

Компетентності рівня Junior для Product Manager		Компан ії
	Загальна оцінка компетентності (max. 3)	JustCoded
1. Основи продакт-менеджменту		
1.1 Роль і відповідальність Product Manager: ключові завдання та зони впливу. Розуміє, чим займається продакт-менеджер і яке місце займає в компанії. Знає, що його головні задачі — придумати, як має виглядати продукт, які функції важливі, зібрати і зрозуміти вимоги від користувачів та бізнесу. Вміє пояснити, як PM створює бачення продукту і допомагає команді втілити це в життя.	3	3
1.2 Основні навички та компетенції продакт-менеджера. Має базові навички бізнес-аналізу, комунікації, критичного мислення, управління проєктами та тайм-менеджменту. Розуміє важливість зворотного зв'язку з користувачами та знає, як ставити правильні запитання. Розуміє основи UX/UI, маркетингу та фінансів продукту.	3	3
1.3 Життєвий цикл продукту: від ідеї до масштабування. Знає ключові етапи життєвого циклу продукту: генерація ідеї, дослідження ринку, MVP, запуск, оптимізація та масштабування. Розуміє цілі та завдання на кожному етапі, як виміряти успіх продукту та коли потрібна ключова стратегія.	3	3
1.4 Визначення Product-market fit: як зрозуміти, що продукт потрібен ринку. Розуміє, що таке PMF і як він впливає на розробку продукту. Знає інструменти перевірки гіпотез (інтерв'ю, опитування, MVP, аналіз поведінки користувачів). Вміє визначати ознаки досягнення PMF та працювати з метриками залучення, утримання та зростання.	3	3
1.5 Основи продуктової стратегії: формування бачення та цілей продукту. Може сформулювати візію продукту, визначити цільову аудиторію та створити OKR або KPI. Розуміє важливість стратегічного планування та довгострокового розвитку продукту. Може узгодити цілі компанії з цілями продукту.	2	2
1.6 Продуктове мислення та ефективна взаємодія. Мислить проактивно, орієнтується на користувача, результат і постійне вдосконалення продукту. Вміє приймати рішення на основі даних, балансує між бізнес-цілями та потребами користувачів. Має сильні комунікаційні навички, передає бачення продукту та ефективно взаємодіє з командою та зацікавленими сторонами.	2	2
1.7 Основні виклики та помилки на старті кар'єри в продакт-менеджменті. Визнає типові помилки новачків: недостатнє дослідження користувачів, фокус на функціях, а не на цінності, погана комунікація з командою. Готовий до викликів: невизначеності, обмежених ресурсів, конфліктів. Вміє вчитися на основі зворотного зв'язку та конструктивно працювати над помилками.	2	2
2. Дослідження ринку та користувачів		

2.1 Методи збору якісних даних (інтерв'ю, usability-тестування, фокус-групи). Вміє готувати сценарії інтерв'ю, ставити відкриті запитання, записувати інсайти. Розуміє, як проводити usability-тести: готує задачі, фіксує поведінку користувачів. Знає, як організувати фокус-групу, збирає групову думку для перевірки ідей.	2	2
2.2 Методи збору кількісних даних (опитування, анкетування, аналітика). Вміє створювати анкети (Google Forms, Typeform), правильно формувати запитання. Аналізує результати за допомогою таблиць, дашбордів або Google Analytics. Розуміє, як кількісні дані допомагають підтвердити гіпотези.	1	1
2.3 Дослідження користувачів та побудова Customer Journey Map (CJM). Розуміє, хто є цільовими користувачами продукту та чому важливо враховувати їхні потреби. Вміє створювати користувацькі персони на основі досліджень та будувати CJM (Customer Journey Map), щоб описати досвід користувача на всіх етапах взаємодії з продуктом. Знає, як знаходити точки болю та можливості для покращення UX.	3	3
2.4 Аналіз конкурентів та ринку. Порівнює продукти конкурентів за функціоналом, ціною, UX. Складає таблиці з характеристиками, проводить SWOT-аналіз. Вміє виявляти ринкові тренди та нішу для свого продукту.	3	3
3. Робота з ідеями, гіпотезами та пріоритизацією		
3.1 Визначення гіпотез та їх тестування. Вміє формувати гіпотези у форматі «якщо..., то...», з чіткою метою перевірки. Розуміє, що тестувати: інтерес, поведінку чи готовність платити. Обирає метод — інтерв'ю, A/B, MVP. До запуску визначає метрики успіху, щоб оцінити результат об'єктивно.	2	2
3.2 Pain, Need, Problem – аналіз проблем користувачів. Розуміє, як виявити справжні потреби за допомогою розмов з користувачами. Вміє відрізнити «біль» від «пожання». Працює з підходами HMW (How Might We) та Jobs To Be Done.	2	2
3.3 Ідеяція та генерація рішень. Вміє проводити брейнштормінг, використовує методи SCAMPER, Crazy 8's. Швидко генерує багато ідей, оцінює їхню реалістичність і користь для бізнесу.	1	1
3.4 Валідація продукту та перевірка ідей. Розуміє важливість перевірки ідей до повної розробки продукту. Вміє застосовувати MVP, прототипи та лендинги для оцінки зацікавленості користувачів. Збирає первинний зворотний зв'язок, щоб підтвердити реальний інтерес до рішення, а не лише задекларовану потребу.	2	2
3.5 Методи пріоритизації (RICE, Impact Mapping). Орієнтується в базових підходах до пріоритизації функцій. Вміє використовувати модель RICE для оцінки ідей за впливом, охопленням, впевненістю та зусиллям. Знає, як застосовувати Impact Mapping для узгодження цілей, дій і функціоналу. Пріоритизує задачі з урахуванням цінності для користувача та бізнесу.	3	3
4. Створення та управління продуктом		
4.1 MVP (мінімально життєздатний продукт) – розробка, тестування, запуск. Розуміє мету створення MVP — перевірка ключової цінності з мінімальними ресурсами. Вміє визначити основні функції для першої версії продукту, організувати тестування та зібрати фідбек для подальшого розвитку.	3	3
4.2 Основи Design Thinking у створенні продукту. Ознайомлений з підходом Design Thinking як способом вирішення проблем користувачів. Розуміє ключові етапи: емпатія, формулювання проблеми, ідеяція, прототипування, тестування. Застосовує елементи методу під час роботи над рішеннями.	1	1
4.3 Планування фіч та управління беклогом. Знає принципи роботи з продуктивним беклогом: створення, пріоритизація, оновлення. Розуміє, як планувати функціональність відповідно до цілей продукту та зворотного зв'язку користувачів. Вміє використовувати базові інструменти (наприклад, Jira, Trello).	3	3

4.4 Робота з Roadmap (дорожня карта продукту). Вміє складати дорожню карту продукту, визначаючи коротко- і довгострокові цілі. Розуміє різницю між стратегічним і тактичним рівнями планування. Застосовує Roadmap для комунікації з командою та зацікавленими сторонами.	3	3
4.5 Визначення метрик продукту та ефективності (North Star Metric, DAU, WAU, Retention, Churn). Розуміє роль метрик у прийнятті рішень. Знає базові показники продукту: North Star Metric, щоденна/тижнева активність (DAU/WAU), утримання (Retention), відтік (Churn). Вміє обрати метрики відповідно до типу продукту та етапу його розвитку.	2	2
5. Бізнес-моделювання та аналітика		
5.1 Основи бізнес-моделювання (Business Model Canvas, Lean Canvas). Знайомий з базовими фреймворками для опису бізнес-моделі. Вміє складати Business Model Canvas або Lean Canvas для візуалізації ключових елементів: ціннісної пропозиції, каналів, клієнтів, витрат та доходів.	3	3
5.2 Product Marketing – як просувати продукт. Ознайомлений з основами маркетингу продукту: позиціонування, УТП, канали просування. Розуміє роль продакт-маркетингу у зростанні користувацької бази та залученні цільової аудиторії.	2	2
5.3 Основи юніт-економіки (LTV, CAC, ROI). Розуміє, як обчислювати вартість залучення клієнта (CAC), довгочасну цінність клієнта (LTV) та рентабельність інвестицій (ROI). Вміє інтерпретувати ці показники для оцінки життєздатності продукту.	1	1
5.4 Робота з продуктовими метриками та аналітикою (Google Analytics, Amplitude). Вміє працювати з основними аналітичними інструментами: Google Analytics, Amplitude, Hotjar. Знає, як відстежувати поведінку користувачів, аналізувати конверсії, ретеншн, воронки. Орієнтується в базових метриках і вміє будувати прості звіти.	1	1
5.5 A/B тестування та аналіз результатів. Розуміє принципи A/B тестування: формулювання гіпотез, сегментування аудиторії, визначення метрик. Вміє інтерпретувати результати тесту з урахуванням статистичної значущості.	2	2
6. Процеси, комунікація та інструменти		
6.1 Основи гнучких методологій (Agile, Scrum, Kanban). Ознайомлений з основними принципами Agile. Розуміє різницю між Scrum і Kanban. Знає ключові ролі, події та артефакти (спринти, беклог, ретроспектива). Вміє адаптувати підхід залежно від типу продукту.	3	3
6.2 Планування та управління завданнями. Знає, як формувати спринт, вести беклог та обирати задачі для реалізації. Вміє працювати з інструментами типу Jira або Trello. Розуміє принципи таймбоксингу та оцінки задач (story points, T-shirt sizing).	3	3
6.3 Документування вимог (PRD, User Story, Acceptance Criteria). Орієнтується в структурі документації для розробки продукту. Вміє створювати PRD (Product Requirements Document), описувати user stories та acceptance criteria зрозуміло для команди.	3	3
6.4 Продуктові команди: ролі та взаємодія. Розуміє ролі в продуктовій команді (PM, дизайнер, розробник, аналітик). Знає, як організувати ефективну взаємодію між учасниками. Підтримує прозорість, узгодженість цілей та пріоритетів.	3	3
6.5 Взаємодія зі стейкхолдерами. Вміє виявляти ключових стейкхолдерів та будувати з ними продуктивну комунікацію. Працює з очікуваннями, презентує рішення, збирає зворотний зв'язок і враховує бізнес-цілі у продуктових рішеннях.	3	3
6.6 Інструменти для досліджень і зворотного зв'язку. Орієнтується в інструментах для досліджень користувачів: опитування (Typeform), інтерв'ю (Zoom, Dovetail), heatmaps (Hotjar). Знає, як збирати та систематизувати зворотний зв'язок для подальшого аналізу.	2	2
7. Розмовна англійська		

7.1. Правильна побудова фрази з узгодженням часу Вміє використовувати відповідні часові форми дієслів і структури речень для точного вираження часу в комунікації. Здатний правильно використовувати часові форми, такі як Present Simple, Present Continuous, Past Simple, Past Continuous, Future Simple, для передачі правильного значення в повідомленні.	2	2
7.2 Професійна it термінологія в розмові з замовником Знає і використовує професійні IT-терміни та скорочення, які використовуються в IT-індустрії, для чіткого та зрозумілого спілкування зі замовником. Вміє перекладати складні технічні концепції на доступну мову для замовника, не знайомого з IT-галуззю.	3	3
7.3 Професійна it термінологія у діловому звіті Знає і використовує спеціалізовану IT-термінологію та фразеологію при написанні ділових звітів. Вміє передати інформацію про технічні питання та проєкти зрозуміло та конкретно, використовуючи адекватні IT-терміни та аббревіатури.	2	2
7.4 Професійна термінологія для Product Manager Знає та розуміє специфічну термінологію, що використовується в контексті Product Manager. Розуміє та використовує специфічні терміни, патерни, алгоритми та інші інструменти, які використовуються в Product Manager	3	3
7.5 Неформальне спілкування (small talks) Вміє вести неформальну розмову, розпочинати діалоги та підтримувати невимушену атмосферу. Знає загальноновживану термінологію та фрази, які використовуються у неформальних розмовах, таких як загальні питання про погоду, цікаві події, особисті захоплення, спорт, фільми тощо.	3	3

Коментарі до таблиці

Оцінки компетентностей вказані станом на 2024/2025 рр., по шкалі від 0 до 3.

«3» - компетентність вкрай важлива, якщо кандидат нею не володіє, його подальше просування на вакансію неможливе.

«2» - компетентність, знання якої обов'язково знадобиться кандидату при подальшому професійному зростанні.

«1» - некритична компетентність, якою можна знехтувати.

«0» - неактуальна компетентність.

Зауваження від компанії