



ADGD13. Gestor de producto digital.

Sku: PS_ADGD13

Horas: 150

Formato: HTML

OBJETIVOS

- Gestionar productos digitales, responsabilizándose de la visión estratégica del producto: idear, prototipar, validar soluciones innovadoras y evolucionar para conseguir el éxito del producto según los objetivos de negocio marcados, descubriendo problemas y necesidades que permitan identificar oportunidades de innovación
- Desarrollar el lado creativo usando diversas técnicas de ideación en procesos de co-creación, como el Design Thinking, para dar con soluciones disruptivas que den respuesta a problemas y necesidades reales; así como descubrir problemas y necesidades latentes para identificar oportunidades de innovación.
- Crear propuestas de valor único y diferencial en base a ideas innovadoras que se conviertan en negocios viables con un a orientación customer-centric.
- Crear prototipos iterativamente, invirtiendo el mínimo de tiempo y recursos posibles, para dar forma a un producto, definirlo y pensar su modelo de negocio, a través de disciplinas transversales indispensables como el User Experience (UX) y el Interaction Design (IxD) que crean mockups funcionales.
- Conocer la realidad estratégica de los negocios basados en productos digitales, qué modelos organizativos existen, cuál es el rol del product manager, qué frameworks se emplean para articular la estrategia de un producto ligada a objetivos de negocio para liderar una organización basada en OKRs (Objective & Key Results).
- Dominar técnicas de roadmapping para traducir la estrategia en un producto real, generar insights que permitan orientar el producto hacia lo importante, conociendo las claves del proceso de investigación que ayudan a encontrar los problemas raíz para generar soluciones de impacto, y aprender a priorizar las iniciativas.
- Conocer la metodología Agile (SCRUM y DevOps) poniéndola en práctica a través de simulaciones reales de desarrollo de productos y aprender cómo negociar mejor, gestionar equipos y liderar de forma "lean".
- Definir toda una estrategia de growth en torno a un objetivo clave de negocio, y establecer un subconjunto de KPIs para conseguirlo, midiendo el éxito de una solución digital y desplegando ese modelo de medición en una herramienta de analítica digital.

- Conocer la metodología, las herramientas y el proceso de un proyecto de Growth Hacking para implementar Hacks de conversión y fidelización de un producto digital y plantear estrategias para acelerar la adopción y crecimiento de un producto de principio a fin.
- Dominar los frameworks de growth para impulsar las métricas de adquisición de un producto digital y la experimentación rápida e iterativa, combinando numerosas habilidades y herramientas de Growth.
- Conocer el nuevo entorno laboral VUCA (Volatility, Uncertainty, Complexity & Ambiguity), que requiere del dominio de herramientas de trabajo en red, colaborativas, ágiles; así como de las habilidades y competencias que se exigen para ser competitivo en el nuevo entorno digital.

CONTENIDOS

• Unidad 1. Ideación del producto

- Conocimiento / capacidades / cognitivas y prácticas.
 - Asunción de las bases del Design Thinking.
 - Aproximación a las técnicas de investigación existentes.
 - Comprensión de la importancia de identificar y validar oportunidades para lanzar productos de éxito.
 - Conocimiento de las técnicas de creatividad más habituales; así como las técnicas de ideación y pensamiento creativo con más aplicación al mundo del negocio.
- Habilidades de gestión, personales y sociales
 - Tolerancia a la ambigüedad: capacidad para resistir durante mucho tiempo la insolubilidad de un problema, sin cejar en su trabajo o intento por superarlo.
 - Fluidez de ideas, para llegar cada vez más cerca y más al fondo del problema que se analiza hasta dar con la solución adecuada.
 - Flexibilidad para llegar a la solución del problema desde diferentes puntos de vista.
 - Originalidad en la creación de ideas.
 - Sensibilidad para los problemas: Buscar nuevos problemas y nuevas posibilidades, considerando los viejos problemas desde un ángulo nuevo.

• Unidad 2. Desarrollo del concepto de producto

- Conocimiento / capacidades / cognitivas y prácticas.
 - Dominio de Product & Service Design.
 - Conocimiento de las técnicas de priorización.
 - Uso de las herramientas de Validation Board y Value Proposition Canvas.
 - Asimilación de las técnicas de desarrollo de concepto.
 - Profundización en los principios de UX.
 - Familiarización con el Lean Startup, el prototipado y la validación de hipótesis.
 - Construcción de un Producto Mínimo Viable (MVP).
- Habilidades de gestión, personales y sociales
 - Curiosidad: para conocer lo que los clientes realmente necesitan hay que indagar, hacer averiguaciones y preguntarles directamente por su punto de vista.
 - Habilidad de escuchar activamente: cuando los clientes están hablando, no es suficiente el mantener un respetuoso silencio, sino que hay que tener una mente abierta y al 100% de rendimiento para, descubrir las mejores maneras de ofrecer lo que necesitan.
 - Capacidad para presentar soluciones específicas para las necesidades detectadas.

• Unidad 3. Definición del producto

- Conocimiento / capacidades / cognitivas y prácticas.
 - Definición de un buen producto.
 - Asimilación de la importancia de pensar desde el punto de vista del usuario.

- Dominio del ciclo de vida del producto digital.
 - Familiarización con el prototipado de personas, contenidos y diseño.
 - Asunción de la importancia del user testing continuo.
 - Optimización continua de producto.
- Habilidades de gestión, personales y sociales
 - Curiosidad: para conocer lo que los clientes realmente necesitan hay que indagar, hacer averiguaciones y preguntarles directamente por su punto de vista.
 - Habilidad de escuchar activamente: cuando los clientes están hablando, no es suficiente el mantener un respetuoso silencio, sino que hay que tener una mente abierta y al 100% de rendimiento para, descubrir las mejores maneras de ofrecer lo que necesitan.
 - Capacidad para presentar soluciones específicas para las necesidades detectadas.
- **Unidad 4. Gestión y estrategias de productos**
 - Conocimiento / capacidades / cognitivas y prácticas.
 - Comprensión del paso del product-market fit al product-growth.
 - Definición de la estrategia y dirección de productos.
 - Aproximación a la visión de Producto y OKRs.
 - Dominio de las técnicas y frameworks para la definición de una estrategia.
 - Habilidades de gestión, personales y sociales
 - Capacidad para traducir, manipular y comprender las perspectivas de los clientes, utilizándolas para crear una estrategia comercial sólida.
 - Dominio de herramientas que garanticen la identificación, seguimiento y notificación de indicadores clave.
 - Especialista en comunicación interna y en gestión del cambio para impulsar una estrategia organizativa basada en el compromiso y la motivación.
 - Creación de textos convincentes para diferentes audiencias con diversos tonos y extensiones, basados en contenidos concisos, atractivos y focalizados.
- **Unidad 5. Roadmapping de producto**
 - Conocimiento / capacidades / cognitivas y prácticas.
 - Conocimiento del proceso: De la visión al roadmap.
 - ¿Por qué la existencia de un producto?
 - ¿Cómo se alcanza la visión del producto?
 - ¿Qué necesidades se deben resolver?
 - Aplicación de técnicas de roadmapping.
 - Utilización de metodología Ágil para el desarrollo de proyectos iterativos.
 - Aplicación de técnicas de priorización.
 - Descubrimiento, identificación y validación de necesidades.
 - Diseño de hipótesis y validación.
 - Evaluación y priorización de funcionalidades.
 - Habilidades de gestión, personales y sociales
 - Comunicación de manera clara tanto verbalmente como por escrito, en relación a la necesidad del producto y a sus detalles.
 - Organización y sistematización en la información recogida.
 - Creatividad para pensar en nuevas formas de resolver problemas, de desarrollar procesos efectivos de tomas de decisión y de comunicación con los integrantes del equipo de trabajo.
 - Habitado a la toma de decisiones y estrategias a largo plazo al igual que a trabajar en función de los objetivos del equipo y las metas generales.
 - Capacidad de análisis.
- **Unidad 6. Metodologías ágiles para la gestión de productos**
 - Conocimiento / capacidades / cognitivas y prácticas.
 - Manejo de las metodologías ágiles: SCRUM y DevOps.
 - Conocimiento del proceso de desarrollo de producto en Agile.
 - Medición del rendimiento de SCRUM y DevOps mediante las métricas clave.
 - Conocimiento de los sprints de desarrollo en Agile.
 - Dominio de los fundamentos de Agile Tech Stack.
 - Aproximación al Lean Leadership.
 - Habilidades de gestión, personales y sociales

- Comunicación de manera clara tanto verbalmente como por escrito, en relación a la necesidad del producto y a sus detalles.
 - Organización y sistematización en la información recogida.
 - Creatividad para pensar en nuevas formas de resolver problemas, de desarrollar procesos efectivos de tomas de decisión y de comunicación con los integrantes del equipo de trabajo.
 - Habitado a la toma de decisiones y estrategias a largo plazo al igual que a trabajar en función de los objetivos del equipo y las metas generales.
 - Capacidad de análisis.
- **Unidad 7. Analítica de productos para la metodología Growth Hacking**
 - Conocimiento / capacidades / cognitivas y prácticas.
 - Aplicación de la Growth Hacking Methodology.
 - Comprensión de los fundamentos de la analítica de producto.
 - Usos de las herramientas de analítica.
 - Conocimiento de la experimentación rápida.
 - Familiarización con Lean Analytics, Google Analytics, AB Testing, ...
 - Comprensión de la analítica digital basada en el comportamiento.
 - Habilidades de gestión, personales y sociales
 - Capacidad para traducir, manipular y comprender las perspectivas de los clientes, utilizándolas para crear una estrategia comercial sólida.
 - Dominio de herramientas que garanticen la identificación, seguimiento y notificación de indicadores clave.
 - Especialista en comunicación interna y en gestión del cambio para impulsar una estrategia organizativa basada en el compromiso y la motivación.
 - Creación de textos convincentes para diferentes audiencias con diversos tonos y extensiones, basados en contenidos concisos, atractivos y focalizados.
- **Módulo de formación 8 Estrategias de Growth de optimización de producto**
 - Conocimiento / capacidades / cognitivas y prácticas.
 - Optimización de las fases de estrategias Growth:
 - Activación.
 - Conversión.
 - Retención.
 - Fidelización.
 - Validación de Propuestas de valor, el Modelo de negocio, el onboarding y el UX.
 - Habilidades de gestión, personales y sociales
 - Capacidad para traducir, manipular y comprender las perspectivas de los clientes, utilizándolas para crear una estrategia comercial sólida.
 - Dominio de herramientas que garanticen la identificación, seguimiento y notificación de indicadores clave.
 - Especialista en comunicación interna y en gestión del cambio para impulsar una estrategia organizativa basada en el compromiso y la motivación.
 - Creación de textos convincentes para diferentes audiencias con diversos tonos y extensiones, basados en contenidos concisos, atractivos y focalizados.
- **Módulo de formación 9 Estrategias Growth de adquisición de producto**
 - Conocimiento / capacidades / cognitivas y prácticas.
 - Viralización mediante Growth Machines.
 - Fases.
 - Técnicas.
 - Cómo implementar Growth hacking en adquisición.
 - Prácticas no recomendables.
 - Estrategias más recomendadas.
 - Fundamentos de Marketing Automation.
 - Habilidades de gestión, personales y sociales
 - Extremadamente analítico, ya que tiene que ser capaz de entender rápidamente si sus experimentos están dando buenos resultados o no.
 - Creativo, ya que es necesario que constantemente tenga ideas innovadoras, tiene que ser capaz de diseñar estrategias de crecimiento que consigan resultados espectaculares, y para

eso es necesario que sea una persona curiosa.

- Ágil, ya que es necesario que sea capaz de validar rápidamente si sus experimentos están funcionando bien o no.

- **Módulo de formación 10 Habilidades y competencias de gestión, personales y sociales para el entorno digital**

- Conocimiento / capacidades / cognitivas y prácticas.
 - Impulso de habilidades digitales:
 - Liderazgo participativo.
 - Gestión del cambio.
 - Inteligencia emocional.
 - Storytelling.
 - Creación de marca personal.
 - Comunicación y negociación en entornos digitales.
 - Comprensión de las competencias necesarias para el nuevo entorno digital:
 - La influencia digital.
 - La colaboración en el entorno.
 - La integración de la diversidad.
 - La gestión emocional.
 - La agilidad en toma de decisiones.
 - La anticipación en contextos digitales.
 - La flexibilidad para la transformación.
 - La asunción de incertidumbre y riesgos.
 - La elaboración, gestión y difusión de contenidos.
 - Conocimiento de las herramientas imprescindibles para:
 - El trabajo colaborativo.
 - El trabajo en remoto.
 - La gestión de proyectos.
 - Automatización de flujos de trabajo.
 - Práctica en las claves del trabajo en equipo y de la productividad en remoto.
 - Fomento del liderazgo participativo y la gestión del cambio.
 - Dominio de la comunicación y la negociación en entornos digitales.
 - Práctica del modelo de competencias para el entorno digital.
 - Elaboración y gestión de la marca personal desde la importancia del storytelling.