

Fichamento dos capítulos 1 e 2 do manual do empreendedor

Resumo

O primeiro capítulo do manual do empreendedor aborda o modelo tradicional de lançamento de novos produtos, muito utilizado por empresas de grande porte. Neste modelo de lançamento de novos produtos, os principais passos a serem seguidos até fazer o lançamento de um novo produto são: conceito/pré operação, desenvolvimento de produto, testes alfa/beta e lançamento/ 1º remessa.

Neste capítulo também é apresentado “Os 9 pecados mortais do modelo de lançamento de um novo produto”. Nesses 9 tópicos, são apresentados os principais erros cometidos pelos empreendedores enquanto estão desenvolvendo a sua nova empresa, como presumir que já conhece tudo sobre o seu cliente e o seu produto, focar na data de lançamento da sua empresa e aumentar prematuramente o tamanho da sua nova companhia.

Já o segundo capítulo trata do modelo de desenvolvimento de clientes, que pode ser definida como uma proposta de modelo mais adequada às startups. Este modelo envolve os seguintes passos: descoberta do cliente, validação pelo cliente, geração de demanda e estruturação da empresa

O capítulo 2 aborda também “O manifesto do desenvolvimento do cliente”, que explica quais atitudes um empreendedor deve ter para alcançar o sucesso. Entre outras coisas, são citados que os empreendedores devem estar envolvidos nas pesquisas de mercado, aceitar que errar faz parte do processo (e que portanto é necessário fazer diversos ajustes no planejamento ao longo do tempo) e, por isso um plano de negócios não é o mais adequado para uma startup, e sim, um quadro do modelo de negócio, já que este segundo é bem mais dinâmico que o primeiro.

Considerações pessoais

Estes primeiros dois capítulos foram significativos para mim pois me permitiram refletir que uma startup é muito diferente de uma grande empresa, desde o seu planejamento até a sua consolidação. A principal diferença percebida por mim é que grandes empresas utilizam modelos fixos para abrir um novo negócio (geralmente em um setor conhecido e consolidado), enquanto as startups por buscarem novos setores (geralmente a partir de uma percepção de uma necessidade específica de uma parte da sociedade) devem seguir um modelo de planejamento mais flexível que as primeiras pois a percepção sobre os possíveis clientes mudam constantemente .

A leitura dos “9 pecados mortais do modelo de lançamento de um novo produto” foi uma surpresa para mim pois imaginava que, como pessoas da área da administração, os empreendedores saberiam o que fazer e quais passos seguir para conseguir abrir uma empresa que se sustentaria minimamente ao longo do tempo.