

GRUPO 5 - LANÇAMENTO DE PRODUTO (GO-TO-MARKET)

CONTEXTO

Projeto: Lançamento de SaaS B2B para gestão de contratos

Empresa: Scale-up de software (Series A recém-captado)

Urgência: Burn rate alto, precisa começar a faturar!

DADOS DO PROJETO

Backlog Total: 200 itens (marketing + vendas + tech + suporte)

Throughput Histórico (últimas 15 semanas): 15, 18, 12, 20, 16, 14, 22, 17, 19, 16, 21, 18, 16, 21, 18 itens/semana

Equipe: 15 pessoas (5 dev + 3 marketing + 3 vendas + 2 CS + 2 produto)

Deadline: 25 semanas

Custo por Pessoa-Semana: R\$ 5.200

RISCOS IDENTIFICADOS

1. Pivatar estratégia após feedback inicial de clientes

- Probabilidade: 50% (startup = incerteza!)
- Impacto: 20 a 50 itens adicionais (mais provável: 30)

2. Atraso no desenvolvimento de integrações

- Probabilidade: 40%
- Impacto: 15 a 40 itens adicionais (mais provável: 25)

3. Campanha de marketing precisa de ajustes

- Probabilidade: 60%
- Impacto: 10 a 20 itens adicionais (mais provável: 15)

DESAFIOS PARA ANÁLISE

1.  Com 200 itens, a capacidade da equipe é suficiente?
2.  Qual o impacto real dos riscos? (testar cenário pessimista)
3.  Custo total (P85)? Os investidores vão aprovar?
4.  **Estratégia:** Melhor lançar MVP rápido e iterar, ou esperar o produto completo?

INSIGHT: 50% de chance de pivô muda TUDO! Como lidar com isso?

PASSOS NO FLOW FORECASTER

1. Simulação básica (200 itens)
2. Adicionar os 3 riscos
3. Usar Machine Learning para ver tendência (12 amostras = suficiente)
4. Comparar MC vs ML → Se divergirem muito, por quê?
5. Análise de Custos → Ver se cabe no budget de Series A
6. Discussão: MVP (100 itens) em 12 semanas vs Produto Completo (200 itens) em 25 semanas?

Tempo: 20 minutos para análise + 5 minutos para preparar apresentação