

## Conclusão

### Transcrição

[00:00] Parabéns por ter concluído o curso de aceleração de produtos digitais. Eu espero que você tenha gostado e que o conteúdo sirva para o seu trabalho ou para o produto digital que você esteja criando. E antes de terminarmos, vamos dar uma repassada só para reforçar os conceitos que vimos durante esse curso.

[00:16] Na primeira aula, nós falamos sobre Small Batches, o conceito de pequenos lotes e a importância de se fazer isso. Dei também o exemplo dos envelopes, citei um vídeo bem interessante, onde dá para ver na prática esse conceito acontecendo.

[00:33] Nós começamos a ver os motores de crescimento. O que é um crescimento sustentável para um produto digital? Como nós conseguimos alcançá-lo? Será que todo motor serve para qualquer produto? E nós começamos a detalhar três motores principais.

[00:51] O primeiro, o viral. Falei que a viralidade não é opcional, o motor viral funciona numa escala exponencial, mas de forma que os clientes contribuem, às vezes sem perceber, às vezes eles não têm opção de não contribuir. E eles sempre trazem pessoas para o nosso produto.

[01:10] Falei que modelo recorrente, que nada mais é do que aquele modelo que se baseia na retenção de cliente. É muito parecido com a empresa de telefonia. Citei também o exemplo do Google Firebase que coloca barreiras para evitar que os clientes saiam do produto, que abandonem o produto. A entrada é fácil, a saída não é tão fácil assim.

[01:34] Depois, nós falamos sobre o motor de crescimento pago. Fiz a brincadeira comparando dois modelos de caneta. Uma caneta mais barata, uma caneta um pouco mais cara. E vimos o conceito de lifetime value, que é o quanto que o cliente dá de dinheiro para a sua empresa, ou para o seu produto, durante toda a vida dele como cliente. E comparamos esse valor com o custo de aquisição do cliente, para tentar achar formas de aumentar o nosso crescimento pago.

[02:05] Comecei a falar de adaptabilidade. Todos os casos de motores, nas aulas, eu citei exemplos onde a escolha do motor de crescimento foi feita de maneira equivocada. E isso pode acontecer. O importante é conseguirmos mudar a direção o mais rápido possível.

[02:22] Eu citei o exemplo da Toyota, que utiliza o conceito do Andon Cord, parar a linha de produção para que a produção não tenha que parar. E isso dá uma velocidade para nós mudarmos de direção e se adaptar muito interessante.

[02:39] E por último, eu falei do Mob Programming, porque quando nós crescemos, o produto cresce em escala exponencial, às vezes a equipe cresce em escala exponencial também. E é difícil fazer esse onboarding, trazer tanta gente para dentro da empresa e manter o mesmo nível de qualidade. O Mob Programming é uma forma de colocar todo mundo junto para trabalhar nesse one piece flow, ter apenas um item sendo desenvolvido por vez e maximizar o aprendizado do pessoal. Acelerar também o desenvolvimento da equipe.

[03:13] É isso, pessoal. Espero que vocês tenham gostado. Até a próxima.