Data-Driven Product Management Eğitimi

Süre: **2 Gün**

BİLGİNÇ IT Academy
info@bilginc.com
bilginc.com

Overview

Veri Odaklı Ürün Yönetimi Eğitimi, ürün yönetimi süreçlerinde sezgisel değerlendirmeler ile veriye dayalı analizler arasında doğru dengeyi kurmayı ve daha etkili, ölçülebilir ürün kararları almayı amaçlayan bir eğitim programıdır.

Günümüzün dijital ürün yönetiminde veriler; kullanıcı ihtiyaçlarının anlaşılması, ürün performansının değerlendirilmesi ve geliştirme önceliklerinin belirlenmesi açısından önemli bir rol üstlenmektedir. Bu eğitimde katılımcılar, performans metriklerinden kullanıcı segmentasyonuna, A/B testlerinden yapay zekâ destekli ürün yönetimi araçlarına kadar verinin ürün yaşam döngüsünde nasıl kullanılabileceğini inceleyeceklerdir.

Program kapsamında ayrıca Minimum Viable Product (MVP) geliştirme, kullanıcı geri bildirimleriyle ürünün aşamalı olarak iyileştirilmesi, fiyatlandırma stratejileri ve veri etiği gibi konular uygulamaya dönük örneklerle ele alınmaktadır.

Eğitim, ürün kararlarını yalnızca varsayımlara değil, ölçülebilir verilere ve deney sonuçlarına dayandırmak isteyen profesyoneller için kapsamlı bir yaklaşım sunmaktadır.

Who Should Attend

- İş analistleri, sistem analistleri, proje yöneticileri, takım liderleri, yöneticiler ve kurumsal mimarlar
- Scrum ekiplerinde Product Owner (PO) rolünü üstlenen profesyoneller
- İş analizi ve proje kapsam yönetimi alanındaki bilgi ve becerilerini geliştirerek iş performansını artırmak isteyen kişiler
- İş analizi ekiplerini veya süreçlerini yöneten orta ve üst düzey BT yöneticileri
- Kullanıcı deneyimi (UX) uzmanları
- Yazılım uzmanları
- Test mühendisleri ve kalite güvence uzmanları

Data-Driven Product Management Eğitimi

Süre: **2 Gün**

BİLGİNÇ IT Academy
info@bilginc.com
bilginc.com

What You Will Learn

Bu eğitim sonunda katılımcılar;

- Veriye dayalı ürün yönetimi ve karar alma süreçlerini öğrenebilecek,
- Ürün performans metriklerini analiz ederek kullanıcı davranışlarını değerlendirebilecek,
- A/B testleri ve deneysel yöntemlerle ürün kararlarını doğrulayabilecek,
- Kullanıcı segmentasyonu ve kişiselleştirme stratejileri geliştirebilecek,
- Veri analiziyle fiyatlandırma ve kampanya performansını iyileştirebilecek,
- Yapay zekâ destekli ürün yönetimi araçlarını tanıyabilecek,
- MVP geliştirme ve prototip testlerinde verilerden yararlanabilecek,
- Veriye dayalı ürün yol haritaları oluşturup geliştirme önceliklerini belirleyebilecek,
- Ürün performansını izleyerek sürekli iyileştirme sağlayabilecek,
- Veri etiği, GDPR ve KVKK kapsamında sorumlu veri kullanımını öğrenebileceklerdir.

Outline

1. Veri Odaklı Ürün Yönetimine Giriş

- Ürün kararlarının alınmasında verinin rolü
- Veri ve sezgi arasında doğru dengenin kurulması
- Hipotez odaklı ürün geliştirme yaklaşımı

2. Dijital Ürünlerde Veri Türleri ve Kullanım Alanları

- Nicel (Quantitative) ve nitel (Qualitative) veriler arasındaki farklar
- İşlemsel, davranışsal ve tutumsal veri kaynakları
- Web analitiği, tıklama akışı (Clickstream), ısı haritaları (Heatmaps) ve oturum kaydı araçları

3. Ürün Performans Metrikleri

- OMTM (One Metric That Matters) yaklaşımı
- North Star Metric kavramı
- Funnel metrikleri ve kullanıcı yolculuğu analizi
- Dönüşüm (Conversion), elde tutma (Retention), kullanıcı kaybı (Churn), yaşam boyu değer (LTV) ve

BİLGİNÇ IT Academy
info@bilginc.com
bilginc.com

benimseme (Adoption) metrikleri

4. Karar Verme Çerçeveleri ve Deneysel Yöntemler

- AARRR ve HEART metrik çerçeveleri
- Hipotez – Deney – Öğrenme döngüsü
- A/B testleri, Feature Flag kullanımı ve kademeli yayına alma (Rollout) stratejileri

5. Segmentasyon ve Kişiselleştirme

- Kural tabanlı ve veri odaklı segmentasyon yaklaşımları
- RFM ve k-means gibi segmentasyon modelleri
- Kullanıcı segmentlerine uygun ürün deneyimlerinin tasarlanması
- Kişiselleştirme stratejileri ve dinamik içerik kullanımı

6. Kampanya ve Fiyatlandırma Kararlarında Veri Kullanımı

- Fiyat esnekliği (Price Elasticity) ve test edilme yöntemleri
- Promosyon ve kampanya performansının izlenmesi
- Tekliflerin ve kampanyaların A/B testleriyle optimize edilmesi

7. Yapay Zekâ Destekli Ürün Yönetimi

- Öneri sistemleri (Recommendation Engines)
- Arama motoru optimizasyonu: arama sonuçlarının ilgililiği ve sıralaması (Search Relevance/Ranking)
- Otomatik müşteri destek sistemleri: chatbot'lar ve akıllı sıkça sorulan sorular (Smart FAQs)

8. Veri Odaklı MVP ve Prototipleme Süreçleri

- MVP (Minimum Viable Product) nedir ve neden önemlidir?
- Verilerden yararlanarak MVP hipotezlerinin oluşturulması ve başarı kriterlerinin belirlenmesi
- Prototip testlerinde erken aşama kullanıcı geri bildirimlerinin toplanması
- MVP sonrasında veri takibi ve ürün kararlarının verilmesi

9. Prototip Testlerinde Veri Kullanımı

- UX araştırmalarında kullanılan veri türleri
- Nitel ve nicel test araçları: Hotjar, Maze ve kullanıcı testleri

BİLGİNÇ IT Academy
info@bilginc.com
bilginc.com

- Prototiplerde kullanıcı davranışlarının analiz edilmesi ve içgörü elde edilmesi

10. Ürün Yol Haritası ve Önceliklendirmede Veri Kullanımı

- ICE, RICE ve WSJF özellik önceliklendirme çerçeveleri
- Veriye dayalı ürün yol haritası kararları
- Ürün stratejisinin kullanıcı geri bildirimleriyle uyumlu hale getirilmesi
- Etki–efor (Impact–Effort) matrisleriyle özelliklerin önceliklendirilmesi

11. Veriye Dayalı Geri Bildirim, Retrospektif ve İyileştirme

- Yeni özelliklerin yayınlanması sonrasında performans metriklerinin yorumlanması
- Deney sonuçlarının analiz edilmesi ve dashboard kullanımı
- Ekip içinde sürekli öğrenme döngülerinin oluşturulması
- Deney gerçekleştirme hızının ve test–uygula–öğren süreçlerinin iyileştirilmesi

12. Veri Etiği ve Veri Kullanımının Sınırları

- Kullanıcı verileriyle çalışırken dikkat edilmesi gereken temel konular
- GDPR ve KVKK düzenlemelerine uygun veri kullanımı
- Verilerin anonimleştirilmesi ve kullanıcı onayının alınması