inspired: How to Create Tech Products Customers Love

by Marty Cagan · Language: BN

Summary by booksummaryai.com —
https://booksummaryai.com/country/bn/inspired-how-to-create-tech-products-customers-love

Overview

মার্টি কাগানরে "ইনস্পায়ার্ড: হাউ টু ক্রয়িটে টকে প্রোডাক্টস কাস্টমারস লাভ" বইটি প্রযুক্তি পণ্য ব্যবস্থাপনার একটি মৌলকি নর্দিশেকিা এটি সফল প্রযুক্তি পণ্য তরৈরি জন্য প্রয়োজনীয় নীতি, প্রক্রয়িা এবং সংস্কৃতি নয়িে আলোচনা করে কাগন যুক্তি দনি যে অনকে কোম্পানি পণ্য তরৈি করার ভুল পদ্ধতি অনুসরণ কর, যখোনে তারা কবেল বশৈষ্ট্য তরৈি করে এবং গ্রাহকরে প্রকৃত চাহদিা বা সমস্যার সমাধান করে না তনিি ঐতহি্যবাহী "প্রজক্টে-ভত্তিকি" পদ্ধতরি পরবির্তে "পণ্য-ভত্তিকি" পদ্ধতরি উপর জোর দনে, যখোনে ক্ষমতাপ্রাপ্ত দলগুলি ক্রমাগত গ্রাহকদরে জন্য মূল্য আবষ্কিার এবং সরবরাহ করার জন্য কাজ করে

বইটি পণ্য আবষ্কিাররে গুরুত্ব, গ্রাহকদরে গভীরভাবে বোঝা, এবং দ্রুত পরীক্ষা ও পুনরাবৃত্তরি মাধ্যমে ধারণা যাচাই করার উপর আলোকপাত করে এটি একটি শক্তশিালী পণ্য দল গঠনরে জন্য প্রয়োজনীয় ভূমকিা এবং দায়ত্বিগুলকিওে তুলে ধর, যখোনে পণ্য ব্যবস্থাপক, ডজিাইনার এবং প্রকৌশলীরা একসাথে কাজ করে কাগন দখোন যে কীভাবে বশি্বরে শীর্ষস্থানীয় প্রযুক্তি সংস্থাগুলি যমেন অ্যামাজন, গুগল এবং নটেফ্লক্সি এই নীতগিুলি প্রয়োগ করে এবং কীভাবে অন্যান্য সংস্থাগুলওি তাদরে অনুসরণ করতে পারে বইটি কবেল একটি "কীভাবে করবনে" নর্দিশেকিা নয, এটি একটি মানসকিতার পরবির্তনকে উৎসাহতি করে যা উদ্ভাবন, গ্রাহক কন্দ্রকিতা এবং ফলাফলরে উপর দৃষ্টি নবিদ্ধ করে এটি পণ্য নতোদরে, ডজিাইনারদরে, প্রকৌশলীদরে এবং স্টার্টআপ প্রতষ্ঠিাতাদরে জন্য অপরহিার্য, যারা এমন পণ্য তরৈি করতে চান যা গ্রাহকরা সত্যইি ভালোবাসনে এবং যা বাজারে সফল হয়

Key Takeaways

- সক্ষম পণ্য দলগুলি গ্রাহকদরে জন্য মূল্যবান সমাধান আবষ্কিার এবং সরবরাহ করার জন্য অপরহিার্য
- পণ্য আবষ্কিার একটি চলমান প্রক্রয়িা যা ক্রমাগত গ্রাহকরে সমস্যা এবং চাহদিা বোঝার উপর দৃষ্টি নবিদ্ধ করে
- কবেল আউটপুট নয, গ্রাহকদরে জন্য অর্জতি ফলাফলরে উপর মনোযোগ দনি
- গ্রাহকদরে গভীরভাবে বোঝা এবং তাদরে সমস্যাগুলি সমাধান করা সফল পণ্যরে মূল চাবকিাঠি
- দ্রুত পরীক্ষা, প্রোটোটাইপং এবং পুনরাবৃত্তি উদ্ভাবনকে ত্বরান্বতি করে
- একটি শক্তশিালী পণ্য কৌশল এবং দূরদর্শী নতেৃত্ব একটি সফল পণ্যরে যাত্রাপথ নর্ধিারণ করে
- উদ্ভাবনকে উৎসাহতি করে এমন একটি সংস্কৃতি তরৈি করা দীর্ঘমযো্দী সাফল্যরে জন্য গুরুত্বপূর্ণ

Chapter Summaries

প্রথম অংশ: শীর্ষস্থানীয় প্রযুক্তি সংস্থাগুলি থেকে শিক্ষা

এই অংশে লেখক ব্যাখ্যা করছেন কেন বেশিরভাগ প্রযুক্তি পণ্য ব্যর্থ হয় এবং কীভাবে শীর্ষস্থানীয় প্রযুক্তি সংস্থাগুলি (যেমন অ্যামাজন, গুগল, নেটফ্লিক্স) ভিন্নভাবে কাজ করে তিনি ঐতিহ্যবাহী "ফিচার টিম" মডেলের সীমাবদ্ধতা তুলে ধরেন এবং "সক্ষম দল" (empowered teams) এর ধারণা প্রবর্তন করেন মূল ধারণাগুলি হলো পণ্য দৃষ্টি (product vision), পণ্য কৌশল (product strategy), পণ্য আবিষ্কার (product discovery) এবং পণ্য বিতরণ (product delivery) ক্যাপ্টেন জোর দেন যে সফল সংস্থাগুলি গ্রাহকদের জন্য সত্যিকারের মূল্য তৈরি করতে এবং ব্যবসার লক্ষ্য পূরণের জন্য একটি ভিন্ন মানসিকতা এবং প্রক্রিয়া গ্রহণ করে তিনি পণ্য ব্যবস্থাপনার গুরুত্ব এবং এর কৌশলগত ভূমিকার উপর আলোকপাত করেন

দ্বিতীয় অংশ: সঠিক মানুষ

এই অংশটি সফল পণ্য দল গঠনের জন্য প্রয়োজনীয় ভূমিকা এবং সাংগঠনিক কাঠামো নিয়ে আলোচনা করে ক্যাপ্টেন পণ্য ব্যবস্থাপক (product manager), পণ্য ডিজাইনার (product designer) এবং প্রকৌশলীদের (engineers) মূল ভূমিকাগুলি বিশদভাবে বর্ণনা করেন তিনি জোর দেন যে একটি কার্যকর পণ্য দলের জন্য এই ভূমিকাগুলির মধ্যে শক্তিশালী সহযোগিতা অপরিহার্য তিনি "সক্ষম দল" (empowered teams) এর ধারণাটি আরও প্রসারিত করেন, যেখানে দলগুলিকে সমস্যা সমাধানের এবং গ্রাহকদের জন্য মূল্য তৈরি করার ক্ষমতা দেওয়া হয় এই অংশে তিনি পণ্য ব্যবস্থাপকের নেতৃত্বের গুণাবলী, কৌশলগত চিন্তাভাবনা এবং কার্যকর যোগাযোগ দক্ষতার গুরুত্ব তুলে ধরেন

তৃতীয় অংশ: সঠিক পণ্য

এই অংশটি পণ্য আবিষ্কার (product discovery) প্রক্রিয়ার গভীরে প্রবেশ করে, যা সঠিক পণ্য তৈরি করার জন্য অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ ক্যাপ্টেন বিভিন্ন কৌশল এবং সরঞ্জাম নিয়ে আলোচনা করেন যা দলগুলিকে গ্রাহকের চাহিদা এবং ব্যবসার লক্ষ্যগুলি বুঝতে সাহায্য করে এর মধ্যে রয়েছে গ্রাহক সাক্ষাৎকার (customer interviews), প্রোটোটাইপিং (prototyping), ব্যবহারকারী পরীক্ষা (user testing), সুযোগ মূল্যায়ন (opportunity assessment) এবং পণ্য ব্যাকলগ (product backlog) তৈরি করা তিনি জোর দেন যে পণ্য তৈরি করার আগে ধারণাগুলি যাচাই করা (validating ideas) অপরিহার্য, যাতে ব্যর্থতার ঝুঁকি কমানো যায় এই অংশটি দলগুলিকে কীভাবে দ্রুত শিখতে এবং পুনরাবৃত্তি করতে হয় তা শেখায়

চতুর্থ অংশ: সঠিক প্রক্রিয়া

এই অংশটি পণ্য আবিষ্কার এবং বিতরণের প্রক্রিয়াগুলি কীভাবে কার্যকরভাবে চালানো যায় তা নিয়ে আলোচনা করে ক্যাপ্টেন এজাইল নীতিগুলি (Agile principles) এবং ক্রমাগত আবিষ্কার (continuous discovery) ও ক্রমাগত বিতরণ (continuous delivery) এর গুরুত্ব তুলে ধরেন তিনি ব্যাখ্যা করেন কীভাবে দলগুলি ছোট ছোট পুনরাবৃত্তিতে কাজ করে, দ্রুত প্রতিক্রিয়া সংগ্রহ করে এবং তাদের পণ্যগুলিকে ক্রমাগত উন্নত করে এই অংশে পরীক্ষা-নিরীক্ষা (experimentation) এবং শেখার সংস্কৃতি (learning culture) এর উপর জোর দেওয়া হয় তিনি দেখান কীভাবে একটি সুসংগঠিত প্রক্রিয়া দলগুলিকে দ্রুত উদ্ভাবন করতে এবং বাজারের পরিবর্তনশীল চাহিদাগুলির সাথে খাপ খাইয়ে নিতে সাহায্য করে

পঞ্চম অংশ: সঠিক সংস্কৃতি

এই চূড়ান্ত অংশটি একটি সফল পণ্য সংস্থা তৈরি করার জন্য প্রয়োজনীয় সাংগঠনিক সংস্কৃতি নিয়ে আলোচনা করে ক্যাপ্টেন নেতৃত্বের ভূমিকা (leadership's role) এবং কীভাবে তারা উদ্ভাবন এবং ঝুঁকি গ্রহণের সংস্কৃতিকে উৎসাহিত করতে পারে তা ব্যাখ্যা করেন তিনি ব্যর্থতা থেকে শেখার (learning from failure) গুরুত্ব এবং

"প্রকল্প-ভিত্তিক" (project-centric) মানসিকতা থেকে "পণ্য-ভিত্তিক" (product-centric) মানসিকতায় স্থানান্তরিত হওয়ার প্রয়োজনীয়তা তুলে ধরেন এই অংশে তিনি দেখান কীভাবে একটি সহায়ক এবং ক্ষমতাপ্রাপ্ত সংস্কৃতি দলগুলিকে তাদের সেরা কাজ করতে এবং গ্রাহকদের জন্য সত্যিকারের মূল্য তৈরি করতে সক্ষম করে তোলে এটি একটি দীর্ঘমেয়াদী দৃষ্টিভঙ্গি এবং ক্রমাগত উন্নতির প্রতিশ্রুতির উপর জোর দেয়।

Themes

- পণ্য আবিষ্কার
- সক্ষম দল
- গ্রাহক কেন্দ্রিকতা
- ক্রমাগত উদ্ভাবন
- ফলাফল চালিত

Frequently Asked Questions

What is inspired: How to Create Tech Products Customers Love about?

মার্টি কাগানের "ইনস্পায়ার্ড" বইটি প্রযুক্তি পণ্য তৈরির সেরা অনুশীলন নিয়ে আলোচনা করে এটি গ্রাহকদের পছন্দের পণ্য তৈরি করতে পণ্য আবিষ্কার, ক্ষমতাপ্রাপ্ত দল এবং একটি উদ্ভাবনী সংস্কৃতির গুরুত্ব তুলে ধরে বইটি ঐতিহ্যবাহী পদ্ধতির সীমাবদ্ধতা দেখিয়ে আধুনিক, গ্রাহক-কেন্দ্রিক পণ্য ব্যবস্থাপনার পথ দেখায়।

Is inspired: How to Create Tech Products Customers Love worth reading?

হ্যাঁ, "ইনস্পায়ার্ড" পণ্য ব্যবস্থাপক, ডিজাইনার, প্রকৌশলী এবং স্টার্টআপ প্রতিষ্ঠাতাদের জন্য অত্যন্ত মূল্যবান এটি সফল প্রযুক্তি সংস্থাগুলির পদ্ধতিগুলি ব্যাখ্যা করে এবং ব্যবহারিক কৌশল সরবরাহ করে যা আপনাকে এমন পণ্য তৈরি করতে সাহায্য করবে যা গ্রাহকরা সত্যিই ভালোবাসেন এটি একটি মানসিকতার পরিবর্তনকে উৎসাহিত করে যা দীর্ঘমেয়াদী সাফল্যের জন্য অপরিহার্য

Who should read inspired: How to Create Tech Products Customers Love?

পণ্য ব্যবস্থাপক, পণ্য ডিজাইনার, প্রকৌশলী, প্রযুক্তি নেতা, স্টার্টআপ প্রতিষ্ঠাতা এবং যে কেউ প্রযুক্তি পণ্য তৈরি বা পরিচালনা করতে আগ্রহী তাদের এই বইটি পড়া উচিত এটি পণ্য কৌশল, আবিষ্কার এবং বিতরণের উন্নত অনুশীলনগুলি শিখতে সাহায্য করবে

How long does it take to read inspired: How to Create Tech Products Customers Love?

বইটি পড়তে সাধারণত ৬ থেকে ৮ ঘণ্টা সময় লাগতে পারে, যা পাঠকের পড়ার গতি এবং বিষয়বস্তুর গভীরতার উপর নির্ভর করে এর প্রায় ৩০০ পৃষ্ঠা রয়েছে এবং প্রতিটি অধ্যায় গুরুত্বপূর্ণ ধারণা এবং ব্যবহারিক অন্তর্দৃষ্টিতে পূর্ণ

Best Quotes

“একজন প্রোডাক্ট ম্যানেজারের কাজ হলো এমন একটি প্রোডাক্ট আবিষ্কার করা যা মূল্যবান, ব্যবহারযোগ্য, সম্ভবপর এবং টেকসই”

প্রোডাক্ট টিমের ভূমিকা

এই উক্তটি প্রোডাক্ট ম্যানেজারের মূল দায়িত্বকে সংজ্ঞায়িত করে এটি একটি সফল প্রোডাক্টের চারটি অপরিহার্য গুণাবলী তুলে ধরে: গ্রাহকের জন্য মূল্য, ব্যবহারের সহজতা, প্রযুক্তিগত বাস্তবায়নযোগ্যতা এবং ব্যবসার জন্য লাভজনকতা

"প্রতিটি দুর্দান্ত প্রোডাক্টের পেছনে থাকে একটি ক্ষমতাপ্রাপ্ত প্রোডাক্ট টিম"

ক্ষমতাপ্রাপ্ত প্রোডাক্ট টিম

এই লাইনটি লেখকের মূল থিসিসের একটি এটি জোর দেয় যে সেরা প্রোডাক্টগুলি স্বায়ত্তশাসিত, উদ্দেশ্য-চালিত দল দ্বারা তৈরি হয় যারা সমস্যা সমাধানের জন্য ক্ষমতাপ্রাপ্ত

"আমাদের ফিচার টিম থেকে ক্ষমতাপ্রাপ্ত প্রোডাক্ট টিমের দিকে যেতে হবে"

ক্ষমতাপ্রাপ্ত প্রোডাক্ট টিম

লেখক এখানে প্রচলিত "ফিচার টিম" মডেলের সমালোচনা করেন, যেখানে দলগুলি কেবল নির্দিষ্ট ফিচার তৈরি করে তিনি এমন দলগুলির পক্ষে কথা বলেন যারা গ্রাহকের সমস্যা সমাধানের জন্য সম্পূর্ণ দায়িত্ব নেয়

"ডিসকভারির উদ্দেশ্য হলো দ্রুত এবং সস্তায় প্রোডাক্টের ঝুঁকি কমানো"

প্রোডাক্ট ডিসকভারি

এই উক্তটি প্রোডাক্ট ডিসকভারির মূল উদ্দেশ্য ব্যাখ্যা করে এটি বোঝায় যে নতুন প্রোডাক্ট বা ফিচারের ধারণাগুলি তৈরি করার আগে তাদের কার্যকারিতা, ব্যবহারযোগ্যতা এবং সম্ভাব্যতা পরীক্ষা করা উচিত

"একটি প্রোডাক্ট রোডম্যাপ হলো ফিচার এবং তারিখের একটি তালিকা"

প্রোডাক্ট রোডম্যাপের সমস্যা

লেখক এই লাইনটি ব্যবহার করেন একটি প্রচলিত কিন্তু ত্রুটিপূর্ণ রোডম্যাপের সংজ্ঞা দিতে, যা প্রায়শই কোম্পানিগুলিতে দেখা যায় তিনি পরে ব্যাখ্যা করেন কেন এই ধরনের রোডম্যাপ সমস্যাযুক্ত

"সমস্যাকে ভালোবাসুন, আপনার সমাধানকে নয়"

প্রোডাক্ট ভিশন এবং কৌশল

এই শক্তিশালী উক্তটি প্রোডাক্ট ডেভেলপমেন্টের একটি মৌলিক নীতি এটি পরামর্শ দেয় যে দলগুলিকে গ্রাহকের মূল সমস্যাটি গভীরভাবে বুঝতে হবে, নির্দিষ্ট সমাধানের প্রতি অন্ধভাবে আসক্ত না হয়ে

"প্রোডাক্ট ভিশন বর্ণনা করে আমরা ভবিষ্যতে কী তৈরি করার চেষ্টা করছি"

প্রোডাক্ট ভিশন

এটি প্রোডাক্ট ভিশনের একটি স্পষ্ট সংজ্ঞা এটি একটি দীর্ঘমেয়াদী, উচ্চাকাঙ্ক্ষী লক্ষ্য যা প্রোডাক্ট টিমকে একটি নির্দিষ্ট দিকনির্দেশনা দেয় এবং তাদের কাজকে অনুপ্রাণিত করে

"প্রোডাক্ট কৌশল হলো আপনি কীভাবে সেই ভিশন অর্জন করবেন"

প্রোডাক্ট কৌশল

এই উক্তিটি প্রোডাক্ট কৌশলের ভূমিকা ব্যাখ্যা করে এটি ভিশন অর্জনের জন্য একটি সুনির্দিষ্ট পরিকল্পনা এবং অগ্রাধিকার নির্ধারণের প্রক্রিয়াকে বোঝায়, যা দলগুলিকে সঠিক পথে রাখে

"ইঞ্জিনিয়াররা হলেন চূড়ান্ত সমস্যা সমাধানকারী"

ইঞ্জিনিয়ারদের সাথে কাজ করা

লেখক এখানে ইঞ্জিনিয়ারদের ভূমিকাকে কেবল কোডার হিসেবে নয়, বরং সৃজনশীল সমস্যা সমাধানকারী হিসেবে তুলে ধরেন এটি প্রোডাক্ট ডেভেলপমেন্টে তাদের বুদ্ধিবৃত্তিক অবদানকে গুরুত্ব দেয়

"প্রোডাক্ট হলো কোম্পানির হৃদয়"

প্রোডাক্টের গুরুত্ব

এই উক্তিটি একটি কোম্পানির সাফল্যের জন্য প্রোডাক্টের কেন্দ্রীয় গুরুত্বকে তুলে ধরে এটি বোঝায় যে একটি শক্তিশালী প্রোডাক্ট ছাড়া কোনো কোম্পানি দীর্ঘমেয়াদী সাফল্য অর্জন করতে পারে না

"দুর্দান্ত প্রোডাক্ট কমান্ড অ্যান্ড কন্ট্রোল দ্বারা তৈরি হয় না"

ক্ষমতাপ্রাপ্ত প্রোডাক্ট টিম

এই লাইনটি ঐতিহ্যবাহী, টপ-ডাউন ব্যবস্থাপনার সমালোচনা করে এটি বোঝায় যে উদ্ভাবনী এবং সফল প্রোডাক্ট তৈরি করতে দলগুলির স্বায়ত্তশাসন এবং সিদ্ধান্ত নেওয়ার ক্ষমতা প্রয়োজন

"প্রোডাক্ট ম্যানেজার প্রোডাক্টের সাফল্যের জন্য দায়ী"

প্রোডাক্ট ম্যানেজারের ভূমিকা

এই উক্তিটি প্রোডাক্ট ম্যানেজারের চূড়ান্ত জবাবদিহিতা তুলে ধরে এটি বোঝায় যে প্রোডাক্ট ম্যানেজারকে কেবল ফিচার ডেলিভারি নয়, বরং প্রোডাক্টের সামগ্রিক সাফল্য নিশ্চিত করতে হবে

"সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ বিষয় হলো বাইরে গিয়ে আপনার গ্রাহকদের সাথে কথা বলা"

গ্রাহক আবিষ্কার

এই লাইনটি গ্রাহক-কেন্দ্রিকতার গুরুত্বের উপর জোর দেয় এটি পরামর্শ দেয় যে প্রোডাক্ট দলগুলিকে তাদের গ্রাহকদের চাহিদা, সমস্যা এবং প্রতিক্রিয়া সরাসরি বুঝতে হবে

"আমরা আমাদের গ্রাহকদের জন্য সমস্যা সমাধানের জন্য প্রোডাক্ট তৈরি করি"

প্রোডাক্টের উদ্দেশ্য

এটি প্রোডাক্ট ডেভেলপমেন্টের মৌলিক উদ্দেশ্যকে সংজ্ঞায়িত করে এটি জোর দেয় যে প্রোডাক্টগুলি কেবল ফিচার নয়, বরং গ্রাহকদের বাস্তব সমস্যা সমাধানের একটি মাধ্যম

“প্রোডাক্ট ডিসকভারির লক্ষ্য হলো আমাদের অনুমানগুলি যাচাই করা”

প্রোডাক্ট ডিসকভারি

এই উক্তিটি ডিসকভারি প্রক্রিয়ার একটি মূল উদ্দেশ্য ব্যাখ্যা করে এটি বোঝায় যে নতুন ধারণাগুলি কেবল অনুমান, এবং সেগুলিকে বাস্তব ডেটা ও গ্রাহকের প্রতিক্রিয়ার মাধ্যমে যাচাই করা প্রয়োজন

Questions & Answers

Inspired বইটির মূল যুক্তি কী?

Inspired বইটির মূল যুক্তি হলো, সফল টেক প্রোডাক্ট তৈরি করতে হলে কোম্পানিগুলোকে ফিচার-ভিত্তিক ডেলিভারি মডেল থেকে সরে এসে ক্ষমতাপ্রাপ্ত, স্বায়ত্তশাসিত প্রোডাক্ট টিমের দিকে যেতে হবে এই টিমগুলো গ্রাহকের সমস্যা সমাধানে মনোযোগী হবে এবং প্রোডাক্ট ডিসকভারি ও ডেলিভারি উভয় প্রক্রিয়ার মাধ্যমে ঝুঁকি কমিয়ে আনবে লেখক জোর দেন যে প্রোডাক্ট ম্যানেজারদের কাজ শুধু ফিচার তৈরি করা নয়, বরং মূল্যবান, ব্যবহারযোগ্য, সম্ভবপর এবং টেকসই প্রোডাক্ট আবিষ্কার করা

মার্টি কাগন "ক্ষমতাপ্রাপ্ত প্রোডাক্ট টিম" বলতে কী বোঝান?

মার্টি কাগন "ক্ষমতাপ্রাপ্ত প্রোডাক্ট টিম" বলতে এমন দলগুলোকে বোঝান যাদেরকে গ্রাহকের জন্য গুরুত্বপূর্ণ সমস্যা সমাধানের দায়িত্ব দেওয়া হয় এবং সেই সমস্যা সমাধানের জন্য প্রয়োজনীয় স্বায়ত্তশাসন ও ক্ষমতা প্রদান করা হয় এই দলগুলো শুধু ফিচার তৈরি করে না, বরং সমস্যা চিহ্নিতকরণ, সমাধান ডিজাইন, পরীক্ষা এবং ডেলিভারি—সবকিছুতেই জড়িত থাকে তারা ফলাফলের জন্য দায়ী থাকে, কেবল আউটপুটের জন্য নয়

কাগন প্রোডাক্ট ডেভেলপমেন্টে চারটি বড় ঝুঁকি কী কী চিহ্নিত করেছেন?

কাগন প্রোডাক্ট ডেভেলপমেন্টে চারটি প্রধান ঝুঁকি চিহ্নিত করেছেন: ১) ভ্যালু রিস্ক (গ্রাহকরা কি এটি কিনবে বা ব্যবহার করবে?), ২) ইউজেবিলিটি রিস্ক (গ্রাহকরা কি এটি ব্যবহার করতে পারবে?), ৩) ফিজিবিলিটি রিস্ক (আমাদের ইঞ্জিনিয়াররা কি এটি তৈরি করতে পারবে?), এবং ৪) বিজনেস ভায়াবিলিটি রিস্ক (এটি কি আমাদের ব্যবসার জন্য কাজ করবে?) প্রোডাক্ট ডিসকভারির মাধ্যমে এই ঝুঁকিগুলো দ্রুত এবং সস্তায় কমানো হয়

কাগন কীভাবে প্রোডাক্ট ডিসকভারি এবং প্রোডাক্ট ডেলিভারির মধ্যে পার্থক্য করেন?

কাগন প্রোডাক্ট ডিসকভারিকে এমন একটি প্রক্রিয়া হিসেবে বর্ণনা করেন যেখানে দলগুলো দ্রুত এবং সস্তায় গ্রাহকের সমস্যা এবং সম্ভাব্য সমাধানগুলো পরীক্ষা করে, যাতে নিশ্চিত হওয়া যায় যে তারা সঠিক প্রোডাক্ট তৈরি করছে অন্যদিকে, প্রোডাক্ট ডেলিভারি হলো সেই প্রক্রিয়া যেখানে যাচাইকৃত সমাধানগুলো উচ্চ মানের সাথে তৈরি করে গ্রাহকদের কাছে পৌঁছে দেওয়া হয় ডিসকভারি 'কী তৈরি করতে হবে' তা খুঁজে বের করে, আর ডেলিভারি 'কীভাবে তৈরি করতে হবে' তা বাস্তবায়ন করে

কাগন কেন ঐতিহ্যবাহী প্রোডাক্ট রোডম্যাপের সমালোচনা করেন?

কাগন ঐতিহ্যবাহী প্রোডাক্ট রোডম্যাপের সমালোচনা করেন কারণ এগুলো সাধারণত ফিচার এবং তারিখের একটি তালিকা হয়, যা প্রায়শই অনুমান এবং রাজনৈতিক চাপ দ্বারা প্রভাবিত হয় এই ধরনের রোডম্যাপ দলগুলোকে নির্দিষ্ট ফিচার ডেলিভারিতে বাধ্য করে, গ্রাহকের সমস্যা সমাধান বা নতুন সুযোগ আবিষ্কারের পরিবর্তে তিনি যুক্তি দেন যে এটি উদ্ভাবনকে বাধাগ্রস্ত করে এবং দলগুলোকে ফলাফলের পরিবর্তে

আউটপুটরে দকিে মনোযোগী করে তোলে

কাগনরে মতে একজন প্রোডাক্ট ম্যানজোররে ভূমকিা কী?

কাগনরে মতে, একজন প্রোডাক্ট ম্যানজোররে মূল ভূমকিা হলো এমন একটি প্রোডাক্ট আবষ্কিার করা যা গ্রাহকরে জন্য মূল্যবান, ব্যবহারযোগ্য, প্রযুক্তগিতভাবে সম্ভবপর এবং ব্যবসার জন্য টকেসই এর মধ্যে রয়ছে গ্রাহকরে চাহদিা বোঝা, বাজাররে সুযোগ চহ্নিতি করা, প্রোডাক্ট ভশিন ও কৌশল নর্িধারণ করা, এবং একটি ক্ষমতাপ্রাপ্ত প্রোডাক্ট টমিরে সাথে কাজ করে সইে ভশিন বাস্তবায়ন করা প্রোডাক্ট ম্যানজোর প্রোডাক্টরে সাফল্যরে জন্য চূড়ান্তভাবে দায়ী

কাগন কীভাবে কোম্পানগিুলোকে তাদরে প্রোডাক্ট টমি গঠন করার পরামর্শ দনে?

কাগন কোম্পানগিুলোকে ছোট, ক্রস-ফাংশনাল এবং ক্ষমতাপ্রাপ্ত প্রোডাক্ট টমি গঠন করার পরামর্শ দনে প্রতটিি টমিে একজন প্রোডাক্ট ম্যানজোর, একজন প্রোডাক্ট ডজিাইনার এবং কয়কেজন ইঞ্জনিয়িার থাকে এই দলগুলোকে একটি নর্িদষ্টি গ্রাহকরে সমস্যা বা ব্যবসার ফলাফলরে জন্য দায়ী করা হয় এবং তাদরে সইে সমস্যা সমাধানরে জন্য প্রয়োজনীয় স্বায়ত্তশাসন ও সংস্থান দওেয়া হয়

প্রোডাক্ট ভশিন এবং কৌশলরে গুরুত্ব কী?

প্রোডাক্ট ভশিন একটি দীর্ঘমযো়দী, উচ্চাকাঙ্ক্ষী লক্ষ্য যা প্রোডাক্ট টমিকে একটি নর্িদষ্টি দকিনর্িদশেনা দয়ে এবং তাদরে কাজকে অনুপ্রাণতি করে এটি বর্ণনা করে ভবষ্যিতে কী তরৈি করার চষ্টো করা হচ্ছে প্রোডাক্ট কৌশল হলো সইে ভশিন অর্জনরে জন্য একটি সুনর্িদষ্টি পরকিল্পনা এবং অগ্রাধকিার নর্িধারণরে প্রক্রয়িা এটি দলগুলোকে সঠকি পথে রাখে এবং নশ্চিতি করে যে তাদরে প্রচষ্টো ভশিনরে সাথে সামঞ্জস্যপূর্ণ

বইটতিে প্রোডাক্ট ডসিকভাররি জন্য কছিু কৌশল কী কী উল্লখে করা হয়ছে?

বইটতিে প্রোডাক্ট ডসিকভাররি জন্য বভিন্নি কৌশল উল্লখে করা হয়ছে, যমেন: গ্রাহক সাক্ষাৎকার, কাস্টমার ভজিটি, ক্যানারি রলিজি, এ/বি টস্টেংি, প্রোটোটাইপংি, ইউজবেলিটিি টস্টেংি, এবং মার্কটে রসিার্চ এই কৌশলগুলো দলগুলোকে দ্রুত এবং সস্তায় তাদরে অনুমান যাচাই করতে এবং প্রোডাক্টরে ঝুঁকি কমাতে সাহায্য করে

কাগন প্রোডাক্ট ডভেলেপমন্টেে ইঞ্জনিয়িারদরে ভূমকিাকে কীভাবে দখেনে?

কাগন প্রোডাক্ট ডভেলেপমন্টেে ইঞ্জনিয়িারদরে কবেল কোডার হসিবেে নয়, বরং চূড়ান্ত সমস্যা সমাধানকারী হসিবেে দখেনে তনিি বশ্বিাস করনে যে ইঞ্জনিয়িারদরে প্রোডাক্ট ডসিকভারি প্রক্রয়িার শুরু থকেইে জড়তি থাকা উচতি, কারণ তাদরে প্রযুক্তগিত জ্ঞান এবং সৃজনশীলতা নতুন এবং উদ্ভাবনী সমাধান তরৈতিে অপরহিার্য তারা কবেল সমাধান বাস্তবায়ন করে না, বরং সমাধান তরৈতিওে সক্রয়িভাবে অংশ নয়ে

বইটতিে "কন্টনিউিয়াস ডসিকভারি" ধারণাটি কী?

"কন্টনিউিয়াস ডসিকভারি" হলো একটি চলমান প্রক্রয়িা যখোনে প্রোডাক্ট টমিগুলো নয়িমতিভাবে গ্রাহকদরে সাথে কথা বলে, তাদরে সমস্যা বোঝে এবং সম্ভাব্য সমাধানগুলো পরীক্ষা করে এটি একটি বচ্ছিন্নি ধাপ নয়, বরং প্রোডাক্ট ডভেলেপমন্টেরে একটি অবচ্ছিদ্যে অংশ এর লক্ষ্য হলো ক্রমাগতভাবে নতুন সুযোগ আবষ্কিার করা, অনুমান যাচাই করা এবং প্রোডাক্টরে ঝুঁকি কমানো, যাতে দলগুলো সর্বদা গ্রাহকরে জন্য সঠকি জনিসি তরৈি করে

"ফচিার টমি" এবং "কষ্মতাপ্রাপ্ত প্রোডাক্ট টমি"-এর মধ্যে মূল পার্থক্য কী?

একটি "ফচিার টমি" সাধারণত একটি নির্দষ্টি ফচিার তরৈি করার দায়ত্বি পায়, যা প্রায়শই অন্য কউে (যমেন ম্যানজেমনে্ট) নর্িধারণ করে দয়ে তাদরে মূল লক্ষ্য হলো সইে ফচিারটি সময়মতো ডলেভিারি করা অন্যদকিে, একটি "কষ্মতাপ্রাপ্ত প্রোডাক্ট টমি" একটি নির্দষ্টি গ্রাহকরে সমস্যা বা ব্যবসার ফলাফলরে জন্য দায়ী থাকে তাদরে কাছে সইে সমস্যা সমাধানরে জন্য প্রয়োজনীয় স্বায়ত্তশাসন থাকে এবং তারা ডসিকভারি ও ডলেভিারি উভয় প্রক্রয়িার মাধ্যমে সরো সমাধান খুঁজে বরে করে

প্রোডাক্ট আইডয়িা যাচাই করার জন্য কাগন কী পরামর্শ দনে?

কাগন প্রোডাক্ট আইডয়িা যাচাই করার জন্য প্রোটোটাইপং, ইউজবেলিটিি টস্টেং, গ্রাহক সাক্ষাৎকার, ক্যানারি রলিজি এবং এ/বি টস্টেংিয়রে মতো কৌশল ব্যবহাররে পরামর্শ দনে তনিি জোর দনে যে আইডয়িাগুলো বাস্তবে তরৈি করার আগে দ্রুত এবং সস্তায় পরীক্ষা করা উচতি, যাতে নশ্চিতি হওয়া যায় যে গ্রাহকরা সগেুলোকে মূল্যবান, ব্যবহারযোগ্য এবং কার্যকর মনে করে উদ্দশ্যে হলো অনুমানগুলোকে ডটো-ভত্তিকি সদ্ধিান্তে পরণিত করা

বইটরি শরিোনামে "কাস্টমার লাভ" (গ্রাহকরে ভালোবাসা) এর তাৎপর্য কী?

বইটরি শরিোনামে "কাস্টমার লাভ" এর তাৎপর্য হলো, সফল প্রোডাক্ট কবেল গ্রাহকরে চাহদিা পূরণ করে না, বরং তাদরে মুগ্ধ করে এবং তাদরে মধ্যে গভীর আনুগত্য তরৈি করে মার্টি কাগন যুক্তি দনে যে কোম্পানগিুলোর লক্ষ্য হওয়া উচতি এমন প্রোডাক্ট তরৈি করা যা গ্রাহকরা সত্যইি ভালোবাসে এবং যার জন্য তারা ফরিে আসে এটি কবেল কার্যকারতিা নয়, বরং ব্যবহারকারীর অভজি্ঞতা এবং আবগেগত সংযোগরে উপরও জোর দয়ে

যারা তাদরে প্রোডাক্ট অর্গানাইজশেন উন্নত করতে চান, তাদরে জন্য বইটরি মূল শক্ষিা কী?

যারা তাদরে প্রোডাক্ট অর্গানাইজশেন উন্নত করতে চান, তাদরে জন্য বইটরি মূল শক্ষিা হলো: কষ্মতাপ্রাপ্ত, স্বায়ত্তশাসতি প্রোডাক্ট টমি তরৈি করুন; গ্রাহকরে সমস্যা সমাধানে মনোযোগী হন, কবেল ফচিার ডলেভিারতিে নয়; প্রোডাক্ট ডসিকভারকিে একটি অবচ্ছিদ্যে অংশ হসিবে গ্রহণ করুন যাতে ঝুঁকি কমানো যায়; এবং একটি স্পষ্ট প্রোডাক্ট ভশিন ও কৌশল তরৈি করুন সবচয়ে গুরুত্বপূর্ণ হলো, দলগুলোকে ফলাফলরে জন্য দায়ী করা এবং তাদরে উদ্ভাবনরে স্বাধীনতা দওেয়া