Empreendedorismo

Lean Canvas

Prof. Marco Antonio Carvalho Pereira

marcopereira@usp.br

“SEGREDO” DO EMPREENDEDORISMO

EXECUÇÃO

NÃO EXISTEM IDEIAS
BOAS OU RUINS

EXISTEM IDEIAS BEM
OU MAL EXECUTADAS

EXECUÇÃO

O ÓTIMO É INIMIGO DO BOM.

JORNADA DE APRENDIZADO

TEMPO DE EXPERIMENTAÇÃO

LEITURA RECOMENDADA

Ler não muda o mundo

Ler muda as pessoas

As pessoas mudam o MUNDO

VALE DO SILÍCIO

ENTENDA COMO FUNCIONA A REGIÃO
MAIS INOVADORA DO PLANETA

REINALDO NORMAND

Lean Canvas

RUNNING LEAN ASH MAURYA
ISBN 978-1-949-30517-8
Sketched by @sachar Dec 28, 2012

Document your Plan A (p.27) ← Show this to people & ask (p.28)

Problem	Solution	Unique Value Proposition	Unfair Advantage	Channels	Customer Segments
1	4	3	5	2	6
Cost structure			Revenue streams		
1	6				

Ⓛ - 15 minutes (p.26)
 ? OK to leave blanks
 ✂ Be concise
 ⌚ Think in the present
 ✎ Be customer-centric

Draw several of these quickly so that you can rank them. (p.24)

- Customer pain level
- Ease of reach
- Profit/gross margin
- Market size
- Technical feasibility

The 3 stages of a startup (p.2)

Problem/solution fit → Product/market fit → Scale

Running Lean (p.16)

Understand the problem → Define the solution → Validate qualitatively → Verify quantitatively

Ⓛ p.77 has an email template for asking for interviews

Ⓛ p.75 Charge from day 1, collect on day 30

Ⓛ Work hacks → p.177

Ⓛ Don't lower signup friction, raise it. (p.28)

Ⓛ 80% existing features, 20% new features. (p.28)

Ⓛ SaaS pricing (p.15) single plan, free trial, etc

Ⓛ Features → customer pull

Interview Guides

Problem Interview (p.11)

- Understand cust. worldview
- How do customers rank the top 3 problems?
- How do they solve them today?
- Is this a viable customer segment?

Solution Interview (p.15)

- Test demo before building
- How do you identify early adopters?
- What is the minimum feature set?
- Will people pay? How much?

MVP Interview (p.15)

- Landing page?
- activation flow?
- usability hot spots?
- MVP delivers unique value?
- more customers?
- do customers pay?

2 Welcome

2 Demographics

2 Problem story

15 Demo (What requested? Missing?)

3 Test pricing

2 Wrap up

5 Document results

2 Welcome

2 Demographics

3 Pricing Page

15 Signup & Activation

2 Wrapping Up

5 Document results

Kanban tips (p.11)

- Backlog
- In progress
- Done
- Code
- Partial rollout
- Validate qualitatively
- Full rollout
- Verify quantitatively

Sales letter (p.17)

LARGE PROMISE (your unique value proposition)

Connect w/ cust. problem

Generate interest/desire (solution)

Sketched by Sacha Chua (teacher)
ExperiVis

Ash Maurya

Resumo

- **Problema:** Uma descrição breve sobre os top 3 problemas que sua startup quer resolver.
- **Segmento de Clientes:** Quem são os clientes da sua startup? Eles podem ser melhor segmentados?
- **Proposta de Valor Única:** Qual é o slogan do seu produto ou a principal característica que torna o seu produto diferente e merecedor do dinheiro dos clientes?
- **Solução:** Qual é o menor conjunto de funcionalidades (MVP) que entrega a proposta de valor única descrita acima?
- **Métricas-Chave:** Descreva as principais ações e métricas que suportam a geração de receitas ou retenção de clientes.
- **Canais:** Faça uma lista de canais gratuitos e pagos que sua startup usa para atingir seus clientes.
- **Estrutura de Custos:** Faça uma lista de todos os custos fixos e variáveis que sua startup possui.
- **Fluxos de Receita:** Identifique o seu tipo de modelo de receita e determine as premissas para indicadores como *Life time value*, margem bruta, *break-even point*, etc.
- **Vantagem Injusta:** Uma vantagem injusta é algo que não pode ser copiado ou comprado..

Lean Canvas

Problema (Top 3 Problemas)	Solução (Top 3 Funcionalidades)	Proposta Única de Valor (Mensagem única, clara e atraente dizendo porque sua empresa é diferente e merece atenção dos seus clientes)	Vantagem Injusta (Não pode ser facilmente copiada ou comprada)	Segmentos de Clientes (Clientes-alvo)
	Métricas-Chave (Principais atividades que devem ser medidas)		Canais (O caminho para os clientes)	
Estrutura de Custos (Quanto custa colocar isso tudo em operação)		Fontes de Receitas (Como ganha dinheiro)		

PRODUTO

MERCADO

LEAN CANVAS

1 <i>Problema</i> (Top 3 Problemas)	<i>Solução</i> (Top 3 Funcionalidades)	3 <i>Proposta Única de Valor</i> (Mensagem única, clara e atraente dizendo porque sua empresa é diferente e merece atenção dos seus clientes)	<i>Vantagem Injusta</i> (Não pode ser facilmente copiada ou comprada)	2 <i>Segmentos de Clientes</i> (Clientes-alvo)
	<i>Métricas-Chave</i> (Principais atividades que devem ser medidas)		<i>Canais</i> (O caminho para os clientes)	
<i>Estrutura de Custos</i> (Quanto custa colocar isso tudo em operação)		<i>Fontes de Receitas</i> (Como ganha dinheiro)		

1 – Problema

2 – Segmento de Cliente

3 – Proposta Única de Valor

1 - Problema

- Ausência de produtos
- Má qualidade
- Solução inovadora

Problema: Uma descrição breve sobre os top 3 problemas que sua startup quer resolver.

1 - Problema

Exemplos

- Gasto excessivo de água
- Má alimentação
- Falta de tempo para cozinhar

Perguntas-chave

- É algo que os clientes querem? **(indispensável)**
- Os cliente pagarão por isso? Se não, quem pagará? **(viável)**
- O problema pode ser resolvido? **(factível)**

2 – Segmento de Clientes

- Compradores
- Anúncios
- Parceiros

Segmento de Clientes: Quem são os clientes da sua startup? Eles podem ser melhor segmentados?

2 – Segmento de Clientes

Quem é o seu cliente?

Homem? Mulher? Pessoa física ou pessoa jurídica? ➡ **Especificar**

Além de dados demográficos, o quanto você conhece o seu cliente? Quais são suas reais necessidades? O que ele pensa? ➡ **Entenda o cliente**

3- Proposta Única de Valor

PROPOSTA DE VALOR ÚNICA : qual é o slogan do seu produto ou a principal característica que torna o seu produto diferente e merecedor do dinheiro dos clientes?

Clientes x Proposta de valor

Uma coisa é o
que eu “**acho**”
que o cliente
quer....

Outra, é o que,
de fato,
o cliente quer

Mapa da Empatia

Mapa da Empatia

Nome: Andre

Idade: 27

Criando Mapa da Empatia

Canvas da Proposta de Valor

Proposta de Valor

Perfil do Cliente

CANVAS DA PROPOSTA DE VALOR

Exemplo: Prancha (skate) acoplável para carrinho de bebê

Fonte: <http://fabiorbertoborges.com/blog/canvas-de-proposta-de-valor/>

Lean Canvas

Problema (Top 3 Problemas)	Solução (Top 3 Funcionalidades)	Proposta Única de Valor (Mensagem única, clara e atraente dizendo porque sua empresa é diferente e merece atenção dos seus clientes)	Vantagem Injusta (Não pode ser facilmente copiada ou comprada)	Segmentos de Clientes (Clientes-alvo)
	Métricas-Chave (Principais atividades que devem ser medidas)		Canais (O caminho para os clientes)	
Estrutura de Custos (Quanto custa colocar isso tudo em operação)		Fontes de Receitas (Como ganha dinheiro)		

4 – Solução

5 – Canais

6 – Receitas

7 – Despesas

4 – Solução

- Qual a maior **dor** do seu cliente ?
- Brainstorming
- MVP – Mínimo Produto Viável

5 – Canais

São as ferramentas que permitem que você entregue sua proposta de valor aos seus clientes

5 – Canais: funcionalidade

- Ampliar o conhecimento do cliente a cerca do produto ou serviço a ser oferecido
- Permitir que o cliente realize a compra
- Possibilitar suporte no pós venda

5 – Canais

São as ferramentas que permitem que você entregue sua proposta de valor aos seus clientes

5 – Canais: funcionalidade

- Ampliar o conhecimento do cliente a cerca do produto ou serviço a ser oferecido
- Permitir que o cliente realize a compra
- Possibilitar suporte no pós venda

5 – Canais: exemplos

- Aplicativo
 - Página em redes sociais
 - Campanhas locais
-
- Lojas Físicas
 - Aplicativo
 - Redes sociais
 - Mais recente: Canal de Whatsapp

6 – Receitas

Entrada no caixa

Dinheiro recebido na
venda de produtos
e/ou serviços

7 – Despesas

Saída do caixa

Dinheiro gasto para
produzir produto e/ou
serviço e se manter

Instalação

Custeio (Giro)

6 – Receitas 7 – Despesas

TIPOS DE RECEITA

Venda	Taxa de Assinatura
Anúncios	Leasing
Licenciamento	Taxa de Uso

DESPESAS INICIAIS

Horas de Programação

MVP físico

DESPESAS CUSTEIO

Fixos (Funcionários, Aluguel, Energia Elétrica...)

Variáveis (Impostos, Comissões,...)

Lean Canvas

Problema (Top 3 Problemas)	Solução (Top 3 Funcionalidades)	Proposta Única de Valor (Mensagem única, clara e atraente dizendo porque sua empresa é diferente e merece atenção dos seus clientes)	Vantagem Injusta (Não pode ser facilmente copiada ou comprada)	Segmentos de Clientes (Clientes-alvo)
	Métricas-Chave (Principais atividades que devem ser medidas)		Canais (O caminho para os clientes)	
Estrutura de Custos (Quanto custa colocar isso tudo em operação)		Fontes de Receitas (Como ganha dinheiro)		

8 – Métricas Chaves

9 – Vantagem Injusta

8 – Métricas

Indicadores que mostram o desempenho da startup

Importantes para tomar decisões.

8 – Métricas-chave

Métricas de vaidade X Métricas acionáveis

- Número de downloads
- Número de visualizações
- Número de seguidores

- Número de clientes ativos
- Quantidade de usuários que volta a assistir um vídeo
- Taxa de crescimento mensal

9 – Vantagem Injusta

Definição: “Uma verdadeira vantagem injusta é algo que não pode ser facilmente copiado ou comprado”

Sason Cohen

É o seu diferencial em relação à seus concorrentes!

Forma de avaliação

Não tem prova!

Mas tem...

Muita mão na massa

Presença é **ESSENCIAL**

3 Pitches

Forma de avaliação

LEAN CANVAS – ENTREGA

17/setembro – Peso: **5%**

PITCH DO LEAN CANVAS (Video)

25/setembro – Peso: **10%**

ENTREVISTAS

1/outubro - Peso: **5%**