

Empreendedorismo e Modelos de Negócio

Professor José Antonio Lerosa de Siqueira
jals@usp.br

PEF3111

Exercício semanal de aquecimento cognitivo

Pensar de forma empreendedora
(Baseado em material do livro de Ray Dalio)

@jalsiq contém um link para o artigo

Estratégia para o empreendedorismo

Lidar com o meu processo empreendedor pessoal

Passo no. 1: um dia no seu futuro daqui a 10 anos

Estarei engajado no que estarei fazendo?

Trabalhando com outras pessoas?

Passo no. 2: que objetivo a atingir no futuro eu posso escolher hoje?

- Volte para o presente e escolha um ou mais objetivos que você deseja atingir na sua vida.
- A escolha de um objetivo definirá uma direção. E para chegar até onde se quer, sempre existe um caminho que é o melhor caminho possível. Sua tarefa é encontrar este caminho e ter coragem para segui-lo.
- A tarefa de definir um objetivo não é fácil.
- É uma tarefa perigosa.

Passo no. 3: mate o dragão da multiplicidade de possibilidades

Mate o dragão da multiplicidade das possibilidades.

Você pode ter virtualmente qualquer coisa que desejar, mas não pode ter tudo que desejar.

Escolher um objetivo significa rejeitar algo que você quer, para conseguir obter algo que você quer, ou precisa, ainda mais.

Passo no. 4: Meu objetivo é um desejo?

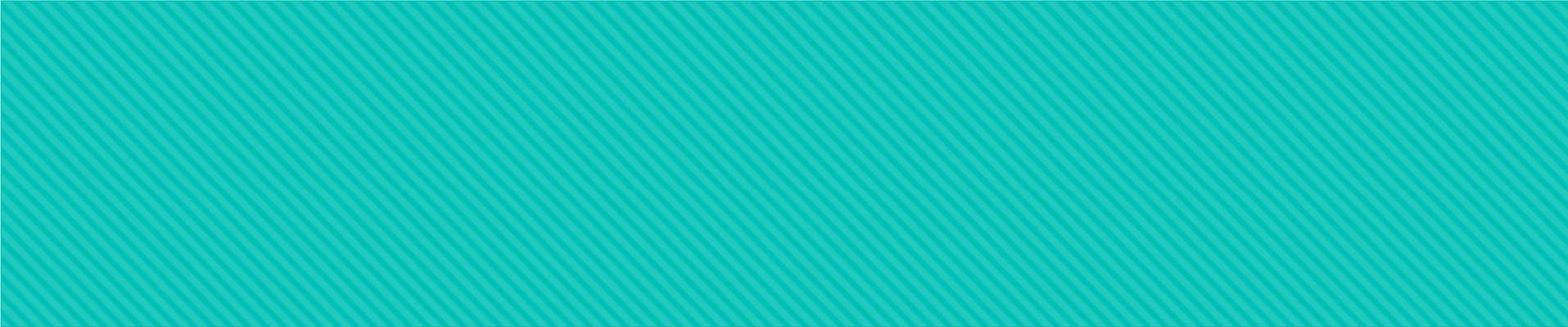
- Um objetivo adequado é algo que você realmente precisa alcançar.
- Desejos são coisas que você quer que podem impedir você de alcançar seus objetivos.
- Na sua carreira, os desejos e objetivos podem ser alinhados.

Passo no.5: o que quero receber como recompensa?

- Dinheiro?
- Realização?
- Poder?
- Reconhecimento familiar e social?

Passo no. 6: Estarei indo até o meu limite?

- Se estiver, é pouco.
- Sonhe grande o suficiente para que o resultado seja relevante e atingível.
- Grandes expectativas criam grandes capacidades.
- Se você limitar seus objetivos ao que você sabe que pode alcançar, você está fixando a barra muito baixo.



○ Antes do passo no. 7...

Avaliação 1 – para o dia 20 de agosto até 23h55

- A avaliação será realizada através de uma apresentação em um vídeo de 3 minutos, entregue no site edisciplinas.usp.br no tópico avaliação 1 da aula 3 de pef3111 - 2018
 - Apresentação 1 (individual) – quem eu sou, quais são os três objetivos que desejo atingir no médio prazo e o que estou fazendo para conseguir atingi-los.
 - Se houver qualquer problema na entrega via site, envie o link do vídeo para o e-mail do professor (jals@usp.br).

Passo no. 7: conclua.

- Os objetivos que tracei para mim continuam valendo ou eu quero gravar outro vídeo?

	Data	Programação das aulas
1	07/08	Introdução geral
2	14/08	1. Segmentação do mercado; 2. Seleção de um setor para conseguir entrar no mercado
3	21/08	3. Descrição de um perfil para o usuário; 4. Cálculo do TAM (total addressable market) para o mercado piloto
4	28/08	Passos 5 e 6
5	11/09	Passos 7 e 8
6	18/09	Passos 9 e 10
7	25/09	Passos 11 e 12
8	02/10	Passos 13 e 14
9	09/10	Passos 15 e 16
10	16/10	Passos 17 e 18
11	23/10	Passos 19 e 20
12	30/10	Passos 21 e 22
13	06/11	Passos 23 e 24
14	13/11	Fechamento do curso por palestrantes convidados
15	27/11	Apresentações finais dos modelos de negócio

Passo 0

O que sei fazer bem, que gostaria de fazer durante muito tempo?

Passo 1 – Segmentação do mercado

Passo 1A: Descobrir uma grande quantidade de tipos de clientes e mercados potenciais para o seu negócio.

Passo 1B: Selecionar da sua lista entre 6 e 12 mercados mais promissores.

Passo 1C: Reunir os dados de uma pesquisa primária destes 6 a 12 mercados.

Feedback sobre o Passo 1A - Brainstorm

- Cada mesa deveria responder a seguinte pergunta: o que irá substituir o smartphone?
- *Colocar as três melhores propostas, ranqueadas, numa folha.*
- *18 mesas responderam (16 a pergunta certa)*

As melhores ideias de cada mesa

Ideia	#
Realidade aumentada	8
Holograma	3
Implante de chips	3
Ideias confusas	2

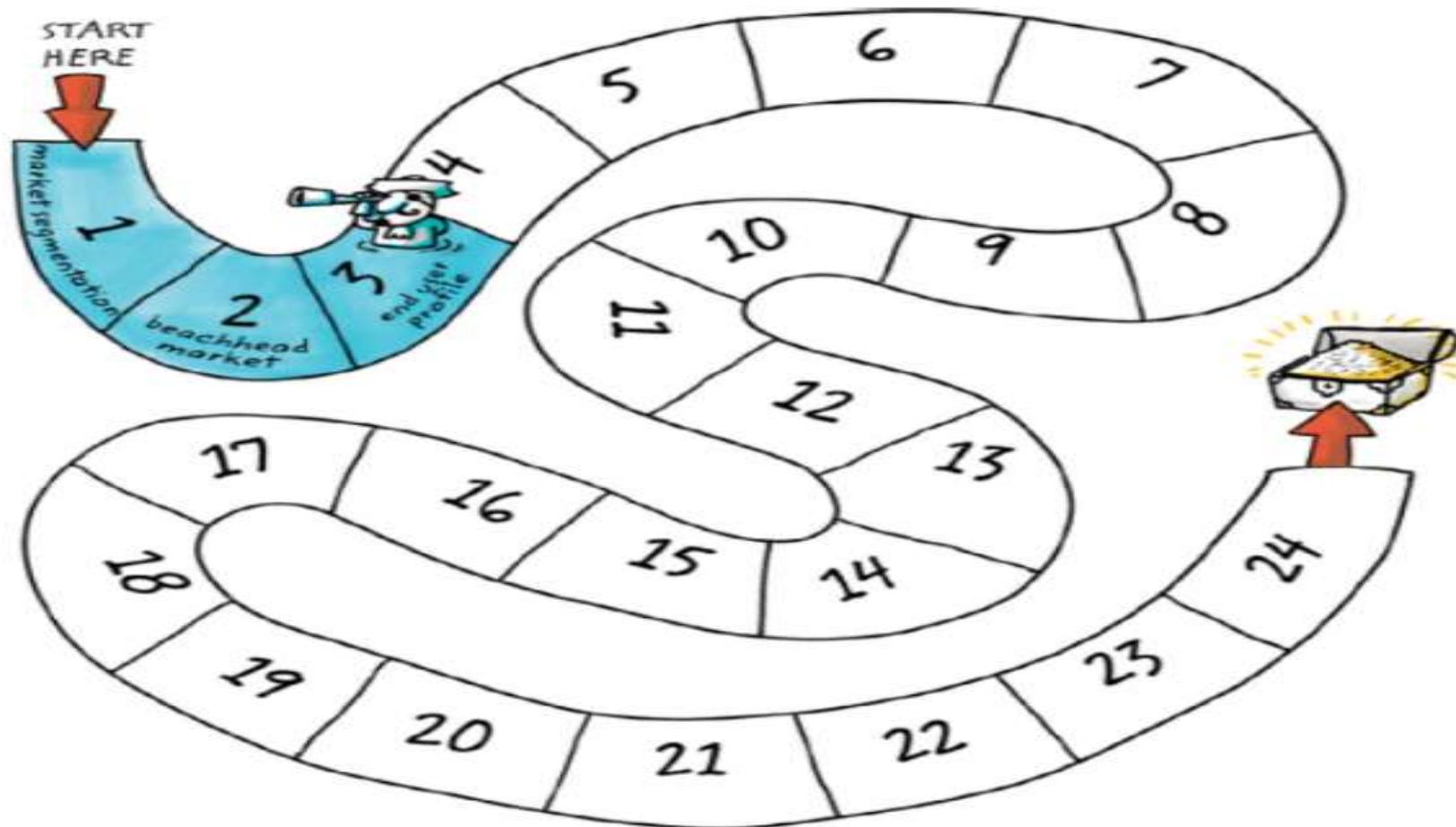
As ideias piores de cada mesa

Ideias	#
Implante de chips	3
Holograma	4
Realidade virtual	1
Robôs	2
Telepatia	1
Outros	7

As ideias “meia-boca”

Ideias	#
Bracelete inteligente	1
Fone interativo	1
Realidade virtual	3
Inteligência artificial	1
IoT	2
Implante de chips	2
?	3
Chips que criam hologramas(?)	1
Hologramas	2

Passo 3: descreva a persona do cliente



TPP e TCP

- Target product profile (medicina)
- Target customer profile (engenharia)
- Construa o seu negócio para o cliente que você deseja servir, não em torno do produto que você quer empurrar para o mercado.

Cliente tem dois perfis distintos (personas)

- Usuário final (uma pessoa real!)
- Decisor de compra – a pessoa que toma a decisão de comprar seu produto, que pode ser decomposto em:
 - Champion: a pessoa que quer que a decisão de compra seja tomada; geralmente é o usuário final.
 - Comprador: a pessoa que tem o poder para decidir a compra; às vezes é o usuário final.
 - Influenciadores, Poder de Veto, Setor de compras: pessoas que tem influência na decisão de compra.

Características possíveis para agregar no perfil do usuário final

- gênero
- Faixa de idade
- Faixa de renda
- Localização geográfica
- O que os motivam?
- O que temem?
- Quem é o seu herói?
- Onde vão nas férias? Onde vão para jantar? Onde vão após o trabalho?
- Que jornais lêem? Websites? Séries da TV?
- Qual é o motivo geral para comprar este produto? Preço? Imagem? Pressão dos amigos e colegas?
- O que os tornam especiais e identificáveis?
- Qual é a sua história?

O seu time de fundadores inclui alguém que tenha esta persona?

- Isto é uma grande vantagem!

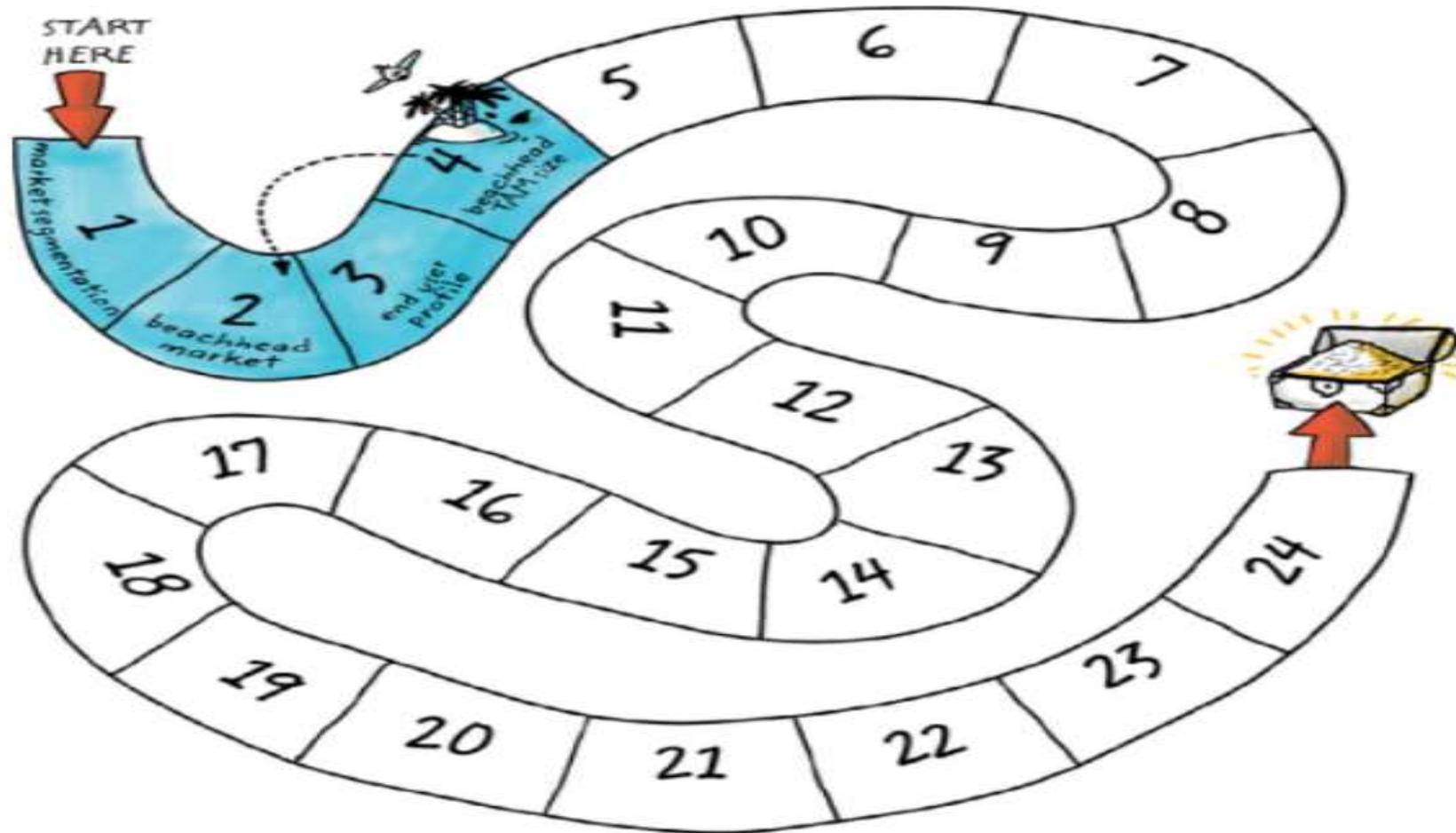
Industrial Designer in Toy and Footwear Companies	
Gender	Male (90%), Female (10%)
Age	24–35, estimating that the average is close to 31
Level at Company	Individual contributor and not a manager
Income	\$50K–\$60K per year, depending on the region
Education	Rhode Island School of Design, Pasadena School of the Arts, or other high-end arts school
History	This is not their first job in the industry so they have some experience. However, this is not their end job either. This is something they will do as long as it is interesting and fulfilling. The industry is tough and they realize they can be laid off if things don't go well. This also leads to a lack of strong attachment to their job, so if another job comes up, they will move on without reservation.
Context	The designers see themselves as artists, not businesspeople. While they might want to be doing great art outside of the commercial world, they have realized that they need a paycheck to survive and have made that compromise. They may do some art on the side but they also are serious about wanting to create products that show off their artistic skills, and they are frustrated with products that don't properly convey their very specific design intent. Hence they have not given up using clay studios, which convey design intent much better than the new digital tools that are

	being forced on them. The new tools are engineering tools that have been modified for designers but make it very difficult to convey design intent. While the designers are tech-competent and even savvy when it comes to creative tools, that is not at their core. It is a means to an end. They might have an Apple computer at home and one in their department, but at the office, they are primarily working on their Windows-based PC.
Personality	The designers like to socialize but would never be confused with fraternity boys. They do not have much money and are careful to not waste it. They drink carefully and/or do light recreational drugs when they go out. They like to sit around and listen to technopop music (like Thomas Dolby) and talk about the arts. They generally wear all black and a good number of them have body piercings and maybe even artfully done tattoos. While they do like to socialize, they can also be quiet and introverted much of the time.

Ride-Sharing Company, Russia

This student team wanted to create a new ride-sharing service for a group of customers in Moscow who did not have such a service. They focused on younger tech-savvy drivers who they thought would be more likely to use the service, and they were interested in

Passo 4: Calcule o tamanho do TAM (Total Addressable Market) para o mercado do primeiro ataque (beachhead market)

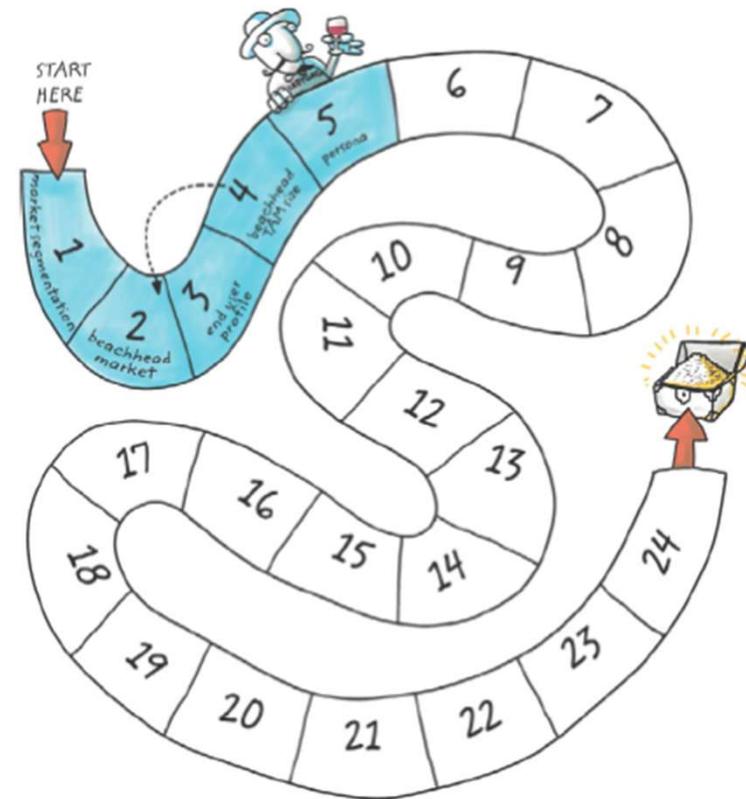


- TAM = #usuários finais x valor da compra (USD) x # compras anuais
- Sugestão do Bill Aulet: TAM > USD 5M

Próximos passos:

Step 5

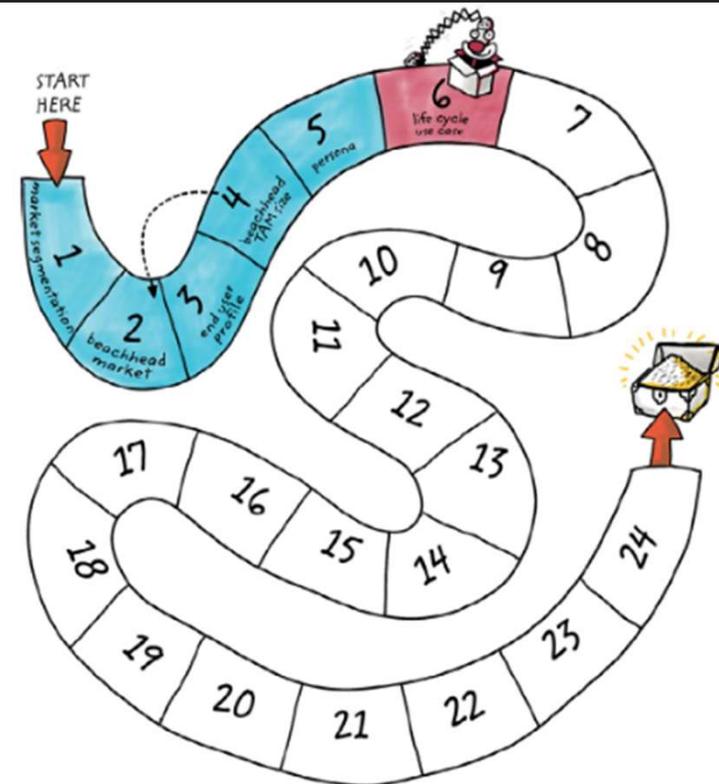
**Profile the Persona for
the Beachhead Market**



Próximos passos:

Step 6

Full Life Cycle Use Case



Fim da aula
3

Obrigado!

José Antonio Lerosa

jals@usp.br