

## Dono do Produto: os profissionais garantem processos eficientes confiáveis de inovação

“Temos dez tarefas para fazer. Qual vamos priorizar?” Uma resposta eficiente para essa pergunta, dentro de uma organização, cada vez mais passa por um profissional chamado de Product Owner. Em português, dono do produto. É através das habilidades do PO que todos os setores de uma empresa trabalham alinhados em busca de soluções e inovações.

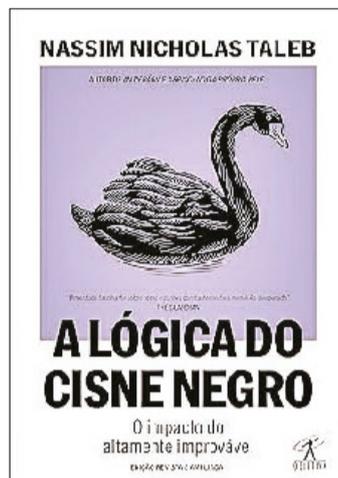
No CIEE-RS o papel do Product Owner foi fundamental para a construção da Conjuntos, uma plataforma intuitiva em que os jovens procurando uma vaga de estágio possam encontrar oportunidades e até agendar uma entrevista. As empresas, por outro lado, podem abrir vagas e até mesmo selecionar estudantes.



O gerente de estágios do CIEE-RS, Marcos Pan, aponta que uma inovação como essa passa pela execução eficiente do trabalho do PO. “Hoje direcionamos os nossos principais processos para a Conjuntos, onde é possível realizar todas as etapas do Estágio e Aprendizagem, porém mantemos sempre o atendimento presencial e humanizado.

O profissional que desempenha o papel de Product Owner é comum em projetos desta dimensão em empresas de tecnologia. E tem ganhado espaço dentro de outras organizações — que enxergam nessa posição uma forma de tornar processos mais eficientes e confiáveis. O PO é o elo entre a área de operações de uma empresa e a área de TI. Um profissional que mantém o andamento do projeto em sintonia entre a solução que o negócio precisa e o que é possível desenvolver em termos de tecnologia.

A gente escolheu colaboradores que já tinham conhecimento dos processos do CIEE-RS, trabalhando conosco há um bom tempo, para ocupar essa posição. O perfil ideal é de um profissional que tem facilidade de se comunicar e compreender as dinâmicas da empresa, para ser um facilitador entre as áreas. Traduzir problemas para encontrar uma solução técnica”, explica Pan.



### Estratégia

Um Cisne Negro é um evento que reúne três características principais: é altamente improvável, produz um enorme impacto e, depois que acontece, inventamos uma explicação que o faça parecer menos aleatório e mais previsível do que de fato é. Para Nassim Nicholas Taleb, esse fenômeno está na base de quase tudo que acontece no mundo — da ascensão das religiões aos acontecimentos em nossas próprias vidas. O incrível êxito do Google, por exemplo, foi um Cisne Negro, assim como o Onze de Setembro. Por anos, Taleb estudou sobre a forma como nos enganamos ao achar que sabemos mais do que na verdade sabemos. Segundo ele, fixamos nosso pensamento em dados irrelevantes, enquanto eventos maiores continuam a nos surpreender e a moldar o mundo. Esta nova edição apresenta um ensaio com ferramentas para navegar e explorar um mundo de Cisnes Negros.

Elegante, surpreendente e com reflexões de alcance universal, A lógica do Cisne Negro nos mostra como parar de tentar prever tudo — e tirar proveito da incerteza.

Considerado um dos grandes nomes nos assuntos de probabilidade e incerteza, Nassim Nicholas Taleb foi trader na bolsa de Chicago e lecionou na Universidade de Nova York durante sete anos. Seus livros — entre eles os best-sellers Iludidos pelo acaso, Antifrágil e Arriscando a própria pele — já foram publicados em mais de 37 idiomas.

A lógica do Cisne Negro: O impacto do altamente improvável; Nassim Nicholas Taleb; Objetiva; 528 páginas; R\$ 114,90; Disponível em versão digital.

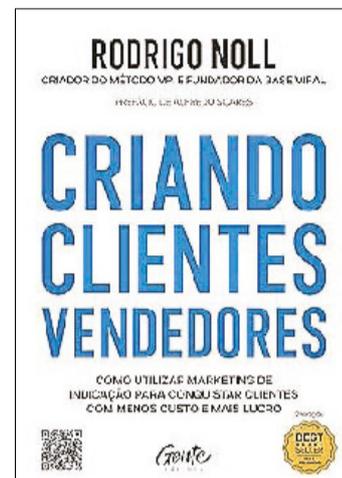


### Investir

Organizado pelo investidor Florian Bartunek, pelo advogado e sócio da Casa do Saber Pierre Moreau e pela jornalista Giuliana Napolitano, Fora da curva reúne depoimentos de alguns dos maiores investidores do País — como André Jakurski, Antonio Bonchristiano, Luis Stuhlberger, Guilherme Afonso Ferreira, Guilherme Aché, José Carlos Reis de Magalhães Neto, Luiz Fernando Figueiredo, Meyer Joseph Nigri, Pedro Damasceno e o próprio Bartunek. No total, eles administram cerca de R\$ 80 bilhões. Muitas dessas personalidades são avessas a entrevistas, mas decidiram contar a história de suas carreiras a fim de espalhar valiosas lições de negócios para o público brasileiro. Ao decorrer do livro há entrevistas com dez grandes personalidades do mundo corporativo — alguns são gestores de fundos de investimento e outros são empresários.

Em cada capítulo o entrevistado conta um pouco sobre sua história e fala sobre investimentos. Ao final de cada capítulo há um resumo em que são indicadas quais são as considerações mais importantes de cada entrevistado sobre investimentos e livros que ele recomenda. O livro possui entrevistados de alto nível e que agregam conhecimento. Entretanto, alguns se aprofundam um pouco mais do que outros sobre os temas de investimentos. Alguns dos entrevistados inclusive dão uma leve pincelada sobre investimentos e focam muito mais em suas carreiras.

Fora da Curva. Os Segredos dos Grandes Investidores do Brasil e o que Você Pode Aprender com Eles; Pierre Moreau (org.); Portfolio-Penguin; 216 páginas; R\$ 79,90; Disponível em versão digital.



### Vendas

Vivemos em um mundo onde empreender não é tarefa fácil: a luta pela atenção dos consumidores é constante e as maneiras de fazer marketing são inúmeras. Nesse cenário é muito comum que os empreendedores invistam em grandes campanhas para divulgar o seu produto ou serviço.

Mas e se você usasse um comportamento que já é natural dos seus clientes, sem precisar dar desconto ou aumentar os gastos para crescer o seu negócio? É isso que Rodrigo Noll, um dos maiores especialistas em marketing de indicação do país, nos oferece em Criando clientes vendedores, um guia prático sobre como usar o poder da recomendação ao seu favor.

Rodrigo Noll é empresário, palestrante e fundador da Base Viral, primeira empresa do Brasil especializada na criação de estratégias comerciais de marketing de indicação. O autor é criador do método Vendas por Indicação (VPI) e do curso Criando Clientes Vendedores, além de idealizador do conceito da 4ª Força de Tráfego.

Rodrigo foi eleito entre os top palestrantes de grandes eventos como TEDx, RD Summit, StartUp Weekend, Social Media Week SP, Conecta Imobi e já impactou mais de 60 mil pessoas em suas apresentações.

Criando clientes vendedores: Como utilizar marketing de indicação para conquistar clientes com menos custo e mais lucro; Rodrigo Noll; Gente; 192 páginas; R\$ 64,90; Disponível em versão digital.