

קורס מנהל מוצר בסביבת הייטק

מבוא

מנהל מוצר בחברת הייטק הוא אולי התפקיד המעניין ביותר בארגון – הוא משלב ראייה עסקית וטכנולוגית ואמור להוביל את המוצר בטווח הקצר והארוך. אולם בדיוק בשל כך הוא גם תפקיד מאתגר ביותר – כיצד אפשר להוביל מוצר טכנולוגי ו"לשלוט" על אנשי הפיתוח, השיווק והמכירות? האם קיימת מתודולוגיה מנצחת לבניית roadmap של מוצר טכנולוגי? כיצד להביא ראיית שוק אסטרטגית ועדיין לא לזנוח את פרטי המאפיינים של הגירסא הבאה של המוצר? קורס ייחודי זה מכסה את האספקטים הרבים של ניהול מוצר בחברת הייטק, ונותן כלים שימושיים למנהלי המוצר שיעזרו להם להתמודד מול הגורמים הרבים בארגון שלהם ולהצליח להגיע להובלה אמיתית של מוצר טכנולוגי. הקורס מכסה את ההיבטים הפנימיים (inbound) והחיצוניים (outbound) של ניהול מוצר בחברת הייטק.

מטרת הקורס

להנחיל שילוב של רקע תיאורטי, מתודולוגיות וכלים שימושיים למנהלי מוצר בחברות הייטק.

הקורס מיועד

למנהלי מוצר בחברת הייטק, אנשי הייטק מתחום השיווק, הפיתוח או ההנדסה אשר מתעתדים להתחיל תפקיד של מנהל מוצר.

תוכנית הלימודים (שיטת הלימוד)

הרצאות פרונטליות בשילוב case studies, הפעלת התלמידים בסימולציות ותרגילים, פרוייקט סיום.

מועצה מייעצת – (Advisory Board)

כל הקורסים במסלול הייטק מלווים על ידי Advisory Board של אנשי הייטק בעל נסיון בתחום הרלוונטי

- ליאור צדיקריו – שותף מנהל, סטארויז'ן
- יאיר מירנדה – דירקטור ניהול מוצר, מיקרוסופט
- דפנה רוזנטל – סמנכ"ל, מוצר סמארטים
- אורן בצלאלי – סמנכ"ל מוצרים, אמדוקס
- איל כץ, Founder, DevManage Consulting
- יורי לביא – יזם וסמנכ"ל מוצרים, אופטיר
- דן פרומר – סמנכ"ל ניהול מוצר פינג'אן

נושאי הלימוד

- מהו ניהול מוצר – product management, product marketing, inbound, outbound
- מיקום פונקצית ניהול המוצר בארגון והממשקים מול שיווק, מרקום, מכירות, פיתוח הנדסה ופרוייקטים
- The Touch-Point Theory
- מיצוב המוצר (positioning)
- ניתוח שוק
- ניתוח מתחרים (competitive analysis)
- איסוף דרישות ותעדוף
- הצגת מתודולוגיית 360° ניהול מוצר
- תהליכי בקרה וניהול
- בניית מסמכי דרישות
 - MRD
 - PRD
- בניית roadmap
- תוכנית גרסאות
- מענה למכרזים – מתי מותר לענות "no comply" ?
- מחקרי שיווק – שימוש באנליסיטיים (גרטנר ודומיהם) – לוקסוס או הכרח?
- מצגת ללקוחות
- הכנת אפיון פונקציונאלי תמציתי של המוצר, הגדרת roadmap, וגרסאות מתוכננות למוצר
- פיתוח ערכת שיווק למוצר – כיצד עובדים עם המרקום? פיתוח ברושור, מצגת, תיאור מוצר, demo, חומר אינטרנטי על המוצר
- עבודה מול R&D –
 - ישיבת גירסא
 - ניתוח מאפייני מוצר
 - הבאת דרישות השוק למוצר
 - שילוב מתודולוגיית פיתוח של Agile ו-SCRUM בניהול מוצר
- עבודה מול Sales – איסוף דרישות
 - כיצד "מראיינים" אנשי מכירות?
 - מה אפשר ללמוד מהשתתפות בפגישת מכירות עם לקוח?
 - כיצד לתת incentive לאנשי מכירות כך שישמשו "סוכן" של מנהל המוצר?

שעות לימוד: 40 שעות אקדמיות

תוכנית מפורטת לפי מפגש

פרוט	שעות	מפגש	יחידת לימוד
הגדרת הפעילות והצורך הגדרת מונחים בניהול מוצר הגדרת סוגי חברות שונים – משמעות אסטרטגיית מוצר המעגל השווקי B2B Marketing	4	1	מבוא
Mission – Vision ניהול מוצר כחלק מהאסטרטגיה העסקית של הארגון – מודל SWOT. מיקום ה-Innovation בארגון הובלת מוצר מיצוב המוצר (Positioning) ניתוח שוק ניתוח מתחרים (Competitive Analysis) ניהול פורטפוליו מחזור חיים של מוצר – מתי אתה מוריד השקעת RD ומעלה השקעה בשוק הגדרת Business Case למוצר אסטרטגיית שוק	4	2	אסטרטגיה
איזו בעיה בא המוצר לפתור? MRD ניתוח תמונת השוק והתחרות. מודל SWOT שימוש במקורות מידע פנימיים וחיצוניים. בחירה בין מוצר חדשני למוצר "Me too". גזירת Roadmap בהתחשבות בגורמים מגדרים	4	3	אפיון דרישות
מסמך ה-PRD תעדוף תכונות המוצר ניהול מעקב אחר דרישות לאורך זמן הגדרת ה-Deliverables מודל עסקי ותמחור	4	4	
מתחרים (Competitive Analysis) שותפים אנליסטים מכרזים לקוחות כנסים	4	5	יישום- גורמים חיצוניים
תהליכי זהו דרישות חיצוניים חשיפת Roadmap מבוקרת ניהול תהליך Product Planning חיצוני	4	6	
לוי תהליכי ניהול המוצר לאורך כל חיי המוצר הגדרת תהליכי ניהול מוצר בתוך הארגון	4	7	יישום – גורמים פנימיים בארגון
תהליכי זהו דרישות פנימיים חשיפת Roadmap מבוקרת	4	8	

ניהול תהליך Product Planning חיצוני			
מיומנות תקשורת בין אישית אפקטיבית מקורות הסמכות ביהול מוצר ופיתוח מוטביציית עמיתים ניהול קונפליקטים הנעת תהליכים וקידום אינטרסים ניהול שינוי: סוגי שינויים, התנגדות לשינוי, הטמעה	4	9	איך עובדים בסנרגיה ארגונית
	4	10	סיכום

לקבלת פרטים והרשמה:

טלפון: 052-4468833

דוא"ל: info@starvisionpartners.com