

Early Adopters

Transcrição

[00:00] Seja muito bem-vindo ao curso lean startups na prática. Este é um curso oferecido por mim, Frederico Aranha. Eu sou PMP e sou empreendedor como você, oferecido também pela Alura. Esse material foi todo inspirado no livro The Lean Startup, do Éric Ries. O material foi feito com base em exemplos práticos. Assim você vai conseguir entender o conceito por trás da lean startup. Ou da startup enxuta, como se convencionou chamar em português. Esse livro está disponível no mercado, você pode encontrar ele. É uma publicação de 2011. São cerca de 330 páginas e você vai gostar bastante do material.

[00:43] Meu objetivo aqui é te apresentar os conceitos de forma ampla, mas com viés prática, que se dá por meio de exemplos práticos. O primeiro deles é o exemplo do Google Wave.

[01:05] Vamos falar nele porque a startup enxuta tem por objetivo reduzir o tempo que você vai gastar criando um novo negócio, reduzindo o tempo que você vai demorar até chegar em um produto inovador que atenda uma necessidade, um cliente, uma dor. Não adianta criar um super produto que não vai atender esses requisitos, o cliente, alguém que tem interesse na solução, mas não em pagar por ela, porque você, como empreendedor tem que criar produtos, soluções que tenham mercado, vendáveis. Você não está trabalhando em uma Ong, mas sim em um negócio.

[01:46] O Google Wave foi uma iniciativa lançada pelo Google em 2009. Começou com um super buzz. O Google disse que estava reinventando o e-mail, a forma como colaborávamos por meio do e-mail, como se o e-mail tivesse sido inventado na década de 2000. Só que tem um problema. O e-mail atende muito bem uma série de necessidades. O Google quis reinventar algo que as pessoas não queriam que fosse reinventado.

[02:20] O Google Wave fez essa grande promoção de lançamento, lançou acesso ao beta do Google Wave, o pessoal ficou todo eriçado, tinha até gente vendendo acesso. Quando todo mundo começou a acessar, o buzz foi morrendo, porque o Google achou que estava criando algo que todo mundo queria. Ele não sabia se as pessoas queriam ou não. Aí entra a lean startup. Um dos conceitos que quero apresentar, que é do early adopter. O primeiro usuário.

[03:07] O Google lançou um produto de massa. Eles achavam que todo mundo ia querer essa nova ferramenta, quando aquele produto era um produto para o mercado corporativo. Pelo menos assim acredito.

[03:35] Se você encontra seus primeiros usuários, vai poder moldar a solução que você está desenvolvendo em torno deles. Você vai descobrir se aqueles primeiros usuários têm interesse em pagar pela solução. No caso do Google Wave, que era um produto de massa, a massa não aderiu, ele foi descontinuado por isso.

[03:56] Eu acredito que tenha uma pegada muito forte corporativa o Google Wave. Infelizmente ele não está mais no ar. Se o Google tivesse criado para o mercado corporativo, quem sabe. Mas para isso ele teria que ter encontrado antes de lançar o produto os primeiros usuários, as pessoas que iriam acessar a solução e testar. A partir desse uso, elas poderiam direcionar o desenvolvimento e até mesmo a abordagem comercial.

[04:23] Quero falar sobre os early adopters, porque eles são importantes. Imagine que você está desenvolvendo um software que ajuda pessoas a perderem peso. Você faz isso ligando personal trainers aos alunos por um preço que cabe no bolso. Imagine que existe uma menina acima do peso que já foi em academias, tomou shakes, fazer dietas e não conseguiu. Ela está procurando uma solução e acha seu produto. Ele acabou de ser lançado, ainda incompleto, é sua primeira usuária. Ela é o early adopter. A partir da utilização do sistema ela vai te dizer quanto ela quer pagar pelo software. Se você estiver cobrando muito caro, ela não vai querer usar. Se você está cobrando baixo demais, ela paga, mas você deixa de ganhar determinado valor.

[05:22] Para isso, para explorar seu primeiro usuário, as possibilidades que ele oferece, existem uma série de técnicas. É por isso que é tão importante, porque você não só pode modelar o produto, as soluções, ao redor do early adopter, mas também pode descobrir uma série de outras coisas, como por exemplo o interesse dele em pagar pela solução, porque se o Google Wave tivesse encontrado antes os early adopters, saberia se as pessoas tinham ou não interesse na solução e poderia ter descontinuado ela antes de virar um furo.

[05:56] Você precisa encontrar early adopters. Falando ainda sobre outro conceito importante, temos a validação. Tudo que estamos falando tem a ver com validação. Você tem que validar suas hipóteses. É isso que é a startup enxuta, um sistema de validação de hipóteses. Se você encontrou seu early adopter, vamos validar se ele tem, por exemplo, interesse em pagar pela solução. Você constrói uma hipótese.

[06:23] Digamos que sua hipótese seja um valor, e seu valor é cem reais. Você tem cinco early adopters. Voltando para o exemplo do software de academia, você tem cinco usuários iniciais, cinco primeiros early adopters. Imagine que eles estão dispostos a pagar cem reais. Você vai construir essa hipótese e vai oferecer para eles esse valor. Digamos que dos cinco, apenas dois pagaram. Isso não significa muito se você não estiver trabalhando com métricas. Pense que você tinha cinco usuários iniciais que você ofereceu um valor pelo serviço que você está desenvolvendo, e definiu uma métrica. Se quatro pagarem, esse valor é bom. Só que três pagaram. Você mediu essa hipótese a partir da oferta do serviço e viu que as pessoas não estavam interessadas em pagar pelo serviço.

[07:22] Esse é o processo de validação. Você constrói, mede, aprende. Assim pode começar de novo. Não se esqueça que a validação não funciona se você não medir. É muito importante medir sempre para poder aprender. Esse é o ciclo de validação na startup enxuta.

[07:52] Já falamos do early adopter, que é super importante, falamos do conceito de validação, que vai te ajudar a construir o MVP. Mínimo produto viável. É o conhecimento, fruto dessa validação.

[08:10] Imagine que ao invés de ter lançado um sistema em desenvolvimento o Google Wave tivesse criado uma página na internet onde descrevia todas as características do produto e colocado um botão de assine aqui essa solução. Se por acaso eles tivessem feito isso, eles teriam construído uma hipótese de que as pessoas têm interesse nessa forma nova de colaborar por e-mail. Eles poderiam ter especificado uma métrica. Se de mil acessos 50% clicar em assinar, tenho como continuar a desenvolver, porque existe interesse. Se menos pessoas clicarem, vou descontinuar a solução. Tenho conhecimento sobre o meu público e posso ir adiante.

[09:08] Quando encerrei esse ciclo inicial, tenho o mínimo produto viável, tenho um produto vendável, porque validei o que é o interesse das pessoas numa solução precificada. Posso inclusive já vender e aplicar outras técnicas, mas isso vemos nas próximas aulas.