

Motores de Crescimento

Transcrição

[00:00] Além de trabalhar em Small Batches, nós temos que pensar também em qual vai ser o motor de crescimento do nosso produto. Eu vou detalhar um pouco alguns motores populares, mas todos eles se baseiam num crescimento sustentável, que é aquele tipo de crescimento onde novos clientes chegam por conta da ação de outros clientes.

[00:26] A forma mais conhecida de se ter um crescimento sustentável é a propaganda boca-a-boca, é o famoso boca-a-boca. Que funciona tanto para bem quanto para mal. Existe um aplicativo chamado boca-a-boca, inclusive. Que ele foi criado por uma empresa exatamente para fomentar esse tipo de relacionamento.

[00:57] Se você usou um produto e gostou, você conta para outra pessoa, recomenda. Existem milhares de programas desse tipo de associação, onde você ganha dinheiro por fazer algum tipo de referência. E nós sabemos também que se a pessoa não gosta do produto, essa propaganda boca-a-boca de uma forma negativa também acontece, e acontece com bastante frequência.

[01:22] Mas o crescimento sustentado não se limita à propaganda boca-a-boca. Existem várias outras formas de um cliente chegar até você em função de uma ação de outro cliente. E algumas dessas formas dependem das atitudes que você toma no momento de criação do seu produto.

[01:39] Por exemplo, a Facta, uma vez, a minha empresa, nós recebemos a ligação de um possível cliente, pedindo para que nós elaborássemos um software parecido com um que ele tinha visto. E quando nós perguntamos como que ele chegou até nós, ele falou que ele viu alguém usando o sistema e clicou no about, no sobre nós. Tem um ícone de informação no sistema, ele clicou, viu na janela, achou o e-mail, telefone e entrou em contato conosco.

[02:15] Parece uma bobagem, pode ser um tiro no escuro. Algo que funciona uma vez a cada mil pessoas, porque quase ninguém clica no about, quase ninguém vai ler. Mas alguém pode fazer e eventualmente isso pode gerar uma venda, como foi o que aconteceu com a minha empresa, se não me engano em 2014.

[02:34] Existem outros tipos de mecanismo de um usuário atrair o outro. Por exemplo, o convite do Facebook. Para você entrar para uma rede social, geralmente, em algumas redes, você precisa ser convidado por alguém que já faz parte daquela rede. Quando o Facebook começou era assim, o Orkut também.

[02:56] Isso faz com que um usuário queira atrair um outro usuário, porque os dois vão ganhar com isso. Se você tem uma rede social, ela só faz sentido para você se os seus amigos, as pessoas que você gosta também estão ali. É um processo natural para você querer trazer essas pessoas para dentro do produto. E quem criou a rede social, obviamente pensou nisso e fez essa situação acontecer de propósito.

[03:26] Outra forma de se ter um crescimento sustentável são com propagandas pagas. Para muitas empresas, é interessante nós divulgarmos, investirmos em propaganda e marketing para atrair cada vez mais clientes. E meu crescimento vai ser sustentável, contanto que entrem mais clientes do que saem. Eu vou estar sempre crescendo e a coisa vai estar funcionando. Mas eu tenho que avaliar a quanto custa cada cliente quando eu trabalho com propaganda. Esse também é um dilema interessante. Existe um custo de aquisição de cliente.

[04:03] Outro motor de crescimento que existe é o motor recursivo. Que é quando nós temos algum mecanismo que nós trazemos o cliente. E a partir do momento que esse cliente se torna nosso cliente, ele passa a gastar um dinheiro de tempos em tempos, passa a gerar uma renda recursiva para nós, uma renda recorrente.

[04:28] Isso pode acontecer, por exemplo, com Netflix ou Amazon Prime Vídeo, HBO Go que nós assinamos, tem uma data que todo mês pinga um dinheirinho lá para eles. E também com outro tipo de serviço como, por exemplo, o jogo Fortnite, com micro transações. Eu tenho uma base fiel de clientes, que joga aquele jogo com alguma frequência.

[04:54] Alguns não compram item nenhum, alguns não vão gastar dinheiro. Mas eu tenho ali muitas pessoas que gastam. Para mim É interessante atrair essas pessoas, porque elas vão me gerar uma renda recorrente. Não é tão previsível quanto a do Netflix e do Prime, mas ela é também uma renda recorrente.

[05:14] Nas próximas aulas, eu vou passar um pouco sobre cada um desses motores. É legal nós termos essa visão geral e entender que o nosso produto, muito possivelmente, vai depender de um desses motores que eu vou citar.