

Aula 4 - Product Market fit + Canvas: Lean and Business Model





Revisão Aula 3

- Elementos para produto ou startup darem certo?
- Por que metodologias ágeis se popularizaram?
- O que é uma Squad?
- Visão de Produto

Revisão Aula 3

-Elementos para produto ou startup darem certo?

-Timing, Recursos, Equipe, Ideia, Modelo de Negócios

-Por que metodologias ágeis se popularizaram?

Menos desperdício, melhores entregas e taxa de sucesso alta

-O que é uma Squad?

Times multidisciplinares, auto organizados e com autonomia para tomar decisões, até 9 pessoas

Cada time tem um *propósito* e *visão* claros

Revisão Aula 3

-Visão de Produto Template:

O (Nome do dono do software) decidiu ter esse software para (objetivos do dono em usar essa solução)

Esse software é usado por (descrição das pessoas que usarão o software) que, ao usar este produto, espera resolver (problema ou necessidade que o usuário espera resolver) de uma forma melhor do que (alternativas existentes)



2º Módulo: Product Market Fit

-Product Market Fit

- Introdução

- Por onde começar a definir o problema?

- Como atacar o problema?

- Como medir se existe Product Market Fit?

-Canvas:

- Passo a passo de um Business Model Canvas

- Lean Canvas

- Proposta de Valor

Por onde começar?



Grandes empresas também

“ O erro mais comum que as startups cometem é resolver um problema que ninguém tem ”

Paul Graham

Co-fundador da Y Combinator (uma das maiores aceleradoras de startup do mundo, mais de \$30Bi)



Por onde começar?

Por que grandes empresas e startups falham ao criar produtos:

Não focam em resolver problemas, mas sim:

- Preocupação apenas com receita
- Não atendem a uma necessidade do usuário ou cliente melhor do que concorrente
- Apenas para copiar ideias de concorrentes

O que é Product Market Fit (PMF)?

Acontece quando:

Uma *quantidade significativa* de pessoas encontrou valor no seu produto ao ponto de trocar por algo.

Normalmente trocar por dinheiro, mas pode ser outro fator como atenção.





PMF em outros contextos

Mesmo em outros modelos como B2C, B2B, B2B2C o conceito de PMF se mantém!

Pode variar:

- Facilidade ou dificuldade de interação com as pessoas

- Tempo para atingir objetivos (B2B pode demorar mais, pelo processo comercial, encontrar clientes)

Mas, PMF se mantém como conceito para todos



Como Gestor de Produtos:

Difícilmente vai trabalhar com PMF de novos produtos.

Normalmente será com Problem Solution Fit ou **Feature fit**



Mas o que é Problem-Solution Fit?

É quando se encontra uma **parcela de usuários** que se sente satisfeita com a forma que você encontrou de resolver o problema dela.

Quem atinge Market Fit, já atingiu o Problem Solution Fit (é uma etapa anterior). Mas nem sempre quem atingir esse estágio vai chegar no Market Fit.

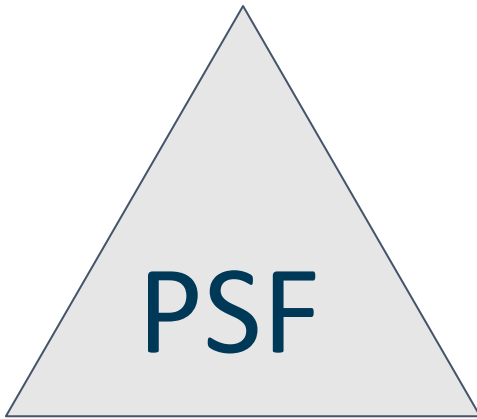
Case:



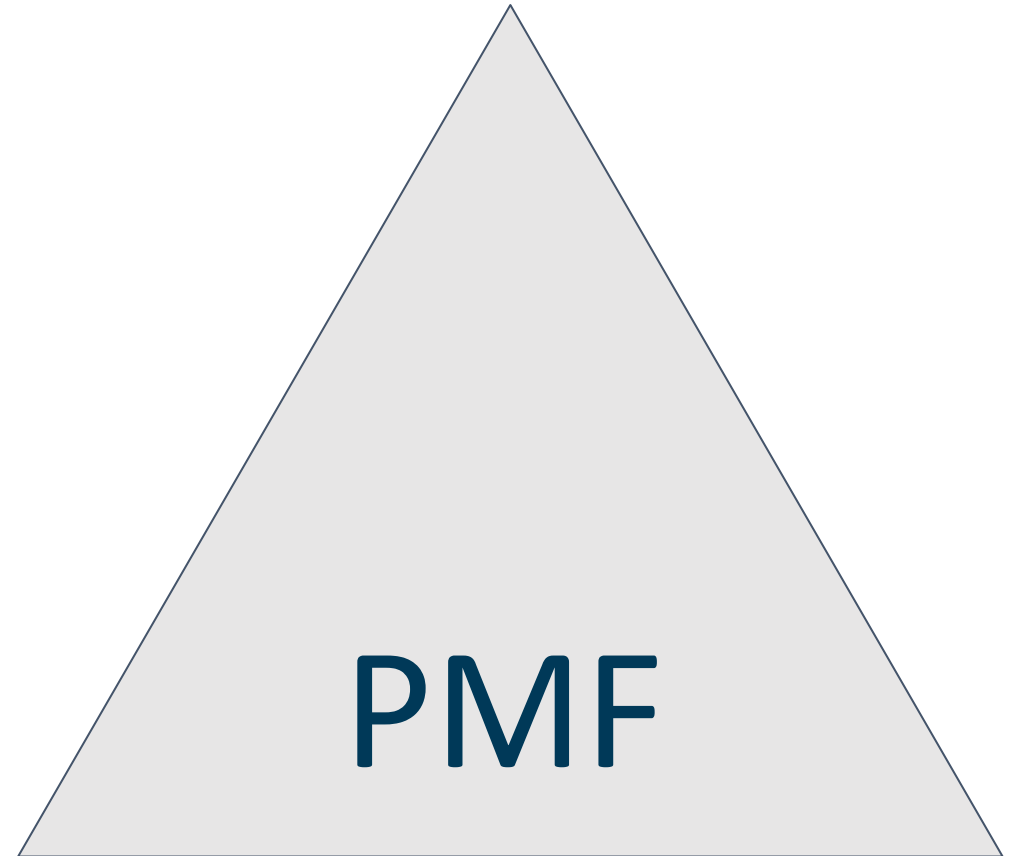
Problem Solution Fit: Planilha de Excel, usaram durante algum tempo.

Product Market Fit: Software completo

Em resumo:



Consegue validar que a solução resolve a dor que foi mapeada



Consegue entregar valor para um número grande de pessoas e em troca elas sustentam o negócio/produto



Problem Solution Fit

PSF: Sempre vem primeiro!

*Nem sempre um produto/feature que resolva
uma dor vai ter Product Market Fit*



Teve um problem solution fit muito caro! Não
teve PMF

Problem Solution Fit



MERCADINHO
CNPJ :
RUA AFONSO CAMPOS, CENTRO,

IE:

DANFE NFC-e Documento Auxiliar da Nota Fiscal de Consumidor Eletrônica

NFC-e não permite aproveitamento de crédito de ICMS

Código	Descrição	Qtde	Un	VI Unit	VI Total
51354	COXA C/SOBRE COXA	4,28	KG	5,48	23,43
25897	ACÚCAR NORDESTE	1,00	UN	5,18	5,18
19130	ACÚCAR NORDESTE	1,00	UN	2,59	2,59
25897	ACÚCAR NORDESTE	1,00	UN	5,18	5,18
QTD. TOTAL DE ITENS					4
VALOR TOTAL R\$					36,38
FORMA DE PAGAMENTO					VALOR PAGO
01-Dinheiro					36,38

Int. dos Tributos Totais Incidentes (Lei Federal 12.741/2012) 5,32
Nº: 5096 Série: 101 Data de emissão: 03/03/2016 14:15:39

CHAVE DE ACESSO

00-0000-00.000.000/0000-00-00-000-000.000.000-000.000-0

CONSUMIDOR

CNPJ /CPF /ID Estrangeiro:

Consulta via leitor de QR Code



Protocolo de Autorização:

03/03/2016 14:15:46

Problem Solution Fit



CAC

LTV



LTV

CAC

Economic Fit

Economic Fit é: capacidade do produto/feature de se manter financeiramente atrativo caso em larga escala.

Duas perguntas para verificar:

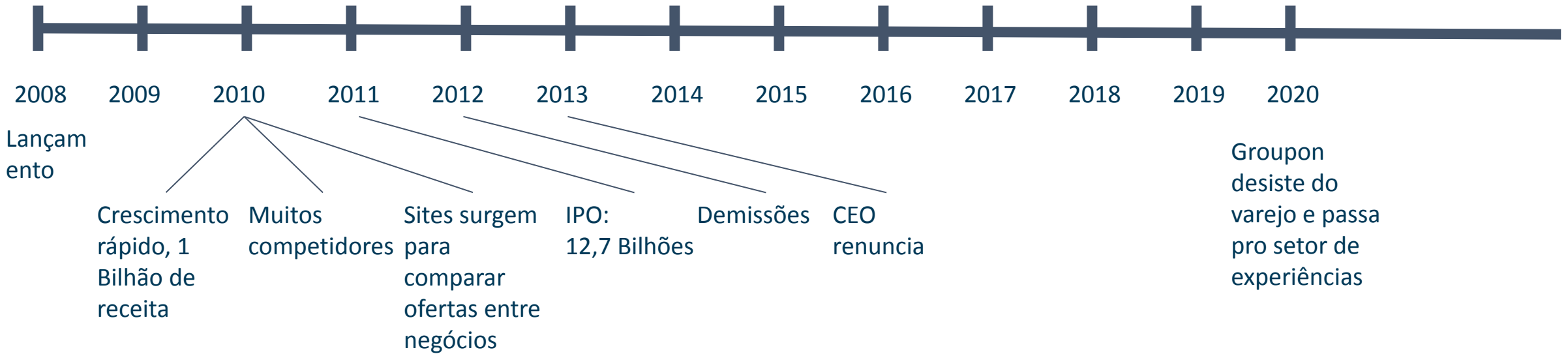
-Encontrei a melhor solução para entregar valor para um problema de usuários. Consigo manter o preço competitivo em escala?

-O produto funciona bem e gera lucro. Consigo manter assim com 10x mais usuários? 100?

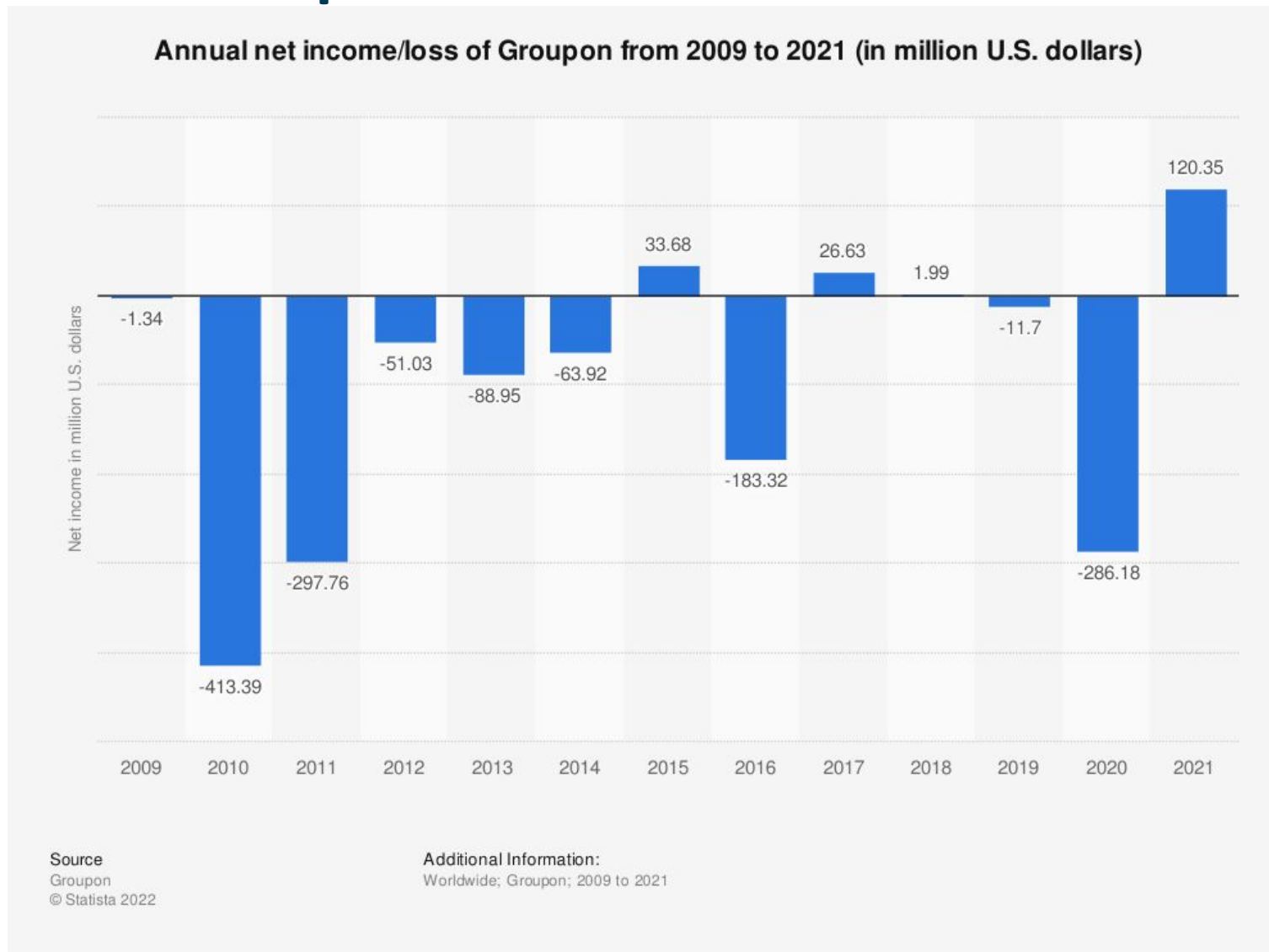
Case Groupon

Product Market Fit

Fracasso Economic Fit



Case Groupon



Case Groupon

Product Economic Fit

Sim

Negócio de Nicho

Rápido Crescimento

Não

Rápida Ascensão e
Queda

Não

Sim

Product Market Fit



Economic Fit

Espera-se que assim que atingir Product Market Fit, atinja-se também o Economic Fit.

Porém isso não é tão fácil. Caso não tenha barreiras de entrada, concorrentes poderão entrar no mercado também, atraídos pela oportunidade.

5 forças de Porter.



Economic Fit

Padrão:

- 1-Alguma empresa descobre uma oportunidade interessante de resolver problema de muitos clientes. Pode encontrar um Product Market Fit, e começar a acelerar.
- 2-Nas métricas, o crescimento é rápido e a satisfação também.
- 3-Pode até começar a rentabilizar com alguns clientes. Todos esperam que a empresa tenha futuro.



Economic Fit

Padrão:

4-Outros competidores percebem a chance e entram no mercado caso não tenham barreiras. As vezes o produto vai ser uma imitação com pequenas alterações.

5-Competição forte, investimento pesado em marketing, aperto de margens. Guerra de preço começa.

6-Talvez crescimento pare ou diminua e a rentabilidade colapse.



Resumo

Problem Solution Fit

Quando a solução resolve a dor que foi mapeada

Product Market Fit

Quando a solução entrega valor para um número significativo de pessoas e em troca começam a sustentar o negócio

Economic Fit

Quando o produto se mantém atrativo, mesmo ganhando escala

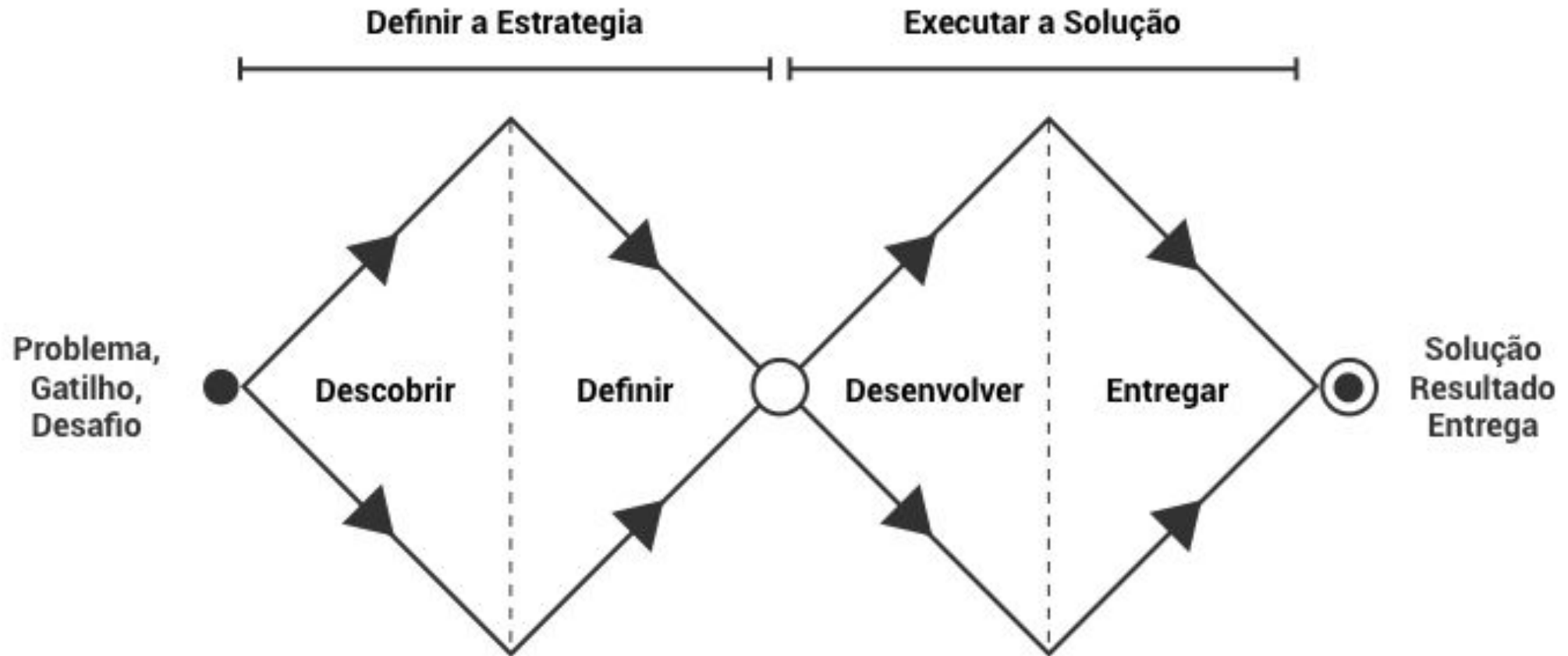


Por Onde Começar?

Toda construção de produto ou feature começa com uma ideia, uma suposição ou hipótese sobre algum **problema** ou **necessidade** de um usuário.

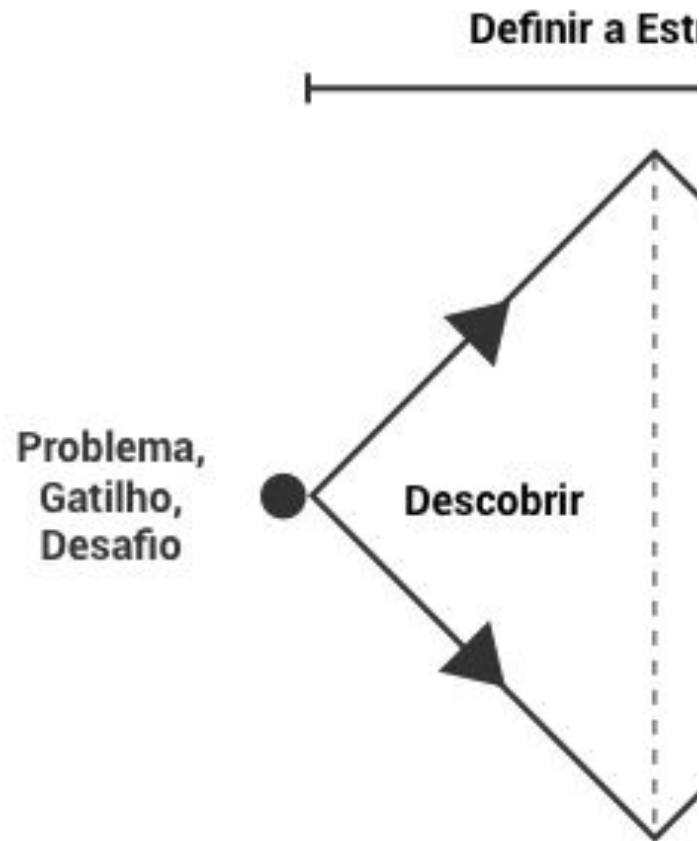
O que ele quer?

Por Onde Começar?



Fonte: <https://vidadeproduto.com.br/double-diamond/>

Por Onde Começar?



Ferramentas para essa Etapa:

- Matriz CSD
- Desk Research** (recomendo: reclameaqui)
- Personas (com diferentes users)
- Mapa Empatia
- Entrevistas
- Um dia na vida...



Por Onde Começar?

Levantar hipóteses

Não se apegar a ideias

Melhores práticas:

- Mensuráveis
- Que possam ser testadas com experimentos
- Ter uma motivação clara
- Participantes corretos
- Poucas variáveis

Cuidado com as perguntas de Hipóteses

“Você quer um celular que funciona em qualquer lugar do mundo?”





Exercício

Com o tema do trabalho, juntamente ao grupo, começar pesquisa de mercado sobre problemas.

- Criar board no Miro para o grupo.
- TAM, SAM, SOM?
- Quem são os usuários entusiastas?
- Quais problemas mais comuns?
- Que reclamações existem?
- Mercado já tem concorrentes?

Exercício

Com o tema do trabalho, juntamente ao grupo, começar pesquisa de mercado sobre problemas desse segmento.

-Criar board no Miro para o grupo: [Framework Problem Solution Fit. Online Whiteboard for Visual Collaboration \(miro.com\)](https://miro.com)

- Qual será o problema
- Tamanho do mercado?
- Quem serão os usuários entusiastas?
- Quais problemas mais comuns?
- Que reclamações existem?
- Mercado já tem concorrentes?

Exercício

Com o tema do trabalho, juntamente ao grupo, começar pesquisa de mercado sobre problemas desse segmento.

- Criar board no Miro para o grupo:
- Qual será o problema?**
- Tamanho do mercado?
- Quem serão os usuários entusiastas?
- Quais problemas mais comuns?
- Que reclamações existem?
- Mercado já tem concorrentes?



Exercício

Nome: _____ Idade: _____

<div><p>o que PENSA E SENTE?</p><p>o que OUVE?</p><p>o que VÊ?</p><p>o que FALA E FAZ?</p></div>	
quais são as DORES?	quais são as NECESSIDADES?

Fonte: <https://resultadosdigitais.com.br/marketing/mapa-da-empatia/>

Gr

O diagrama do Canvas Lean Canvas é composto por nove blocos numerados de 1 a 9, organizados em uma estrutura de tabela:

1 PROBLEMA	4 SOLUÇÃO	3 PROPOSTA DE VALOR	9 VANTAGEM COMPETITIVA	2 SEGMENTO DE CLIENTES
	8 MÉTRICAS CHAVE		5 CANAIS	
7 ESTRUTURA DE CUSTOS			6 RECEITAS	