

	Principais perguntas a serem respondidas	Empresa de referência	PMF	MVP	Scale Up	Rentabilidade
			Você está tentando resolver um problema real? As pessoas usariam o seu produto na prática? O seu diferencial é percebido pelos seus usuários?	O seu MVP engaja os usuários de maneira satisfatória e valiosa? Ele prova os conceitos da etapa de PMF, ou seja, resolve na prática uma dor do mundo real e prova o engajamento dos usuários?	O seu negócio tem a capacidade de crescer em escala? Você precisa aumentar o seu time de forma proporcional ao seu crescimento?	O seu negócio é capaz de operar com uma Gross Margin positiva?
E-commerce	Os clientes comprarão o suficiente por um ticket médio satisfatório?	Pão de Açúcar, Tok Stok	Como os compradores buscam pelos produtos hoje em dia? Quais problemas eles enfrentam hoje e como a sua plataforma irá resolver/se diferenciar? As pessoas estão dispostas a comprar o seu produto de forma digital?	Conversão do funil de aquisição, bounce rate, taxa de abandono, ticket médio.	CAC, % tráfego orgânico, crescimento da receita por período (GMV), volume de vendas por funcionário, taxa de recorrência*, métricas de satisfação do cliente (CSat, NPS, etc),	CAC por canal e análises de conflito de canais, crescimento do ticket médio por cliente, lifetime value (LTV), ebitda
Marketplace		Loft, Ifood, Airbnb	Vendedores precisam de um lugar para anunciar seus produtos? Compradores precisam de uma plataforma para encontrar aquele produto mais facilmente? Como eles fazem isso hoje? Qual o valor que a sua plataforma gera nessa transação?	Tipos e frequência de buscas, métricas de conversão, % de anúncios visualizados, número de anúncios visualizados por usuário, bypass	CAC, métricas de conversão, taxa de ativação (contas criadas), % de tráfego orgânico, volume de transações por período, crescimento da receita por período (GMV), volume de vendas por funcionário, métricas de satisfação do cliente (NPS, CSat etc)	CAC (por venda) por canal de aquisição, Volume de transações por período, crescimento do take rate (%), criação de novas fontes de receita com serviços adicionais complementares (add-ons), LTV, ebitda
Assinatura	O seu produto resolve uma dor latente ou cria uma necessidade a ponto dos seus clientes estarem dispostos a pagar por ele?	Netflix, Disney +, Notion	A dor que o seu produto supre é grande o suficiente para que os usuários paguem para ter acesso a ele? Com qual frequência os usuários se engajam com o seu produto?	Métricas de engajamento, churn, conversão do funil de aquisição	CAC, engajamento por período (DAU, MAU), quantidade de novos assinantes por período, churn , métricas de satisfação do cliente (NPS, CSat etc)	CAC por canal de aquisição, LTV, ARPU (Upselling), Churn
Mobile App		Candy Crush, Nike Run, Vivino	Qual o seu público alvo e com quais conteúdos ele engaja atualmente? Quais serão os diferenciais do seu app que levarão os usuários a baixarem ele? Como os usuários descobrirão o seu produto?	taxa de abertura (launch) do app, engajamento por período (DAU, MAU etc), taxa de abandono, coeficiente de viralidade (referral)	Volume de download por período, CAC, ranqueamento do app nas lojas (ASO), avaliação nas lojas (app store rating) ao longo do tempo, coeficiente de viralidade (referral)	CAC por canal de aquisição, receita média por usuário (ARPU), Churn, LTV
Mídia Online	Os usuários vão se engajar com o conteúdo oferecido de maneira recorrente e por um longo período de tempo?	G1, Valor Econômico	O que faz as pessoas consumirem este conteúdo? A audiência para o gênero é relevante? Qual o diferencial da sua plataforma ou do seu conteúdo versus os demais?	Volume de conteúdo por período, % de tráfego orgânico, taxa de retorno, CTR	CAC de tráfego, tráfego orgânico (SEO), taxa de compartilhamento (sharing), pageviews por período, CTR	Receita por período, Impressões por período, % tráfego pago x % tráfego orgânico, CTR, tempo de visita, % inventário ocupado por período
UGC		Facebook, Instagram	Quais tipos de conteúdo poderão ser criados? Por que o usuário vai engajar e criar conteúdo dentro da sua plataforma? O seu produto é capaz de criar um network effect?	Volume de conteúdo por período, contas criadas por período, taxa de retorno, métricas de engajamento	CAC, potencial viral, taxa de compartilhamentos (sharing), métricas de engajamento, tempo dentro da plataforma por período (dia/semana), taxa de abertura da plataforma por período	Receita por período, tempo de sessão, taxa de retorno, taxa de utilização por terceiros (API's), % inventário ocupado por período, CTR, % conteúdo bloqueado (conteúdo impróprio)