

PERCORSO FORMATIVO — PRODUCT MANAGER

Dispensa 5

La Roadmap di Prodotto

Da strumento di calendario rigido a strumento di comunicazione strategica: come costruire una roadmap che funzioni davvero.

A cura di Marco Consiglio

Formatore e Course Director — Contenuti aggiornati al 2026

Indice

1. Introduzione e obiettivi didattici	3
2. Che cos'è una roadmap, e l'errore più comune nel costruirla	4
3. La roadmap orientata ai temi, non alle date	6
4. Gli orizzonti temporali di una roadmap efficace	9
5. Costruire una roadmap: un processo passo dopo passo	11
6. Comunicare la roadmap a pubblici diversi	13
7. Gestire le richieste di impegni su date precise	15
8. Aggiornare la roadmap senza perdere credibilità	17
9. Caso pratico guidato	18
10. Glossario dei termini chiave	20
11. Checklist finale e autoverifica	21
12. Riferimenti e risorse aggiornate al 2026	22

1. Introduzione e obiettivi didattici

Questa dispensa prosegue il percorso Product Manager, approfondendo la roadmap di prodotto, lo strumento attraverso cui le priorità già stabilite secondo gli strumenti presentati nella Dispensa 4 di questo percorso vengono organizzate in una pianificazione temporale comunicabile a tutta l'organizzazione.

Applicando quanto già presentato nella Dispensa 1 di questo percorso a proposito della distinzione tra Product Manager e Project Manager, questa dispensa mostra come una roadmap ben costruita comunichi una direzione strategica, non un calendario rigido di consegne, un principio che distingue nettamente questo strumento da un piano di progetto tradizionale, pur condividendone alcuni elementi visivi superficiali.

A chi si rivolge questa dispensa

Si rivolge a chi ha seguito le prime quattro dispense di questo percorso e desidera acquisire, partendo da zero, gli strumenti pratici per costruire, comunicare e mantenere aggiornata una roadmap di prodotto efficace.

Obiettivi di apprendimento

1. Comprendere che cos'è una roadmap e l'errore più comune nella sua costruzione;
2. Comprendere il principio della roadmap orientata ai temi, non alle date;
3. Conoscere i diversi orizzonti temporali di una roadmap efficace;
4. Saper costruire una roadmap attraverso un processo strutturato;
5. Saper comunicare la roadmap a pubblici diversi;
6. Saper gestire le richieste di impegni su date precise, e saper aggiornare la roadmap senza perdere credibilità.

2. Che cos'è una roadmap, e l'errore più comune nel costruirla

Applicando quanto già presentato nella Dispensa 4 di questo percorso a proposito delle priorità già stabilite, iniziamo definendo con precisione che cos'è una roadmap di prodotto, e l'errore concettuale più diffuso nella sua costruzione, fonte di molte difficoltà pratiche che un Product Manager incontra nella gestione quotidiana di questo strumento.

Una definizione operativa

La roadmap di prodotto è una rappresentazione visiva delle priorità di sviluppo di un prodotto, organizzata su un orizzonte temporale, che comunica la direzione strategica verso cui il prodotto si sta muovendo, distinta sia dalla visione di prodotto già presentata nella Dispensa 2 di questo percorso, di respiro più ampio e stabile, sia da un piano di progetto dettagliato, tipicamente di competenza del Project Manager già presentato nella Dispensa 1 di questo percorso.

L'errore più comune: la roadmap come elenco di date di consegna

Applicando quanto già presentato nella Dispensa 1 di questo percorso a proposito della distinzione essenziale tra Product Manager e Project Manager, l'errore concettuale più diffuso, e al tempo stesso più dannoso, nella costruzione di una roadmap consiste nel trattarla come un semplice calendario di consegne con date precise (funzionalità X entro il 15 marzo, funzionalità Y entro il 30 aprile). Questa impostazione, per quanto apparentemente rassicurante per gli stakeholder che desiderano certezze, si scontra sistematicamente con l'intrinseca incertezza dello sviluppo di prodotto, generando promesse non mantenute che erodono progressivamente la credibilità del Product Manager, un tema che sarà approfondito con maggiore dettaglio nei capitoli 7 e 8 di questa dispensa.

Un principio alternativo: la roadmap come strumento di comunicazione strategica

Applicando quanto già presentato nella Dispensa 2 di questo percorso a proposito della comunicazione della visione, una roadmap ben costruita comunica innanzitutto il perché di ciascuna priorità, collegandola esplicitamente alla visione e alla strategia già presentate in quella dispensa, e solo secondariamente indica un orizzonte temporale approssimativo, secondo un principio che sarà approfondito nel capitolo 3 di questa dispensa.

Un'analogia utile: la mappa stradale, non l'orario dei treni

Applicando una metafora spesso utilizzata nella pratica professionale, la differenza tra una roadmap orientata alle date e una roadmap orientata ai temi può essere paragonata alla differenza tra un orario dei treni, che promette un arrivo a un minuto preciso, e una mappa stradale, che indica la destinazione finale e il percorso generale per raggiungerla, senza impegnarsi su un tempo esatto di percorrenza che dipende da fattori non completamente controllabili. Un Product Manager che comunica la propria roadmap come una mappa, non come

un orario, imposta fin dall'inizio le aspettative corrette con i propri stakeholder, riducendo significativamente il rischio di percepite promesse infrante quando l'inevitabile variabilità dello sviluppo si manifesta concretamente.

3. La roadmap orientata ai temi, non alle date

Approfondiamo ora concretamente il principio già introdotto nel capitolo 2 di questa dispensa: la costruzione di una roadmap organizzata attorno a temi strategici, piuttosto che a scadenze puntuali.

La struttura di una roadmap orientata ai temi

Applicando quanto già presentato nella Dispensa 2 di questo percorso a proposito delle aree di investimento prioritarie identificate nella strategia di prodotto, una roadmap orientata ai temi organizza le priorità attorno a grandi obiettivi strategici (ad esempio semplificare l'onboarding, migliorare la retention, espandere verso un nuovo segmento), non attorno a singole funzionalità con una data di consegna specifica.

Un esempio di confronto tra i due approcci

Roadmap orientata alle date	Roadmap orientata ai temi
Funzionalità di configurazione guidata: 15 marzo	Tema: semplificare la configurazione iniziale (primo trimestre)
Integrazione contabile: 30 aprile	Tema: facilitare la gestione amministrativa (secondo trimestre)

I vantaggi di questo approccio

- Comunica il perché, non solo il cosa, facilitando la comprensione della logica sottostante alle priorità, secondo quanto già presentato nel capitolo 2 di questa dispensa;
- Offre flessibilità nell'esecuzione: se durante lo sviluppo emerge, attraverso la ricerca continuativa già presentata nella Dispensa 3 di questo percorso, che una soluzione diversa risponde meglio allo stesso tema strategico, il team può adattarsi senza tradire l'impegno complessivo assunto con gli stakeholder;
- Riduce la pressione psicologica sul team di sviluppo, che non lavora sotto la costante minaccia di scadenze rigide spesso irrealistiche, un elemento che, secondo quanto già presentato nella Dispensa 6 del percorso Business Manager di questa collana a proposito della gestione delle persone, influisce direttamente sulla qualità del lavoro prodotto.

Un principio di equilibrio: i temi non eliminano ogni indicazione temporale

Un principio pratico importante, che sarà approfondito nel capitolo 4 di questa dispensa: l'assenza di date precise non significa l'assenza totale di indicazioni temporali. Una roadmap orientata ai temi indica tipicamente un orizzonte approssimativo (questo trimestre, il prossimo semestre), sufficiente per permettere una pianificazione ragionevole

da parte degli stakeholder, senza tuttavia impegnarsi su una data specifica che l'intrinseca incertezza dello sviluppo di prodotto renderebbe spesso irrealistica.

Il collegamento tra i temi e gli obiettivi già presentati nella Dispensa 2

Applicando quanto già presentato nella Dispensa 2 di questo percorso a proposito degli obiettivi di prodotto misurabili, ciascun tema della roadmap dovrebbe idealmente collegarsi esplicitamente a uno o più obiettivi già definiti secondo quegli stessi strumenti: non solo semplificare la configurazione iniziale come tema generico, ma ridurre il tempo medio di configurazione da cinque a due minuti come obiettivo specifico sottostante a quel tema. Questo collegamento esplicito tra il tema comunicato nella roadmap e l'obiettivo misurabile che lo sottende rafforza ulteriormente la comprensione, da parte degli stakeholder, del perché quella specifica priorità sia stata scelta, e permette una verifica successiva, una volta completato lo sviluppo, se il tema abbia effettivamente generato il risultato atteso, un tema che sarà approfondito con maggiore dettaglio tecnico nella prossima dispensa di questo percorso dedicata agli indicatori di prodotto.

4. Gli orizzonti temporali di una roadmap efficace

Applicando quanto già presentato nella Dispensa 2 di questo percorso di Finanza in Azienda di questa collana a proposito dei diversi orizzonti temporali della pianificazione finanziaria, presentiamo ora un principio analogo applicato alla roadmap di prodotto: la costruzione di orizzonti temporali differenziati, con un livello di dettaglio decrescente man mano che ci si allontana dal presente.

I tre orizzonti tipici di una roadmap

1. L'orizzonte immediato (il trimestre in corso): dettaglio elevato, priorità già confermate e in fase di realizzazione attiva, con un livello di certezza relativamente alto;
2. L'orizzonte prossimo (i due-tre trimestri successivi): dettaglio intermedio, temi già identificati ma non ancora completamente definiti nel dettaglio, con un margine di flessibilità esplicito;
3. L'orizzonte lontano (oltre l'anno): dettaglio minimo, direzioni strategiche generali coerenti con la visione già presentata nella Dispensa 2 di questo percorso, esplicitamente comunicate come orientative e soggette a revisione.

Un esempio di roadmap su tre orizzonti

Orizzonte	Livello di dettaglio	Grado di certezza
Trimestre in corso	Elevato	Alto
Prossimi due-tre trimestri	Intermedio	Medio
Oltre l'anno	Minimo	Basso, orientativo

Un principio pratico di comunicazione esplicita dell'incertezza

Applicando quanto già presentato nella Dispensa 7 del percorso Esperto in Acquisizioni Aziendali di questa collana a proposito della comunicazione trasparente dell'incertezza in una valutazione, un Product Manager dovrebbe comunicare esplicitamente, non solo implicitamente attraverso il livello di dettaglio, il diverso grado di certezza associato a ciascun orizzonte temporale: gli elementi dell'orizzonte lontano dovrebbero essere presentati chiaramente come direzioni indicative, non come impegni definitivi, per evitare che gli stakeholder li interpretino con un livello di certezza superiore a quello realmente giustificato.

5. Costruire una roadmap: un processo passo dopo passo

Applicando quanto già presentato nei capitoli precedenti di questa dispensa, presentiamo ora concretamente il processo attraverso cui un Product Manager costruisce una roadmap, integrando gli strumenti già acquisiti nelle dispense precedenti di questo percorso.

Le fasi tipiche di costruzione

4. Partire dalle priorità già stabilite attraverso gli strumenti di prioritizzazione già presentati nella Dispensa 4 di questo percorso;
5. Raggruppare le iniziative prioritarie in temi strategici coerenti, secondo quanto già presentato nel capitolo 3 di questa dispensa;
6. Collocare ciascun tema nell'orizzonte temporale appropriato, secondo il livello di dettaglio già presentato nel capitolo 4 di questa dispensa;
7. Verificare la capacità realistica del team di sviluppo di realizzare quanto pianificato, in dialogo diretto con i responsabili tecnici, secondo gli stessi principi di collaborazione già presentati nella Dispensa 1 di questo percorso;
8. Verificare la coerenza complessiva della roadmap con la visione e la strategia già presentate nella Dispensa 2 di questo percorso.

Un principio di margine esplicito per l'incertezza

Applicando quanto già presentato nella Dispensa 2 di questo percorso di Finanza in Azienda di questa collana a proposito del margine di prudenza nella costruzione delle previsioni, un Product Manager esperto costruisce la propria roadmap lasciando esplicitamente un margine per l'incertezza intrinseca dello sviluppo (imprevisti tecnici, priorità emergenti non ancora identificate), evitando di riempire completamente ogni orizzonte temporale con impegni già definiti, un errore che, quando l'inevitabile imprevisto si manifesta, costringe a rinegoziare costantemente le priorità già comunicate.

Il coinvolgimento del team nella costruzione, non solo nella comunicazione

Applicando quanto già presentato nella Dispensa 1 di questo percorso a proposito della guida senza autorità gerarchica diretta, coinvolgere il team di sviluppo già nella fase di costruzione della roadmap, non solo nella sua comunicazione successiva, rafforza significativamente sia la qualità delle stime di sforzo necessario, sia il senso di appartenenza del team verso le priorità stabilite, secondo lo stesso principio già presentato nella Dispensa 4 di questo percorso a proposito della calibrazione collettiva delle stime.

Un errore pratico da evitare: costruire la roadmap in isolamento

Un errore frequente, specie in chi si avvicina per la prima volta a questo ruolo, consiste nel costruire la roadmap in solitudine, magari sotto la pressione di una scadenza per una

presentazione imminente alla direzione, per poi comunicarla al team di sviluppo come un fatto già compiuto: questo approccio, per quanto comprensibile sotto pressione di tempo, priva il Product Manager del contributo tecnico prezioso del team già nella fase di costruzione, e genera tipicamente una minore adesione del team stesso verso priorità percepite come imposte dall'alto piuttosto che costruite insieme, un rischio che un Product Manager dovrebbe evitare pianificando per tempo il processo di costruzione della roadmap, prevedendo esplicitamente i momenti di coinvolgimento del team già presentati in questo capitolo.

6. Comunicare la roadmap a pubblici diversi

Applicando quanto già presentato nella Dispensa 4 del percorso Business Manager di questa collana a proposito della calibrazione della comunicazione per interlocutori diversi, approfondiamo ora come un Product Manager comunica la stessa roadmap sostanziale a interlocutori con esigenze e livelli di dettaglio diversi.

La comunicazione verso il team di sviluppo

Applicando quanto già presentato nella Dispensa 2 di questo percorso a proposito della comunicazione della visione verso il team, la roadmap comunicata al team di sviluppo può includere un livello di dettaglio tecnico maggiore, incluse le motivazioni specifiche di ciascuna priorità e i vincoli tecnici già discussi nella fase di costruzione presentata nel capitolo 5 di questa dispensa.

La comunicazione verso la direzione e gli investitori

Applicando quanto già presentato nella Dispensa 9 del percorso Finanza in Azienda di questa collana a proposito del reporting verso il vertice, la comunicazione verso la direzione dovrebbe collegare esplicitamente ciascun tema della roadmap ai risultati di business attesi, secondo gli indicatori già presentati nella Dispensa 4 di questo percorso, privilegiando sintesi e focus sulle implicazioni strategiche rispetto al dettaglio tecnico di implementazione.

La comunicazione verso le vendite e l'assistenza clienti

Applicando quanto già presentato nella Dispensa 5 di questo percorso a proposito della gestione delle richieste specifiche di singoli clienti, la comunicazione verso le vendite e l'assistenza clienti dovrebbe fornire indicazioni sufficientemente chiare da permettere loro di gestire correttamente le aspettative dei clienti, senza tuttavia trasformarsi in promesse specifiche su date precise che, secondo quanto già presentato nel capitolo 2 di questa dispensa, rischierebbero di generare aspettative non sostenibili.

La comunicazione, eventualmente, verso i clienti stessi

Applicando lo stesso principio di trasparenza calibrata già presentato in questo capitolo, alcune organizzazioni scelgono di condividere una versione semplificata della roadmap direttamente con i propri clienti, tipicamente limitata all'orizzonte immediato già presentato nel capitolo 4 di questa dispensa, e formulata esclusivamente in termini di temi strategici, mai di funzionalità specifiche con date puntuali, per le stesse ragioni già presentate nel capitolo 2 di questa dispensa.

7. Gestire le richieste di impegni su date precise

Applicando quanto già presentato nella Dispensa 4 di questo percorso a proposito della gestione delle pressioni esterne, approfondiamo ora una situazione particolarmente frequente e delicata: la richiesta, da parte di stakeholder diversi, di un impegno su una data precisa di consegna, in tensione con il principio della roadmap orientata ai temi già presentato in questa dispensa.

Perché questa richiesta è così frequente

Applicando quanto già presentato nella Dispensa 10 del percorso Business Manager di questa collana a proposito della negoziazione, molti stakeholder (in particolare le vendite, che devono gestire aspettative concrete con i propri clienti) trovano naturalmente più rassicurante una data precisa rispetto a un'indicazione temporale approssimativa, anche quando questa maggiore precisione comporta, secondo quanto già presentato nel capitolo 2 di questa dispensa, un rischio significativo di promessa non mantenuta.

Un principio pratico di risposta a questa pressione

Applicando quanto già presentato nella Dispensa 8 del percorso Sales Manager di questa collana a proposito della gestione delle obiezioni, un Product Manager efficace non ignora questa esigenza legittima di certezza, ma la gestisce esplicitamente, distinguendo tra il livello di confidenza realmente disponibile per l'orizzonte immediato già presentato nel capitolo 4 di questa dispensa, dove una data approssimativa può essere ragionevolmente comunicata, e l'orizzonte più lontano, dove qualunque impegno su una data specifica rischia di essere fuorviante, comunicando esplicitamente questa distinzione piuttosto che cedere indiscriminatamente alla pressione per una precisione non realisticamente sostenibile.

Un caso specifico: la promessa già fatta a un cliente prima del coinvolgimento del Product Manager

Applicando quanto già presentato nel capitolo 6 di questa dispensa a proposito della comunicazione verso le vendite, una situazione particolarmente delicata si verifica quando una data specifica è già stata promessa a un cliente prima che il Product Manager sia stato coinvolto nella decisione: in questi casi, un dialogo diretto e tempestivo con chi ha formulato la promessa, per comprenderne l'origine e valutare congiuntamente le opzioni realisticamente disponibili, è preferibile a un conflitto pubblico o a un tentativo di rispettare a ogni costo un impegno costruito senza un'adeguata verifica tecnica preliminare.

Prevenire questa situazione attraverso un allineamento preventivo

Applicando quanto già presentato nel capitolo 6 di questa dispensa a proposito della comunicazione verso le vendite, il modo più efficace per gestire questo rischio non è tanto reattivo quanto preventivo: un Product Manager dovrebbe stabilire, fin dall'inizio della propria

collaborazione con la rete vendita, un protocollo esplicito e condiviso su come gestire richieste di date specifiche provenienti dai clienti, ad esempio prevedendo che qualunque impegno su una funzionalità non ancora presente nella roadmap già condivisa richieda una verifica preventiva con il Product Manager prima di essere comunicato al cliente. Un accordo di questo tipo, costruito prima che si presenti una situazione problematica concreta, riduce significativamente la frequenza di conflitti reattivi come quello appena presentato, sostituendoli con un processo di collaborazione strutturata fin dall'origine della richiesta.

8. Aggiornare la roadmap senza perdere credibilità

Concludiamo la parte teorica di questa dispensa con un principio strettamente collegato a quanto già presentato nella Dispensa 2 di questo percorso a proposito della revisione della visione: come un Product Manager aggiorna la propria roadmap nel tempo, senza compromettere la fiducia costruita con gli stakeholder.

La revisione come processo fisiologico, non eccezionale

Applicando quanto già presentato nel capitolo 3 di questa dispensa a proposito della flessibilità intrinseca di una roadmap orientata ai temi, una roadmap ben costruita si presta naturalmente a un aggiornamento periodico (tipicamente a ogni nuovo trimestre), che riflette l'evoluzione della ricerca utente già presentata nella Dispensa 3 di questo percorso, l'andamento effettivo dello sviluppo, e eventuali cambiamenti nel contesto competitivo, senza che questo aggiornamento debba essere percepito come un fallimento della pianificazione originaria.

La comunicazione esplicita delle ragioni di un cambiamento

Applicando quanto già presentato nel capitolo 8 della Dispensa 4 di questo percorso a proposito della comunicazione delle decisioni di prioritizzazione, quando una roadmap viene modificata in modo significativo, un Product Manager dovrebbe comunicare esplicitamente le ragioni del cambiamento, collegandole a nuove informazioni emerse (dalla ricerca utente, dai dati di utilizzo, dal contesto competitivo), piuttosto che lasciare che gli stakeholder interpretino il cambiamento come segno di indecisione o scarsa pianificazione originaria.

Un principio di sintesi per l'intera dispensa

Un principio di sintesi per l'intera dispensa

La roadmap di prodotto, in tutte le dimensioni presentate in questa dispensa — l'orientamento ai temi piuttosto che alle date, gli orizzonti temporali differenziati, il processo di costruzione, la comunicazione a pubblici diversi, la gestione delle richieste di impegni precisi, l'aggiornamento senza perdita di credibilità — rappresenta lo strumento attraverso cui un Product Manager traduce le priorità già stabilite in una comunicazione strategica efficace verso l'intera organizzazione, bilanciando la necessità di offrire orientamento concreto con l'onestà intellettuale richiesta dall'intrinseca incertezza dello sviluppo di prodotto.

Un ultimo elemento: la roadmap come specchio della maturità organizzativa

Un'ultima riflessione conclude questa dispensa: il modo in cui un'organizzazione costruisce, comunica e aggiorna la propria roadmap di prodotto riflette spesso, più di quanto si possa immaginare, la maturità complessiva della propria cultura organizzativa nei confronti dell'incertezza e del cambiamento. Un'organizzazione che tollera, e anzi valorizza, una comunicazione onesta sull'incertezza intrinseca dello sviluppo di prodotto, secondo i principi

presentati in questa dispensa, tende a costruire relazioni più solide e durature con i propri stakeholder rispetto a un'organizzazione che privilegia rassicurazioni apparenti destinate, prima o poi, a scontrarsi con la realtà. Un Product Manager che introduce questi principi in un'organizzazione non ancora abituata a questo approccio svolge, spesso senza rendersene pienamente conto, un contributo culturale che va ben oltre la sola gestione tecnica dello strumento roadmap.

9. Caso pratico guidato

Concludiamo la parte teorica con un caso pratico semplificato, che applica gli strumenti presentati in questa dispensa.

Il contesto

Riprendiamo il caso già presentato nelle dispense precedenti di questo percorso: la Product Manager della piattaforma per agricoltori, dopo aver completato la prioritizzazione delle prime funzionalità già presentata nella Dispensa 4 di questo percorso, deve ora costruire una roadmap da presentare sia al team tecnico sia alla direzione aziendale, sia alla rete vendita già interessata a comunicare tempistiche ai propri clienti.

Passo 1 — Costruzione della roadmap orientata ai temi

Applicando gli strumenti del capitolo 3, le priorità già identificate vengono raggruppate in tre temi strategici: semplificare la configurazione iniziale, offrire visibilità immediata sulle scorte disponibili, e integrare i primi feedback dei clienti pilota, evitando esplicitamente di associare a ciascun tema una data di consegna puntuale.

Passo 2 — Definizione degli orizzonti temporali

Applicando gli strumenti del capitolo 4, il primo tema viene collocato nell'orizzonte immediato con un livello di dettaglio elevato, il secondo nell'orizzonte prossimo con un dettaglio intermedio, e il terzo tema, dipendente dai risultati ancora incerti del primo rilascio, viene collocato nell'orizzonte lontano, comunicato esplicitamente come orientativo.

Passo 3 — Verifica con il team tecnico

Applicando gli strumenti del capitolo 5, la Product Manager verifica direttamente con il team di sviluppo la fattibilità realistica del primo tema nell'orizzonte temporale previsto, lasciando esplicitamente un margine per l'incertezza secondo quanto già presentato in quel capitolo.

Passo 4 — Comunicazione differenziata ai diversi pubblici

Applicando gli strumenti del capitolo 6, la roadmap viene presentata al team tecnico con il massimo dettaglio disponibile, alla direzione con un collegamento esplicito agli obiettivi di adozione già presentati nella Dispensa 2 di questo percorso, e alla rete vendita con un'indicazione chiara ma non vincolante sui tempi, accompagnata da un dialogo esplicito su come gestire eventuali richieste specifiche dei clienti secondo quanto già presentato nel capitolo 7 di questa dispensa.

Passo 5 — Un primo aggiornamento a distanza di un trimestre

Applicando gli strumenti del capitolo 8, al termine del primo trimestre, un ritardo tecnico imprevisto richiede una revisione della roadmap: la Product Manager comunica tempestivamente e con trasparenza le ragioni del ritardo a tutti gli stakeholder coinvolti, mantenendo la fiducia costruita grazie alla comunicazione onesta già adottata fin dall'inizio del processo.

Che cosa insegna questo caso

Il caso mostra come una roadmap costruita secondo i principi presentati in questa dispensa — orientamento ai temi, orizzonti differenziati, comunicazione calibrata per pubblico, trasparenza negli aggiornamenti — permetta di gestire con successo anche un imprevisto tecnico che avrebbe potuto compromettere gravemente la fiducia degli stakeholder se gestito con una roadmap tradizionale basata su promesse rigide di date precise.

10. Glossario dei termini chiave

Come per le dispense precedenti di questo percorso, riportiamo un glossario di sintesi dei principali termini introdotti.

Roadmap di prodotto	Rappresentazione visiva delle priorità di sviluppo organizzata su un orizzonte temporale, che comunica una direzione strategica.
Roadmap orientata ai temi	Approccio che organizza la roadmap attorno a obiettivi strategici, non a singole funzionalità con date puntuali.
Orizzonte immediato	Il periodo più vicino nel tempo in una roadmap, con il maggior livello di dettaglio e certezza.
Orizzonte lontano	Il periodo più distante in una roadmap, con il minor livello di dettaglio, presentato come orientativo.

11. Checklist finale e autoverifica

Come per le dispense precedenti, dedichiamo un momento all'autoverifica personale prima di proseguire.

Domande di autoverifica

9. Sapresti spiegare l'errore più comune nella costruzione di una roadmap tradizionale?
10. Ricordi che cos'è una roadmap orientata ai temi, e i suoi vantaggi rispetto a una roadmap basata su date?
11. Sapresti descrivere i tre orizzonti temporali tipici di una roadmap efficace?
12. Ricordi le fasi tipiche del processo di costruzione di una roadmap?
13. Sapresti indicare come calibrare la comunicazione della roadmap per pubblici diversi?
14. Ricordi come gestire una revisione della roadmap senza perdere credibilità presso gli stakeholder?

Come procedere

Se le risposte sono arrivate con sicurezza, si può proseguire con la Dispensa 6, dedicata agli indicatori di prodotto. In caso di incertezza, si consiglia di rileggere i capitoli corrispondenti, in particolare quelli relativi alla roadmap orientata ai temi e alla gestione delle richieste di date precise.

12. Riferimenti e risorse aggiornate al 2026

Per approfondimenti autonomi, si segnalano alcune categorie di risorse utili:

- Pubblicazioni di riferimento sulla costruzione di roadmap di prodotto efficaci;
- Strumenti digitali dedicati alla gestione e visualizzazione delle roadmap, con funzionalità di condivisione per pubblici diversi;
- Comunità professionali di Product Manager, per esempi concreti di roadmap adottate da organizzazioni diverse;
- Il confronto diretto con il proprio team tecnico, risorsa indispensabile per verificare la fattibilità realistica di quanto pianificato in ciascun orizzonte temporale.

Chiusura della Dispensa 5

Con questa dispensa prosegue il percorso Product Manager, fornendo gli strumenti per costruire, comunicare e mantenere aggiornata una roadmap di prodotto efficace. La dispensa successiva affronterà gli indicatori di prodotto, gli strumenti attraverso cui un Product Manager verifica se le decisioni già prese stiano effettivamente generando il valore atteso.

Marco Consiglio

Formatore e Course Director — 2026