



AGENDA

Quem já viveu essa situação?

- + Como criar uma visão inicial do seu problema e hipótese de solução através de fatos e evidências

Por que as empresas falham?

- + A maior falha da minha carreira

O que é Customer Development?

- + Que conceito é esse? Como funciona?

Job To Be Done

- + Que dor você precisa resolver?



DUDU MAGALHÃES

GPM @rdstation

Professor @unisinos

Mentor @somostera

Idealizador @productloop

Linked In /dudumagalhaes

CUSTOMER DEVELOPMENT

**QUEM JÁ SE VIU
NESSA SITUAÇÃO?**

QUEM NUNCA PASSOU POR ESSA SITUAÇÃO?

PRECISAMOS FAZER
ISSO POIS AQUELE APP
DA CHINA FAZ A
MESMA COISA COM
MUITO SUCESSO!



QUEM NUNCA PASSOU POR ESSA SITUAÇÃO?

PRECISAMOS FAZER
ISSO POIS AQUELE APP
DA CHINA FAZ A
MESMA COISA COM
MUITO SUCESSO!



LÁ VEM ESSE
CARA COM OS
ACHISMOS DELE...

QUEM NUNCA PASSOU POR ESSA SITUAÇÃO?

PRECISAMOS FAZER ISSO POIS AQUELE APP DA CHINA FAZ A MESMA COISA COM MUITO SUCESSO!

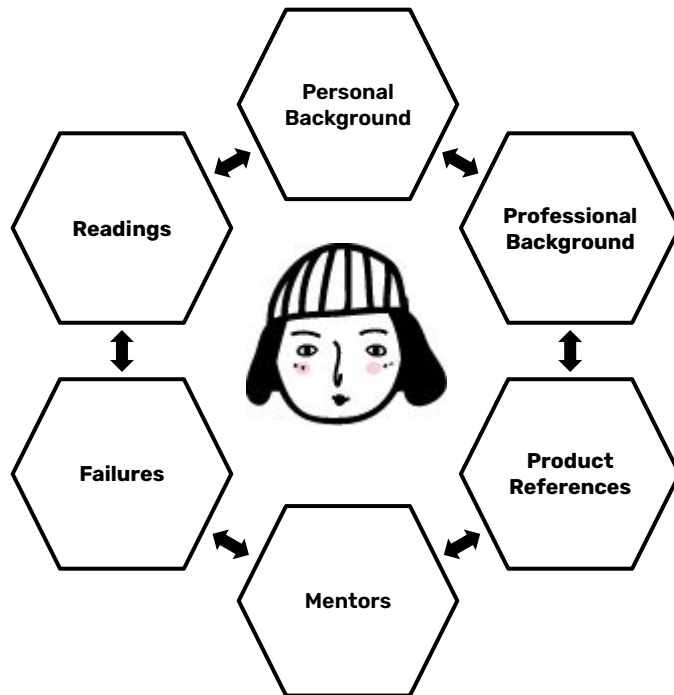
POSSO FAZER UMA PERGUNTA? POR QUE VAMOS FAZER ISSO? QUAL PROBLEMA VOCÊ ESTÁ RESOLVENDO?

LÁ VEM ESSE CARA COM OS ACHISMOS DELE...



**NA IMENSA MAIORIA DAS
VEZES, IDENTIFICAMOS ESSA
SITUAÇÃO COMO ALGO RUIM,
MAS PODEMOS ENCARÁ-LA
SOB UM VIÉS POSITIVO...**

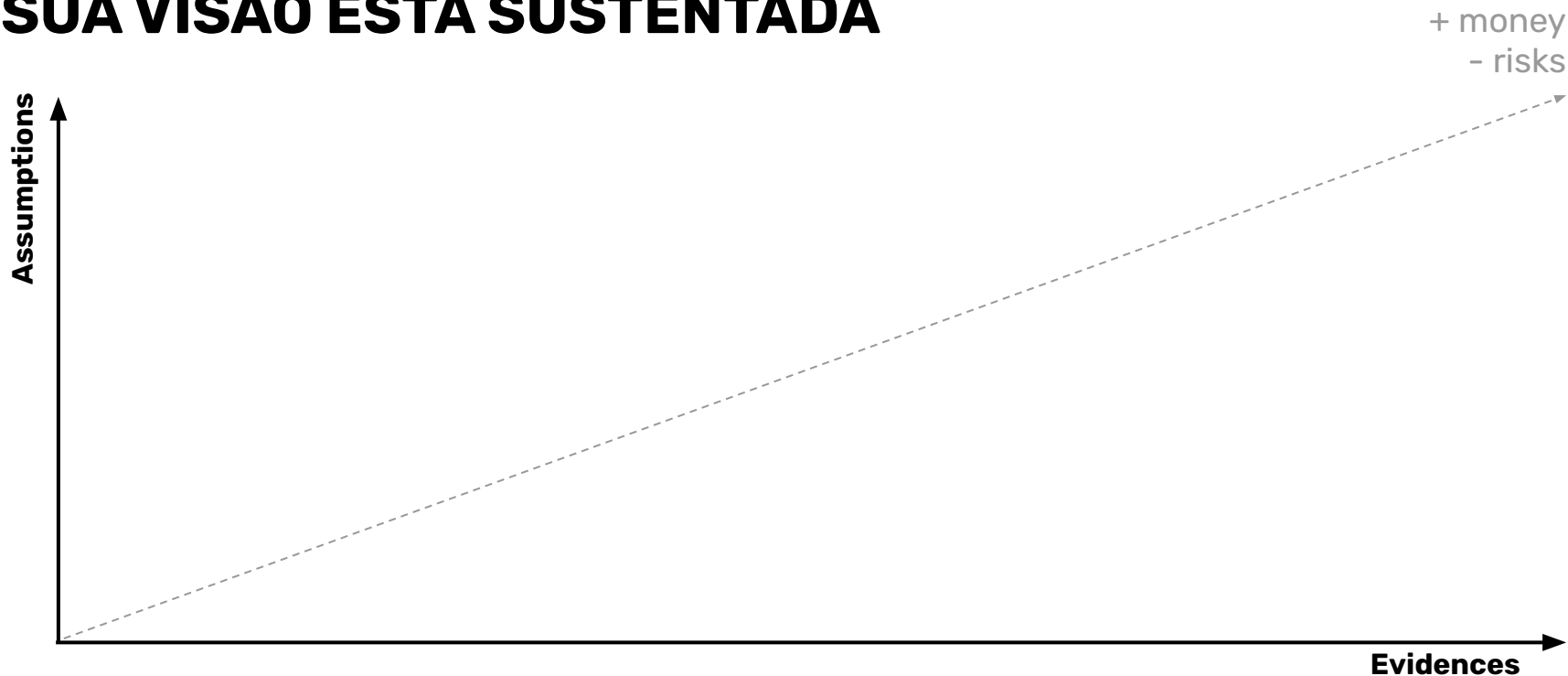
TUDO O PROFISSIONAL QUE LIDA COM PRODUTO DEVE POSSUIR UMA VISÃO INICIAL SOBRE UM PROBLEMA



PORÉM, É PRECISO SUSTENTAR ESSA VISÃO EM FATOS E EVIDÊNCIAS, NÃO APENAS NA SUA CONVICÇÃO



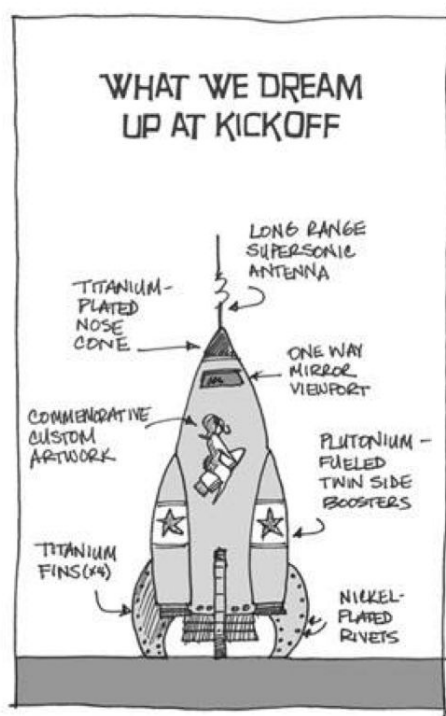
USE SEU APRENDIZADO ACUMULADO PARA IDENTIFICAR O NÍVEL DE CONHECIMENTO QUE SUA VISÃO ESTÁ SUSTENTADA



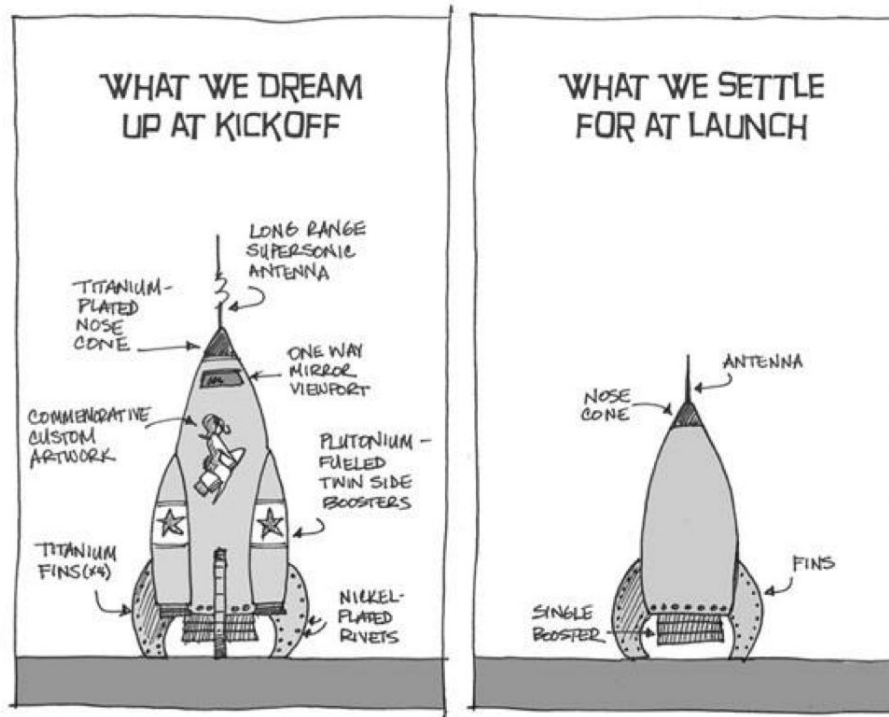
USE SEU APRENDIZADO ACUMULADO PARA IDENTIFICAR O NÍVEL DE CONHECIMENTO QUE SUA VISÃO ESTÁ SUSTENTADA



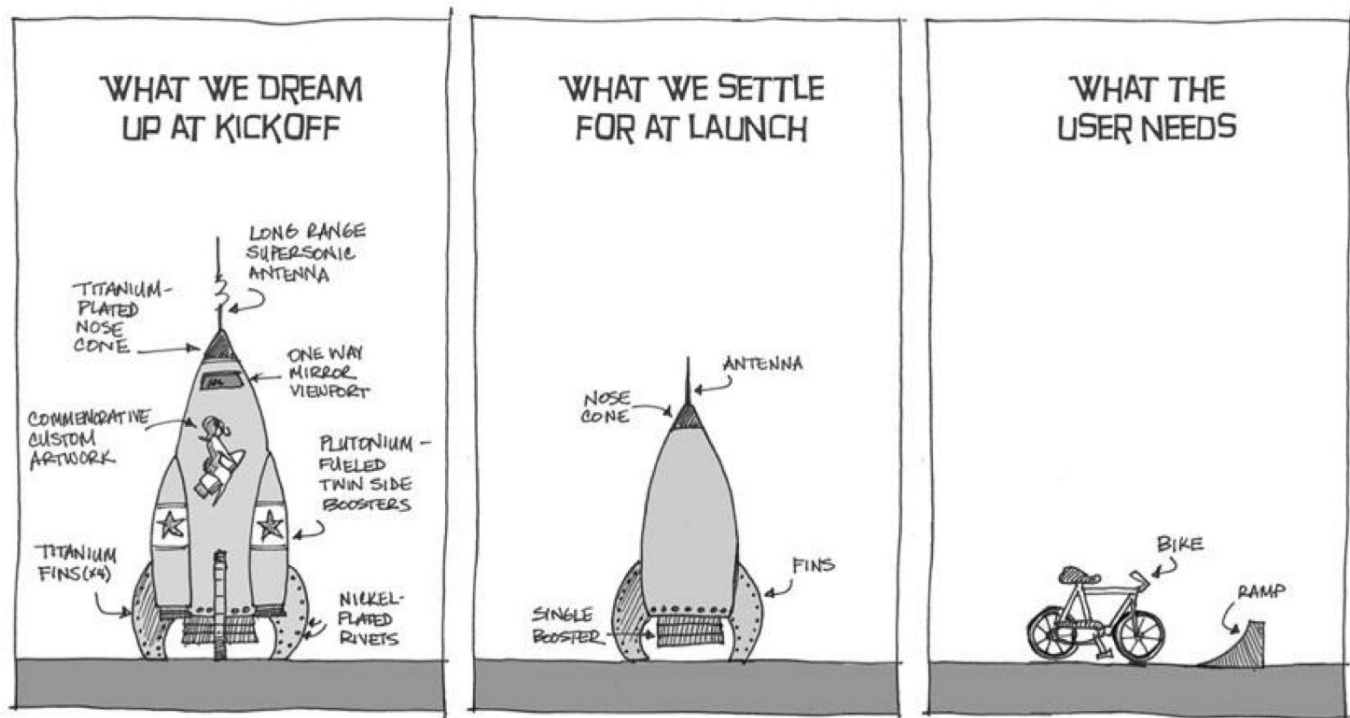
PRODUCT MANAGER PARADOXX



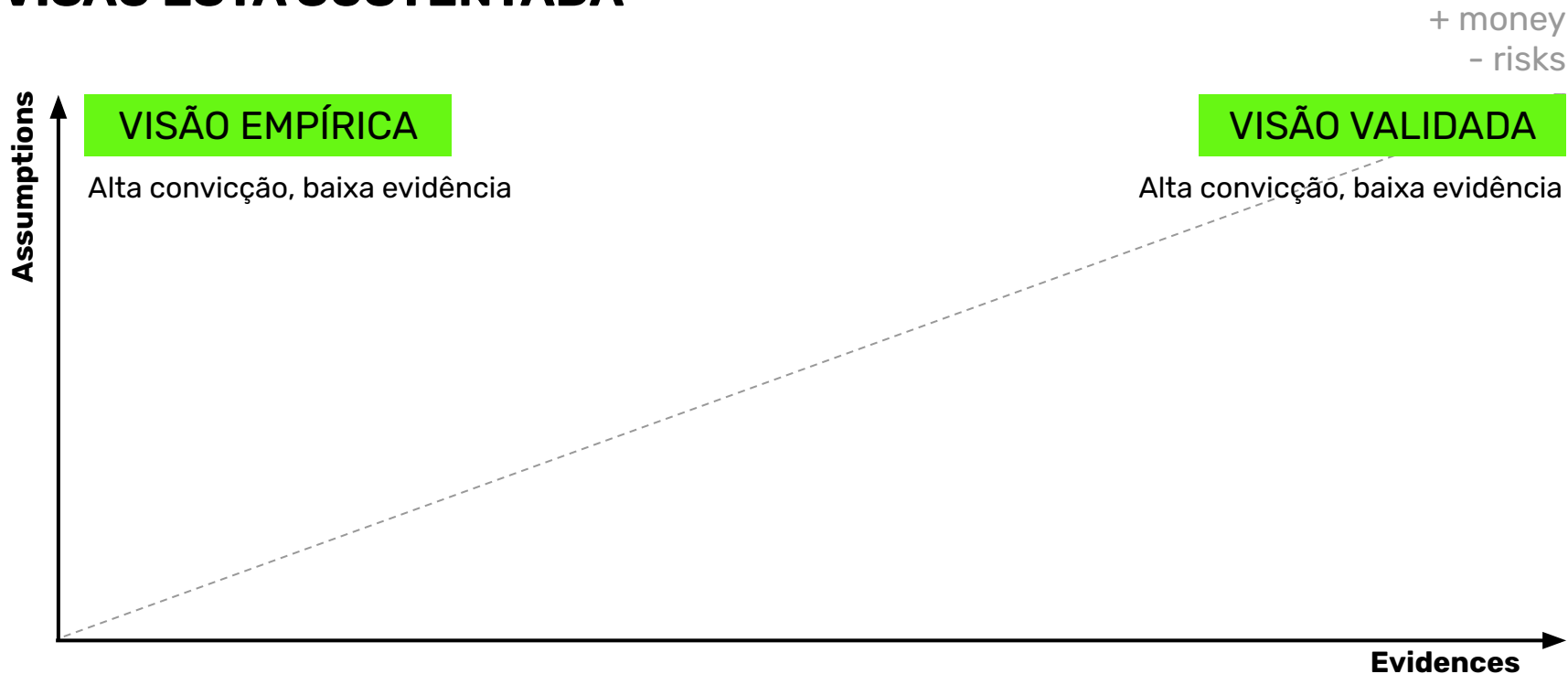
PRODUCT MANAGER PARADOXX



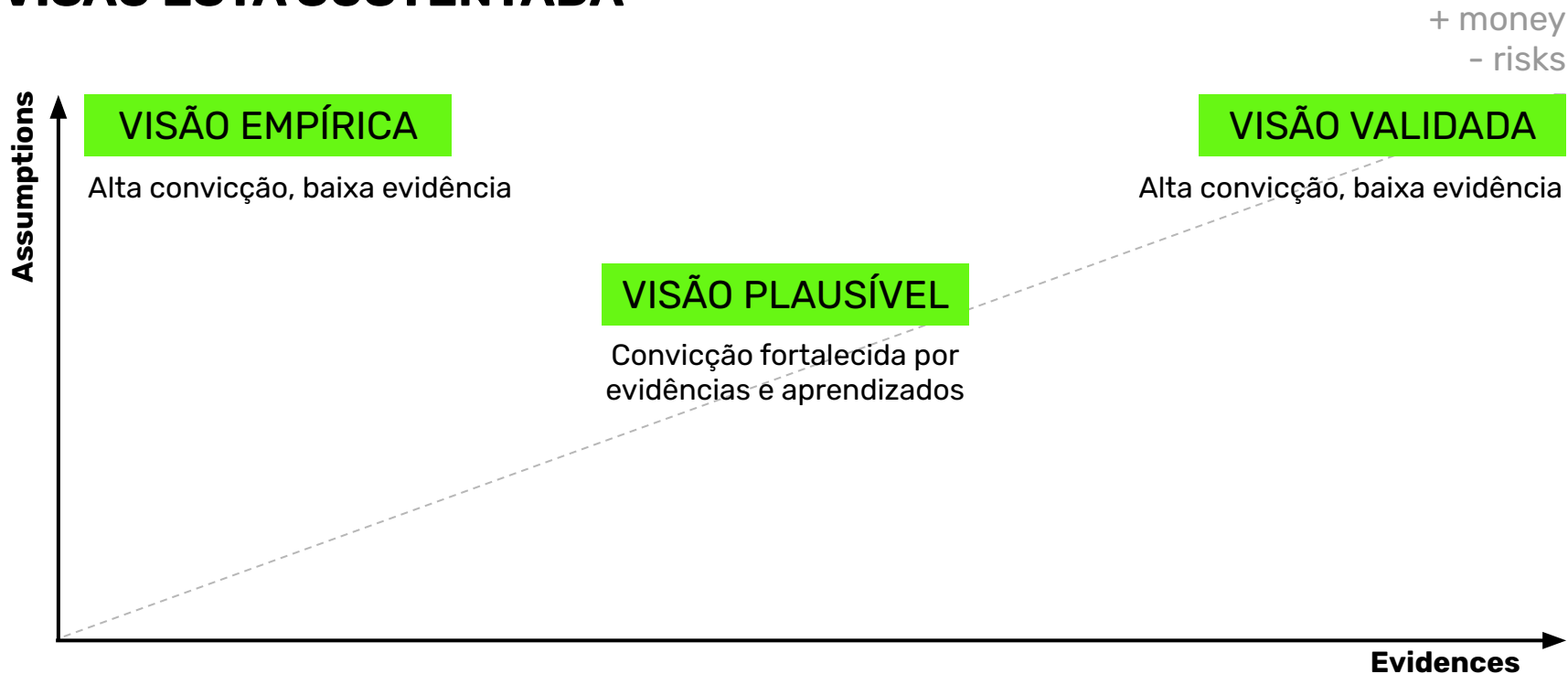
PRODUCT MANAGER PARADOXX



USE SEU APRENDIZADO ACUMULADO PARA IDENTIFICAR O NÍVEL DE CONHECIMENTO QUE SUA VISÃO ESTÁ SUSTENTADA



USE SEU APRENDIZADO ACUMULADO PARA IDENTIFICAR O NÍVEL DE CONHECIMENTO QUE SUA VISÃO ESTÁ SUSTENTADA



QUANDO SUAS CERTEZAS SÃO MAIORES QUE DÚVIDAS E O ESFORÇO PARA CRIAR A FEATURE É BAIXO, VALIDE A HIPÓTESE EM PRODUÇÃO



ANSWER FIRST, O CONHECIMENTO QUE VOCÊ JÁ ACUMULOU PERMITE A CRIAÇÃO DE UMA DEDUÇÃO QUE PODE SER IMEDIATAMENTE TESTADA

ANSWER FIRST

DEDUCTIVE REASONING

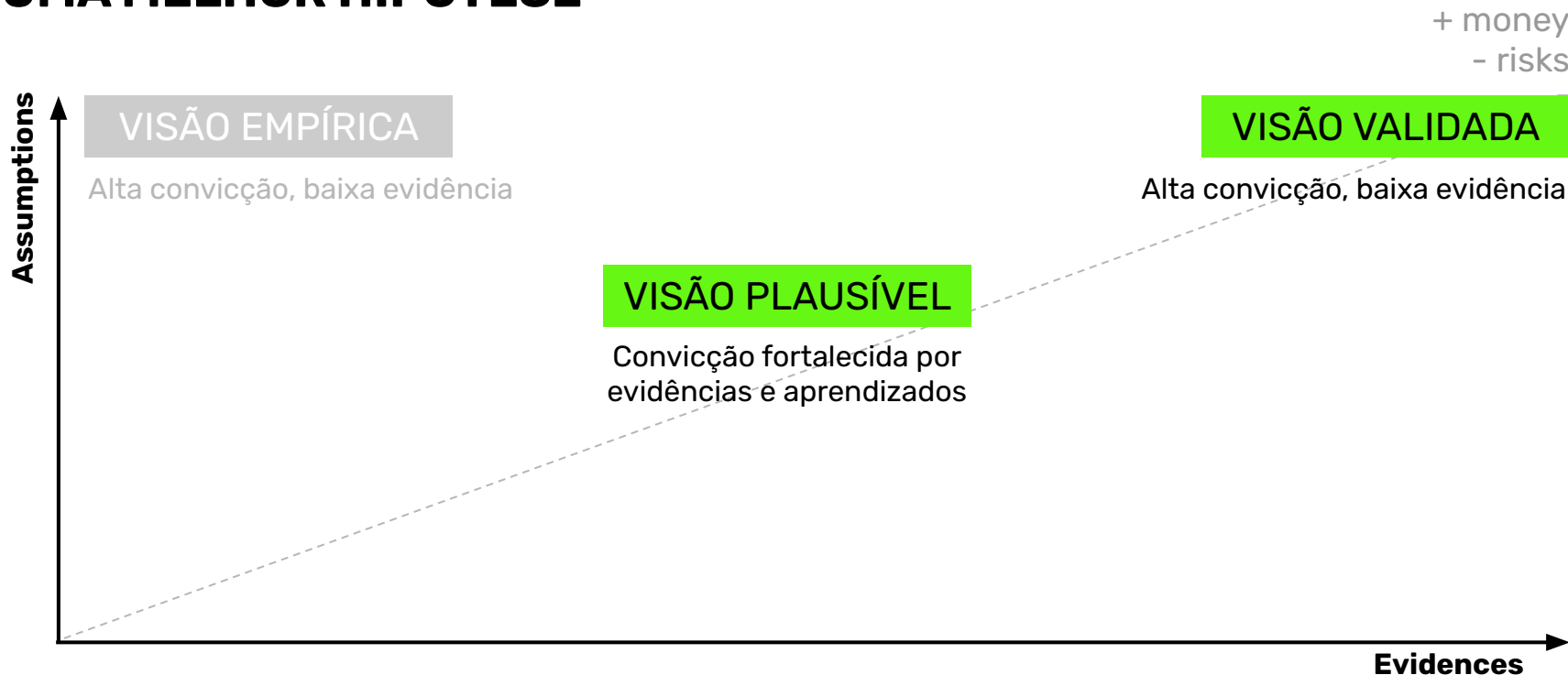
Modalidade de raciocínio lógico que faz uso da dedução para obter uma conclusão a respeito de determinadas premissas.

PRODUCT
DISCOVERY



VALIDATION

QUANDO AS DÚVIDAS FOREM MAIORES QUE AS CERTEZAS, PROCURE VALIDÁ-LAS PARA CRIAR UMA MELHOR HIPÓTESE



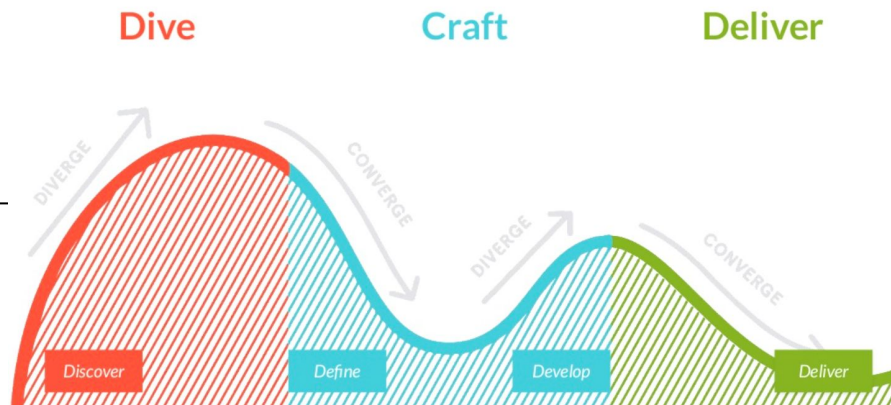
ANSWER LAST, EXISTEM MUITAS DÚVIDAS E RISCOS QUE PRECISAM SER MITIGADOS ANTES DE TESTAR A HIPÓTESE DE SOLUÇÃO

ANSWER LAST

INDUCTIVE REASONING

Raciocínio pelo qual você consegue estabelecer uma verdade geral após considerar um número suficiente de casos particulares.

PRODUCT
DISCOVERY



QUANDO VOCÊ SUSTENTA SUA VISÃO EM FATOS, O CENÁRIO MUDA...

PRECISAMOS
CONSTRUIR ESSA
NOVA NARRATIVA DE
PRODUTO POIS ESSE
DADO MOSTRA A
TENDÊNCIA DO
NOSSO NEGÓCIO.



QUANDO VOCÊ SUSTENTA SUA VISÃO EM FATOS, O CENÁRIO MUDA...

PRECISAMOS
CONSTRUIR ESSA
NOVA NARRATIVA DE
PRODUTO POIS ESSE
DADO MOSTRA A
TENDÊNCIA DO
NOSSO NEGÓCIO.



NÃO VEJO A HORA
DE COMEÇAR A
CODAR...

QUANDO VOCÊ SUSTENTA SUA VISÃO EM FATOS, O CENÁRIO MUDA...

PRECISAMOS
CONSTRUIR ESSA
NOVA NARRATIVA DE
PRODUTO POIS ESSE
DADO MOSTRA A
TENDÊNCIA DO
NOSSO NEGÓCIO.

AGORA ESTÁ MUITO
CLARO! VAMOS
CONSEGUIR
MELHORAR ESSA
MÉTRICA E BATER
NOSSOS OKRs!

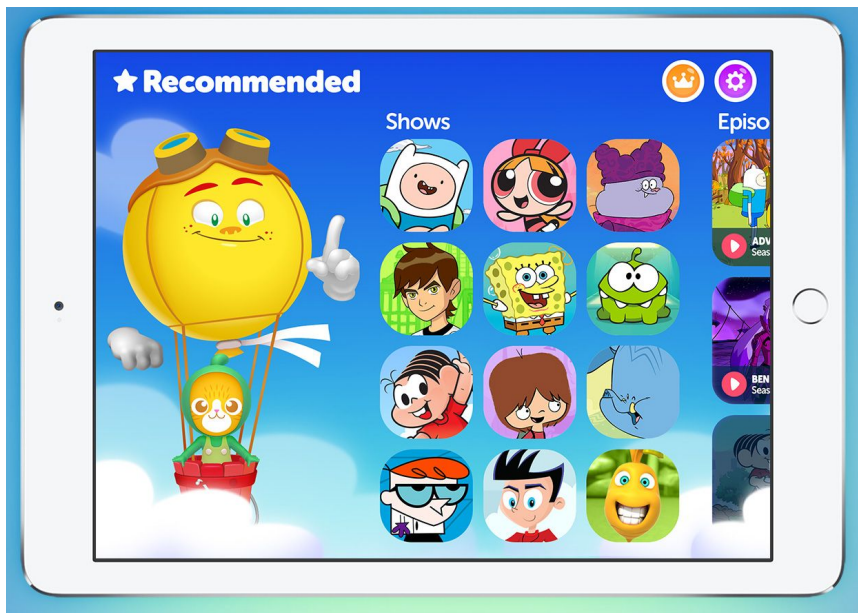


NÃO VEJO A HORA
DE COMEÇAR A
CODAR...

T

POR QUE AS EMPRESAS FALHAM?

A MINHA PRINCIPAL FALHA



PlayKids Fly

- Oportunidade

Como aumentar o MAU do ecossistema PlayKids?

- Hipótese

Criar um hub de vídeos para crianças de 5 a 10 anos

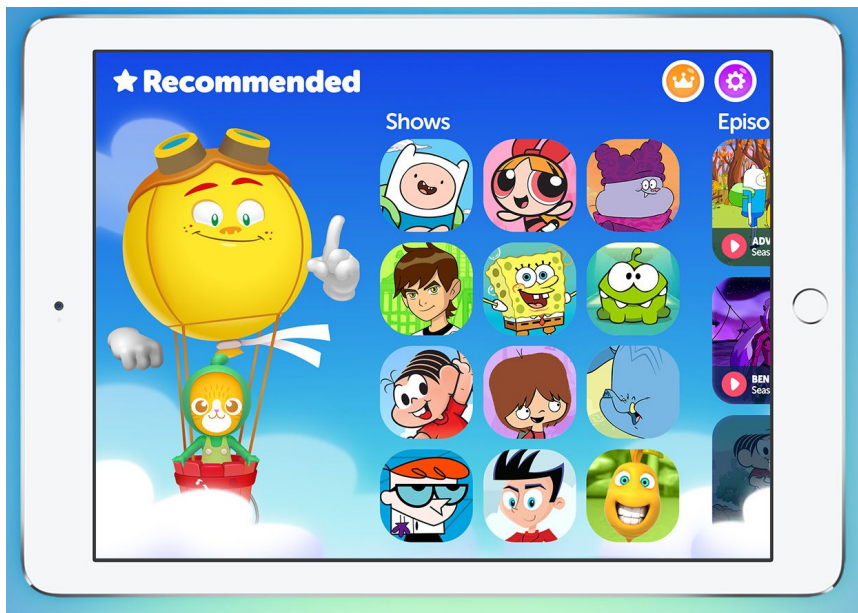
- Resultado obtido

Pico de cerca de 15 mil monthly active users

- Por que falhou?

Alguém chuta um motivo?

A MINHA PRINCIPAL FALHA



PlayKids Fly

- Oportunidade

Como aumentar o MAU do ecossistema PlayKids?

- Hipótese

Criar um hub de vídeos para crianças de 5 a 10 anos

- Resultado obtido

Pico de cerca de 15 mil monthly active users

- Por que falhou?

- (a) Range de idade muito amplo
- (b) Lançamento global sem validação da hipótese
- (c) Crianças não assistem desenhos animados, mas jogam games e assistem youtubers

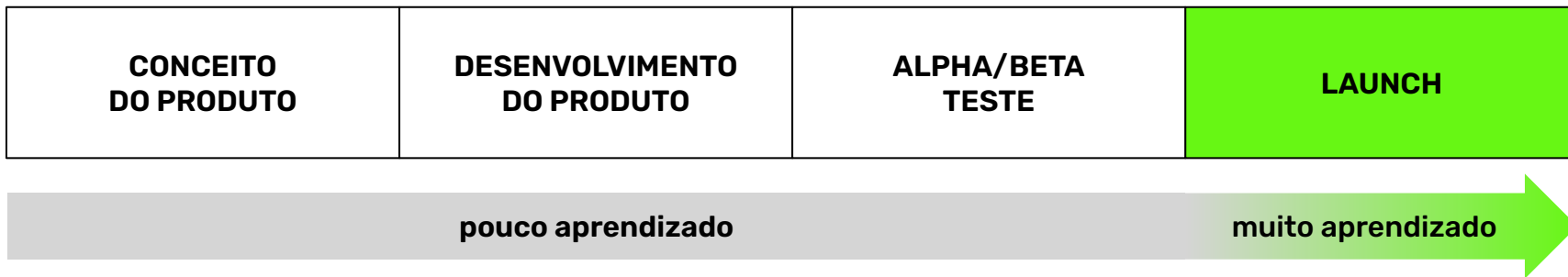
**NADA É MAIS CERTO PARA QUE
UM PRODUTO FALHE DO QUE O
MAL ENTENDIMENTO DO
PROBLEMA QUE ELE RESOLVE**

Lenny Rachitsky

Growth Product Manager
@Airbnb



NO MODELO DE PRODUCT DEVELOPMENT O APRENDIZADO DEMORA MUITO TEMPO PARA ACONTECER



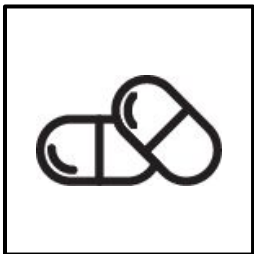
**PAIN +
REFLECTION
= PROGRESS**

Lenny Rachitsky

Criador do *Hedge Funds*, um
dos fundos de investimento
mais lucrativos do mundo

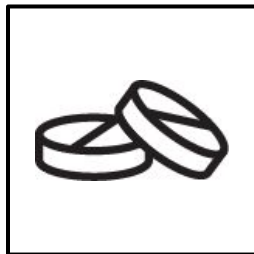


ENTENDA COMO TRANSFORMAR SUA INICIATIVA EM UM PAINKILLER, E NÃO EM UMA VITAMINA



PAINKILLER

- “Need to have”
- solves unmet customer needs
- wants to use
- Google Maps
- Amazon Echo
- Lyft / Uber



VITAMIN

- “Nice to have”
- improves an existing solution
- should use
- To-do list apps
- Fitness trackers
- Nextdoor

COMO O PLAYKIDS FLY PIVOTOU PARA UM PAINKILLER, O PLAYKIDS PARTY



Aprendizados

- (a) Games > Vídeos
- (b) Launch progressivo
- (c) Kids 5 - 6

RESULTADO

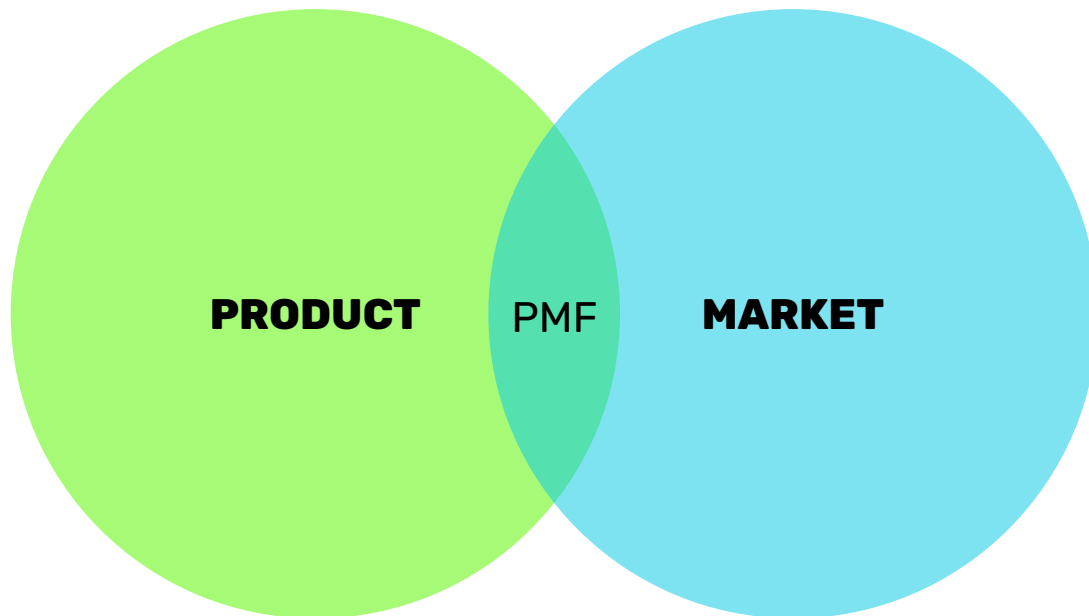
- Best app 2016
- 2.5 milhões de MAU



O QUE É CUSTOMER DEVELOPMENT

O QUE É? ONDE VIVE? DO QUE SE ALIMENTA?

**CUSTOMER DEVELOPMENT É O PROCESSO QUE BUSCA
ENCONTRAR O ALINHAMENTO ENTRE PRODUTO E
MERCADO = PRODUCT MARKET FIT**



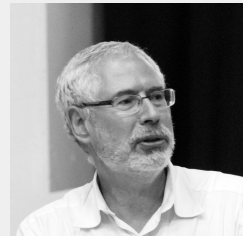
**CONSIDERA QUE TUDO É DEFINIDO NO PROBLEMA;
A SOLUÇÃO SÃO HIPÓTESES QUE PRECISAM SER TESTADAS,
VALIDADAS E RENOVADAS**



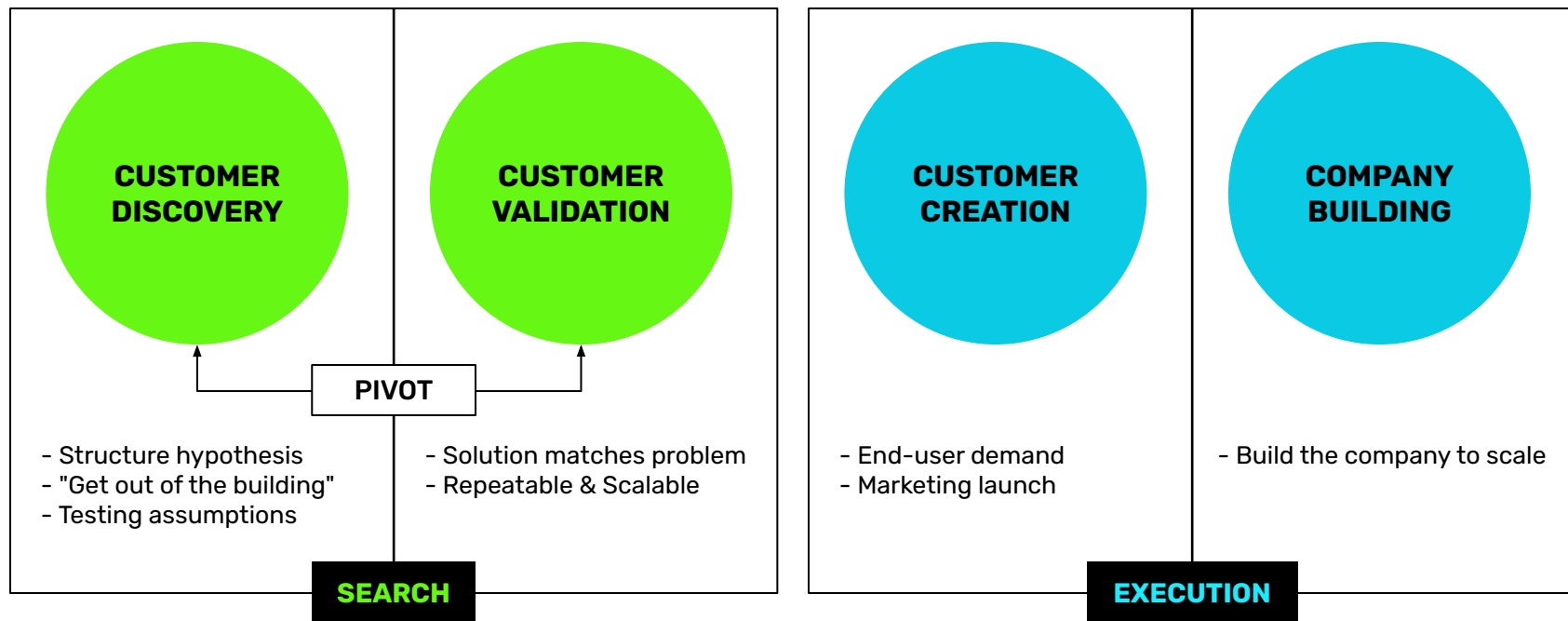
**ANTES DE COMEÇAR A VENDER,
VOCÊ PRECISA INVESTIR TEMPO E
DINHEIRO NA TAREFA DE ENTENDER O
QUE O SEU CLIENTE PRECISA**

Steve Blank

Criador da metodologia de
Customer Development

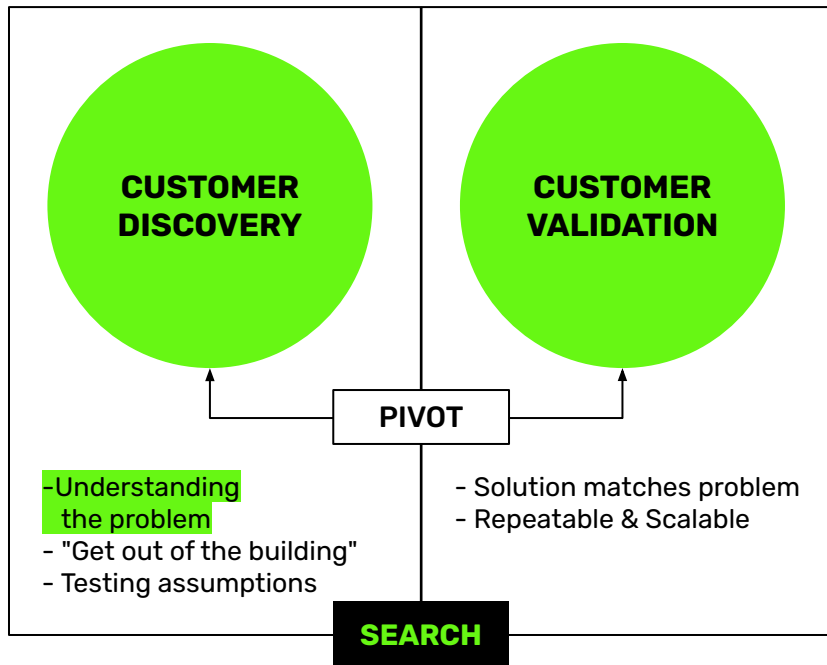


O PROCESSO DE CUSTOMER DEVELOPMENT COMPREENDE QUATRO ETAPAS



EXERCÍCIO 1 (10min)

TUDO COMEÇA PELA DEFINIÇÃO E ENTENDIMENTO DO PROBLEMA

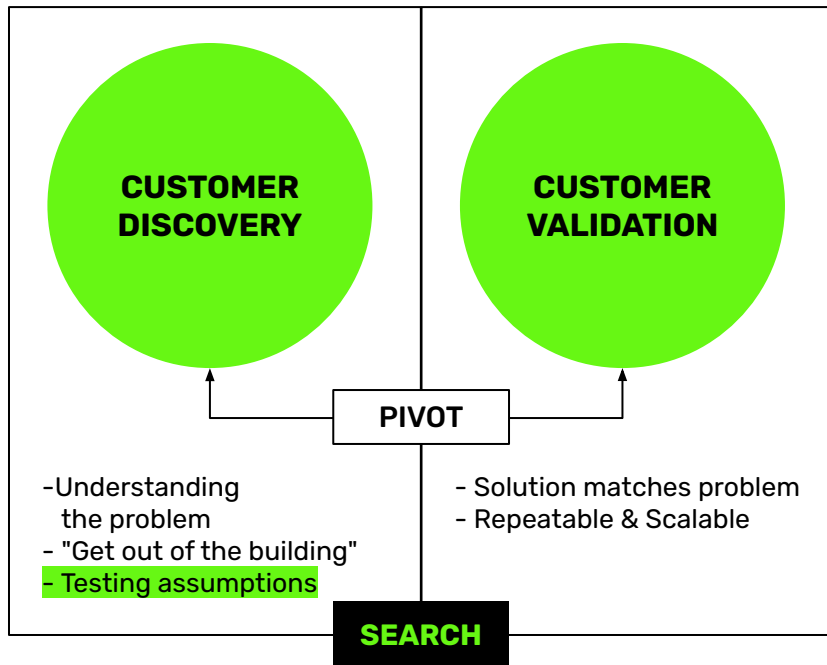


Dentro dos seus grupos de trabalho, tente responder às seguintes perguntas:

- Qual o problema você está tentando endereçar?
- Quem tem esse problema?
- Como as pessoas resolvem esse problema hoje?

EXERCÍCIO 2 (10min)

TESTE AS HIPÓTESES QUE PODEM ENDEREÇAR
O PROBLEMA QUE VOCÊ DEFINIU



Escreva pelo menos uma hipótese sobre o seu problema, lembrando que:

- Não é uma pergunta, é uma afirmação
- Deve ser simples e expressa o que é esperado
- Possível de ser negada
- **QUANTIFICÁVEL**

EXERCÍCIO 2

FRAMEWORK PARA DESCRIÇÃO DE UMA HIPÓTESE

Nós acreditamos que _____ ***[fazendo tal coisa]*** _____
para _____ ***[essas pessoas]*** _____
resultará _____ ***[nesse resultado]*** _____

Saberemos que isso é verdade quando tivermos ***[esse feedback do mercado]*** _____

EXERCÍCIO 2

EXEMPLO

Nós acreditamos que criando um programa de vacinação

para pessoas dos grupos de maior risco para Covid-19

resultará na desaceleração do surgimento de casos ativos

Saberemos que isso é verdade quando tivermos a média móvel de casos ativos

nos grupos de risco semana sobre semana tiver redução maior ou igual a 15%

T



JOBS TO **BE** DONE

**VOCÊ JÁ PAROU PARA PENSAR QUE
SEUS CLIENTES COMPRAM DA SUA
EMPRESA NÃO PELO PRODUTO EM SI,
MAS PELA TAREFA QUE RESOLVE?**

ESSA É A PERSPECTIVA DA METODOLOGIA #JTBD

**QUANDO COMPRAMOS UM
PRODUTO, NÓS ESSENCIALMENTE
CONTRATAMOS ALGO PARA
REALIZAR UM JOB.**

Clayton Christensen

Autor do livro "Competing Against
Luck" e criador da metodologia #JTBD



**#JTBD É UMA
LENTE QUE
OBSERVA COMO
CONCORRENTES
E CONSUMIDORES
ATENDEM AS
NECESSIDADES
DAS PESSOAS**



Com essa lente, você não
busca mais entender o que
o público quer comprar:
**o que importa é o que
ele quer resolver**

UM JOB PODE SER UM OBJETIVO, UMA META OU UMA TAREFA, UM PROBLEMA A SER RESOLVIDO, OU ALGO PARA SER EVITADO, UMA META DE “SER OU FAZER”, OU QUALQUER OUTRA COISA QUE AS PESSOAS ESTÃO TENTANDO REALIZAR

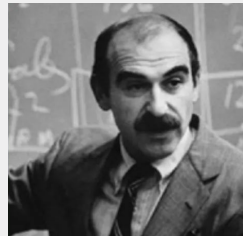
Anthony Ulwick

Autor do livro "Jobs To Be Done: Theory to Practice"



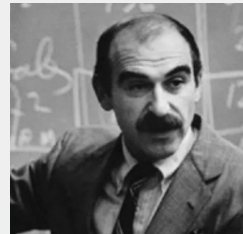
**OS CLIENTES NÃO QUEREM
UMA FURADEIRA, MAS SIM
UM BURACO NA PAREDE**

Theodore Levitt
Professor de Marketing



**OS CLIENTES NÃO QUEREM
UMA FURADEIRA, MAS SIM UM
~~BURACO NA PAREDE~~
DEIXAR A SALA MAIS BONITA**

Theodore Levitt
Professor de Marketing



A DECLARAÇÃO DO JOB TEM UMA MANEIRA CONSISTENTE DE ESCREVER, PARA OBSERVAR E FOCAR NOS ASPECTOS CORRETOS

VERBO DE AÇÃO

+

OBJETO DE AÇÃO

+

CONTEXTO

EXEMPLOS DE DECLARAÇÃO VÁLIDA E INVÁLIDA DE JOB

OUVIR
VERBO DE AÇÃO

+

MÚSICA
OBJETO DE AÇÃO

+

**INDO AO
TRABALHO**
CONTEXTO



CRIAR
VERBO DE AÇÃO

+

UMA PLAYLIST
OBJETO DE AÇÃO

+

NO SPOTIFY
CONTEXTO





DUDU MAGALHÃES

LinkedIn /dudumagalhaes

