

Spis treści

Opinie na temat książki Lider produktu

Przedmowa

Wstęp

Kto i dlaczego potrzebuje tej książki?

Pełnia odpowiedzialności bez krztyny władzy?

Co decyduje o niepowtarzalności przywództwa produktowego?

Idealny styl przywództwa produktowego na danym etapie produktu

Struktura książki

Przywództwo w młodych firmach

Naucz się budować i trenować zespół

Implementowanie procesu i kierunku zorientowanego na realizację celów

Naucz się oceniać sukces Twojej pracy

Podziękowania

Od Richarda

Od Martina

Od Natea

Od nas wszystkich

Część I Lider produktu

Rozdział 1. Czym jest zarządzanie produktem?

Rola zarządzania produktem

Historia zarządzania produktem

Narodziny zarządzania produktem

Zarządzanie produktem łączy się z technologią

Zarządzanie produktem staje się zwinne

Zarządzanie produktem zajmuje miejsce w pierwszym rzędzie

Jaka jest przyszłość zarządzania produktem?

Rozdział 2. Dlaczego przywództwo produktowe jest tak istotne?

Wpływ lidera produktu

Rozwijająca się organizacja

Zespół

Twórcy

Wyzwania specyficzne dla przywództwa produktowego: nie tylko miejsce przy stole

Czym nie jest przywództwo produktowe?

Strategiczność przywództwa produktowego

Dlaczego liderzy produktu nie mogą spać po nocach?

Priorytetyzowanie pomysłów, funkcji i projektów

Skuteczna i produktywna współpraca

Szkolenie i rozwój zespołu produktowego

Zarządzanie w górę i na zewnątrz

Dostosowywanie i nakierowywanie organizacji

Rozdział 3. Sztuka bycia wielkim liderem produktu

Wyznaczanie zasad produktu

Wyznaczanie wizji produktu

Przejście od wizji do strategii

Przejście od strategii do planu rozwoju produktu

Koncentrowanie uwagi na problemach klienta

Priorytetyzowanie celów i działań strategicznych

Zarządzanie nieznanym

Małe zakłady

Duże zakłady

Umieszczanie niejednoznaczności w ramach czasowych

Produkt jest dyscypliną drużynową

Projektowanie zespołu produktowego

Różnorodność

Przekrojowość

Wieczny optymizm

Tworzenie talentów w zespole produktowym i projektowanie karier

Tworzenie ścieżki kariery w kierunku wizji

Rozpoczynanie rozmowy o karierze z myślą o ogólnej perspektywie

Wznoszenie się ponad trendy i technologię

Rozwijanie kompetencji twardych

Rozwijanie kompetencji miękkich

Równowaga między odkrywaniem a dostarczaniem

Tradycja a nowatorstwo

Włączanie odkrywania do procesu

Procesu w sam raz

Komunikacja i ograniczenia

Wyjaśnienie kwestii władzy

Zarządzanie polityką

Rozdział 4. Czy istnieje recepta na sukces?

Jak wygląda sukces przywództwa produktowego?

Mierzenie sukcesu

Mierzenie sukcesu jako umiejętność rozwiązywania problemów

Cechy wspólne skutecznych zespołów produktowych

Jak rozpoznawać liderów produktu?

Rozdział 5. Zatrudnianie lidera produktu

Zatrudnianie i wdrażanie lidera produktu

Wybór czasu na rekrutację

Wybór czasu w organizacjach prowadzonych przez założyciela

Wybór czasu zatrudniania we wschodzących lub szybko rozwijających się firmach

Wybór czasu zatrudniania w środowiskach korporacyjnych

Praktykanci tworzenie własnych liderów produktu

W jaki sposób programy praktyk mogą wspierać przywództwo produktowe?

Tworzenie programu praktyk

Przypadek długofalowego zaangażowania się wobec ludzi i zespołów

Stać się liderem produktu

Część II Właściwy lider we właściwym czasie

Rozdział 6. Nowo powstała organizacja

Liderzy produktu w nowej firmie

Największe wyzwania

Rozwiązywanie właściwego problemu

Równowaga pomiędzy wewnętrznymi a zewnętrznymi motywatorami

Poznaj swojego klienta

Zarządzanie oczekiwaniami zespołu

Poznaj siebie

Styl przywództwa produktowego w młodej firmie

Powiązanie wizji produktu ze strategią i taktyką

Odwzorowywanie wizji

Ciągła komunikacja

Odgrywanie roli klienta w celu odkrycia podstawowych wartości

Nie pomijaj badań

Badania, dane i testowanie

Udostępnianie badań

Priorytetyzowanie celów

Równoważenie priorytetów i radzenie sobie z napięciami

Jeszcze o wyborze priorytetyzowanych elementów

Badania i ponowne ustalanie priorytetów

Założyciel a pierwszy zatrudniony lider produktu

Zespoły produktowe w młodej firmie

Pełnienie różnych funkcji w małych zespołach

Zarządzanie dynamiką zespołu

Dobieranie osobowości i filozofii

Dopasowywanie członków zespołu

Dopasowywanie stylu przywództwa do stylu zespołu

Ukierunkowanie na użytkowników

Rozwijanie talentu

Rozdział 7. Organizacja dojrzewająca

Największe wyzwania stojące przed liderami w organizacjach dojrzewających

Utrzymywanie koncentracji na użytkowniku

Kontrola ego

Podróż od eksperta technicznego do lidera ludzi

Kojarzenie faktów

Wspieranie liderów na ścieżce zmian

Zapobieganie przerwaniu komunikacji

Porada praktyczna dla liderów na ścieżce zmian

Realizacja weryfikuje wizję

Budowanie zespołów

Rekrutowanie odpowiednich ludzi do zespołu

Rozdział 8. Organizacja dojrzała korporacja

Największe wyzwania korporacyjnych liderów produktu

Unikanie samozadowolenia po odniesieniu sukcesu

Zachowanie dyscypliny po odniesieniu sukcesu

Zachowywanie koncentracji w czasie skalowania

Dostarczanie strategii wejścia na rynek zorientowanej na klienta

Skuteczna komunikacja i współpraca

Unikanie ugrzecznionych danych

Mierzenie właściwych czynników

Praca a kultura firmy

Przywództwo w korporacji

Komunikacja z wewnętrznymi i zewnętrznymi klientami

Promowanie współpracy

Zmiana kultury korporacyjnej

Czyny, nie słowa

Utrzymywanie wyrazistości wizji

Wdrożenie strategii portfela produktów

Myślenie na małą skalę, skutki na wielką

Twórz, zanim zajmiesz się tworzeniem

Część III Praca z klientami, agencjami, partnerami i zewnętrznymi interesariuszami

Rozdział 9. Odwzorowywanie środowiska partnerskiego

Skuteczne odwzorowywanie

Poszukiwanie wspólnej wartości

Zaufanie jest spoiwem

Wartość danych dostarczanych przez klienta

Kiedy i dlaczego należy zatrudniać konsultantów?

Uzupełnianie braków doświadczenia i taktycznych

Zarządzanie zmianą

Dołączanie pomocy z zewnątrz do zespołu

Zarządzanie problemami

Agencje, firmy projektowe i studia projektowe

Przykładowe scenariusze

Punkt widzenia lidera produktu

Nierozsądny argument: projektowanie produktu jest strategiczne

Wolni strzelcy/wykonawcy

Partnerzy strategiczni

Wielopłaszczyznowi ludzie i rozwiązania partnerskie

Wiele strategii zatrudniania przepisem na sukces

Konkluzje na temat partnerstwa

Podsumowanie

Twórz w sposób wartościowy, realny i użyteczny

Zachowaj mentalność ucznia

Myśl nieszablonowo

Nie uciekaj przed zmianami

Skromność jest cnotą

Informacje o autorach

Kolofon