

Parte 2: Product Strategy

Mercado
Módulo 4





1

Análise de Mercado

A mão invisível que reje nossos negócios

There is only one winning strategy. It is to carefully define the target market and direct a superior offering to that target market.

A yellow circular graphic containing two black double quotes (" ") positioned above the author's name.

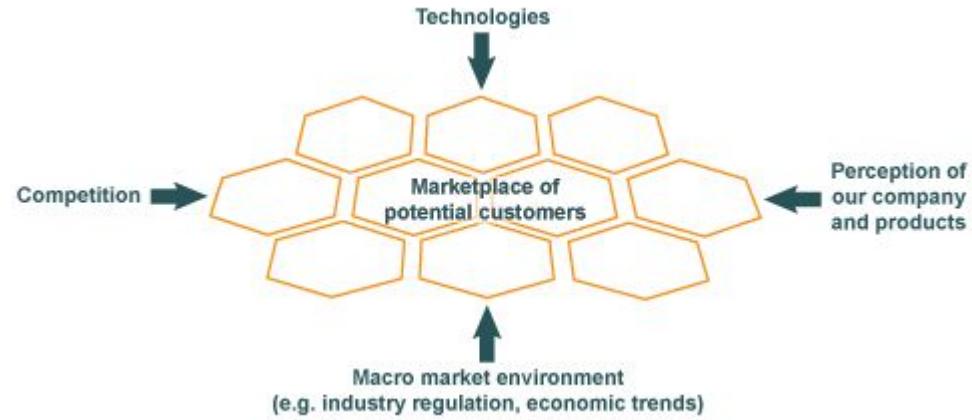
“

Philip Kotler



Análise de Mercado

- Olhar amplo para fatores que podem influenciar a atuação do seu negócio.





Análise de Mercado

- Reforçando:
 - Percepção sobre seu produto/empresa;
 - Novas tecnologias;
 - Influência externa;
 - Competidores.



“No one in their right mind tries to sell to everyone.” - Philip Kotler

Defina com quem você vai falar e com quem você NÃO vai falar.



Segmentação de Mercado

- Quem é seu público-alvo?
- Segmentação de Mercado/Segmentação de Clientes
- Uso para produto/Uso para MKT
 - Interação com MKT e/ou Product Marketing



2

Técnicas

Buscando dados de forma estruturada



Market Research

- É como buscamos informações sobre:
 - Necessidades dos Clientes;
 - Market Drivers.
- Exemplos: (próximo slide)



Market Research

Overview of Market Research Methods



*Competitive strategy is about
being different. It means
deliberately choosing a different
set of activities to deliver a unique
mix of value.*

A yellow circular graphic containing two white double quotes (" ") positioned above a vertical line.

Michael E. Porter



Competitive Analysis

- Onde está a competição e quais são seus planos?
- 5 forças de Porter:



Competitive Analysis

Porter's Five Forces





Competitive Analysis

- Saindo da teoria:
 - Defina o que você vai analisar;
 - Tenha uma estratégia de como se manter atualizado;
 - Organize as informações;
 - Tenha uma matriz de comparação;
 - Use essas informações para sua estratégia de negócio;



Benchmark

- Busca por melhores práticas de mercado:
 - Processos;
 - Performance;
 - Estratégia.



Benchmark

- Processo:
 - Escolha um produto, serviço ou processo;
 - Identifique os KPIs (métricas de performance);
 - Escolha as empresas ou áreas que melhor façam isso;
 - Colete dados de performance e práticas;
 - Identifique oportunidades de melhoria;
 - Implemente melhores práticas e meça os resultados.

3

Inovação

Nosso papel no caminho da inovação

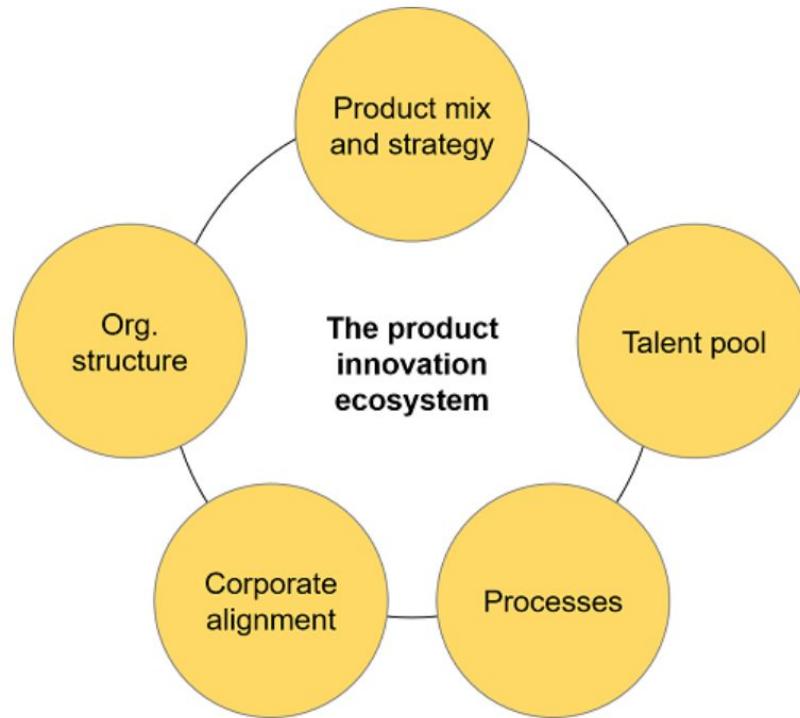


Definição, desafio e mentalidade

- Inovação Incremental x Radical;
- Atividade ambígua - necessária mas pouco clara;
- Atitude e mindset:
 - Mente aberta;
 - Feito é melhor que perfeito;
 - Seja flexivel.



5 pilares da inovação





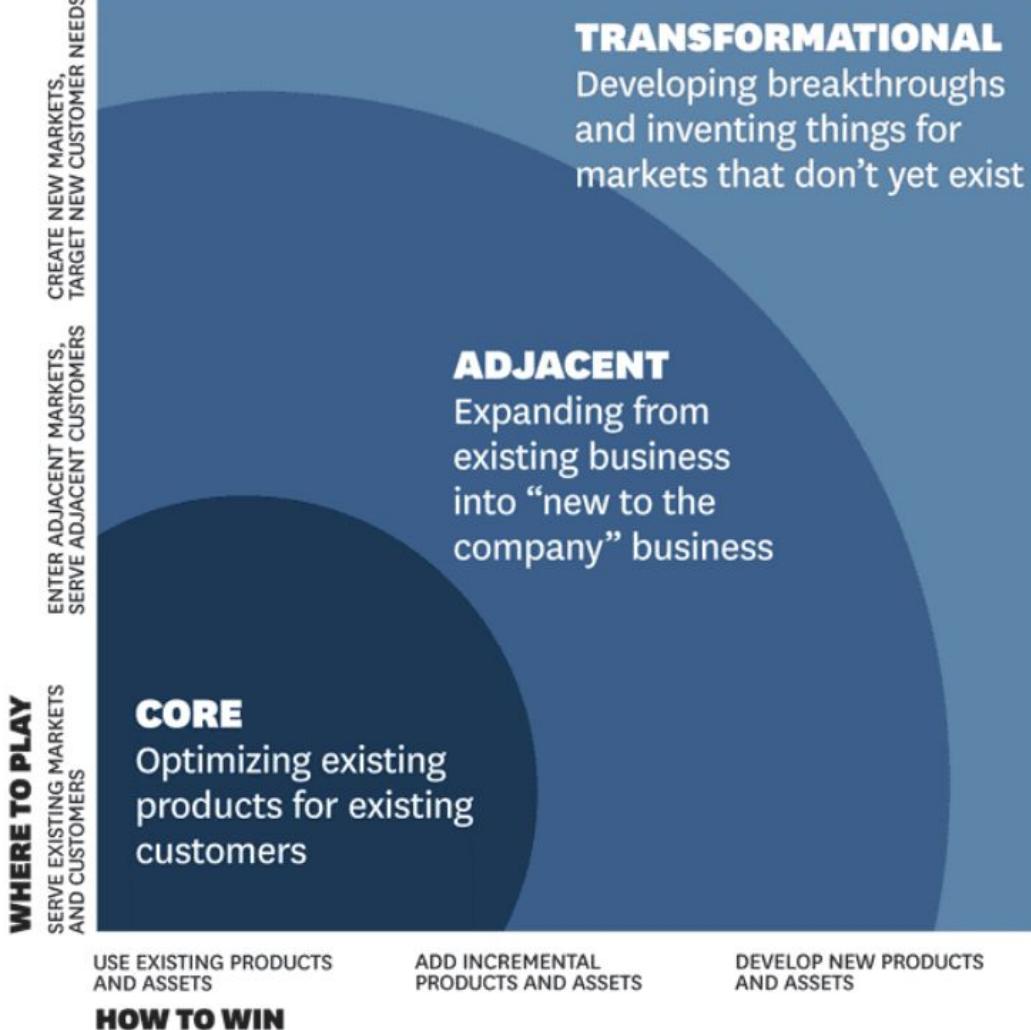
5 pilares da inovação

- Medir a performance do portfólio de produtos da empresa;
- Construir uma rede de talentos de inovação;
- Um processo para inovação;
- Alinhamento dos objetivos e recursos da empresa;
- Uma estrutura organizacional que favoreça inovação.



Mix de produto e estratégia- Matriz de inovação

- Core;
- Adjacente;
- Transformacional.





Rede de Talentos

- Tenha clareza dos grupos que compõem sua empresa e das pessoas dentro deles;
- Identifique os influenciadores, pessoas que lideram pela influência e/ou que já tenham dado tração em mudanças na organização.



Processo

- Exemplos:
 - Design thinking;
 - Prototipação rápida;
 - Lean innovation;
 - Open innovation;
- Use aquele que funcionar melhor para seu contexto/empresa;
- Faça com que o processo de inovação integre parte do processo da empresa.



Alinhamento de objetivos e recursos

- Saúde Financeira;
- Estágio de desenvolvimento da empresa;
 - Existência;
 - Sobrevivência;
 - Sucesso;
 - Aceleração;
 - Maturidade.
- Posicionamento competitivo.



Estrutura organizacional

- Modelos de estrutura:
 - Centralizada;
 - Descentralizada;
 - Híbrido;
 - Incubadora.