Por favor
Pare com isso!!!

Pare de falar com clientes e
comece a ouvir as pessoas

Quem Somos?

Cristina Takada

Comunidade

Metodologias ágeis, Antroposofia, Liderança , Treinamento.

Família

Casada e sem filhos

Interesses

Paixão por pets , estudos sobre propósito de vida , antroposofia, astrologia.

Educação

Adm com ênfase em MKT, MBA em gestão de pessoas e Pós em Psicologia Positiva, Coaching, Kanban, CSM, Lean Inception, SAFe Scrum Master.

Trabalho

20 anos atuando na Porto Seguro Cia de Seguros Gerais ,
10 anos em gestão de projetos,
4 anos em agilidade

Isabela Gayno

Comunidade

Metodologias ágeis, Diversidade, MaisMulheresnaTI

Família

Casada, 4 filhos!

Interesses

Motivação, Engajamento, Felicidade, Minimalismo, espiritualidade e pets .

Educação

Adm de Empresas, MBA Engenharia de Software | EBAS – Enterprise Business Agility | SAFe Program Consultant SPC | Digital Strategist |

Trabalho

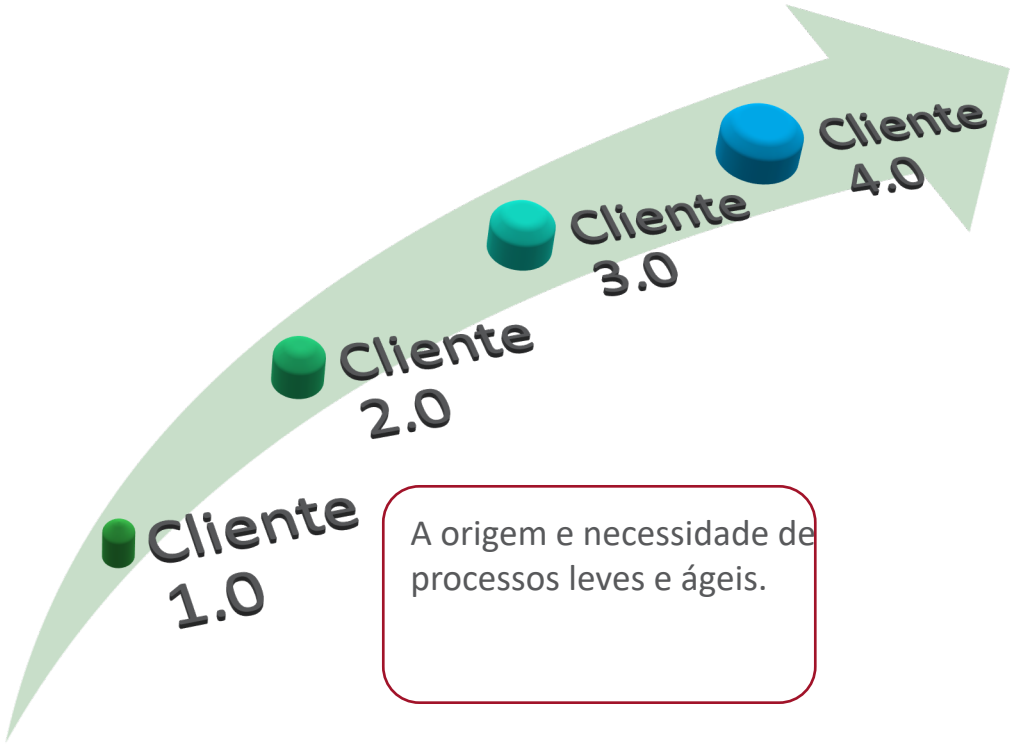
Enterprise Agile Coach - Meta Founder MaisMulheresnaTI
Autora, Palestrante e Instrutora

Você conhece??

Você conhece?

Você conhece?

Nosso cliente é!



A origem e necessidade de processos leves e ágeis.

O cliente é como um Guia Turístico

1950 Até hoje ? O que mudou?

2020: Produtos e serviços alinhados com as necessidades

Seu concorrente, não é somente aquele que produz o mesmo serviço ou produto que você produz, mas aquele resolve a mesma necessidade que você resolve.

Novo Comportamento esperado

Digital onipresente

Consumo repensado

Aumento da (in)fidelidade

Consumo seguro

Saúde e qualidade de vida

O novo papel da casa

Casualização e Indulgência

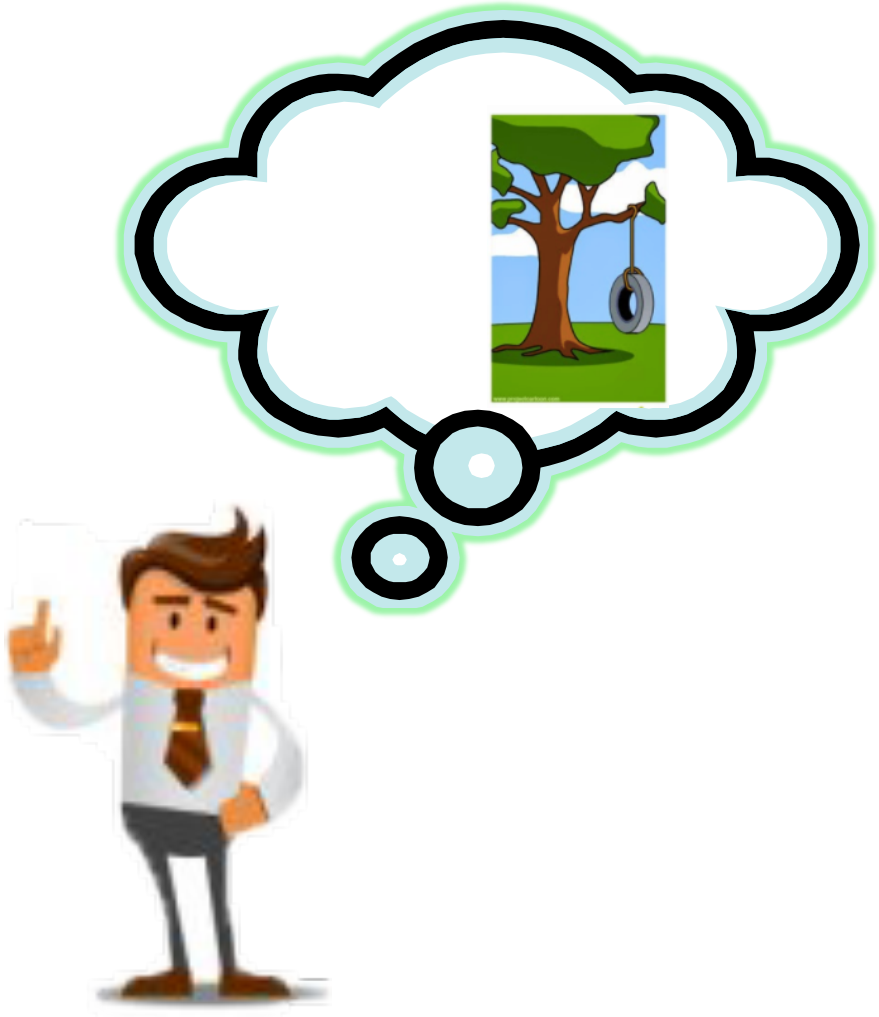
Sustentabilidade redefinida

Propósito

Desvalorização da metrópole

Fonte: McKinsey & Company M&S COVID-19 response

A tecnologia e o cliente... Era uma vez



Como colocar : Cliente no centro

- Desenvolva uma compreensão mais profunda e diferenciada de seus clientes
- Interaja frequentemente com os clientes,
- Dê-lhes um lugar sentado à mesa e "ouça" a sua voz ao conceber soluções.
- Explore, teste e acelere a entrega de novos produtos e serviços de alto impacto

SEJA FACILITADOR

NÃO É UM ESPECIALISTA

SER CURIOSO

NÃO SE PREPARE

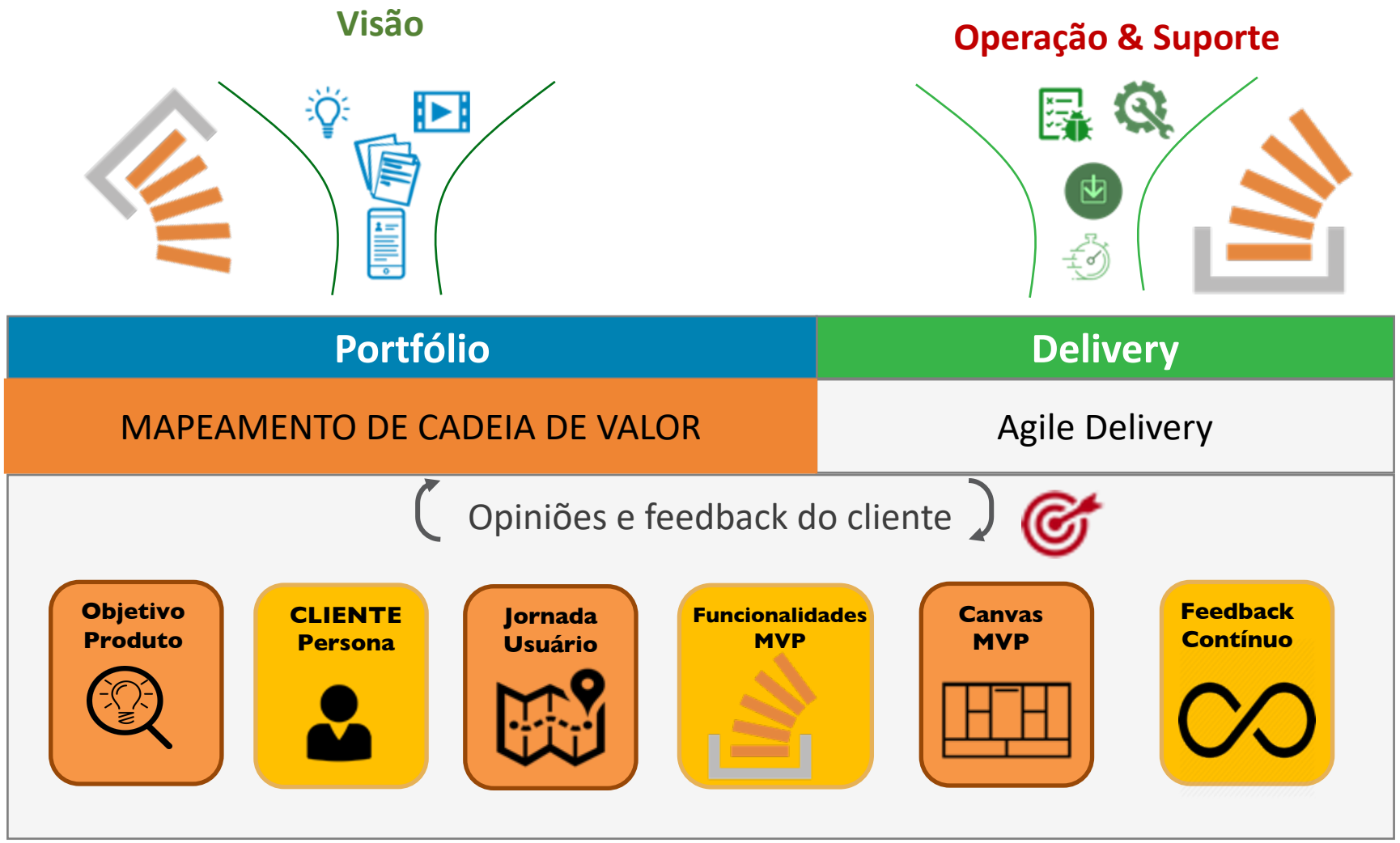
SEJA UM ETERNO ESTUDANTE

10% DE PERGUNTAS
90% ESCUTA

“A meta do marketing é conhecer e entender o consumidor tão bem, que o produto ou serviço se molde a ele e se venda sozinho”

Peter Drucker

Ferramentas enxutas para MVP - tecnologia



Mapeamento de cadeia de valor

Objetivo do Produto

É melhor descrever um produto pelo que ele faz e não faz.

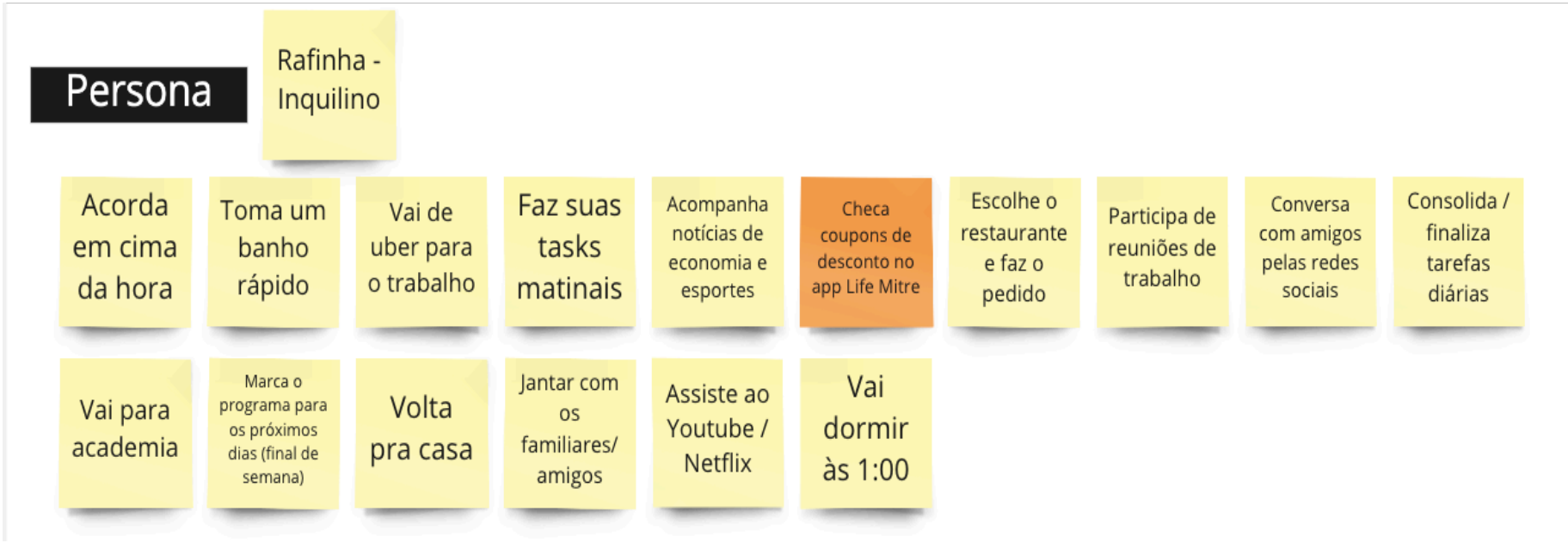
A técnica É não é, Faz não faz, Ajuda a delimitar o escopo.

Cliente / Personas

- Quem são os consumidores do produto fina da empresa?
- Quem consumirá seu produto final?

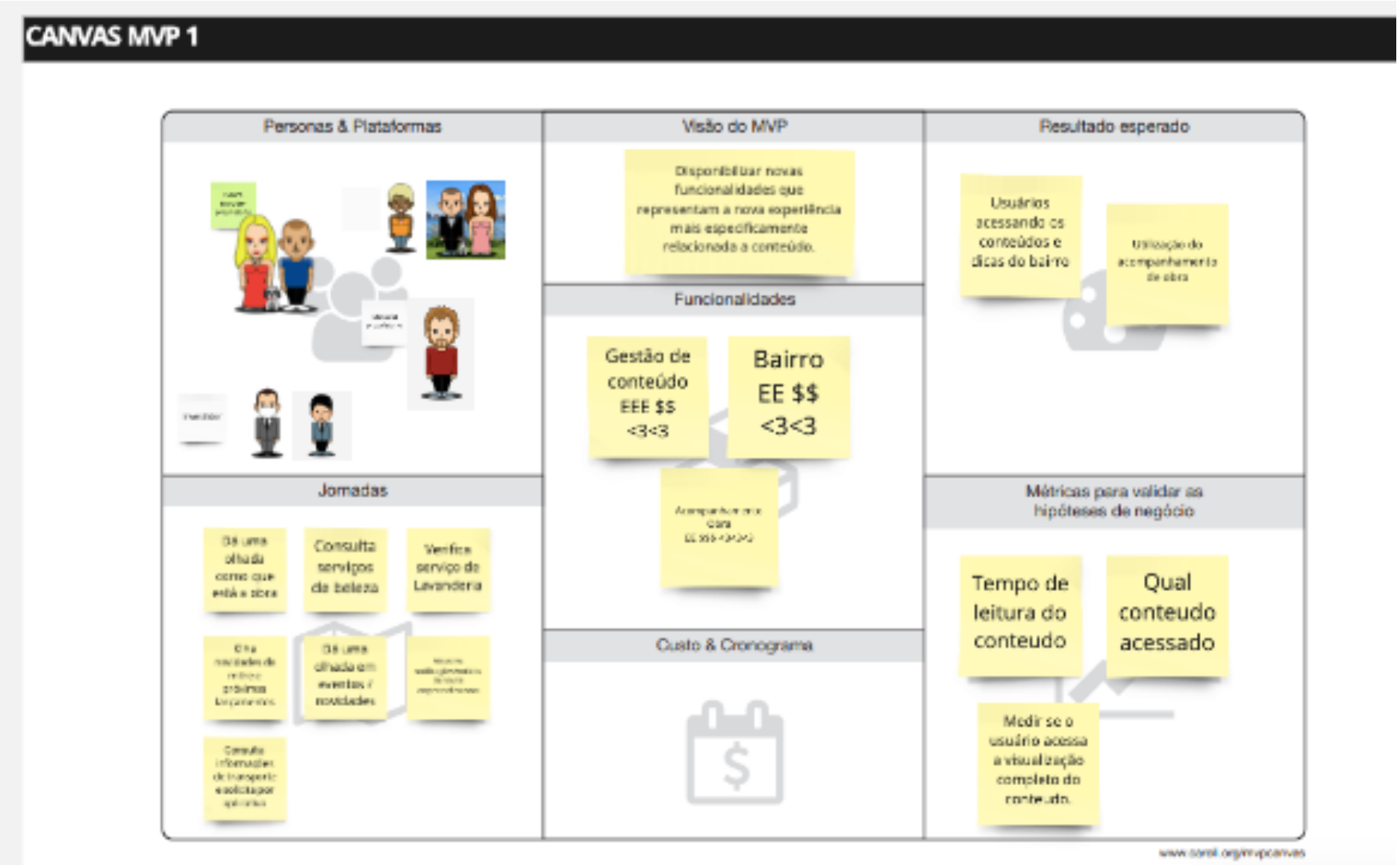
Jornada do Usuário

1. Entenda a história do personagem.
2. Mapeie os objetivos ou sistemas que ele interagem.
3. Identifique os problemas e os passos.

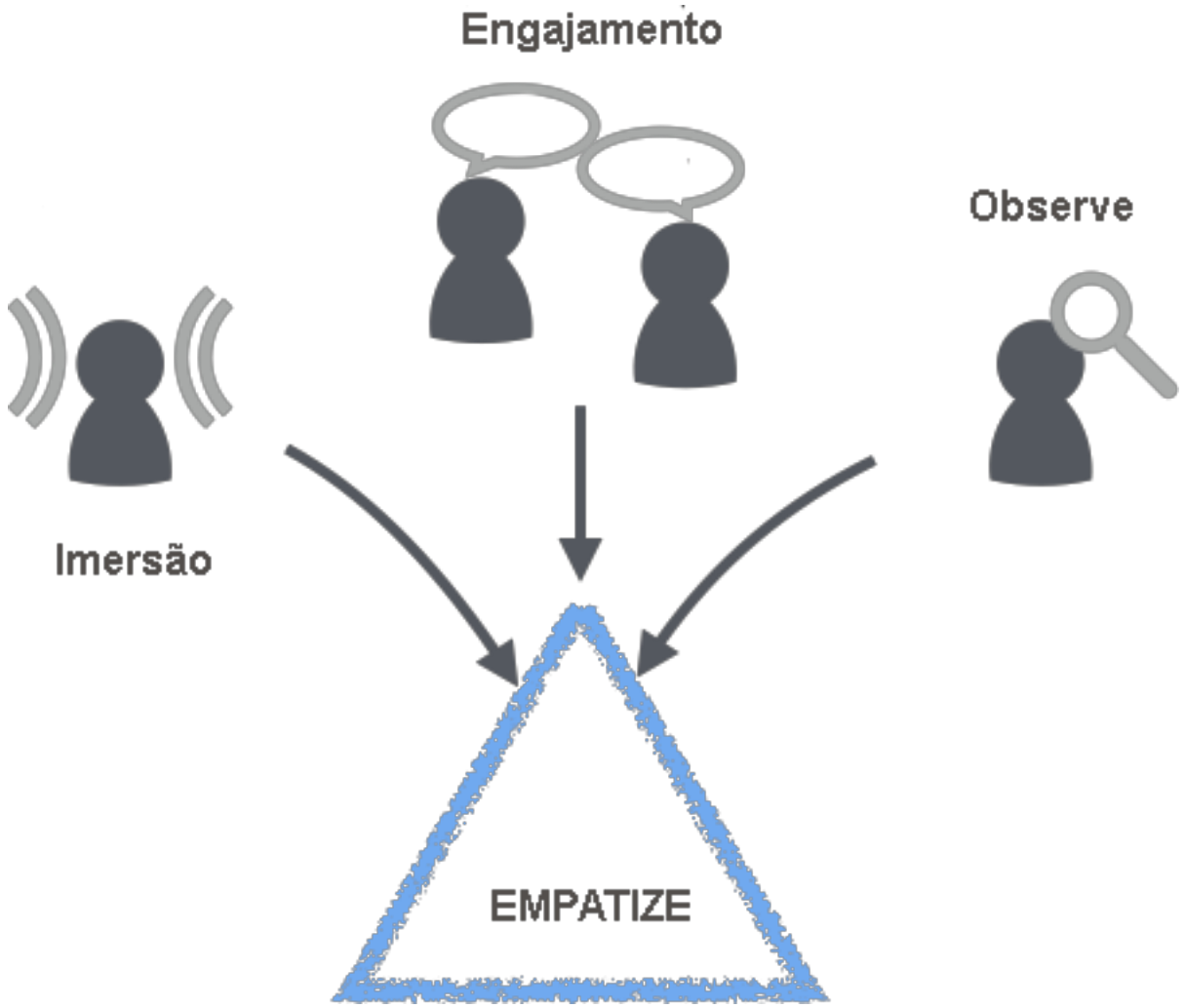


BRAINSTORMING DE FUNCIONALIDADES

Canvas MVP


CANVAS MVP 1
Personas & Plataformas
Visão do MVP
Disponibilizar novas funcionalidades que representam a nova experiência mais especificamente relacionada a conteúdo.
Resultado esperado
Usuários acessando os conteúdos e dicas do bairro
Funcionalidades
Gestão de conteúdo EEE $$ <3<3
Bairro EE $$ <3<3
Jornadas
Consulta serviços de beleza
Verifica serviço de Lavanderia
Métricas para validar as hipóteses de negócio
Tempo de leitura do conteudo
Qual conteudo acessado
Custo & Cronograma

Feedback Contínuo

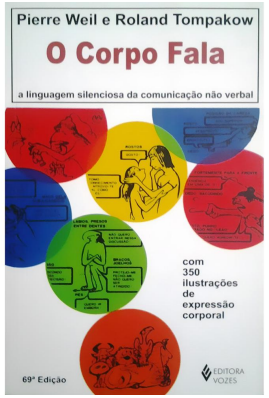


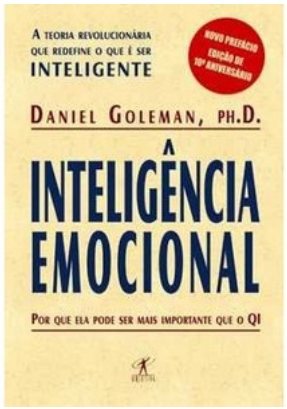
Considerações finais

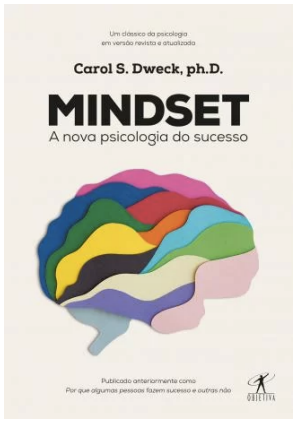
“Os elefantes demoram a se adaptar, já as baratas sobrevivem em qualquer ambiente.”

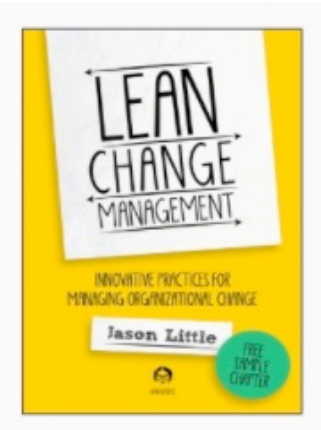
Peter Drucker

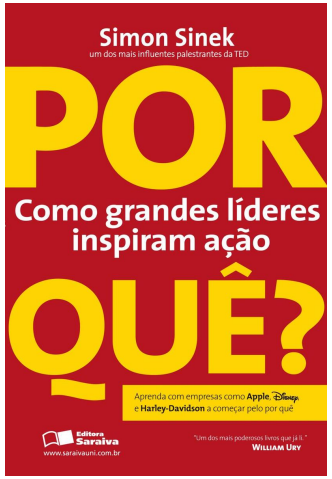
SUGESTÕES DE LEITURA

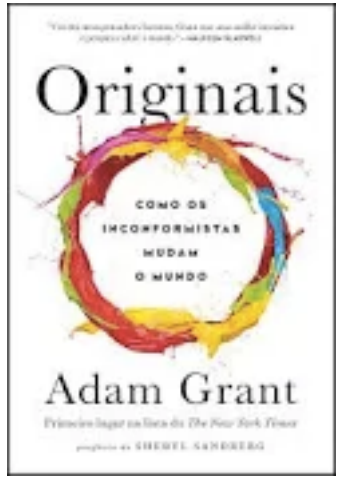


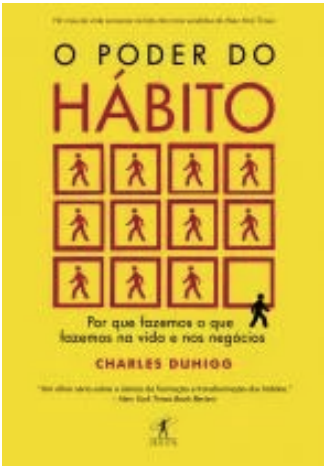












Dúvidas?

Contatos

Cristina Takada

cris.takada100@gmail.com

Isabela Gayno

isagayno@gmail.com