

Etapas del MVP (Producto Mínimo Viable)

En esta clase nos centraremos en el MVP y veremos sus diversas etapas. Pasaremos de una hipótesis validada a un producto final vendible. No debemos confundir MVP con este producto final. MVP es mucho más simple, MVP es conocimiento validado.

Volviendo al ejemplo de Dropbox, la empresa creó y lanzó un video en Youtube para que la gente se interesara en comprar el producto, solo tenían que hacer clic en el enlace disponible e irían a la página de la empresa. El video y la página son MVP, ya que había personas interesadas incluso antes de que existiera el producto. De esta forma, pudieron ahorrar tiempo: incluso antes de crear un producto validado y vendible, Dropbox ya tenía clientes. Exactamente lo contrario del caso de Google Wave.

Ahora veamos las tres etapas de MVP.

1. Exploración del problema:

Hay que plantear el problema que queremos resolver, es decir, ¿de quién es el problema? ¿Quién es esta audiencia? Es necesario crear una persona, el perfil de nuestro público objetivo.

Con esa definición converse con el público objetivo, realice preguntas exploratorias para entender las necesidades y dolores. También es posible comenzar a probar hipótesis e ideas.

A menudo, el público ya da la idea de un producto que resolverá su problema. Otro enfoque interesante es contar una historia con la que el encuestado pueda identificarse.

Después de la conversación, la comprensión del problema y la construcción de una posible solución, viene su validación. A través de pantallas (o videos, o modelos) que simulan el producto, presentamos la solución para que nuestros Early Adopters la aprueben o no.

2. Estructuración del producto comercializable:

Hay tres pasos dentro de la fase de estructuración:

Precios de arriba hacia abajo: Es hora de vender nuestro producto. La gente puede incluso querer nuestro servicio, pero tendrá que pagar, lo que puede causar

impedimentos. Necesitamos encontrar una forma de vender definiendo un modelo de negocio. Ahora veremos cómo lo hacemos para fijar el precio del producto.

Nunca empezamos a fijar precios de abajo hacia arriba. El cliente puede estar dispuesto a pagar más de lo que pensamos. Así que estipulamos un valor alto para, así, negociarlo y el público acomodar ese valor. Siempre de arriba hacia abajo.

Innovación: Tendremos competidores. Tanto las empresas que ya existen como las que vendrán. Y un factor que nos diferenciará en el mercado y nos situará por delante es la innovación. ¿Qué podemos ofrecer que nadie haya ofrecido todavía?

Beta: Es la primera versión del producto. La versión Beta es la fase de modelado, aquí es donde tienen lugar la mayoría de los cambios. Los primeros usuarios también se denominan "Usuarios Beta" para nosotros, son socios en esta compilación.

3. Probar y validar:

La fase de recepción, o concierge, es la validación del modelo de negocio mediante una simulación manual del mismo sin asumir grandes riesgos. Antes de automatizar su negocio, pruebe a sus pioneros utilizando medios de respuesta baratos y rápidos.