

Aula 07

Startup Enxuta
MVP



Case Groupon

MVP

- Um produto mínimo viável (MVP) ajuda os empreendedores a começar o processo de aprendizagem o mais rápido possível.³¹ No entanto, não é necessariamente o menor produto imaginável; trata-se, apenas, da maneira mais rápida de percorrer o ciclo construir- medir-aprender de feedback com o menor esforço possível.
- Ao contrário do desenvolvimento de produto tradicional, que, em geral, envolve um período de incubação longo e ponderado e aspira à perfeição do produto, o objetivo do MVP é começar o processo de aprendizagem, não terminá-lo. Diferentemente de um protótipo ou teste de conceito, um MVP é projetado não só para responder a perguntas técnicas ou de design do produto. Seu objetivo é testar hipóteses fundamentais do negócio.

MVP e o Produto Não Perfeito

- Antes que novos produtos possam ser vendidos com sucesso para o mercado de massa, eles precisam ser vendidos para ADOTANTES INICIAIS. Essas pessoas são um tipo especial de clientes. Elas aceitam uma solução incompleta
- O empreendedor não precisa de uma solução perfeita para capturar o interesse delas.

MVP e o Produto Não Perfeito

- Os adotantes iniciais de tecnologia fizeram fila em torno do quarteirão por causa do iPhone da Apple, ainda que o aparelho carecesse de recursos básicos como copiar e colar, velocidade de Internet 3G e suporte para e-mail corporativo.
- O mecanismo original de busca do Google era capaz de responder a consultas sobre tópicos especializados, como Universidade Stanford e sistema operacional Linux, mas levaria anos até conseguir “organizar as informações do mundo”. No entanto, isso não impediu os adotantes iniciais de exaltá-lo.

MVP e o Produto Não Perfeito

- **Adotantes Iniciais**

- Os adotantes iniciais preferem produtos incompletos pois a principal preocupação deles é serem os primeiros a utilizar ou adotar um novo produto ou tecnologia.
- Nos produtos de consumo, com frequência, é a sensação de ser o primeiro da rua a mostrar um novo tênis, tocador de música ou celular.
- Nos produtos corporativos, consiste em conquistar uma vantagem competitiva arriscando-se com algo novo, que os concorrentes ainda não têm.

MVP em Vídeo

- **Dropbox**
 - Sincronização de arquivos era um problema que as pessoas não sabiam que tinham
 - Precisavam do feedback se o serviço era importante para os clientes
 - A dificuldade técnica e outros serviços que não funcionavam bem, impediam de arriscar mais um produto com erros
 - Explicaram como funcionaria, em um vídeo de 3 minutos
 - A lista de espera beta passou de 5 mil para 75 mil, confirmando a hipótese de valor

MVP em Vídeo

- Nesse caso, o vídeo era o produto mínimo viável. O MVP validou a suposição do tipo salto de fé, ou seja: os clientes queriam o produto que ele estava desenvolvendo não porque fora mencionado num grupo de foco ou por causa de uma analogia auspiciosa com outro negócio, mas porque de fato se registraram no serviço

MVP com Concierge

- **Food on the Table**
 - Cria planos de refeições semanais e listas de compras que se baseiam nos alimentos que a pessoa e sua família gostam e, em seguida, acessa os supermercados locais para achar os melhores preços
 - Começaram com um cliente, sem nenhum contrato com mercados, nenhum software para indicar produtos e pesquisar os melhores preços

MVP com Concierge

- Apenas no momento em que os fundadores ficaram muito atarefados para conseguir novos clientes, começaram a investir em automação na forma de desenvolvimento de produto. Cada iteração do seu produto mínimo viável permitiu-lhes poupar um pouco mais de tempo e atender mais alguns clientes: entrega das receitas e das listas de compras por meio de e-mails, em vez de por meio de visitas domiciliares; análise automática das listas do que estava em promoção por meio de software, em vez de por meio de trabalho manual; e, com o tempo, recebimento de pagamentos on-line por meio de cartão de crédito, em vez de por meio de cheques preenchidos a mão.

MVP - Obstáculos

- **Medo de perder a ideia para concorrentes maiores**
 - Parte do desafio especial de ser uma startup é a quase impossibilidade de ter a ideia, a empresa ou o produto percebidos por qualquer um, quanto mais por um concorrente.
 - Se o empreendedor consegue aprender mais rápido com o ciclo de feedback, ele terá vantagens. Então não há diferença que concorrentes saibam do seu projeto. Mais cedo ou mais tarde, startups de sucesso terão a concorrência dos seguidores rápidos

MVP - Obstáculos

- MVP pode parecer um risco para a marca
 - uma reputação de longo prazo só está em risco quando as empresas se envolvem em atividades de lançamento ruidoso, tais como relações públicas e badalação. Quando um produto fracassa em cumprir esses pronunciamentos, um dano real a longo prazo pode acontecer para uma marca corporativa. No entanto, as startups têm a vantagem de ser obscuras, tendo um número pateticamente pequeno de clientes e sem muita exposição.



Dúvidas?