

# Estrutura de tarefas a serem realizadas (JTBD)

Há muitas maneiras de estruturar sua pesquisa de clientes, mas recomendamos usar a estrutura **de tarefas a serem feitas (JTBD)**.

De acordo com este quadro:

- Os clientes são usuários que contratam produtos para um trabalho específico.
- Os produtos ajudam a concluir o trabalho de um usuário.
- Se o produto fizer bem o trabalho, os usuários o contratarão novamente. Caso contrário, eles vão demiti-lo e contratar um produto diferente.

De acordo com a estrutura do JTBD, as empresas devem perguntar: “Para que trabalho as pessoas estão contratando meu produto?” Essa é uma abordagem centrada no cliente, em que as empresas projetam produtos para atender às necessidades reais dos usuários, também conhecidas como empregos.

As empresas muitas vezes usam seus concorrentes para orientar o desenvolvimento de produtos. Eles perguntam: “O que tornaria meu produto melhor do que os concorrentes?” Exemplo: os hotéis locais tentam superar uns aos outros oferecendo melhores comodidades e atendimento ao cliente.

Mas, considere o Airbnb. Parte de seu sucesso não vem de oferecer melhores comodidades ou atendimento ao cliente do que os hotéis, mas de se destacar em um trabalho que os hotéis não completam: proporcionar estadias com mais personalidade local.

Da mesma forma, outras grandes empresas projetam seus produtos em função de tarefas específicas para as necessidades de seus usuários-alvo – não em comparação com a concorrência. Aqui estão alguns exemplos:

- Robinhood: Torne o investimento fácil e acessível para os consumidores de varejo
- Zoom: conecte virtualmente equipes remotas
- Warby Parker: Faça óculos de designer elegantes acessíveis

A estrutura JTBD ajuda ainda mais a entender qual é exatamente o trabalho para que você possa criar um produto melhor.

Para empresas **de pré-lançamento**, isso significa usar essa estrutura para validar a demanda do mercado.

- Para quais problemas as pessoas encontram e contratam produtos?
- Que trabalho precisa ser feito para o qual não existem bons produtos? (As soluções DIY dos usuários geralmente são um sinal de trabalhos não realizados.)

Para empresas **pós-lançamento**, a estrutura JTBD ajuda a identificar onde e como seu produto oferece mais valor.

- Qual é exatamente o trabalho para o qual seu produto deve ser contratado?
- E como você pode otimizar seu produto para esse trabalho?

## JTBD e seu público ideal

A estrutura JTBD define seu público ideal como mais do que uma lista de dados demográficos. De fato, categorizar usuários com base em certas características pode ser útil, mas também limita sua compreensão de quem se beneficia do seu produto.

Então, quem é o seu público ideal? Estes são os usuários que:

- Enfrente o problema que seu produto aborda
- Pagaria para resolver este problema
- Estão insatisfeitos com um concorrente
- Tem uma necessidade urgente de mudar para você

Aqui está uma estrutura para identificar seu público-alvo ideal com base em como os usuários veem seu problema:

1. **Urgência:** Com que rapidez eles querem resolvê-lo?
2. **Agência:** Até que ponto eles estão dispostos a resolvê-lo?
3. **Habilidade:** Quão capazes eles são de resolvê-lo?

Seus usuários ideais têm alta urgência e agência e baixa capacidade. Eles não podem resolver seu problema por conta própria e estão motivados a resolvê-lo rapidamente.

Tome Shopify por exemplo.

Todos os tipos de empresas usam Shopify - não há apenas um demográfico ou setor para o qual seja útil. Mas seu público ideal é composto principalmente por pequenas empresas e empreendedores que não têm formação em tecnologia e desejam vender produtos online com facilidade. Esses usuários:

- Quer começar a vender produtos online o mais rápido possível (alta urgência)
- Ter os meios e o desejo de investir em uma plataforma de vendas tudo-em-um (alta agência)
- Não sabe como montar um negócio de comércio eletrônico por conta própria (baixa capacidade)

Compare isso com clientes menos do que ideais, que incluem:

- Pessoas que só querem vender produtos localmente (baixa urgência)
- Aficionados e artesãos casuais – para eles, vender coisas é mais por diversão (baixa agência)
- Programadores experientes que podem criar uma loja online do zero (alta habilidade)

## Requisitos do trabalho

Usando a estrutura JTBD, o produto gira em torno do trabalho, que é uma tarefa com aspectos funcionais e emocionais do trabalho:

- **Funcional:** Os requisitos físicos práticos que fazem um trabalho
- **Emocional:** Os desejos e emoções subjacentes necessários para que os trabalhos pareçam completos

Você deve definir ambos para entender seu trabalho que precisa ser feito.

Considere o DoorDash.

- Funcional: Encomende rapidamente a entrega de comida online.
- Emocional: Conforto e segurança, graças à interface do aplicativo e pagamentos sem contato. Muitas pessoas não querem ligar para um restaurante ou interagir com um entregador.

Seu produto deve cumprir tarefas funcionais e emocionais que precisam ser feitas – ou é menos provável que os clientes o contratem.

## Um exemplo real da estrutura JTBD

A empresa Twine cria software para ajudar as empresas a se manterem organizadas. Em 2019, parecia estar indo bem – tinha clientes satisfeitos e crescimento consistente.

Mas apesar do “sucesso” do Twine, sua equipe lutou para se concentrar porque os clientes estavam usando o produto de muitas maneiras diferentes. Isso dificultou a decisão de quais recursos eram mais atraentes e quais novos recursos do produto deveriam ser priorizados.

Para determinar exatamente em que focar, a equipe de Twine [usou a estrutura JTBD](#).  
Elas:

- Entrevistou seus usuários mais ativos
- Estudou notas de chamadas de vendas e dados de CRM
- Análise de tickets de suporte ao cliente e uso de aplicativos

Isso ajudou a equipe da Twine a descobrir onde os clientes encontravam mais valor em seu produto. Também descobriu como os clientes viam suas próprias necessidades e o tipo de linguagem que usavam para descrever o produto – que a Twine rapidamente fez alterações para acomodar tanto em seu produto quanto em marketing.

Hoje, o Twine se concentra nos trabalhos mais importantes para os quais seus usuários desejam contratar: centralizar informações da equipe, integrar ferramentas e conectar pessoas diferentes.