

Fast track product management

קורס 24259 – 40 שעות

אודות הקורס

ארגונים עסקיים רבים בשוק שינו את תפיסת עולמם בנוגע לפרויקטים במסגרת מערכות המידע. לעיתים זו מערכת, ולעיתים יש להתייחס לכך כמוצר, ובמקרה זה כדאי מאוד להכיר את השינוי שחל במתודולוגיית העבודה בעולם ניהול המוצרים – Product Management.

מנהל מוצר הוא כמו צומת ראשי, משלב החלום, החשיבה והתכנון, דרך ניתוח השוק, הגדרת צרכים מדויקת ופיתוח דרכים, כולל הפיתוח של מוצר, עד לשלב שבו הוא חוזר לשוק. העולם עובר לפיתוח אגילי כך שעליו להבין את מהות העבודה המהירה ולעיתים לא מושלמת להוצאת המוצר - MVP: Minimum Valuable Product.

יש להתייחס לשני אספקטים:

- כיצד לנהל את המוצר
- כיצד לשווק את המוצר

בעולם ניהול הפרויקטים "הרגיל", עוסקים בעיקר בניהול הפרויקט בעולם ה-IT, כך שעולם השיווק ומיצוב המוצר בשוק היה ועדיין הינו מנהל ע"י גורמים אחרים.

בעולם החדש, מרבית הפרויקטים בארגונים מוגדרים כמוצרים. הארגונים העסקיים מבינים את הצורך להתייחס לפרויקט כמוצר מתחילתו ועד סופו. לפיכך, על כל מנהל מוצר ללוות ולבקר את תהליך "בניית המוצר" מרגע שעלה הצורך ועד לסיום הפיתוח והוצאתו לשוק – ומרגע זה ללוות את השינויים והדרישות למוצר (בדיוק כמו מוצר תוכנה). החלק השני הינו האחריות על האופן שבו מתקבל המוצר בשוק, הקשר הישיר לאנשי השיווק של המוצר, יצירת קשרים עם שותפים עסקיים, הגדרת אסטרטגיית המוצר ומפת הדרכים עבורו. בשל התמהיל הנדיר של ניהול וידע טכנולוגי, זוכים מנהלי מוצר לביקוש רב בשוק.

בעבודה אגילית מנהלי מוצר אחראיים על הגדרת הדרישות בצורה שתמקסם את הערך ללקוח, תוך כדי מדידה, בקרה ושיפור מידי ברמת יחידת מסירה ללקוח. בצורה זו מתאפשרת למידה והתאמה בהתאם לתרבות ולעקרונות של הפיתוח המהיר והמתמשך – Continuous Integration.

קורס זה מיועד לחברות וליחידות טכנולוגיות בארגונים גדולים המבקשים להכיר, ללמוד ולתרגל פרקטיקה חדשה המיושמת בישראל ובעולם, ואשר מספקת כלים לניהול טכנולוגי וניהול מוצרים טכנולוגיים.

מה לומדים:

בקורס נלמד על תפקידו של מנהל מוצר, על התהליכים המקובלים בתעשייה לפיתוח וניהול מוצרים מצליחים, התלמידים יקבלו כלים מעשיים ליישום הטכניקות הנלמדות, אותם יוכלו להטמיע אחר כך בארגון. במסגרת החשיבה האגילית נלמד כיצד לעבוד בצורה יעילה ואפקטיבית עם צוותים אגיליים ובעלי עניין בארגון. כמו כן, נלמד כיצד לשלב את העולם האגילי במהלך העבודה: משלב ה-Road Map, דרך פירוק ל-Epics, ועד לאיטרציה - נלמד כיצד לנהל Backlog בצורה אפקטיבית.

תוצרים:

- לספק ידע וכלים לניהול מוצר הקורס מדמה תהליך עבודה של מנהל מוצר.
- הקניית מתודולוגיות עדכניות וכלים להבנת השוק, ניתוח דרישות, תמיכה בתהליך הפיתוח והכנת תהליך השקת המוצר.
- חשיפה של עולם ניהול המוצר למנהלי המוצר ולבעלי תפקידים נוספים בארגון.
- הקניית הידע העדכני ביותר בתחום והבנת הרלוונטיות של המוצר לקהל היעד לכל אורך החיים שלו, תוך התאמה לצרכים הפרטיים של הארגון וחסכון בעלויות.

מטרות הקורס

- לחשוף את עולם ניהול המוצר לכלל הגורמים בארגון
- להציג כלים ושיטות עבודה להשגת היעדים של מנהל מוצר
- לאפשר לארגון לבחור ולהתאים כלים ושיטות לצרכים הפרטניים של החברה

קהל יעד

- מנהלים בכירים בארגון אשר מעוניינים להכיר את תפיסת עולם ניהול המוצרים
- מנהלי לקוח – PO
- מנהלים עסקיים – BO
- מנחתי מערכות / מנהלי פרויקטים – אשר באחריותם או רוצים לעבור לעולם ניהול המוצר
- ר"צ פיתוח / בדיקות – אשר באחריותם או רוצים לעבור לעולם ניהול המוצר
- מנהלי מוצרים בתחילת דרכם

תכני הקורס

נושא המפגש	תיאור
ניהול מוצר מבט על והכרות – מבוא לעולם האג'ילי	- עקרונות המוצר - תפקידו של מנהל המוצר - מחזור חיים של השיווק וניהול המוצר - מבוא לעולם האג'ילי
שוק ההיי-טק ואופיו הייחודי	- תפקידו המרכזי של המוצר בעולם ההיי-טק - המאפיינים של ניהול שווק מוצר טכנולוגי, תוכנה ושירות לעומת ניהול שווק מוצרי צריכה - ההבדל בין מוצרים לשוק עסקי תעשייתי (B2B) לשוק הפרטי (B2C) - התמודדות עם חברות ושווקים גלובליים
תפקיד ניהול מוצר בארגון	- הגדרת תפקיד מנהל מוצר (Product Manager & Product Marketing Manager) - מיקומו של מנהל המוצר בארגון - נקודות ממשק גורמים בארגון ויחסי גומלין בין התחומים השונים - האתגרים הפנימיים וחיצוניים איתם מתמודד מנהל מוצר בארגון - ארגון מוטה שיווק לעומת ארגון מוטה פיתוח וארגון מוטה מכירות
בניית אסטרטגית מוצר ומפת דרכים	- מהי האסטרטגיה של המוצר - למה אי אפשר לנהל מוצר ללא אסטרטגיה למוצר, מה ה-Value Proposition - בניה, מעקב ותחזוקת התכנית האסטרטגית למוצר - מהי מפת הדרכים של המוצר (Roadmap)? - בניה, מעקב, תעדוף ותחזוקת מפת הדרכים
ניהול מוצר בעולם ה-Agile, Lean	- עקרונות בסיסיים למתודולוגיות Agile, Lean - מקומה של מפת דרכים בעולם משתנה - Scrum / Kanban - מה בין Product Owner ומנהל המוצר? - הבנה ותרגול של כתיבת Epics, פירוק ל-Features ו-Stories.
כלי מדידה ותמחור	- מה הם כלי המדידה ומדדי ה-KPI למעקב אחר מגוון רחב של נושאים - כיצד להשתמש בכלי המדידה השונים

נושא המפגש	תיאור
	הבנת התהליך והמחשבה שמאחורי "משפך ההמרה" של הלקוח
ניתוח והבנת השוק	- הבנת מגמות בשוק - הגדרת צרכי שוק - כתיבת Business Case למוצר
ניתוח תחרות	- הגדרת התחרות והבנת "מי באמת המתחרה שלי"? - מקורות מידע לניתוח תחרות - אסטרטגיות (אקטיביות ופסיביות) לניהול תחרות - אסטרטגית תחרות (תקיפה, הגנה, אין תגובה, ...)
ניתוח הלקוח / קול הלקוח	- הבנת צרכי לקוח (קיים או פוטנציאלי) "מי הלקוח שלי"? - האם באמת יש לי לקוח אחד - הבנת עמדות ותפיסת העולם של הלקוח
ניהול דרישות לקוח	- סוגי דרישות וניסוחן (עסקי לעומת טכני) - טכניקות לתעדוף דרישות - תכולת מסמך דרישות שוק – Market Requirements Document - תכולת מסמך דרישות מוצר – Product Requirements Document - כתיבת תרחישי פעולה – Scenarios/Use Cases/User Stories
עקרונות אפיון ממשק משתמש	- מה בין חוויית משתמש (UX) לממשק משתמש (UI)? - Lean UX - ומה משמעותו ל PM/PO - שימוש פרסונות - Customer Journey Mapping - ממשק מחשב/טאבלט/מובייל - כלים ומתודולוגיות לאפיון ועיצוב
מיצוב מוצר ומסרים	- מודל המיצוב ובניית המסרים למוצר (תוך התייחסות למיצוב ומסרי החברה מחד, ולמוצרי החברה האחרים מאידך) - דוגמאות ו- Case Study - תרגיל במיצוב ומסרים - בידול המוצר וה- Value Proposition מבחינה שיווקית
תכנית שיווקית למוצר Go To Market – Plan	- מרכיבים ותכולה של תכנית שיווקית - Lead Generation Plan - תהליך בניית תכנית שיווקית למוצר: - השקת המוצר – Product Launch ○ השקת מוצר לשוק העסקי (B2B) ○ ניהול בלוג למוצר כאמצעי להפצת ידע ○ תיעוד המוצר והמאפיינים של סוגי המסמכים השונים (Online help, Tutorial, User guide, White papers) ○ Go To Market Plan – הוצאה לפועל
הישגי מנהל המוצר או כיצד לעבוד עם צוותים משיקים בכדי להשיג את מטרות המוצר	• סביבת העבודה של מנהל המוצר • התנהגות פרו-אקטיבית של מנהל המוצר • מפת המוטיבציה • צוותים משיקים: ○ פיתוח- R&D

נושא המפגש	תיאור
	- ניהול לקוחות / ניהול תיקים - תמיכה - שיווק - רגולציה - מכירות / פיתוח עסקי - טכניקות לבנית ערך משותף עם הגורמים הנ"ל
קבלת החלטות מבוססות נתונים	- נתונים כתומכי לחימה - מחווני ביצועים עיקריים (KPI's) - A/B testing - כלים ומערכות לאיסוף נתוני מוצר (שימוש, הכנסות, תקלות ועוד)