



PLAYBOOK
EMEX 4.0
EMPREENDEDORES
EXPONENCIAIS



PLAYBOOK VALIDAÇÃO ÁGIL DO NEGÓCIO

- CONTEÚDO TEXTUAL
- FERRAMENTAS DE APOIO
- VÍDEOS EXPLICATIVOS

GUIA PRÁTICO PARA EMPREENDEDORES
QUE DESEJAM VALIDAR O SEU NEGÓCIO
EM **APENAS 4 SEMANAS**





O que é o playbook para Validação ágil do Negócio - EMEX 4.0?

É um guia prático do EMEX 4.0, para ajudar os empreendedores na estruturação de negócios exponenciais em apenas 4 semanas, tendo como base o desenvolvimento e a validação de clientes.

Este playbook contém textos explicativos, vídeos introdutórios em cada um dos módulos e ferramentas estratégicas para facilitar o processo de validação e desenvolvimento.

O EMEX 4.0 é uma metodologia eficaz e comprovada, desenvolvida pelo estrategista André Alves e que permite aos empreendedores validar suas ideias de negócios de forma ágil e inovadora, otimizando seus recursos financeiros.





Para quem é playbook para Desenvolvimento de Negócios Exponenciais - EMEX 4.0?

Este planner será útil para dois perfis de empreendedores:

PARA QUEM DESEJA DESENVOLVER UM NOVO NEGÓCIO

O guia vai auxiliar a validar o potencial da sua ideia, antes de investir todas as suas reservas para empreender no tão sonhado negócio.

Também será possível estruturar uma trilha estratégica, minimizando os impactos da imprevisibilidade mercadológica. E por fim, você poderá estruturar um plano de

ação para dar mais visibilidade ao seu negócio no segmento de atuação.

PARA QUEM PRECISA REESTRUTURAR O SEU NEGÓCIO ATUAL

O planner Empreendedor Exponencial também é aplicável para quem deseja rever a estratégia e os rumos de um negócio, que ainda não desenvolveu todo o seu potencial.





Quem será o seu mentor neste Playbook?

Muito prazer, me chamo André Alves.

Publicitário, pós-graduado em Gestão de Marketing e Serviços pela FAAP, cursando MBA em Inovação e Empreendedorismo pela USP, empreendendo há mais de 15 anos à frente da Linkys Assessoria de Marketing.

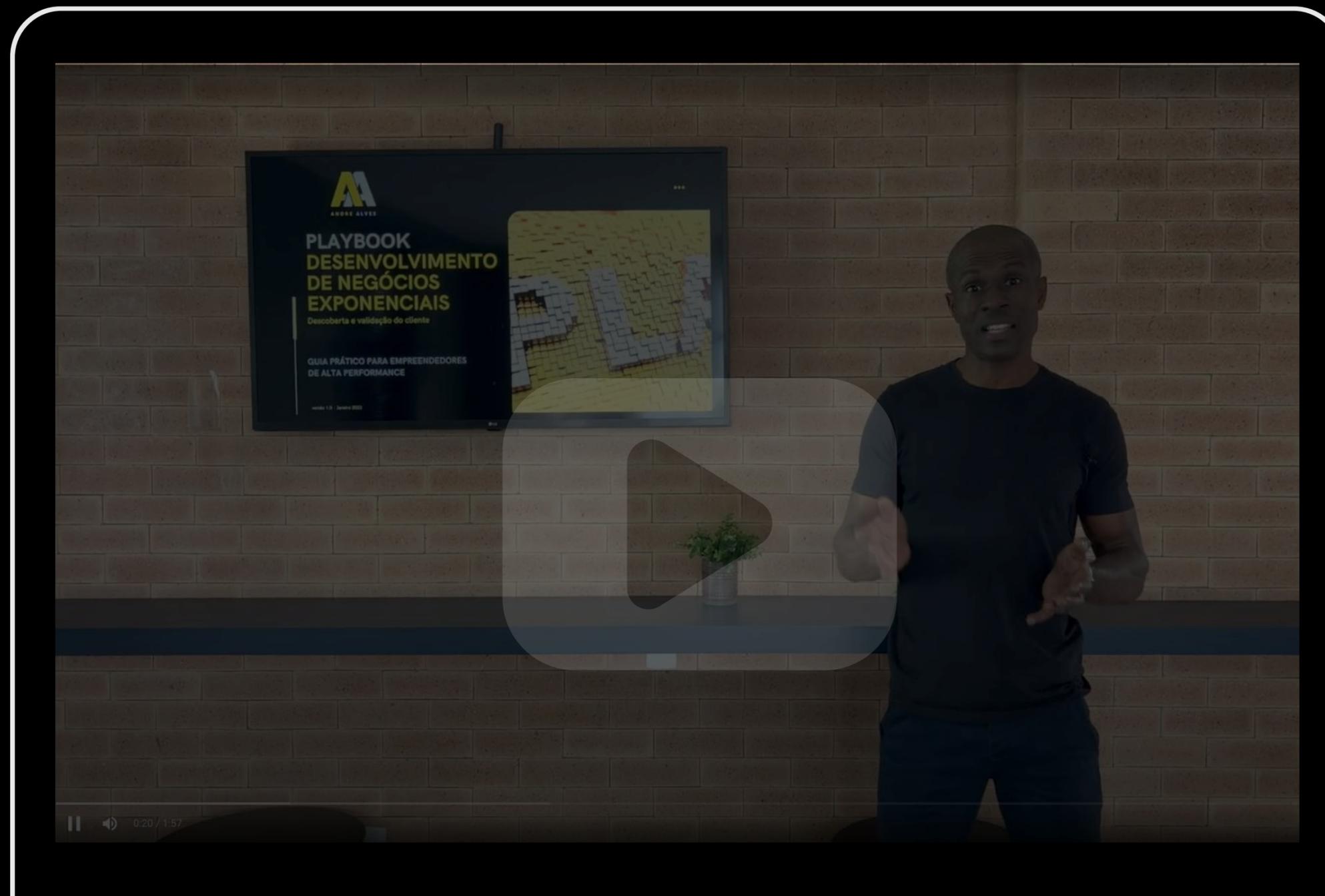
Autor de quatro livros publicados pela editora SENAC, nos quais discuto temas como empreendedorismo, marketing, planejamento estratégico e modelagem de negócios. Também atuei como mentor no Boot Camp Startups Sebrae e no programa de mentoria LinkedIn online, contribuindo com o desenvolvimento do empreendedorismo no Brasil.



Conheça a metodologia



EMEX 4.0
EMPREENDEDORES
EXPONENCIAIS





Sumário



Semana 1

A sua ideia vale um negócio?

1. Como gerar boas ideias
2. A lapidação das ideias
3. Análise de oportunidade das ideias
4. Explore a ideia selecionada
5. Definição do negócio a partir da ideia selecionada

Semana 2

Planejamento ágil do seu novo negócio

1. Conheça o modelo de negócios
2. Vamos estruturar o seu modelo de negócios?
3. Hipóteses a serem priorizadas no modelo de negócios
4. Construir uma versão simplificada do produtos
5. Visão geral do seu modelo de negócios

Semana 3

Testes para descobrir a relevância do seu produtos

1. Definição dos testes
2. Estrutura da aplicação dos testes
3. Implementação dos testes mais ágeis
4. Mensuração dos resultados dos testes
5. Análise e conclusão dos testes realizados

Semana 4

Como validar o potencial do seu negócio no mercado?

1. Recalculando a rota
2. Estrutura do protótipo do produto para teste mercadológico
3. Ação! Lançamento do protótipo do produto no mercado
4. Aceitação do produto - avaliação
5. Conclusão do teste mercadológico e os próximos passos

Agora, você tem um caminho para alcançar o sucesso do seu negócio!

Introdução - Validação do Negócio

Conhecendo o conceito de validação

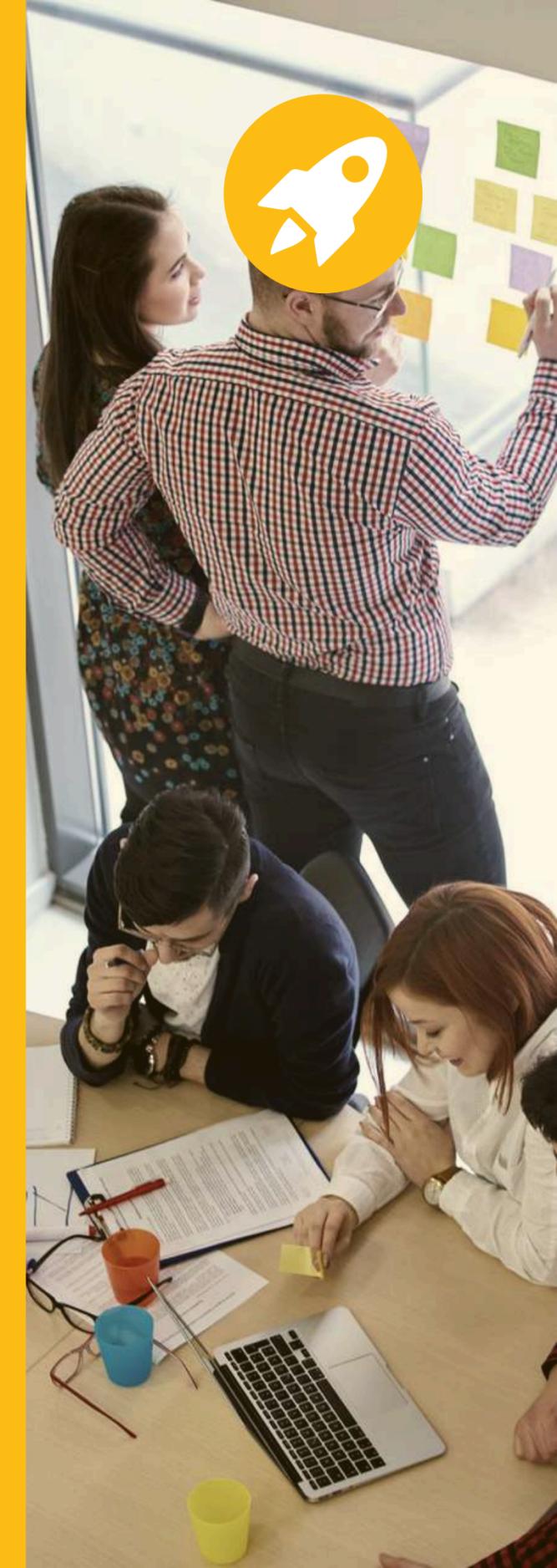
A validação do negócio é o processo de testar a viabilidade da ideia de negócio antes de investir recursos inspirados nele.

É um processo que ajuda os empreendedores a descobrir se a ideia de negócio é válida, se há um mercado viável para o produto ou serviço e se os clientes estão dispostos a pagar por ele.

A validação do negócio é importante por várias razões. Primeiro, ela ajuda a minimizar o risco de falha do negócio.

Se uma ideia de negócio para validada e testada antes de ser lançada no mercado, há uma probabilidade maior de que ela seja bem-sucedida.

Segundo, a validação do negócio ajuda os empreendedores a economizar tempo e dinheiro, pois eles podem identificar rapidamente se a ideia de negócio é viável antes de investir recursos nele.



INTRODUÇÃO

Introdução - Validação do Negócio

Conhecendo o conceito de validação

Existem várias maneiras pelas quais os empreendedores podem validar sua ideia de negócio.

Uma abordagem comum é a criação de um MVP (Minimum Viable Product), que é uma versão simplificada do produto ou serviço que permite aos empreendedores testá-lo com os clientes e receber feedback.

Outra abordagem é a realização de pesquisas de mercado, análise de concorrência e entrevistas com potenciais clientes.

Ao validar sua ideia de negócio, os empreendedores podem criar negócios mais bem-sucedidos porque podem descobrir rapidamente se há um mercado viável para o produto ou serviço e se os clientes estão dispostos a pagar por ele.

Além disso, a validação do negócio permite que os empreendedores ajustem sua ideia de negócio com base no feedback dos clientes e do mercado, tornando-a mais atraente e viável para o público-alvo.

Em resumo, o conceito de validação do negócio é fundamental para o sucesso dos empreendedores, pois ajuda a minimizar o risco de falha do negócio, economiza tempo e dinheiro e permite que os empreendedores ajustem sua ideia de negócio com base no feedback dos clientes e do mercado.





A **sua ideia** vale um negócio?

Como saber se a sua ideia realmente tem potencial para ser um negócio exponencial.

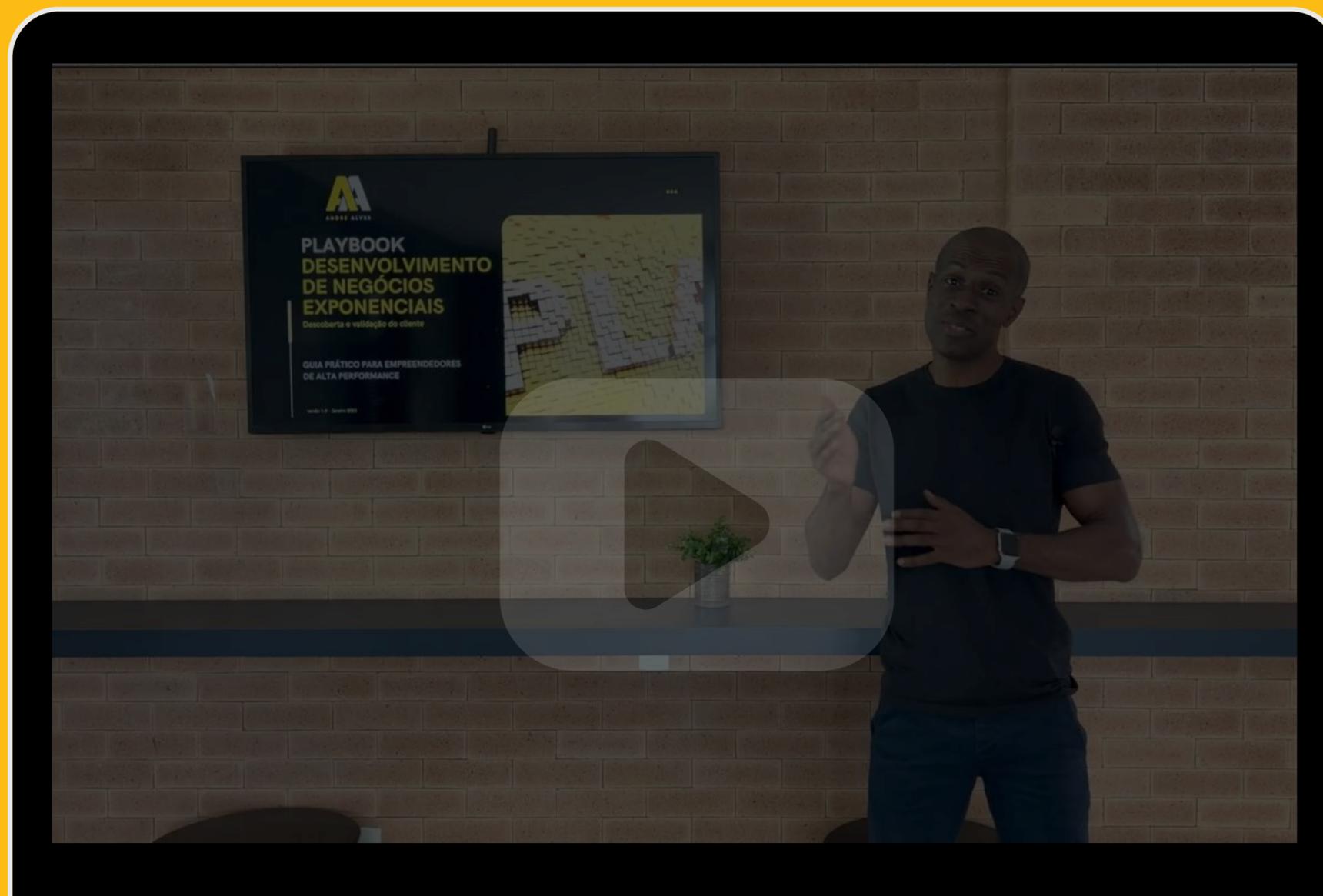


A boa ideia é aquela que está endereçada a uma real necessidade do cliente. Ela desperta o interesse e faz com que alguém queira pagar para colocá-la em prática.





A sua ideia vale um negócio?





Passo a passo



SEMANA 1

Dia 1

Como gerar boas ideias

- O que é a metodologia Funil de Ideias
- Aplicação do Funil de Ideias com base na sua vivência e oportunidade de mercado
- Avaliação dos resultados do Funil de Ideias

Dia 2

A lapidação das ideias

- A metodologia Scamper
- Aplicação da metodologia Scamper
- Avaliação dos resultados da metodologia Scamper

Dia 3

Análise de oportunidade das ideias

- Análise 360° da oportunidade
- Aplicação da metodologia Análise 360°
- Avaliação dos resultados da Análise 360°

Dia 4

Explore a ideia selecionada

- Metodologia 5W2H
- Aplicação da metodologia 5W2H
- Avaliação dos resultados da 5W2H

Dia 5

Definição da sua ideia de negócio

- Checklist para uma ideia com potencial

Agora, você já está preparado para o planejamento do seu negócio.

Dia 1 - Como gerar boas ideias

O que é a metodologia Funil de Ideias

O funil de ideias é uma técnica de brainstorming utilizada para gerar e organizar ideias de maneira sistemática. Ele é chamado de funil porque as ideias são produzidas em grande quantidade no início do processo e, em seguida, apenas as melhores são selecionadas e filtradas.

O funil de ideias é dividido em três etapas principais:

1. Geração de ideias: nesta etapa, o empreendedor exponencial com ou sem equipe gera o maior número possível de ideias, sem julgar a qualidade. Caso haja um grupo de participantes, é importante que todos os membros opinem sem que nenhuma ideia seja descartada.
2. Seleção de ideias: as ideias geradas são avaliadas e selecionadas com base em critérios pré-estabelecidos, como viabilidade, relevância e impacto. As ideias que não atendem aos critérios são descartadas automaticamente.
3. Desenvolvimento de ideias: neste ponto, as ideias selecionadas são desenvolvidas e aprofundadas para produzir soluções mais detalhadas e viáveis.



Dia 1 - Como gerar boas ideias

Aplicação do Funil de Ideias

O processo, habitualmente, começa com a geração de um grande número de ideias, por uma equipe ou por indivíduos trabalhando de forma colaborativa. Elas são avaliadas de acordo com critérios pré-estabelecidos, como viabilidade financeira, técnica, impacto e potencial de sucesso.

As ideias que não atendem a esses critérios são descartadas, enquanto as selecionadas passam pelo refinamento e são aprofundadas.

Neste ponto, é possível incluir a realização de pesquisas de mercado, análises de viabilidade financeira e técnica, e outras atividades de avaliação para determinar qual ideia tem maior potencial de sucesso.

Finalmente, são determinadas as melhores ideias para implementação. Isso pode incluir a criação de um plano de ação detalhado, bem como a atribuição de responsabilidades e a alocação dos recursos necessários.

O funil de ideias é uma ferramenta valiosa para a geração e gestão ideias, pois ajuda a garantir que apenas as melhores sejam selecionadas para implementação. Além disso, ele também ajuda a maximizar o uso dos recursos disponíveis, pois permite que as ideias sejam avaliadas de forma sistemática antes de serem implementadas.





FUNIL DE IDEIAS - EMPREENDEDORES EXPONENCIAIS

CONTEXTO 1 (ESPORTE)

PREFERÊNCIAS

O QUE VOCÊ GOSTA DE FAZER

Assistir jogos
esportivos

Praticar esportes
coletivos

Organizar campeonatos
de futebol

COMPETÊNCIAS

O QUE VOCÊ SABE FAZER

Atuar na esfera jurídica

Gerir equipes

Administrar negócios

OPORTUNIDADES

OPORTUNIDADES DE MERCADO

Consultoria jurídica
desportiva

Gestão de carreiras
desportivas

Centros para
treinamentos



FUNIL DE IDEIAS - EMPREENDEDORES EXPONENCIAIS

PREFERÊNCIAS O QUE VOCÊ GOSTA DE FAZER	COMPETÊNCIAS O QUE VOCÊ SABE FAZER	OPORTUNIDADES OPORTUNIDADES DE MERCADO

Dia 1 - Como gerar boas ideias

Avaliação dos resultados do Funil de Ideias



Dia 2 - A lapidação das ideias

A metodologia Scamper

As perguntas da metodologia SCAMPER são:

Substituir: O que pode ser substituído para tornar o produto ou serviço mais eficiente ou atrativo?

Combinar: O que pode ser combinado com o produto ou serviço para criar algo novo?

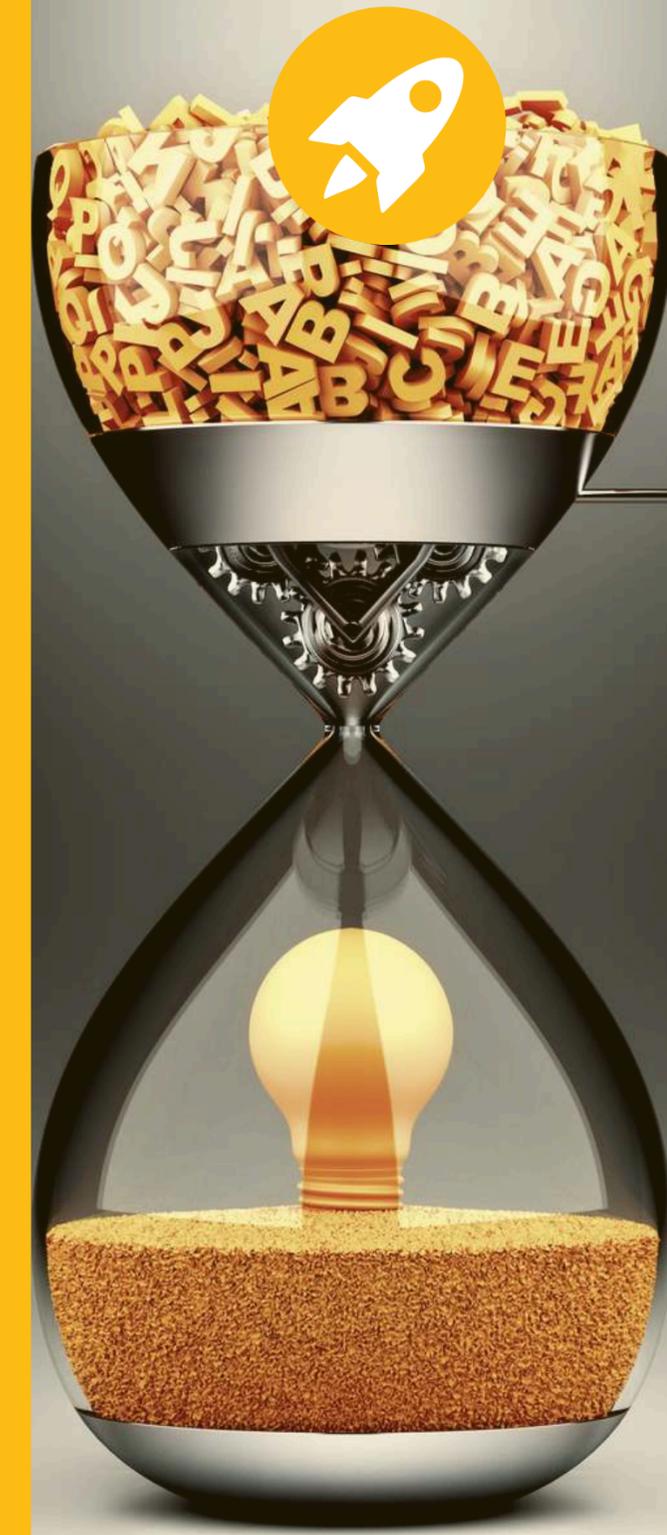
Adaptar: O que pode ser adaptado do produto ou serviço para melhorar ou modificá-lo de alguma maneira?

Modificar: O que pode ser modificado no produto ou serviço para torná-lo diferente ou melhor?

Excluir: O que pode ser excluído do produto ou serviço para torná-lo mais simples ou eficiente?

Rearranjar ou reverter: O que pode ser rearranjado ou revertido no produto ou serviço para criar algo novo ou inesperado?

Propor ou pedir: O que pode ser proposto ou pedido ao produto ou serviço para criar algo novo ou inovador?



Dia 2 - A lapidação das ideias

Aplicação da metodologia Scamper

Para utilizar a metodologia SCAMPER, basta seguir os seguintes passos:

1. Defina o problema ou desafio a ser resolvido.
2. Escolha um produto ou serviço para aplicar a metodologia.
3. Analise cada elemento da palavra SCAMPER e tente aplicá-los ao produto ou serviço escolhido. Por exemplo, você pode tentar substituir um componente do produto por outro, combinar o produto com outro para criar algo novo, adicionar algo a ele, etc.
4. Anote todas as ideias geradas durante o processo.
5. Avalie as ideias geradas e escolha as mais promissoras para serem desenvolvidas.

A metodologia SCAMPER pode ser aplicada de forma individual ou em grupo, e pode ser útil tanto para criar novos produtos, quanto para melhorar produtos existentes. É importante lembrar que a criatividade é um processo dinâmico e necessita de uma mente aberta e disposta a explorar novas possibilidades, a fim de obter resultados satisfatórios com a metodologia SCAMPER.



Dia 2 - A lapidação das ideias

Resultados da metodologia Scamper

Para avaliar o resultado da metodologia SCAMPER, é importante levar em consideração alguns fatores, como:

1. Relevância: As ideias geradas são relevantes para resolver o problema ou desafio definido?
2. Viabilidade: As ideias geradas são viáveis de serem implementadas?
3. Criatividade: As ideias geradas são originais e inovadoras?
4. Valor: As ideias geradas agregam valor ao produto ou serviço?
5. Eficácia: As ideias geradas são eficazes em resolver o problema ou desafio?

Além disso, é importante lembrar que a avaliação do resultado da metodologia SCAMPER deve ser feita de forma crítica, mas sem perder o foco na criatividade e na busca por soluções inovadoras. É preciso estar aberto a considerar diferentes pontos de vista e reavaliar as ideias geradas de acordo com o surgimento de novas informações.



Dia 3 - Análise de oportunidade das ideias

A ferramenta de análise 360°

A análise 360° da oportunidade inclui uma avaliação detalhada do mercado, do produto ou serviço, da concorrência, da equipe, dos recursos financeiros e do ambiente regulatório. Além disso, ela também pode considerar aspectos como a aceitação do público, a viabilidade técnica e a sustentabilidade do projeto.

Ela é importante para identificar as forças e fraquezas de um projeto, bem como os riscos e oportunidades associados a ele. Além de auxiliar na avaliação do potencial de retorno do investimento e estabelecer um plano de ação, para maximizar as chances de sucesso do projeto.

Para realizar a análise 360 da oportunidade é essencial reunir informações de fontes confiáveis e utilizar técnicas para estudo de dados, principalmente referentes ao mercado e cenários, a fim de avaliar o potencial de sucesso do projeto. Além de envolver diferentes pessoas e departamentos da empresa na análise, para obter uma visão abrangente e equilibrada da oportunidade.



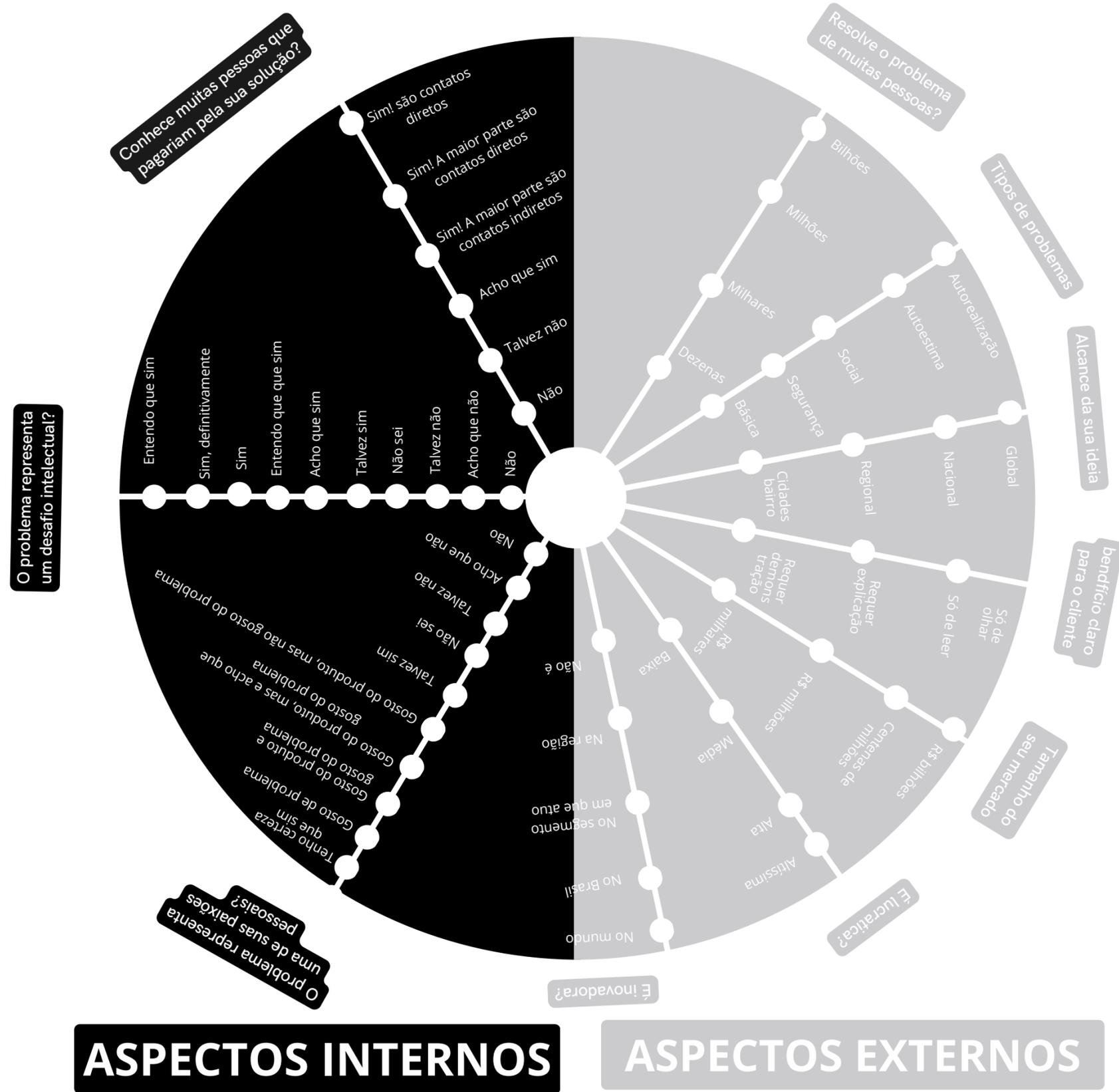


ANÁLISE 360° DA OPORTUNIDADE EMPREENDEDORES EXPONENCIAIS





ANÁLISE 360° DA OPORTUNIDADE EMPREENDEDORES EXPONENCIAIS



SEMANA

Dia 3 - Análise de oportunidade das ideias

Aplicação da metodologia Análise 360°

Para aplicar a análise 360° da oportunidade é preciso seguir os seguintes passos:

1. Defina o objetivo da análise: O que você quer saber com a análise?
2. Reúna informações: Colete dados de diferentes fontes, como relatórios de mercado, pesquisas de mercado, dados financeiros, etc.
3. Analise o mercado: Avalie o tamanho e o potencial de crescimento do mercado, a concorrência, os padrões de consumo, os canais de distribuição, etc.
4. Analise o produto ou serviço: Avalie as características e vantagens do produto ou serviço, bem como a sua aceitação pelo público.
5. Analise a equipe: Avalie as habilidades e experiências da equipe, bem como a sua capacidade de executar o projeto.
6. Analise os recursos financeiros: Avalie os recursos financeiros disponíveis e os custos associados ao projeto.
7. Analise os riscos e oportunidades: Identifique os riscos e oportunidades associados ao projeto e avaliar o seu impacto.



Dia 3 - Análise de oportunidade das ideias

Avaliação dos resultados da Análise 360°

Para avaliar o resultado da análise 360° da oportunidade é necessário levar em consideração alguns fatores, como:

1. Relevância: As informações coletadas e analisadas são relevantes para o objetivo da análise?
2. Precisão: As informações coletadas e analisadas são precisas e confiáveis?
3. Completude: A análise 360° da oportunidade abrangeu todos os aspectos relevantes do projeto?
4. Eficácia: O plano de ação gerado com base na análise 360° da oportunidade está sendo eficaz em maximizar as chances de sucesso do projeto?
5. Flexibilidade: O plano de ação é flexível para se adaptar às mudanças do mercado e da equipe?

A avaliação do resultado da análise 360° da oportunidade deve ser feita de forma criteriosa, sem perder o foco no objetivo do projeto. É preciso considerar os diferentes pontos de vista e a reavaliar o plano de ação, sempre que houver novas informações ou dados.



Dia 4 - Explore a ideia selecionada

Metodologia 5W2H

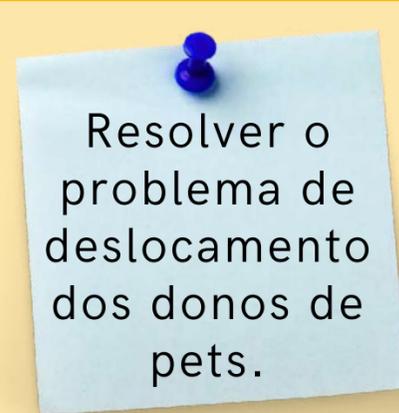
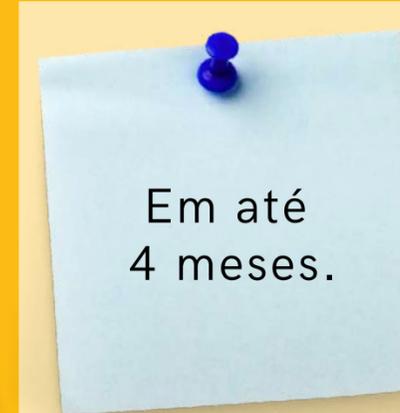
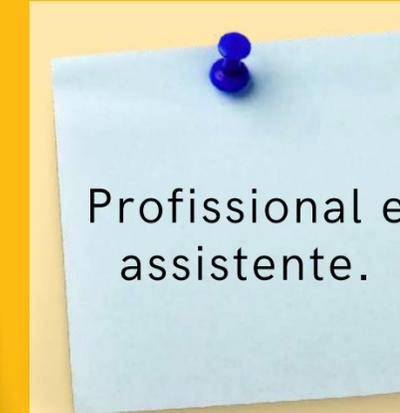
O 5W2H é uma técnica de planejamento e gerenciamento de projetos que ajuda a identificar e definir as ações necessárias para alcançar um objetivo. Ela é baseada nas seguintes perguntas:

1. O quê (What): O que precisa ser feito?
2. Por quê (Why): Qual é o propósito ou a razão para fazer isso?
3. Quem (Who): Quem será responsável por fazer isso?
4. Quando (When): Quando isso deve ser feito?
5. Onde (Where): Onde isso deve ser feito?
6. Como (How): Como isso deve ser feito?
7. Quanto (How much): Qual é o orçamento ou o custo estimado para fazer isso?





5W2H- EMPREENDEDORES EXPONENCIAIS

O QUE? O que será feito?	POR QUÊ? Por que será feito?	ONDE? Onde será feito?	QUANDO? Quando será feito?	QUEM? Por quem será feito?	COMO? Como será feito?	QUANTO? Quanto vai custar?
Faça um descrição sucinta da sua ideia de negócio.	Justifique os impactos da sua ideia para solucionar um possível problema.	Apresente situações onde a sua solução poderá ser aplicada.	Estipule um prazo para que a sua solução possa ser desenvolvida.	Defina os responsáveis para viabilizar a sua ideia.	Detalhe como pretende viabilizar a sua ideia. Destaque fatores internos e externos.	Estime o valor a ser investido para viabilizar a sua ideia.
 <p>Pet Shop Itinerante</p>	 <p>Resolver o problema de deslocamento dos donos de pets.</p>	 <p>Dentro do condomínio.</p>	 <p>Em até 4 meses.</p>	 <p>Profissional e assistente.</p>	 <p>Carro adaptado. Serviço agendado.</p>	 <p>Aproximadamente R\$100.000,00</p>



5W2H- EMPREENDEDORES EXPONENCIAIS

O QUE? O que será feito?	POR QUÊ? Por que será feito?	ONDE? Onde será feito?	QUANDO? Quando será feito?	QUEM? Por quem será feito?	COMO? Como será feito?	QUANTO? Quanto vai custar?

Dia 4 - Explore a ideia selecionada

Aplicação da metodologia 5W2H

Para utilizar a técnica 5W2H basta seguir os seguintes passos:

1. Defina o objetivo do projeto: O que você quer alcançar com o projeto?
2. Identifique as ações necessárias para alcançar o objetivo: Para cada ação, responda às perguntas do 5W2H.
3. Crie um plano de ação: Organize as ações identificadas em uma tabela ou diagrama, definindo as responsabilidades, prazos e orçamento para cada uma delas.
4. Execute o plano de ação: Siga o plano de ação e monitore o progresso do projeto para garantir que as ações estejam sendo cumpridas de acordo com o planejado.

A técnica 5W2H é útil porque na definição das ações necessárias para alcançar o objetivo e a gerenciar o projeto de forma eficiente. Além disso, ela também pode ser usada para avaliar o progresso e ajustar o plano de ação.



Dia 4 - Explore a ideia selecionada

Avaliação dos resultados da 5W2H

Para avaliar o resultado da técnica 5W2H, é importante levar em consideração alguns fatores, como:

1. Alinhamento com o objetivo: As ações definidas no plano de ação estão alinhadas com o objetivo do projeto?
2. Eficácia: As ações definidas no plano de ação estão sendo eficazes em alcançar o objetivo do projeto?
3. Eficiência: As ações definidas no plano de ação estão sendo executadas de forma eficiente, considerando os recursos disponíveis e o prazo estabelecido?
4. Qualidade: As ações definidas no plano de ação estão sendo executadas para garantir a qualidade do projeto?
5. Satisfação do cliente: O projeto está atendendo às expectativas e necessidades do cliente?

Os ajustes e avaliação do resultado da técnica 5W2H devem ser realizados de forma crítica e de acordo com o objetivo do projeto.



Dia 5 - Definição da sua ideia de negócio

Checklist para uma ideia com potencial

Para definir se sua ideia tem potencial para ser um negócio, é importante avaliar fatores como:

1. Necessidade do mercado: Existe uma demanda real pelo produto ou serviço que você está propondo?
2. Diferenciação: Como o seu produto ou serviço se diferencia da concorrência? Qual é o seu diferencial?
3. Viabilidade técnica: É possível produzir e oferecer o produto ou serviço de forma viável?
4. Viabilidade financeira: O projeto é viável financeiramente? Qual é o potencial de retorno do investimento?
5. Equipe: Você possui uma equipe experiente e comprometida para executar o projeto?
6. Recursos: Você possui os recursos financeiros, tecnológicos, humanos e outros necessários para executar o projeto?
7. Aceitação do público: O público tem interesse pelo produto ou serviço que você está propondo?
8. Sustentabilidade: O projeto é sustentável a longo prazo?

Lembre-se de manter a mente aberta e estar disposto a explorar novas possibilidades, aprendendo com os erros do processo. Dessa forma, a avaliação poderá apontar mais chances de sucesso do negócio.





Avaliando os resultados obtidos





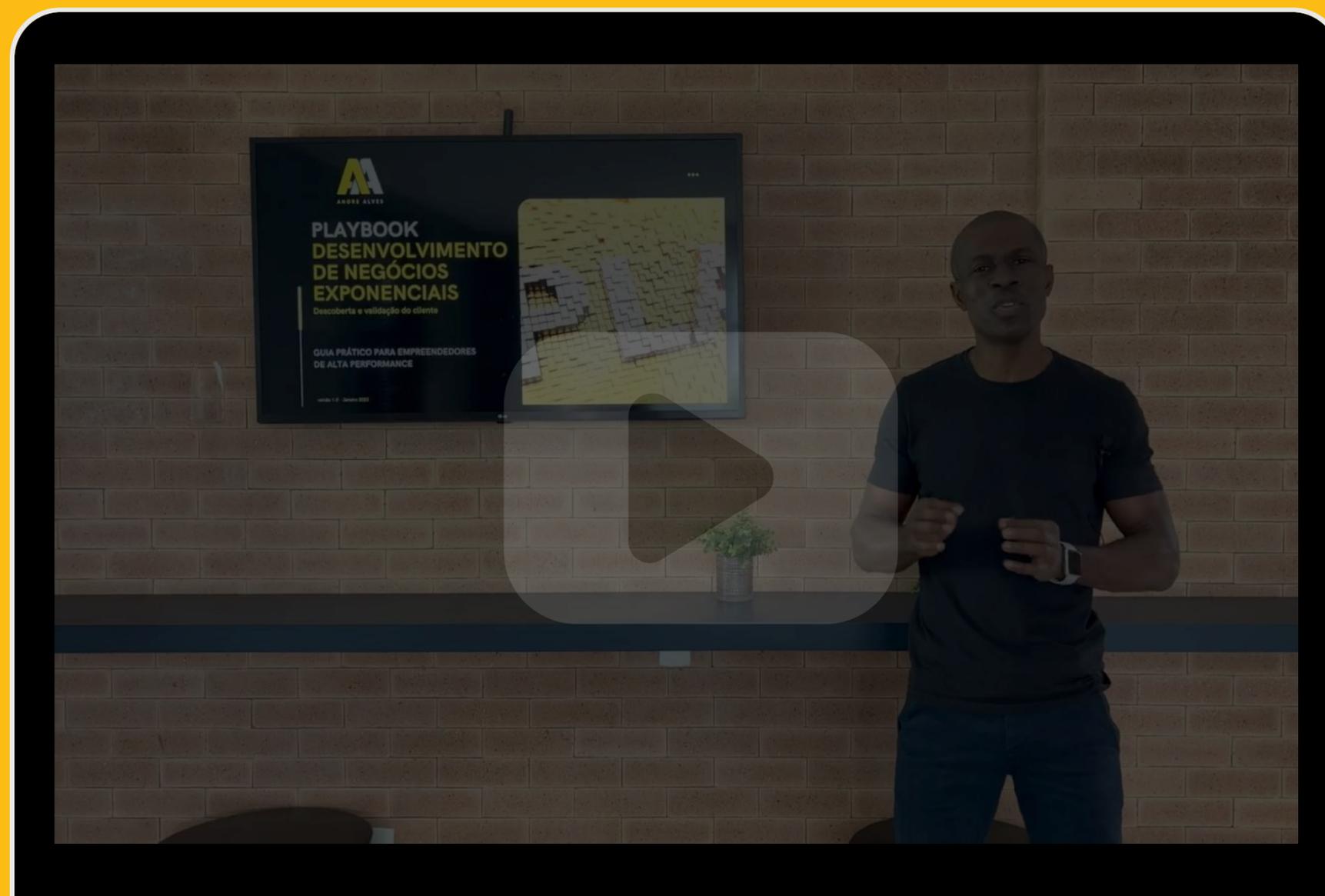
Planejamento ágil do seu **novo negócio**

Estruture o seu negócio para validá-lo





Planejando o seu novo negócio de forma ágil





Passo a passo

- Dia 1** Conheça o modelo de negócios
- O que é um modelo de negócio
 - Modelo de negócio Canvas
-
- Dia 2** Estrutura do seu modelo de negócio
- Definição dos elementos essenciais do seu negócio
 - Hipóteses dos componentes do modelo de negócio
-
- Dia 3** Hipóteses prioritárias do modelo de negócio
- Definição dos elementos que precisam ser validados
-
- Dia 4** Construção de uma versão simplificada do seu produto/serviço exponencial
- Definição dos primeiros elementos do seu produto teste
-
- Dia 5** Visão Geral do seu modelo de negócio
- Análise da versão 1.0 do seu modelo de negócio

Agora, você está pronto para descobrir a relevância da sua solução!

Dia 1 - Conhecendo o modelo de negócio

O que é um modelo de negócio

O modelo de negócios é a forma como que sua empresa gera e entrega valor para os seus clientes. Ou, de maneira mais prática, é a estruturação dos elementos e etapas que compõem a forma com que a sua empresa faz o que faz.

Um modelo de negócio é um plano que descreve como uma empresa irá gerar receita, criar valor para os clientes e se sustentar economicamente. Ele inclui informações sobre o mercado, o público-alvo, os produtos ou serviços oferecidos, os canais de distribuição, a estrutura de custos, as fontes de receita, os parceiros estratégicos e os modelos de propriedade e governança.

O modelo de negócio é importante porque ajuda a definir a estratégia da empresa e a estabelecer objetivos e metas claros. Ele também permite avaliar o potencial de retorno do investimento e identificar oportunidades de crescimento e expansão.

Existem diferentes tipos de modelos de negócio, como o modelo de freemium, o modelo de assinatura, o modelo de licença, o modelo de vendas diretas, entre outros. A escolha do modelo de negócio depende das características do mercado, do produto ou serviço oferecido e das metas da empresa.



Dia 1 - Conhecendo o modelo de negócio

Modelo de negócio Canvas

O Business Model Canvas é uma ferramenta visual que permite aos empreendedores desenhar, testar, iterar e comunicar o modelo de negócio de uma empresa. Ele é composto por nove blocos interligados que representam os elementos chave de um modelo de negócio: proposta de valor, relacionamento com clientes, canais de distribuição, segmentos de mercado, fontes de receita, recursos-chave, atividades-chave, parceiros-chave e estrutura de custos.

O Business Model Canvas é uma maneira simples e intuitiva de representar o modelo de negócio de uma empresa, permitindo que os empreendedores visualizem e entendam melhor como seu negócio funciona e como gerar valor para os clientes. Ele também pode ser usado como uma ferramenta de planejamento e análise para ajudar os empreendedores a testar e iterar suas hipóteses de negócio e identificar possíveis problemas ou oportunidades.

O modelo de negócio Canvas pode ser útil para empreendedores que estão iniciando um negócio ou para aqueles que querem visitar e aprimorar suas estratégias de negócio existentes, permitindo visualizar todos os elementos-chave de seu negócio de maneira clara e integrada, o que pode ajudá-lo a identificar os pontos fortes e fracos de sua estratégia e fazer ajustes de acordo.



Dia 2 - Estruturando o seu modelo de negócio

Definindo de forma ágil os elementos essenciais do seu modelo de negócio

Esses elementos são importantes porque formam a base sobre a qual o negócio é construído e determinam como ele vai funcionar e gerar receita. É importante que cada elemento seja considerado e planejado de maneira cuidadosa para garantir o sucesso do negócio.

1. Propósito: qual é o propósito da empresa? Qual é a sua visão, missão e valores?
2. Segmento de clientes: quem são os clientes da empresa e como eles são segmentados? Qual é o perfil desses clientes e quais são as suas necessidades?
3. Proposta de valor: qual é o valor que a empresa oferece aos seus clientes? Qual é o diferencial da empresa em relação à concorrência?
4. Canais: como a empresa entrega o seu produto ou serviço aos clientes? Qual é o caminho que os clientes precisam percorrer para adquirir o produto ou serviço da empresa?



Dia 2 - Estruturando o seu modelo de negócio

Definindo de forma ágil os elementos essenciais do seu modelo de negócio

5. Relacionamento com o cliente: como a empresa estabelece e mantém um relacionamento com os seus clientes? Qual é a natureza desse relacionamento e qual é o papel da empresa nesse processo?
6. Fontes de receita: de que forma a empresa gera receita? Qual é o modelo de negócio da empresa (por exemplo, venda de produtos, serviços, licenças, assinaturas, etc.)?
7. Atividades-chave: quais são as atividades críticas que a empresa precisa realizar para entregar a sua proposta de valor e gerar receita?
8. Parceiros-chave: quem são os parceiros da empresa e como eles contribuem para o modelo de negócio da empresa?
9. Estrutura de custos: qual é o custo total de operar a empresa e quais são os principais componentes desses custos?





MODELO DE NEGÓCIO CANVAS

PARCEIROS-CHAVE

Quem são meus parceiros?

Quem são meus fornecedores?

O que adquirimos dos nossos parceiros?

Quais atividades eles realizam?

ATIVIDADES-CHAVE

Que atividades principais nossa proposta de valor requer?

Nossos canais de relacionamento, distribuição, receitas?

RECURSOS-CHAVE

Quais recursos chave a nossa proposta de valor requer? Canais, relacionamentos, modelo de receita.

PROPOSTAS DE VALOR

Quais recursos chave a nossa proposta de valor requer? Canais, relacionamentos, modelo de receita.

RELACIONAMENTO COM OS CLIENTES

Como nós mantemos e aumentamos nossos clientes?

Quais relacionamentos com o cliente nós

CANAIS

Através de quais canais nossos segmentos de clientes querem ser contatados?

Quais canais funcionam melhor?

SEGMENTO DE CLIENTES

Para quem nós criamos valor?

Quem são os nossos mais importantes clientes?

Quem são os nossos consumidores mais importantes?

FONTES DE CUSTOS

FONTES DE RECEITA

Data **Janeiro 2023**

Versão **X.Y**



MODELO DE NEGÓCIO CANVAS

PARCEIROS-CHAVE

ATIVIDADES-CHAVE

RECURSOS-CHAVE

PROPOSTAS DE VALOR

RELACIONAMENTO
COM OS CLIENTES

CANAIS

SEGMENTO DE
CLIENTES

FONTES DE CUSTOS

Data

Versão

FONTES DE RECEITA

Dia 2 - Estruturando o seu modelo de negócio

Estabelecendo as hipóteses dos componentes do modelo de negócio

Estabelecer as hipóteses em um modelo de negócio pode ajudar a identificar as incertezas e os riscos do negócio e a desenvolver planos para lidar com esses desafios. Além disso, as hipóteses podem ser testadas e validadas com dados e feedback de clientes para ajudar a aperfeiçoar o modelo de negócio.

Uma hipótese é sempre uma afirmação de algo que você precisa validar.

É possível estabelecer hipóteses a serem verificadas para qualquer um dos elementos do modelo de negócio, exemplo, o comportamento do público, o problema que ele possui, se o público definido é de fato o mais aderente à proposta de solução do produto.

Exemplos:

Hipótese de proposta de valor: A proposta de valor da empresa é clara e atraente o suficiente para atrair e reter clientes em potencial?

Hipótese de canais de distribuição: A empresa está usando os canais de distribuição corretos para alcançar seus clientes?





MATRIZ CSD



CERTEZAS

O que você já sabe? pode ser sobre o mercado, produto, consumidor...

SUPOSIÇÕES

O que você tem como hipóteses ou suposições?

DÚVIDAS

Quais são as dúvidas ou perguntas para serem feitas?

Data

Versão

Dia 3 - Matriz de Priorização de Hipóteses do Modelo de Negócio

Definindo os elementos que precisam ser validados

A Matriz de Priorização de Hipóteses do Modelo de Negócio é uma ferramenta que pode ser usada para ajudar os empreendedores a priorizar e testar as diferentes hipóteses que fazem parte de seu modelo de negócio. Ela é composta por duas dimensões: impacto e facilidade de teste.

O impacto se refere ao quanto uma determinada hipótese é importante para o sucesso do negócio, enquanto a facilidade de teste se refere ao quanto é fácil ou difícil testar essa hipótese. As hipóteses são então classificadas em quatro quadrantes:

A Matriz de Priorização de Hipóteses do Modelo de Negócio é uma ferramenta útil para ajudar os empreendedores a priorizar suas atividades de teste e focar nas hipóteses mais importantes e fáceis de serem testadas primeiro. Isso pode ajudar a maximizar o impacto do teste e acelerar o processo de aprendizado e desenvolvimento do negócio.



Dia 3 - Matriz de Priorização de Hipóteses

Definindo os elementos que precisam ser validados

Quadrante 1: Hipóteses de alto impacto e fáceis de testar. Estas são as hipóteses que devem ser testadas primeiro, pois são as mais importantes para o sucesso do negócio e também as mais fáceis de serem testadas.

Quadrante 2: Hipóteses de alto impacto e difíceis de testar. Estas são as hipóteses que devem ser testadas em seguida, pois são importantes para o sucesso do negócio, mas mais difíceis de serem testadas.

Quadrante 3: Hipóteses de baixo impacto e fáceis de testar. Estas são as hipóteses que podem ser testadas depois, pois têm menos impacto no sucesso do negócio, mas são mais fáceis de serem testadas.

Quadrante 4: Hipóteses de baixo impacto e difíceis de testar. Estas são as hipóteses que devem ser deixadas para o final, pois têm pouco impacto no sucesso do negócio e são difíceis de serem testadas.





PRIORIZAÇÃO DE HIPÓTESES CANVAS



FAZER E MEDIR

2



TESTE

1



BAIXO RISCO

ALTO RISCO

NÃO TESTE

3



DESCARTE

4



ALTO VALOR PERCEBIDO

BAIXO VALOR PERCEBIDO

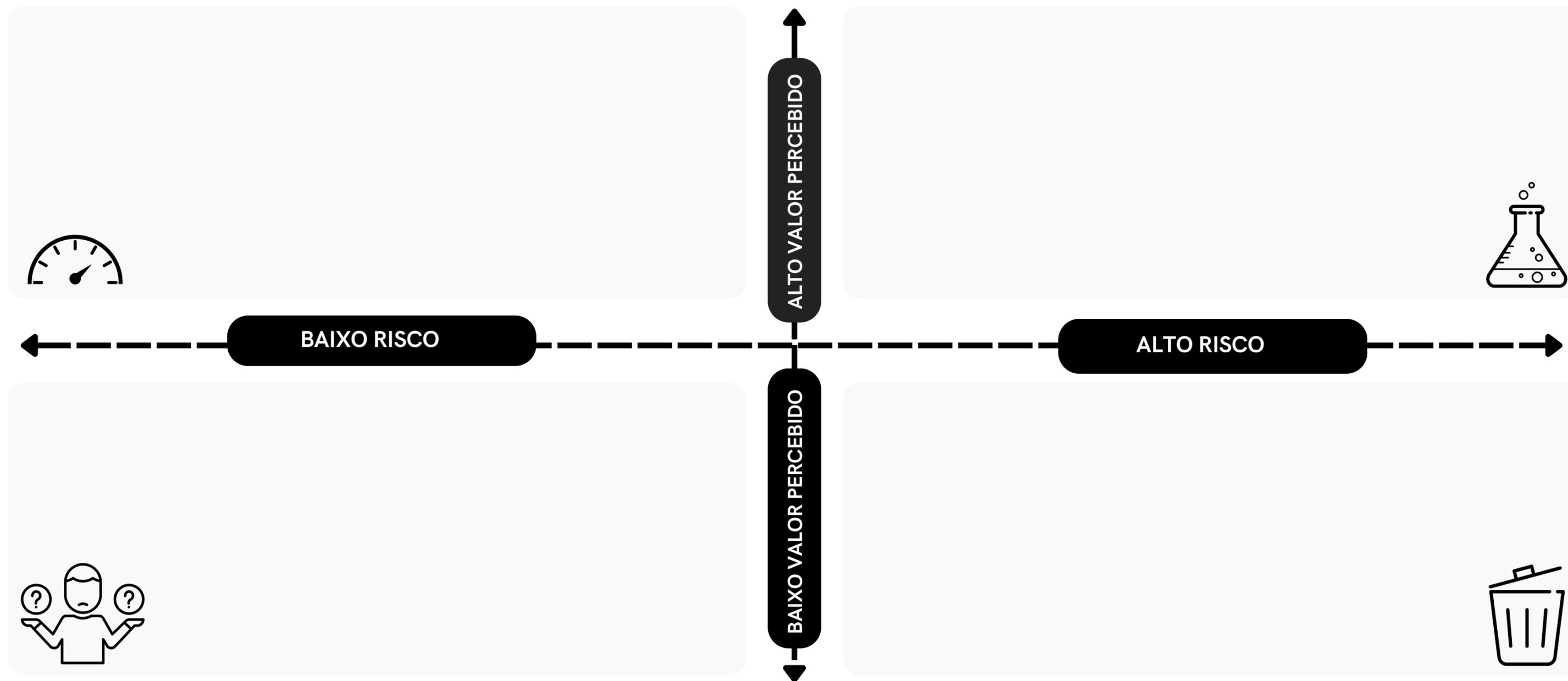
NOME DO PROJETO:

DATA:

VERSÃO:



PRIORIZAÇÃO DE HIPÓTESES CANVAS



NOME DO PROJETO:

DATA:

VERSÃO:

Dia 4 - Construindo a versão simplificada do seu produto

Definindo os primeiros elementos do seu produto teste (MVP)

MVP significa "Produto Mínimo Viável" e se refere a uma versão inicial de um produto que possui apenas as funcionalidades essenciais para atender às necessidades dos usuários e fornecer valor. O objetivo de um MVP é fornecer uma versão básica de um produto que possa ser testada no mercado o mais rápido possível, com o intuito de obter feedback dos usuários e melhorar o produto de acordo com esses comentários.

O MVP é uma abordagem popular para o desenvolvimento de produtos, pois permite que as empresas lancem produtos no mercado rapidamente e comecem a obter receita o mais cedo possível. Além disso, o MVP permite que as empresas obtenham feedback do mercado e usem essas informações para melhorar o produto de forma iterativa, ao invés de gastar muito tempo e recursos desenvolvendo uma versão completa do produto antes de saber se ele será bem-sucedido.

Para criar um MVP, é importante identificar quais são as funcionalidades essenciais do produto e focar no seu desenvolvimento. Isso permite que o produto seja lançado no mercado o mais rápido possível e que as empresas comecem a obter receita o mais cedo possível. Depois que o MVP é lançado, as empresas podem usar o feedback dos usuários para adicionar novas funcionalidades e melhorar o produto ao longo do tempo.



Dia 4 - Construindo a versão simplificada do seu produto

Definindo os primeiros elementos do seu produto teste utilizando Lean UX Canvas

O Lean UX Canvas é uma ferramenta de modelo visual criada para ajudar equipes a colaborar e criar produtos de forma mais rápida e eficiente. Ele foi inspirado no modelo de design de produto Lean Startup, que foi criado para ajudar empreendedores a desenvolver produtos de forma ágil e iterativa.

Ele é composto por cinco elementos principais:

1. O Propósito: qual é a razão principal para o produto existir e como ele satisfaz as necessidades dos usuários.
2. A Jornada do Usuário: como os usuários interagem com o produto, desde o primeiro contato até o pós-venda.
3. Os Atributos do Produto: quais são as características e funcionalidades do produto.
4. O Valor do Produto: como o produto beneficia os usuários e cria valor para a empresa.
5. A Experiência do Usuário: como os usuários sentem-se enquanto interagem com o produto.





LEAN UX CANVAS



PROBLEMA DO NEGÓCIO

Qual é o problema da empresa que precisa de ajuda?

1

IDEIAS DE SOLUÇÕES

Liste o produto, os recursos ou as melhorias que ajudam seus usuários-alvo a alcançar o objetivo desejado.

5

RESULTADOS DO NEGÓCIO

Que mudanças no comportamento do usuário você precisa ver para saber se resolveu o problema?

2

USUÁRIOS E CLIENTES

Quais usuários e clientes você deve priorizar?

3

BENEFÍCIOS PARA O USUÁRIO

Quais objetivos seus usuários estão tentando atingir ou quais problemas estão tentando resolver?

4

HIPÓTESES

Agregue os pontos 2 a 5 para formar uma hipótese, por exemplo: "acreditamos que atingiremos o resultado de negócios X, se o usuário Y obtiver o benefício Z com um recurso A."

6

QUAIS SÃO AS COISAS MAIS IMPORTANTES QUE PRECISAMOS APRENDER PRIMEIRO?

Liste o produto, os recursos ou as melhorias que ajudam seus usuários-alvo a alcançar o objetivo desejado.

7

EXPERIMENTAÇÃO

Faça um brainstorming dos experimentos que você precisaria fazer para testar sua hipótese ou hipóteses.

8

Data Janeiro 2023

Versão X.Y



LEAN UX CANVAS



PROBLEMA DO NEGÓCIO

Qual é o problema da empresa que precisa de ajuda?

1

IDEIAS DE SOLUÇÕES

Liste o produto, os recursos ou as melhorias que ajudam seus usuários-alvo a alcançar o objetivo desejado.

5

RESULTADOS DO NEGÓCIO

Que mudanças no comportamento do usuário você precisa ver para saber se resolveu o problema?

2

USUÁRIOS E CLIENTES

Quais usuários e clientes você deve priorizar?

3

BENEFÍCIOS PARA O USUÁRIO

Quais objetivos seus usuários estão tentando atingir ou quais problemas estão tentando resolver?

4

HIPÓTESES

Agregue os pontos 2 a 5 para formar uma hipótese, por exemplo: "acreditamos que atingiremos o resultado de negócios X, se o usuário Y obtiver o benefício Z com um recurso A."

6

QUAIS SÃO AS COISAS MAIS IMPORTANTES QUE PRECISAMOS APRENDER PRIMEIRO?

Liste o produto, os recursos ou as melhorias que ajudam seus usuários-alvo a alcançar o objetivo desejado.

7

EXPERIMENTAÇÃO

Faça um brainstorming dos experimentos que você precisaria fazer para testar sua hipótese ou hipóteses.

8

Data

Versão X.Y

Dia 5 - Visão Geral do seu modelo de negócio

Analizando a versão 1.0 do seu modelo de negócio

Para avaliar se um modelo de negócio canvas foi bem estruturado, você deve verificar se cada um dos nove blocos está preenchido de maneira clara e completa. Além disso, você deve verificar se os elementos incluídos em cada bloco são coerentes e se fazem sentido juntos.

Outras coisas a se considerar ao avaliar um modelo de negócio canvas incluem:

1. Clareza: o modelo de negócio canvas deve ser fácil de entender, mesmo para pessoas que não estejam familiarizadas com o negócio.
2. Consistência: os elementos incluídos no modelo de negócio canvas devem estar coerentes uns com os outros e refletir a realidade do negócio.
3. Completude: o modelo de negócio canvas deve incluir todos os elementos-chave do negócio, de modo a ser uma representação completa do mesmo.
4. Eficácia: o modelo de negócio canvas deve ser eficaz na comunicação dos aspectos-chave do negócio e na orientação de decisões importantes.





Realizando testes para descobrir a **relevância** do seu produto

Como saber se o seu produto tem potencial para solucionar um problema relevante?



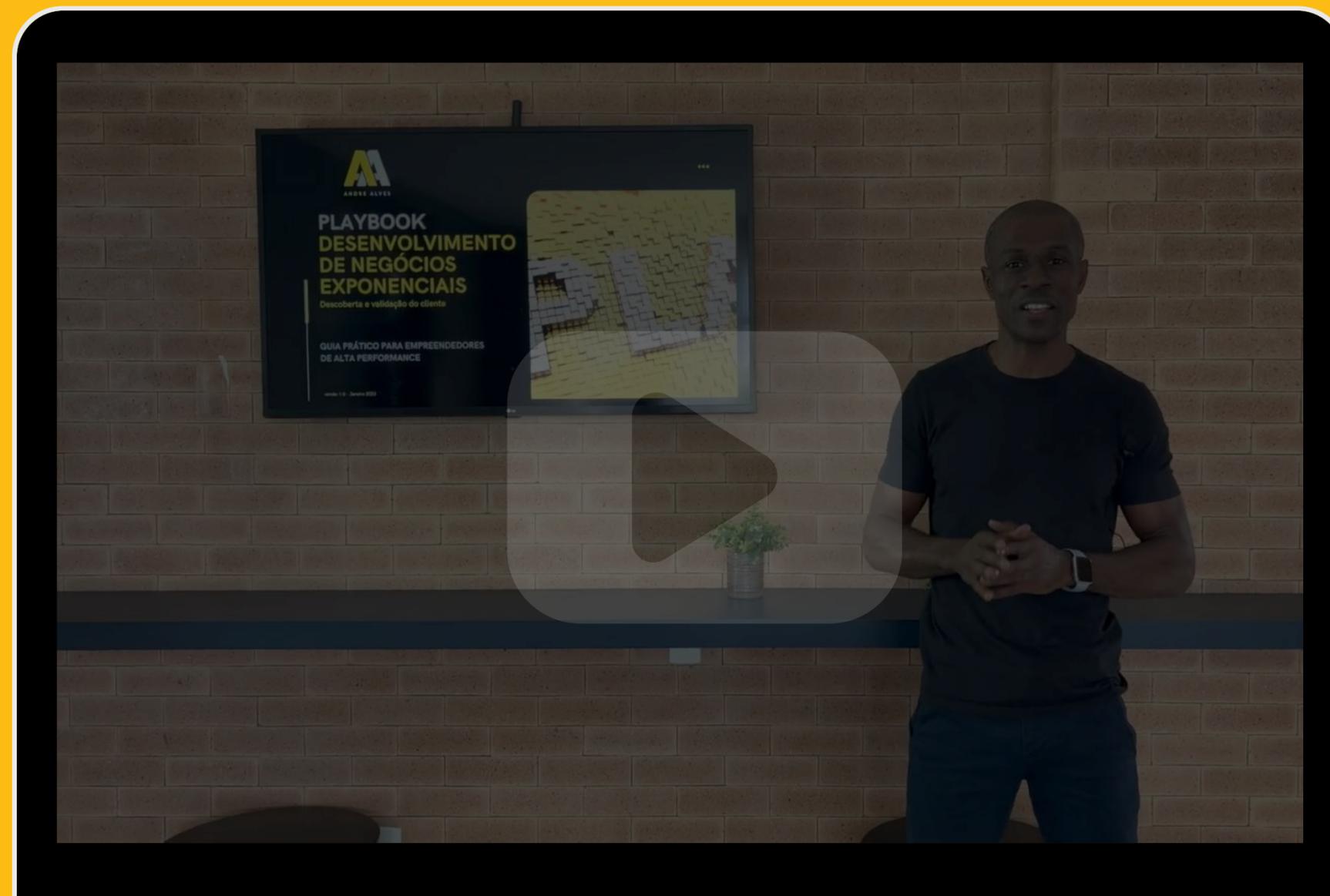
Passo a passo



- Dia 1** Definição dos testes que serão realizados
- Modelos de testes para validar o produto
 - Modelos de testes para validar o mercado
-
- Dia 2** Definição dos testes para validação do produto
- Estrutura da aplicação dos testes
 - Definições técnicas para aplicação os testes
-
- Dia 3** Implementação dos testes ágeis
- Implementação dos testes ágeis
 - Operacionalizando os testes de produto e mercado
-
- Dia 4** Mensurando os testes aplicados
- Ferramentas de pesquisas
 - Mensuração dos testes aplicados
-
- Dia 5** Análise da conclusão dos testes
- Avaliação da aceitação do produto

Agora, você já está pronto para validar o potencial do seu negócio no mercado!

Descobrendo a relevância do seu produto



Dia 1 - Definição dos testes que serão realizados

A importância de validar o produto

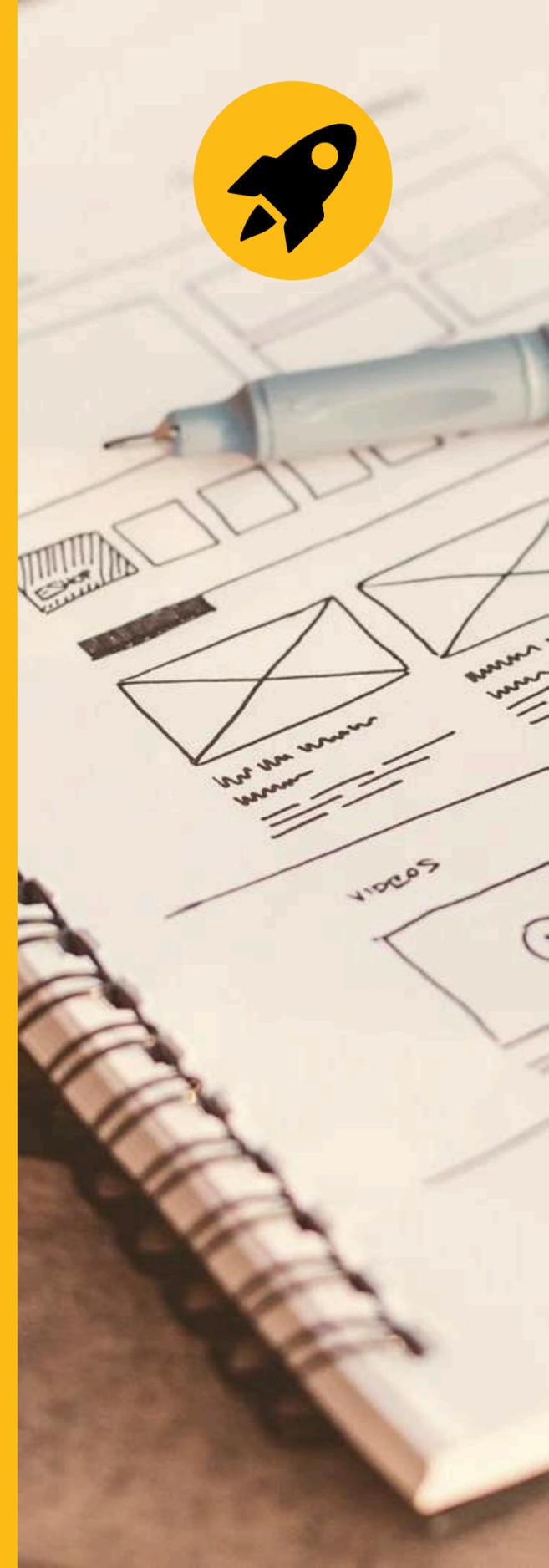
Validar um produto no mercado é importante para garantir que ele atenda às necessidades e desejos dos consumidores. Isto pode diminuir o risco de lançar um produto que não tem demanda ou não é viável economicamente.

Além disso, a realização de testes para validar o potencial de um produto possibilita a identificação de problemas ou falhas antes do lançamento, economizando tempo e recursos financeiros.

A validação também pode estabelecer uma base de clientes leais e criar reputação positiva em torno do produto, o que pode ser crucial para o sucesso do negócio. E, ainda, atrair investidores e parceiros de negócios, o que é importante para o crescimento e o sucesso a longo prazo.

Existem algumas maneiras de validar um produto no mercado:

- Realizar pesquisas de mercado: pergunte a potenciais clientes se eles estariam interessados em comprar o produto e o que gostariam de ver nele.
- Criar um protótipo do produto: isto pode ajudá-lo a entender como o produto funcionará na prática e se há algum problema que precisa ser resolvido antes do lançamento.

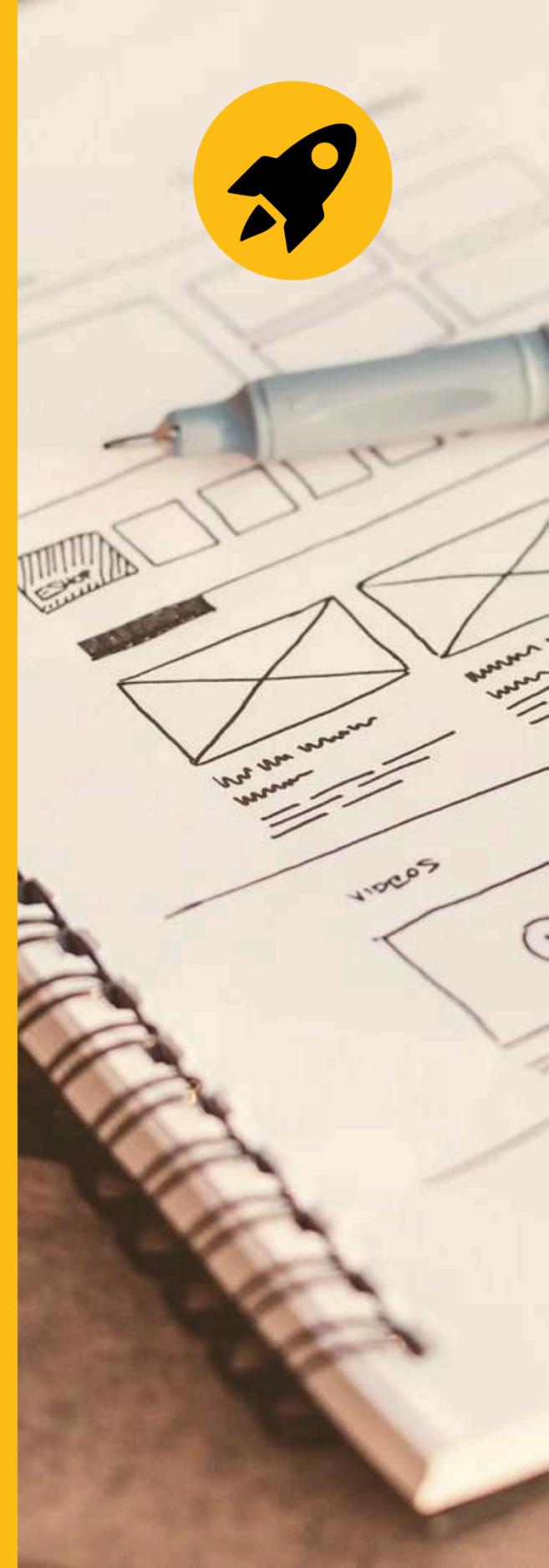


Dia 2 - Definição dos testes para validação do produto

Tipos de testes para validar um produto

Existem vários tipos de testes para validar um produto, incluindo:

1. Testes de usabilidade: avaliam como os consumidores interagem com o produto e sua facilidade no uso.
2. Testes de aceitação: medem o nível de satisfação dos consumidores com o produto e se eles o recomendariam a outras pessoas.
3. Testes de valor: mensuram se os consumidores acham que o produto vale o preço que está sendo cobrado.
4. Testes de conceito: medem o interesse dos consumidores pelo produto antes mesmo de ele estar disponível no mercado.
5. Testes A/B: comparam duas versões diferentes do produto e medem qual delas é mais bem-sucedida.
6. Testes de grupo focado: reúnem um pequeno grupo de consumidores para discutir o produto e fornecer feedback.



Dia 3 - Implementação dos testes ágeis

Passo a passo para realização dos testes

Aqui estão alguns passos que você pode seguir para realizar testes de validação de produto no mercado:

1. Defina o objetivo do teste: O que você espera aprender com o teste? Quais são as perguntas que você quer responder?
2. Selecione o público-alvo: Quem são os consumidores que você quer testar o produto? Como será a seleção do público-alvo?
3. Crie um plano de teste: Como o teste será realizado? Quais são os critérios de sucesso? Quais são os recursos necessários para realizar o teste?
4. Execute o teste: distribua o produto para os consumidores selecionados e colete feedback e dados sobre como o produto é usado e avaliado.
5. Analise os resultados: use os dados coletados para responder às perguntas que você definiu no início do teste e tire conclusões sobre o desempenho do produto.
6. Aplique as lições aprendidas: use o feedback e os resultados do teste para aprimorar o produto e se preparar para o lançamento.



Dia 4 - Ferramentas de pesquisas

Ferramentas para realização de pesquisas

As principais ferramentas de pesquisa para que os empreendedores validem seus produtos devem incluir:

1. Entrevistas com clientes potenciais: conversar diretamente com o público-alvo é uma ótima maneira de entender suas necessidades, desejos e problemas.
2. Pesquisas online: sejam por meio de questionários ou de ferramentas como o Google Forms, permitem coletar dados de uma grande quantidade de pessoas de maneira rápida e eficiente.
3. Landing pages: são páginas da web criadas especificamente para testar a hipótese de mercado. Elas permitem coletar dados sobre a taxa de conversão e o interesse dos clientes.
4. Anúncios pagos: anúncios como os do Google AdWords ou do Facebook Ads permitem testar a hipótese de mercado rapidamente, coletando dados sobre o interesse e a conversão dos clientes.

Estas ferramentas de pesquisa permitem aos empreendedores validar suas hipóteses de mercado e coletar dados valiosos sobre o público-alvo e o interesse por seu produto ou serviço. Você poderá tomar decisões assertivas sobre o desenvolvimento do seu negócio e aumentar as chances de sucesso.



Dia 4 - Mensuração dos testes aplicados

Tipos de perguntas a serem feitas

Aqui estão alguns exemplos de perguntas para validar um produto:

1. O produto atende às necessidades dos consumidores?
2. O produto é fácil de usar e entender?
3. O preço do produto é justo comparado com similares da concorrência?
4. Os consumidores estariam dispostos a pagar pelo produto?
5. O produto é inovador ou oferece algum valor adicional em relação aos produtos existentes no mercado?
6. O produto tem algum problema ou falha que precisa ser corrigida antes do lançamento?
7. Os consumidores têm sugestões de como o produto poderia ser aperfeiçoado?
8. O produto é atraente para o público-alvo?
9. O produto se encaixa na rotina dos consumidores?
10. Os consumidores têm interesse em recomendar o produto a outras pessoas?

Dia 5 - Análise da conclusão dos testes

Avaliação da aceitação do produto

Ao concluir os testes e pesquisas para validar a aceitação de um produto no mercado, o empreendedor consegue avaliar vários fatores que determinam se o produto é viável e se há demanda suficiente que justifique o lançamento. Aqui estão alguns tópicos a serem avaliados:

1. **Nível de satisfação do cliente:** o empreendedor pode avaliar o nível de satisfação dos clientes que testaram o produto, por meio de pesquisas de satisfação, avaliações e feedbacks, aferindo o grau de aceitação do produto.
2. **Taxas de conversão:** quantas pessoas que foram expostas ao produto acabaram se tornando clientes pagantes. Esse indicador pode mostrar o interesse real do mercado pelo produto.
3. **Retenção de clientes:** quantos continuam a comprar e usar o produto após um determinado período de tempo. Isso pode indicar a satisfação contínua dos clientes com o produto e sua capacidade de atender às necessidades do público-alvo.



Dia 5 - Análise da conclusão dos testes

Avaliação da aceitação do produto

4. Dados de mercado: determinam se há demanda suficiente para justificar o lançamento do produto e pode incluir a análise de tendências de mercado, estudos de concorrência e análise de demanda potencial.

5. Análise de custos: avaliar os custos envolvidos no lançamento do produto e determinar se ele será rentável no longo prazo: análise dos custos de produção, marketing e distribuição, além das possíveis margens de lucro.

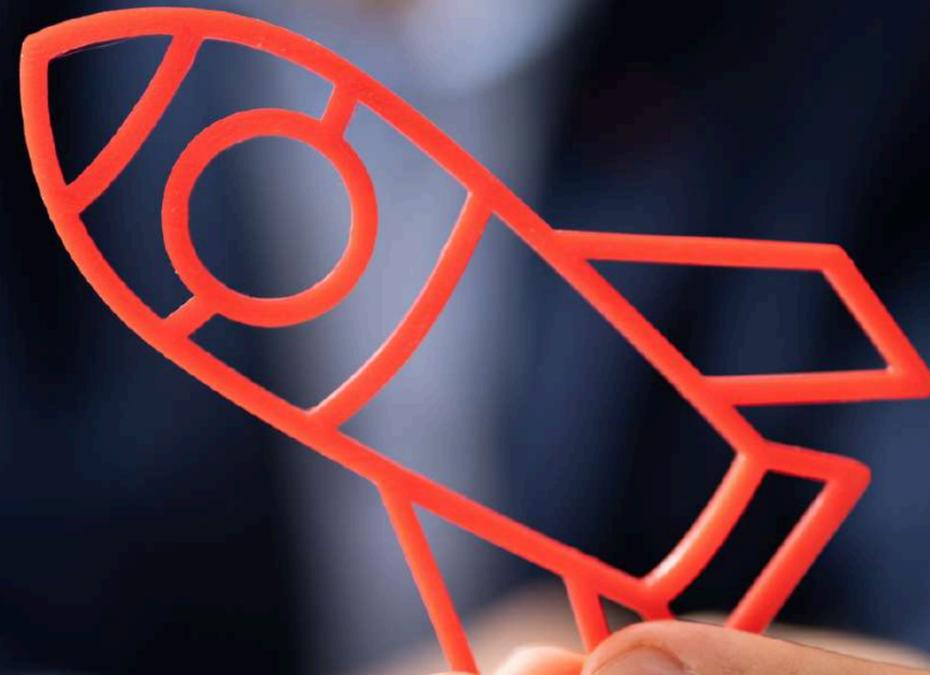
Ao avaliar esses fatores, o empreendedor terá uma compreensão mais clara da viabilidade do produto e determinar se ele deve ou não ser lançado no mercado. É importante lembrar que essas avaliações devem ser realizadas de forma objetiva e baseadas em dados concretos, a fim de garantir a tomada de decisão correta para minimizar os riscos do negócio.





Como validar o potencial do seu negócio no mercado

Como saber se a sua ideia realmente tem potencial para ser uma negócio exponencial.



Passo a passo



Dia 1

Recalculando a rota

- Atualizando o modelo de negócios (rearticular ou avançar)

Dia 2

Estruturação do protótipo para teste mercadológico

- Como apresentar a solução para canais físicos e digitais

Dia 3

Ação! colocando o produto no mercado.

- Implementação dos testes do produto

Dia 4

Avaliando a aceitação do produto

- Mensuração do retorno dos testes do produto

Dia 5

Conclusão do teste e próximos passos

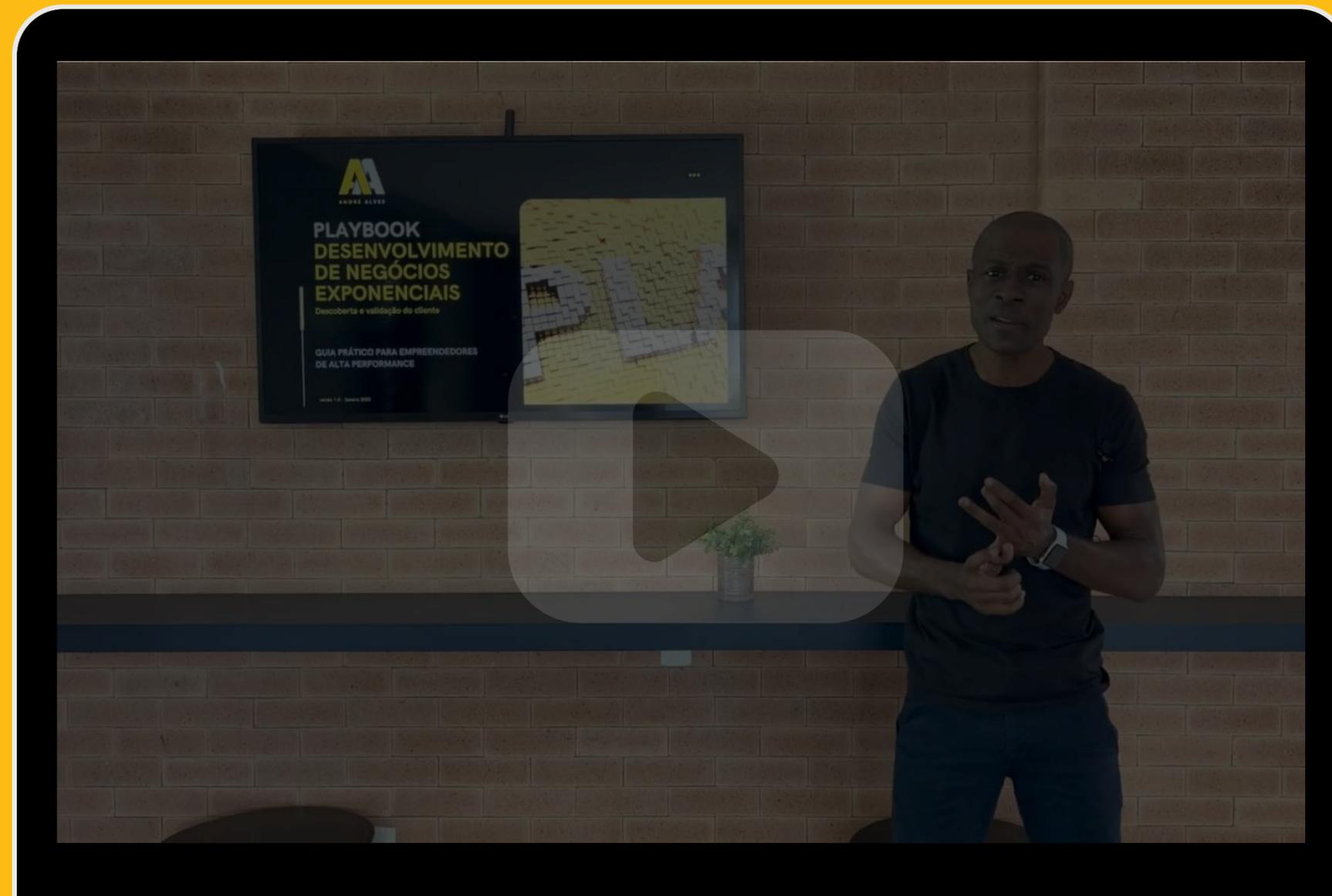
- Análise dos dados coletados
- Recomendações em relação futuro do negócio

Agora, você já está pronto para o sucesso do seu negócio!

SEMANA 4



Como validar o potencial do seu negócio no mercado



Dia 1 - Recalculando a rota

Atualização do modelo de negócios (rearticular ou avançar)

Uma vez que a ideia é validada, o empreendedor precisa atualizar o seu modelo de negócios para saber se deve rearticular ou avançar antes de desenvolver o produto final o teste no mercado.

Esta atualização do modelo de negócios é fundamental para garantir que o empreendedor crie algo que atenda às necessidades do mercado e tenha um potencial real de sucesso.

Ao atualizar o modelo de negócios, o empreendedor deve avaliar se a ideia é viável do ponto de vista financeiro, se há uma demanda real pelo produto ou serviço oferecido e se a equipe possui as habilidades necessárias para desenvolver o produto.

Somente depois de atualizar o modelo de negócios e avaliar esses pontos é que o empreendedor deve investir no desenvolvimento do produto final.

Assim, ao seguir a metodologia proposta por Steve Blank, o empreendedor tem mais chances de sucesso em seu negócio, pois está criando algo que foi validado pelo mercado e que atende às necessidades do público-alvo.



Dia 2 - Estruturação do protótipo para teste mercadológico

A importância do MVP

Com certeza, a fase do MVP (Minimum Viable Product) é uma das mais importantes para a validação do negócio, pois é a primeira vez que o empreendedor coloca sua solução no mercado para testá-la com o público-alvo.

A criação do MVP deve ser focada nos recursos essenciais que resolverão o problema do público-alvo, sem desperdício de tempo e recursos em características secundárias. O MVP pode ser uma versão simplificada do produto ou serviço, com funcionalidades básicas e um design simples, que permita o teste de aceitação da solução no mercado.

Para definir o MVP é importante que o empreendedor identifique quais são as funcionalidades que realmente importam para o público-alvo e quais as secundárias. Isto pode ser feito por meio de pesquisas com potenciais clientes, entrevistas ou testes de usabilidade.

Uma das vantagens do MVP é que ele permite o empreendedor teste de aceitação pelo mercado com um investimento mínimo de tempo e recursos.



Dia 2 - Estruturação do protótipo para teste mercadológico

A importância do MVP

Com o feedback dos clientes é possível verificar se a solução está atendendo às expectativas do público-alvo e a necessidade de ajustes ou evoluções no produto ou serviço.

Além disso, o MVP também permite que o empreendedor teste diferentes modelos de negócio, preços e estratégias de marketing, avaliando qual é a melhor forma de gerar receita e se diferenciar dos concorrentes.

A fase do MVP é fundamental para a validação do negócio, pois permite que o empreendedor obtenha informações valiosas para aprimorar o produto ou serviço, além de validar sua ideia no mercado com um investimento mínimo de tempo e recursos. Por isso, é essencial que o empreendedor foque na criação de um MVP que seja relevante para o público-alvo e permita a coleta de feedbacks relevantes para a evolução do produto ou serviço.



Dia 3 - Ação! Colocando o protótipo do produto no mercado

Como apresentar a solução para canais físicos e digitais

A estruturação do protótipo para testar em diferentes canais físicos ou digitais é uma etapa crucial para validar uma solução no mercado. O protótipo deve ser suficientemente simples para ser testado em diferentes canais, mas também deve atender às necessidades básicas do público-alvo.

A seguir, detalhamos os passos para a estruturação:

1. Definição do escopo: determine qual é o escopo do protótipo e quais recursos serão necessários para o desenvolvimento. É importante definir claramente quais funcionalidades e recursos serão incluídos no protótipo e quais serão deixados de fora.
2. Escolha das ferramentas: selecione as ferramentas necessárias para criar o protótipo como softwares de design, prototipagem ou programação. Escolha as ferramentas que melhor se adequam às necessidades do protótipo e do público-alvo.
3. Criação do protótipo: crie baseado nas funcionalidades e recursos definidos na etapa. Certifique-se de que o protótipo seja simples e fácil de usar para o público-alvo.



Dia 3 - Ação! Colocando o protótipo do produto no mercado

Como apresentar a solução para canais físicos e digitais

4. Testes de campo: teste o protótipo em diferentes canais digitais, como aplicativos móveis, websites, redes sociais e outras plataformas relevantes para o público-alvo. Certifique-se de que o protótipo seja testado em diferentes dispositivos e navegadores. Teste também em diferentes canais físicos, como lojas, feiras, eventos, entre outras e cuide para que o protótipo seja testado em diferentes ambientes e contextos físicos.

5. Feedback: obtenha feedback dos usuários e potenciais usuários do protótipo. Use questionários, entrevistas ou conversas informais para coletar feedback e avaliar o desempenho do protótipo em diferentes canais digitais.

6. Ajustes: faça ajustes no protótipo com base no feedback obtido. Repita o processo de testes e feedback quantas vezes for necessário até que o protótipo atenda às necessidades do público-alvo.

Seguindo esses passos, o empreendedor poderá validar sua solução em diferentes canais digitais e garantir que o protótipo atenda às necessidades do público-alvo antes de lançá-lo no mercado digital. Isso ajudará a reduzir os riscos e aumentar as chances de sucesso do empreendimento no mercado digital.



Dia 4 - Avaliando a aceitação do produto

Mensuração do retorno dos testes do produto

A etapa de feedback e retorno das informações coletadas nos testes do MVP é fundamental para a validação do negócio e a evolução do produto ou serviço. Após o lançamento do MVP no mercado e a coleta de feedbacks dos clientes, é importante que o empreendedor realize uma análise detalhada das informações coletadas, identificando os pontos positivos e negativos da solução, as expectativas do público-alvo, as necessidades não atendidas e as oportunidades de evolução do produto ou serviço.

Com base nessas informações, é preciso realizar ajustes ou evoluções no MVP, aprimorando as funcionalidades, o design, a experiência do usuário e outros aspectos relevantes para a solução. O objetivo é transformar o MVP em um produto ou serviço mais completo e adequado às necessidades do público-alvo.

É importante destacar que o feedback dos clientes é valioso e deve ser considerado na evolução do produto ou serviço. Por isso, o empreendedor deve estar aberto a ouvir as críticas e sugestões dos clientes, compreendendo suas necessidades e expectativas e incorporando essas informações na evolução do produto ou serviço.

Além disso, é importante utilizar os feedbacks dos clientes para validar o modelo de negócio, testando diferentes preços, estratégias de marketing e outras abordagens para gerar receita e se diferenciar dos concorrentes.



Dia 5 - Conclusão do teste e próximos passos

Análise dos dados coletados

A análise criteriosa dos dados coletados nos testes é fundamental para aprimorar o MVP e evoluir o produto ou serviço. Abaixo, listamos alguns pontos que devem ser considerados:

1. Feedback do público-alvo: é importante identificar as opiniões dos usuários sobre o MVP, compreendendo quais as funcionalidades mais valorizadas, as necessidades e expectativas, e o que pode ser melhorado na solução.
2. Comportamento dos usuários: É preciso avaliar o comportamento dos usuários ao utilizar o MVP, a fim de entender como eles interagem com a solução, seus hábitos e preferências e como usam as funcionalidades disponíveis.
3. Taxa de conversão: quantos usuários se tornam clientes efetivos e pagam pelo produto ou serviço.
4. Retenção dos usuários: quantos usuários continuam utilizando o MVP após um determinado período de tempo.



Dia 5 - Conclusão do teste e próximos passos

Análise dos dados coletados

5. Custos de aquisição de clientes: qual o valor gasto para atrair novos usuários e quantos se tornam clientes efetivos.

6. Receita gerada: qual é o potencial de geração de receita da solução e como isso pode ser aumentado.

Ao analisar os dados, o empreendedor pode identificar oportunidades de melhoria na solução, avaliar a viabilidade do negócio e realizar ajustes para aprimorar a experiência do usuário e aumentar a geração de receita.

Também tem a oportunidade de validar o modelo de negócio e testar diferentes abordagens na geração de receita e destaque no mercado.



Dia 5 - Conclusão do teste e próximos passos

Recomendações em relação ao futuro do negócio

Após realizar o MVP e validar os testes, é importante que o empreendedor siga algumas recomendações para avançar no processo de validação e inserção do negócio no mercado:

1. Evoluir o produto ou serviço: com base nos feedbacks e informações coletadas, é fundamental que o empreendedor evolua o produto ou serviço, realizando ajustes e melhorias na solução, a fim de torná-lo mais completo e adequado às necessidades do público-alvo.
2. Aperfeiçoar o modelo de negócio: testando diferentes preços, estratégias de marketing e outras abordagens para gerar receita e se diferenciar dos concorrentes. É preciso estar atento às tendências de mercado e às necessidades do público-alvo, para oferecer uma solução competitiva e atrativa.
3. Estabelecer parcerias e alianças estratégicas: parcerias com empresas complementares ou que já atuem com um público-alvo semelhante. Desta forma, é possível ampliar a visibilidade da solução e atrair novos clientes.



Dia 5 - Conclusão do teste e próximos passos

Recomendações em relação ao futuro do negócio

4. Investir em marketing e divulgação: para aumentar a visibilidade do produto ou serviço é preciso estar presente nas redes sociais, em eventos do setor e em outros canais relevantes para o público-alvo.

5. Acompanhar métricas e resultados: avaliando o desempenho do produto ou serviço e o retorno sobre o investimento. Assim, ficará mais fácil realizar ajustes e melhorias contínuas na solução e garantir sua inserção bem-sucedida no mercado.

Com esse roteiro, o empreendedor pode avançar no processo de validação e inserção do negócio no mercado, oferecendo um produto ou serviço competitivo e adequado às necessidades do público-alvo. A melhoria contínua aliada à atenção ao mercado são componentes essenciais na busca e manutenção do sucesso do negócio.





EMEX 4.0
EMPREENDEDORES
EXPONENCIAIS

VENHA PARTICIPAR DA NOSSA
MENTORIA

DESCOBERTA E VALIDAÇÃO DO CLIENTE

ÁUDIOS - MATERIAIS DIDÁTICOS - FRAMEWORKS - GRUPO DE APOIO - ENCONTROS AO VIVO

ENTRAR NA FILA DE ESPERA

MENTORIA