

Early Adopters y aprendizaje validado

Todo el contenido que abordaremos durante el curso fue inspirado en el libro **The Lean Startup** de Eric Ries y trabajaremos con ejemplos prácticos que permitirán una mejor comprensión del método.

El primer ejemplo práctico es *Google Wave*. El método Lean Startup busca reducir el tiempo que estaríamos creando un nuevo negocio, hasta que lleguemos a un producto innovador y que atienda satisfaga las necesidades de un público objetivo.



No sirve de nada crear un producto asombroso, con varias características bien modeladas si no sirve a los clientes, si no encuentra una audiencia. Nuestras soluciones de mercado deben ser vendibles. Google Wave fue una iniciativa lanzada por Google en 2009, la idea de la empresa era reinventar el correo electrónico. Resulta que el correo electrónico se creó hace más de 40 años y ya cubre una serie de necesidades, es decir, la gente no quería que se reinventara esta herramienta.

Hubo una gran promoción de lanzamiento BETA para ese producto. Permitía el envío de correos electrónicos, existía la posibilidad de traducción simultánea de los mismos en varios idiomas, y permitía visualizar la evolución de una conversación. Eran características interesantes, pero el furor se fue apagando. Google pensó que estaba creando algo que todos querían y no era así.

Early adopters

Y aquí surge la idea de Lean Startup. El primer concepto que veremos es el de Early Adopters, o primeros usuarios. Google lanzó un producto masivo, pensando que todos querían esta nueva herramienta, cuando en realidad tenía más que ver con el entorno corporativo. La empresa debería haber buscado comentarios de los primeros usuarios antes de lanzarse a gran escala. Al principio hubo 100.000 visitas, luego nadie más pudo acceder y finalmente se suspendió en 2010.

Si encontramos a nuestros primeros usuarios, podremos modelar la solución que estamos desarrollando. Incluyendo averiguar si dichos usuarios están interesados en pagar por la solución. Google Wave era un producto masivo, pero este público no se adhirió a él. Quizás si el enfoque fuera otro (corporativo, por ejemplo), Google Wave aún estaría disponible.

Antes de lanzar el producto, los primeros usuarios accederán a la solución y la probarían. A partir de esa prueba, podrían impulsar el desarrollo e incluso el enfoque empresarial.

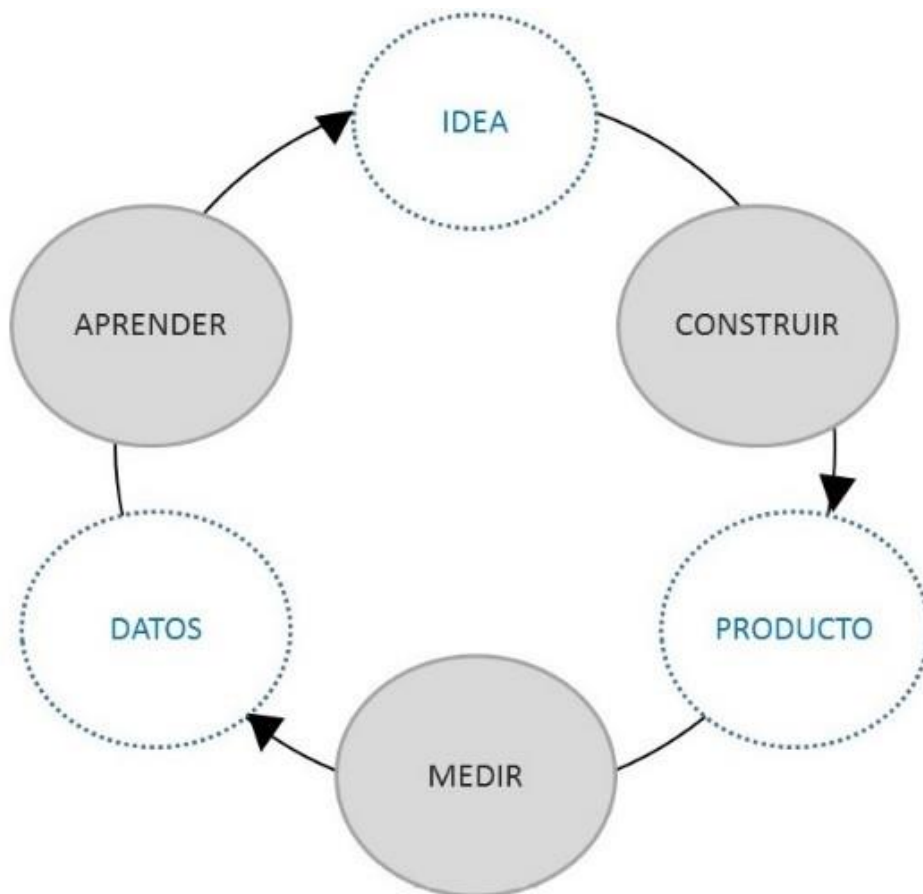
Usemos otro ejemplo para hablar más sobre los primeros usuarios. Imaginemos que estamos desarrollando un software que ayuda a las personas a perder peso conectando entrenadores personales con estudiantes de gimnasia por un precio más bajo de lo esperado en una consulta cara a cara. Una mujer con sobrepeso fue a gimnasios, tomó batidos para adelgazar y probó diferentes dietas, pero aún así no pudo perder peso. Navegando por Internet buscando una solución a su problema, encuentra nuestro producto, que acaba de ser lanzado y está incompleto. Ella es nuestra primera usuaria, es nuestra pionera. Después de usar el sistema, es este usuario quien dirá cuánto pagará por él.

Para explorar nuestro primer usuario y las posibilidades que nos ofrece, existen varias técnicas. No solo podemos modelar el producto y sus soluciones, sino también descubrir su interés en pagar por la solución. Todo esto antes de que todo se volviera un fracaso, como fue el caso de Google Wave.

Validación

Todo esto para llegar a la Validación. Es extremadamente necesario que validemos nuestro producto y nuestras hipótesis creadas para el producto. Lean Startup es un proceso de validación de hipótesis.

Si encontramos a nuestro pionero en adopción, debemos validar si está interesado, por ejemplo, en pagar por la solución. Resolvemos esto construyendo una hipótesis como precio. Por ejemplo, podemos poner un valor de \$100,00. Cuando tengamos los cinco primeros usuarios, ofrecemos el producto a ese precio y medimos sus respuestas. De los cinco, sólo dos aceptaron. Esta retroalimentación sólo se puede medir si estamos trabajando con métricas. Si la hipótesis inicial era que al menos cuatro acordaron pagar, la respuesta no es muy buena, se debería cambiar el precio. Aprendemos de este proceso: construimos el producto y las hipótesis para ello, medimos las respuestas teniendo primero una métrica establecida y aprendemos de los comentarios. A partir de ahí reconstruimos el negocio.



Este es el *Ciclo de Validación* de Lean Startup.