

Empreendedorismo e Modelos de Negócio

Professor José Antonio Lerosa de Siqueira
jals@usp.br

PEF3111 – aula 5

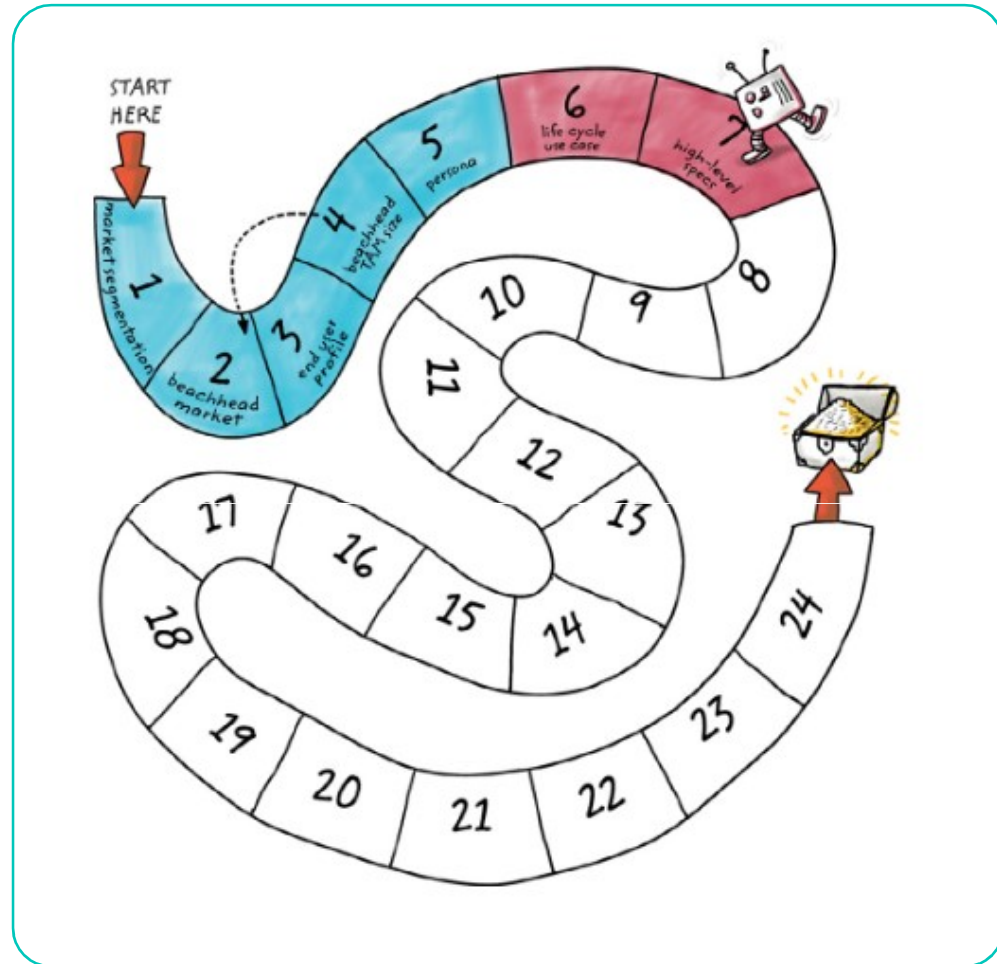
	Data	Programação das aulas
1	07/08	Introdução geral
2	14/08	1. Segmentação do mercado; 2. Seleção de um setor para conseguir entrar no mercado
3	21/08	3. Descrição de um perfil para o usuário; 4. Cálculo do TAM (total addressable market) para o mercado piloto
4	28/08	5. Detalhamento de um representante real da persona; 6. Execução de um caso de uso de um ciclo de vida completo.
5	11/09	7. Especificação de alto nível do produto; 8. Quantificação da proposta de valor.
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

Exercício semanal de aquecimento cognitivo

Yoga for your mind

390. Without using trial and error
... full size equation

Passo 7: especificar o produto (alto nível)



Neste passo você irá:

- Criar uma representação visual do seu produto
- Focar nos benefícios do seu produto criados pelos seus aspectos funcionais e não somente nos aspectos

A definição de uma especificação de alto nível (isto é, sem detalhes) do produto garante que todos têm a mesma percepção do que ele seja e que o produto esteja focado no cliente alvo.

DU

*Defining the High-Level
that it is more focused
one agrees on what "it*

ct.

ed by the features

Ah hah...
that is what
you meant
by "it"!

Wasn't
obviou!

O que se deve fazer antes:

- Definir como é o produto (isto é, sua especificação)?
- Definir quais são as demandas do cliente (isto é, como ele é usado)?

O que é uma especificação de alto nível do produto?

- Não é um texto.
- É um desenho comentado.
- Se o produto for um software ou um site, produza um storyboard (um roteiro passo a passo) mostrando o fluxo lógico de uma tela para a seguinte.

Sugestão: criar uma história de uso

- Uma história de uso (ou ontologia) é uma descrição a mais completa possível de uma situação em que o usuário utiliza o produto.
- Uma ontologia é essencial quando o produto é na verdade um serviço ou uma experiência.

Exemplo:

- Ontologia de um passeio no parque do Ibirapuera (como é hoje): saio de casa correndo até a portaria 7...(etc)

O que é uma descrição em alto nível?

- Neste momento, não construa um protótipo do produto e nem se preocupe com aspectos como cor, material utilizado ou embalagem.
- A descrição deve ser clara o suficiente para poder ser mostrada para um cliente e ele conseguir compreender como irá usar o produto.
- Não se preocupe com tecnologia.

Ao mostrar a especificação para o cliente...

- Não tente vender o produto.
- Não procure convencê-lo das vantagens que foram agregadas.
- Escute e aprenda com o cliente.

Com o desenho pronto, faça uma brochura

- Brochura: uma pequena revista com desenhos e textos sobre um produto.
- Lembre-se de usar a persona que foi escolhida para o seu cliente.
- Lembre-se de usar também todas as etapas do ciclo de vida do produto.
- Assim, toda vez que você mostrar a brochura para um cliente em potencial, será possível verificar se a persona e o ciclo de vida estão suficientemente corretos.

*...a product can
—but not getting
...capture pro-*

The ultimate
product
for your
is arrive
many it
with cu
and you

Exemplo: brochura de uma turbina eólica

use the product specification research.

Figure 7.2 High-level



idea of building a
consistent wind, and
lly, it sounded sim-
other people in the
they encountered a

Exemplo de brochura: fora

Figure 7.6 Lifetime Supply brochure, outside



The image shows a portion of a brochure with a light blue background. It is divided into two main columns. The left column is titled 'How it Works' and contains three sections: 'Subscribe' with a list icon, 'Pick what you need and pay once for the semester', and 'Ship & Re-ship' with a hand icon pointing to a target. The right column is titled 'Why buy?' and contains three sections: 'It's super convenient' with two bullet points, 'Stay supplied' with two bullet points, and 'Great products' with two bullet points.

How it Works

Subscribe

-
-
-
-

Pick what you need and pay once for the semester

Ship & Re-ship

Request more at any time for

Why buy?

It's super convenient

- Stop wasting time going to the store
- Focus on studying hard and having fun

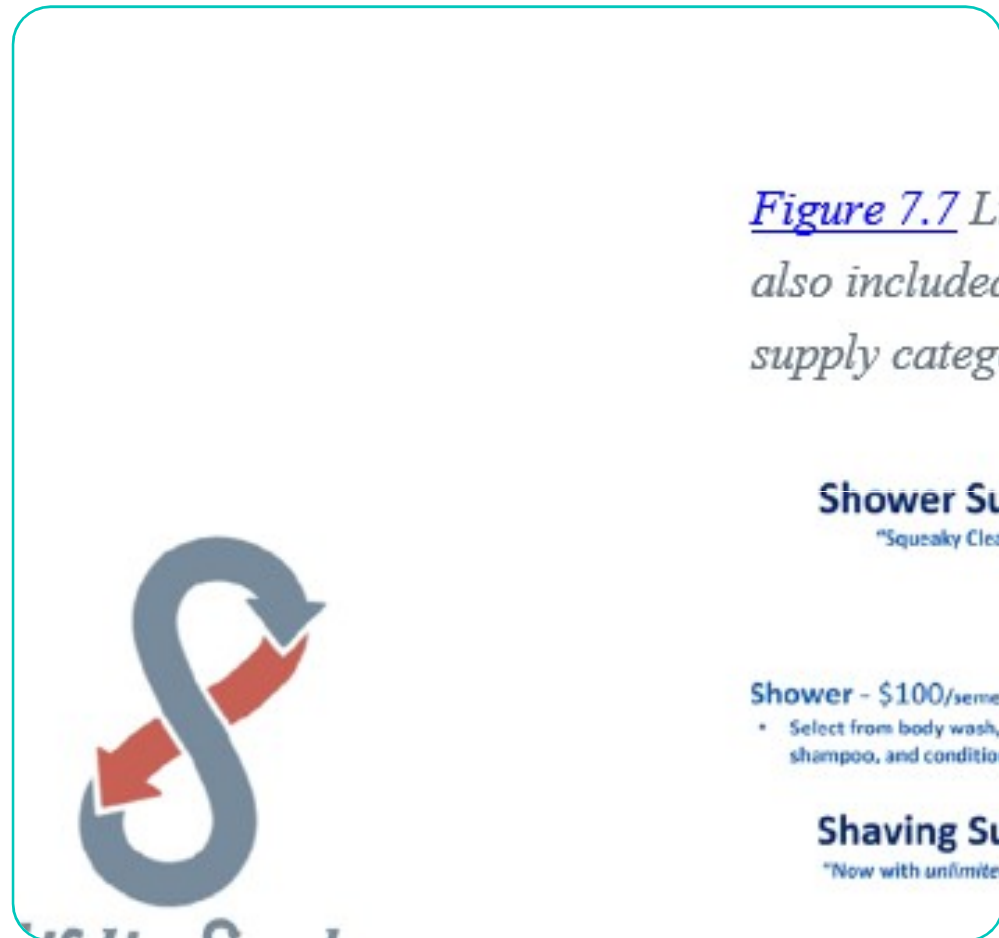
Stay supplied

- Never worry about running out of things you need again
- Unlimited access to any product in your Supply

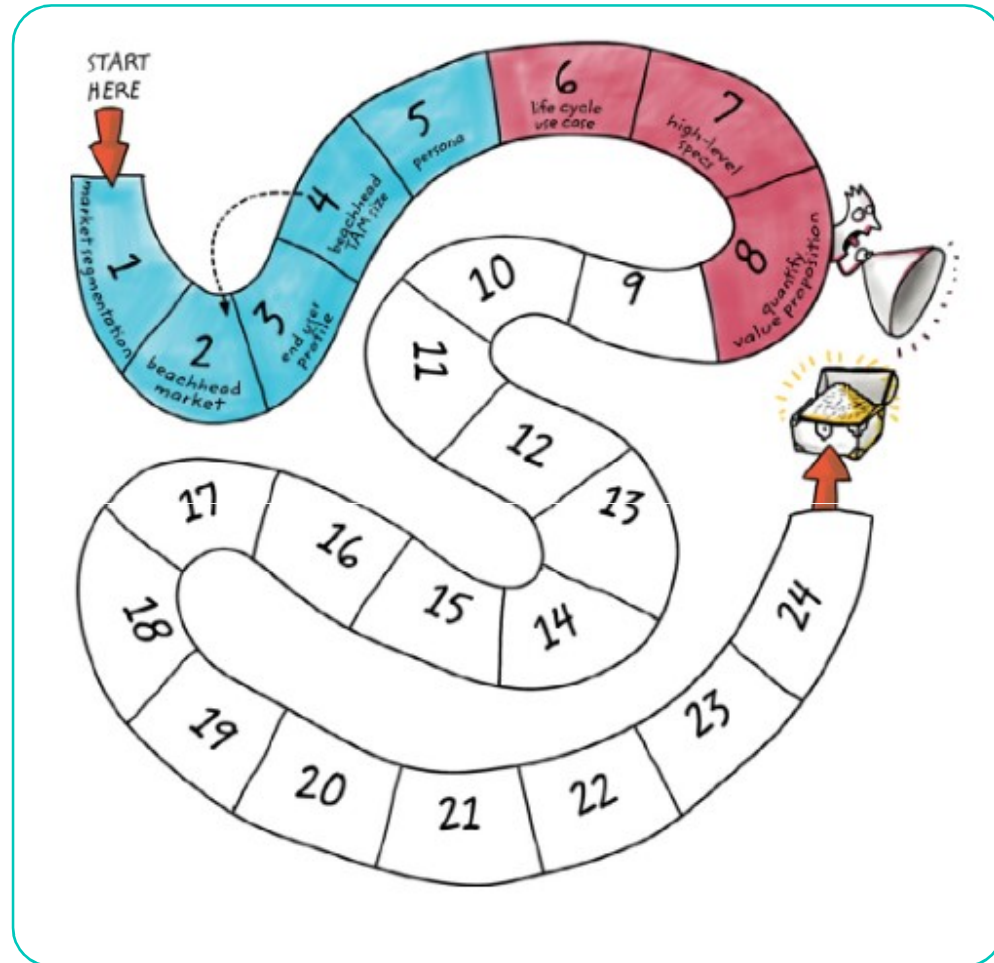
Great products

- We offer a wide variety of top brands
- New products added to Supply's monthly

Exemplo de brochura: dentro



Passo 8: quantificar a proposta de valor



Este passo envolve:

- Determinar como os benefícios trazidos pelo seu produto se transformam em valor para o cliente.
- Mensurar este valor (quando possível) para mostrar para o cliente.

A proposta de valor quantificada fornece uma compreensão concreta sobre os benefícios mensuráveis do seu produto

*continues. The Quantified
understanding of the
bring to your target cus-*

Superfanta
Awesome
Sooooo much
than anyone



Três tipos de benefício:

- Melhor
- Mais rápido
- Mais barato

Alinhe sua proposta de valor com a real prioridade do cliente.

Compare o “as-is” com o possível.

Nem sempre é possível medir....

Figure 8.2 inTouch value proposition exam

At the moment, Michelle can use...



Heart-rate monitors



Intuition



Professional

With **inTouch**, Michelle may...



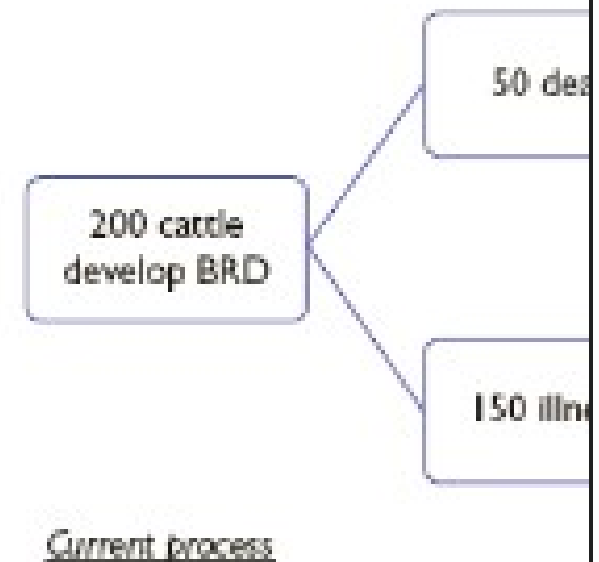
inTouch

Biosensor bovino

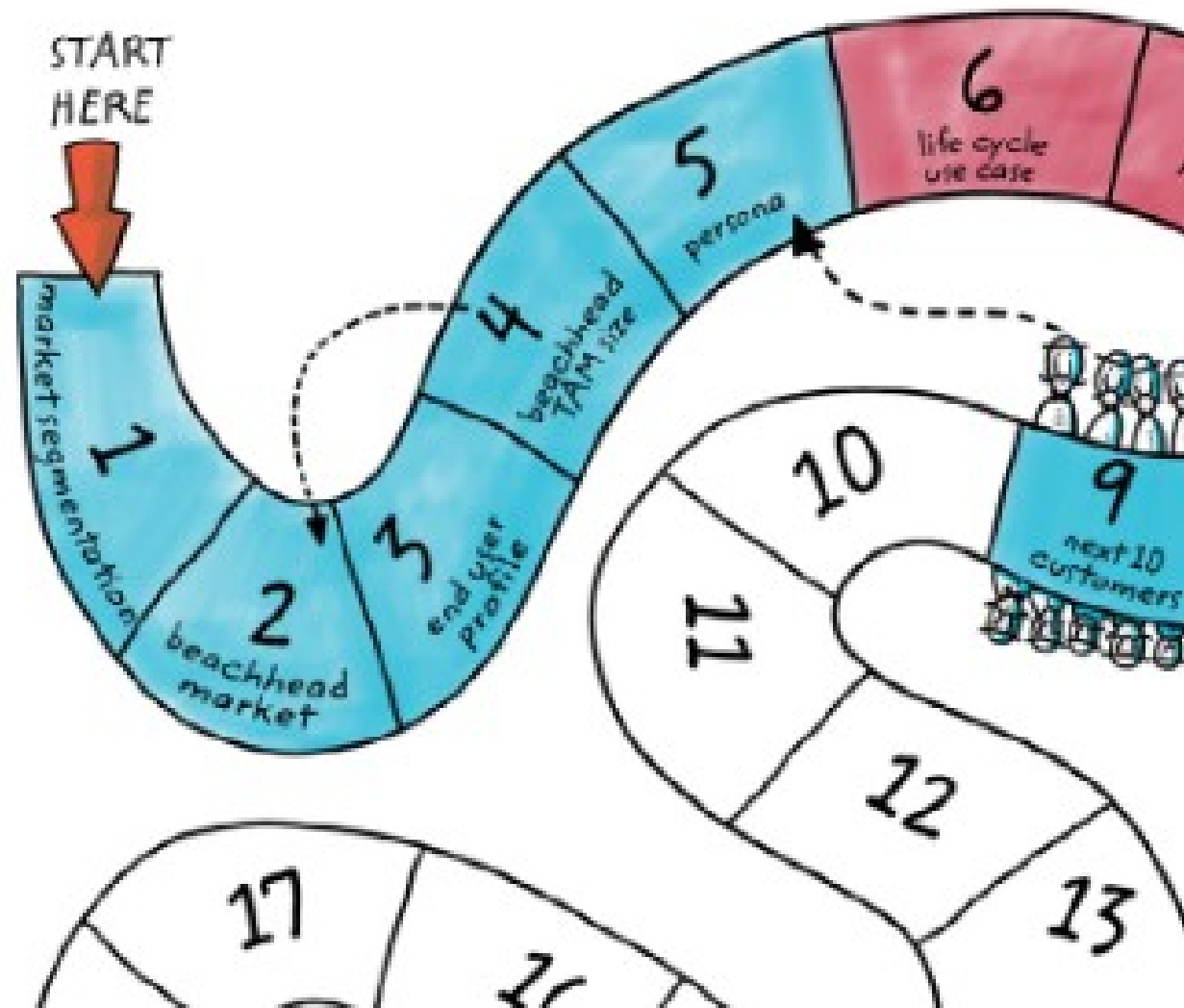
driven by money. The
cattle; making as much
top priority.

onomics for a typical
with numerous ranch-
and credible. The team
ng their product, mak-
uld support with com-

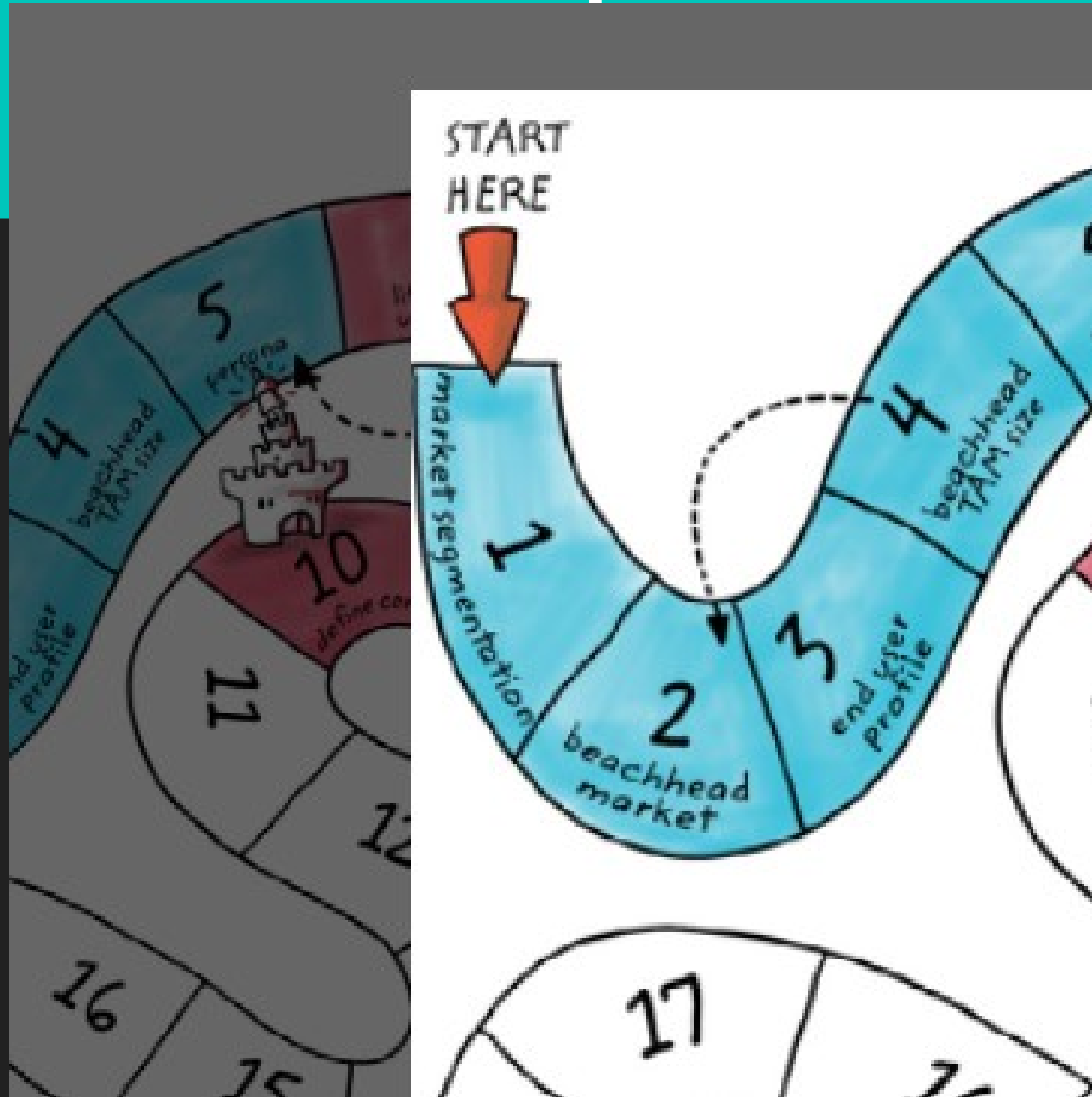
Figure 8.3 Meater loss



Passo 9: identifique 10 clientes em potencial



Passo 10: identifique o seu núcleo



Exercício em equipe para a aula 6 (18 setembro)

No canal PEF3111 do YouTube, dê sua opinião a respeito de todos os vídeos da playlist do primeiro exercício em equipe, exceto o de sua própria equipe.

Divida os vídeos entre os elementos da equipe.

Seja sincero. Use os ícones “polegar para cima” e “polegar para baixo”.

Avalie a proposta pela sua viabilidade.

Fim da aula
5

Obrigado!

José Antonio Lerosa

jals@usp.br