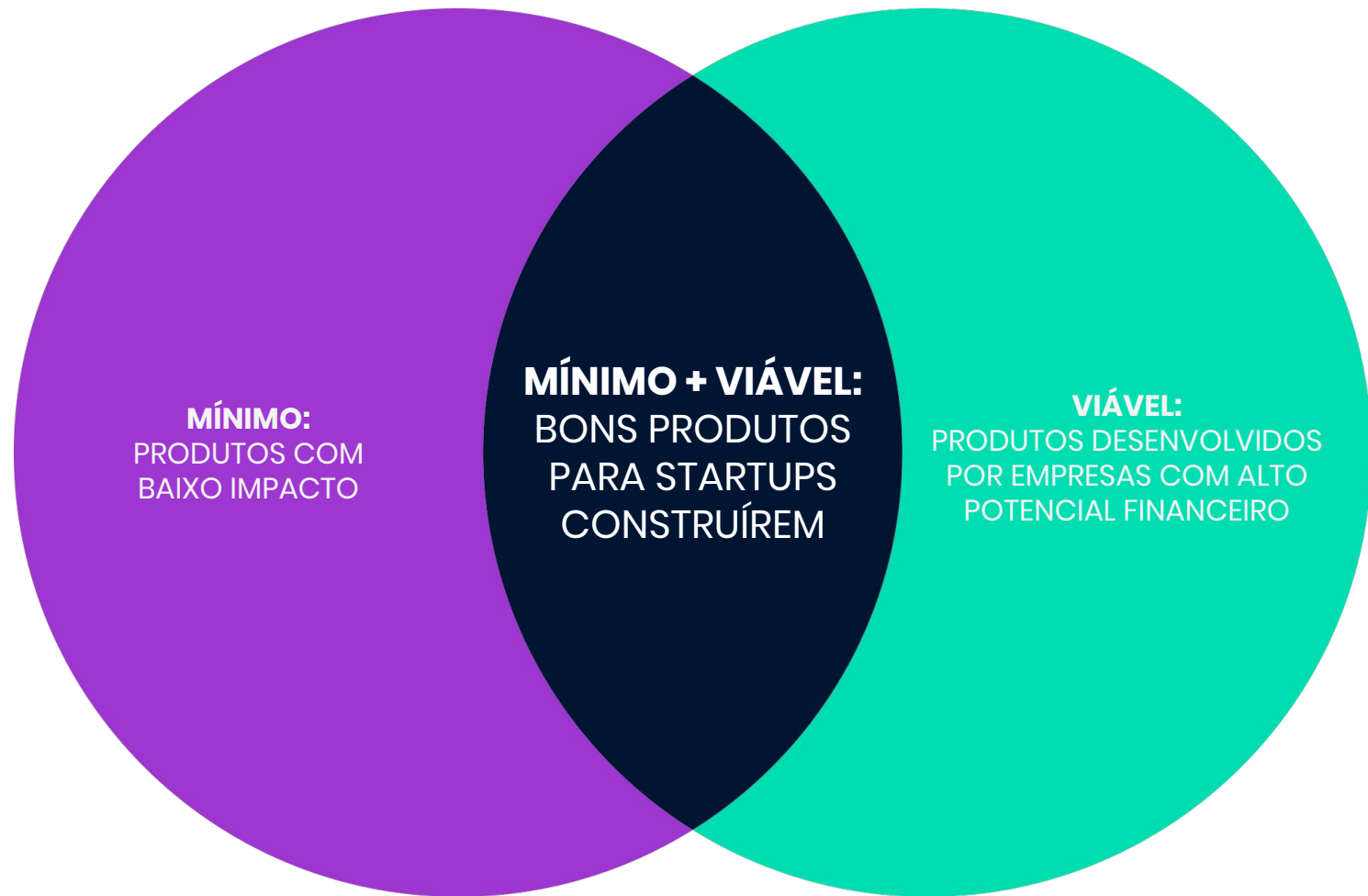
CORE USER EXPERIENCE



PENSE EM PRODUTOS, NÃO EM FEATURES

BMC UBER





PRODUCT THINKING

DEFINIÇÃO

É uma abordagem holística para desenvolvimento e design de produtos inovadores e que gerem valor

Entender as necessidades das pessoas ao invés de implementar a última tecnologia cegamente

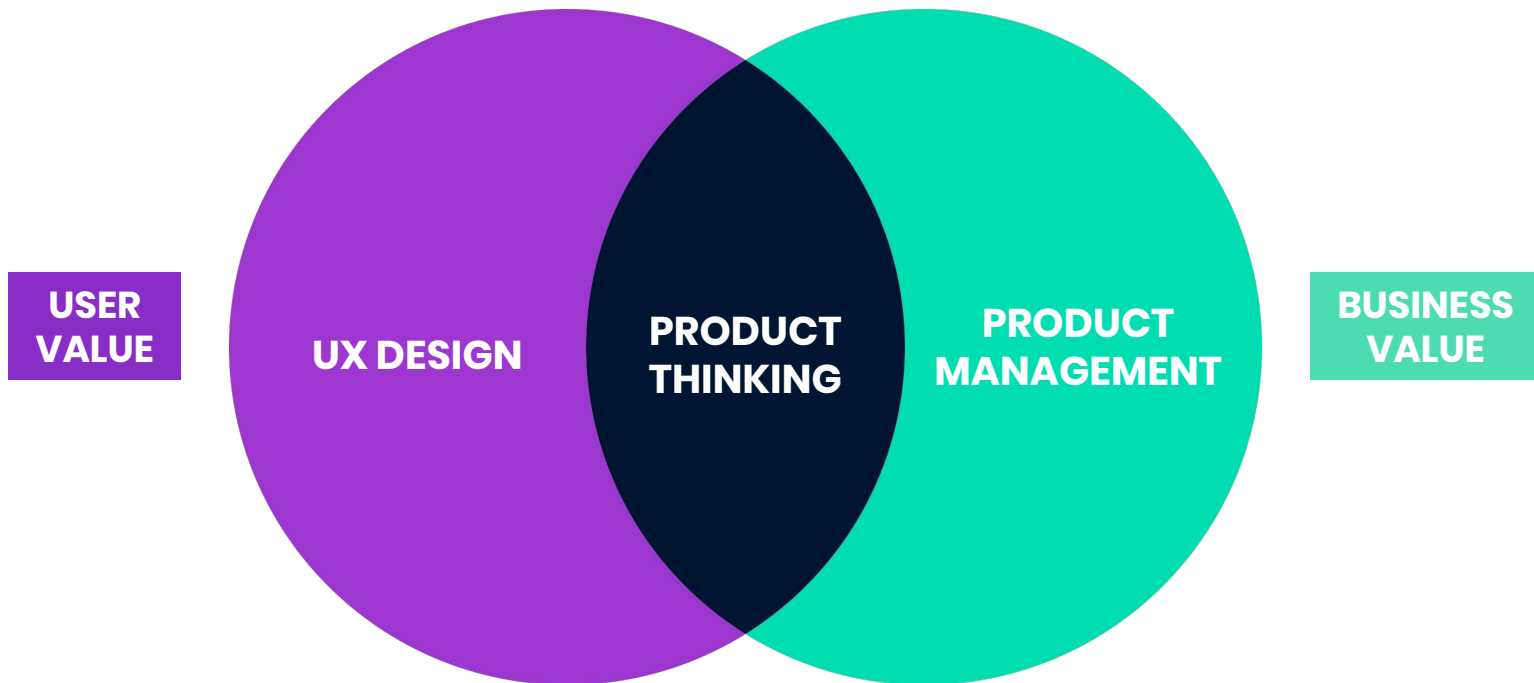
Proporcionar uma experiência do usuário simples e prazerosa ao invés de um desgaste complexo e frustrante

Gerar insights suportados pelas pessoas ao invés de baseados na intuição do business

Aprimorar continuamente ao invés de buscar perfeição na primeira tentativa

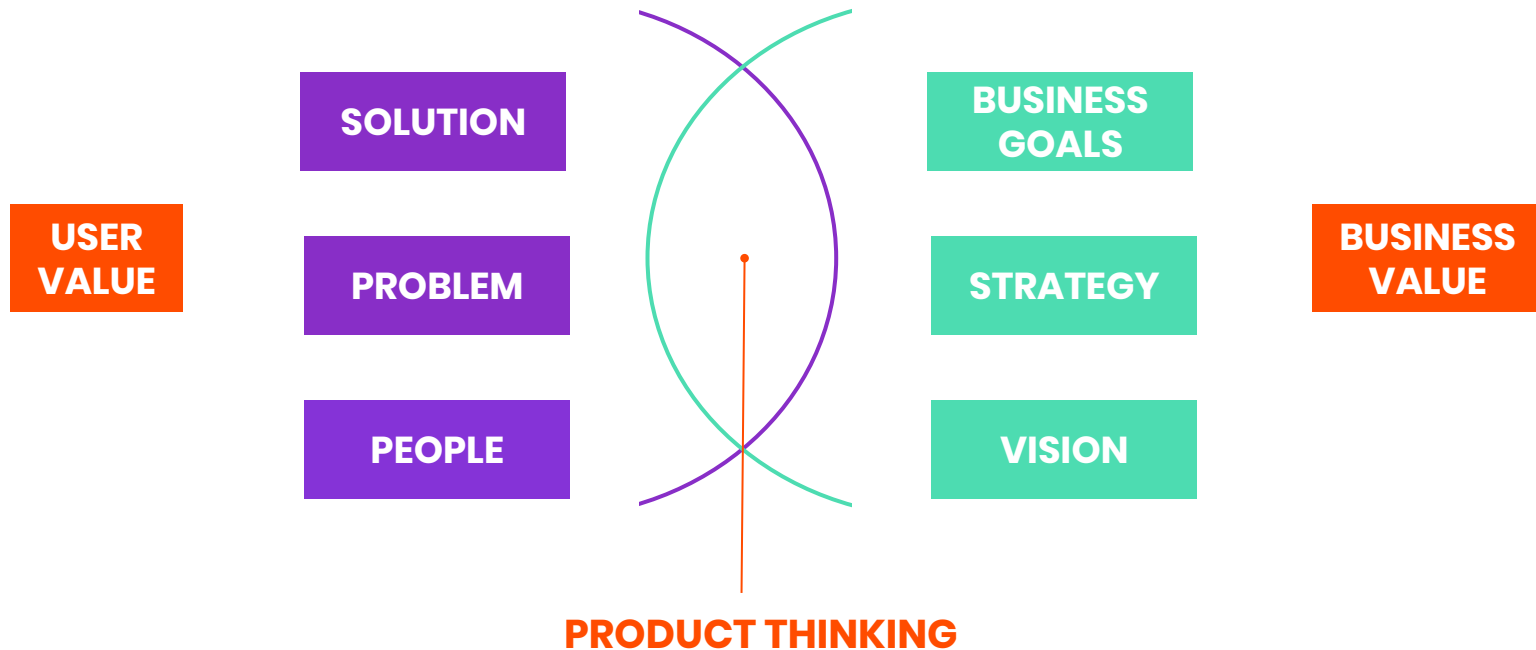
PRODUCT THINKING

MINDSET



PRODUCT THINKING

MINDSET



BONS PRODUTOS

COMEÇAM COM BOAS PERGUNTAS



Por que estamos
fazendo isso?



Para quem estamos
fazendo isso?



Que problema
estamos tentando
resolver?



Como estamos
resolvendo o
problema?



O que queremos
alcançar?

PRODUCT THINKING

FLOW



PRODUCT THINKING CANVAS

USER FIRST		JOB TO BE DONE		OUTPUT	
PROBLEM What problem do we solve?		VISION Why are we doing this?		GOALS What do we want to achieve?	
		WHAT YOU CAN DO WITH OUR PRODUCT Human-centered, product-oriented and business-relevant		FEATURES What are we doing?	
TARGET AUDIENCE For whom are we doing this?		STRATEGY How are we doing this?			

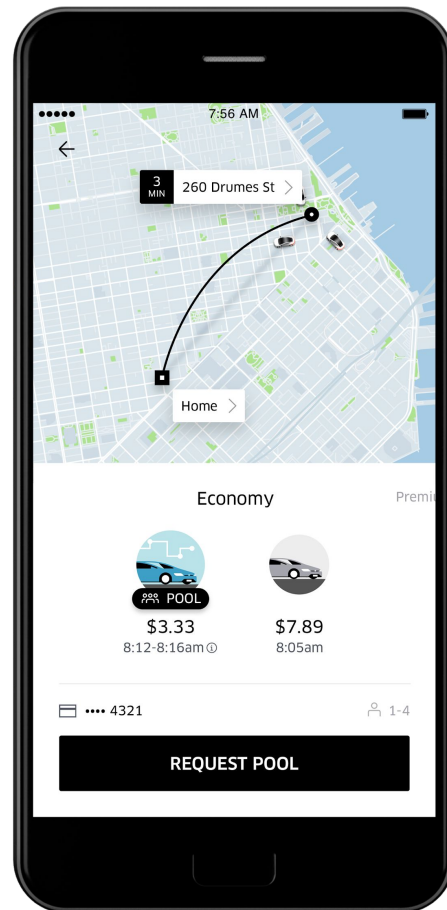
DEFINIÇÃO DE PRODUTO

CASE UBER

Para ir de ponto A ao ponto B, de qualquer lugar a qualquer hora (Visão),
nosso produto vai resolver a vida de amantes de bons drinks e happy hours (Audiência)
que tem problema de ir para casa de um bar à noite (Problema)
disponibilizando uma maneira simples de obter uma carona (Estratégia).
Sabemos se o nosso produto funciona quando tivermos mais pedidos de caronas (Objetivo)

DEFINIÇÃO DE PRODUTO

CASE UBER



“Here’s what our product can do” and “Here’s what you can do with our product” sound similar, but they are completely different approaches.

— Jason Fried (@jasonfried) November 13, 2013

PRODUCT THINKING

IN A NUT SHELL

Human-centered, product-oriented e business-relevant

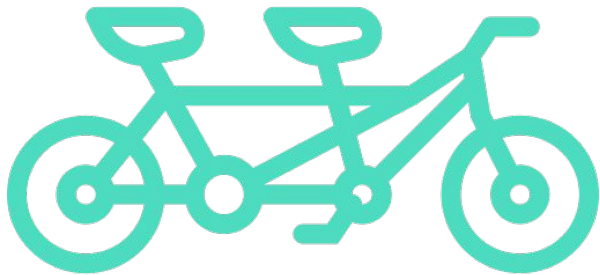
Faz com que trabalhem melhor juntos: descobrir e entender, alinhar e concordar

Constrói o produto certo para as pessoas certas servindo necessidades existentes e direcionam a missão da empresa

Constrói uma ponte entre a realidade das necessidades das pessoas e a visão do negócio

DIRIGINDO O TANDEM

DIFÍCIL SOZINHO, MAS MAIS FÁCIL, MAIS RÁPIDO
E MAIS EFICIENTE, JUNTOS <3



Estabelece uma relação frutífera
entre PM e UX, levando a produtos
mais poderosos

Cria um time de alta performance

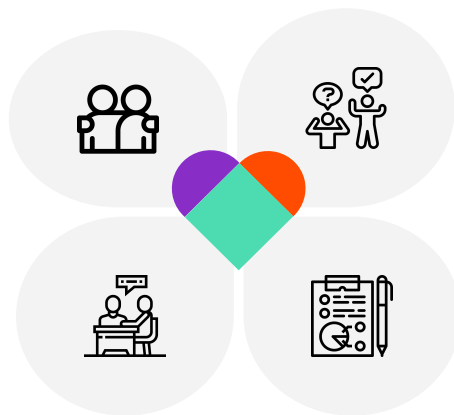
Falam a mesma língua

TRABALHANDO JUNTOS

DA MELHOR MANEIRA POSSÍVEL

Envolva o UX nas decisões estratégicas e de negócio/ envolva o PM na pesquisa com usuários

Mantenham uma conversa contínua



Se complementem, mas tentem se desafiar com suas perspectivas únicas

Respondam às perguntas certas conjuntamente e construam produtos com propósito para as pessoas e que gerem valor para o negócio

FALHEM, APRENDAM E CRESCAM, JUNTOS

**POR TRÁS DE CADA GRANDE PRODUTO,
EXISTE UMA PODEROSA SINERGIA ENTRE
UX DESIGNER E PRODUCT MANAGER,
FAZENDO COM QUE O TIME DE
DESENVOLVIMENTO SEJA EMPODERADO
PARA ENTREGAR O SEU MELHOR.**

VERÔNICA CHAOUI SANTOS
MANAGER OF ANALYTICS, NEOWAY

No seu papel como Manager of Data Analytics e Scrum Master na Neoway, Verônica foca em valores ágeis, empoderamento e alto desempenho junto às equipes. Busca criar um ambiente saudável e sustentável que atenda o time e as necessidades dos clientes.

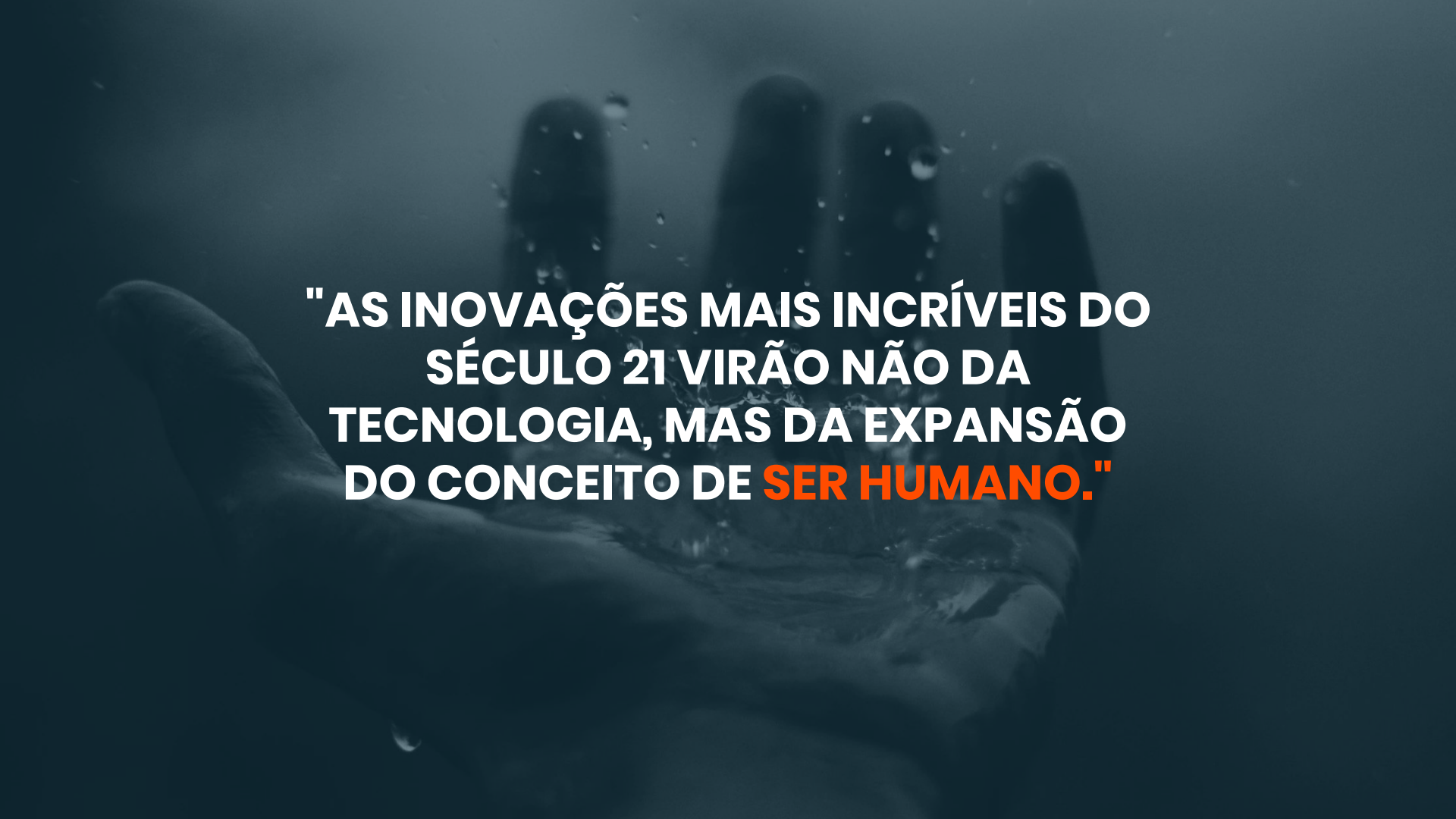


ROBERTA LINGNAU DE OLIVEIRA
SENIOR PROJECT MANAGER, CHEESECAKE LABS

No seu papel como Project Manager na Cheesecake Labs, Roberta tenta promover o pensamento inovador e adaptativo, alinhado com as necessidades dos parceiros, o time de alta performance da CKL e a sua cultura ímpar.

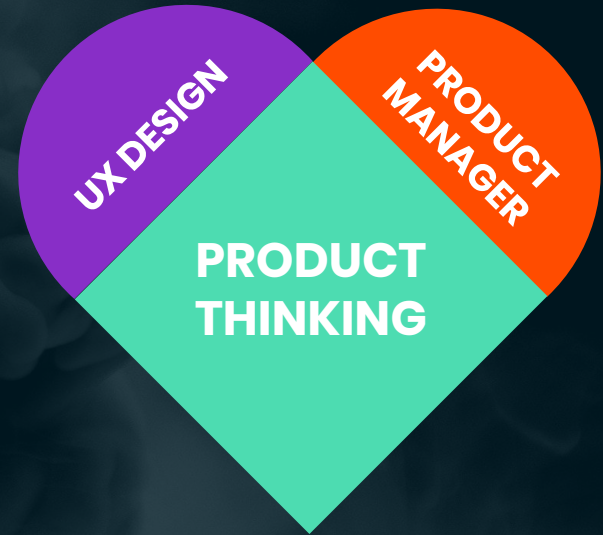


NÓS SOMOS A LILT
**TRANSFORMAÇÃO
E PROPÓSITO**

A close-up, low-key photograph of a human hand held palm up, filled with water. Numerous small, bright bubbles are trapped within the water, creating a textured, shimmering effect. The background is a dark, out-of-focus blue-grey, making the hand and the light reflecting off the water and bubbles stand out. The overall mood is contemplative and ethereal.

**"AS INOVAÇÕES MAIS INCRÍVEIS DO
SÉCULO 21 VIRÃO NÃO DA
TECNOLOGIA, MAS DA EXPANSÃO
DO CONCEITO DE **SER HUMANO.**"**

OBRIGADA!



REFERÊNCIAS

[Why Product Thinking is the next big thing in UX Design](#)

[Do You Agree that Product Thinking Is the Next Big Thing in UX Design?](#)

[Product thinking: definindo o produto antes de começar a desenhá-lo](#)

[The Definition of User Experience \(UX\)](#)

[Why product thinking is the next big thing in UX design](#)

[Presentation Design inspo](#)

[Why Product Management and UX Design are Key to Success](#)

[Innovation, Non-Consumption and The Job to be Done — Clay Christensen](#)