

Metodologias Ágeis e Scrum



Projeto

- PMBOK (2017): Projeto é
 - Um empreendimento temporário feito para criar um produto, serviço ou resultado únicos.
- Gerenciar projetos é
 - Administrar os conflitos da tríade: escopo, tempo e custo. ★
- O foco está no planejamento e execução meticolosos,
 - seguindo uma abordagem faseada até uma solução predefinida.
- Não têm flexibilidade para mudar de direção,
 - levando a falhas dispendiosas e a uma cultura de prevenção de riscos
- **Experimental antes de projetar (projetar o que se tem certeza de gerar valor) ★**

Conceituação de Agilidade

- Sinônimo de

- Flexibilidade

- ✓ Celeridade e baixo custo de mudanças

- Proatividade

- ✓ A equipe identifica problemas e corrige

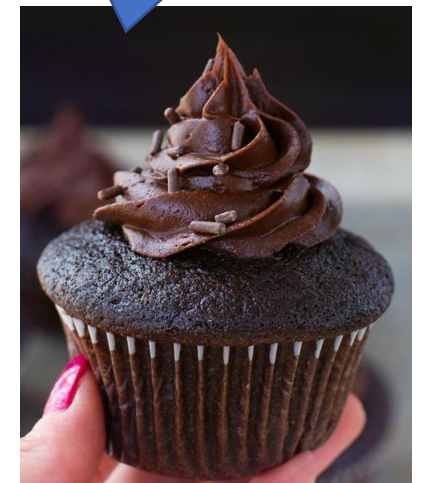
- Rapidez

- ✓ Entrega contínua

- ✓ Cupcake



Pequenos Lotes
(Small batches)



MVP ilustrativo

Agilidade vs Pressa

• Pressa

- Tem conotação pejorativa (imprudência/negligência)
 - ✓ Exemplo: pular etapas essenciais.
 - Para cumprir um pseudo deadline.
- Fazer bem feito leva o mesmo tempo
 - ✓ de fazer mal feito.
 - Se tem que ser feito, tem que ser bem feito.
 - Se não for fazer bem feito, não faça.



Fonte: Alex Pereira

• Agilidade

- Maximizar a quantidade de trabalho não realizado
 - ✓ Atingindo o mesmo objetivo
 - Fazer um cupcake bem feito



O Manifesto Ágil

- Quando
 - Publicado em 2001
- Quem
 - 17 pessoas influentes na indústria de software
- Onde
 - Se reuniram num resort de Ski em Utah/EUA
- Objetivo
 - Encontrar as bases comuns para propor alternativas aos processos de desenvolvimento de software pesados e orientados a documentação

Valores do Manifesto

- Como ler os valores: Priorizar isso mais do que aquilo.
- Indivíduos e interações
 - Mais do que processos e ferramentas;
- Software em funcionamento mais
 - do que documentação abrangente;
- Colaboração com o cliente
 - Mais do que negociação de contratos;
- Responder a mudanças
 - Mais do que seguir um plano

Princípios do Manifesto Ágil (1)

- Nossa maior prioridade é satisfazer o cliente através da entrega **contínua e adiantada** (de valor para o cliente)
 - Entregar rápido pequenas partes do escopo total; e
 - Não fazer iterações longas com escopo (e risco) grande.
- Mudanças nos requisitos são **bem-vindas**, mesmo tardiamente ★ no desenvolvimento.
 - O cliente descobre o que precisa durante o desenvolvimento do projeto (iterativamente).
 - Processos ágeis viabilizam vantagem nas mudanças visando vantagem competitiva para o cliente.

Pequenos Lotes ★

- Minimiza-se o risco
- Aumenta-se o foco
- Prioriza-se itens mais importantes
 - Entrega adiantada deles
- Valida-se atividades e processos no final da cadeia de valor
- Aplica-se a melhoria contínua (PDCA)
- Evita-se valorizar um custo afundado

Princípios do Manifesto Ágil (1)

- Pessoas de negócio (*stakeholders*) e desenvolvedores devem trabalhar diariamente em conjunto por todo o projeto.
 - Menos formalidade/documentação demanda mais interação com os especialistas de negócio, pois o aprendizado é contínuo.
- Construa projetos em torno de indivíduos motivados. Dê a eles o ambiente e o suporte necessário e confie neles para fazer o trabalho.
 - Confiar = Ter menos custos/atividades de monitoramento de progresso
 - Dar mais autonomia a equipe de projeto
 - ✓ Até uma certa autonomia financeira. ([Adobe](#))

Princípios do Manifesto Ágil (2)

- Contínua atenção à excelência técnica e bom design aumenta a agilidade.
 - Manter-se atualizado com as melhores técnicas;
 - O design pode aumentar a competitividade.
- Simplicidade -- a arte de maximizar a quantidade de trabalho não ★ realizado -- é essencial.
 - Cuidado ao definir o escopo. Toda atividade deve ter um propósito associado a um requisito de negócio.
 - ✓ “Decidir o que não fazer é tão importante quanto decidir o que fazer” – Steve Jobs
 - Se algo a mais será feito, outra coisa deixará de ser feita.
 - Inovação precisa de ócio (criativo) para ocorrer

Maximizar a quantidade de trabalho não realizado

- Seguir a ordem de prioridade dos itens do MVP
 - Itens subsequentes mudam, são removidos, saem da agenda
- Postergar itens que não serão utilizados pelos usuários/clientes
- Não detalhar especificação de itens adiantadamente
- Não realizar tarefas de utilidade temporária
- Tratar a causa do problema, já da primeira vez que ele aparecer
 - Não adotar reparo casuístico
 - ✓ Não enxugar gelo. (Pressa/Qualidade)

Scrum

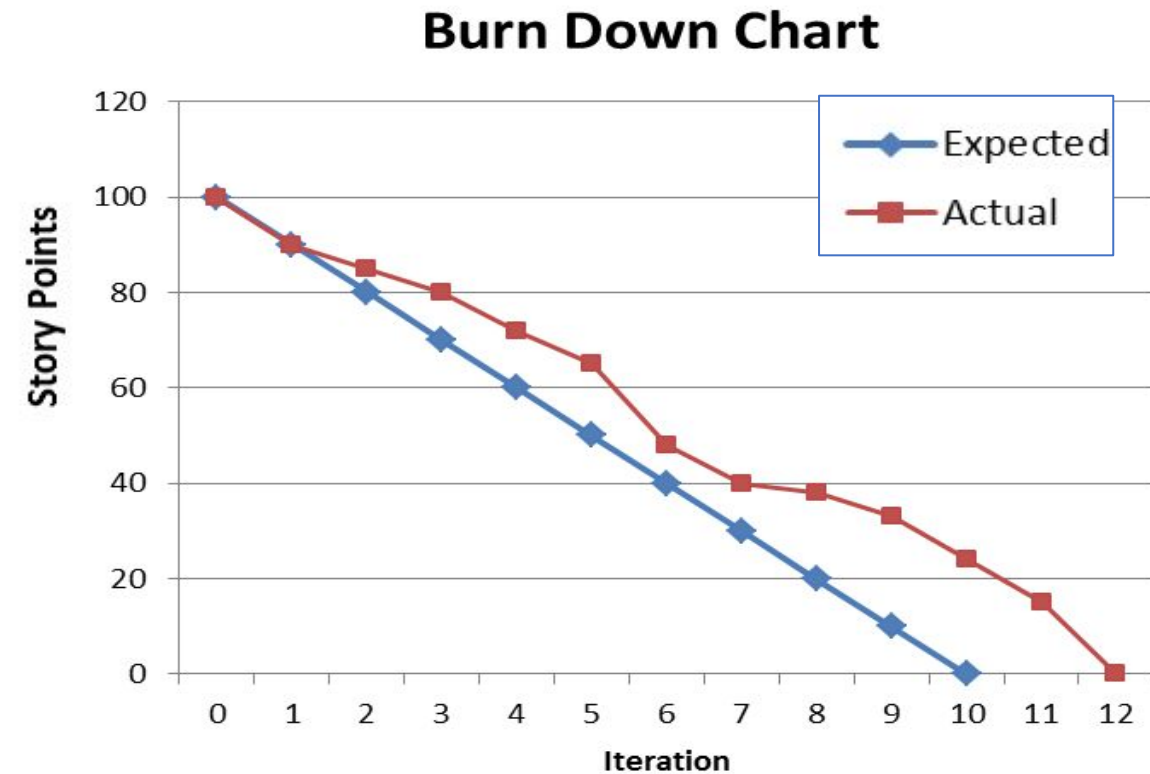


Alguns dos termos do Scrum

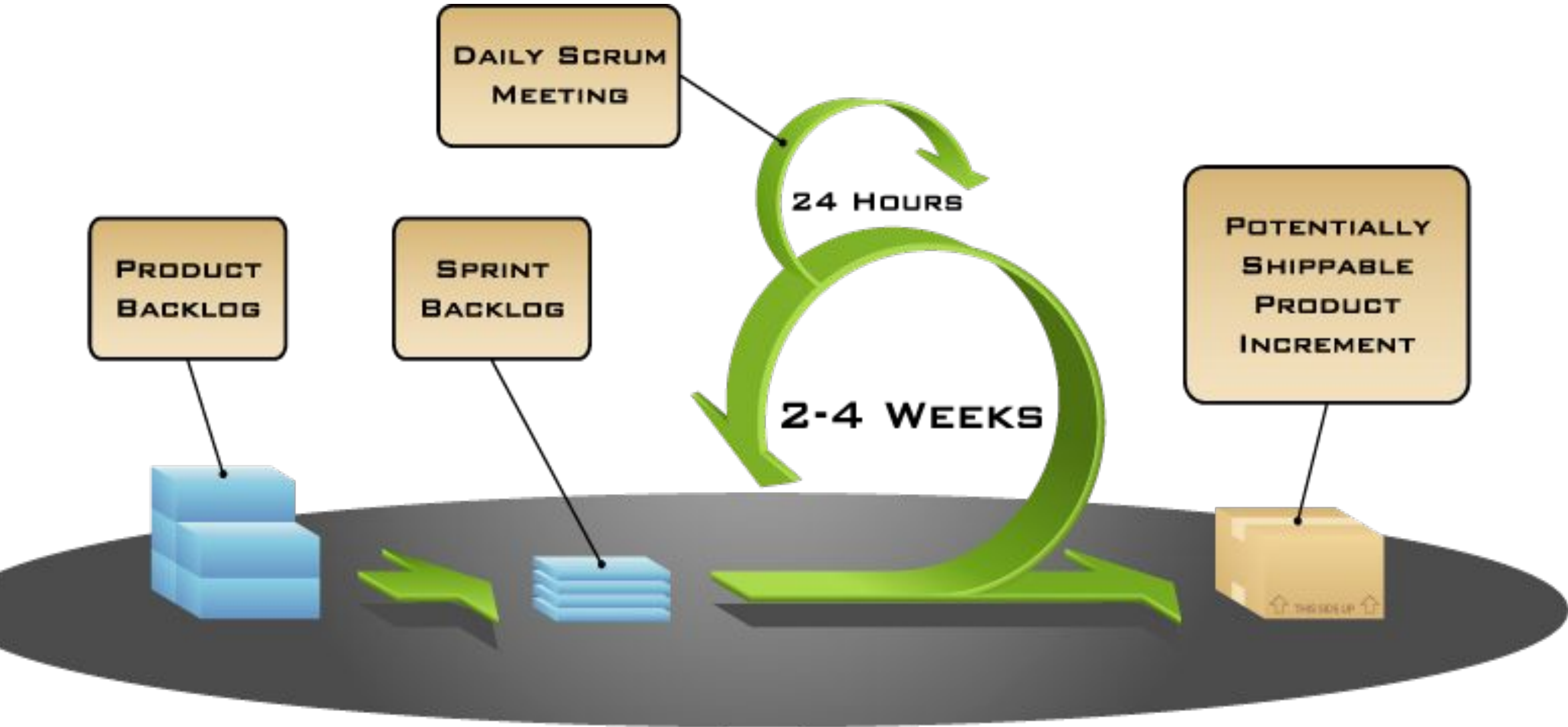
- **Product Backlog (backlog do produto)** - Lista de histórias que compõem o produto
- **Product Owner - PO (dono do produto)** - é a pessoa responsável pelo backlog do produto. Ele também define e prioriza as funcionalidades.
- **Scrum Master** – É um facilitador da equipe de desenvolvimento que remove obstáculos que possam interferir no desenvolvimento do produto
- **Sprint** – É uma iteração do desenvolvimento (2 a 4 semanas)

Alguns dos termos do Scrum

- **Sprint Backlog** – lista de histórias selecionadas para uma sprint
- **Daily Scrum (Reunião diária)** – Reunião diária, curta (15 min) e em pé
- **Burndown Chart (gráfico burndown)** – Gráfico de acompanhamento



Scrum (Metodologia Ágil)



Time Scrum

- Product Owner (Dono do Produto)
 - É um representante do contratante
 - Responsável por:
 - ✓ Maximizar o valor do produto e do trabalho do Time de Desenvolvimento;
 - ✓ Expressar claramente os itens do Backlog do Produto; e
 - ✓ Ordenar os itens do Backlog do Produto.
 - Ninguém mais tem permissão para falar com o Time de Desenvolvimento sobre diferentes configurações de prioridade, e
 - ✓ O Time de Desenvolvimento não tem permissão para agir sobre o que outras pessoas disserem.

Time Scrum

- Time de Desenvolvimento

- consiste de profissionais que realizam o trabalho
 - ✓ de entregar uma versão usável que
 - ✓ potencialmente incrementa o produto “Pronto”
 - ao final de cada Sprint.
- Eles são auto-organizados e multi-funcionais
 - ✓ Não contém sub-times, e
 - ✓ Times de 3 a 9 pessoas.

Time Scrum

- Scrum Master

- É responsável por

- ✓ Garantir que o Scrum seja entendido e aplicado;

- ✓ Facilitar os eventos Scrum (Ex. reuniões);

- É um facilitador

- ✓ Remove barreiras que impedem ou dificultam os trabalhos.

Eventos Scrum

- Sprint
- Reunião de Planejamento da Sprint
- Reunião Diária
- Revisão da Sprint
- Retrospectiva da Sprint

Sprint (1)

- Um evento de um mês ou menos (time-boxed: início e fim)
- Durante a sprint é criado
 - um incremento (“Pronto”),
 - ✓ versão incremental potencialmente utilizável do produto.
- Uma nova Sprint inicia imediatamente após
 - a conclusão da Sprint anterior.
- São compostas por
 - uma reunião de planejamento da Sprint,
 - reuniões diárias,
 - o trabalho de desenvolvimento,
 - uma revisão da Sprint e
 - A retrospectiva da Sprint.



Sprint (2)

- Toda Sprint tem um objetivo
 - Que deve ser atingido por meio da entrega do incremento planejado.
- Durante a Sprint
 - Não são feitas mudanças que possam por em perigo o objetivo da Sprint;
 - As metas de qualidade não diminuem; e,
 - O escopo pode ser clarificado e renegociado entre o Product Owner e o Time de Desenvolvimento
 - ✓ Conforme eles vão aprendendo durante a sprint.
- A Sprint poderá ser cancelada se o objetivo da Sprint se tornar obsoleto.
 - Somente o Product Owner pode cancelar a sprint.

Reunião de Planejamento da Sprint

- Planeja-se o trabalho a ser realizado na Sprint
 - trabalho colaborativo de todo o Time Scrum.
- Responde-se as seguintes questões:
 - O que pode ser entregue como resultado do incremento da próxima Sprint?
 - Como este trabalho será realizado?
- Inputs
 - Backlog do Produto
 - O mais recente incremento do produto,
 - A capacidade projetada do Time de Desenvolvimento durante a Sprint e
 - O desempenho passado do Time de Desenvolvimento.
- Somente o Time de Desenvolvimento pode avaliar o que pode ser completado ao longo da próxima Sprint.

Reunião Diária

- Reunião de 15 minutos para
 - sincronizar as atividades e criar um plano para as próximas 24 horas, e
 - inspecionar se o progresso tende para completar o trabalho do Backlog da Sprint.
- Respondem:
 - O que **eu fiz ontem** que ajudou o Time de Desenvolvimento a atender a meta da Sprint?
 - O que **eu farei hoje** para ajudar o Time de Desenvolvimento a atender a meta da Sprint?
 - Eu vejo algum **obstáculo que impeça** a mim ou o Time de Desenvolvimento no atendimento da meta da Sprint?
- Discussão: adequabilidade e viabilidade no contexto da Adm. Pub.

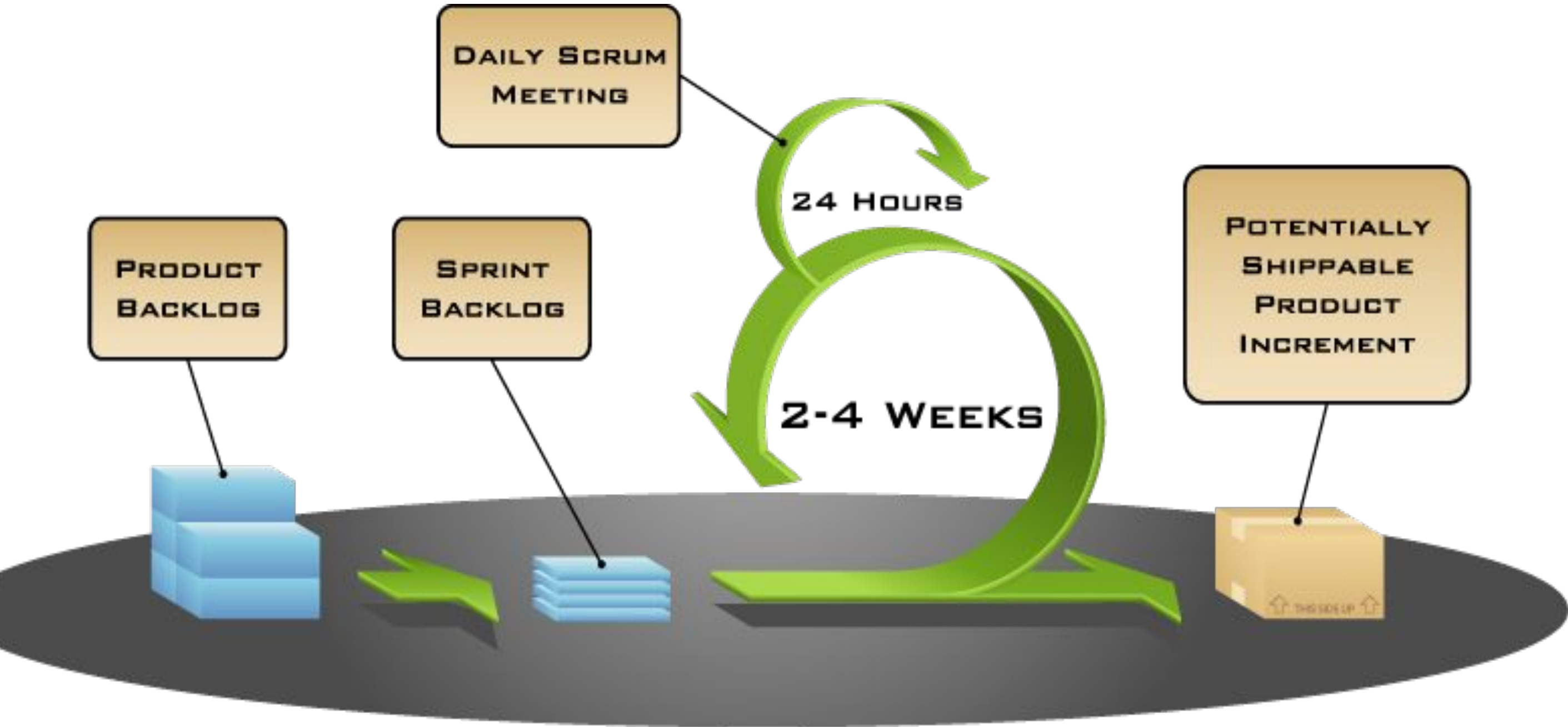
Reunião de Revisão da Sprint

- Participam
 - O Time Scrum e os Stakeholders chave convidados pelo PO.
- É executada no final da Sprint para inspecionar o incremento e adaptar o Backlog do Produto, se necessário.
 - O Time de Desenvolvimento demonstra o trabalho que está “Pronto” e responde as questões sobre o incremento.
- O resultado é um Backlog do Produto revisado
 - que define o provável Backlog do Produto para a próxima Sprint.
 - O Backlog do Produto também pode ser ajustado para atender novas oportunidades.
- O foco da discussão é o Escopo.

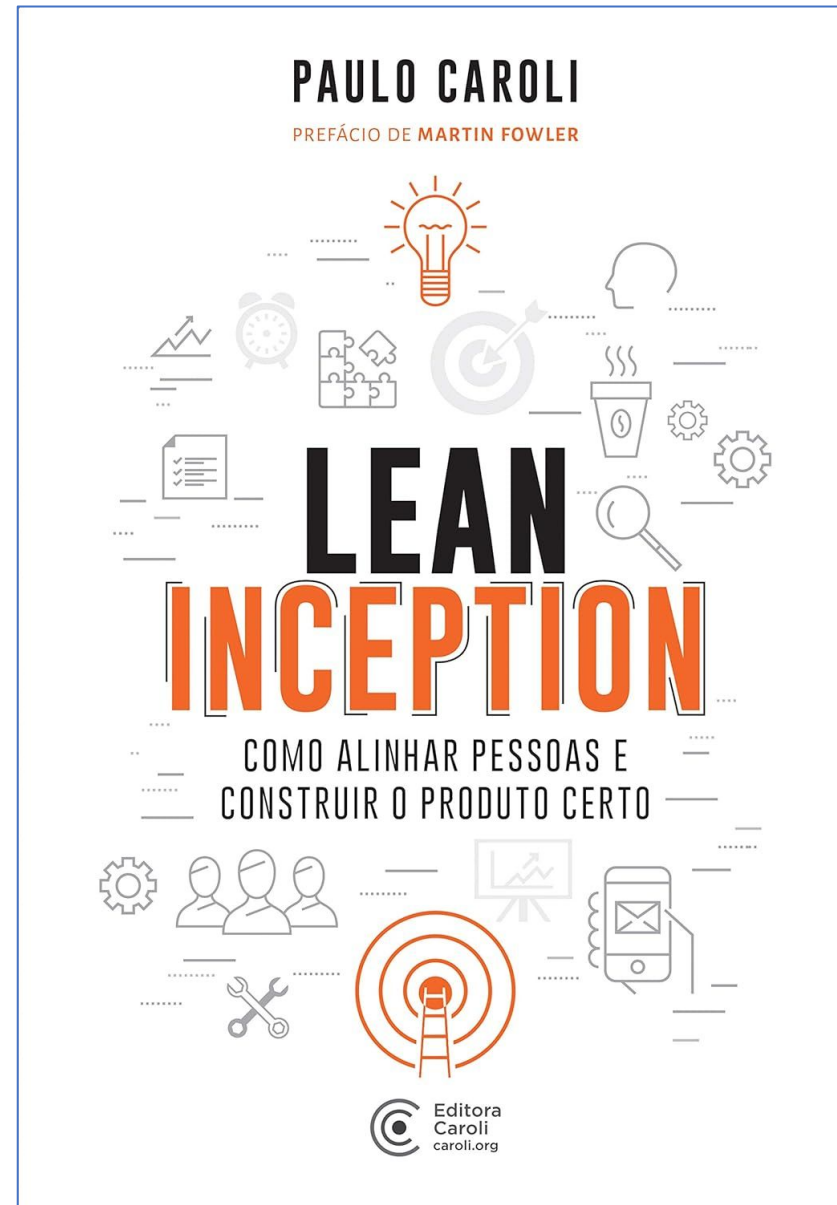
Retrospectiva da Sprint

- Oportunidade para o Time Scrum inspecionar a si próprio
 - e criar um plano para melhorias a serem aplicadas na próxima Sprint.
- Ocorre depois da Revisão da Sprint e
 - antes da reunião de planejamento da próxima Sprint.
- Analisa-se
 - Pessoas, relacionamentos, processos e ferramentas.
- Criar um plano para alterar o modo de trabalho
 - Pode-se, por exemplo, criar métricas, processos, alterar responsabilidades, mudar a definição de Pronto e etc.

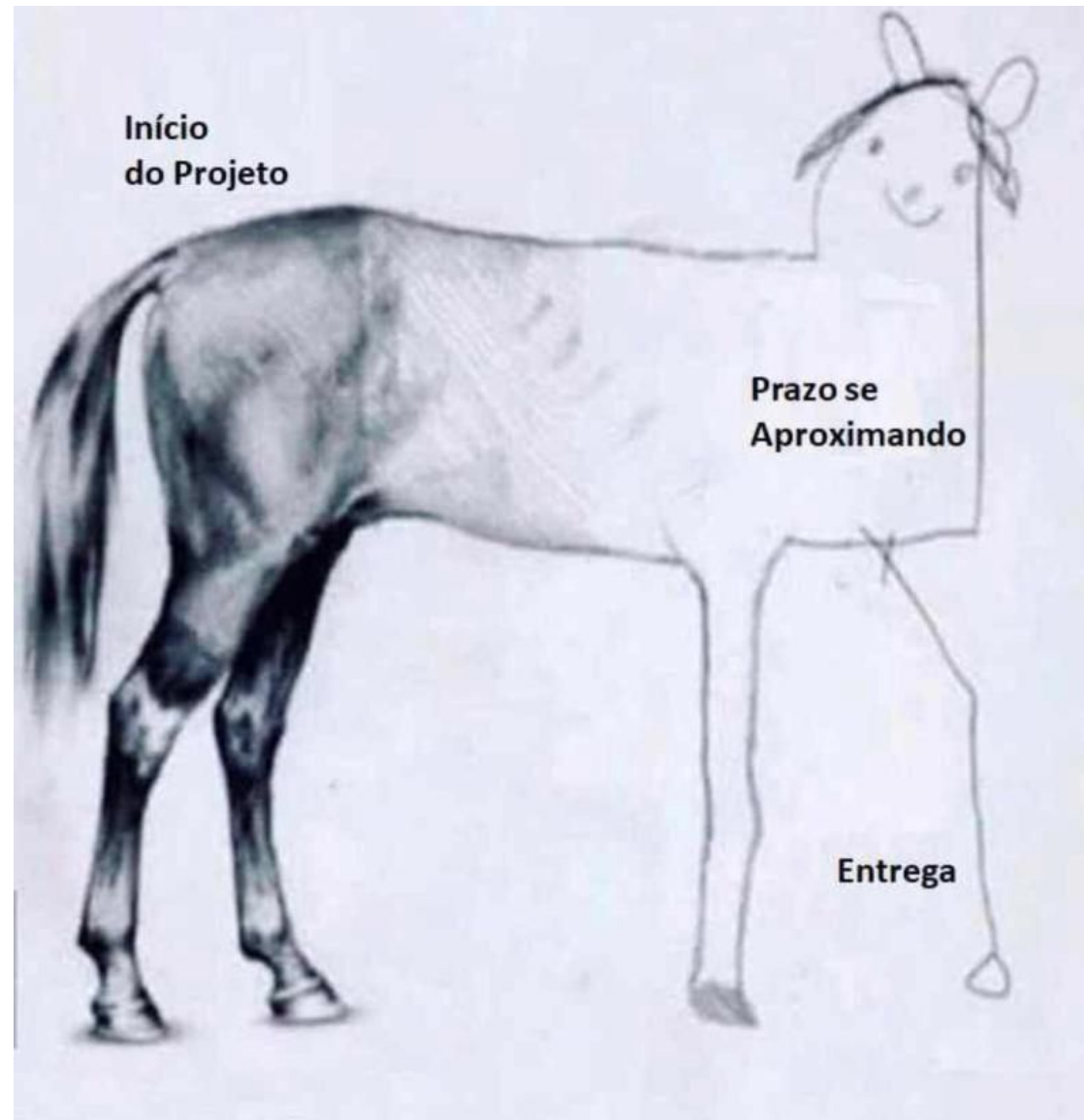
Scrum (Metodologia Ágil)



Lean Inception

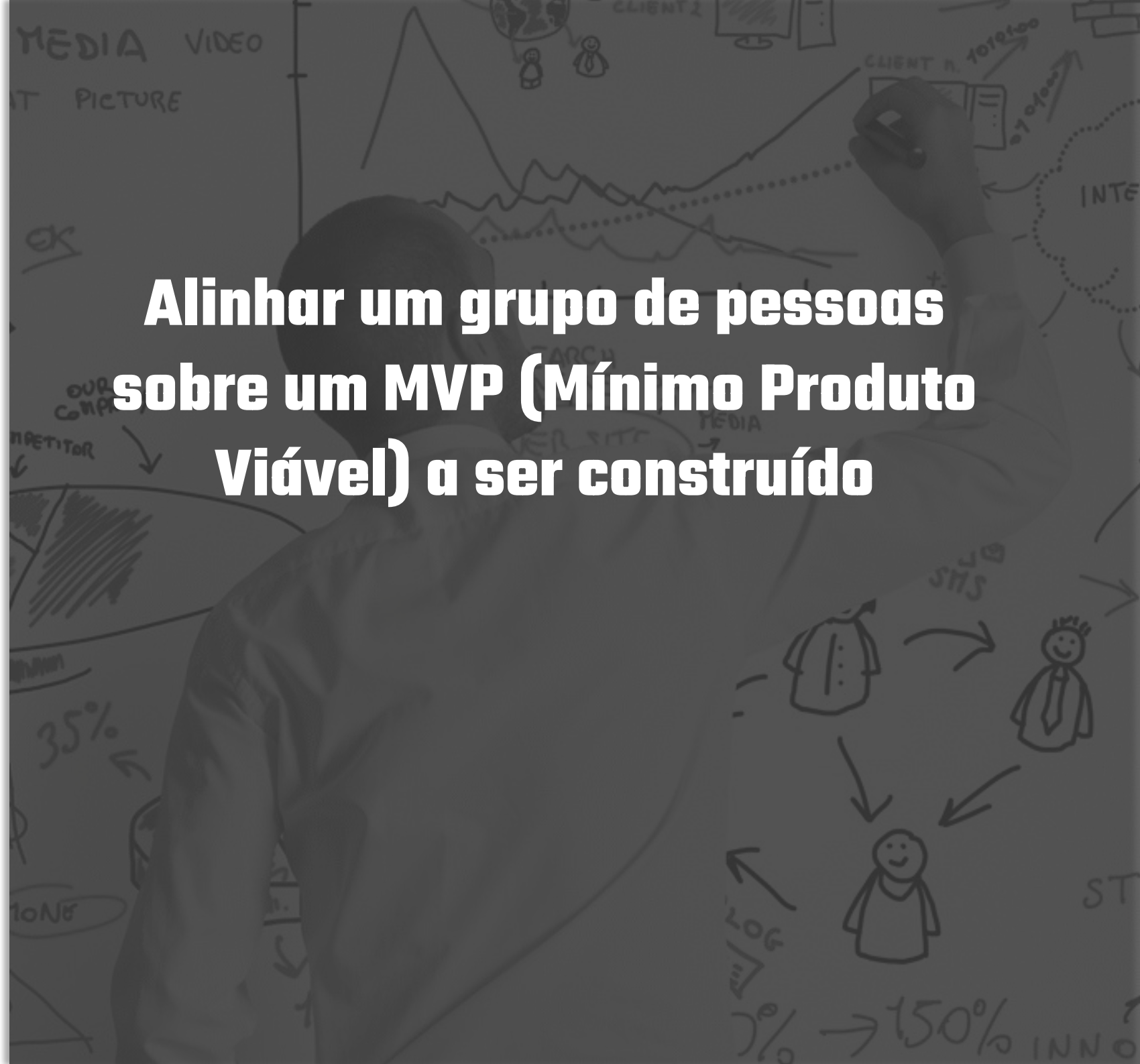


Como evitar esse efeito?



Propósito da Lean Inception

**Alinhar um grupo de pessoas
sobre um MVP (Mínimo Produto
Viável) a ser construído**



Lean Inception

Imersão

Todos participam

Um moderador

**Quadros, post-its, canetas,
etc.**

**INPUT: Temas que serão tratados pelo
produto**

**Output: MVP, RoadMap e
Backlog**

Agenda da Lean Inception

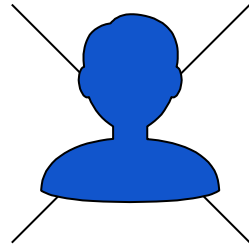
MANHÃ

SEG

KICK-OFF

VISÃO DO
PRODUTO

TER



PERSONA

QUA



REVISÃO
TECN, UX &
NEGÓCIO

QUI



SEQUENCIA
DOR

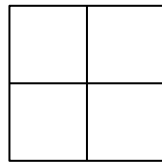
SEX

SHOWCASE

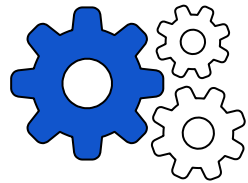


LUNCH

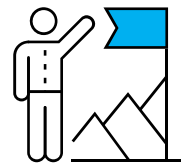
TARDE



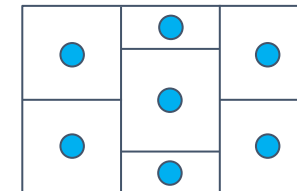
É – NÃO É
FAZ – NÃO
FAZ



FUNCIONALIDAD.
BRAINSTORM



JORNADAS
DOS
USUÁRIOS



MVP CANVAS

Resultado da Lean Inception



Insumos

- Quadro branco, pincel para quadro branco
- Flipchart, pincel para papel
- Post-its coloridos, canetinhas (preto, azul e Vermelho)
- TV ou Projetor, computador
- Bolinhas adesivas
- Lanche (cada um pode levar o seu, a questão é não interromper o trabalho)
- Cadeiras e mesa grande (ou mais de uma mesa)
- Fita crepe (daquela que não suja a parede)

Estacionamento de Ideias

- Lugar para guardar boas ideias
 - Que não serão discutidas num dado momento,
 - ✓ E guardadas para uma outra oportunidade
- Use sem moderação

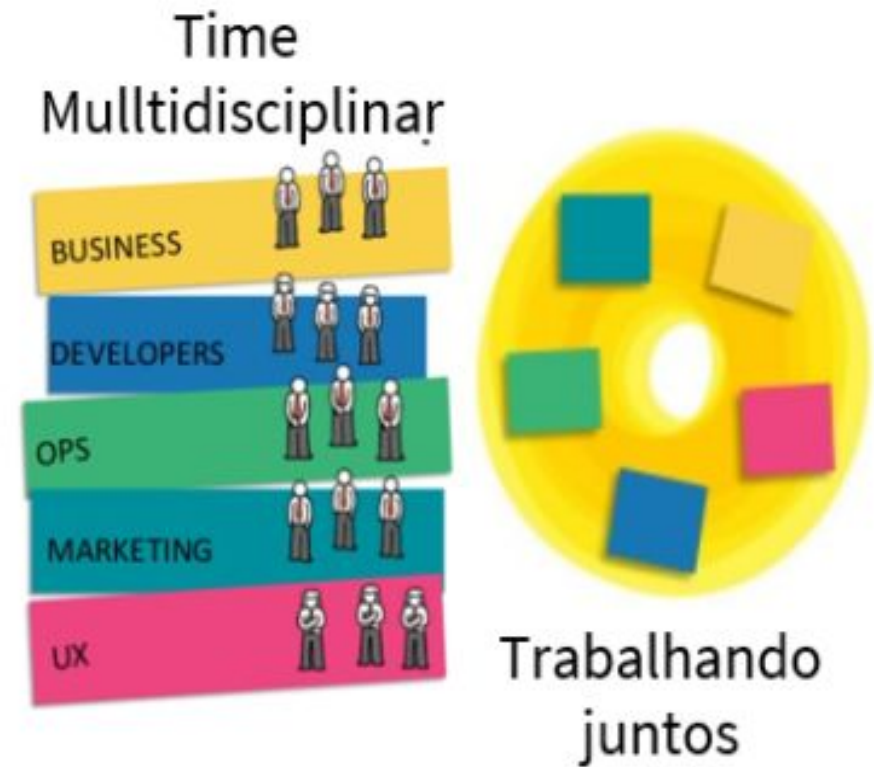


Fonte: Alex Pereira (GPT4o)

Prompt: create a drawing of a flipchart with some bullet points texts on it

Dia 1 – Kick-Off

- Dia de se conhecer
- Cada um fala
 - falando o nome,
 - onde trabalha, e
 - qual é sua expectativa
- Apresentação do Desafio
 - Os stakeholders apresentam e explicam o problema
 - ✓ ou desafio que será o foco do workshop .
 - O objetivo é alinhar todos os participantes sobre este ponto



Visão do Produto

Elevator Pitch

Para [cliente final/beneficiado]

Que [problema que precisa ser resolvido],

O [nome do produto]

É um [categoria do produto]

Que [benefício chave, razão para adquiri-lo].

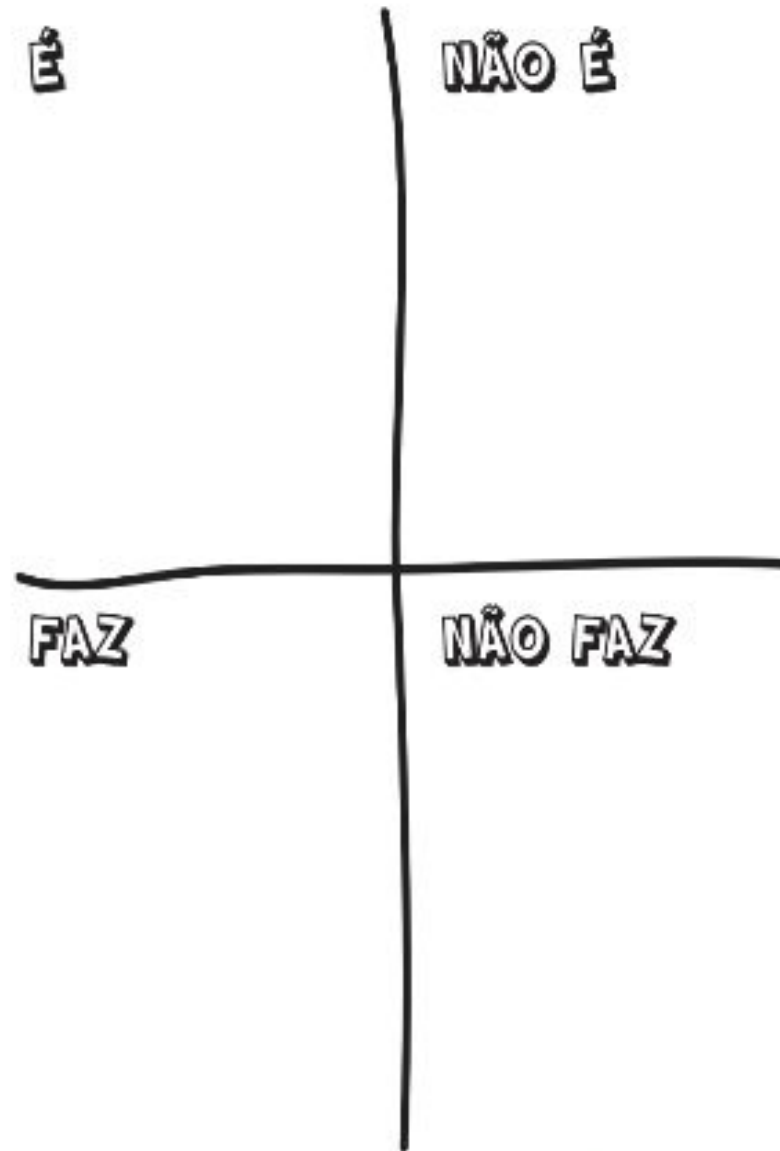
Diferentemente da [alternativa da concorrência],

O nosso produto [diferença chave].

1. Visão do Produto

- Cada participante (ou pequeno grupo) elabora a sua versão da visão do produto
 - Cola no quadro
- Cada participante vota em 7 itens (votação as cegas)
 - da visão do produto
- Discussão e análise dos itens mais votados
- Escolhe-se os itens para compor uma versão comum

2. É, não é / Faz, Não faz



Por vezes, é mais fácil descrever a que alguma coisa não é do que fazer.



É, não é/Faz, não faz

- Cada participante elabora a sua versão do quadro “É, não é/Faz, não faz”
 - Cola no quadro
- Cada participante vota em 8 itens
 - do quadro “É, não é/Faz, não faz”
- Discussão e análise dos itens mais votados
- Escolhe-se os itens para compor uma versão comum
 - Podem ser incluídos itens não votados

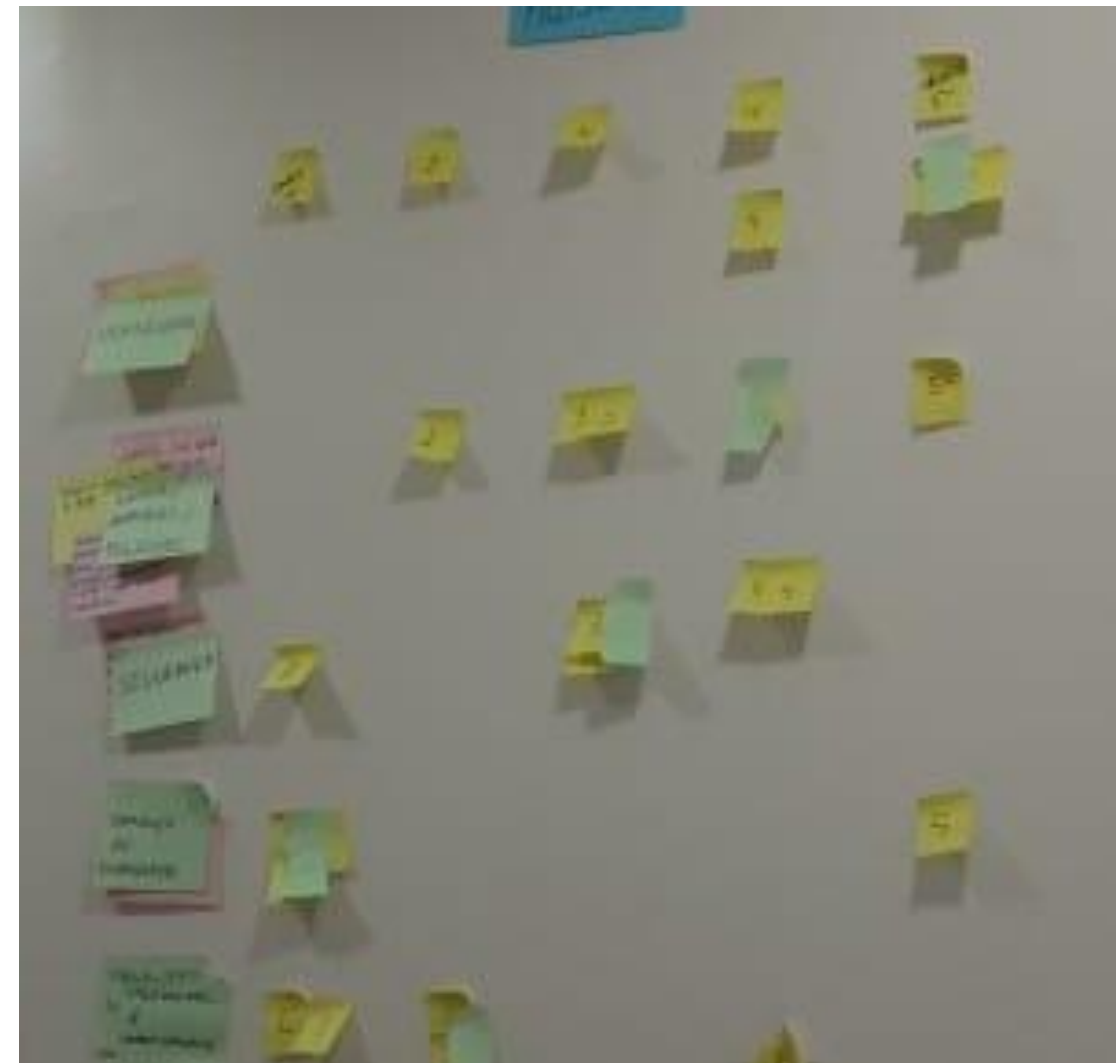
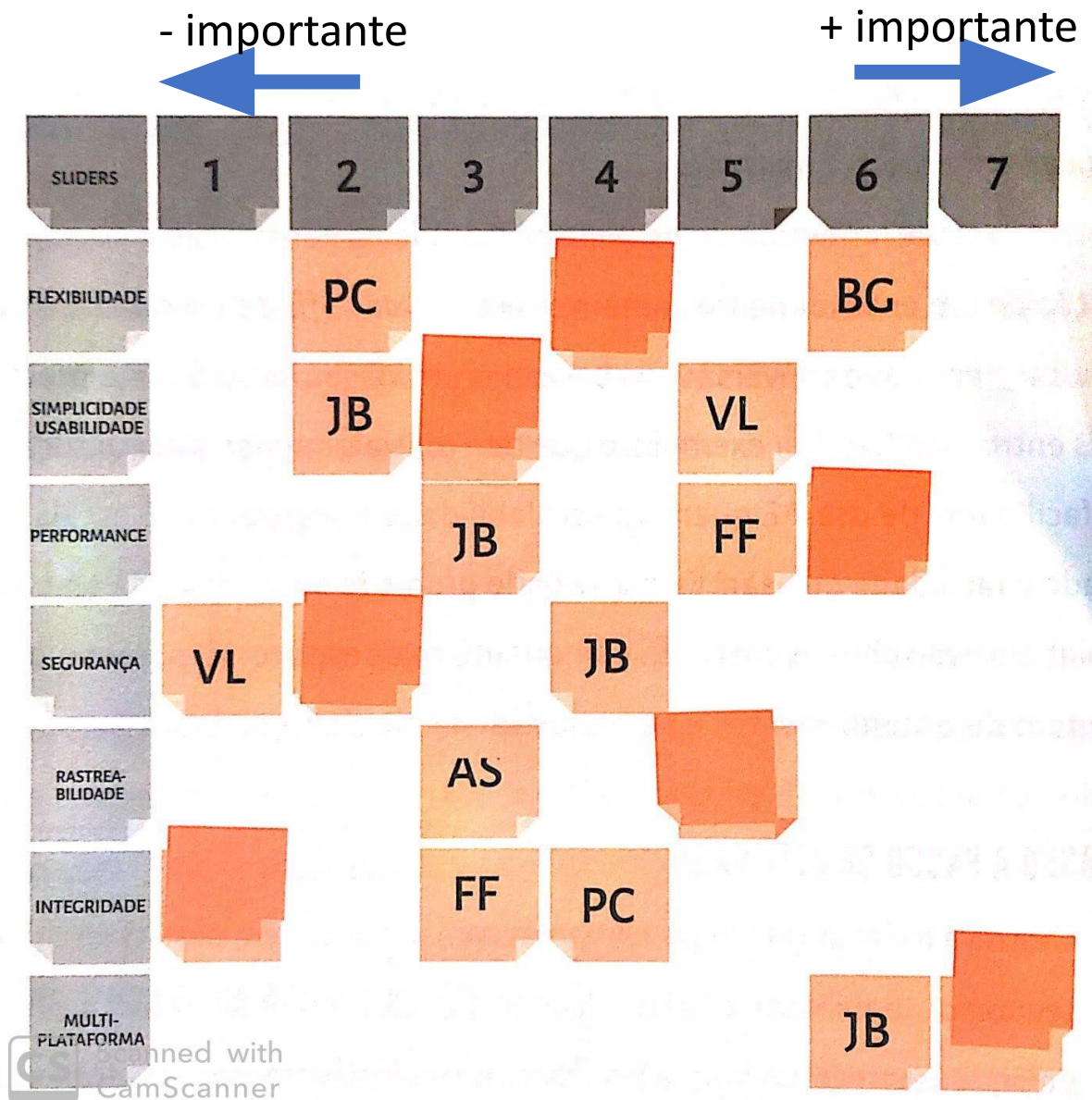
3. Esclarecendo o Objetivo

- Cada participante elabora a sua versão de 3 objetivos, respondendo:
 - Se você tiver que resumir o produto em 3 objetivos, quais seriam eles?
- Cada participante vota em 3 objetivos
- Discussão e análise dos itens mais votados
- Escolhe-se e/ou reescreve-se 3 objetivos

4. Entendendo os Trade-offs

- Identifique categorias de características relevantes para o produto, exemplo:
 - Usabilidade, escalabilidade, segurança da informação, etc
- Monte um Quadro de trade-offs
 - O número de colunas deve ser igual ao número de linhas
- Cada participante preenche suas iniciais em vários post-its
 - Escreve a lápis o nome da categoria e sua prioridade
- O facilitador cola todos os post-its
 - E destaca os consensos

4. Entendendo os Trade-offs



Dia 2

Persona





Mapa de Empatía

Brainstorming de funcionalidades

5. Identificando Personas

- Em duplas, usando o modelo a seguir, crie uma persona.
 - Troque de dupla, e crie mais personas.

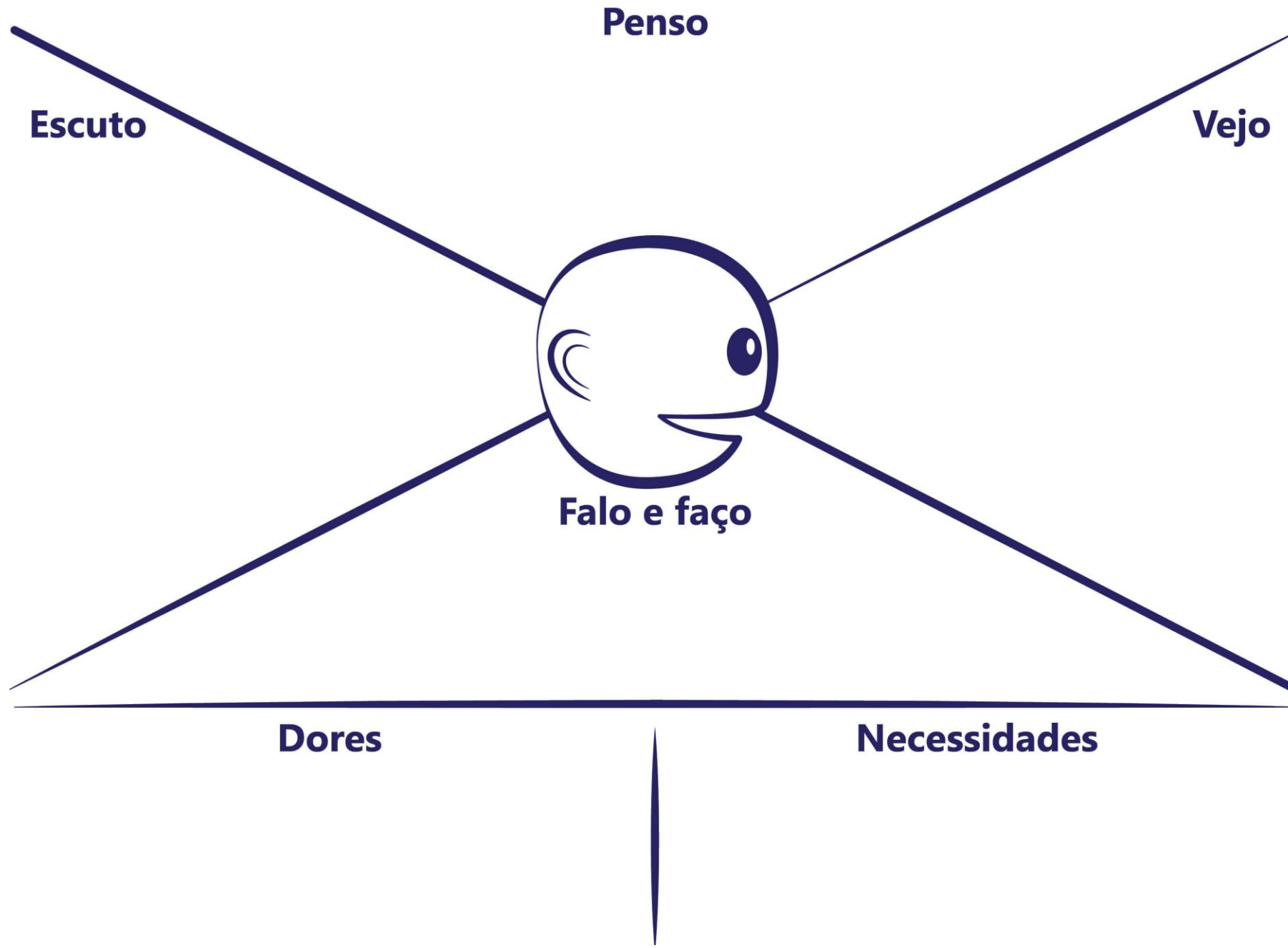
<p>Nome e desenho</p>	<p>Perfil</p>
<p>Comportamento</p>	<p>Necessidades</p>

 <p>Felipe Finer</p>	<p><u>Perfil</u></p> <p>35 anos Trabalha na área financeira Veículo Detalhista, organizado Gosta de inf. precisas Controlador</p>	<p><u>Geraldo Geral</u></p> 	<p><u>PERFIL</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - 50 ANOS - CASADO c/ 3 FILHOS ADOLESCENTES - JOGADOR DE GOLF - Gerente Geral
<p><u>Comportamento</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Utilizo real • faz muitas pesquisas pela internet • Comparar opções 	<p><u>Obj. & Necessidade</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Necessita de capital de giro para honrar dívidas. * Prazo (disponibilidade) p/ obter recurso financeiro. 	<p><u>COMPORTAMENTO</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - pouco disponível - Bem informado - comunicativo / bom de papo - Prefere acompanhar os email do que acessar um sistema. 	<p><u>OBJETIVOS E NECESSIDADES</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - RELATÓRIO RESUMIDO SOBRE OS GERENTES E OPERAÇÕES DA SUA FILIAL - EVITAR REJEIÇÃO DE OPERAÇÕES
<p><u>CASTOR ZINNO</u></p> 	<p><u>PERFIL</u></p> <p>40 ANOS CASADO GERENTE QUE TRABALHA POR COMISSÃO</p>	<p>Lula Blonde</p> 	<p><u>Perfil</u></p> <p>25 anos ass. com solteira baladeira</p>
<p><u>COMPORTAMENTO</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - CONVERSADOR - INFLUENTE - INTERESSADO - FACILITADOR 	<p><u>Obs & NEC.</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - INTERMEDIAR NEGÓCIO LUCRATIVO - TER INFORMAÇÃO RÁPIDA E CONFIÁVEL - TRABALHAR REMOTO - VISITAR MENOS O CLIENTE 	<p><u>Comportamento</u></p> <ul style="list-style-type: none"> * comunicativa * prestativa * esperta * comprometida * tecnológica 	<p><u>Necessidade</u></p> <ul style="list-style-type: none"> * Boa interação ci as áreas. * Passar informações rápidas e precisas quando solicitada. * Entender e clareza as barreiras existentes nas operações

6. Escolha das Personas

- Cada participante vota em 3 personas
- Discussão e análise das personas mais votadas
 - Escolhe-se algumas personas para uma análise mais detalhada.


Mapa de Empatia



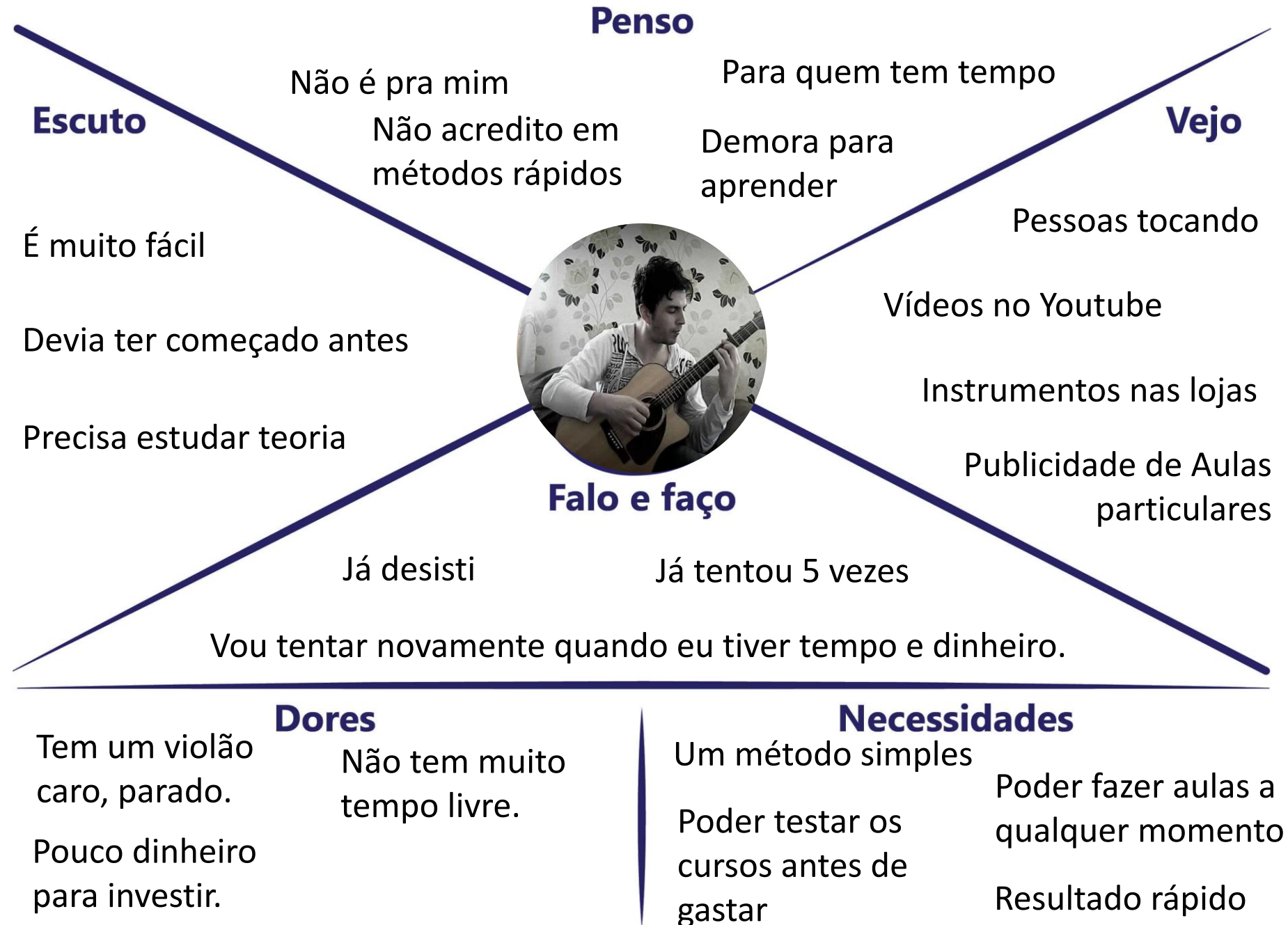
7. Criando o Mapa de Empatia

- Para cada persona selecionada,
 - Cada participante elabora o seu mapa de empatia, numa folha A4
 - Os mapas são aglutinados num só
 - ✓ Agrupando, reorganizando, resumindo e reescrevendo post-its.

Exemplo de Persona

<p>Nome e Desenho</p> <p>Ricardo</p> 	<p>Perfil</p> <ul style="list-style-type: none">• 25 Anos• Mora em Floripa SC• Cursando o 6º Semestre de TI (Unilasalle)• Trabalha na área de Marketing de uma empresa de TI.• Ganha pouco.	<p>Que tipos de informações ele consome? (quais canais)</p> <p>Vídeos no Youtube e assina revistas sobre estudo de violão.</p>
<p>Comportamento</p> <ul style="list-style-type: none">• Interessado• Estressado• Impaciente• Desconfiado	<p>Objetivos & Necessidades</p> <p>"Latente" Seu principal objetivo é aprender a tocar violão para reduzir seu estresse fazendo algo que realmente gosta.</p>	<p>Quem influencia suas decisões?</p> <p>Tem autonomia financeira para decidir. Mas também é influenciado por seus amigos, colegas de trabalho e sua namorada.</p>

Mapa de Empatia



8. *Brainstorming de Funcionalidades*

- O que deve ter no produto para atender às necessidades da persona?
- Quais funcionalidades devemos construir para atingir esse objetivo do produto?
- Preencher com post-its as funcionalidades numa tabela,
 - Usando o modelo a seguir

	Objetivo 1	Objetivo 2
Persona 1		
Persona 2		
Persona 3		

Dia 3

Revisão Técnica, de Negócio e de UX
Jornadas dos Usuários

9. Unir os Quadros de Funcionalidades

- Colar as tabelas na parede
- Aglutinar funcionalidades
- Cada participante vota em 5 funcionalidades
 - Votação às cegas
- Constrói-se apenas um quadro de funcionalidades
 - Descarta-se funcionalidades sem votos ou pouco votadas



10. Mostre-me o dinheiro

- Se estivéssemos com um orçamento muito curto e pudéssemos trabalhar em apenas um objetivo/persona, qual seria?
- Divide-se os participantes em grupo
- Com 5 post-its \$
 - Coloque post-its onde você acha que deveria investir mais dinheiro
 - ✓ Nos itens da persona ou no objetivo.
- Discussão
 - Depois da discussão
 - ✓ Dê a opção de redistribuir os \$

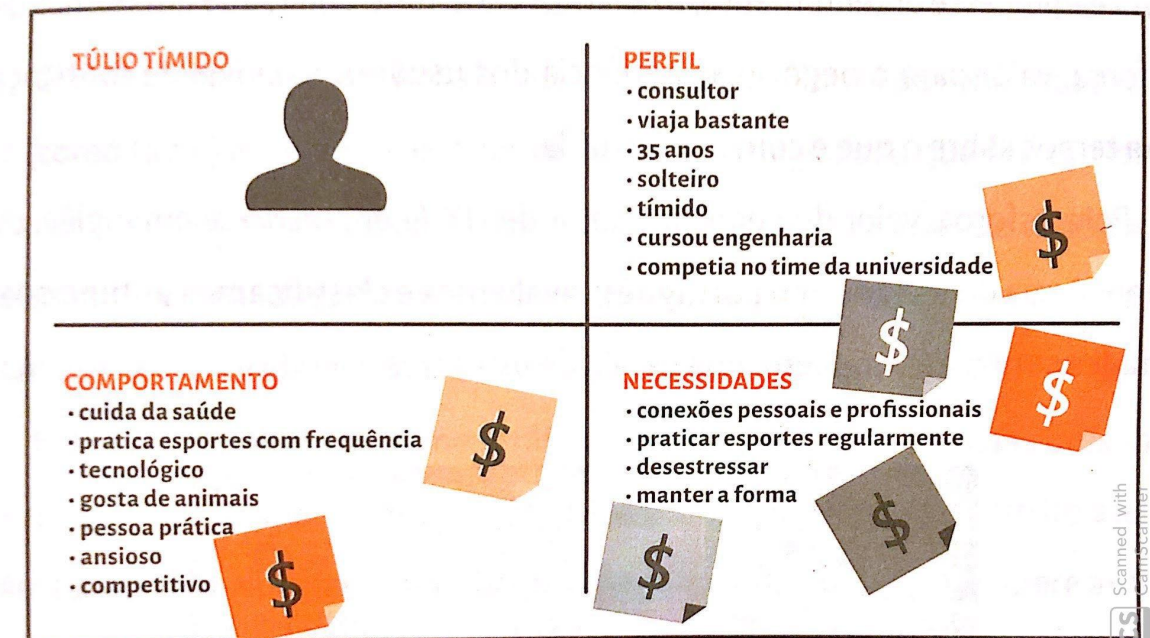
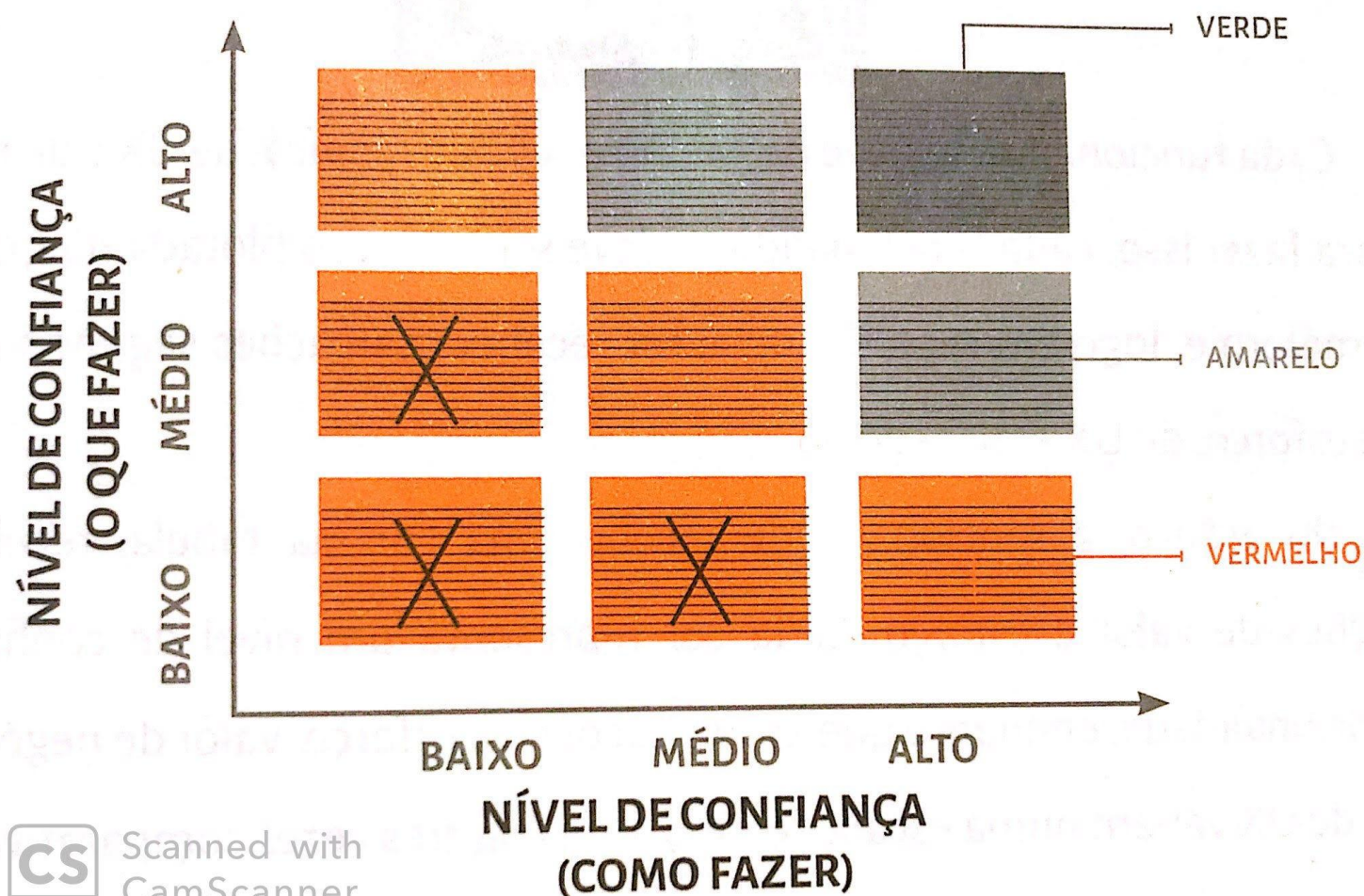


Gráfico do Semáforo

- Represente o nível de confiança com um tipo de post-it (cor)
 - Nível alto => Verde
 - Nível médio => Amarelo
 - Nível baixo => Vermelho



Revisão Técnica, de Negócio e de UX

- Classifica-se às cegas a funcionalidade segundo os seguintes parâmetros

ESFORÇO	E	EE	EEE
NEGÓCIO	\$	\$\$	\$\$\$
UX	♡	♡♡	♡♡♡

- Repita este procedimento para cada funcionalidade

As Jornadas dos Usuários

- A jornada do usuário mostra pontos de contato com o produto
 - Mostra interações do usuário com o produto
 - Passos da atividade
 - Selecione uma persona
 - Identifique um objetivo para ela
 - Escreva a persona e seu objetivo num post-it e coloque-o no lado superior esquerdo de um quadro
 - Decida o ponto de partida. Coloque o ponto de partida no quadro.
- Perguntas úteis
- ✓ Como a persona começa seu dia? O que desencadeia o desejo de atingir o objetivo? O que ela faz antes disso? O que ela faz depois disso?
 - Descreva cada etapa seguinte e coloque-o no quadro. Até que a persona atinja seu objetivo.

Exemplo de Jornada do Usuário

JOÃOZINHO BOM DE BOLA: CONVIDA AMIGOS PARA UM JOGO

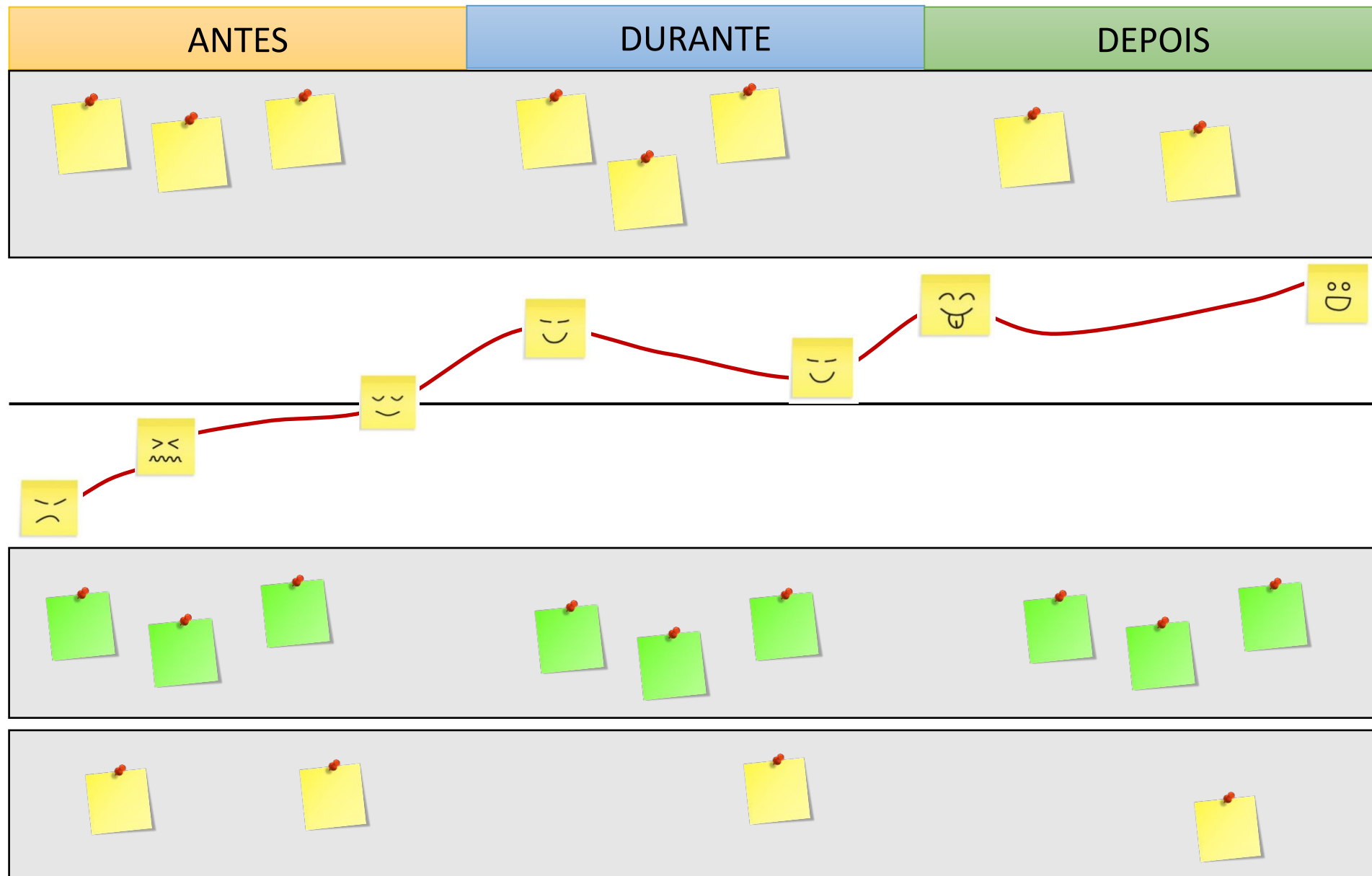
- Acorda cedo para o trabalho.
- Exagera no café da manhã.
- Chega no trabalho à 9:00.
- Durante uma reunião decide fazer alguma atividade física.
- No almoço convence um amigo do trabalho a jogar futebol no fim do dia.
- Liga e reserva uma quadra.
- Abre o aplicativo Easy-bola.
- Cadastra a partida para às 20:00 do mesmo dia.
- Coloca informação da quadra.
- Envia convite para os amigos.

Técnica de Mapeamento da Jornada do Usuário

Persona



Objetivo
Matricular-se



Quando você ofereceria um upgrade de um serviço pago para esse usuário ou pediria uma indicação para amigos?

Coloque as Funcionalidades nas Jornadas

- O objetivo é mapear as funcionalidades nas etapas da jornada
- Passos da atividade
 - Dividir os participantes em dois grupos, um deve ficar próximo as jornadas e outro próximo às funcionalidades.
 - Alguém do grupo das jornadas lê vagarosamente o passo a passo da jornada.
 - Enquanto a leitura é realizada, as pessoas verificam se há alguma funcionalidade que atenda ou melhore a jornada do usuário.
 - Quando identificado uma “combinação” (funcionalidade/jornada), dê um identificador para a funcionalidade
 - ✓ Anote este identificador no passo da jornada
 - Repita estes passos para todas as jornadas

Dia 4

Sequenciador

Canvas MVP

MVP

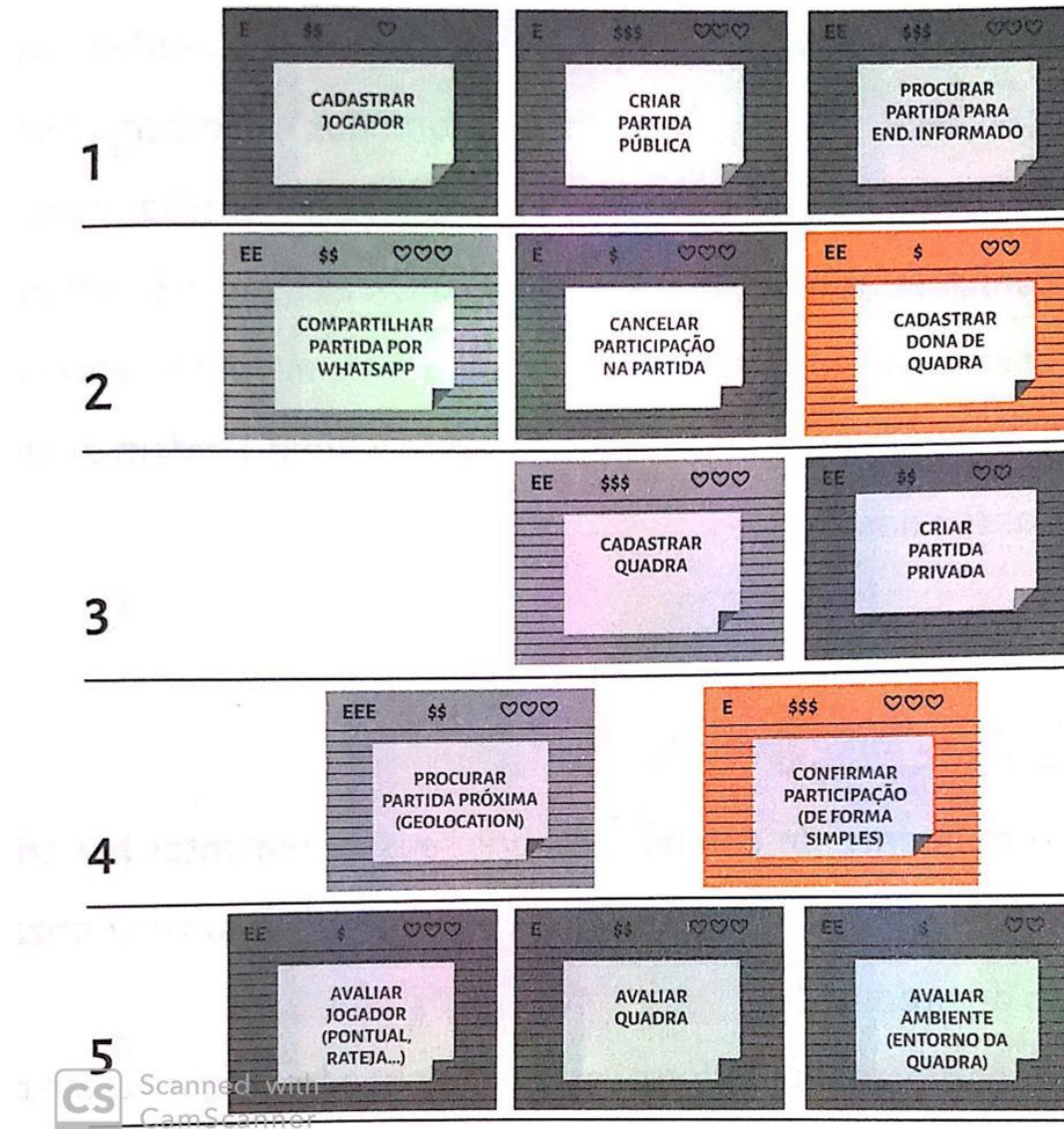
- É o conjunto de itens (funcionalidades)
 - Que devem ser concluídos antes do *release* (lançamento) do produto/serviço
- Contém itens que você cancelaria ou atrasaria o lançamento
 - Se eles não estivessem prontos.
- Maximize a quantidade de trabalho não realizado (não desperdiçar)
 - Exemplo de aplicativo com estratégia de entrada subsidiada
 - ✓ Daí posterga o desenvolvimento de funcionalidades de cobrança.
- O MVP é o escopo do seu próximo release.
 - Foco na validação de um pequeno conjunto de hipóteses

O sequenciador de Funcionalidades

- O objetivo é priorizar/ordenar/sequenciar as funcionalidades
 - Definindo a ordem mais adequada para criar as funcionalidades, o MVP e seus incrementos
- Passos da atividade
 - Criar o template do sequenciador. Exemplo: num flipchart,
 - ✓ Com linhas numeradas; a altura deve comportar um cartão e a largura deve comportar três cartões.
 - Explicar as regras do sequenciador.
 - Colaborativamente definir a sequência dos cartões
 - ✓ Movendo-os enquanto se explora as opções, até chegar num acordo.
 - Identificar o MVP e suas evoluções subsequentes
 - ✓ MVP1, MVP2, MVP3 e etc.

O sequenciador de Funcionalidades

- Cada linha é chamada de onda

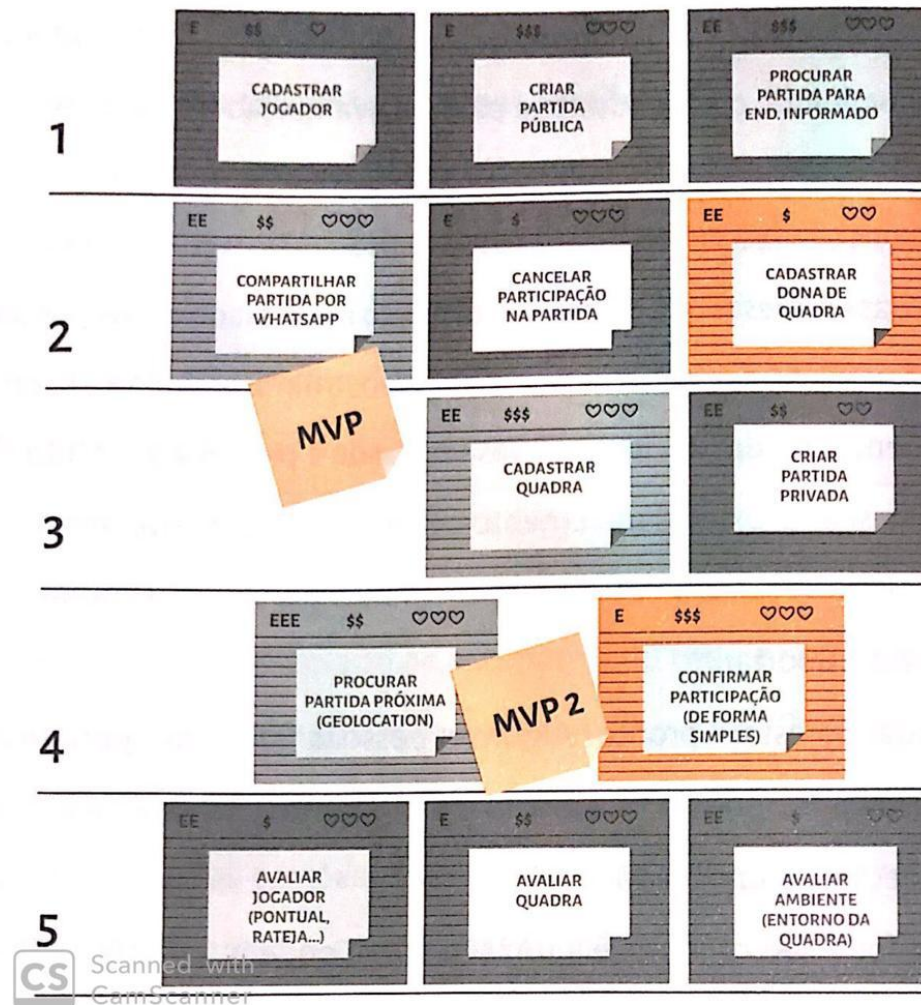


Regras do sequenciador

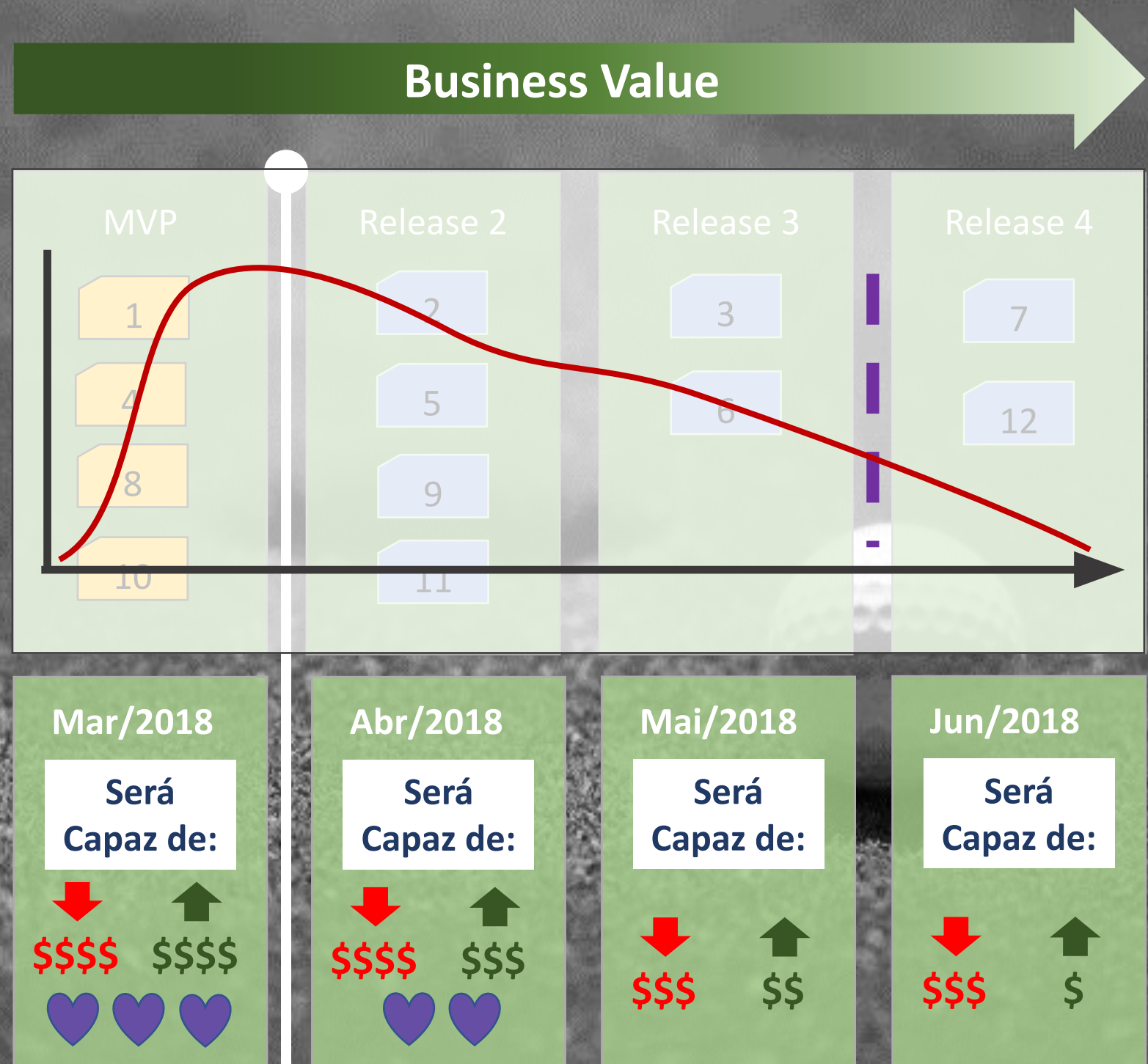
- 1) Uma onda pode conter no máximo 3 cartões;
- 2) Uma onda não pode conter mais de um cartão vermelho;
- 3) Toda onda deve conter pelo menos um cartão verde;
- 4) A soma dos esforços dos cartões não pode ultrapassar cinco E;
- 5) A soma de valor dos cartões deve ser pelo menos quatro \$ e quatro corações; e
- 6) Se um cartão depende de outro, esse outro deve estar em alguma onda anterior.

Identificar o MVP no sequenciador

- Navegue pelo sequenciador de funcionalidades
 - Até atingir uma versão mínima do produto
 - ✓ Que pode se tornar disponível para validar uma hipótese do seu negócio



Road Map



Técnicas utilizadas

- Brainstorm individual assíncrono (preserva ideias “fora da caixa”)
 - Produzir muitas ideias
- Produção independente
 - “Trabalho individual em conjunto”
 - Sabedoria das multidões
 - ✓ Desde que coletado de forma independente
- Aglutinação e Votação
 - Concentrar, resumir e descartar
- Contar com equipe diversificada de especialistas
 - Negócio, UX, Técnicos, C-Level, etc
- Viés coletivo de SIM para ideias “fora da caixa”
 - Colaborações sucessivas geram inovação

