

Podsetnik za polaznike kursa "Uvod u upravljanje proizvodima"

“

„Ako se ne stidite prve verzije svog proizvoda, lansirali ste ga prekasno.“ Reid Hoffman, suosnivač LinkedIn-a

”

1. Uvod u upravljanje proizvodima

Šta je uloga produkt menadžera?

- Produkt menadžer nije "mini-CEO" niti kreator svih ideja, već povezuje korisnike, tehničke timove i poslovne strategije.
- Ključno je razumevanje korisničkih potreba i kreiranje rešenja koja donose poslovnu vrednost.

Osnovne veštine i osobine produkt menadžera:

- Analitičnost - donošenje odluka zasnovanih na podacima.
- Komunikacija - sposobnost povezivanja različitih timova.
- Eksperimentisanje - postavljanje hipoteza i iterativno testiranje.
- Empatija - razumevanje korisničkih potreba i problema.
- Strateško razmišljanje - balansiranje poslovnih ciljeva i korisničkog iskustva.

2. Identifikovanje problema

Kako pronaći pravi problem za rešavanje?

- Korisnici ne znaju uvek šta im tačno treba - vaš posao nije da implementirate njihove zahteve, već da identifikujete suštinske probleme.
- Koristite intervju sa korisnicima, analizu podataka i eksperimente da biste razumeli problem.
- Česta zamka: fokusiranje na simptome umesto na pravi uzrok problema.

Alati za identifikaciju problema:

- User Persona - kreiranje profila tipičnih korisnika.
- Empathy Map - vizualizacija šta korisnici misle, osećaju i rade.
- Customer Journey Map - mapiranje celokupnog korisničkog iskustva.

3. Postavljanje ciljeva i metrika

Ključni modeli:

- AARRR (Piratske metrike): Akvizicija, Aktivacija, Retencija, Prihod, Preporuke.
- HEART model (Google): Zadovoljstvo, Korišćenje, Usvajanje, Retencija, Uspeh u nameri.
- Postavite merljive ciljeve i pratite napredak.

4. Eksperimentima do učenja

Zašto je eksperimentisanje ključno?

- Donošenje odluka na osnovu podataka, a ne pretpostavki.
- Testiranje hipoteza sa minimalnim resursima pre pune implementacije.

Metode eksperimentisanja:

- Concierge metodologija - manuelno izvođenje usluge pre automatizacije.
- A/B testiranje - poređenje dve varijante kako biste pronašli efikasnije rešenje.
- Pretprodaje (Pre-order tests) - testiranje interesovanja pre lansiranja.

5. Product-Market Fit

Ključni indikatori:

- Veliki procenat korisnika izražava jaku potrebu za proizvodom.
- Korisnici se redovno vraćaju.
- Proizvod generiše prihod na održiv način.

Kako postići PMF?

- Razumeti korisničke potrebe kroz istraživanje.
- Iterativno prilagođavati proizvod na osnovu eksperimenata.
- Balansirati poslovne i korisničke potrebe.

6. Pravljenje proizvoda

Ključni koraci:

1. Postavljanje vizije - definisanje vrednosti koju proizvod pruža.
2. Definisanje hipoteza - šta proizvod treba da postigne.
3. Spajanje korisničkih potreba i vrednosti proizvoda.
4. Story Mapping - vizualizacija korisničkog puta i prioritizacija funkcionalnosti.

MVP (Minimum Viable Product)

- Testiranje minimalnog seta funkcionalnosti sa korisnicima pre razvoja potpunog proizvoda.

7. Prioritizacija i roadmap

Kako odabrati šta raditi prvo?

- MoSCoW model: Must-have, Should-have, Could-have, Won't-have.
- Kano model: Osnovne, performantne i ugodne funkcionalnosti.
- Now-Next-Later roadmap: Fleksibilno planiranje umesto krutih rokova.

8. Rad sa stakeholderima i timovima

Ko su stakeholderi?

- Interni (rukovodioci, marketing, prodaja, podrška, razvojni timovi).
- Eksterni (korisnici, partneri, investitori, regulatori).

Ključni alati:

- RACI matrica: definisanje odgovornosti u timu.
- Framework odgovornosti:
 - Product menadžeri definišu "ZAŠTO".
 - Dizajneri definišu "ŠTA".
 - Razvojni timovi definišu "KAKO".

9. Zatvaranje proizvoda i iteracija

Kada ugasiti proizvod?

- Proizvod se ne uklapa u dugoročnu strategiju.
- Održavanje nije isplativo.
- Korisnici ga ne koriste dovoljno.

Sledeći koraci:

- Kontinuirano učenje i eksperimentisanje.
- Razvijanje novih veština - analitika, komunikacija, storytelling.
- Praćenje industrijskih trendova i umrežavanje.

Ključne poruke:

1. Sve počinje i završava se sa korisnikom.
2. Eksperimentisanje vodi ka napretku.
3. Jednostavnost i fokus donose rezultate.
4. Product menadžer nije vizionar, već katalizator pravih rešenja.

Ova skripta služi kao podsetnik osnovnih principa upravljanja proizvodima. Koristite je u svakodnevnom radu i nastavite da razvijate svoje veštine. Miloš i Marija