

01

## Sucessos

### Transcrição

[00:00] Vamos falar de coisas boas, coisas que deram certo no mercado para entender a importância do desenvolvimento de ciclo de vida do produto. Temos cinco empresas que foram e são sucesso no mercado e que respeitam esse desenvolvimento.

[00:23] A primeira delas é o Facebook. Ele começou com o desejo de conectar pessoas de um campus universitário e cresceu muito. Hoje em dia, os dados são usados não só para conexão, mas também para estatísticas de usuários, para que as empresas tenham acesso a você. O Facebook facilitou a conexão entre as pessoas através de um portal, um site bem simples de navegar. Eles escutaram cada vez mais os clientes e conseguiram monetizar isso através de vendas de informações estatísticas para empresas.

[02:35] Outro caso é da Estante Virtual, que já tínhamos comentado. As pessoas queriam comprar livros de sebos de forma virtual. O Estante Virtual foi um marketing place para esses sebos poderem anunciar. Era uma plataforma bem simples no começo, em que tudo era tratado com o sebo. Conforme cresceu, ele investiu na repaginação. Escutaram a voz do cliente, prototiparam, realizaram um investimento para um site mais moderno. Hoje em dia, também vendem livros novos e atingem cada vez mais clientes.

[04:08] O terceiro exemplo é um queridinho brasileiro, o Buscapé. Começou como uma empresa que comparava preços. No começo, nenhuma loja queria aderir, então o site ia de forma manual buscar os preços, as promoções. Os clientes foram se envolvendo e a plataforma foi crescendo. Com a voz do cliente atendida, eles fizeram a prototipação e o investimento em uma plataforma mais robusta. Hoje em dia, as empresas pagam anúncios para ter seus produtos no site. Lembre-se da importância da velocidade de desenvolvimento. É normal escutar o vocábulos várias vezes. Demorou anos para que essas empresas se estabilizassem.

[06:00] O quarto exemplo é o Apple Watch. As pessoas queriam interagir com o celular de forma mais simples e rápida. Às vezes, queriam receber apenas as notificações. O Apple Watch dá acesso à informação do celular e deu muito certo para clientes da Apple. Eles estão seguindo a tendência, escutando o cliente e desenvolvendo novos produtos que fazem interação entre ser-humano e tecnologia.

[07:17] O quinto e último exemplo é a Nike. Ela fica no limite entre desenvolvimento de produto físico e prestação de serviço, porque é um status de qualidade de vida. No site da Nike, vemos que a missão é trazer inspiração e inovação para qualquer atleta do mundo, sendo que se você tem um corpo, você é um atleta. Ele quer trazer não somente uma tecnologia de tecido, conforto, maleabilidade, mas também de inovação e inspiração. Estão tratando da questão status e qualidade de vida. Hoje em dia, todo mundo quer ser saudável. O cliente quer se sentir bem, confortável vestindo algo. Vemos isso no dia a dia.

[09:12] Deu para ficar bem claro o ciclo de vida, de escutar a voz do cliente e prototipar, como isso funciona no dia a dia. Sem tentativa e erro, temos muitos casos de empresas que seguiram esse ciclo contínuo de desenvolvimento e a importância dele para que não você gaste, tempo, energia, expectativa em algo errado.