

دورة إدارة المنتجات في الفرق الرشيقية: أهداف المنتج وخرائط الطريق وترتيب الأولويات

5 – 9 يوليو 2027

جنييف





دورة إدارة المنتجات في الفرق الرشيقية: أهداف المنتج وخرائط الطريق وترتيب الأولويات

المرجع: 26605_474 التاريخ: 5 - 9 يوليو 2027 المكان: جنيف الرسوم: GBP 5500

ملخص البرنامج

إدارة المنتجات في الفرق الرشيقية محور دورة تدريبية تمتد أسبوع لمديري المنتجات ورؤساء المنتجات وقادة البرامج، ويخرج منها كل مشارك بخطة لمنتج حي واحد. فالفرق الرشيقية تسلم بسرعة، لكن كثيرا من المنتجات يفقد اتجاهه حين تغيب الأهداف الواضحة وتتضخم قوائم المنتج بلا ترتيب ويشد أصحاب المصلحة كل في اتجاه. ويتدرج البرنامج من مسؤولية مالك المنتج إلى تشخيص المنتج وقائمه، ثم تصميم الأهداف وخرائط الطريق وترتيب الأولويات، وينتهي بتطبيقها على منتج واحد. تقدم مارس للتدريب المملكة المتحدة هذا البرنامج في إدارة المنتجات في الفرق الرشيقية لقادة من منظمات مختلفة.

المبررات المؤسسية

حين لا يكون للمنتج هدف واحد، تبني الفرق ما يطلب بأعلى صوت لا ما يضيف أكبر قيمة. وتمتلئ القوائم ببؤد لا يستطيع أحد ترتيبها، وتعد خرائط الطريق بمواعيد لا يقدر الفريق على الوفاء بها، ويفقد الرعاية ثقتهم في كل إصدار. أما القادة الذين يحددون هدفا واحدا للمنتج ويرتبون القائمة بحسب القيمة ويتفقون على المفاضلات علنا، فيوجهون جهد التسليم إلى موضعه الصحيح، ويتخذون قرارات يستطيع أصحاب المصلحة تتبعها.

- القيمة المسلمة: تتحسن حين يرتب الجهد بحسب إسهامه في هدف واحد للمنتج.
- سرعة القرار: ترتفع حين تكون ملكية قرارات القائمة بيد شخص واحد مسؤول.
- مواعمة أصحاب المصلحة: تقوى حين تعرض خرائط الطريق والمفاضلات وفق دورة منتظمة.

المبادئ والأساس المعرفي

- دليل Scrum Guide دليل إطار العمل الرشيق في مسؤولية مالك المنتج: يؤطر نقطة المسؤولية الواحدة عن قيمة المنتج في الجلستين 1 و5.
- دليل Scrum Guide في هدف المنتج: يقدم الحالة المستقبلية التي تختبر بها الأهداف وخرائط الطريق والقرارات في الجلستين 3 و4.
- دليل Scrum Guide في قائمة المنتج: يوجه تشخيص قائمة العمل المرتبة المتجددة وتنقيحها في الجلستين 2 و4.



المشاركون المستهدفون

- مدبرو المنتجات المسؤولون عن قيمة منتج أو أكثر واتجاهه.
- رؤساء المنتجات الذين يحددون الأهداف والأولويات لعدة فرق.
- قادة البرامج الذين يربطون قرارات المنتج بخطط التسليم والميزانيات.
- كبار المديرين الذين يرفعون الفرق الرشيقة ويحكمون على خياراتها.

يأتي المشاركون عادة من المصارف والاتصالات والتجزئة والخدمات العامة.

مخرجات التعلم

1. سيكون المشاركون قادرين على التمييز بين مسؤولية مالك المنتج ومسؤولية مدير التسليم.
2. سيكون المشاركون قادرين على تشخيص جوانب الضعف في هدف المنتج وقائمه وخريطة طريقه.
3. سيكون المشاركون قادرين على بناء هدف للمنتج تختبر به الفرق وأصحاب المصلحة قراراتهم.
4. سيكون المشاركون قادرين على تصميم خريطة طريق تعرض النتائج والتسلسل دون مواعيد وهمية.
5. سيكون المشاركون قادرين على ترتيب بنود القائمة بحسب القيمة والتكلفة والمخاطر وتقييم المفاضلات.
6. سيكون المشاركون قادرين على تبرير خطة المنتج أمام الرعاة وأصحاب المصلحة.

هيكل البرنامج

اليوم 1: إدارة المنتجات في الفرق الرشيقة: الملكية والمسؤولية

من يقرر ما يبنى، وبأي صلاحية؟

- خريطة مسؤولية مالك المنتج
- رسم سلسلة قيمة المنتج
- شبكة نفوذ أصحاب المصلحة
- جدول صلاحيات القرار
- خط الأساس لقيادة المنتج الشخصية

اليوم 2: تشخيص المنتج وقائمه

أين يفقد المنتج اتجاهه، ولماذا؟



- مراجعة صحة المنتج
- تحليل تقادم بنود القائمة
- ورقة تجميع ملاحظات العملاء
- مخطط فجوة القيمة والتكلفة
- سجل الاعتماديات والعوائق

اليوم 3: تصميم أهداف المنتج والاستكشاف

كيف يحدد هدف واحد ويختبر بالأدلة؟

- لوحة صياغة هدف المنتج
- ورقة تعريف مقاييس النتائج
- دليل مقابلات مشكلة العميل
- خريطة مخاطر الافتراضات
- بطاقة تصميم التجربة

اليوم 4: تصميم خرائط الطريق وترتيب الأولويات

كيف ترتب البنود وتسلسل بحيث تتضح المفاضلات؟

- تخطيط خريطة الطريق القائمة على النتائج
- نموذج تسجيل القيمة المرجح
- مقارنة كلفة التأخير
- إيقاع تنقيح القائمة
- سجل قرارات المفاضلة

اليوم 5: تطبيق خطة المنتج وإنجازها

هل تصمد خطة المنتج حين تختبر على منتج حي واحد؟

- تطبيق مراجعة الصحة على المنتج
- اختبار تحمل هدف المنتج
- إعادة ترتيب القائمة بنموذج التسجيل
- التدرب على مراجعة الراعي
- إنجاز خطة المنتج



المنهجية

يقوم البرنامج على تحليل الحالات استنادا إلى قوائم منتج مجهولة المصدر وخرائط طريق ومجموعات ملاحظات عملاء وحالات مكتوبة قصيرة من منتجات المصارف والاتصالات والتجزئة. يعمل المشاركون في مجموعات صغيرة على منتج واحد، ويدافعون عن خيارات الترتيب والتسلسل أمام أقران يؤدون دور الرعاية وقادة التسليم، ويتلقون ملاحظات الميسرين على كل مخرج.

- نشاط مقترح: إعادة ترتيب قائمة مزدحمة بالنسبة إلى هدف واحد للمنتج.
- نشاط مقترح: إعادة كتابة خريطة طريق محكومة بالمواعيد لتصبح قائمة على النتائج.
- نشاط مقترح: الدفاع عن مفاضلة أمام راع متشكك.

المخرج الختامي

يعد كل مشارك خطة لمنتج حي واحد. وتضم هدفا للمنتج، ومراجعة لصحته، ومقتطفات من القائمة المرتبة، وخريطة طريق قائمة على النتائج، وسجلا للمفاضلات. وتستخدم الخطة في العمل لإحاطة الرعاية، والاتفاق على الأولويات مع فرق التسليم، وتوجيه طريقة اتخاذ قرارات المنتج في الإصدارات المقبلة.

الأسئلة الشائعة

هل تناسب إدارة المنتجات في الفرق الرشيقة القادة الذين لم يمتلكوا منتجا من قبل؟

نعم، فإدارة المنتجات في الفرق الرشيقة تدرس من الأساس، وتفترض مسؤولية عن منتج أو فريق أو ميزانية لا خبرة سابقة بصفة مالك المنتج.

على أي مرجع تقوم إدارة المنتجات في الفرق الرشيقة في هذا البرنامج؟

تقوم إدارة المنتجات في الفرق الرشيقة هنا على دليل Scrum Guide، بما في ذلك تعريفاته لمالك المنتج وهدف المنتج وقائمة المنتج.

كيف تستخدم خطة المنتج عند إدارة المنتجات في الفرق الرشيقة؟

تستخدم الخطة لإحاطة الرعاية، والاتفاق على الأولويات مع فرق التسليم، وتوجيه طريقة اتخاذ قرارات منتجك في الإصدارات اللاحقة.

بماذا تختلف إدارة المنتجات في الفرق الرشيقة عن برنامج تسليم المشاريع الرشيقة؟

تركز إدارة المنتجات في الفرق الرشيقة على الأهداف والقيمة وترتيب الأولويات، بينما يركز برنامج تسليم المشاريع الرشيقة على تخطيط عمل الفريق وجدولته ومتابعته.