

Medir y pivotar

Cuando lanzamos nuestro MVP es importante medir los resultados para tomar decisiones. Eric Ries explica que existen dos tipos de métricas: Métricas accionables vs Métricas de vanidad.

Si un sitio web recibe diariamente miles de visitas, esta métrica puede indicarnos resultados positivos. Sin embargo, otras métricas indican que pocas personas permanecen, retornan o compran, lo que impacta directamente nuestro modelo de negocio. La primera métrica es de vanidad, la segunda nos permite entender el problema y tomar decisiones para nuestro negocio.

Pivotes

Los pivotes son cambios en la esencia de la solución que impactan en el modelo de negocio.

Si decidimos vender un producto y nos damos cuenta de que no es posible venderlo a un precio alto, pero por debajo de las expectativas, esto significa que necesitaremos trabajar más volumen y precios bajos. O sea, necesitaremos "pivotar" el modelo y la solución, iniciando así un nuevo ciclo iterativo. En resumen: pivote es cada cambio que necesitaremos hacer en nuestro MVP. A partir de pivotar, aparece un nuevo MVP.

Veamos algunos tipos de pivotes:

Zoom in y zoom out: Son pivotes que comprimen (adentro) o expanden (alejan) una empresa. Imaginemos un proyecto de producto que tiene varias características y sus desarrolladores notan que será mejor enfocarse en solo una de ellas. Hicieron un Zoom-in y convirtieron esta característica en el producto en sí. Un buen ejemplo es el caso de Flickr que, a partir de un juego con función para compartir imágenes, se modificó para ofrecer solo esta función. Zoom-out es lo contrario: nos dimos cuenta de que será necesario agregar más funciones al producto, expandimos el negocio. Un ejemplo de Zoom-out es el caso de GetResponse, que comenzó como un servicio de correo electrónico y hoy en día tiene muchas otras características.

Segmentación: Ofrecemos el mismo producto a todos los clientes, pero dándoles opciones. Un buen ejemplo, que puede considerarse el primer caso pivotante de la historia, es la opción de diferentes colores para los coches que ofrece Chevrolet.

Además de esos do también existen pivotes en:

- Plataforma / Producto
- Arquitectura de negocios
- Valor de captura
- Motor de Crecimiento
- Canal
- Tecnología