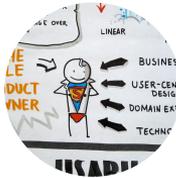
The background features a white space with several decorative elements: a large teal ring in the top-left, a smaller teal circle below it, a lime green circle in the top-right, a green circle with a dashed outline below it, a yellow ring in the bottom-right, an orange circle below it, a pink circle to the left of the orange one, a green circle with a white dot in the bottom-left, and a small orange circle to its right. A dashed grey line curves through the scene, passing behind the text.

Obtendo
contexto para
começar em 5
passos



Pessoas mais que processos

Era uma vez...



Até que um dia...

Eu não
tinha
entendido
isso

Mas
porque
você não
perguntou?

Isso é
change
request!

Não
podemos
gastar mais
dinheiro!

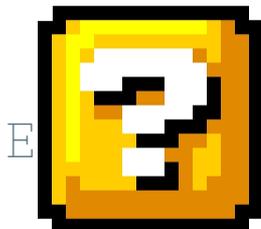
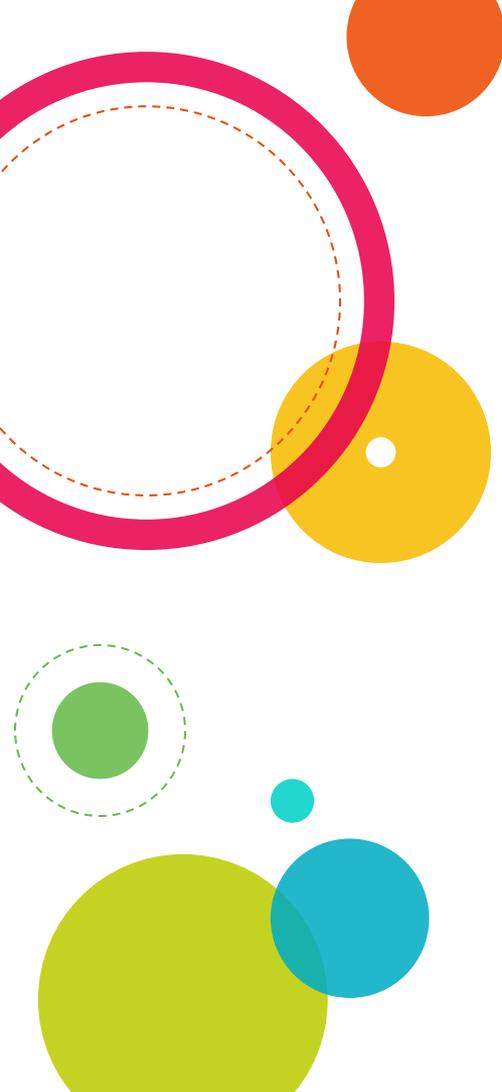
Os
requisitos
estão ruins!

Não era
isso que eu
queria

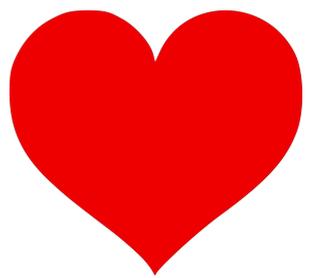


Desenvolvi
como
estava
escrito

**É TUDO
CULPA DO
ANALISTA
DE
REQUISITOS!**



E



Como vamos colaborar ?

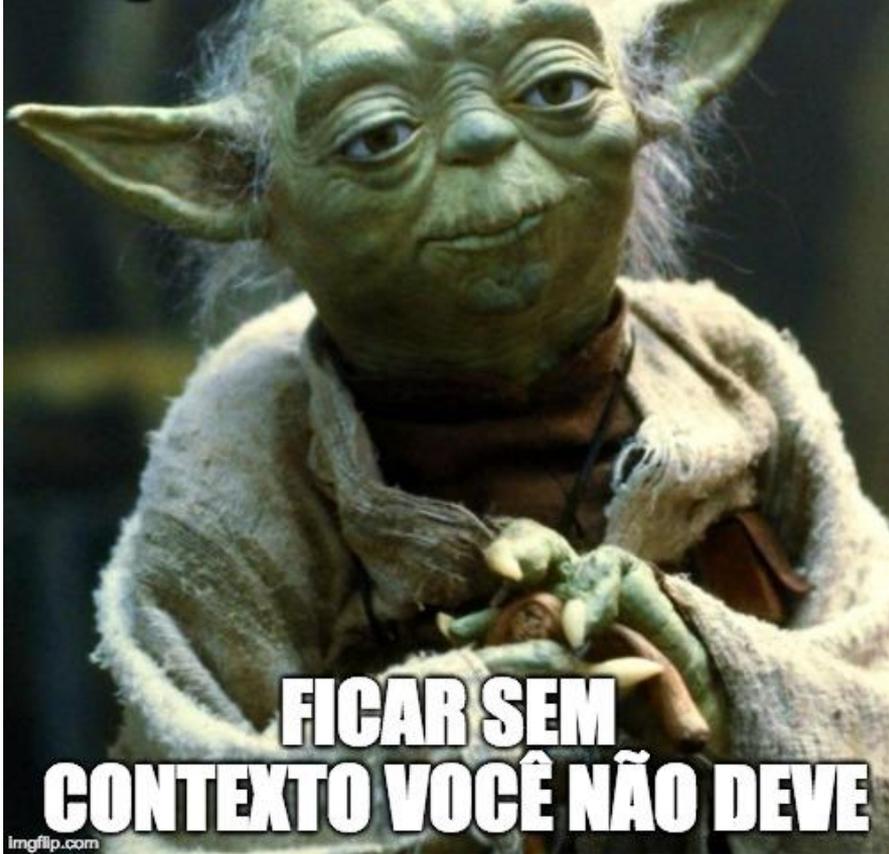
O que vamos construir ?

Para onde estamos indo?

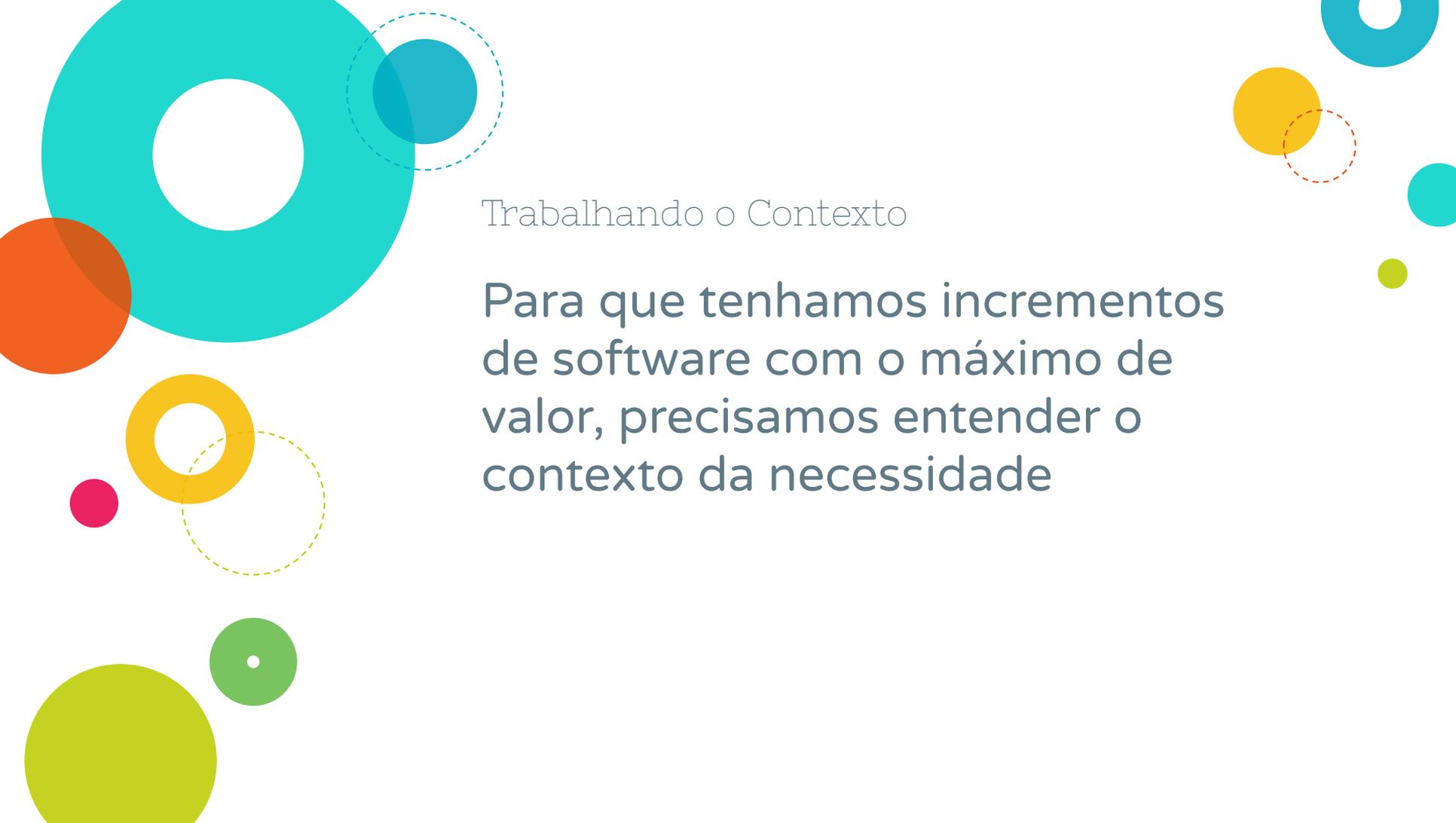


Como sabemos se foi um sucesso?

**AGILIDADE SOBRE
PEQUENOS INCREMENTOS É**

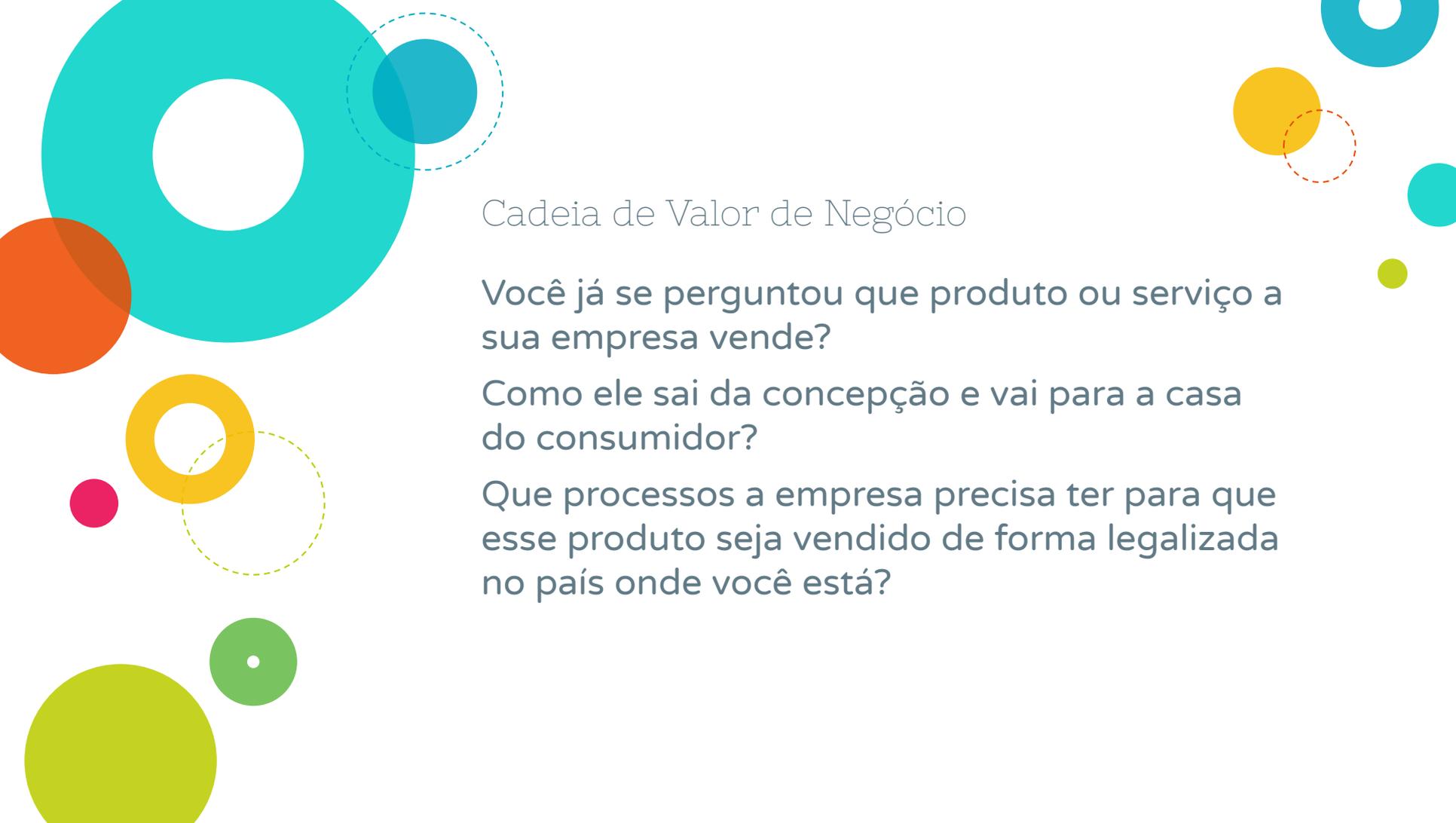


**ficar sem
contexto você não deve**

A decorative graphic on the left side of the slide features several overlapping circles and rings in various colors: teal, orange, yellow, pink, and green. Some are solid, while others are dashed. The circles vary in size, with the largest being a teal ring at the top left. The overall style is modern and abstract.

Trabalhando o Contexto

Para que tenhamos incrementos de software com o máximo de valor, precisamos entender o contexto da necessidade



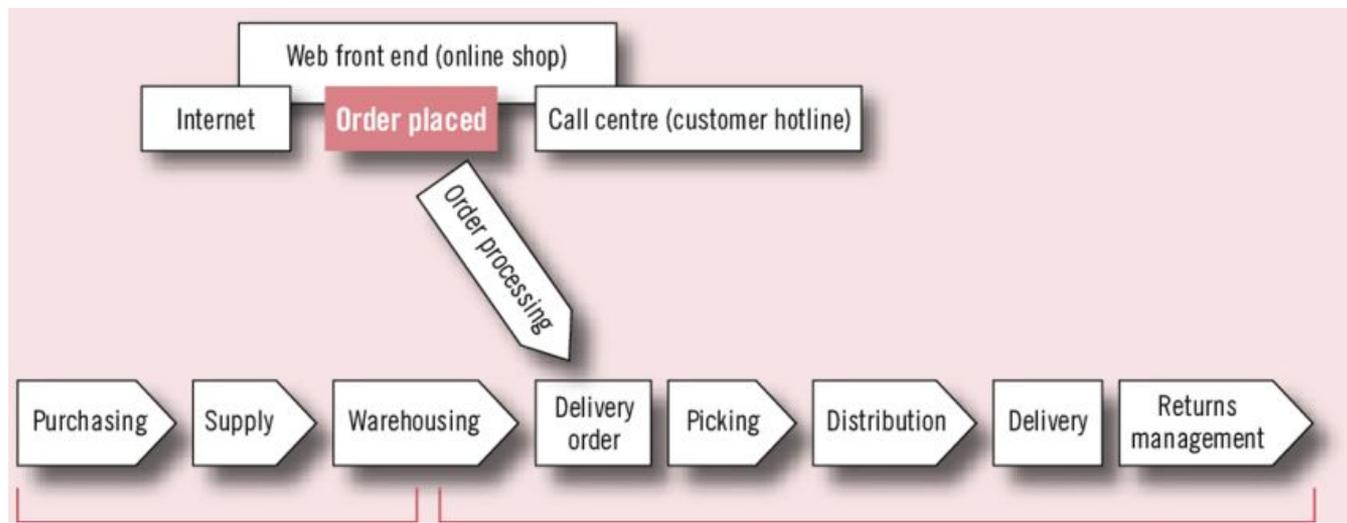
Cadeia de Valor de Negócio

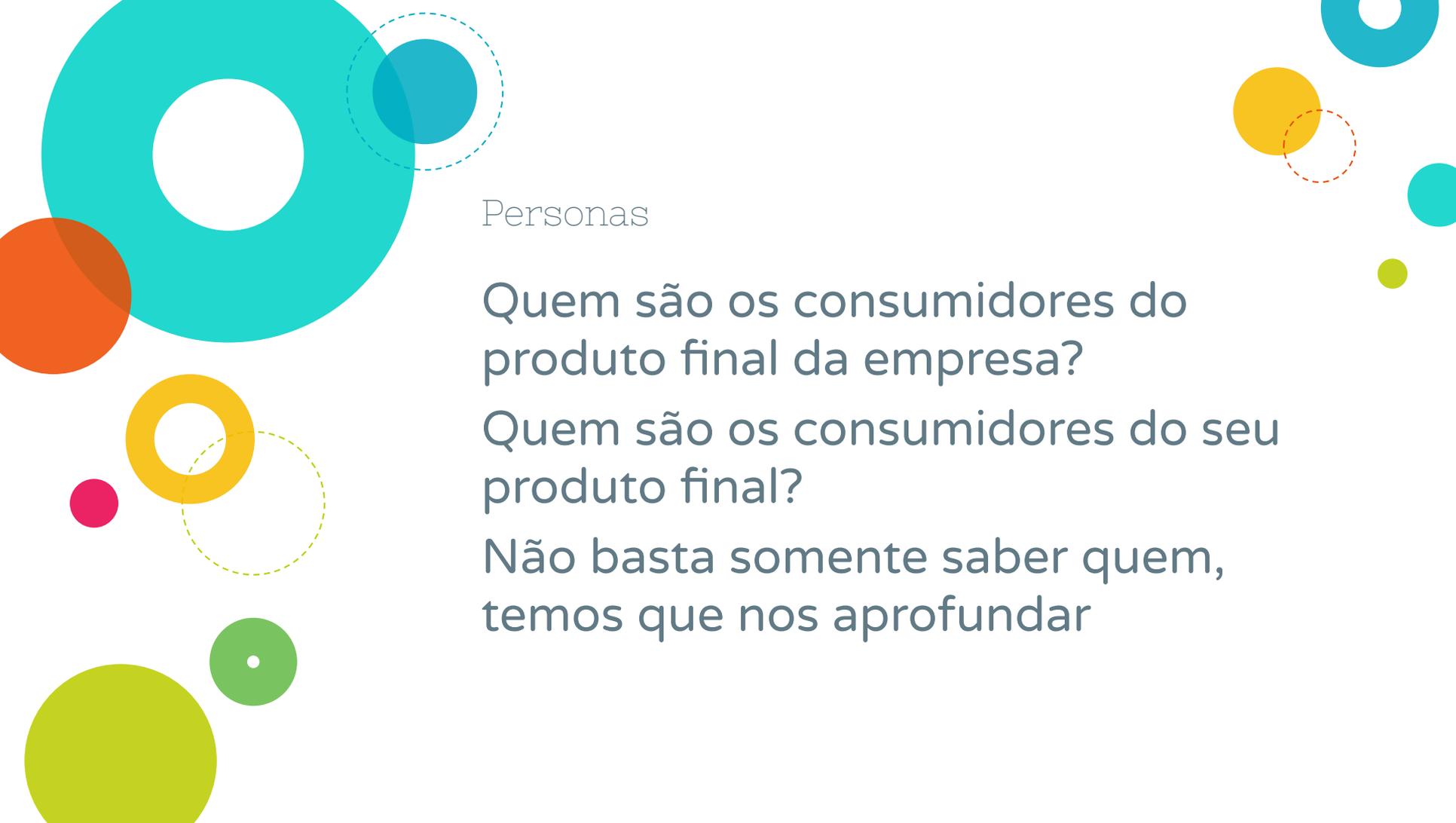
Você já se perguntou que produto ou serviço a sua empresa vende?

Como ele sai da concepção e vai para a casa do consumidor?

Que processos a empresa precisa ter para que esse produto seja vendido de forma legalizada no país onde você está?

Cadeia de Valor de Negócio





Personas

Quem são os consumidores do produto final da empresa?

Quem são os consumidores do seu produto final?

Não basta somente saber quem, temos que nos aprofundar

Mapa de Empatia

Será que posso comprar em dinheiro?
O mundo está muito perigoso
O correio é ruim
Seria ótimo receber meus produtos em casa

Comprar online é prático e fácil
Meu pai teve os dados do cartão roubados
Existem promoções só na internet
Só compro itens que já vi na loja física

É tranquilo e tem muitos amigos
Gosta de roupas diferentes das demais
Trabalha com atendimento em um banco

Aqui na Vila a diversão do pessoal é o futebol de domingo
Nós gostamos de jogar bola em quadra de taco, dá pra pentear o cabelo no taco de tão lisinho
Depois do futebol a gente toma uma cerveja e discute o campeonato

Tenho medo dos meus dados de cartão serem roubados
O correio é muito ruim
Tenho dificuldade de encontrar roupas diferentes no mercado

Encontraria minhas roupas mais facilmente em lojas online, sem ter que procurar tanto.
Se a loja me oferecer segurança, talvez eu consiga comprar online



Mapeamento de Jornada de Usuário

Entenda quem é o personagem principal da sua história

Mapeie com quais objetos ou sistemas ele interage

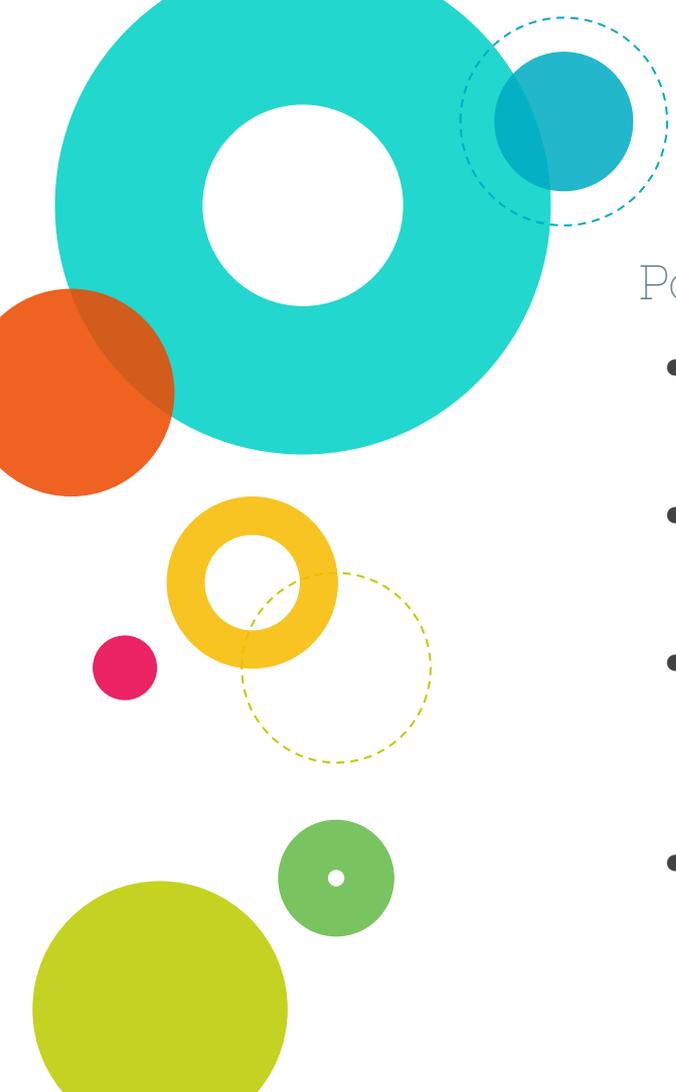
Identifique quais são os passos executados pelo seu personagem e quais problemas ele encontra

Jornada de Usuário

JORNADA HOLÍSTICA DO CONSUMIDOR



Pictograma caminhão por Jeremy J Bristol e quebra-cabeça por Sam Smith para the Noun Project
Pictograma lupa, ticket, coração e carrinho Entypo pictograms por Daniel Bruce — www.entypo.com



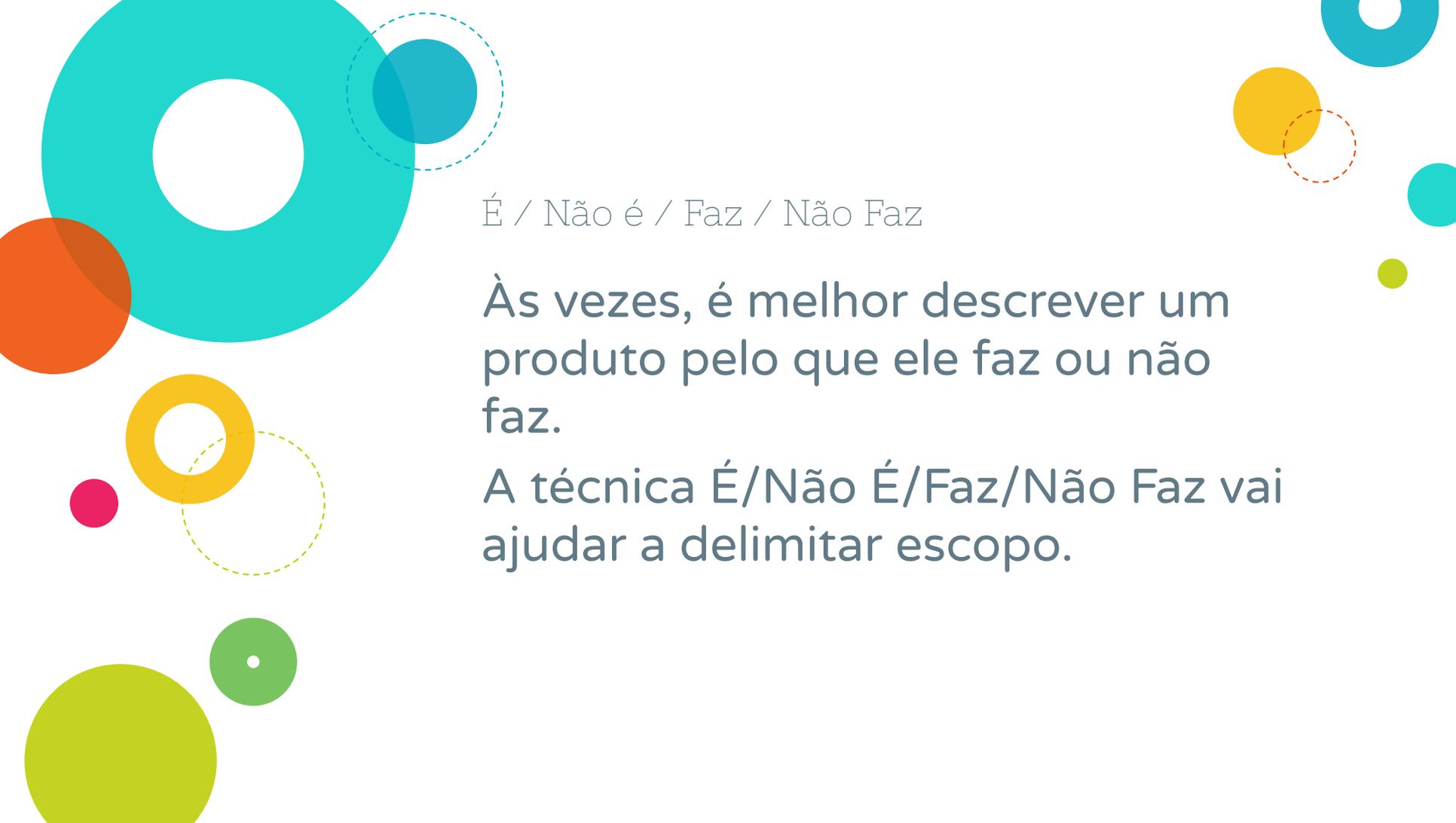
Porque usar a jornada de usuário

- A Jornada vai te guiar pelo processo do seu personagem
- Você terá oportunidades de identificar outros problemas a serem resolvidos
- É amplamente defendida por autores ágeis, como Paulo Caroli "Direto ao Ponto" e Jeff Patton "User Story Mapping"
- Alistair Cockburn, um dos pais do Manifesto Ágil, defende a construção de contexto antes de histórias, e este é um ótimo meio!

A decorative graphic featuring a large, light blue dashed circle that frames the central text. Various colored circles and arcs are scattered around the page: a large lime green circle at the top left, a teal arc at the top center, a yellow circle at the top right, an orange circle at the bottom left, and a yellow arc at the bottom left. Smaller circles in green, blue, orange, and pink are also present.

“

Visão do Produto

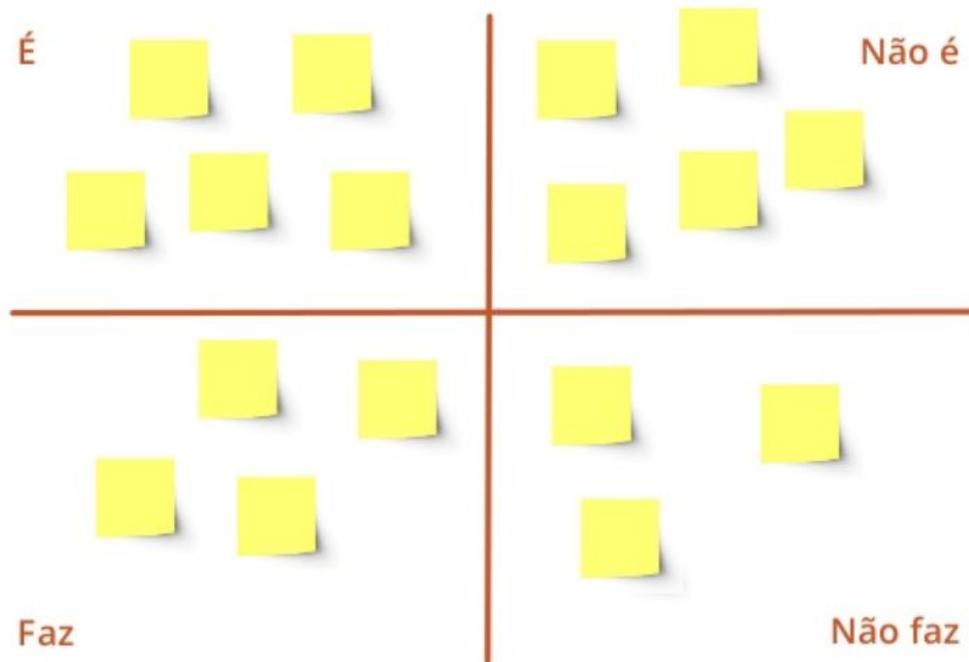


É / Não é / Faz / Não Faz

Às vezes, é melhor descrever um produto pelo que ele faz ou não faz.

A técnica É/Não É/Faz/Não Faz vai ajudar a delimitar escopo.

É / Não é / Faz / Não Faz



A decorative graphic on the left side of the slide features several overlapping circles and rings in various colors: teal, orange, yellow, pink, and green. Some are solid, while others are dashed. The circles vary in size, with the largest being a teal ring at the top left. The overall style is modern and minimalist.

Product Vision Board

Um canvas é sempre um canvas.
Canvas são templates que nos
ajudam a fazer algumas perguntas.
São como checklists do que temos
que fazer.

Product Vision Board

THE PRODUCT VISION BOARD EXTENDED				romanpichler
 VISION What is your purpose for creating the product? Which positive change should it bring about?		Democratizar a compra online.		
 TARGET GROUP Which market or market segment does the product address? Who are the target customers and users?	 NEEDS Which problem does the product solve? What benefit does it provide?	 PRODUCT What product is it? What makes it stand out? Is it feasible to develop the product?	 BUSINESS GOALS How is the product going to benefit the company? What are the business goals?	
Pessoas com baixa instrução e pouco acesso à internet	Compra segura para pessoas que não acessam a internet	Loja Online para todos, com tutoriais de como fazer compra segura.	Aumentar o volume de vendas online em até 30% em 2018.	
 COMPETITORS Who are your main competitors? What are their strengths and weaknesses?	 REVENUE STREAMS How can you monetise your product and generate revenues?	 COST FACTORS What are the main cost factors to develop, market, sell, and service the product?	 CHANNELS How will you market and sell your product? Do the channels exist today?	
Não há concorrentes no mercado deste segmento. \o/	Através da margem de lucro dos produtos (18%) e propaganda	Compra de ferramenta + Customizações internas (R\$50 a hora)	Anúncios de TV e Rádio	

www.romanpichler.com
Template version 05/17

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 3.0 Unported License





User Story Mapping

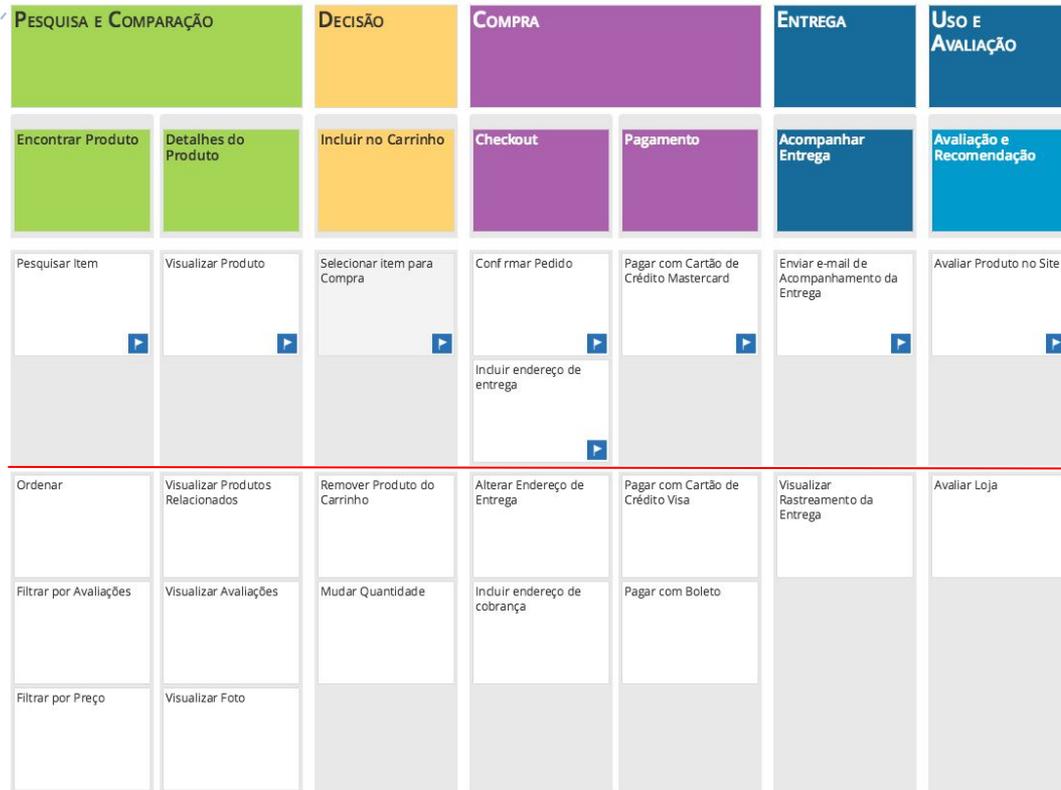
Mapeie todas as atividades realizadas por usuários durante o ciclo de uso do seu produto

Fatie a sua release no Mínimo Produto Viável

Desenvolva a estratégia de desenvolvimento pensando no valor de cada Release

PESQUISA E COMPARAÇÃO		DECISÃO	COMPRA		ENTREGA	USO E AVALIAÇÃO
Encontrar Produto	Detalhes do Produto	Incluir no Carrinho	Checkout	Pagamento	Acompanhar Entrega	Avaliação e Recomendação
Pesquisar Item	Visualizar Produto	Selecionar item para Compra	Confirmar Pedido	Pagar com Boleto	Visualizar Rastreamento da Entrega	Avaliar Produto no Site
Filtrar por Avaliações	Visualizar Foto	Remover Produto do Carrinho	Incluir endereço de entrega	Pagar com Cartão de Crédito Mastercard	Enviar e-mail de Acompanhamento da Entrega	Avaliar Loja
Filtrar por Preço	Visualizar Avaliações	Mudar Quantidade	Alterar Endereço de Entrega	Pagar com Cartão de Crédito Visa		
Ordenar	Visualizar Produtos Relacionados		Incluir endereço de cobrança			

User Story Mapping



Nosso exemplo fatiado...



A partir deste momento, você pode usar...

7 dimensões

Utilizar a técnica de 7 dimensões do produto para escrever sua história

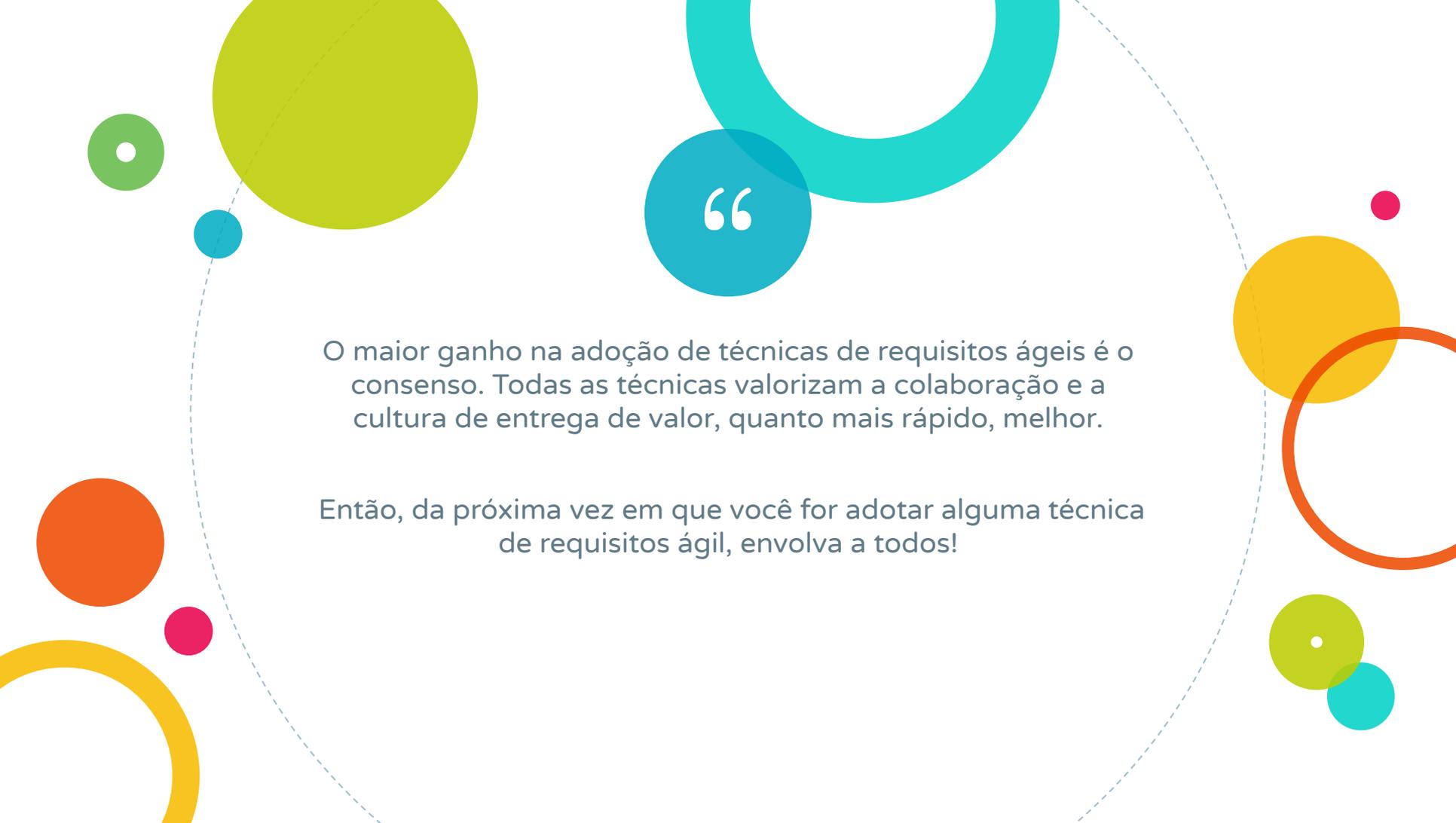
Critérios de Aceite

Capriche nas regras de negócio e nos comportamentos esperados!

3Cs

Cartão
Conversação
Confirmação

Conte com seu time para construir a história e colaborar para que tenha informação suficiente. Cuidado para não especificar demais!

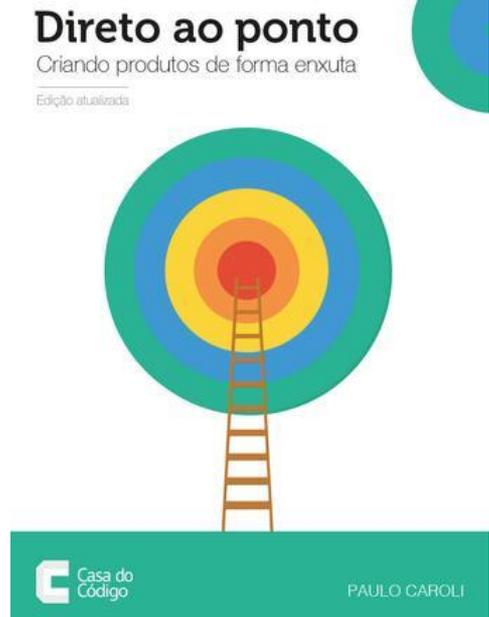
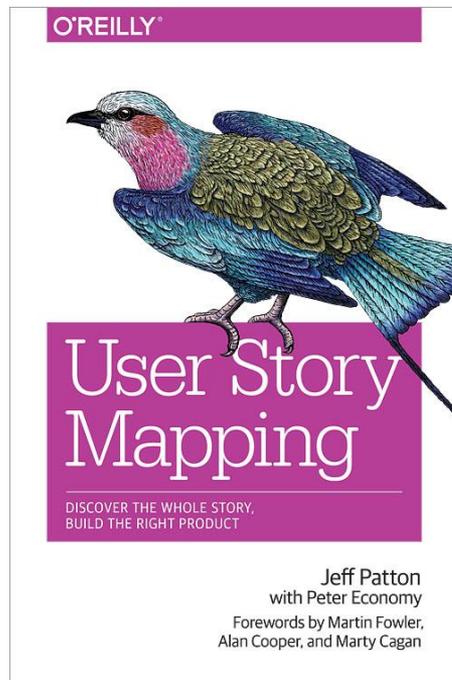
A decorative background featuring a large, light blue dashed circle that frames the central text. Scattered around this circle are various solid-colored circles and arcs in shades of green, yellow, orange, red, and teal. At the top center, a teal circle contains a white double quote symbol. Above it is a large teal arc. The overall design is clean and modern, with a focus on vibrant colors and geometric shapes.

“

O maior ganho na adoção de técnicas de requisitos ágeis é o consenso. Todas as técnicas valorizam a colaboração e a cultura de entrega de valor, quanto mais rápido, melhor.

Então, da próxima vez em que você for adotar alguma técnica de requisitos ágil, envolva a todos!

Gostei! Como saber mais?



Direto ao ponto

Criando produtos de forma enxuta

Edição atualizada



Casa do Código

PAULO CAROLI



Roman Pichler

Obrigada!



Perguntas?



Priscila Chagas



pribeirochagas@gmail.com



priscilachagas.com





Presentation design

This presentation uses the following typographies and colors:

- ⦿ Titles: **Nixie One**
- ⦿ Body copy: **Varela Round**

You can download the fonts on these pages:

<https://www.fontsquirrel.com/fonts/nixie-one>

<https://www.fontsquirrel.com/fonts/varela-round>

Yellow **#f8bb00**

Blue **#00acc3**

Green **#65bb48**

Orange **#ed4a00**

Aqua **#00d1c6**

Gray **#617a86**

Fucsia **#e8004c**

Lime **#bbcd00**

Light Gray **#a1becc**

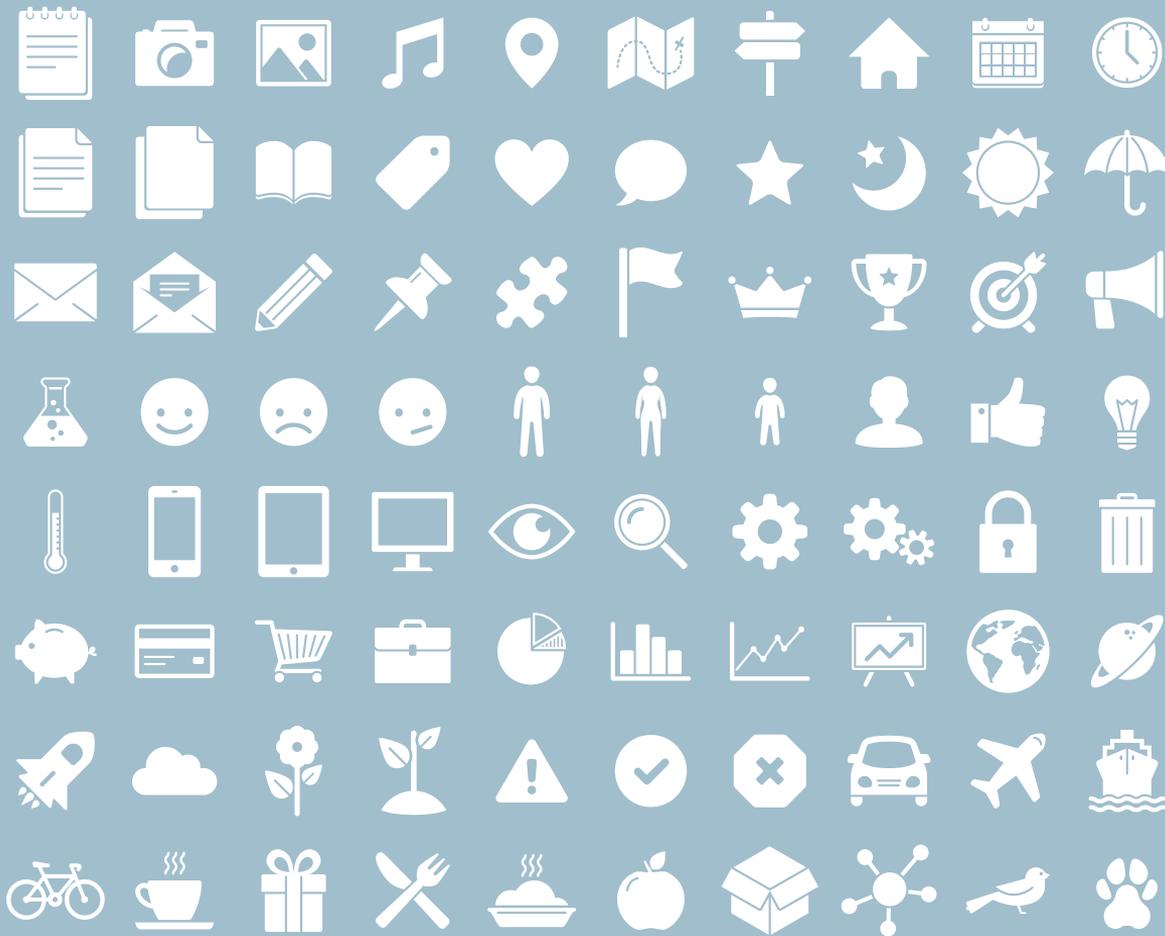
You don't need to keep this slide in your presentation. It's only here to serve you as a design guide if you need to create new slides or download the fonts to edit the presentation in PowerPoint®



Credits

Special thanks to all the people who made and released these awesome resources for free:

- © Presentation template by [SlidesCarnival](#)
- © Photographs by [Unsplash](#)



SlidesCarnival icons are editable shapes.

This means that you can:

- Resize them without losing quality.
- Change fill color and opacity.
- Change line color, width and style.

Isn't that nice? :)

Examples:

