MRD – Market Requirements Document

Junho/2013

Também chamado de "BRD" (Business Requirements Document) é comumente adotado por empresas já estruturadas e com uma área de Product Marketing organizada. Se você não conseguir justificar para seu contexto a geração de um documento deste tipo com todos os detalhes, no mínimo você deve ser capaz de articular cada ponto abaixo com clareza.

- Nome e descrição do produto. Qual a oportunidade de mercado?

- Que mercados e clientes vamos vender este produto? Quais são as perspectivas de crescimento?

- Como vamos vender esse produto, venda direta ou por canal de vendas?

- Qual o posicionamento do produto (utilizar mapas de percepção), diferenciais e valores oferecidos aos clientes?

- Qual o cenário competitivo atual e futuro?

- O produto se enquadra em nossa visão e missão?

- Qual faturamento esperado (forecast) para os próximos 5 anos? Quais as margens? ROI?

- Qual a definição de sucesso deste produto?

- Considerações sobre IP (Intelectual Property) e patentes envolvidos.

- Qual o timing desejado para primeira versão em produção? (sketch de cronograma). Defina seu MVP (Minimum Viable Product).

- Qual product roadmap resumido para os próximos 5 anos (cobrindo principais variações de versões e funcionalidades)?

- Quais investimentos necessários (tecnologia, equipamentos, RH, certificações, ...) ?

- Quais os riscos para nossa organização abraçar este produto?

© Zymi Group 2012-2013