

Occuper le rôle de Product Manager dans son entreprise

Cette formation a pour objectif de former un individu aux pratiques du product management afin qu'il puisse assurer ce rôle dans son entreprise.

L'objectif est de leur permettre de comprendre le cycle de création d'un produit et de maîtriser les méthodes de chaque étape du cycle produit :

- Comprendre et définir un besoin utilisateur
- Prioriser ces besoins pour maximiser l'impact business
- Créer les bonnes solutions à ce besoin
- Communiquer avec les développeur pour assurer le bon suivi des développements
- Déployer des fonctionnalités et assurer la communication autour de ces nouveautés
- Mesurer l'impact des solutions développées
- Itérer sur ces solutions grâce à la collecte des retours qualitatifs et quantitatifs.

A la fin de la formation, les apprenants seront capables de gérer la création d'un produit de A à Z pour devenir la référence produit au sein de leur équipe.

Formateur·rice(s) :

- Mayssa Hemraj

Objectifs visés

- Comprendre les besoins de ses utilisateurs
- Mener une recherche terrain ou continuous discovery
- Créer un binôme fort avec le design
- Prioriser les fonctionnalités à développer
- Créer une roadmap qui support le business et répond aux besoins des utilisateurs
- Qu'est-ce qu'un backlog et comment s'en servir ?
- Communiquer avec les développeur pour assurer le bon suivi des développements
- Mesurer l'impact des solutions développées
- Déployer des fonctionnalités et assurer la communication autour de ces nouveautés
- Comment bien spécifier des fonctionnalités

Méthode d'évaluation

- Cas pratique



Déroulé pédagogique

Journée 1

- Comprendre les besoins de ses utilisateurs

Journée 2

- Concevoir des solutions

Journée 3

- Priorisation

Journée 4

- Roadmap partie 1

Journée 5

- Roadmap partie 2

Journée 6

- Backlog

Journée 7

- Spécifications

Journée 8

- Développement lean partie 1

Journée 9

- Développement lean partie 2

Journée 10

- Développement lean partie 3

Journée 11

- Mesure de l'impact

Journée 12

- Product Marketing

Informations complémentaires

Durée : 18 heures de formation sur 12 jours

Pré-requis :

- Pas de pré requis nécessaires

Public concerné : Tout public

Tarif 3 600,00 € HT (Exonération de TVA - Art.261.4.4° a du CGI) Il s'agit d'une formation sur 3 mois avec une session en synchrone d'1h30 par semaine, des exercices et cas pratiques à réaliser entre chaque session. Soit au total 12 sessions de 1h30.