

Transcrição

[00:00] Seja muito bem-vindo à última aula do nosso curso sobre startups na prática. Nessa aula, vamos falar sobre um assunto muito importante que vai encerrar com chave de ouro todos os conceitos que abordamos. Lembrando que esse curso tem por objetivo apresentar conceitos de forma prática, para que você consiga entender e transpor as informações para o seu dia a dia. Quero que você acompanhe comigo uma leitura sobre pivôs.

[00:40] Pivôs são mudanças na essência da solução que impactam o modelo de negócios. É uma mudança no produto que você está vendendo, na forma como você vai vender. Não é só no sistema em si. Pode ser no marketplace, onde você vai oferecer. Se você decidir vender um produto e perceber que não pode vender caro, mas consegue vender barato, isto significa que você trabalha com volume, e não com preço, e por isso precisará pivotar. Pivotar é mudar. Toda mudança que você fizer no seu MVP é uma pivotagem. Iniciando assim um novo ciclo interativo. Isso significa que você vai recomeçar a trabalhar no seu MVP, fazer uma nova validação.

[01:35] Já vimos aqui os estágios do MVP. Vimos o estágio de validação do cliente, validação do problema, necessidade por uma solução, validação de um trial, de telas, também vimos o modelo de beta, como construir o sistema junto com seu cliente, seu público alvo. Tudo isso são MVPs. Se por acaso você perceber que não está dando certo, que você tem que fazer uma mudança, você vai pivotar e vai surgir um novo MVP. Mantenha isso em mente. Saiba que se pivotou, tem um novo MVP na área.

[02:22] Quero falar sobre o primeiro tipo de pivô. Vou começar com um exemplo até um pouco esdruxulo, mas que funciona bem. Você está no colégio onde estudava e o dono do bar está vendendo salsinha no palito. Toda a molecada pede algo. Para colocar mostarda, maionese, ketchup. Daqui a pouco alguém pede para colocar pão. Aquela salsinha vira um cachorro-quente. É isso que é zoom in e zoom out. Esse tipo de pivotagem.

[03:07] No zoom in você começa vendendo o cachorro-quente e acaba vendendo só a salsicha. Se você está fazendo um zoom out, começa com a salsinha e acaba vendendo o cachorro-quente.

[03:23] Vamos começar com o zoom in, que é o primeiro tipo de pivotagem que vamos aprender. O Flickr começou como um sistema, um jogo. O pessoal que estava desenvolvendo criou uma feature para armazenar imagens, que os usuários poderiam trocar, compartilhar. Os usuários iniciais gostaram tanto que logo ela se tornou o produto. Então eles fizeram o zoom in de um jogo que estava sendo desenvolvido para web e que se tornou uma ferramenta de compartilhamento de imagens.

[04:00] Vamos falar de uma ferramenta que começou com envio de e-mails e logo começou a oferecer administração de lead, landing pages, e ainda mais. Temos dois exemplos práticos do mercado. Esses dois tipos de pivotagem são bem fáceis de entender. Zoom in e zoom out.

[04:35] Saiba que você pode sempre mandar mensagens pela Alura em caso de dúvidas.

[04:40] O próximo tipo de pivotagem é a pivotagem baseada na segmentação. Antigamente, quando o Henry Ford estava trabalhando com o Ford T, surgiu um pessoal da Chevrolet. Eles disseram que as pessoas não queriam só comprar carros pretos. Elas queriam comprar carros coloridos. Aí eles inventaram um carro que podia ser vendido em várias cores. Fizeram a primeira pivotagem da história. Criaram um carro para competir com o Ford T e perceberam que se vendessem cores venderiam mais.

[05:43] Perceba que essa é uma forma de pivotagem super interessante. Você percebe que o seu cliente precisa de algo mais, de outra coisa, e aí você transforma o produto nessa outra coisa e oferece essa possibilidade.

[05:56] Vamos falar de plataforma e produto. Ela me remonta um pouco à questão do cachorro-quente e do Flickr, porque se você está focado numa feature e logo começa a trabalhar com vários tipos de produtos, você está fazendo um zoom out. se você fizer o contrário, está fazendo zoom in. Você pode fazer essa relação entre plataforma produto.

[06:35] Como você ganha dinheiro? Isso é seu modelo de negócio. Você vai cobrar do seu cliente como? Cartão de crédito? Google Store? Loja da Apple? Vendendo na rua? Afiliados? Você tem que ter uma forma de vender o produto. E ainda mais, um canal de distribuição. Não pode esquecer disso.

[07:02] Já sabemos como pivotar, o que é um MVP. Você tem que garantir que seu produto vá para o mercado, tenha o canal adequado e o modelo de negócios, afinal, como você vai ganhar dinheiro? Lembra do exemplo do Google Wave? Talvez fosse um produto corporativo e tivesse mercado se eles tivessem vendido por um preço alto a grandes corporações. Mas não foi assim.

[07:32] Você tem que pensar no seu modelo de negócios. Para chegar nesse modelo e saber se você vai trabalhar com volume ou preço, você tem que fazer um delineamento da demanda, saber quantos clientes tem no seu mercado. Seu público é de empreendedores digitais? No Brasil estimamos que existem um milhão de empreendedores digitais. Resolvemos trabalhar com esse público. Qual o tamanho do seu mercado e a disposição dele em pagar por um serviço como você quer oferecer? Tudo tem que ser calculado.

[08:16] Como você pretende expandir seu negócio? Qual o modelo de crescimento que você quer adotar? Isso é assunto para outro curso. Fico por aqui. Espero ter passado conteúdo básico da lean startup. Nos vemos nos próximos cursos e na aula de encerramento.