Kickoff

Contexto inicial:

- Quem são seus *stakeholders*, usuário e clientes?
- Qual o time scrum do projeto, incluindo o número de pessoas e as habilidades para cada uma delas. Pense aqui em uma equipe enxuta, contendo o mínimo possível para executar o MVP em um tempo razoável e com a qualidade adequada.

1 Ask the main sponsor of the initiative to open the Lean Inception with a speech about the initiative to be worked on.

2 Make a brief presentation about the Lean Inception agenda and the concept of MVP.

3 Ask everyone to write their names, using the color that identifies the level of participation.

Stakeholders:

Empresa com características internas para tornar o maior engajamento dos clientes com as informações mais relevantes ao projeto	Proprietários de veículos elétricos da concessionária Volvo Ubicos usuários	O cliente é a concessionária de veículos Volvo	Equipe de marketing da concessionária Volvo Buscando as informações no projeto

Equipe técnica:

1 Product Owner será representar os interesses do cliente e será o dono desse projeto. Product Owner que já é dublado retirado a concessionária de veículos na área de TI	1 Scrum Master será responsável por aplicar o scrum para a equipe. Scrum Master com conhecimento em metodologia de comunicação e gerenciamento técnica	3 Desenvolvedores farão parte desse projeto. Sabendo desenvolver aplicações em uma plataforma móvel, sendo essas pessoas conhecimento em desenvolver no backend e o com experiência no frontend	1 designer uma representar que será a conhecimento no que terá o ambiente de aparência e estética da UX. Designer com experiência de concessionária de veículos

miro

Agenda

	MONDAY	TUESDAY	WEDNESDAY	THURSDAY	FRIDAY
MORNING	KICKOFF PRODUCT VISION	PERSONAS	FEATURE BRAINSTORMING	SEQUENCER	SHOWCASE
LUNCH					
AFTERNOON	IN SCOPE / OUT OF SCOPE PRODUCT BOX	USER JOURNEYS	TECH, BUSINESS AND UX REVIEW	MVP CANVAS	SHOWCASE

miro

Parking-lot

The Parking Lot helps to momentarily park conversations, ideas or questions that are raised during a conversation but are not useful for discussion at that specific time. It is an essential tool for the facilitator at any time during the workshop, as it is a polite way of saying: "yes, I heard you, but this conversation is for later".

Glossary

Take advantage of the Lean Inception to validate, adjust and give visibility to the vocabulary of the domain. It is very important that everyone involved - business, technology and user representatives - communicate and register the generated artifacts with a common language. Make sure to check the understanding of each word in the domain, and place it in the Glossary, visible to everyone.

Product Vision

Somewhere between the idea and the launch of the MVP, the product vision helps you to walk the initial path. It defines the essence of your business value and should reflect a clear and compelling message to your customers. This activity will help you to define the product vision in a collaborative way.

With a clear view of the product, you can determine how the initial "pieces" of the business will come together.

1 Divide the team into three groups and request that each group fill only the blanks selected in its respective template.

2 Ask each group to read their respective incomplete sentence and copy their post-its to the single template.

3 Ask the team to consolidate a homogeneous sentence, copying or rewriting the previous notes, as needed.

THE PRODUCT VISION

For: soccer players .

whose: problem that needs to be solved soccer matches. *have a hard time to find* .

the: Easy-bola the product , is a: mobile app product category,

that: key-benefits, reason to buy it . *makes it easy to find matches.*

Different from: competition or current alternative . *word of mouth*

our product: key differentiator . *maximizes the chances of finding a game*

"Now about balance the wording all the desing, the product vision begins here and ..."

Lean Inception

THE PRODUCT VISION

For:

whose: problem that needs to be solved

the: Evolve the product... is a: Aplicativo mobile

that: key benefit, compelling reason to buy it

Different from: competition on alternatives

our product: key differentiation

THE PRODUCT VISION

For: *Usuários de carros elétricos da concessionária Volks* .

whose: problem that needs to be solved *Que tem interesse em alocarem pontos de recarga para os seus carros elétricos e funcionando* .

the: *EVolva* product , **is a:** product category *Aplicativo mobile* ;

that: key-benefits, reason to buy it *Que facilita encontrar carregadores para veículos elétricos.* .

Different from: competition or current alternative *Utilizar os aplicativos que mostram carregadores ou usar carregadores funcionando ou não* .

our product: key-differentiation *Disponibiliza apenas os carregadores devidamente homologados e funcionando corretamente* .
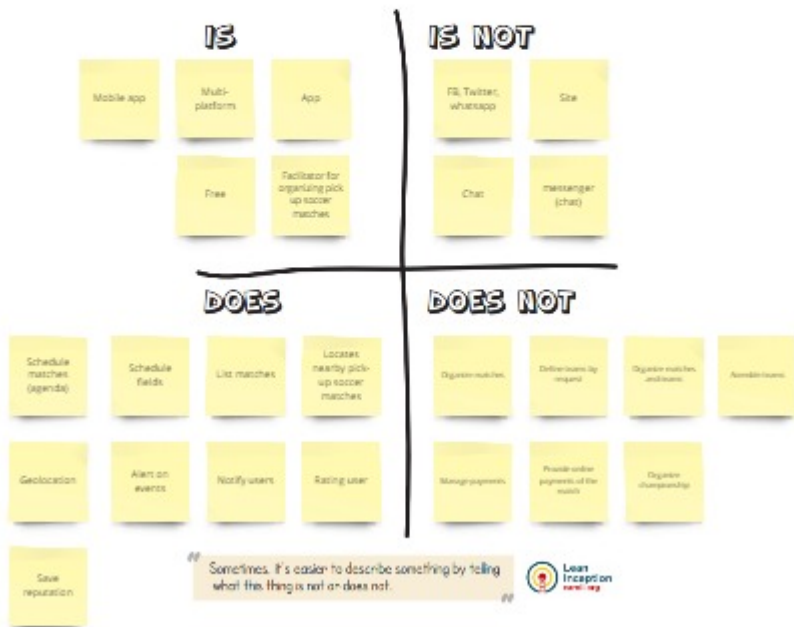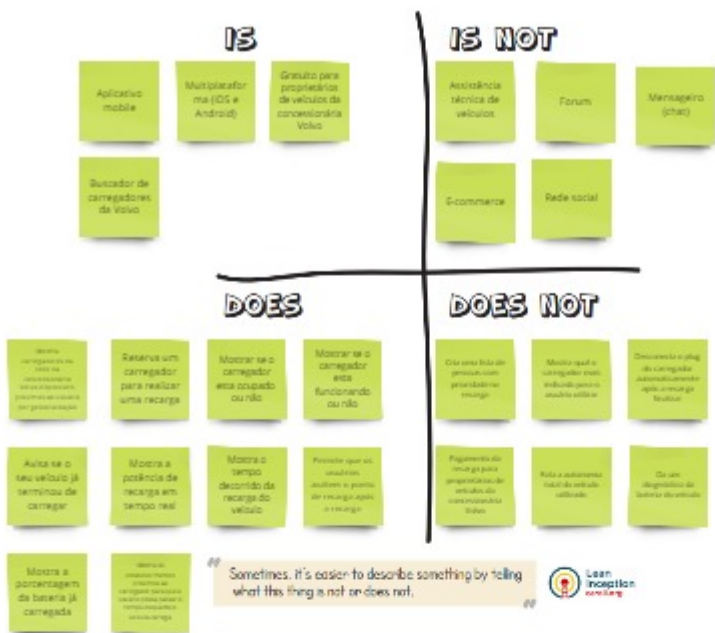
The Product IS - IS NOT - DOES - DOES NOT DO

It is often easier to describe what something is not or does not do. This activity seeks classifications about the product following the four guidelines, specifically asking each positive and negative aspect about the product being or doing something.

Deciding what NOT to do is AS IMPORTANT as deciding what to do.

1 Divide the team into two groups and request that each group fill only the blanks selected in its respective template.

2 Ask a person to read a note. Talk about it. Group similar ones into a 'cluster' and place it on Canvas 1.

3 Go back to step 2, then ask the same for another person in the next group, until all notes are finished.

IS

- Mobile app
- Multi-platform
- App
- Free
- Facilitator for organizing pick up soccer matches

IS NOT

- FB, Twitter, whatsapp
- Site
- Chat
- messenger (chat)

DOES

- Schedule matches (agenda)
- Schedule fields
- List matches
- Locates nearby pick-up soccer matches
- Geolocation
- Alert on events
- Notify users
- Rating user
- Save reputation

DOES NOT

- Organize matches
- Define teams by request
- Organize matches and teams
- Assemble teams
- Manage payments
- Provide online payments of the match
- Organize championship

> Sometimes, it's easier to describe something by telling what this thing is not or does not.

IS

- Aplicativo mobile
- Multiplataforma (iOS e Android)
- Gratuito para proprietários de veículos da concessionária Volvo
- Buscador de carregadores da Volvo

IS NOT

- Assistência técnica de veículos
- Forum
- Mensageiro (chat)
- E-commerce
- Rede social

DOES

- Mostra carregadores na rota na concessionária como uma estação pública ao usuário por geolocalização
- Reserva um carregador para realizar uma recarga
- Mostrar se o carregador está ocupado ou não
- Mostrar se o carregador está funcionando ou não
- Avisa se o seu veículo já terminou de carregar
- Mostra a potência de recarga em tempo real
- Mostra o tempo decorrido da recarga do veículo
- Permite que os usuários avaliem o ponto de recarga após a recarga
- Mostra a porcentagem da bateria já carregada
- Identifica conexão tempo próximo ao carregador sensação como o custo para o tempo disponível antes da carga

DOES NOT

- Cria uma lista de pessoas com prioridade na recarga
- Mostra qual o carregador mais indicado para o usuário utilizar
- Desconecta o plug do carregador automaticamente após a recarga finalizar
- Pagamento da recarga para proprietários de veículos da concessionária Volvo
- Faz a autonomia total do veículo utilizado
- Dá um diagnóstico da bateria do veículo

> Sometimes, it's easier to describe something by telling what this thing is not or does not.

IS

- Aplicativo mobile
- Multiplataforma (iOS e Android)
- Gratuito para proprietários de veículos da concessionária Volvo
- Buscador de carregadores da Volvo

IS NOT

- Assistência técnica de veículos
- Forum
- Mensagem (chat)
- E-commerce
- Rede social

DOES

- Mostra carregadores da rede da concessionária Volvo disponíveis, próximos ou usados por geolocalização
- Reserva um carregador para realizar uma recarga
- Mostrar se o carregador esta ocupado ou não
- Mostrar se o carregador esta funcionando ou não
- Avisa se o seu veículo já terminou de carregar
- Mostra a potência de recarga em tempo real
- Mostra o tempo decorrido da recarga do veículo
- Permite que os usuários avaliem o ponto de recarga após a recarga
- Mostra a porcentagem da bateria já carregada

DOES NOT

- Cria uma lista de pessoas com prioridade na recarga
- Mostra qual o carregador mais indicado para o usuário utilizar
- Desconecta o plug do carregador automaticamente após a recarga finalizar
- Pagamento da recarga para proprietários de veículos da concessionária Volvo
- Faz a manutenção total do veículo utilizado
- Da um diagnóstico da bateria do veículo
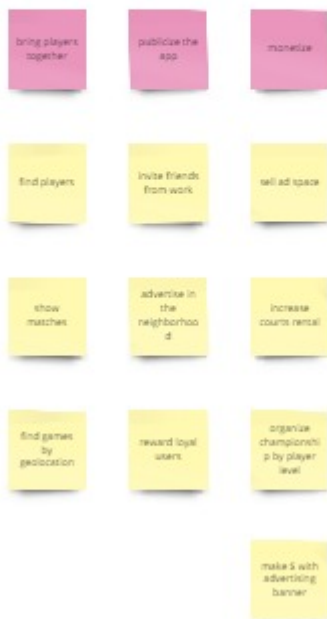
miro

Product Goals

Each participant must share what they understand as a business goal, and the various points of view must be discussed to reach a consensus on what is really important. This activity helps in raising and clarifying the main objectives.

If you have to summarize the product in three business goals, what would they be?

1 Divide the team into three groups and request that each group fill only the blanks selected in its respective template.

2 Ask participants to share what they have written, grouping them by similarity in the 'cluster'.

3 Define a title for each of the 'clusters'.

bring players together	publicize the app	monetize
find players	invite friends from work	sell ad space
show matches	advertise in the neighborhood	increase courts rental
find games by geolocation	reward loyal users	organize championship by player level
		make $ with advertising banner

miro

Ferramenta centrada na navegação para os proprietários de veículos da concessionária Sasse

Divulgação da rede de recarga como marketing para a concessionária Sasse

Manutenção da recarga para não proprietários de veículos elétricos da concessionária Sasse

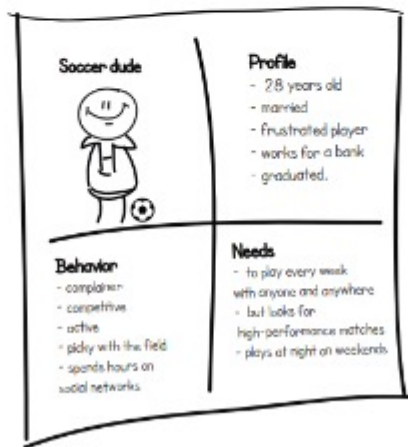Incrementar sistema de fidelidade com vantagens e outros para os momentos de uso da concessionária Sasse

Personas

To effectively identify the features of a product, it is important to keep users and their goals in mind. A persona creates a realistic representation of users, helping the team to describe features from the point of view of those who will interact with the final product.

A persona represents a user of the product, describing not only his/her role, but also characteristics and needs.

1 Divide the team into three groups and ask each to describe ONE persona.

2 Each group presents its persona to the entire team.

3 Optionally, make more rounds to describe other personas. After each round, group them by similarity.

> "To effectively identify the functionalities of a product it is important to have in mind users and their goals."

Soccer dude

Profile
- 28 years old
- married
- frustrated player
- works for a bank
- graduated.

Behavior
- complainer
- competitive
- active
- picky with the field
- spends hours on social networks

Needs
- to play every week with anyone and anywhere
- but looks for high-performance matches
- plays at night on weekends

miro

Stefano

Perfil: 40 anos; casado; trabalha em outra cidade e faz ida e volta todos os dias ao... da semana; classe alta; gerente; proprietário de veículo elétrico da Volvo;

Comportamento: Não tem muito tempo disponível; tem muita paciência; faz muitas reuniões durante o dia; está sempre com o celular em mãos e antenado nas novas tecnologias;

Necessidades: Precisa de um carregador de alta potência sempre disponível em seu caminho. Precisa de um ambiente confiável e intuitivo alguns o que ele possa fazer reuniões e almoçar enquanto o seu veículo carrega. Não quer jogar tba para carregar o seu veículo.

Cesar

Perfil: 50 anos; casado; viaja todo final de semana e feriado para a casa na praia; classe alta; empresário; proprietário de veículo elétrico da Volvo;

Comportamento: Tem bastante tempo disponível; viaja com a família; Não tem muita praticidade com novas tecnologias

Necessidades: Quer parar e comer para carregar em um ambiente confortável que atenda todas as suas necessidades e no dia sua família. Não quer menos por muito tempo no aplicativo.

Persona 3

Rafael

Perfil: 30 anos; casado; raramente utiliza carro elétrico; classe média alta; consultor; utiliza veículo elétrico da Volvo ocasionalmente;

Comportamento: Busca uma recarga de oportunidade em suas viagens a trabalho; tem curiosidade sobre os carregadores para veículos elétricos; Não tem muita conhecimento sobre veículos elétricos

Necessidades: Precisa de um carregador qualquer; Precisa de carregadores próximos por estar com pouca bateria no veículo;

Stefano

Perfil: 40 anos; casado; trabalha em outra cidade e faz bate e volta todos os dias úteis da semana; classe alta; gerente; proprietário de veículo elétrico da Volvo;

Comportamento: Não tem muito tempo disponível; sem muita paciência; faz muitas reuniões durante o dia; anda sempre com o celular em mãos e antenado nas novas tecnologias;

Necessidades: Precisa de um carregador de alta potência sempre disponível em seu caminho; Precisa de um ambiente confortável e estruturado para que ele possa fazer reuniões e almoçar enquanto o seu veículo carrega; Não quer pegar fila para carregar o seu veículo;

Cesar

Perfil: 50 anos; casado; viaja todo final de semana e feriado para a casa na praia; classe alta; empresário; proprietário de veículo elétrico da Volvo;

Comportamento: Tem bastante tempo disponível; viaja com a família; Não tem muita praticidade com novas tecnologias

Necessidades: Quer parar o carro para carregar em um ambiente confortável que atenda todas as suas necessidades e as de sua família; Não quer mexer por muito tempo no aplicativo

User Journeys

The journey describes a user's journey through a sequence of steps to reach a goal. Some of these steps represent different points of contact with the product, characterizing the person's interaction with it.

What goal does the persona want to achieve? Describe the journey step by step until the persona reaches it.

1. Divide the team into three groups and ask each to describe ONE journey.

2. Each group presents its journey to the entire team.

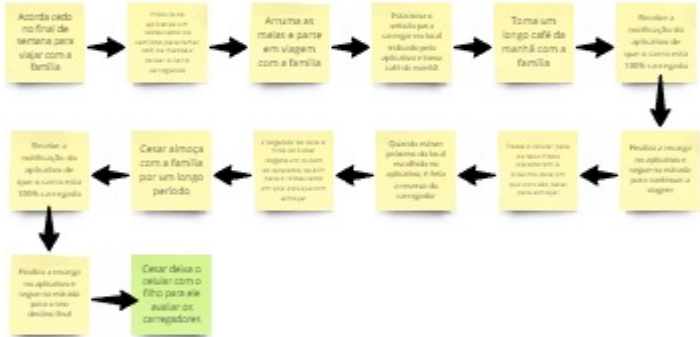3. Optionally, make more rounds to describe other journeys.
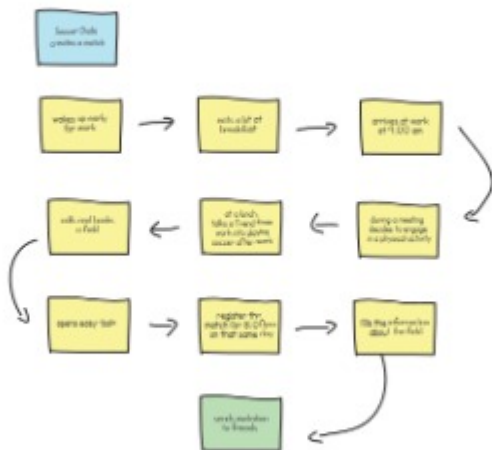
> The User Journey describes a sequence of steps a user follows in order to reach a goal.

Journey 1 — Stefano

Stefano se cadastra no aplicativo EVolvo

Acorda não muito cedo para trabalhar → Toma seu café da manhã rapidamente e inicia seus trabalhos de home office → Analisa uma câmera em seu carro e abre o aplicativo Volvo para verificar os carregadores disponíveis mais próximos → Inicia a viagem até outra cidade para atender o seu cliente → Quando estiver próximo do local indicado pelo aplicativo, abre o APP para reservar o carregador → Para o veículo para carregar no local indicado pelo aplicativo, almoça rápido e trabalha

↓

Acompanha a recarga através do aplicativo EVolvo

↓

Chegando próximo do local indicado pelo aplicativo, abre o APP para reservar o carregador ← Se desloca até o local indicado pelo aplicativo onde tem um carregador disponível ← ... que sai no cliente em uma para buscar pontos de recarga no caminho para a sua casa ← Realiza a reunião com o cliente ← Ao atingir carga suficiente de pausa a recarga e sai com o seu veículo com destino ao cliente ← Acompanha a recarga através do aplicativo EVolvo

↓

Toma um café da tarde rápido e faz uma reunião online → Finaliza a recarga do seu veículo → Termina a viagem até a sua casa → *Após chegar em casa e tomar banho ele avalia os pontos de recarga que ele utilizou no aplicativo*

Journey 2 — Cesar

Cesar se cadastra no aplicativo EVolvo

Acorda cedo no final de semana para viajar com a família → Pesquisa os aplicativos em uma cidade em sua viagem para verificar os carregadores para reservar o carregador → Arruma as malas e parte em viagem com a família → Posiciona o veículo para carregar no local indicado pelo aplicativo e toma café da manhã → Toma um longo café da manhã com a família → Recebe a notificação do aplicativo de que o carro está 100% carregado

↓

Recebe a notificação do aplicativo de que o carro está 100% carregado ← Cesar almoça com a família por um longo período ← ... ← Quando estiver próximo do local escolhido no aplicativo, é feita a reserva do carregador ← Pausa a recarga para as viagens ... ← Finaliza a recarga no aplicativo e segue viagem estando pronto para continuar a viagem

↓

Finaliza a recarga no aplicativo e segue no veículo para o seu destino final → **Cesar deixa o celular com o filho para ele avaliar os carregadores**

Journey 3 — Rafael

Rafael faz um cadastro rápido no aplicativo através de sua conta Google

Acorda cedo para trabalhar → Toma o seu café da manhã rapidamente para ir ao trabalho → Chegando no trabalho ele se depara com as tarefas do dia → Rafael pega o carro elétrico da empresa para se deslocar até um cliente → Pega o veículo na reserva para se deslocar... → Rafael chega no seu cliente com baixa autonomia no veículo

↓

Rafael verifica uma lista de veículos para poder carregar o seu veículo ← Chega no local indicado pelo aplicativo para iniciar a recarga sendo feito reserva ← Rafael escolhe no aplicativo o carregador mais próximo ← Já na autônoma ele reserva no seu aplicativo e aciona a central dos carregadores próximos disponíveis ← A logística escolhida pela empresa para retornar para a empresa é rápido devido ao trânsito ← Após o término da recarga Rafael segue de volta para a empresa para devolver o carro

↓

Chegando a local até ele coloca o carro para carregar no carregador mais rápido disponível → Terminada a recarga ele retorna para a empresa para devolver o veículo → *viagem em casa ele avalia como foram os carregadores...*

```mermaid
```

Stefano se cadastra no aplicativo EVolvo

Acorda não muito cedo para trabalhar → **Toma seu café da manhã rapidamente e inicia o seu trabalho de home office** → **Planeja uma visita em seu cliente e abre o aplicativo EVolvo para verificar os carregadores disponíveis no caminho** → **Inicia a viagem até outra cidade para atender o seu cliente** → **Quando estiver próximo do local indicado pelo aplicativo, abre o APP para reservar o carregador** → **Para o veículo para carregar no local indicado pelo aplicativo, enquanto almoça rápido e trabalha**

↓

Chegando próximo do local indicado pelo aplicativo, abre o APP para reservar o carregador ← **Se desloca até o local indicado pelo aplicativo onde tem um carregador disponível** ← **Ao sair do cliente ele abre o aplicativo para buscar pontos de recarga no caminho para a sua casa** ← **Finaliza a reunião com o cliente** ← **Ao atingir carga o suficiente ele pausa a recarga e sai com o seu veículo com destino ao cliente** ← **Acompanha a recarga através do aplicativo EVolvo**

↓

Toma um café da tarde rápido e faz uma reunião online → **Finaliza a recarga do seu veículo** → **Termina a viagem até a sua casa**

Após chegar em casa e tomar banho ele avalia os pontos de recarga que ele utilizou no aplicativo

miro

Cesar se cadastra no aplicativo EVolvo

Acorda cedo no final de semana para viajar com a família → **Procura no aplicativo um restaurante no caminho para tomar café da manhã e deixar o carro carregando** → **Arruma as malas e parte em viagem com a família** → **Estaciona o veículo para carregar no local indicado pelo aplicativo e toma café da manhã** → **Toma um longo café da manhã com a família** → **Recebe a notificação do aplicativo de que o carro esta 100% carregado**

↓

Recebe a notificação do aplicativo de que o carro esta 100% carregado ← **Cesar almoça com a família por um longo período** ← **Chegando no local a filha de Cesar integra um cupom de desconto no APP para o restaurante em que eles querem almoçar** ← **Quando estiver próximo do local escolhido no aplicativo, é feita a reserva do carregador** ← **Passa o celular para os seus filhos escolherem o próximo local em que eles vão parar para o almoço** ← **Finaliza a recarga no aplicativo e segue para continuar a viagem**

↓

Finaliza a recarga no aplicativo e segue na estrada para o seu destino final → **Cesar deixa o celular com o filho para ele avaliar os carregadores**

Rafael fez um cadastro rápido no aplicativo através de sua conta Google

Acorda cedo para trabalhar

→ Toma o seu café da manhã rapidamente para ir ao trabalho

→ Chegando no trabalho ele se depara com as tarefas do dia

→ Rafael pega o carro elétrico da empresa para se deslocar até um cliente

→ Pega o veículo mas desloca para o cliente sem planejar a viagem devido a baixa disponibilidade do cliente

→ Rafael chega no seu cliente com baixa autonomia no veículo

↓

Após o término da reunião Rafael segue de volta para a empresa para devolver o carro.

← A trajetória escolhida para retornar para a empresa é a mais rápida devido ao trânsito

← Já no caminho ele fez pausas rápidas para abrir o aplicativo e verificar carregadores próximos disponíveis

← Rafael escolhe no aplicativo o carregador mais próximo

← Chega no local indicado pelo aplicativo para iniciar a recarga sem ter feito reserva

← Rafael enfrenta uma fila de veículos para poder carregar o seu veículo

↓

Chegando a sua vez ele coloca o carro para carregar no carregador mais rápido disponível

→ Terminada a recarga ele retorna para a empresa para devolver o veículo

→ Chegando em casa ele pensa em entender melhor sobre o aplicativo que recarrega seu carro para não passar mais sufoco

Feature Brainstorming

A feature represents a user's action or interaction with the product, for example: printing invoices, consulting detailed statements and inviting Facebook friends. The description of a feature must be as simple as possible, aiming to meet a business goal, a persona need, and / or contemplating a step in the journey.

The user is trying to do something, so the product must have a feature for that. What is this feature?

1 Ask someone to read, slowly, the step-by-step of a user's journey.

2 While reading, other people share feature ideas.

3 When a feature is identified, describe it and place it on the board. Repeat the previous steps for all journeys.

Cancel participation	Alert mode	Player register	Rank a player	Alert of canceled match
Detailed filter	Financial details of the match	Field ranking	Alert of confirmed match	Invite a friend to the match
Players ranking (visualization)	Find matches without geolocation	Cancel match	Confirm participation	Match register
Match details (place, time and day)	Find matches with geolocation			

miro

Classificação dos carregadores

Filtro detalhados dos carregadores

Módulo de notificação

Agendamento de recarga

Consulta de carregadores próximos com geolocalização

Consulta de carregadores sem geolocalização

Notificação de carro 100% carregado

Encerrar a recarga através do aplicativo

Cancelar agendamento do carregador

Notificação de reserva cancelada

Informações detalhadas dos carregadores

Cadastro de usuário através de uma conta de e-mail

Status dos carregadores em tempo real

Login/cadastro do usuário através da conta do Google

Login/cadastro do usuário através da conta da Apple

Mecanismo organizacional que garanta a efetividade do ISMS

Sistema de backup diário do banco de dados

Na atividade 6, os cards da cor rosa serão enviados para o Parking lot
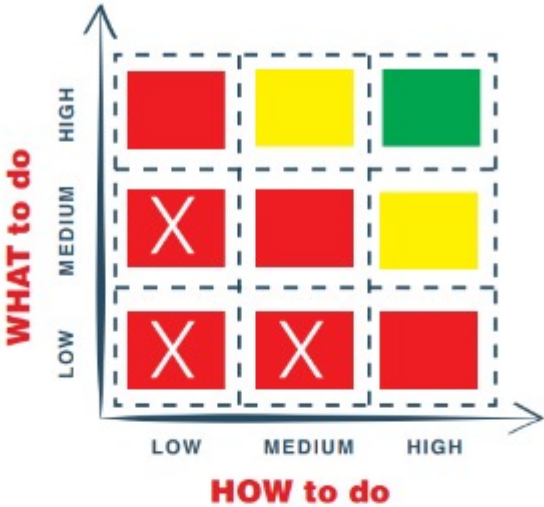
miro

Technical, Business and UX Review

This review aims to discuss how the team feels about technical, business and UX understanding for each feature. From this activity, new clarifications will happen and the disagreements and doubts will become more apparent.

The colors and markings will assist the team in subsequent activities to prioritize, estimate and plan.

1 Ask a person to choose and drag a feature, going through the graph and table.

2 Define the color according to the confidence level and make markings (on a scale of 1 to 3) of business value, effort and UX value - S, E and ♥.

3 Confirm that everyone agrees; choose the next person and return to step 1.

FF I <3<3<3 Cancel participation	FF II <3<3 Financial details of the match	FF II <3 Match register	F III <3<3 Player register	F III <3<3<3 Cancel match
F II <3<3<3 Match details (place, time and day)	FFF II <3<3 Alert of canceled match	F III <3<3<3 Real matches without graduation	FF I <3<3<3 Confirm participation	FFF III <3<3<3 Alert Dispatcher
F III <3<3<3 Alert of confirmed match	F III <3<3<3 Invite a friend to the match	F III <3<3<3 Players ranking (visualization)	F III <3<3<3 Field ranking	

miro

TECHNICAL, USER EXPERIENCE AND BUSINESS REVIEW

EFFORT	E	EE	EEE
BUSINESS	$	$$	$$$
UX	♥	♥♥	♥♥♥

> The first step in organizing your work is relatively coloring and marking each item. Then you can start prioritizing your list, so that you decide what to focus on.

Lean Inception
caroli.org

Sequencer

The Feature Sequencer assists in organizing and viewing the features and the incremental validation of the product.

Define the MVP and its subsequent increments.

1 Ask people to decide the first feature

2 Bring more cards to the sequencer. Respect the rules.

3 Identify the MVP and the increments of the product.

RULES

Rule 1: A wave can contain a maximum of three cards.

Rule 2: A wave cannot contain more than one red card.

Rule 3: A wave cannot contain three cards, only yellow or red.

Rule 4: The total effort of the cards cannot exceed five Es.

Rule 5: The sum of the value of the cards cannot be less than four $ s and four hearts.

Rule 6: If one card depends on another, that other card must be on some previous wave.

① FF $$ <$ Match register | F $$ <> Player register | F $$$ <><><> Final matches without graduation

② FF $ <><><> Confirm participation | **MVP** | F $$ <><><> Match details (place, time and day) | FF $ <><><> Cancel participation

③ F $$$ <><> Cancel match | FFF $$$ <><><> Alert Dispatcher | F $$$ <><><> Alert of confirmed match | **INCREMENT**

④ FFF $$ <><><> Alert of canceled match | FF $$ <><> Financial details of the match

⑤

" Get ready, plan, work and conquer! "

SEQUENCER

① | Cadastro de usuário através de uma conta de e-mail | Consulta de carregadores sem geolocalização | Informações detalhadas dos carregadores | Status de funcionamento dos carregadores em tempo real

② | Consulta de carregadores próximos com geolocalização | Módulo de notificação | Agendamento de recarga | **MVP**

③ | Classificação dos carregadores | Filtro detalhados dos carregadores | Encerrar a recarga através do aplicativo

④ | Notificação de carro 100% carregado | Cancelar agendamento do carregador | Notificação de reserva cancelada | **INCREMENT**

⑤ | Cadastro avançado para intermediar os veículos para recarregar e coletar dados através dos chaves dos veículos | Sistema de triagem, recolhe os resíduos e repassa para os setores necessários preservando os carregadores

Get ready, plan, work and conquer!

Lean
Inception
caroli.org

MVP Canvas

The MVP Canvas is a visual chart that helps the team to align and define the MVP, the simplest version of the product that can be made available to the business (minimum product) and that can be effectively used and validated by the end user (viable product).

The team has already discussed what makes up the MVP and has already talked about what is expected of it, the time has come to summarize everything.

1. Divide the team into two groups and ask each group to complete the MVP canvas in their respective template.

2. Ask each group to present their Canvas MVP.

3. Ask the team to consolidate the seven blocks of the MVP canvas, using and changing the previous notes as needed.
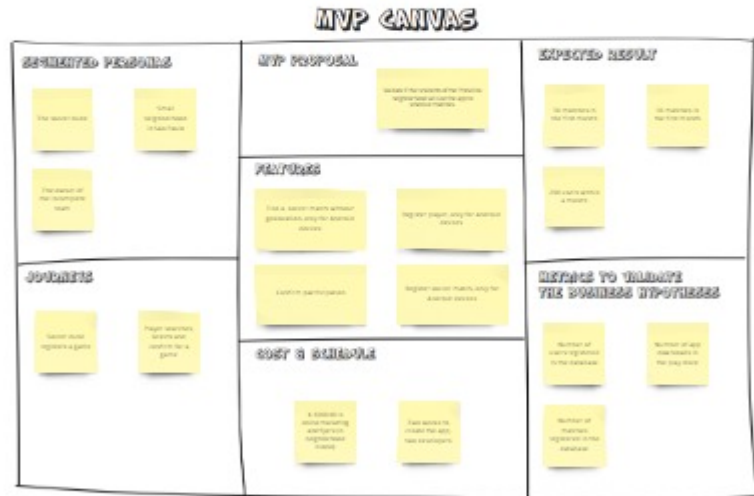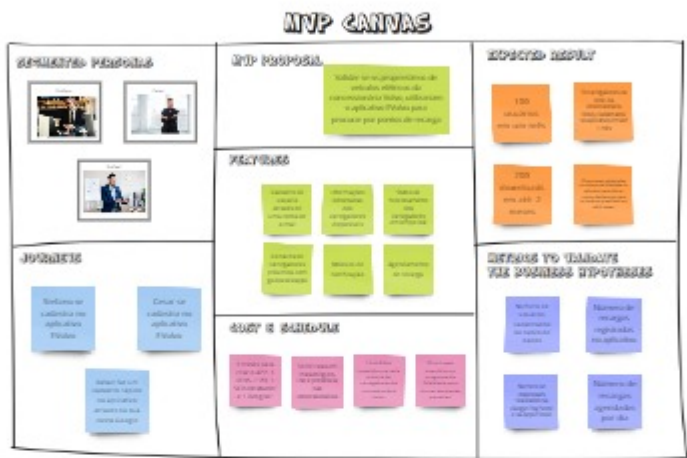
Do not waste time, money and effort creating the wrong product. Validate your idea and build your MVP!

MVP CANVAS

SEGMENTED PERSONAS

MVP PROPOSAL

Validar se os proprietários de veículos elétricos irão aderir a nossa forma de comunicação de falhas, utilizando o aplicativo EVolvo para procurar por pontos de recarga.

EXPECTED RESULT

100 usuários em um mês

200 downloads em até 2 meses.

FEATURES

Cadastro de usuário através de uma conta de e-mail

Informações detalhadas dos carregadores disponíveis

Status e funcionamento dos carregadores previamente

Consulta de carregadores próximos com geolocalização

Módulo de notificação

Agendamento de recarga

JOURNEYS

Stefano se cadastra no aplicativo EVolvo

Cesar se cadastra no aplicativo EVolvo

Rafael faz um cadastro rápido no aplicativo através da sua conta Google

COST & SCHEDULE

METRICS TO VALIDATE THE BUSINESS HYPOTHESES

Número de usuários cadastrados, exclusão de dados

Número de recargas registradas no aplicativo

Número de downloads mensais na Google Play Store

Número de recargas agendadas por dia

Do not waste time, money and effort creating the wrong product. Validate your idea and build your MVP!

Lean Inception
caroli.org

miro

SHOWCASE