

Toda empresa precisa ter muito bem alinhada as suas operações, e para isso, precisam definir as suas 3 visões:

Visão Estratégica

As empresas precisam planejar quais serão os seus objetivos como: Crescimento para o ano, Conquista de novos Clientes, Aumento de Faturamento, entre outros. Cada objetivo estratégico, precisa ser mensurável, então, Resultados Chave são pensados. Para serem atingidos os resultados, iniciativas são criadas e seus gestores estudam como realizá-las. Algumas dessas iniciativas podem ser realizadas através de produtos. Um primeiro entendimento do que pode ser um produto, começa pela definição da **Visão do Produto**. Vamos criar um card para isso, ele poderá seguir o modelo abaixo:

VISÃO DO PRODUTO
<p>PARA Serviços de streaming de TV e filmes</p> <p>CUJO a necessidade de ofertar um catálogo atrativo para seus usuários</p> <p>O QUALYTOPFILMS</p> <p>É UMA ferramenta de avaliação de desempenho dos filmes</p> <p>QUE possui diversas formas de filtros e gráficos comparativos</p> <p>DIFERENTEMENTE DA dos softwares de mercado</p> <p>O NOSSO PRODUTO oferece uma garantia de melhor assertividade em relação ao investimento em um catálogo mais atrativos aos usuários das plataformas de streaming.</p>

A **Visão do Produto** é a razão de existir do produto. É o que deve nortear todas as decisões em relação a esse produto. O que o que dá o contexto para o time de desenvolvimento do produto tomar decisões sobre o que priorizar em relação ao produto. Vale lembrar que quando falo “produto” estou me referindo a qualquer software que tenha usuários.

Lembrando da definição de gestão de produtos, um produto deve ao mesmo tempo atender aos objetivos estratégicos que o dono do produto tem para esse produto enquanto ele resolve problemas e necessidades de seus usuários. Pronto, esses dois elementos são o que você precisa para fazer a sua visão do produto.

Ainda dentro da Visão Estratégica, a partir da **Visão do Produto**, precisamos começar a entender como o nosso produto deve ser, quais serão as suas características, o que os nossos clientes buscam e muito mais. Surge um papel, hoje conhecido como Product Owner, que realizara todo este trabalho de descoberta e existem diversas ferramentas que poderão auxiliá-lo, como o Business Model Canvas, uma ferramenta de gestão estratégica que permite esboçar ou desenvolver modelos de negócio (novos ou pré-existent), constituindo-se na prática como um mapa visual que contém nove blocos a preencher. Então podemos praticar isso e criar o nosso card CANVA, conforme o modelo abaixo:

CANVA DO PRODUTO		
1. NOME DE PRODUTO - QUALYTOPFILMS		5. CONCORRENTES MovieLabs Cinema Intelligence Show Time Analytics Storyfit Numero.Co Qloo
2. PÚBLICO ALVO - Plantaformas de Streaming		
3. NECESSIDADES a) Atualização e novas aquisições do catálogo de filmes, séries e documentários. b) Auxiliar no direcionamento mais eficiente de investimentos para as novas produções de Filmes, Séries e Documentários.	4. BENEFÍCIOS CHAVES a) Raqueamento Por número de visualizações. b) Filtros por Região, País, Segmento, Gênero, Elenco, Diretor, Produtora, Ano de Produção, Período, Notas c) Permitir comparação entre gêneros, elenco	6. DIFERENCIAL ÚNICO Disponibilizar a necessidade de dublagem ou legenda a partir dos filtros.
7. RESTRIÇÕES a) Periodicidade da atualização das bases b) Única fonte de dados c) Necessidade de regionalizar os dados, excluindo os dados indianos das visões globais.		

Muito bem, agora já somos capazes de entender com um pouco mais de detalhes e o Product Owner pode avançar ainda mais com os seus estudos, agora norteado com os detalhes do **CANVA do Produto**. Uma vez que esteja seguro e compreenda em detalhes o produtos que precisa criar, vamos mudar de fase.