

Estágios do MVP

Capítulo 4 - Estágios do MVP

Nesta aula estaremos focados no MVP e veremos seus diversos estágios. Partiremos de uma hipótese validada até um produto final vendável. Não podemos confundir o MVP com esse produto final. O MVP é muito mais simples, **MVP é conhecimento validado**.

Voltando ao exemplo do *Dropbox*, a empresa criou e lançou um vídeo no Youtube para deixar as pessoas interessadas em comprar o produto, bastava clicar no link disponível que elas iriam para a página da empresa. O vídeo e a página são MVP, pois já havia pessoas interessadas antes mesmo do produto existir. Perceba a economia de tempo: antes mesmo de se criar um produto vendável e validado, o Dropbox já tinha clientes. Exatamente o oposto do caso do *Google Wave*.

Vejamos agora os três estágios do MVP.

1. Exploração do problema:

O problema que queremos resolver deve ser ambientado, ou seja, é problema de quem? Quem é esse público? É necessária a elaboração de uma *persona*, o perfil de nosso público-alvo. Veja o exemplo da empresa *Easy Taxi*: a princípio pode parecer que o público-alvo seja os passageiros, mas na verdade são os taxistas, uma vez que são estes que pagam pelo serviço.

O presidente da Easy Taxi foi às ruas conversar com os taxistas para saber quais eram seus problemas e o que poderia facilitar suas vidas como profissionais. Esta é o que chamamos de **Entrevista Exploratória**.

- **A entrevista exploratória:** Cuidado! Não chegue com uma solução pronta para o público. Obviamente qualquer um irá responder que gostaria de qualquer que seja essa solução. No lugar, pergunte quais os problemas que elas encontram no seu dia-a-dia. As perguntas da entrevista exploratória vão ao encontro das causas e dos problemas, não da opinião dos entrevistados:

"Você já viveu ou teve 'tal' problema?"

"Conte um caso relacionado com esse problema."

"Qual seria a solução ideal para esse problema?"

Muitas vezes o público já dá a ideia de produto que irá solucionar seu problema. Outra abordagem interessante é contar uma história com a qual o entrevistado se identifique.

- **Validação da solução:** após a conversa, o entendimento do problema e a construção de uma possível solução, vem a validação da mesma. Através de telas (ou vídeos, ou modelos) que simulem o produto, apresentamos a solução para os nossos Early Adopters para eles aprovarem ou não.

2. Estruturação do produto vendável:

Existem três etapas dentro da fase de estruturação:

- **Precificação *top-down*:** está na hora de vender nosso produto. As pessoas podem até querer nosso serviço, mas elas terão que pagar, o que pode causar impedimentos. Precisamos buscar uma forma de vender definindo um modelo de negócio. Veremos agora como fazemos para precificar o produto.

Nunca começamos a precificar de baixo para cima. O cliente pode estar disposto a pagar mais caro do que imaginamos. Então estipulamos um valor alto para, assim, negociá-lo e o público acomodar esse valor. Por isso, *top-down*.

- **Inovação:** nós teremos concorrentes. Tanto aqueles que já existem como aqueles que virão. E um fator que nos destacará no mercado e nos colocará à frente é a inovação. O que podemos oferecer e que ninguém ainda ofereceu?
- **Beta:** é a primeira versão do produto. A versão Beta é a fase de modelação, é aqui que ocorrem a maioria das mudanças. Os Early Adopters também são chamados de "Usuários Beta" para nós, eles são parceiros nessa construção.

3. Recepção:

A fase de recepção, ou *conciierge*, é a de validação do modelo de negócio por meio de uma simulação manual do mesmo sem correr grandes riscos. Antes de automatizar seu negócio, faça um teste com seus Early Adopters se utilizando de meios baratos e de rápida resposta.