

## Do desenvolvimento ao investimento

### Transcrição

[00:00] Vamos continuar a entender como o ciclo de vida do produto funciona na prática para os nossos clientes e principalmente para a Bytebank. Vimos a importância do contexto histórico para usar as melhores ferramentas do mercado. Existe um padrão desenhado para entender essas ferramentas, chamado gestão de desenvolvimento de produto. É a primeira coisa que veremos.

[00:33] Para entendermos desde o começo a intenção da Bytebank em desenvolver o produto, era escutar o cliente e isso funcionar na prática para qualquer outro tipo de empresa, inclusive a sua. Também independe de você fazer um produto ou uma prestação de serviço.

[01:00] Temos como primeiro passo dentro desse contexto o voc. Escutar o cliente e desenvolver produtos e serviços com foco no cliente é nossa principal causa. Descobrir eles é trabalhoso, mas é o que te faz ganhar mercado e ser diferente dos concorrentes.

[01:35] Nós já sabemos que voc é a voz do cliente, que precisamos seguir, precisa ser o primeiro passo. Depois do voc, vamos fazer a concepção. Ela não é só física, mas funcional também. Quando o cliente for atendido na barbearia, por quais processos ele vai passar? Na Bytebank, quais etapas ele vai cumprir?

[02:25] Na prática, qual o passo a passo que meu cliente vai cumprir para ser bem atendido? Chamamos popularmente de jornada do cliente, mas neste conceito vamos chamar de fase de concepção. Depois de ter descoberto os passos que o cliente vai passar, vamos para a fase de prototipação, que são testes de protótipo. É muito importante, é um divisor de águas, porque é nela que vamos descobrir se o que fizemos vai funcionar na prática. Pego uma porção pequena do mercado e verifico se o que desenvolvi funcionalmente é factível, se consigo executar.

[04:15] Nós trabalhamos com diversos tipos de prototipação. Para aplicativo, por exemplo, você pode desenvolvê-lo em papel para as pessoas interagirem e verem se algo está faltando. Quanto mais gente testar, melhor entendemos as falhas. Quanto mais diversos os clientes, com mais facilidade vemos os diferentes pontos a serem atendidos. Nosso serviço tem que atender a todos. Voltando à história da barbearia, tenho que oferecer café para todos. E se um cliente não gostar de café, o que posso oferecer? Tenho que realizar esse teste para ter certeza de que nada está faltando. É um divisor de águas porque vai dizer o quão preparado você está. No caso da Bytebank, vamos pegar os dados quantitativos para entender a jornada de atendimento do nosso cliente. Tenho pessoas majoritariamente mais jovens utilizando o serviço, mas também posso ter pessoas mais velhas, que não tem tanta interação com o computador quanto as mais jovens, por exemplo.

[07:15] Quando desenhamos algo mentalmente, tendemos a criar expectativas. Entendemos na prática isso com relacionamentos. Criamos expectativas de que as coisas acontecerão de uma forma, mas nem sempre é assim. A prototipação serve para não termos expectativa e minimizarmos os impactos. Afinal de contas, quando mexemos com desenvolvimento de produtos e serviços, mexemos com muito dinheiro, não podemos errar tão fácil. Não podemos desperdiçar dinheiro. Não é por tentativa e erro que vamos fazer algo dar certo.

[09:05] Depois, temos a fase de investimento. É aí que vou liberar todo o dinheiro que preciso. Vou preparar minha empresa, minha linha produtiva, vou comprar ferramentas, decoração, website. Não se coloca dinheiro antes de realizar a prototipação. Temos que minimizar riscos. A ideia é fazer o investimento só depois de ter feito o teste.

[10:32] Eu sempre brinco que não vamos investir em nada se não temos certeza que não conseguimos atender o público. Imagine montar uma barbearia super chique em um bairro com pouco movimento, com pouca gente que me conhece,

que as pessoas não estão preparadas para serem meus clientes porque já conhecem alguém que confiam. Como vou investir se não sei se consigo atingir esse público? Se quero cobrar determinado valor pelo meu serviço, tenho que entender como vai ser o atendimento, o que faz diferença para eles.

[12:03] Temos o exemplo de uma livraria. Ela não consegue me dizer se terá lucro imediato ou não. Tem que investir em funcionários, sistemas, estoque de livros, aluguel. Pode ser que daqui um ano ela entre em falência, porque não sei como vai ser o movimento. Temos que estar preparados. Mas, por exemplo, a estante virtual, um sebo online, fez totalmente diferente. Ela foi testando o público até chegar ao tamanho que é hoje. Teve um baixo investimento, fez o voc, prototipou, criou um site simples, que custou pouco. Quando deu certo, investiram em algo mais dinâmico.

[14:40] Divisor de águas de qualquer empreendimento. Façam a prototipação antes de verificarem qualquer investimento. No caso da Bytebank, estamos verificando como nossos clientes alfa estão interagindo com o programa de milhagens antes de fazer o lançamento da jornada do cliente pelo call-center e pelo website.