

Resumindo Canvas

Transcrição

[00:00] Olha quanta coisa vimos nessa aula. Vimos que no segmento de clientes temos diversas formas de identificar qual o tipo de segmento de clientes. Também sabemos para quem vamos vender, para quem o nosso produto, nosso serviço, nosso app está sendo destinado. Vimos também a importância de identificar essas pessoas, porque cometemos aquele erro de pensar que eram pessoas super jovens, e não era. Se tivéssemos pesquisado não teríamos tido esse problema.

[00:43] O importante aqui não é, por exemplo, olhar sempre o site do IBGE. Existem milhares de outras ferramentas de pesquisa com as quais conseguimos verificar quantas pessoas, quem são essas pessoas do nosso segmento de clientes.

[01:04] Por exemplo, poderíamos ter criado no Google um formulário. Coloco as perguntas que quero fazer e identifico algumas questões sobre as pessoas que eu gostaria de entender. Poderia colocar no meu Facebook, compartilhar, procurar algum grupo de mobilidade para entender essas pessoas. Existem diversas formas.

[01:30] Sabemos que uma pesquisa frente a frente é às vezes muito mais efetiva, mas nem todo mundo tem dinheiro. É muito caro fazer uma pesquisa assim. Entrando na internet, dando uma simples pesquisada, já conseguimos achar muita coisa. A grande lição que temos que tirar desse pequeno pedaço que preenchemos é que a partir do momento em que identifiquei que quero criar um negócio, sei qual é meu produto, sei o que vou fazer, preciso identificar meu segmento de clientes.

[02:40] Identificando o segmento de clientes, consigo saber qual a proposta de valor para cada um. Onde cada um vai me dar dinheiro, se vai me dar dinheiro. Tem muitos serviços com a possibilidade de utilizar de forma gratuita ou premium, como no Tinder. Se eu tenho esse tipo de serviço, quem é meu público? Quem está disposto a pagar? Por isso a pesquisa é tão importante. Identificando meu segmento de clientes vou conseguir preencher todos esses pontos.

[03:30] Posso pesquisar em artigos científicos também, algo mais acadêmico. Por que não usar a internet ao nosso favor para dar uma continuidade e tirar nosso negócio do papel? Essa é a lição que temos que levar quando queremos abrir alguma coisa. Como identificar quem são as pessoas que usariam o nosso serviço.

[03:55] Vamos entender quem são os motoristas, as pessoas que usariam nosso serviço. Identificando essas pessoas, vou começar a pensar nos outros pontos.

[04:12] Vejam como a pesquisa é importante.

[04:17] Vamos dar uma revisada na nossa cola dos tipos de segmento de clientes que temos, para quando vocês estiverem pensando no negócio de vocês, estudando o negócio de vocês. No caso do nosso negócio, da plataforma multilateral, quando tenho duas cadeias de segmento que dependem uma da outra, chamo de plataforma multilateral. No nosso caso, tínhamos o motorista e as pessoas que pedem o carro. Não tenho uma pessoa pedindo o carro sem motorista. Um depende do outro. Vou ter que fazer uma comunicação diferente para cada um, uma proposta de valor diferente para cada um.

[05:02] Se fôssemos como o Spotify, por exemplo, todas as pessoas têm interesse em música. Quando tenho algo que muitas pessoas podem usar, chamo de mercado de massa.

[05:30] Se fôssemos um app de relacionamento, estaríamos focados em pessoas que procuram um relacionamento, seja para sair, namorar, casar, ou seja lá qual for o intuito da pessoa. Quando falamos de uma pequena parcela, ou seja, das

pessoas que estão solteiras, enroladas, que tem um relacionamento aberto, e que procuram um relacionamento em um local muito mais fácil, como a internet, penso em um mercado nichado, numa pequena parcela, em um nicho de mercado.

[06:05] Se fôssemos uma instituição financeira, como Bradesco, Santander, Itaú, tenho vários tipos de clientes, porque cada um tem um aporte financeiro. Tenho o cara que ganha um salário mínimo, o estagiário, o assistente, o executivo, até o cara que ganha milhões. Para cada segmento de clientes vou falar de uma forma.

[06:33] Já se eu fosse a Amazon, que começou oferecendo livros, depois começou a oferecer cloud, vimos que hoje ela vende de tudo, eu teria um segmento de clientes diversificado. No mesmo local, consigo falar com várias pessoas. A pessoa que está procurando vai na busca e acha o que ela quer. Se ela quer um vestido ou uma panela, não importa, ela sabe que vai encontrar na Amazon. Quando cada pessoa entra no que interessa para ela, eu me comunico de uma forma que ela vá me entender.

[07:08] São esses os tipos. Temos a plataforma multilateral, o mercado de massa, o mercado de nicho, um segmento de clientes segmentado, e também temos o caso da Amazon, com diversos produtos em um único lugar.

[07:42] Temos esses tipos. Espero vocês no próximo vídeo para darmos seguimento no nosso app e começarmos a preencher os outros pontos do nosso quadro.