

Ciclo de vida do produto

Transcrição

[00:00] Agora vamos entender um pouco mais da estratégia da empresa, vamos entrar em temas mais filosóficos, entender o que nossa diretoria quer. O que é esperado do planejamento estratégico da empresa, o que você pode querer com o tempo dentro do ciclo de vida do produto.

[00:38] Temos que entender em primeiro lugar que toda empresa é feita para faturar qualquer valor que seja. Por mais que você preste serviços comunitários, ainda assim tem dinheiro rodando. De novo, vamos focar na fase de prototipação. Não podemos fazer um investimento ruim, porque dinheiro não está sobrando. E mesmo que sobrasse, temos que entender que quanto mais aptos a faturar, mais tendemos a crescer.

[02:05] Se você é um restaurante pequeno, um fotógrafo, algo que trabalhe com o manual ou com uma prestação de serviços, você provavelmente deve pensar que não quer crescer muito, porque a empresa vai perder a essência dela, você não vai conseguir atender perfeitamente como gostaria. Mas vamos olhar do ponto de vista operacional, porque é para isso que serve o ciclo de vida do produto. É entender que dentro desse processo, se você conseguir ensinar as pessoas a fazerem bem, você pode aumentar as pessoas que você atende. É como um chef de cozinha. Se ele ensinar o ajudante a fazer as coisas exatamente como ele, ele pode diminuir as próprias funções e focar em mais coisas. Existe não só o ciclo de vida de desenvolvimento, mas também da processualização. É conseguir fazer as atividades repetidas.

[04:47] Quando falamos dos fins lucrativos, de atender mais pessoas, é um dado muito importante. Significa que somos robustos, que temos um olhar mais macro do nosso campo de atuação e da nossa capacidade efetiva de atingir o mercado. Quando você desenvolver seu produto dentro do ciclo de vida, não pense em agradar as pessoas, mas sim em atender mais, porque você não vai escapar da fase da prototipação. Ninguém vai te dar o segredo, você precisa descobrir. Pense grande, já que vai dar trabalho de qualquer jeito.

[06:22] No caso da Wizard, por exemplo. O criador era um simples estudante de ciências da computação que queria aumentar o número de pessoas que falavam inglês. Ele não criou uma escola para atender poucas pessoas, mas sim milhões. Esse foi o diferencial.

[06:54] Já vimos que o necessário a fazer sobre gerenciamento de projetos é o tripé de escopo. Escopo é saber para onde vamos. Ele é baseado em tempo, custo e qualidade. Posso atender o cliente com uma qualidade boa, mas existe um tempo ideal para isso, não vai ser um atendimento rápido. E se tiver muita qualidade em um curto tempo, o custo vai ser alto. Esses três lados do triângulo são iguais. Quando você mexe em um deles, você precisa mexer nos outros também. Eles são totalmente interligados.

[08:18] O ciclo de vida é conseguirmos fazer isso continuamente. Por exemplo, meu produto está funcionando, o que faço depois? Preciso continuar a me preocupar com a voz do cliente, porque em algum momento ele vai querer novidades. Nós todos sempre queremos novidades. É o momento de entender o que podemos melhorar, como no caso da Bytebank, escutando que eles queriam um programa de milhagens. Temos que fazer disso um ciclo contínuo.

[10:01] O ciclo tem que ser feito várias vezes. Nunca posso deixar de atender meu cliente bem. Atender bem é inovar, construir coisas com impacto social, que as pessoas estejam dispostas a se envolver. É importante pensar que isso vai ser um ciclo contínuo e que nosso foco sempre vai ser atender o maior número de clientes de forma positiva.

[10:45] Vamos continuar a finalização do nosso curso na sequência. Estejam preparados, tragam pipoca para ver os maiores casos do mercado.

