

## MATRIZ CSD

### Matriz de Certezas, Suposições e Dúvidas (CSD)

É uma ferramenta que designers utilizam para levantar e alinhar as **Certezas** (o que já sabemos), **Suposições** (o que supomos, mas não temos certeza e precisamos confirmar) e **Dúvidas** (o que precisamos descobrir, quais perguntas precisamos fazer) sobre o desafio dos clientes ou do público de estudo no projeto.

### TEMPLATE MATRIZ CSD

Para cada certeza, suposição e dúvida que o grupo de trabalho do projeto for elencando, coloca-se um post-it no quadrante correspondente.

Neste momento é a hora de colocar tudo o que vier à cabeça referente ao projeto, é um brainstorm focado nas certezas, suposições e dúvidas em relação à problemática do cliente.

#### Matriz CSD

**Objetivo:** Auxilia e alinha o conhecimento do time no projeto, visando o que deverá ser identificado e respondido nas entrevistas com os usuários.



Certezas

Suposições

Dúvidas

## PITCH

Pitch é uma **apresentação curta e direta** sobre uma empresa ou **projeto** que tem como objetivo despertar a atenção de um investidor, parceiro ou cliente.

O termo pitch ficou famoso no ecossistema das **startups**, onde empreendedores criativos usam a apresentação rápida para convencer investidores a fazerem aportes em seus negócios nascentes.

**(discurso persuasivo e objetivo)**

### Quais são os tipos de Pitch?

Existem vários tipos de pitch, mas separei esses dois para análise.

#### **Pitch De Elevador**

é uma apresentação sobre negócios curta o suficiente para ser concluída durante um **encontro no elevador**.

Deve ter duração de **até 3 minutos**

Nesse breve período, é preciso explicar os pontos mais importantes sobre o negócio de forma **rápida, assertiva e envolvente**.

#### **Pitch Deck**

O pitch deck funciona como um material de apoio que complementa uma apresentação mais completa sobre um negócio.

Pode ser um infográfico, uma apresentação de slides, um dashboard, uma imagem, um vídeo ou qualquer outro conteúdo que **reforce a ideia proposta no pitch principal** e ajude o investidor ou cliente a entender melhor o seu negócio.

#### **Mostre Qual Problema Sua Empresa Pode Resolver**

Todo pitch deve partir de um problema que sua empresa pode resolver por meio de seus produtos ou serviços.

Por exemplo, o problema pode ser a dificuldade em encontrar determinado produto, a demanda por uma entrega mais rápida, a busca por um **preço** mais vantajoso, etc.

Logo, a primeira parte do pitch deve ser a descrição dessa **lacuna do mercado** que sua empresa pretende preencher.

De preferência, a empresa deve solucionar esse problema **melhor do que todos os concorrentes**, apresentando o seu diferencial competitivo.

### **Apresente Seus Diferenciais Competitivos**

Para que a sua empresa desperte interesse em um investidor, cliente ou parceiro, é preciso mais do que uma solução para um problema.

Como dito anteriormente, o seu negócio precisa de um **diferencial competitivo**, ou seja, ele precisa gerar valor de forma superior à concorrência.

### **EXEMPLO - PITCH**

Por exemplo, vamos supor que você identificou um problema em comum entre empresas de **comércio eletrônico**: a dificuldade em encontrar parceiros logísticos eficientes para fazer entregas mais rápidas e econômicas.

Então, a solução criada pela sua empresa é uma plataforma logística que **usa a tecnologia** para identificar as melhores transportadoras e rotas para cada pedido enviado pelos lojistas.

Depois de explicar o problema, você deverá falar sobre as **funcionalidades do sistema** desenvolvido, como recursos para integração com as transportadoras, calculadoras de frete, mapas de rotas, serviços de rastreamento de cargas, etc.

Nesse exemplo, é muito útil ter um **material de apoio** (um pitch deck) como um slide que ilustra o funcionamento do **software** e de todos os seus módulos.

Assim, você deixará claro como funciona sua solução e por que ela resolve, definitivamente, o problema dos seus clientes.

No caso da plataforma que usamos de exemplo, o sistema deve não apenas apresentar as melhores soluções logísticas aos lojistas, como também **superar possíveis softwares** de concorrentes em funcionalidades, usabilidade e preço.

Afinal, por melhor que seja o produto ou serviço, não adianta oferecer o mesmo que outras empresas já oferecem, ainda mais em um cenário ultracompetitivo como o atual.

**Veja como ficaria a apresentação da empresa que citamos anteriormente, da plataforma logística:**

*“Já pensou como as lojas virtuais poderiam vender mais se os fretes fossem mais rápidos e mais baratos?”*

*Com o crescimento do e-commerce, cada vez mais empreendedores buscam soluções logísticas para agilizar as entregas e aumentar a satisfação dos consumidores.*

*Se o lojista tem um único parceiro, porém, fica difícil conseguir preços mais competitivos e ter uma distribuição eficiente.*

*Felizmente, nossa empresa desenvolveu a solução perfeita para esses empreendedores: uma plataforma de logística inteligente que utiliza algoritmos para conectar seu e-commerce às principais transportadoras do mercado.*

*A cada novo pedido, o software identifica a melhor transportadora para a entrega de acordo com critérios como distância, preço, nível de ocupação dos veículos e tipo de carga.*

*Assim, o lojista sempre tem a opção mais rápida e econômica para agendar sua coleta, com garantia de rastreamento das entregas.*

*Atualmente, nossa empresa está na segunda rodada de investimentos e planejando uma expansão para o próximo ano, com expectativa de crescimento de 50% na base de clientes.*

*Com as expectativas de evolução contínua do e-commerce, o cenário deve ficar ainda mais favorável para o aumento dos contratos.*

*Por isso, buscamos investidores interessados em adquirir participações na empresa para dar esse novo passo conosco no próximo ano.”*

**Se você quer ter sucesso com o seu pitch, siga as dicas abaixo:**

- Estude o seu público com antecedência para saber quais argumentos utilizar e como adaptar sua linguagem
- Planeje a estrutura do pitch e procure ser **o mais sucinto possível**, transmitindo a essência do seu negócio em poucas frases
- Não ultrapasse o tempo combinado (ou o tempo que você achar conveniente) para a apresentação do pitch, pois a ideia é mostrar o valor da empresa no menor tempo possível
- Treine muito seu pitch antes de fazer a primeira apresentação, pois é muito importante **transmitir confiança** e ter o texto na ponta da língua na hora de abordar seu público
- Procure **chamar a atenção logo no início** da apresentação com uma pergunta marcante, uma frase de impacto ou algo que gere curiosidade nos ouvintes.
- Lembre-se sempre da sequência “problema – solução – diferenciais – proposta” para estruturar seu pitch e manter a linha argumentativa

- Justifique a **necessidade do investimento**, mostrando como você conseguirá evoluir o negócio e gerar retorno financeiro a partir dos aportes de investidores
- Traga dados, gráficos, citações de especialistas, infográficos e qualquer **informação relevante** para comprovar o que está dizendo na apresentação
- Procure ilustrar sua apresentação com slides e imagens, sempre que possível.

## O MAPA DE *STAKEHOLDERS*

( Ainda preciso pesquisar melhor essa parte)

## LEAN CANVAS










O Lean Canvas é uma ferramenta baseada no Business Model Canvas que tem maior ênfase em hipóteses que precisam ser validadas cedo na vida de uma startup. Um dos exemplos dessa ênfase é a necessidade de encontrar o encaixe entre o problema de um mercado e a solução oferecida pela startup, ao invés de se preocupar com estratégias de relacionamento ou de parcerias.

### **O Lean Canvas funciona com os seguintes blocos:**

- Problema: Uma descrição breve sobre os top 3 problemas que sua startup quer resolver.
- Segmento de Clientes: Quem são os clientes da sua startup? Eles podem ser melhor segmentados? Se você tiver mais de um tipo de cliente, o autor recomenda que você crie um lean canvas para cada um deles.
- Proposta de Valor Única: Qual é o slogan do seu produto ou a principal característica que torna o seu produto diferente e merecedor do dinheiro dos clientes?
- Solução: Qual é o menor conjunto de funcionalidades (MVP) que entrega a proposta de valor única descrita acima?
- Métricas-Chave: Descrever as principais ações e métricas que suportam a geração de receitas ou retenção de clientes.
- Canais: Faça uma lista de canais gratuitos e pagos que sua startup usa para atingir seus clientes.
- Estrutura de Custos: Faça uma lista de todos os custos fixos e variáveis que sua startup possui.
- Fluxos de Receita: Identifique o seu tipo de modelo de receita – assinatura, anúncios, freemium, e determine as premissas para indicadores como Life time value, margem bruta, break-even point, etc.



- **Vantagem Injusta:** Esse item é o último por ser considerado o mais difícil de preencher. Uma vantagem injusta é algo que não pode ser copiado ou comprado. Você talvez comece o seu lean canvas sem preencher esse bloco, mas ele estará aqui para que você se cobre a preencher com algo realmente diferente do que existe no mercado.

<b>Problema</b> <i>(Top 3 Problemas)</i> 	<b>Solução</b> <i>(Top 3 Funcionalidades)</i> 	<b>Proposta Única de Valor</b> <i>(Mensagem única, clara e atraente dizendo porque sua empresa é diferente e merece atenção dos seus clientes)</i> 	<b>Vantagem Injusta</b> <i>(Não pode ser facilmente copiada ou comprada)</i> 	<b>Segmentos de Clientes</b> <i>(Clientes-alvo)</i> 
	<b>Métricas Chave</b> <i>(Principais atividades que devem ser medidas)</i> 		<b>Canais</b> <i>(O caminho para os clientes)</i> 	
<b>Estrutura de Custos</b> <i>(Quanto custa colocar isso tudo em operação)</i> 		<b>Fontes de Renda</b> <i>(Como ganha dinheiro)</i> 		

### Como a ferramenta ajuda a sua startup:

A ferramenta Lean Canvas ajuda colocando em evidência as hipóteses mais importantes a serem validadas na criação de sua startup. Assim,

empreendedores evitam perder tempo em questões que podem ser trabalhadas mais a frente no desenvolvimento de suas empresas.