

4. MVP



4. MVP

Conceito

O termo MVP passou a ficar famoso após a obra **Lean Startup** de Eric Ries, lançada em 2011 e significa **Produto Mínimo Viável**.

Para Ries, “O produto mínimo viável é a versão de um novo produto que permite que uma equipe colete o máximo de aprendizado validado sobre os clientes com o mínimo de esforço.”

4. MVP

Conceito

Em outras palavras, o **Mínimo Produto Viável** é um termo que significa fazer uma versão com a mínima quantidade de recursos de um produto, para validar interesse e adoção dos seus usuários.

É uma forma **simples e inteligente** de testar as suas hipóteses de negócios com menos riscos.

Testando a execução das suas ideias, poderá verificar os seus produtos e serviços diretamente com os seus clientes.

4. MVP

Conceito

O MVP convida você a **entregar a proposta de valor** com pouco esforço.

Ele significa **usar a menor quantidade de recursos possível para construir um protótipo e levá-lo para a rua** – o que para muita gente pode ser simplesmente slides no PowerPoint para simular um programa, um wireframe ou a construção de um software básico.

4. MVP



Neste **exemplo**, nosso MVP (o produto mínimo viável pelo qual noivas pagariam para experimentar) é um cupcake.

Um cupcake fornece a experiência de um produto “bolo de casamento” e pode ser feito com apenas uma fração do tempo e custo de preparo de um bolo inteiro.

4. MVP



Note que um cupcake **não é** apenas “o bolo mais rápido que conseguimos fazer”, pois o pão de ló é mais rápido de fazer do que um cupcake.

Ele é sim “a experiência de bolo mais completa que conseguimos fazer de maneira rápida”. Jamais chame o “pão de ló” de MVP, ou uma “fatia de bolo” de MVP. **Um MVP é um cupcake.**

4. MVP



Não é um MVP



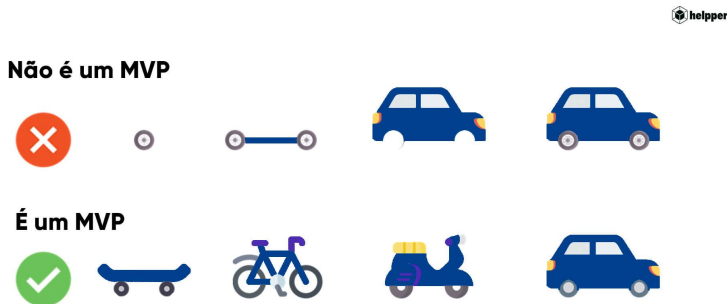
É um MVP



Já nesse outro exemplo, a proposta de valor das duas imagens é a mesma e pode ser definida como **“fornecer uma solução de entrega”**.

No entanto, como eles não possuem dinheiro para construir o caminhão rapidamente, deverão fazer aos poucos..

4. MVP



Na sequência de cima, o “construir aos poucos” se resume a construir pedaços do caminhão, o que **não caracteriza** um MVP.

Na abordagem MVP vamos entregando soluções alternativas e mais baratas ao caminhão, permitindo que desde a primeira entrega já tenhamos nosso produto gerando receita na rua.

4. MVP



Não é um MVP



É um MVP



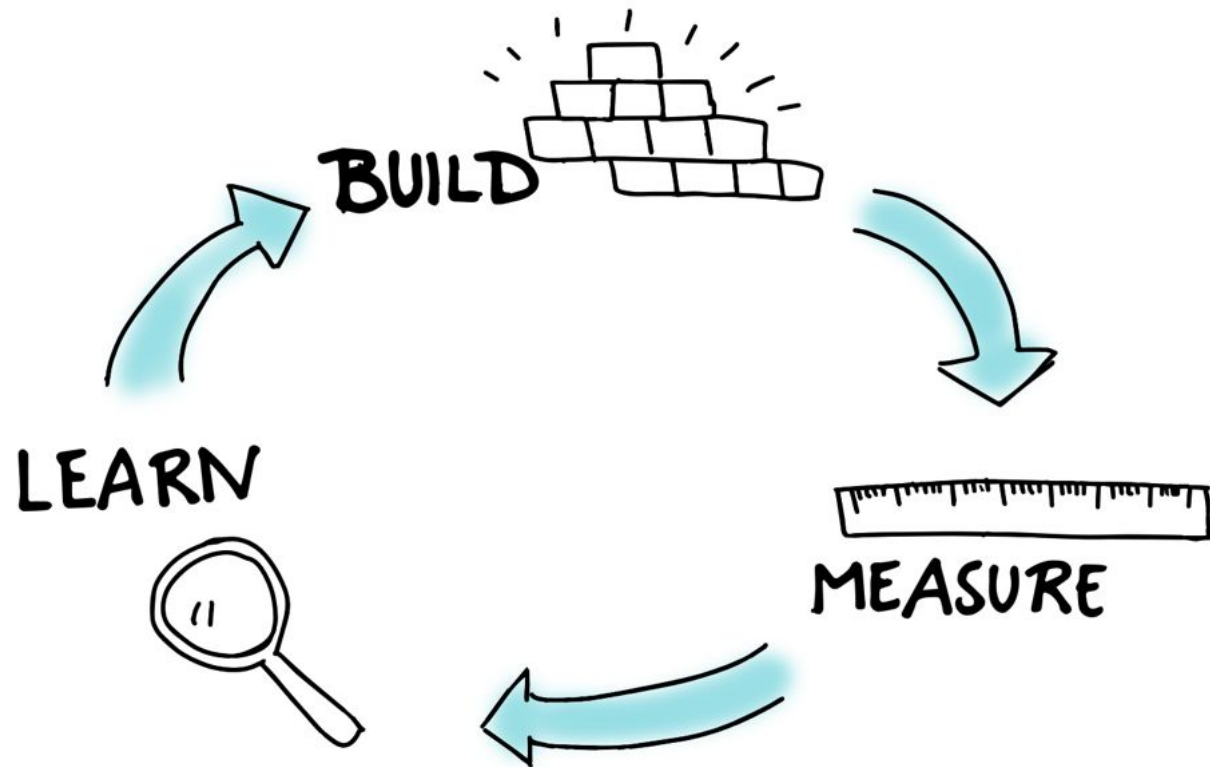
Ok, as primeiras versões (skate e bicicleta) talvez não agradem o bastante nossos consumidores (a primeira é lenta e a segunda carrega pouca carga), mas a partir da terceira versão já passamos a colher bons frutos.

4. MVP

4.1. O MVP e o ciclo Build-Measure-Learn

O mindset do MVP foca muito forte em um ciclo chamado **Build-Measure-Learn** ou **Construir-Medir-Aprender**.

Esse ciclo foca em ajudar empreendedores a criar produtos inovadores, afinal, se você está apenas copiando um produto, não há porque ficar “experimentando”, apenas copie a receita do concorrente e pronto.



4. MVP

4.1. O MVP e o ciclo Build-Measure-Learn

De forma geral a receita do bolo não é difícil, consiste em:

1 - Se já existe a **idéia** inicial é hora de colocar a mão na massa e **CONSTRUIR** algo muito simples. Nesse momento o grande segredo é saber conter o perfeccionismo. É preciso focar em construir o básico apenas para conseguir validar suas hipóteses;

4. MVP

4.1. O MVP e o ciclo Build-Measure-Learn

De forma geral a receita do bolo não é difícil, consiste em:

2 - Agora você possui uma versão **bem sucinta** do que supõe ser o produto ideal, mas **está longe de ter um produto pronto** para colocar no mercado. É importante deixar seus clientes cientes disso e não gerar expectativas que não serão atendidas neste momento.

Comece então a **MEDIR** o comportamento dos clientes frente a seu produto, definindo métricas que vão trazer as respostas que você precisa sobre a direção que deve seguir;

4. MVP

4.1. O MVP e o ciclo Build-Measure-Learn

De forma geral a receita do bolo não é difícil, consiste em:

3 - Por meio dos dados extraídos do uso da sua primeira versão, é possível ter uma **primeira impressão** em relação ao seu produto e começar a perceber se ele entrega valor aos seus clientes. Além disso é nesse momento que conseguimos identificar características do produto que podem ser melhoradas.

Por meio de conversas e feedback dos seus clientes você consegue **APRENDER** mais sobre eles e suas necessidades.

4. MVP

4.1. O MVP e o ciclo Build-Measure-Learn

Nesse momento, se percebermos que estamos seguindo no caminho errado, e isso se dá quando as suas hipóteses não são confirmadas, é hora de **Pivotar**.

Isso não significa que você vai desistir do negócio. Mas que vai **mudar a direção do seu produto**, e isso pode ocorrer em diferentes aspectos: Funcionalidades, Segmentos de clientes, Modelo de negócios ou Canais de venda.

4. MVP

4.2. Tipos de MVP: MVP FUMAÇA.

O MVP Fumaça é um tipo de MVP que serve para avaliar o interesse dos potenciais clientes no produto que você está vislumbrando, mas sem construir o produto. Isso pode ser feito através de **vídeos** ou de uma **landing page**.

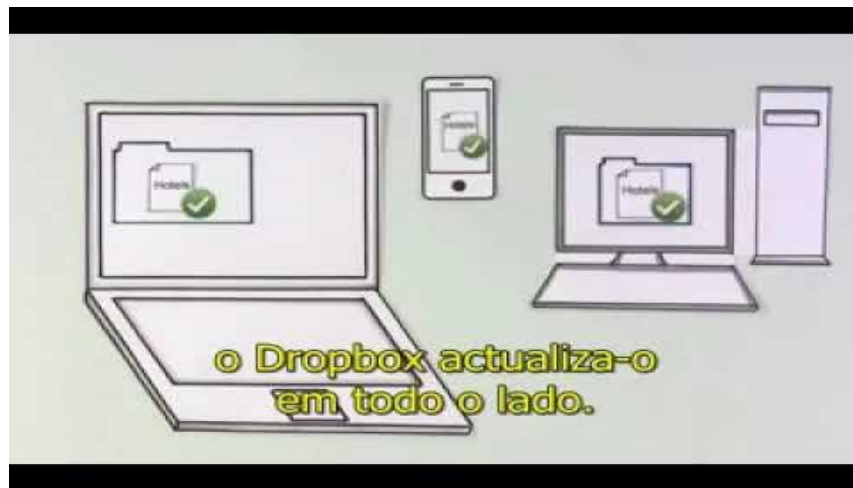
Exemplo: produzir um vídeo demonstrando o funcionamento do seu produto e oferecer alguma vantagem aos primeiros usuários, em conjunto pode ser disponibilizado um formulário de inscrição ou outro canal de contato para facilitar a aderência.

4. MVP

4.2. Tipos de MVP: MVP FUMAÇA.

Exemplo: Dropbox

Antes de construir o seu sistema de compartilhamento de arquivos na nuvem, a empresa produziu um vídeo explicando sua ideia, oferecendo prioridade de uso a todos que quisessem testá-lo. Eles receberam mais de 75 mil e-mails de usuários interessados.



4. MVP

4.2. Tipos de MVP: MVP PROTÓTIPO

Ideal para softwares e funcionalidades complexas, o protótipo é um exemplar **funcional** da solução, entregue a um público seletivo para colher suas avaliações sobre os diferenciais e pontos a melhorar.

Por ser mais completo e se parecer com o produto final, esse tipo de MVP costuma exigir **mais esforço** em relação à maioria dos demais.

4. MVP

4.2. Tipos de MVP: MVP PROTÓTIPO

Ele tem como foco testar interações, viabilidade técnica, fluxo de usabilidade, layout das interfaces, dentre outros.

No MVP protótipo você vai pensar na **proposta de valor** e na **jornada principal dos usuários**, como eles irão acessar e interagir com o sistema.

4. MVP

4.2. Tipos de MVP: **MVP CONCIERGE**

Nesse MVP, você atende uma necessidade do usuário manualmente, sem desenvolver o produto em si, mas simulando o uso do produto que você vislumbra. Para isso você utilizará ferramentas de comunicação como e-mail, WhatsApp, etc

Em outras palavras, você irá se comunicar com os clientes por canais que já existem e tentar gerar receita utilizando o menor esforço possível.

4. MVP

4.2. Tipos de MVP: **MVP CONCIERGE**

Exemplo: Airbnb

Os fundadores que moravam no mesmo apartamento e estavam sem dinheiro, colocaram um anúncio num site comum de classificados para alugar quartos do seu próprio apartamento que ficava numa região de São Francisco, onde haviam muitas conferências.

O anúncio foi um sucesso, e deu origem a um modelo de negócios que funciona até hoje.

4. MVP

4.2. Tipos de MVP: MVP MÁGICO DE OZ

Você também atende uma necessidade de forma manual, porém aqui o usuário não percebe que o atendimento é manual.

Normalmente é disponibilizada pelo menos a interface visual do produto, que simula o produto final, mas é uma simples página onde o cliente vai iniciar a comunicação para se beneficiar do serviço e por trás você estará operando de forma manual.

Objetivo é **obter insights, colher respostas e entender as necessidades dos clientes.**

4. MVP

4.2. Tipos de MVP: **MVP MÁGICO DE OZ**

Exemplo: Easy taxi

O MVP foi concebido antes de surgir Uber ou outros aplicativos de táxi. Foi desenvolvida apenas a interface da plataforma, onde o usuário solicitava um táxi.



4. MVP

4.2. Tipos de MVP: MVP MÁGICO DE OZ

Exemplo: Easy taxi

Quando o cliente solicitava o pedido, os próprios sócios recebiam um e-mail e entravam em contato com a cooperativa de táxi por telefone para enviar um táxi ao solicitante.

Desta forma antes de implementar a parte mais complexa do sistema eles puderam validar se havia demanda para o produto.

4. MVP

4.2. Tipos de MVP: MVP A/B

É uma modalidade baseada nos **Testes A/B** – aqueles em que duas versões de uma solução são oferecidas simultaneamente para comparar qual delas tem maior aceitação.

Assim que o público acessa o site ou plataforma correspondente, é direcionado, de modo automático, para uma das duas versões.

4. MVP

4.2. Tipos de MVP: **MVP A/B**

O MVP A/B exige ainda mais investimento do que o protótipo, já que implica na criação de duas versões diferentes.

Porém, é uma ferramenta excelente para customizações e validação de uma função relevante do produto.

4. MVP

4.3. Construindo um MVP

Um passo a passo que pode ser utilizado para a construção do MVP é o “**Design Sprint**”, que foi criado no braço de desenvolvimento da Google, a Google Ventures.

Ele é aplicável em praticamente qualquer negócio e te permite, em cinco dias, **criar um MVP e começar a validar as suas hipóteses**. Ao fim da semana de trabalho, você terá um protótipo testado e com feedbacks dos clientes.

A seguir, vamos apresentar as 5 partes, onde cada uma deve ser feita em um dia de Design Sprint.

4. MVP

4.3. Construindo um MVP

O Design sprint se divide em 5 partes, que são:

1. Mapear o que precisa ser feito com o MVP (Quais são as hipóteses que você quer validar com esse MVP?)
2. Esboço de como aconteceria (O que o seu MVP precisa fazer para validar essas hipóteses?)

4. MVP

4.3. Construindo um MVP

O Design sprint se divide em 5 partes, que são:

3. Definir os pontos que fazem mais sentido pro MVP (O que é extremamente importante para que as pessoas vejam valor no seu MVP e você consiga validar as hipóteses iniciais?)
4. Construir o MVP (Como você pode construir isso da forma mais enxuta possível?)
5. Testar e colher feedback

4. MVP

4.3. Construindo um MVP

Dica de ouro, quando for desenvolver um MVP:

Comece pelo fim, ou seja, pense nesses pontos:

- O que as pessoas vão testar no seu MVP?
- Qual experiência você quer entregar para as pessoas que vão utilizar o MVP?
- O que você precisa fazer para proporcionar a experiência que você deseja entregar?
- Por que você está fazendo isso? Qual impacto você quer causar?

4. MVP

4.3. Construindo um MVP

Dica de ouro, quando for desenvolver um MVP:

Por fim, pense também no que pode dar errado:

- Quais são os desafios que o produto pode enfrentar?
- O que pode gerar frustrações e problemas para as pessoas que vão utilizar o MVP?

4. MVP

4.3. Construindo um MVP

Dica de ouro, quando for desenvolver um MVP:

Com isso em mente, você provavelmente conseguirá criar um MVP de qualidade e testar de forma efetiva a percepção dos seus clientes sobre o seu modelo de negócios.