

P

PROGRAMA DE MENTORIA

Product Academy

Da Hipótese ao Impacto: Construindo Produtos de Sucesso



4 SEMANAS



8 ENCONTROS



GRUPOS DE ATÉ 6



100% ONLINE AO VIVO

Sobre o Programa



Formato

Mentorias em grupos reduzidos com no máximo 6 participantes, realizadas 100% online e ao vivo para máximo engajamento e troca.

GRUPOS REDUZIDOS



Duração

4 semanas de imersão com 8 encontros de até 1h30m cada, estruturados em 3 blocos progressivos de aprendizado.

4 SEMANAS · 8 ENCONTROS



Público-Alvo

Profissionais em transição de carreira para Product Management, PMs juniores e recém-contratados no segmento de produto e tecnologia.

PMS EM INÍCIO DE CARREIRA



Proposta de Valor

Superar o papel de *feature factory* desenvolvendo mentalidade científica orientada por hipóteses e dados para criar produtos de alto impacto.

HYPOTHESIS-DRIVEN DEVELOPMENT

A Mentalidade que Transforma

MINDSET SHIFT

“

*O PM moderno não entrega **features** .
Ele resolve problemas com **análise científica** .*

”

Hypothesis-Driven Development — abordagem científica para produtos de alto impacto

O CONTRASTE QUE DEFINE O RESULTADO


~80%

FEATURES SEM IMPACTO

das funcionalidades lançadas não geram o resultado esperado nos negócios¹



ANTES

FEATURE FACTORY

Executor de tarefas · backlog infinito · zero validação de hipóteses



DEPOIS

PM CIENTÍFICO

Solucionador de problemas · hipóteses testáveis
· decisões orientadas por dados



Conceito popularizado por John Cutler — o antídoto para a feature factory é o pensamento científico aplicado ao produto

Fonte: Estudo liderado por Ron Kohavi (ex-VP de Experimentação na Microsoft e Airbnb) em Trustworthy Online Controlled Experiments (Cambridge University Press).

Estrutura do Programa

Da Hipótese ao Impacto Construindo
Produtos de Sucesso



BLOCO 1 · SEMANAS 1-2

Entendimento e Descoberta

ENCONTROS 1, 2 E 3

E1 Fundamentos & Método Científico **E2**
Discovery com BRIDGeS **E3** Criação de
Hipóteses



BLOCO 2 · SEMANAS 2-3

Priorização e Construção

ENCONTROS 4 E 5

E4 Priorização Estratégica **E5**
Estratégia de MVPs



BLOCO 3 · SEMANAS 3-4

Experimentação e Evolução

ENCONTROS 6, 7 E 8

E6 Testes A/B & Métricas **E7**
Análise & Iteração **E8** Projeto
Final



DURAÇÃO
4 Semanas



ENCONTROS
8 ao Vivo



FORMATO
100% Online



TURMA
Máx. 6 Participantes

Calendário do Programa

Da Hipótese ao Impacto Construindo Produtos
de Sucesso

Semana	Bloco	Enc.	Tema do Encontro	Conteúdo Principal	Homework
Semana 1	Entendimento e Descoberta	1	Fundamentos & Método Científico	Papel do PM moderno · Triângulo VDE · Problem Statement Canvas	Entrevistar 1–2 usuários para refinar o problema
Semana 1	Entendimento e Descoberta	2	Discovery com BRIDGeS	BRIDGeS Framework · CustDev sem viés · The Mom Test	Conduzir 1 entrevista de CustDev sem viés
Semana 2	Entendimento e Descoberta	3	Criação de Hipóteses	Anatomia da hipótese · Métricas de produto · Registro de Hipóteses	Cadastrar hipóteses do projeto no Notion
Semana 2	Priorização e Construção	4	Priorização Estratégica	Matriz Impacto × Esforço · MoSCoW · RAT (Riskiest Assumption Test)	Refinar critérios de escolha do MVP baseado no RAT
Semana 3	Priorização e Construção	5	Construção e Estratégia de MVPs	Tipos de MVP · MVP Design Canvas · Minimum Lovable Product	Construir estrutura inicial do MVP (landing, protótipo)
Semana 3	Experimentação e Evolução	6	Experimentos e Testes A/B	Testes A/B · Métricas Primária / Secundária / Guard Rail · H_0 vs H_1	Definir plano de instrumentação e métricas guardiãs
Semana 4	Experimentação e Evolução	7	Análise de Resultados e Iteração	Quali vs. Quanti · Pivotar / Iterar / Perseverar · Post-Mortem	Consolidar aprendizados e preparar deck final
Semana 4	Experimentação e Evolução	8	Projeto Final & Carreira	Pitch individual 10 min · Alinhamento executivo · Product Portfolio Case	Apresentação do case consolidado das 8 semanas



DURAÇÃO
4 Semanas



FORMATO
100% Online ao Vivo



TURMA
Máx. 6 Participantes



ENCONTROS
8 ao Vivo · 1h30m cada

Entendimento e Descoberta

1

Fundamentos & Método Científico

- **Mindset shift** — de executor de tarefas para solucionador de problemas
- **Triângulo VDE** — Viabilidade, Desejabilidade e Exequibilidade
- **Método Científico** — Observação, Hipótese, Experimentação e Iteração
- **Problem Statement Canvas** — definição clara do problema sem soluções prematuras

Casa: Entrevistar 1–2 usuários para refinar a percepção do problema inicial

2

Discovery com BRIDGeS

- **BRIDGeS Framework** — Benefits, Risks, Issues, Goals e Solutions
- **Aceleração do Discovery** — evitando paralisia por análise, foco no essencial
- **CustDev sem viés** — perguntas abertas e técnicas do The Mom Test
- **Board Miro/FigJam** — mapeamento colaborativo do espaço do problema

Casa: Conduzir 1 entrevista de CustDev aplicando perguntas sem viés do encontro

3

Criação de Hipóteses

- **Ideias vs. Hipóteses** — por que a maioria dos features falha sem validação
- **Anatomia da Hipótese** — Assunção Crítica + Condição de Teste + Métrica de Sucesso
- **Métricas de Produto** — Variáveis Independentes e Dependentes identificadas
- **Registro de Hipóteses** — planilha/Notion com estrutura padronizada e mensurável

Casa: Cadastrar e estruturar as hipóteses do projeto final no Notion

O Método Científico em Produtos

ENCONTRO 1



CIÊNCIA

1

Observação

Coleta de evidências do mundo real



2

Problematização

Definição clara da questão a investigar



3

Hipótese

Assunção testável e mensurável



4

Experimentação

Teste controlado da hipótese



5

Iteração

Ajuste com base nos resultados



PRODUTO

1

Dados & Feedback

Métricas, entrevistas e comportamento do usuário



2

Problem Statement

Problema claro, sem soluções prematuras



3

Hipótese Testável

Assunção crítica com métrica de sucesso



4

MVP / Experimento

Menor esforço para validar a assunção



5

Aprendizado

Pivotar, iterar ou perseverar com dados



TEMPLATE DE HIPÓTESE

"Acreditamos que para **[público específico]**, resolver **[problema mapeado]** através de **[iniciativa/experimento]** fará com que atingiremos **[métrica mensurável]**."

O Método Científico em Produtos

ENCONTRO 2

B

BENEFITS

Benefícios

O que o usuário espera ganhar ao resolver o problema? Quais resultados positivos ele busca?

R

RISKS

Riscos

O que acontece se o problema não for resolvido? Quais consequências o usuário enfrenta?

I

ISSUES / PROBLEMS

Problemas

Quais são as dores e fricções atuais? O que impede o usuário de atingir seus objetivos hoje?

D G

GOALS / DESIRES

Desejos

Quais são os objetivos e aspirações do usuário? O que ele realmente quer alcançar?

S

SOLUTIONS

Soluções

Quais alternativas o usuário já tentou? O que existe hoje e por que ainda não resolve?



Regra de ouro: Mapeie antes de cogitar qualquer funcionalidade. Ferramenta: Board de Facilitamento no Miro/FigJam.

Priorização e Construção

ENCONTRO 4 · SEMANA 2

E4

Priorização Estratégica de Hipóteses

- **Matriz Impacto × Esforço**
Visualize e compare hipóteses pelo retorno esperado versus custo de execução.
- **Índice DEW**
Discovery Effort Worthiness — pondera o valor do aprendizado antes de investir em discovery.
- **Framework MoSCoW**
Must / Should / Could / Won't — aplicado à validação de hipóteses e backlog.
- **Riskiest Assumption Test (RAT)**
Identifique e teste primeiro a suposição mais crítica e arriscada do produto.

ENCONTRO 5 · SEMANA 3

E5

Construção e Estratégia de MVPs

- **Redefinindo o MVP**
O menor experimento para testar uma assunção crítica — não um produto mal feito.
- **Tipos de Teste**
Fake Door, Wizard of Oz, Protótipos Alta/Baixa Fidelidade, Concierge e Feature Flags.
- **MVP Design Canvas**
Ferramenta para planejar e arquitetar o MVP da hipótese priorizada no Encontro 4.
- **Minimum Lovable Product**
Como preservar a experiência do usuário mesmo no menor experimento possível.

O MVP não é um produto imperfeito.

É o menor experimento possível para testar uma hipótese com o mínimo de recursos.



TIPO 01

Fake Door

Testa a demanda antes de construir qualquer coisa. Apresenta a funcionalidade ao usuário e mede o interesse real pelo clique ou cadastro.

VALIDA DEMANDA



TIPO 02

Wizard of Oz

A interface parece automatizada, mas a operação acontece manualmente por trás. O usuário experimenta o produto sem que ele exista de fato.

SIMULA SOLUÇÃO



TIPO 03

Protótipo

Alta ou baixa fidelidade para validar fluxos de UX e decisões de design antes do desenvolvimento. Rápido de criar, fácil de iterar.

VALIDA UX



TIPO 04

Concierge

Serviço totalmente manual e personalizado entregue a poucos usuários. Gera aprendizado profundo sobre o problema antes de escalar qualquer solução.

GERA APRENDIZADO

ENCONTRO 6



Experimentos e Testes A/B

RIGOR ESTATÍSTICO NA VALIDAÇÃO

- ❏ **Modelos:** Testes A/B, Multivariados e Rollouts Graduais
- ❏ **Métrica Primária** — o que queremos mover
- ❏ **Métricas Secundárias** — diagnóstico do comportamento
- ❏ **Guard Rail Metrics** — o que não pode piorar
- ❏ **H₀ vs H₁** — hipótese nula vs. alternativa

Ficha de Especificação de Teste A/B

ENCONTRO 7



Análise e Iteração

FECHANDO O CICLO DE APRENDIZADO

- ❏ **Quali vs. Quanti** — cruzamento de métricas e feedbacks
- ❏ **Pivotar** — hipótese falhou, mudar direção sem culpa
- ❏ **Iterar** — ajustar variáveis e re-testar
- ❏ **Perseverar** — hipótese confirmada, escalar
- ❏ Falhas como **aprendizado organizacional**

Post-Mortem & Experiment Retrospective Template

ENCONTRO 8



Projeto Final e Carreira

DA HIPÓTESE AO PORTFÓLIO

- ❏ **Pitch individual** de 10 min por participante
- ❏ **Alinhamento executivo** — apresentar métricas à diretoria
- ❏ **Product Portfolio Case** — case consolidado das 8 semanas
- ❏ Otimização contínua da **jornada do cliente**
- ❏ Rodada de **feedback individualizado** do mentor

Deck Final de Apresentação de Case de Produto

Métricas de Experimentação



TIPO 1

Métrica Primária

A métrica de sucesso do experimento — o único número que define se a hipótese foi confirmada ou refutada.

Ex: taxa de conversão, retenção D7



TIPO 2

Métricas Secundárias

Métricas de diagnóstico que explicam o comportamento do usuário e ajudam a interpretar o resultado da métrica primária.

Ex: cliques, tempo na página, scroll depth



TIPO 3

Guard Rail Metrics

Métricas guardiãs que garantem que nada estrague a operação — o experimento não pode piorar esses indicadores.

Ex: churn, conversão geral, NPS

H_0

HIPÓTESE NULA

A intervenção não produz efeito — não há diferença entre controle e variante.

VS

H_1

HIPÓTESE ALTERNATIVA

A intervenção gera um efeito mensurável e estatisticamente significativo na métrica primária.



Regra de ouro: Defina suas métricas **ANTES** de rodar o experimento — evita viés de confirmação e garante rigor estatístico.

Fechando o Loop — Pivotar, Iterar ou Perseverar

CICLO DE APRENDIZADO PÓS-EXPERIMENTO · ENCONTRO 7

DECISÃO 01

Hipótese Falhou



Pivotar

Mudar de direção

QUANDO APLICAR

Assunção crítica inválida — o problema ou solução precisa ser repensado.

- Hipótese central não confirmada
- Mudar direção sem culpa ou julgamento
- Registrar aprendizado no Post-Mortem

DECISÃO 02

Parcialmente Confirmada



Iterar

Ajustar e re-testar

QUANDO APLICAR

Sinal positivo detectado — ajustar variáveis e rodar novo ciclo de teste.

- Hipótese parcialmente validada
- Refinar métricas e condições do teste
- Manter o ciclo de aprendizado ativo

DECISÃO 03

Hipótese Confirmada



Perseverar

Escalar e construir

QUANDO APLICAR

Hipótese confirmada com significância — construir de forma definitiva e escalar.

- Métricas primárias atingidas
- Guard Rails preservados no experimento
- Investir recursos para escala definitiva



Experimentos que falham não são fracassos — são aprendizados organizacionais que tornam o próximo ciclo mais preciso e eficiente.

FERRAMENTA
POST-MORTEM & EXPERIMENT
RETROSPECTIVE TEMPLATE

Toolkit do Mentorado

NOTION / MIRO

Problem Statement Canvas

Estrutura o problema do usuário sem soluções prematuras, definindo público, desafio e impacto negativo.

MIRO / FIGJAM

BRIDGeS Board

Mapeia o espaço do problema em 4 pilares: Benefícios, Riscos, Issues, Desejos e Soluções.

PLANILHA / NOTION

Registro de Hipóteses

Converte achismos em hipóteses testáveis com assunção crítica, condição de teste e métrica de sucesso.

TEMPLATE ESTRUTURADO

MVP Design Canvas

Planeja o menor experimento viável para validar a assunção mais arriscada com foco em aprendizado.

CALCULADORA DE SIGNIFICÂNCIA

Ficha de Experimentos A/B

Especifica métricas primárias, guardiãs e hipóteses estatísticas (H_0 vs H_1) com rigor científico.

IA EM PRODUTO

Guia de Prompts para PMs

Prompts prontos para Discovery, redação de hipóteses e análise de dados com inteligência artificial.

Projeto Final — Do Problema ao Impacto

8 Semanas • 8 Encontros

MARCOS DA JORNADA

ENCONTRO 1

Definição do Problem Statement

Estrutura do problema com clareza, sem soluções prematuras.

ENCONTRO 2

Discovery e Mapeamento BRIDGeS

Exploração profunda do espaço do problema com CustDev.

ENCONTRO 3

Hipóteses Formais Registradas

Conversão de ideias em hipóteses testáveis e mensuráveis.

ENCONTRO 4 E 5

Priorização e Plano de MVP

Seleção do RAT e desenho do experimento mínimo viável.

ENCONTRO 6

Especificação do Experimento A/B

Métricas primárias, guardiãs e significância estatística.

ENCONTRO 7

Análise de Resultados

Pivotar, iterar ou perseverar com base nos dados.

ENCONTRO 8

Pitch Final — 10 minutos

Apresentação individual do case completo para o mentor.

BLOCOS DO PROGRAMA



“

*O gargalo não é gerar a **ideia** .
É a falta de **método** para testá-la.*

”

PRINCÍPIO CENTRAL — PRODUCT ACADEMY



PILAR 1

Mentalidade Científica

De achismo para hipótese estruturada e testável



PILAR 2

Cultura de Experimentação

De feature factory para aprendizado contínuo



PILAR 3

Impacto Mensurável

De entrega de funcionalidades para resultado real

▪ PRODUCT ACADEMY — DA HIPÓTESE AO IMPACTO ▪