

Definições

Transcrição

[00:00] Seja bem-vindo a mais um módulo do lean para startups na prática. Hoje quero falar do caso do Dropbox. Ele criou um MVP, aquele conhecimento que obtemos por meio de uma validação, que era um vídeo. Eles construíram um vídeo e determinaram o número de acessos que gostariam de ter numa página, onde as pessoas poderiam contratar o Dropbox. Foi um sucesso absurdo. Aí eles souberam a partir da métrica estabelecida que tinham atingido um público suficiente para continuar o desenvolvimento e buscar investimento. É assim que você deve trabalhar.

[00:49] Falando nisso, quero te falar um pouco sobre o que se busca com o processo lean para startups. Você deve buscar sempre atender um problema, ter um cliente em vista e uma solução. O lean não vai te permitir criar dez soluções para dez problemas, para dez clientes. Até você pode fazer isso com problemas diferentes. Quando você começar a validar suas hipóteses a partir do processo de validação, construir seu MVP e encontrar seus early adopters, tenha em mente que você está buscando um público alvo, um problema a solucionar e uma solução a oferecer ao público alvo. Assim você vai construir um negócio, não n negócios.

[01:30] Isso não significa que seu negócio não possa ser uma plataforma de soluções, que ele tem que ser voltado para um produto específico. Pode ser um conjunto de produtos, mas como um todo deve apresentar uma solução, não duas, ou três. Sempre se mantenha atento a isso. Você está buscando um produto, uma solução, uma solução para um cliente que tem um problema.

[01:58] É sempre muito importante definir de forma clara o que você está procurando, o que quer oferecer, o que quer que seja o problema do seu cliente e quem é seu cliente. Se você não conseguir dizer de forma rápida que seu cliente são pessoas que buscam resolver o armazenamento de arquivos na internet e a pluralidade de locais de armazenamento, seja no Mac, ou no Windows, ou no celular, e que essas pessoas querem um sistema que armazene arquivos na internet, compatível com todos esses sistemas, então você não está sendo claro. É o caso do Dropbox.

[02:41] Com o Dropbox, você consegue colocar todos os seus arquivos em um só lugar. Você atualiza um arquivo e em todos os outros lugares aquele arquivo está atualizado, independente do sistema operacional. É super simples, fácil, e permite que você tenha mobilidade entre diversos sistemas operacionais. Você consegue trabalhar com seus arquivos onde quer que esteja. Isso tudo por meio da internet.

[03:08] Se você não consegue definir seu problema e dizer que as pessoas que estão buscando sua solução operam com mais de um computador e têm necessidade de manter arquivos em um só lugar para poderem trabalhar nessas multiplataformas, então você também está com dificuldades em especificar quem é seu cliente, não está sendo claro. Você precisa ser claro quando for falar do seu cliente, problema, solução que você quer oferecer. Se não for claro, não é bom o suficiente. Pense que um investidor está assistindo sua apresentação, seu pitch, que é como chamamos uma apresentação de um novo negócio.

[03:46] Seu pitch não está bom porque você não está sendo específico, não é visível explicar para as pessoas o que você está querendo oferecer. E se não é claro, não é bom.

[03:56] Durante o processo, você vai evoluir seu produto, seu MVP vai crescer. Seu MVP precisa ser armazenado. Pode ser uma caixa de sapato com anotações, um canvas. Você tem que ter um local para armazenar a evolução do seu MVP. Trabalhamos muito com desenvolvimento ágil, que não significa não documentar. Você precisa documentar, assim como vai precisar documentar a evolução do seu produto, do seu cliente, da sua solução. Mas isso não significa também documentar demais. Mantenha um registro de onde começou, quem era seu primeiro early adopter, o que ele aceitou, o que não aceitou, e assim você vai evoluir e acompanhar a evolução do seu produto.

[04:50] O resultado final é o MVP. Um produto mínimo viável que represente o interesse do seu cliente em resolver um problema e pelo qual ele tem interesse em pagar. É isso que estamos buscando. Logo logo vamos falar sobre os diferentes estágios do MVP, para você saber como fazer o lean acontecer no seu negócio.