

resultados de negócios

- Podemos encorajar mais pessoas para se inscrever? Podemos encorajar uma maior colaboração entre os usuários do sistema? Junto com sua equipe, observe o problema que você está tentando resolver. Vocês provavelmente tem alguns resultados de alto nível que você está tentando criar (aumentando inscrições, aumentando o uso, etc.). Pense em como você pode decompor esses resultados de alto nível em partes menores. Quais comportamentos irão prever melhor uso? Mais visitantes no site? Mais downloads do seu aplicativo? Aumentando número de itens no carrinho de compras? Às vezes, é útil administrar uma equipe brainstorm para criar uma lista de resultados possíveis que você acredita que irão prever o resultado maior que você busca.

Visita de usuários por mês

ligações de suporte ao cliente

visitantes da pesquisa orgânica

taxa de conversão para pagamento

inscrições por e-mail de visitantes diários

compartilhamentos sociais do site

taxa de conversão para pagamento



Mateus Henrique da silva

AARRR! (PIRATAS)

Aquisição

Ativação

Retenção

Referência

Receita



Mateus Henrique da Silva

- **Aquisição**
Podemos levar os clientes a nosso novo recurso ou produto?
- **Ativação**
Depois de colocá-los lá, podemos fazer com que eles usem?
- **Retenção**
Podemos fazer com que eles usem novamente? E de novo?
- **Referência**
Podemos fazê-los contar a seus amigos, colegas, chefes ou outras pessoas sobre isso?
- Receita**
Podemos fazer com que eles nos paguem por esse recurso?

resultados de negócios

- Cada etapa nesta estrutura indica um maior nível de envolvimento de seu clientes. E, em um produto ou serviço digital, todos esses comportamentos são mensuráveis, o que significa que eles servem como excelentes resultados de negócios para determinar o tração de seus esforços e onde concentrar seus esforços de otimização.
- Produto, resultado e impacto Falamos muito neste capítulo sobre os resultados como a medida de sucesso para o seu produtos.

medidas diferentes de sucesso:

- retenção em 50% mas só consegue melhorar em 42%, isso significa que eles falharam? Não é sempre claro. Essas são medidas de alto nível da saúde dos negócios. A maioria das empresas mede esses na forma de receita, lucros, vendas, Net Promoter Score e assim por diante. Como medida de sucesso no nível da equipe, estes são geralmente de nível muito alto porque muitas vezes é difícil atribuir uma correlação direta entre o lançamento de um recurso tático ou um sistema.

- Portanto, é do seu interesse pedir às suas equipes que trabalhem no nível dos resultados métricas. correlação direta entre o trabalho que estão fazendo e mudanças explícitas no comportamento do cliente.
- A seção mostrará como gostamos de criar personas para o processo



FIM

Mateus Henrique da Silva