

## ניהול מוצר לגופים ציבוריים

קורס 24254 – 40 שעות

### אודות הקורס

גופים ציבוריים רבים 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. רוב הגופים הציבוריים עוברים לעבודה בצורה אג'ילית, הרי שהמציאות מחייבת אותנו להבין שבעולם המוצרים העבודה האג'ילית הינה הכרח בהצלחת הפרויקט.

בעולם ניהול המוצר יש להתייחס לשני אספקטים:

- כיצד לנהל את המוצר
- כיצד לשווק את המוצר

מדובר בשתי התמחויות שונות, כאשר בעולם הגופים הציבוריים עדיין לא הושרש ההבדל, החשיבות וההבנה שאלו שתי משימות שונות.

בעולם ניהול הפרויקטים "הרגיל", עוסקים בעיקר בניהול הפרויקט בעולם ה-IT, כך שעולם השיווק ומיצוב המוצר בשוק היה מנוהל ע"י גורמים אחרים. כיום רוב הפרויקטים בארגונים מוגדרים כמוצרים - הארגונים העסקיים הבינו את הצורך להתייחס לפרויקט כמוצר מתחילתו ועד סופו. בארגונים ציבוריים תפקיד מנהל הפרויקט הושרש וקיים קרוב ל-40 שנה, כך שהשינוי הינו שינוי מהשוש.

כמו מנהל פרויקט בעולם ה-IT, על כל מנהל מוצר ללוות ולבקר את תהליך "בניית המוצר" מרגע שעלה הצורך ועד לסיום הפיתוח והוצאתו לשוק; ולאחר מכן, עליו ללוות את השינויים והדרישות למוצר (בדיוק כמו מוצר תוכנה). החלק השני הינו האחריות על האופן שבו מתקבל המוצר בשוק, הקשר הישיר לאנשי השיווק של מוצר, יצירת קשרים עם שותפים עסקיים, הגדרת אסטרטגיית המוצר ומפת הדרכים עבורו.

### 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.

### 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
- מנתחי 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

מנתי מערכות, מנהלי פרויקטים, מנהלי מוצר בתחילת דרכם; לפחות 3 שנות ניסיון כאנשי מערכות מידע

נושא המפגש	תיאור
ניהול מוצר מבט על והכרות - מבוא	<ul style="list-style-type: none"> <li>עקרונות המוצר</li> <li>תפקידו של מנהל המוצר</li> <li>מחזור חיים של השיווק וניהול המוצר</li> </ul>
שוק ההיי-טק ואופיו הייחודי	<ul style="list-style-type: none"> <li>תפקידו המרכזי של המוצר בעולם ההיי-טק</li> <li>המאפיינים של ניהול שווק מוצר טכנולוגי, תוכנה ושירות לעומת ניהול שווק מוצרי צריכה</li> <li>ההבדל בין מוצרים לשוק עסקי תעשייתי (B2B) לשוק הפרטי (B2C)</li> <li>התמודדות עם חברות ושווקים גלובליים</li> </ul>
תפקיד ניהול מוצר בארגון	<ul style="list-style-type: none"> <li>הגדרת תפקיד מנהל מוצר (Product Manager &amp; Product Marketing manager)</li> <li>מיקומו של מנהל המוצר בארגון.</li> <li>נקודות ממשק גורמים בארגון ויחסי גומלין בין התחומים השונים</li> <li>האתגרים הפנימיים וחיצוניים איתם מתמודד מנהל מוצר בארגון.</li> <li>ארגון מוטה שיווק לעומת ארגון מוטה פיתוח וארגון מוטה מכירות</li> </ul>
בנית אסטרטגית מוצר ומפת דרכים	<ul style="list-style-type: none"> <li>מהי האסטרטגיה של המוצר</li> <li>למה אי אפשר לנהל מוצר ללא אסטרטגיה למוצר, מה ה-Value Proposition</li> <li>בניה, מעקב ותחזוקת התכנית האסטרטגית למוצר</li> <li>מהי מפת הדרכים של המוצר (Roadmap)?</li> <li>בניה, מעקב ותחזוקת מפת הדרכים</li> </ul>
כלי מדידה ותמחור	<ul style="list-style-type: none"> <li>מה הם בכלי המדידה ומדדי ה-KPI כדי לעקוב אחרי מגוון רחב של נושאים וכיצד להשתמש בהם.</li> <li>כיצד להשתמש בכלי המדידה השונים</li> <li>הבנת התהליך והמחשבה שמאחורי "משפך ההמרה" של הלקוח.</li> </ul>
ניתוח והבנת השוק	<ul style="list-style-type: none"> <li>הבנת מגמות בשוק</li> <li>הגדרת צרכי שוק</li> <li>"מי הלקוח שלי" ?</li> <li>כתיבת Business Case למוצר</li> </ul>
ניתוח תחרות	<ul style="list-style-type: none"> <li>הגדרת התחרות והבנת "מי באמת המתחרה שלי" ?</li> <li>מקורות מידע לניתוח תחרות</li> <li>אסטרטגיות (אקטיביות ופסיביות) לניהול תחרות</li> <li>אסטרטגית תחרות (תקיפה, הגנה, אין תגובה,...)</li> </ul>

נושא המפגש	תיאור
ניהול דרישות לקוח	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ הבנת צרכי לקוח (קיים או פוטנציאלי)</li> <li>▪ סוגי דרישות וניסוחן (עסקי לעומת טכני)</li> <li>▪ טכניקות לתעדוף דרישות</li> <li>▪ תכולת מסמך דרישות שוק – Market Requirements Document</li> <li>▪ תכולת מסמך דרישות מוצר – Product Requirements Document</li> <li>▪ כתיבת תרחישי פעולה – Scenarios/Use Cases/User stories</li> </ul>
עקרונות אפיון ממשק משתמש	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ מה בין חוויית משתמש (UX) לממשק משתמש (UI)?</li> <li>▪ שימוש פרסונות</li> <li>▪ Customer Journey Mapping</li> <li>▪ ממשק מחשב/טאבלט/מובייל</li> <li>▪ כלים ומתודולוגיות לאפיון ועיצוב</li> </ul>
מיצוב מוצר ומסרים	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ מודל המיצוב ובניית המסרים למוצר (תוך התייחסות למיצוב ומסרי החברה מחד ולמוצרי החברה האחרים מאידך)</li> <li>▪ דוגמאות ו- Case Study</li> <li>▪ תרגיל במיצוב ומסרים</li> <li>▪ בידול המוצר וה- Value Proposition מבחינה שיווקית</li> </ul>
תכנית שיווקית למוצר – Go To Market Plan	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ מרכיבים ותכולה של תכנית שיווקית</li> <li>▪ Lead Generation Plan</li> <li>▪ תהליך בניית תכנית שיווקית למוצר:</li> <li>▪ השקת המוצר – Product Launch <ul style="list-style-type: none"> <li>○ השקת מוצר לשוק העסקי (B2B)</li> <li>○ ניהול בלוג למוצר כאמצעי להפצת ידע</li> <li>○ תיעוד המוצר והמאפיינים של סוגי המסמכים השונים (Online help, Tutorial, User guide, white papers)</li> <li>○ Go To Market Plan – הוצאה לפועל</li> </ul> </li> </ul>
הישגי מנהל המוצר או כיצד לעבוד עם צוותים משיקים בכדי להשיג את מטרות המוצר	<ul style="list-style-type: none"> <li>• סביבת העבודה של מנהל המוצר</li> <li>• התנהגות פרו-אקטיבית של מנהל המוצר</li> <li>• מפת המוטיבציה</li> <li>• צוותים משיקים : <ul style="list-style-type: none"> <li>○ פיתוח- R&amp;D</li> <li>○ ניהול לקוחות / ניהול תיקים</li> <li>○ תמיכה</li> <li>○ שיווק</li> <li>○ רגולציה</li> <li>○ מכירות / פיתוח עסקי</li> <li>○ טכניקות לבניית ערך משותף עם הגורמים הנ"ל</li> </ul> </li> </ul>
קבלת החלטות מבוססות נתונים	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ נתונים כתומכי לחימה</li> <li>▪ מחווני ביצועים עיקריים (KPI's)</li> <li>▪ A/B testing</li> <li>▪ כלים ומערכות לאיסוף נתוני מוצר (שימוש, הכנסות, תקלות ועוד)</li> </ul>
ניהול מוצר בעולם ה-Agile	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ עקרונות בסיסיים למתודולוגית Agile</li> <li>▪ מקומה של מפת דרכים בעולם משתנה</li> <li>▪ Scrum / Kanban</li> <li>▪ מה בין Product Owner ו-מנהל המוצר?</li> </ul>