



# Gestão de Produto

**Mauro Radomile**

Business Director at CI&T  
mscatena@ciandt.com

**Luiz Reolon**

Head of Experience e Product Management  
reolon@ciandt.com

VOCÊ TRABALHA COM  
**PROJETOS OU PRODUTOS?**



**A: PROJETO**



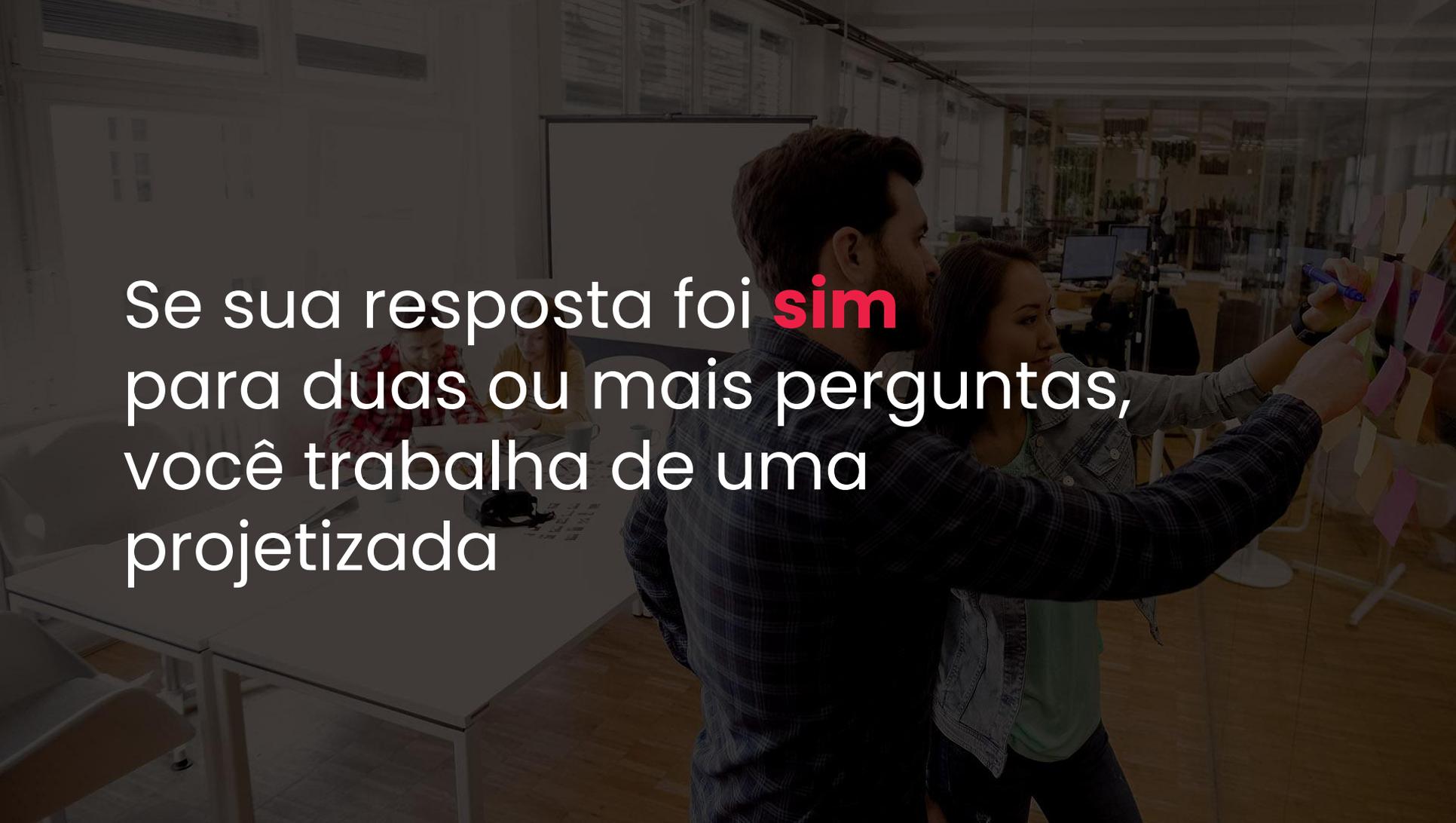
**B: PRODUTO**

# Gestão de produto

As principais diferenças entre a gestão de projetos e produtos.

## Checklist: Responda **SIM** ou **NÃO**

1. O seu orçamento é anual?
2. Hoje, você detalha, especifica as suas necessidades para o seu time ou parceiro de tecnologia desenvolver?
3. Você entende a dor do seu cliente antes de pensar em uma solução?

A man and a woman are in a modern office. The man, wearing a plaid shirt, is pointing at a glass wall covered in colorful sticky notes. The woman, wearing a denim jacket, is looking at the notes. In the background, there are desks with computers and other office equipment. The text is overlaid on the left side of the image.

Se sua resposta foi **sim**  
para duas ou mais perguntas,  
você trabalha de uma  
projetizada



## Foco na entrega

O sucesso de um projeto é medida para pelo cumprimento dos custos, prazos e uma defesa do **escopo inicial**.

**PROJETO**



## Foco no resultado

O sucesso do projeto é medido pelo atingimento dos objetivos e **resultados** definidos, sempre **focados no cliente final** da solução.

**PRODUTO**



## Alvo

**Pré-definido e fixo**, onde qualquer mudança à vista como chance request e exige uma revisão de prazos, custos e escopo.

**PROJETO**



## Alvo

Em constante **movimento** e a gestão utiliza de técnicas e métodos para ajustar o produto para atender essas “novas” necessidades ou **oportunidades**.

**PRODUTO**



## Processo

Backlog pré-definido e com uma roadmap de features

**PROJETO**



## Processo

Backlog validado no mercado e com uma roadmap de temas

**PRODUTO**



## Competências

Decisão centralizada, com baixa autonomia do time na sugestão de abordagens diferentes da planejada.

**PROJETO**



## Competências

Decisão descentralizada, focada sempre no coletiva, com alta autonomia para sugestões e mudanças na abordagem.

**PRODUTO**



## Métricas

Focadas nos controles do que é **sucesso** (custo, prazo e escopo) e com baixo foco no resultado para o cliente final

**PROJETO**



## Métricas

Focadas **cliente** (North Star Metrics) e em fazer o que é relevante para ele..

**PRODUTO**



## Time

**Segmentado**, comprometido com a entrega e com muitas certezas (cronograma)

**PROJETO**



## Time

**Multidisciplinar**, comprometido com o resultado e com foco na experimentação

**PRODUTO**

# POR QUE MIGRAR PARA **PENSAMENTO DE PRODUTO?**



A long-exposure photograph of a city street at night. The image is heavily blurred to convey a sense of rapid movement. A yellow bus is visible in the center, moving away from the viewer. Light trails from streetlights and buildings create streaks of white and yellow. The overall atmosphere is one of a fast-paced, modern urban environment.

PORQUE TUDO  
ESTÁ **MUDANDO**  
MUITO RÁPIDO

A blurred photograph of several people walking through a modern office hallway with large glass windows. The image is dark and has a motion blur effect, suggesting a fast-paced environment. The text is overlaid on the center of the image.

AS EMPRESAS QUE VÃO  
SOBREVIVER SÃO AS QUE  
**APRENDEM MAIS RÁPIDO**

PRODUCT  
MANAGEMENT

=

**LEARN FAST**

And nothing else

# CICLO DE VIDA DO PRODUTO

## DISCOVERY

### Define Hypothesis (Solution Fit)

Mercado, foco e potential

Problemas do público alvo

Proposta valor e vantagens competitivas

Hipóteses de negócio

Soluções candidatas e definição MVP

Tração métricas de progresso

## DELIVERY (Product/Market Fit)

### Hypothesis validation (MVP, contexto menor)

MVP

Grupos de controle e mensuração da performance

Aumento da confiança no impacto potencial / valor futuro

Acompanhamento dos indicadores de tração

Tecnologia e arquitetura mínima

### Learning & optimization (Data-driven insights)

Uso extensivo de dados para aprendizado sobre comportamento e valor percebido

Refinamento do produto maximizando potencial de negócio

Tecnologia e arquitetura intencional v1

### SCALE decision

### Scale and Value Capturing

Ativação do produto em escala

Captura do impacto gerado

Liberação de capacity para novas iniciativas

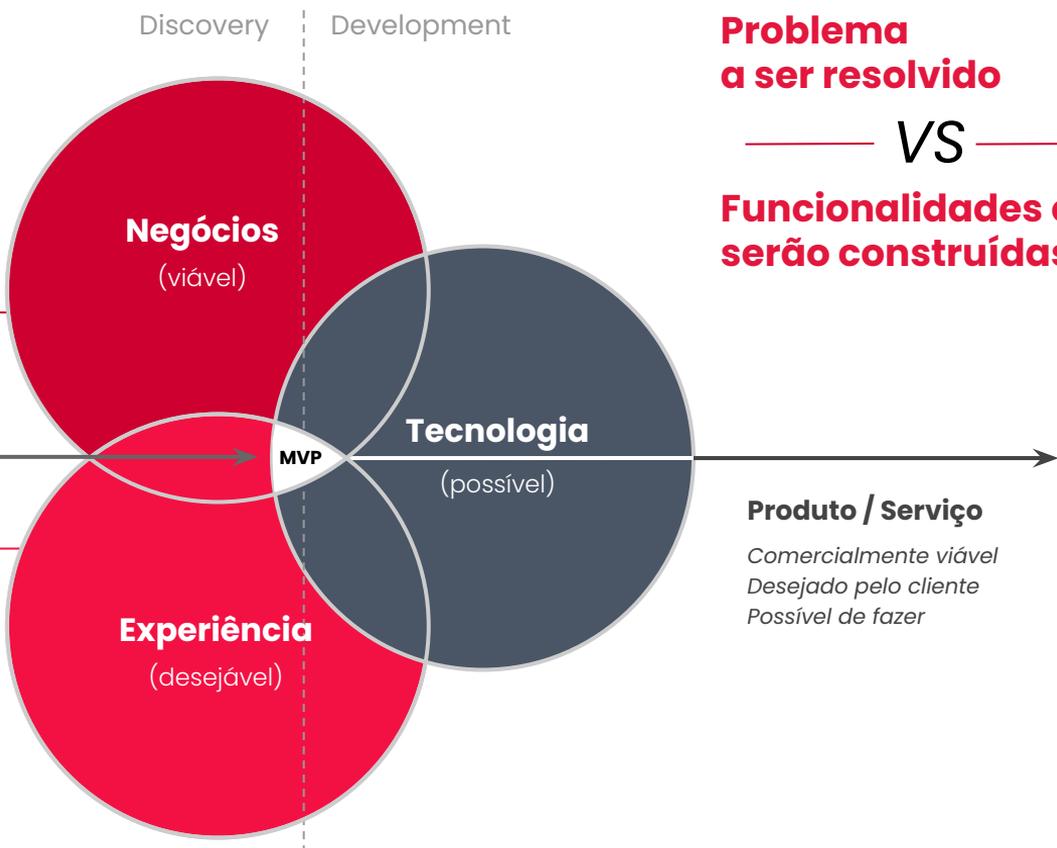
# DISCOVERY DO PRODUTO

- **Missão, objetivos de negócios, e KPIs**
- Métricas e resultados existentes
- Conhecimentos consolidados
- Stakeholders e operações
- Benchmarks internos e externos
- Concorrência e mercados análogos

Ideias / Insights

## DESIGN FOCADO NO USUÁRIO

- Entrevistas com consumidores
- Contexto de uso / consumo
- Padrões de comportamento
- **Necessidades não-atendidas**
- Dados quali e quantitativos
- Feedbacks e validações



**Problema a ser resolvido**

VS

**Funcionalidades que serão construídas**

**Produto / Serviço**

*Comercialmente viável  
Desejado pelo cliente  
Possível de fazer*

# CICLO DE VIDA DO PRODUTO

## DISCOVERY

### Define Hypothesis (Solution Fit)

Mercado, foco e potential

Problemas do público alvo

Proposta valor e vantagens competitivas

Hipóteses de negócio

Soluções candidatas e definição MVP

Tração métricas de progresso

## DELIVERY (Product/Market Fit)

### Hypothesis validation (MVP, contexto menor)

MVP

Grupos de controle e mensuração da performance

Aumento da confiança no impacto potencial / valor futuro

Acompanhamento dos indicadores de tração

Tecnologia e arquitetura mínima

### Learning & optimization (Data-driven insights)

Uso extensivo de dados para aprendizado sobre comportamento e valor percebido

Refinamento do produto maximizando potencial de negócio

Tecnologia e arquitetura intencional v1

### SCALE decision

### Scale and Value Capturing

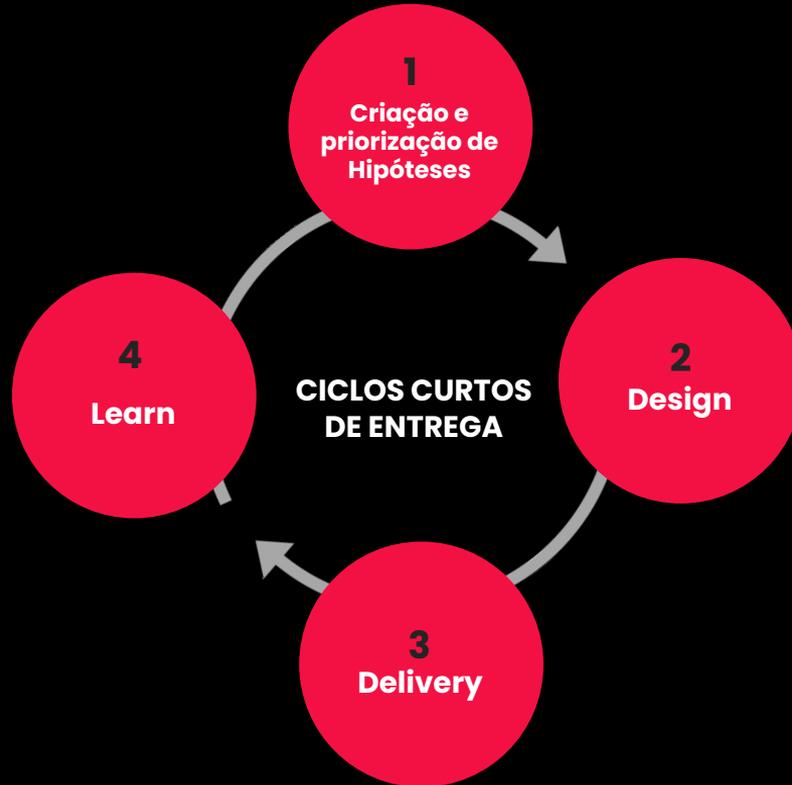
Ativação do produto em escala

Captura do impacto gerado

Liberação de capacity para novas iniciativas

# DELIVERY DO PRODUTO

(Build - Measure - Learn)



# Transforme seu backlog em hipóteses

## Test Card

Strategyzer

Test Name	Deadline
Assigned to	Duration

STEP 1: HYPOTHESIS

We believe that

Critical: 

STEP 2: TEST

To verify that, we will

Test Cost:  Data Reliability: 

STEP 3: METRIC

And measure

Time Required: 

STEP 4: CRITERIA

We are right if

Copyright Strategyzer AG The makers of Business Model Generation and Strategyzer

## HIPÓTESE

# Nova experiência de renovação de contrato e pagamento gera mais valor para o cliente



### GAP

- Cliente não recebe ou consegue acessar o boleto
- Cliente não consegue encontrar o aceite de contrato
- Cliente não consegue aceitar o contrato no celular



### CAUSA RAÍZ

- Melhorias sistêmicas não acontecem recorrentemente
- Regras são criadas de maneira distribuída



### POTENCIAIS BLOCKS

- Complexidade do processo de geração de boletos



### PARA O GRUPO DE CLIENTES

50% dos mensalistas com boleto registrado e disponível, com pendência de pagamento



### FAREMOS

Uma nova experiência digital com uma comunicação mais próxima e fluida, através de um fluxo único e multiplataforma



### MEDIREMOS

- A taxa de renovação
- NPS do processo
- Atendimentos gerados



### ESTAREMOS CERTOS SE NO GRUPO DE TESTE

Tivermos indicadores 20% maiores  
Redução dos atendimentos  
Bons feedbacks dos clientes



### VAMOS APRENDER

Que uma melhor experiência e comunicação, fluída e desenhada com foco no cliente, melhora os resultados de negócio e traz mais satisfação.

# DESIGN DO PRODUTO



## Inspiration

- Benchmarks;
- Heuristics;
- Task analysis;
- Ecosystem Map;
- Interviews with users and stakeholders;
- Shadowing;
- Usability tests;
- Personas;
- Empathy Map;
- Moodboards;
- **User journeys;**

## Ideation

- Sitemap / App map;
- Usage cases and Scenarios;
- Storyboards;
- Fluxograms;
- Features Roadmap;
- **User flows;**
- Sketches / **Mockups;**

## Prototyping

- Storyboards;
- Sketches / Mockups
- Sitemaps;
- Wireframes;
- Paper prototyping;
- **High and low fidelity prototyping;**

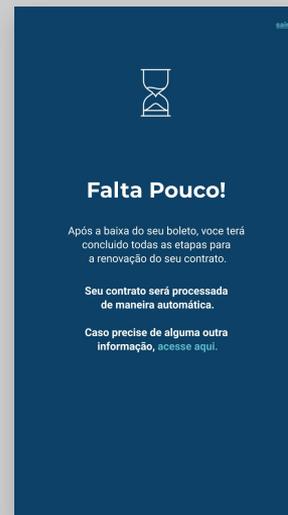
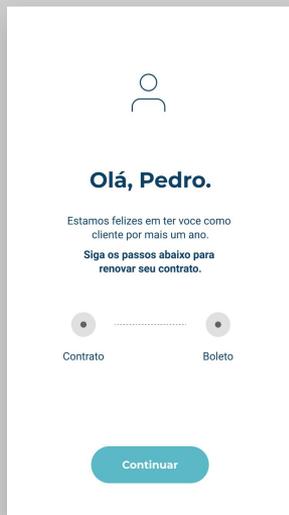
## Validation

- Usability tests;
- Quali and quanti research;
- Interviews with users and stakeholders;
- Releases quality control;
- Backlog recommendations;
- **Feedback about the interface;**

## Development

- **Style guide;**
- **Layouts;**
- Assets;
- Interactions;
- Usage cases;
- Documentation;
- Quality control;

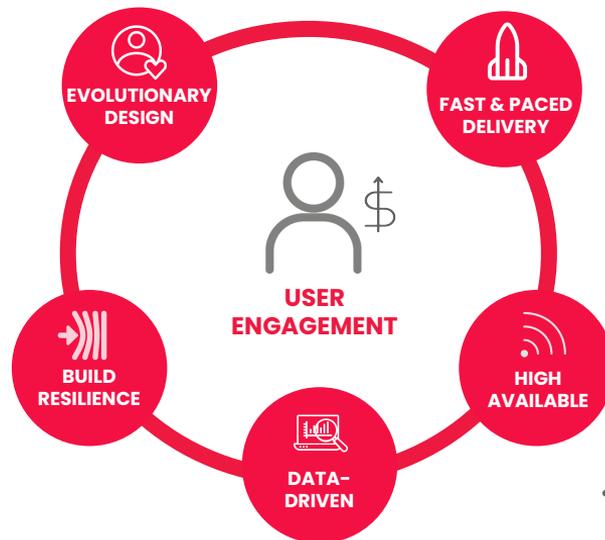
# PROTOTIPAÇÃO E RESEARCH



# AGILE ENGINEERING

## Arquitectura intencional

- Clean architecture
- Automated tests
- Security testing
- Emerging architecture
- Microservices
- Cloud Native
- Game days
- Chaos monkey
- Failure injection
- Self healing



## Antifrágil

- System telemetry
- Product KPIs
- Experience Monitoring

- DevSecOps
- Technical Debt Mgmt
- Performance & load testing
- Pipeline automation
- Deployment automation
- Soft launch
- Blue/green deployment
- Dark launch
- Feature toggle
- A/B testing
- APM
- Fallback / Circuit breakers
- Infra as Code

## Build & Run squads



**CONHECER &**  
ENTENDER CONTEXTO

#data\_collect



**RELACIONAMENTO &**  
IDENTIFICAR NECESSIDADES

#data\_driven



**APRENDER &**  
CAPTURAR RESULTADOS

#advanced\_analytics

KPIs

Funil

Comportamen  
to

Feedback do  
Usuário

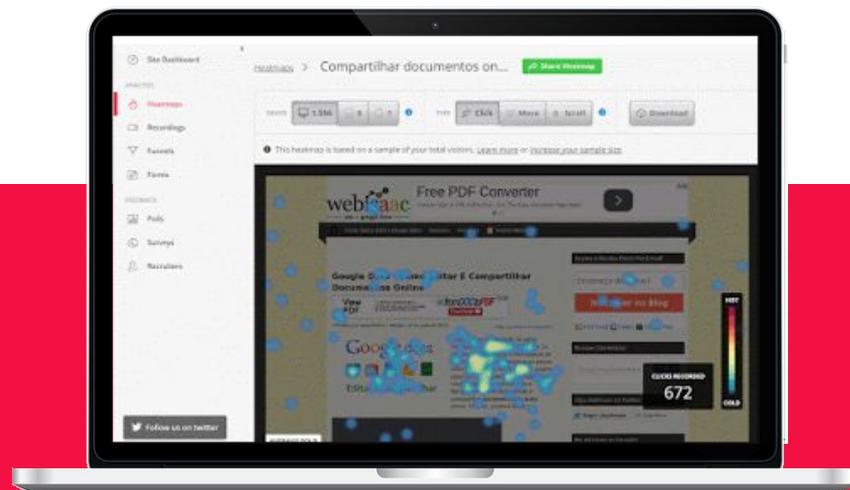
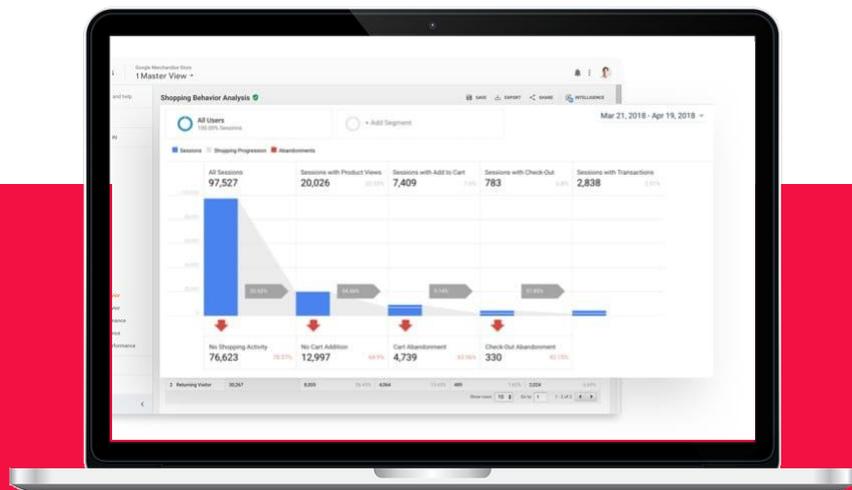
VALIDAR **HIPÓTESES**

REVELAR **OPORTUNIDADES**

MENSURAR **RESULTADOS**

GERAR **CONHECIMENTO**

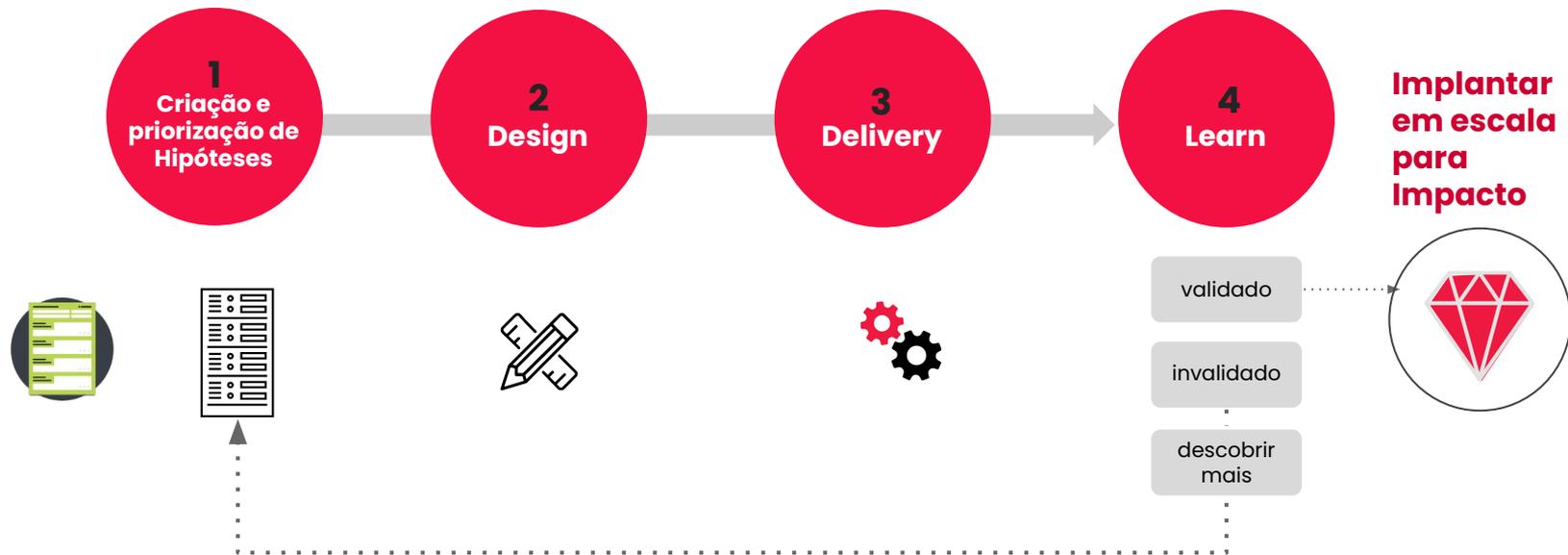
# RESULTADOS E APRENDIZADOS



\* <https://marketingplatform.google.com/about/analytics/>

\*\* <https://www.webisaac.com.br/2016/06/hotjar-insights-ferramenta-de-heatmaps-teste-usabilidade.html>

# FLUXO DO APRENDIZADO E ENTREGA DO VALOR



ciandt.com

# THANK YOU

**Mauro Radomile**

Business Director at CI&T  
mscatena@ciandt.com

**Luiz Reolon**

Head of Experience e Product Management  
reolon@ciandt.com

**CI&T** Driven by **Impact**