

Product Manager IT-проектов

Научитесь тестировать гипотезы, проводить UX-исследования, запускать новые продукты. 20 реальных кейсов из OZON, Яндекс.Деньги, Litres, TransferWise. Пробное собеседование в OZON.

Длительность курса: 148 академических часов

1 Проектируем продукт

1 Роль продакт менеджера. Продуктовое мышление

после занятия вы сможете:
узнать об особенностях мышления продакт-менеджера, основных инструментах работы продакта, несколько лайфхаков продуктовой работы;
применять продуктивное мышление для работы и в обычной жизни.

Домашние задания

1 Пройти опрос

Цель: Мы хотим поближе познакомиться, чтобы адаптировать курс под ваши нужды.

Пожалуйста, вдумчиво заполните опрос <https://clck.ru/NBTg5> напишите как можно более конкретно про ваши ожидания от курса.

2 Работа с продуктовыми гипотезами: как сформулировать, приоритизировать и организовать

понять, как структурировать проработку продуктовых инициатив, с чего начинать и когда использовать продуктовые инструменты.

Домашние задания

1 Обсудить с ментором проект, создать проектную зону, сформулировать не менее 5 гипотез о проблемах / возможностях

1. Познакомиться с ментором по проектной работе: <https://clck.ru/NJuis>

2. Обсудить с ментором свой проект (если проекта пока нет, попросить готовый кейс)
 3. Создать проектную зону (например, в Trello или Notion)
 4. Сформулировать и описать не менее 5 гипотез о проблемах / возможностях продукта: найти сигналы, сформулировать для них гипотезы (чтобы гипотезы были чем-то подкреплены).
-

3 Продуктовая стратегия

product Vision, Roadmap (дорожная карта продукта), OKR; сформулировать и коммуницировать продуктовую стратегию.

Домашние задания

1 OKR проекта

Цель: Напишите OKR для своего курсового проекта на весь срок работы над ним

Проверять буду так как будто я ваш менеджер и от успеха этого проекта зависит мой бонус

4 Конкурентный анализ

научиться делать конкурентный анализ, как его делают продакт-менеджеры.

5 CJM, User Story, JTBD: инсайты и улучшения продукта, как это делают в Яндексе и OZON.

после занятия сможете:
построить карту использования продукта и эмоций пользователя, научиться из нее выявлять инсайты, работать с отзывами и сегментировать их на предмет полезности для продукта;
сформулировать план количественного и качественного исследования продукта.

Домашние задания

1 Создать CJM для своего продукта

6 CJM, User Story, JTBD: практическое занятие

воркшоп по формулировке задач в различных форматах и их сравнительные отличия.

7 Количественные и качественные исследования (custdev, UX-интервью, дизайн-спринты)

научиться идти от задачи и выбирать разные типы и подходы к исследованию: когда нужен опрос, когда воркшоп, когда интервью, когда UX-сессия, а когда все сразу;
создать опросник для развития реального продукта.

2 CustDev, проверка гипотез и создание макета продукта: как создавать продукты, которые купят

- 1 Зачем CustDev? Создание сценария интервью.**

разбор кейсов реальных проблем B2C и B2B продуктов:
подготовка списка вопросов по фреймворку от преподавателей курса для проектов и гипотез от участников курса,
проектирование сценария интервью.

О чем нельзя забыть при создании сценария?
Лайфхаки проведения интервью.
Как мотивировать пользователей участвовать в интервью?

- 2 Создание макета продукта и UX-исследование. И онлайн-консультация по работе над продуктами**

научиться создавать макет продукта с разной степенью детализации, сможем провести UX-исследование макета; сделать реальный макет и тренируемся делать свои.

инструменты: Moqups Builder, Invision.

Домашние задания

 - 1** Подготовить аналитическое обоснование к реализации задачи, создать макет продукта с помощью Moqups/Invision

- 3 Практикум проведения интервью. Часть 1: интервью между участниками группы**

практикум проведения интервью между участниками группы: проводим 2-3 онлайн-интервью, подводим итоги и даем обратную связь.

- 4 Формулировка сегмента и ЦА продукта и интервью. Практикум проведения интервью. Часть 2: воркшопы в небольших группах**

воркшопы в группах.
каждая группа презентует свою гипотезу, скрипт по custdev и результаты интервью;
разбор скриптов интервью каждой из групп, и собранную обратную связь.

- | | | |
|---|---|---|
| 1 | Обоснование продукта на основе исследований и метрик. Product/market fit и retention | научиться обосновывать создание продукта на основе метрик, аналитики и экономики. |
| 2 | 20+ главных метрик продукта, которые точно собирает Facebook, Amazon, Ozon, Яндекс.Деньги. Часть 1 | после занятия вы сможете:
организовать сбор аналитики, сделать анализ;
пользоваться основными аналитическими инструментами продаж;
использовать пользовательские метрики (MNU, MAU, ATV, LTV и специализированные AOV, AOQ, GMV), воронки и конверсии;
объяснить, что такое нацеленность на рост. |
| 3 | 20+ главных метрик продукта, которые точно собирает Facebook, Amazon, Ozon, Яндекс.Деньги. Часть 2 | после занятия вы сможете:
организовать сбор аналитики, сделать анализ;
пользоваться основными аналитическими инструментами продаж;
использовать пользовательские метрики (MNU, MAU, ATV, LTV и специализированные AOV, AOQ), воронки и конверсии;
объяснить, что такое нацеленность на рост;
считать Unit-экономику, как это делают в ведущих компаниях и стартапах. |
| 4 | Технический анализ метрик: основы статистики и характеристики метрик. Часть 1 | выбрать правильные метрики, на какие особенности данных нужно обратить внимание;
объяснить, что выбрать, среднее или медиану;
объяснить, что такое распределение метрик и как на нем видно аутлаеры.

Домашние задания

1 Сделать дорожную карту и беклог продукта с фокусом на ключевые метрики продукта |
| 5 | Технический анализ метрик: основы статистики и характеристики метрик. Часть 2 | выбрать правильные метрики, на какие особенности данных нужно обратить внимание;
объяснить, что выбрать, среднее или медиану;
объяснить, что такое распределение метрик и как на нем видно аутлаеры. |
| 6 | Онлайн-воркшоп "Как анализировать метрики" по реальным | на конкретных кейсах и продуктах научимся анализировать метрики и перспективы;
сформулировать инсайты на основе метрик и создать сценарии для продукта, как это делают в OZON и не только. |

- | | | |
|---|---|--|
| 1 | Маркетинговые каналы, объем рынка | научиться оценивать объем рынка и эффективность маркетинговых каналов в продукте. |
| 2 | Пути монетизации продуктов | научиться рассчитывать по конкретному продукту суммарную монетизацию в определенный период и узнать, как можно влиять на счастье пользователя, что такое АНА-момент. |
| 3 | Финансовые модели в работе продакт-менеджера | <p>научиться считать расходы на разработку и поддержку продукта и потенциальный рынок в рамках конкретной фичи и всего продукта.</p> <p>Домашние задания</p> <p>1 Посчитать на примере своего продукта P&L</p> |
| 4 | Когортный анализ и LTV | объяснить, что такое когортный анализ, время жизни юзера, как правильно считать, какие продуктовые выводы из анализа этих метрик следуют и как их использовать при развитии продукта; сформировать базовый навык построения финансовых моделей: от самых примитивных до продвинутых. |
| 5 | UNIT-экономика продукта | подсчитать UNIT-экономику для разных продуктов, в том числе для своих, проверить и обсудить. |
| 6 | Онлайн-консультация по работе над продуктами | получить обратную связь по продуктам, которые разрабатываем на данный момент. |

- 1 Как превращать продуктовые гипотезы в задачи. MVP и HADI-циклы. MVP опыт Dropbox, Airbnb.**

сформулировать минимальный необходимый продукт для проверки гипотезы и успеха УТП;
разобрать MVP успешных продуктов;
написать тикеты на дизайн и разработку.

Домашние задания

 - 1 Описать MVP своего продукта, оценить порядок доработок, необходимых для разработки полного продукта

- 2 Гибкие методологии (Agile)**

объяснить и использовать гибкие методологии управления продуктами (Agile, Kanban);
научиться пользоваться системами управления проектами в рамках этих методологий.

- 3 Приоритезация задач разработки. Декомпозиция и груминг**

научиться оценивать и ставить приоритет задачам, создавать дорожную карту продукта и культуре ведения беклога задач;
объяснить как включать задачи в спринты разработки.

- 4 Как проводить А/Б-тесты: формулировка гипотезы, проведение, интерпретация результатов**

научиться придумывать и запускать разные формации А/Б-тестов, интерпретировать результаты, принимать решения по итогам тестов;
объяснить, что такое Статистическая оценка результатов экспериментов и зачем нужны ухудшающие А/Б-тесты.

Домашние задания

 - 1 Написать тикеты на проведение А/Б-теста. Описание фичи для дизайна, разработки, описание задачи на аналитику и проведение А/Б-теста. Желательно, реальное выполненное в системах бизнеса.

- 5 Практика проведения А/Б-тестов: готовим для реального продукта и для продуктов из своей работы**

попрактиковать запуски А/Б-тестов и подведение итогов с помощью аналитики в Google Analytics.

Домашние задания

 - 1 По итогам запущенного А/Б-теста подготовить презентацию результатов и презентовать.

- 6 Процессы в команде разработки, управление конфликтами**

научиться коммуницировать и добиваться результатов от разных команд, создающих продукт (разработкой, дизайном и тестировщиками).

мотивация команды и почему лучше, чтобы у всех была

вовлеченность.
лайфхаки из Европы, QLean, OZON, Яндекс.

- 7 **Как взаимодействовать с маркетологами и SEO-специалистами и решить свои продуктовые задачи**
- проанализировать чек-лист для анализа влияния фич на поисковых траффик;
научиться помогать интернет-маркетологам и попробуем при этом не уронить свою конверсию.
-
- 8 **Обратная связь и NPS пользователей**
- научиться читать отзывы и улучшать продукт на основе них.
читаем отзывы с App Store реального продукта.
построим техподдержку продукта.
обучение на реальных кейсах с отзывами продуктов.
-
- 9 **Практика анализа данных для продакт менеджеров**
- сессия вопросов и ответов с закреплением теоретической части на кейсах и воркшопах.

6 Внедрение, улучшение и рефлексия

- | | | |
|---|--|--|
| 1 | Тексты и прототипирование | создать пользовательские тексты и коммуникации для продуктов, а также использовать разные инструменты для прототипирования. |
| 2 | Чек-лист и правила раскатки нового продукта | оценить результаты тестов и тестирования, раскатывать продукты на пользователей;
объяснить, что делать до, вовремя и после раскатки продукта. |
| 3 | Коммуникация по поводу запуска: клиенты, PR, внутренние коммуникации | Домашние задания

1 Сформировать перечень задач на онбординг для продукта (на дизайн, разработку и тестирование) |
| 4 | Управление рисками | после занятия вы сможете:
использовать способы нейтрализации рисков в работе продакт-менеджера. |
| 5 | Мониторинг и устойчивость продукта | настроить мониторинг, чтобы видеть все значимые изменения в продукте и выявлять проблемы на ранней стадии;
объяснить, как делать правильные выводы и не повторять ошибок. |
| 6 | Разбор кейсов: что бы вы сделали? | практическое занятие: разбираем реальные кейсы, студенты предлагают варианты действий. |
| 7 | Готовим презентацию продукта: лайфхаки, кейсы и работа с возражениями | сделать аналитическое обоснование задачи, поговорить о том, какие метрики стоит включать туда помимо UNIT-экономики на конкретный продукт и фичу;
подготовить презентацию;
проанализировать приоритет задач относительно других задач. |

- 1 **Лайфхаки становления продактом. Несколько слов суровой реальности продакта, уровне жизни и перспективах**

история о том, как бизнес-аналитик стал продакт-менеджером.

материалы, телеграм-каналы и книги для становления; реальная картина, чем занимается и какой уровень жизни продакта; вводное занятие по домашнему заданию, выбор ментора для дипломных работ.

- 2 **Онлайн-конференция с историями о лучших киллер-фичах и самых серьезных провалов от преподавателей и менторов курса**

узнать новые кейсы киллер-фич, изучим новый опыт.

- 3 **Онлайн-консультация по продуктам и текущей стадии разработки продуктов, планирование коучинга, что нужно сделать в первый месяц после окончания курса и приема работу продактом**

спланировать коучинг; узнать, что надо делать после курса и приема на работу продактом.

- 4 **Защита продуктов перед руководителями программы и экспертами**

провести защиту спроектированных и созданных продуктов; получить обратную связь и понять, как развивать продукт и свои компетенции продакта.

Домашние задания

 - 1 Презентация продукта со всеми пройденными этапами разработки

- 5 **Лайфхаки трудоустройства, пробные собеседования**

сформулировать пул компетенций для резюме, получим лайфхаки для трудоустройства продакт-менеджером, научимся их использовать; провести 2 коротких собеседования на продакта.

лучшим студентам — рекомендации на работу.
лучшим предпринимателям — коучинг-сессию.