



LEAN PRODUCT DISCOVERY PROFESSIONAL CERTIFICATION



LPDPC™ Versión V072023

CertiProf®

Lean Product Discovery LPCPC

Syllabus V072023

Introducción	3
Objetivos	3
Formato y duración del examen	4
Elegibilidad para certificación	4
Contenido	5



Introducción

- En un entorno empresarial dinámico caracterizado por necesidades de los clientes que cambian rápidamente, tecnologías disruptivas y competencia agresiva, es esencial contar con un proceso de descubrimiento de productos confiable y efectivo.
- El curso Lean Product Discovery está diseñado para equiparte con un enfoque holístico y estructurado para descubrir, definir y refinar ideas de productos. Su objetivo es combinar la creatividad, el pensamiento crítico y el análisis estratégico para desarrollar productos innovadores, viables y valiosos.
- En este panorama en rápida evolución, el curso Lean Product Discovery es más que un simple ejercicio de desarrollo de habilidades: es un activo estratégico que puede mejorar significativamente la capacidad de innovación, eficiencia y éxito sostenible de su organización.

Objetivos

Al finalizar el curso, el asistente empezará a mejorar sus habilidades y destrezas mediante los siguientes factores:

- 1) **Comprensión del Marco de Descubrimiento de Productos Lean:** Los participantes deberían salir con una comprensión completa del Marco de Descubrimiento Lean de Productos, su propósito y cómo se ajusta al contexto más amplio del desarrollo de productos.
- 2) **Habilidad para identificar y comprender los problemas del cliente:** Una parte clave del marco es la capacidad para identificar problemas y necesidades del cliente. Los participantes deberían poder realizar investigaciones de usuario, desarrollar personas de usuario y crear mapas de empatía.
- 3) **Conocimiento de varias técnicas y herramientas:** Los participantes deberían poder utilizar diversas técnicas y herramientas utilizadas en el proceso de Descubrimiento Lean de Productos, como el análisis SWOT, mapeo de stakeholders, evaluación de materialidad y otros.
- 4) **Capacidad para generar y validar hipótesis:** Los participantes deberían poder generar hipótesis basadas en su comprensión de las necesidades del cliente y ser capaces de diseñar y realizar experimentos para validar estas hipótesis.
- 5) **Habilidad para priorizar y tomar decisiones:** Los participantes deberían entender cómo priorizar sus hipótesis y tomar decisiones informadas sobre qué ideas llevar adelante.
- 6) **Aplicación de los principios Lean:** Los participantes deberían poder aplicar los principios lean en el proceso de descubrimiento. Esto incluye adoptar una mentalidad de experimentación, abrazar el fracaso como aprendizaje y constantemente iterar basándose en los comentarios.
- 7) **Habilidades en trabajo en equipo y colaboración:** El proceso de Descubrimiento Lean de Productos a menudo es un esfuerzo de equipo. Los participantes deberían poder trabajar efectivamente en equipo, facilitar discusiones productivas y gestionar las expectativas de los stakeholders.

- 8) **Conocimiento sobre cómo medir el impacto:** Los participantes deberían poder identificar las métricas clave para medir el éxito de sus ideas de productos y cómo incorporar estos datos de nuevo en el proceso de descubrimiento.
- 9) **Capacidad para desarrollar Metas de Triple Impacto:** Los participantes deberían entender el concepto de Metas de Triple Impacto, y cómo definir las utilizando herramientas como OKR (Objetivos y Resultados Clave).
- 10) **Preparación para liderar un proceso de Descubrimiento Lean de Productos Lean:** Para aquellos en roles de liderazgo, deberían salir del curso con la confianza y el conocimiento para liderar un proceso de Descubrimiento Lean de Productos dentro de sus propias organizaciones.

Estos objetivos garantizarán que los participantes no solo entiendan la teoría del Marco de Descubrimiento Lean de Productos, sino que también tengan las habilidades prácticas para aplicarlo en un contexto real.

Formato y duración del examen

Este programa de estudios tiene un examen en el cual el candidato debe lograr alcanzar una puntuación para obtener la certificación Lean Product Discovery.

- Tipo: Opción múltiple. 40 Preguntas.
- Duración: 60 minutos como máximo, para todos los candidatos en su respectivo lenguaje.
- Prerrequisito: Ninguno.
- Supervisado: Será a discreción del Partner.
- Libro abierto: No.
- Puntaje de aprobación: 32/40 o 80 %.
- Entrega: Este examen está disponible en línea.

Elegibilidad para Certificación

Este curso puede ser beneficioso para una variedad de roles en una organización, incluyendo, pero no limitado a:

- 1) **Gerentes de Producto:** El curso les ofrecerá herramientas para comprender mejor las necesidades de sus clientes, tomar decisiones informadas y crear estrategias de producto efectivas.
- 2) **Dueños de Producto:** Aprenderán cómo alinear sus esfuerzos de desarrollo de producto con los objetivos generales del negocio y las expectativas de los stakeholders, haciendo el mejor uso de los recursos y maximizando el valor del producto.
- 3) **Investigadores/Diseñadores UX:** Este curso les proporcionará un proceso estructurado para recoger insights de los usuarios y validar sus suposiciones, permitiéndoles diseñar productos más efectivos y centrados en el usuario.

- 4) **Emprendedores y Dueños de Negocios:** Para aquellos que buscan lanzar un nuevo producto o servicio, este curso puede proporcionar un marco estructurado para minimizar el riesgo y optimizar la adecuación del producto al mercado.
- 5) **Analistas de Negocio:** Pueden obtener una mayor comprensión sobre cómo definir, analizar y gestionar los requisitos de una manera lean, directamente desde la perspectiva del usuario y vinculado a los objetivos del negocio.
- 6) **Gerentes de Proyecto y Scrum Masters:** Pueden obtener insights sobre cómo gestionar las primeras etapas del desarrollo de productos, facilitando la colaboración entre equipos multifuncionales y asegurando la alineación con los objetivos estratégicos.
- 7) **Profesionales de Marketing:** Entender el Marco de Descubrimiento Lean de Producto también puede ayudarles a comprender mejor el mercado y las necesidades del cliente, permitiéndoles desarrollar estrategias de marketing más efectivas.
- 8) **Ingenieros de Software/Desarrolladores:** Aunque su papel principal es en la construcción del producto, entender el proceso de descubrimiento puede ayudarles a alinearse más estrechamente con las necesidades del usuario y los objetivos del producto, resultando en un producto más exitoso.

En general, toda persona involucrada en la creación, gestión o marketing de productos podría potencialmente beneficiarse de entender y aplicar el Marco de Descubrimiento lean de Producto. Si está involucrado en el proceso de descubrimiento y desarrollo de productos y está buscando mejorar sus habilidades, este curso es para usted.

Contenido

Unidad 1: Lean Product Discovery

Lean Product Discovery

Empieza con el Por qué

Unidad 2: Lean Product Discovery Framework

¿Qué contiene el Lean Product Discovery Framework?

Autores del Lean Product Discovery Framework

Promesa de Valor

Principios del Lean Product Discovery Framework

Principios

Formación y responsabilidades del equipo

Formación de equipos y roles

Product Manager/Owner

Interesado

Conocedora | Experta del dominio del negocio

Diseñador de UX/UI

Analista de Producto

Investigador de Usuarios

Ingeniero/desarrollador (de software)

Arquitecto Técnico

Analista/Científico de datos

Aseguramiento de la calidad/probador

Scrum Master/Agile Coach

Unidad 3: Visión y Objetivo del Producto

Visión y Objetivo del Producto

Principios de la visión del producto (Según Marty Cagan en Inspired)

Para Definir la Visión del Producto

Cápsula del Tiempo del Producto

Cápsula del Tiempo del Producto

Materiales necesarios:

Pasos:

Unidad 4: El Espacio del Cliente (Consumidor o Usuario)

Descubrir el espacio del problema

Descubrir el espacio del problema

Empathy Mapping

Entrevistas a clientes | usuarios

Encuestas y cuestionarios

Investigación de mercado

User Personas

Marco de trabajos por realizar (JTBD)

Customer Journey Mapping
Observación e investigación contextual
Grupos de enfoque
Pruebas de usabilidad

Matriz de Impacto Ondulado

Matriz de Impacto Ondulado (Ripple Impact Matrix)
Ejemplo

Empathy Mapping

Empathy Mapping

Carta del Futuro Cliente

Recomendación

Lean UX Canvas (v2)

Lean UX Canvas (v2)
Ejemplo 1
Versión extendida del Lean UX Canvas

Identificar a los interesados clave en el proceso de Descubrimiento del Producto

Tira y afloja de los interesados (SToW)
Paso 1: Identificar a los interesados
Paso 2: Definir los criterios
Paso 3: realiza el tira y afloja
Paso 4: Clasificación de las partes interesadas
Otros criterios de clasificación

Jobs To Be Done (JTBD)

Ejemplo
Paso 1: identificar el trabajo a realizar
Paso 2: Dividir el trabajo a realizar en pasos de trabajo
Paso 3: Identificar los puntos débiles y las oportunidades de mejora
Paso 4: Crear una propuesta de valor que aborde el trabajo a realizar

Unidad 5:El Triple Impacto de las Organizaciones Brillantes

El Triple Impacto de las Organizaciones Brillantes

El Triple Impacto de las Organizaciones B
El Lean Business Agility Model

Definir Objetivos de Triple Impacto

Análisis FODA para Definir Metas de Triple Impacto

Objetivos de Triple Impacto de VBank:

Mapeo de Stakeholders para definir Metas de Triple Impacto

Evaluación de Materialidad

Evaluación de materialidad

Objetivos SMART

Objetivos SMART

Objetivos y Resultados ClaveOKR

Objetivos y Resultados ClaveOKR

Triple Impact Elevator Pitch

Unidad 6: Estrategia del Producto

Ajuste Producto | Mercado

Estrategia del Producto

Principios de la Estrategia del Producto

Idear y Generar Hipótesis

Ejemplos de hipótesis no comprobables

Ejemplos de hipótesis comprobables

115

Priorización de Hipótesis

Descubrimiento de Producto Dirigido por Hipótesis

Descubrimiento de Producto Dirigido por Hipótesis

Ejemplo para VBank:

Historias de Usuario Basadas en Hipótesis

Ejemplo de Historias de Usuario Basadas en Hipótesis

Secuenciación de Ondas de Mercado

Unidad 7: El Espacio de la Solución

Product Vision Board

Product Vision Board

User Story Map

El mapa de historias de usuario

Producto Mínimo Viable (MVP)

Cómo Definir un MVP

La Pirámide Pivote MVP (MPPP)

El Modelo Kano

Análisis Retrospectivo de Riesgos Futuros (FRRA)

Paso 1. Lluvia de ideas sobre riesgos

Paso 2. Clasificación de riesgos

Paso 3. Evaluación de Triple Impacto

159

Paso 4. Estrategias de mitigación de riesgos

160

Paso 5. Asignación de responsabilidades

Paso 6. Revisiones periódicas

160

Requisitos Técnicos y Concesiones Mutuas

Requisitos Técnicos o No Funcionales

Usabilidad

Confiabilidad

Seguridad

Desempeño

Compatibilidad
Mantenibilidad
Portabilidad

Hoja de Ruta del Producto

Hoja de Ruta del Producto

Unidad 8: Liderar un Proceso de Lean Product Discovery

Agenda

Agenda del Lean Product Discovery
Agenda
Recomendaciones para elaborar la agenda definitiva

Sobre el Facilitador y la Facilitación

Sobre el Facilitador
Recomendaciones para el Facilitador

Antes de Iniciar

Antes de Iniciar el Proceso

El Líder Lean Ágil en el Proceso de Lean Product Discovery

El Líder Lean-Ágil

Desafíos y Trampas en el Proceso de Lean Product Discovery

184

Desafíos del Lean Product Discovery

Referencias Bibliográficas

Referencias Bibliográficas

Libros de los Autores del Lean Product Discovery Framework

Referencias Bibliográficas