

# Lean Startup



# *Canvas Business Model*



# Canvas

***Um modelo de negócios***

***descreve a lógica***

***sobre como uma organização***

***cria, entrega e captura valor***

# Canvas

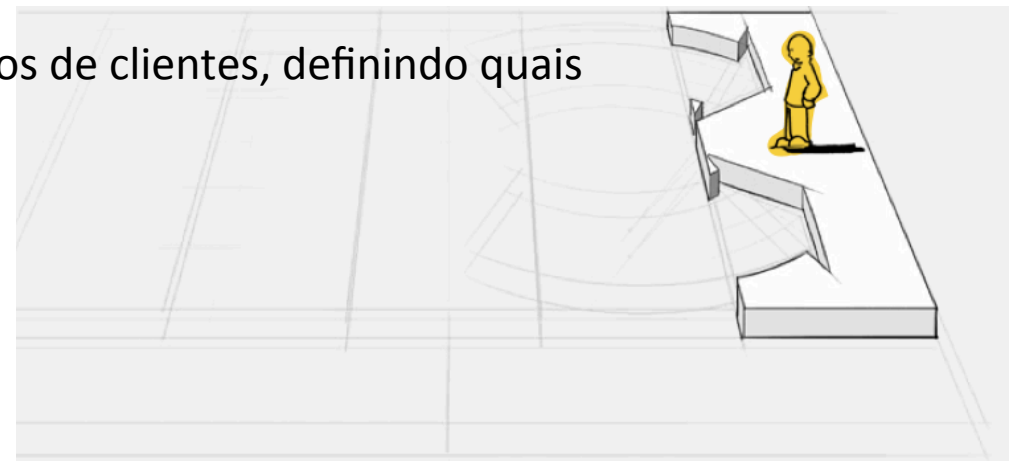




# Segmentos de Clientes

**Uma organização serve um ou diversos segmentos de clientes**

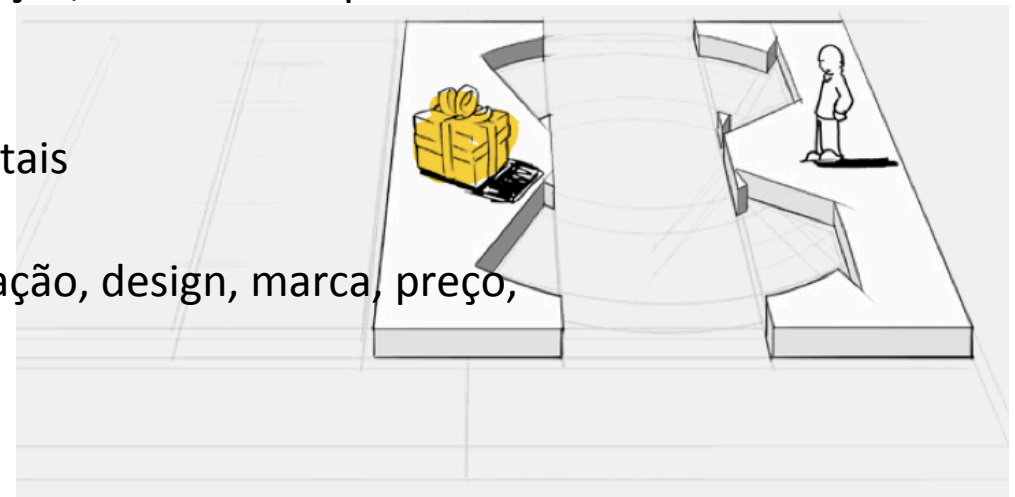
- Clientes são a razão da existência das corporações
- Bons clientes garantem a sobrevivência da corporação no longo prazo
- Segmentação: classificar os clientes de acordo com suas necessidades, comportamentos ou outros atributos
- A organização deve priorizar os segmentos de clientes, definindo quais atender e quais não atender



# Propostas de Valor

**Uma organização busca resolver os problemas do cliente e satisfazer as suas necessidades de acordo com as suas propostas de valor**

- Resolvem os problemas dos clientes
- Satisfazem suas necessidades
- Incluem um conjunto de produtos e serviços, combinados para cada segmento de clientes
- Podem ser radicais, podem ser incrementais
- Tipos: novidade, performance, customização, design, marca, preço, redução de custo ou de risco

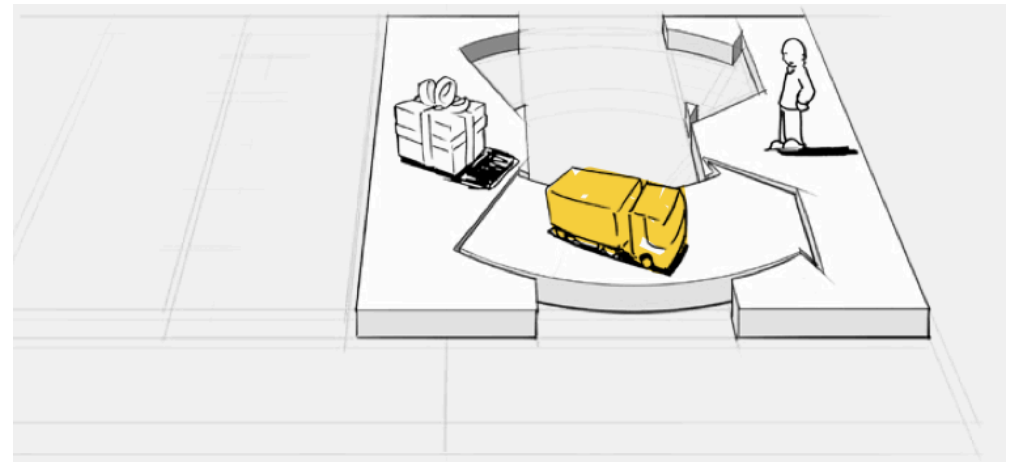




# Canais de Acesso

**As propostas de valor são entregues aos clientes usando canais de comunicação, distribuição e vendas**

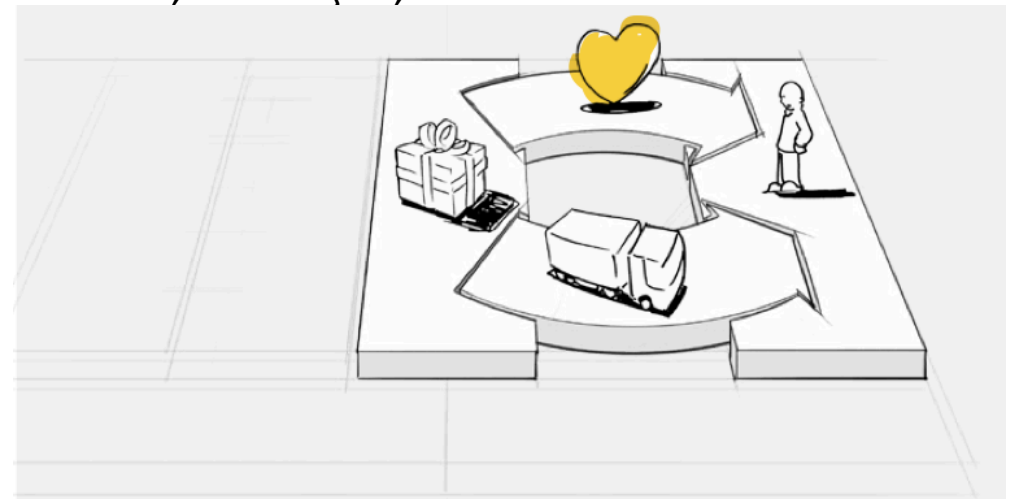
- Como a organização se comunica e atinge o segmento de cliente específico, de forma a entregar a proposta de valor acordada
- Exemplos incluem vendas diretas, pela web, lojas próprias, revendedores



# Relacionamento com os Clientes

**Relacionamentos são estabelecidos e mantidos com cada segmento de clientes**

- Definir qual a estratégia mais apropriada para adquirir, reter e expandir as vendas com os clientes
- Exemplos incluem assistência pessoal, assistência pessoal dedicada, auto-atendimento, serviços automáticos, comunidades, co-criação, ...

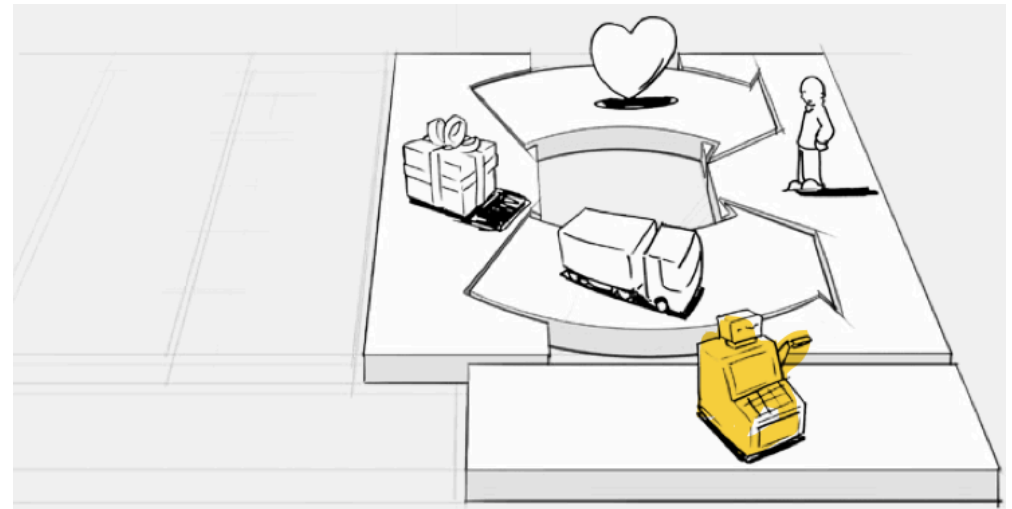




# Modelos de Receita

**Modelos de receitas são o resultado da entrega efetiva das propostas de valor para os clientes**

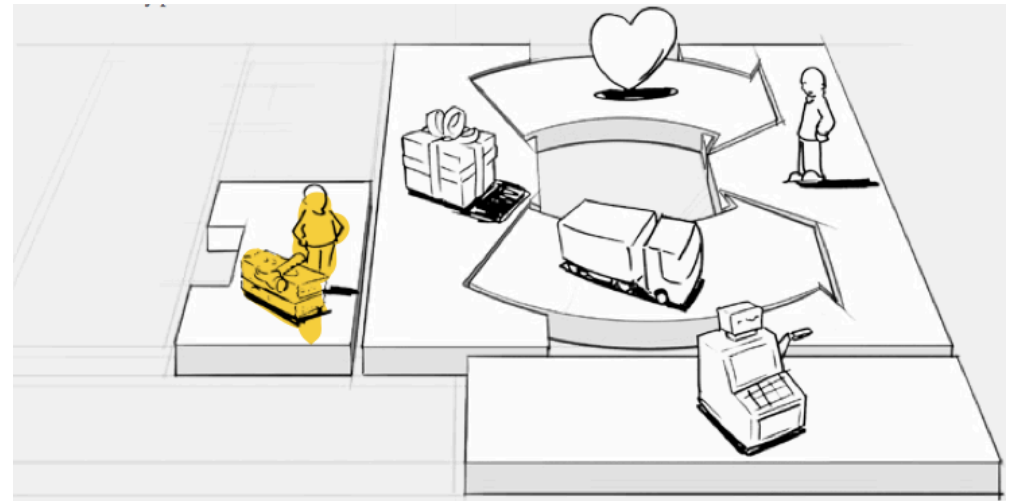
- Estabelece como serão os relacionamentos comerciais com os clientes
- Exemplos incluem venda de bem, taxa por uso, assinatura, aluguel, leasing, licenciamento, ...



# Recursos Principais

**Os recursos principais são os ativos da organização que produzem e entregam os elementos descritos anteriormente**

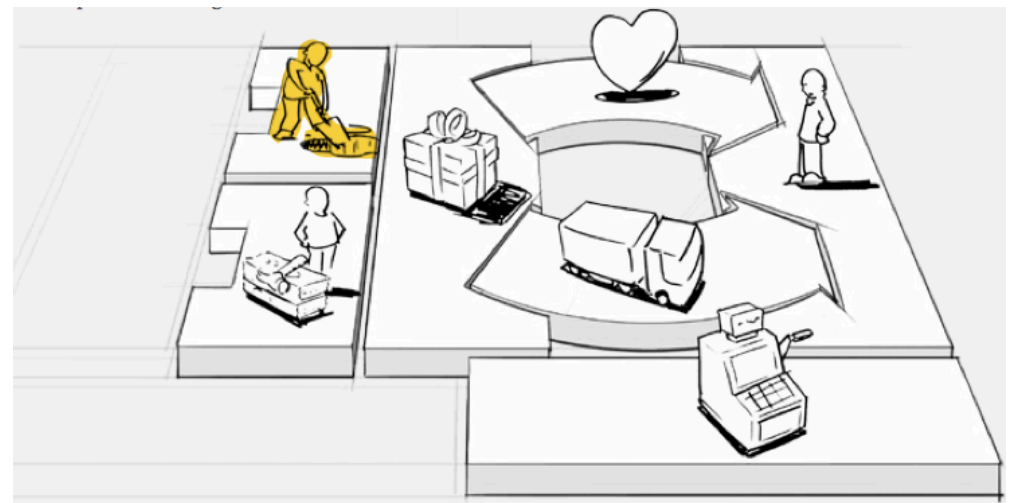
- Incluem os recursos principais para que a empresa consiga chegar aos seus objetivos
- Exemplos incluem pessoas, tecnologias, procedimentos, valores



# Atividades Principais

**Os processos da organização são executados para produzir e entregar os elementos descritos anteriormente**

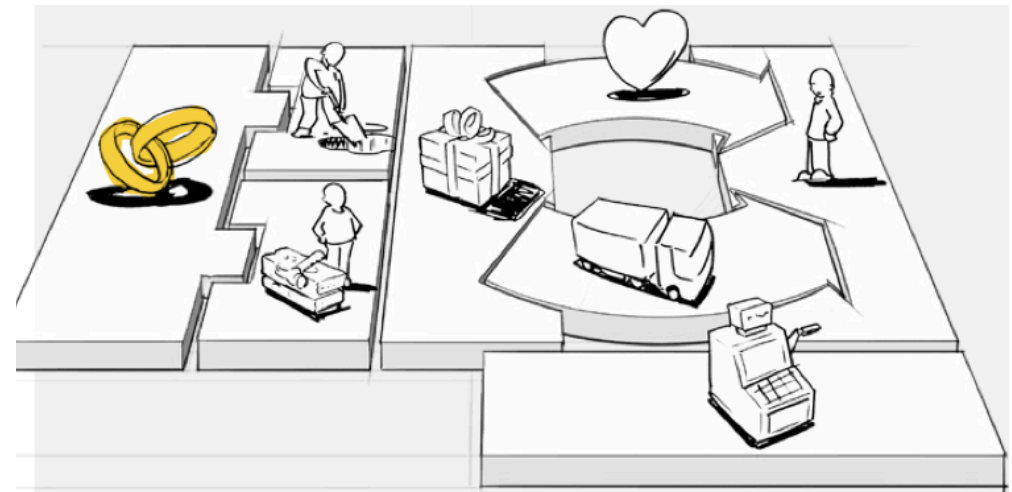
- Estabelecem os fluxos de atividades que garantem a entrega do valor para o cliente
- Incluem produção, resolução de problemas, plataformas e redes



# Parcerias Principais

## Para terceirizar as atividades e adquirir outros principais

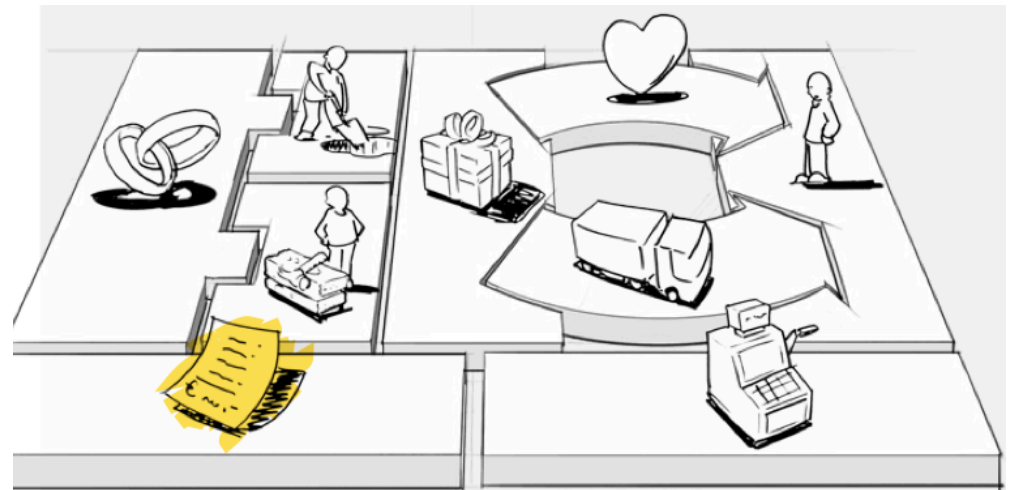
- Buscam otimizar os volumes de produção (escala), reduzir riscos e incertezas, adquirir recursos e atividades
- Formatos incluem alianças estratégicas, coopetição, joint-ventures, relacionamentos fornecedor-cliente



# Estrutura de Custos

**Os elementos do modelo de negócios resultam numa estrutura de custos**

- Direcionadores de custo, direcionadores de valor, custos fixos, custos variáveis, economia de escala, economia de escopo



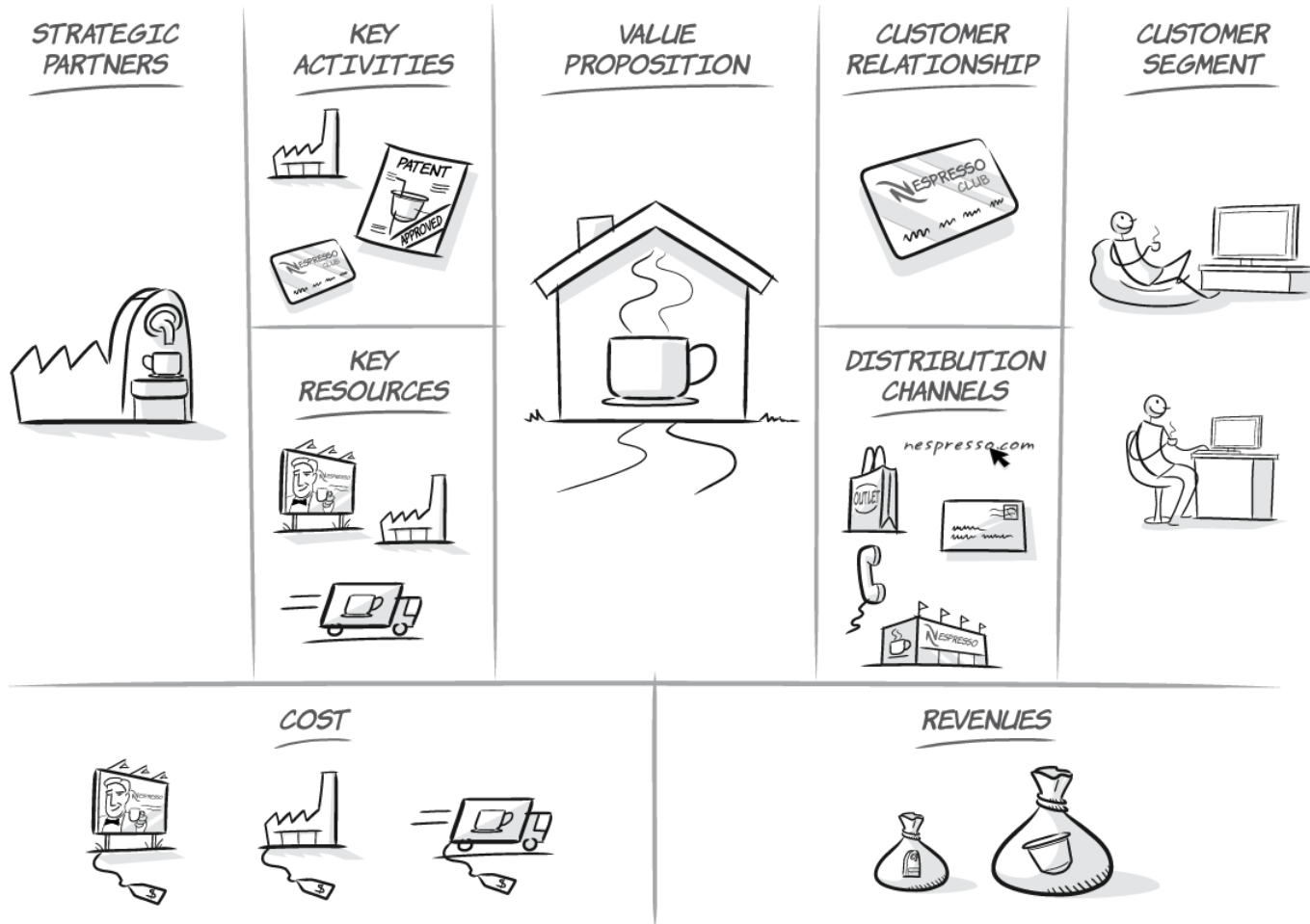
# ***Business Model Canvas***

## **Exemplos**










# Canvas Business Model

## Nespresso



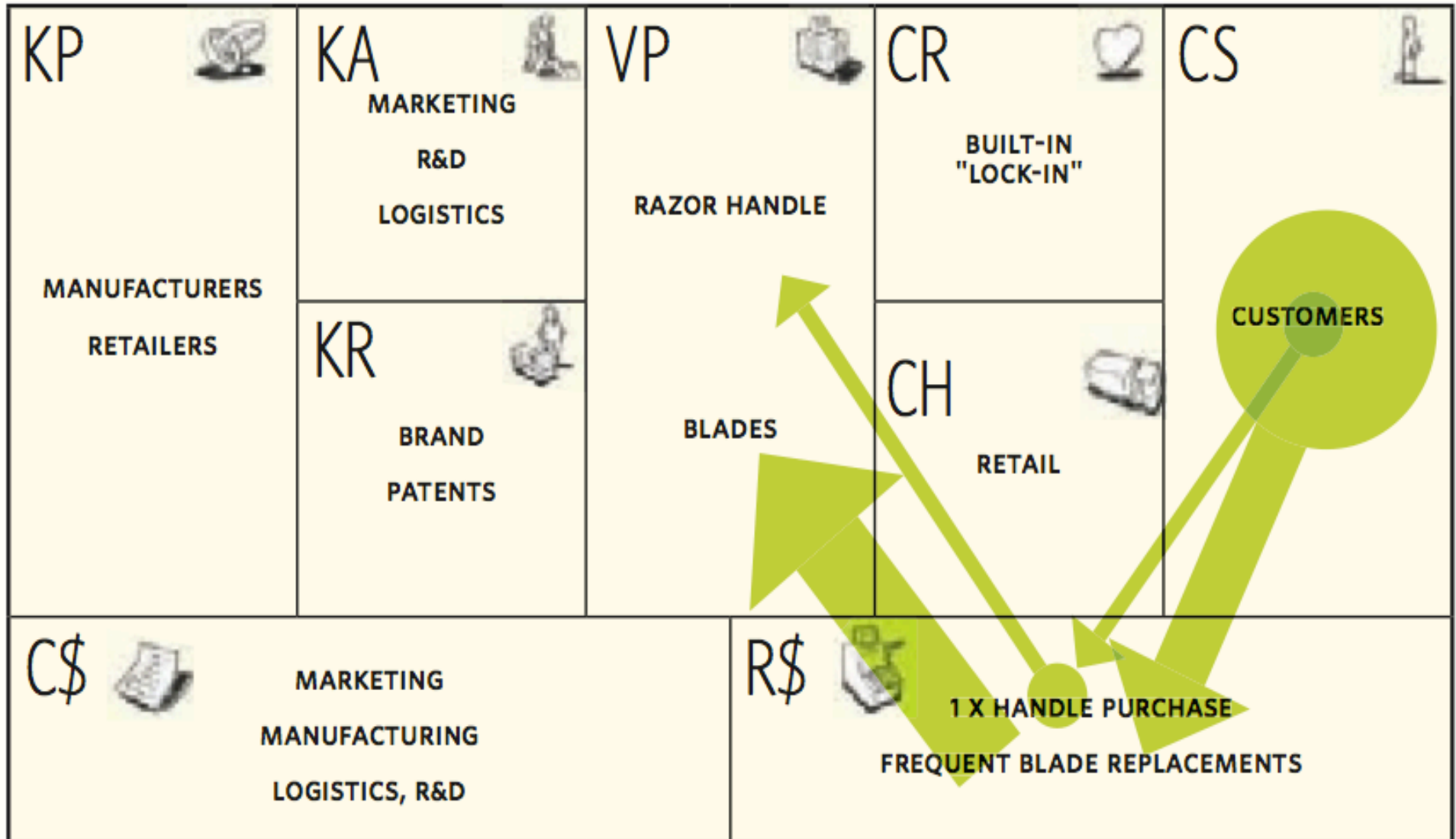
# Exemplos

## Skype

|   |   |  |  |   |
|---|---|--|--|---|
| <p>KP </p> <p>PAYMENT PROVIDERS<br/>DISTRIBUTION PARTNERS<br/>TELCO PARTNERS</p> | <p>KA </p> <p>SOFTWARE DEVELOPMENT</p>   | <p>VP </p> <p>FREE INTERNET &amp; VIDEO CALLING</p> <p>CHEAP CALLS TO PHONES (SKYPEOUT)</p> | <p>CR </p> <p>MASS CUSTOMIZED</p> | <p>CS </p> <p>WEB USERS GLOBALLY</p> <p>PEOPLE WHO WANT TO CALL PHONES</p> |
| <p>C\$ </p> <p>SOFTWARE DEVELOPMENT<br/>COMPLAINT MANAGEMENT</p>               | <p>R\$ </p> <p>FREE</p> <p>SKYPEOUT PRE-PAID OR SUBSCRIPTION</p> <p>HARDWARE SALES</p> |  |  |   |

# Exemplos

## Razor & Blades : Gillette



**Lean Startup**

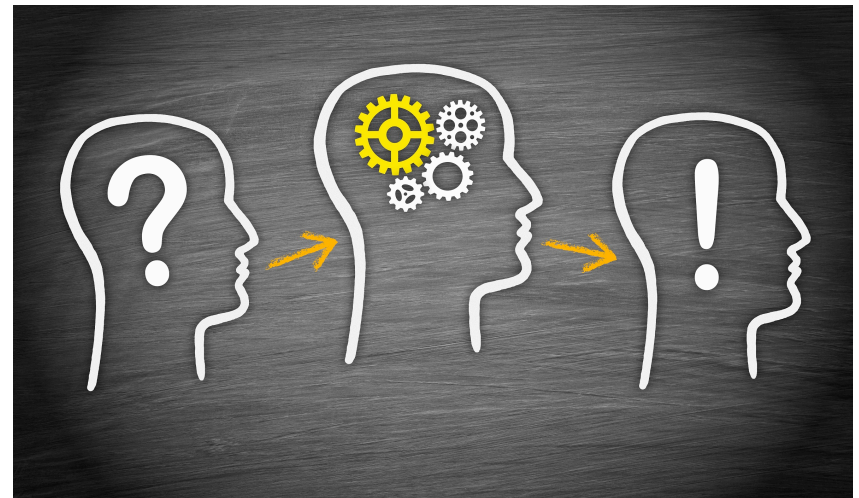
**Apresentação**



# Startups

## Conceitos

- Organizações formadas para a busca de um modelo de negócios replicável e escalável (Blank).
- Instituições humanas com o intuito de criar um novo produto ou serviço sobre condições de extrema incerteza (Ries).
- Constituídas pelo maior número de pessoas que podem ser convencidas a atuar em direção a um plano elaborado para construir um futuro diferente (Thiel).





# *Lean Startup*

## **Filosofia**

- Ao invés de realizar meses de planejamento e pesquisa os empreendedores assumem que no dia 1 eles possuem apenas hipóteses ainda não testadas
- GOOB – Go Out Of the Building – teste das hipóteses para desenvolvimento dos clientes
- Adotam os ciclos de desenvolvimento ágil da indústria de software

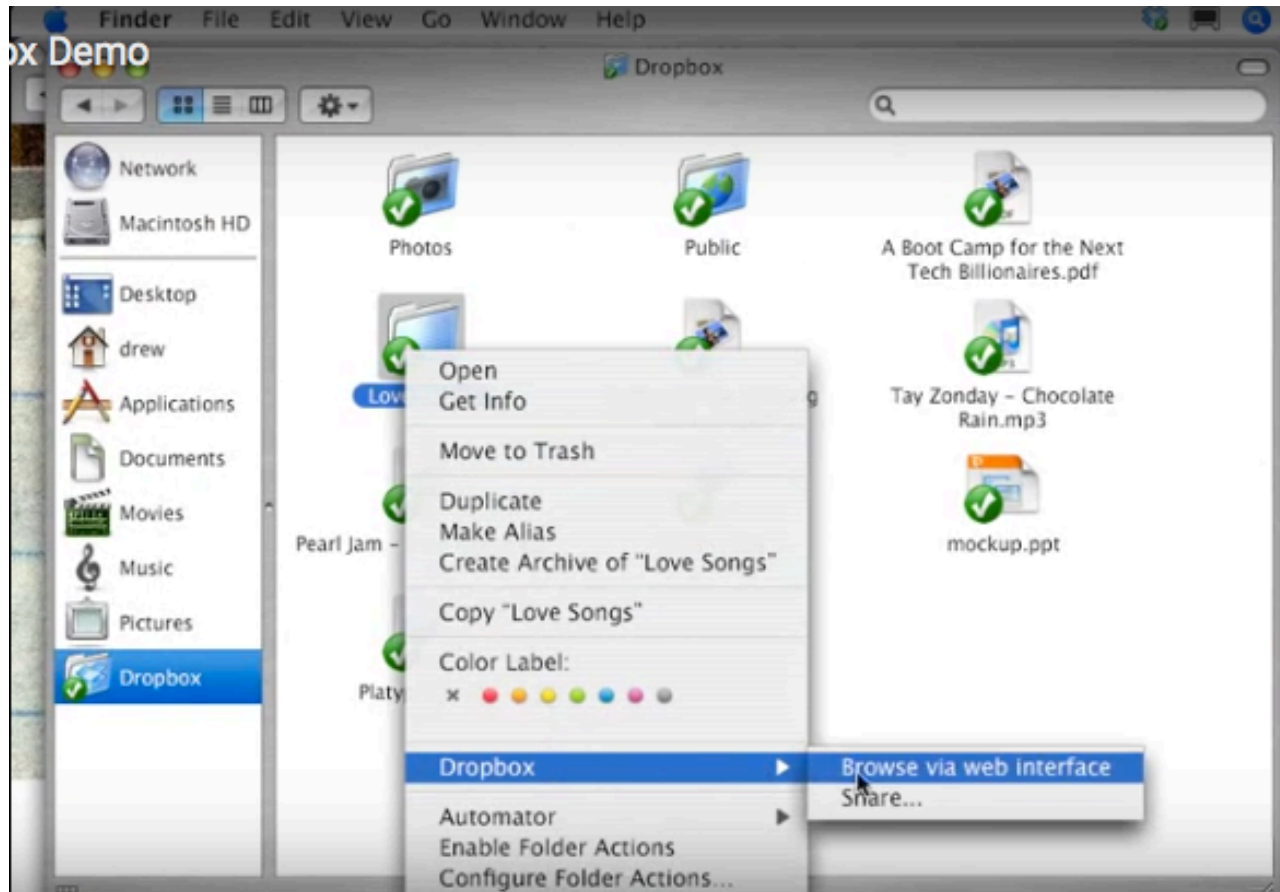


# Lean Startup

|   |   |  |   |  |
|---|---|--|---|--|
| <p><b>KEY PARTNERS</b></p> <p>Who are our key partners?<br/>         Who are our key suppliers?<br/>         Which key resources are we acquiring from our partners?<br/>         Which key activities do partners perform?</p> | <p><b>KEY ACTIVITIES</b></p> <p>What key activities do our value propositions require?<br/>         Our distribution channels?<br/>         Customer relationships?<br/>         Revenue streams?</p> | <p><b>VALUE PROPOSITIONS</b></p> <p>What value do we deliver to the customer?<br/>         Which one of our customers' problems are we helping to solve?<br/>         What bundles of products and services are we offering to each segment?<br/>         Which customer needs are we satisfying?<br/>         What is the minimum viable product?</p> | <p><b>CUSTOMER RELATIONSHIPS</b></p> <p>How do we get, keep, and grow customers?<br/>         Which customer relationships have we established?<br/>         How are they integrated with the rest of our business model?<br/>         How costly are they?</p> | <p><b>CUSTOMER SEGMENTS</b></p> <p>For whom are we creating value?<br/>         Who are our most important customers?<br/>         What are the customer archetypes?</p> |
| <p><b>KEY RESOURCES</b></p> <p>What key resources do our value propositions require?<br/>         Our distribution channels?<br/>         Customer relationships?<br/>         Revenue streams?</p>                             |   | <p><b>CHANNELS</b></p> <p>Through which channels do our customer segments want to be reached?<br/>         How do other companies reach them now?<br/>         Which ones work best?<br/>         Which ones are most cost-efficient?<br/>         How are we integrating them with customer routines?</p>   |   |  |
| <p><b>COST STRUCTURE</b></p> <p>What are the most important costs inherent to our business model?<br/>         Which key resources are most expensive?<br/>         Which key activities are most expensive?</p>                |   |  | <p><b>REVENUE STREAMS</b></p> <p>For what value are our customers really willing to pay?<br/>         For what do they currently pay?<br/>         What is the revenue model?<br/>         What are the pricing tactics?</p>                                    |  |

# Lean Startup

## Produto Mínimo Viável

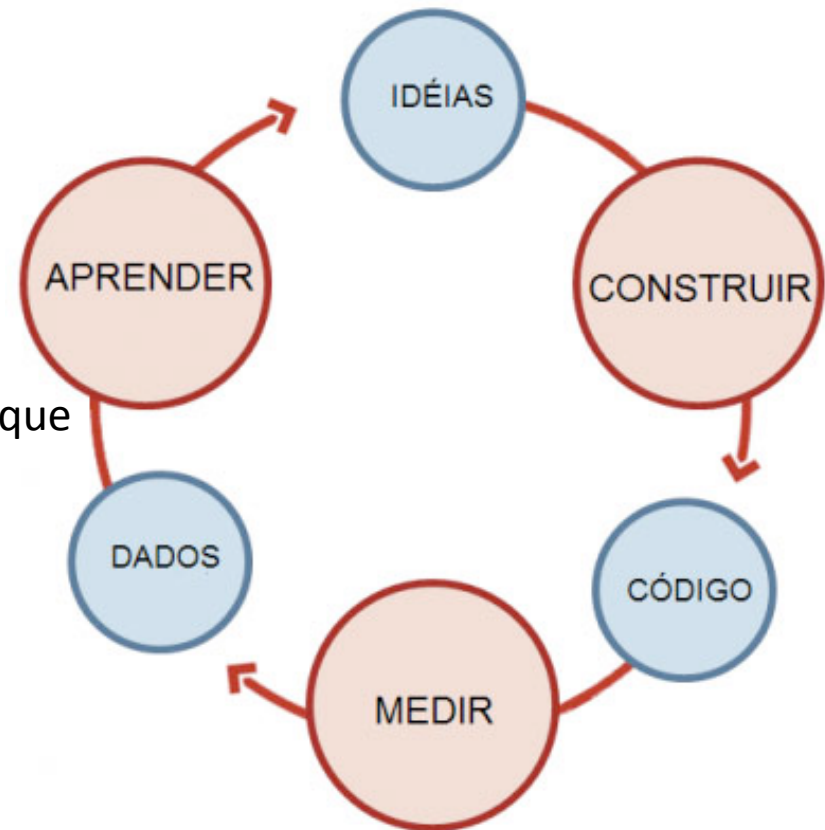


Se nós viabilizarmos uma experiência superior, as pessoas tentarão usar nosso produto?

# Aprendizagem com Validação

- Processo sistemático para conduzir experimentos

1. Especificar o problema
2. Desenvolver um experimento
  - Dividir a visão em partes menores
  - Estabelecer as hipóteses e os testes que serão utilizados para validá-las ou rejeitá-las
3. Definir métricas que permitam verificar o que foi aprendido
4. Conduzir o experimento
5. Analisar o que foi aprendido

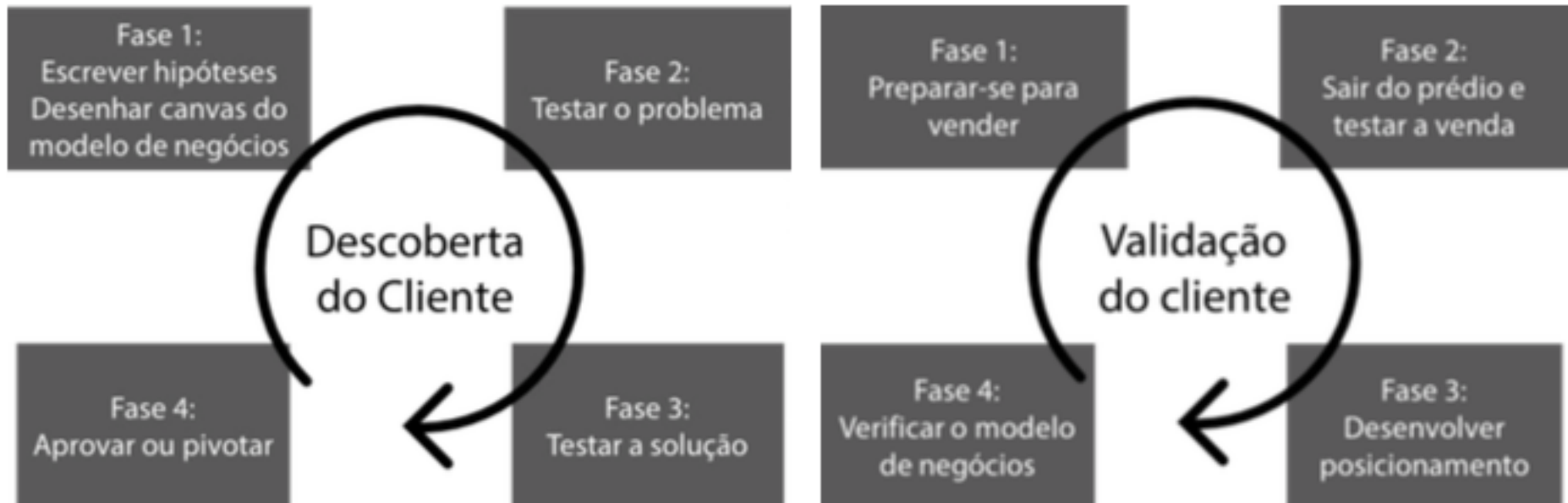


# Estratégia de Pivotamento

- Mudar a estratégia de negócio a partir do aprendizado obtido
- Objetivo maior é aplicar rápido o aprendizado
- Aproximar resultados do plano por meio de processo de aprendizagem contínua
- Adapta os planos de acordo com os resultados obtidos



# Gerenciamento do Relacionamento com o Cliente





# CRIAÇÃO DE UMA PLATAFORMA DE CLASSIFICADOS ONLINE PARA MÚSICOS: UMA APLICAÇÃO DO LEAN STARTUP

Felipe Rodrigues de Pierro

Orientação: Prof. Dr. André Leme Fleury

ESCOLA POLITÉCNICA DA UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO

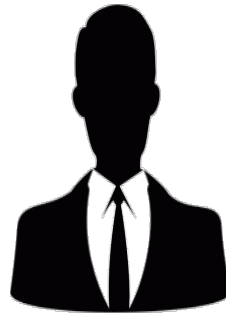
26/11/2014

# O MUSIC JUNGLE



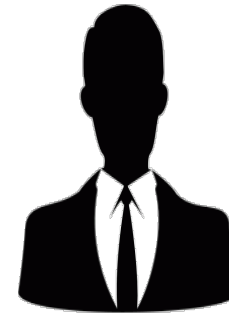
Sócio 1

Eng de Produção e Músico  
(Autor)



Sócio 2

Eng de Computação e  
Músico



Sócio 3

Eng de Produção e Músico

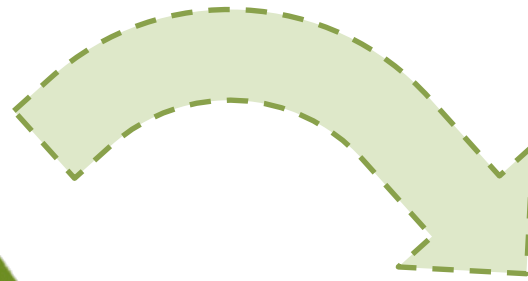
Problema: encontrar produtos e serviços para músicos

# O MUSIC JUNGLE



**Blog**  
**2 mil**  
seguidores  
Jan/2014

Implementação



**music**  
JUNGLE

Etapa 1 - descoberta do cliente

## 1. DESENVOLVER ESTRATÉGIA



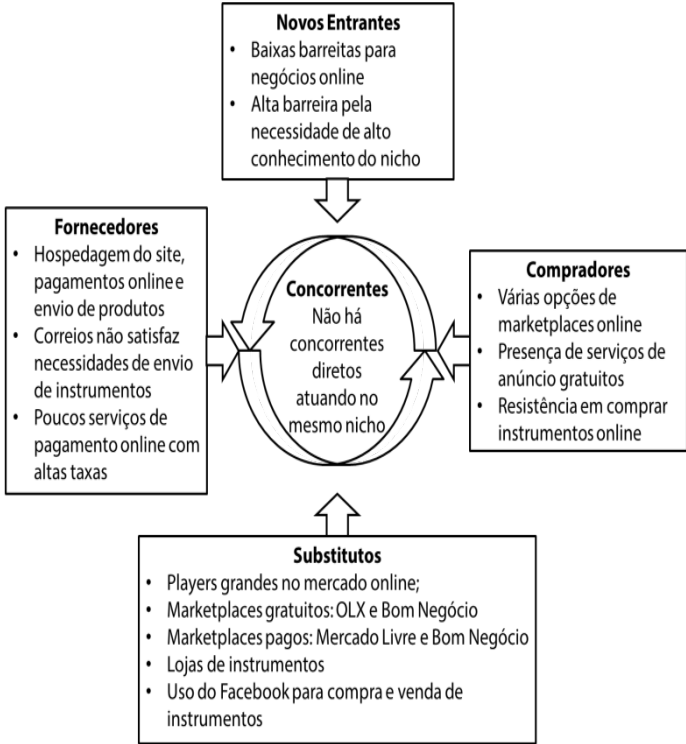
“O Music Jungle é um serviço de anúncios, compra e venda online de produtos e serviços voltados aos músicos profissionais e amadores.”

# Etapa 1 - descoberta do cliente

## 1. DESENVOLVER ESTRATÉGIA



“O Music Jungle é um serviço de anúncios, compra e venda online de produtos e serviços voltados aos músicos profissionais e amadores.”



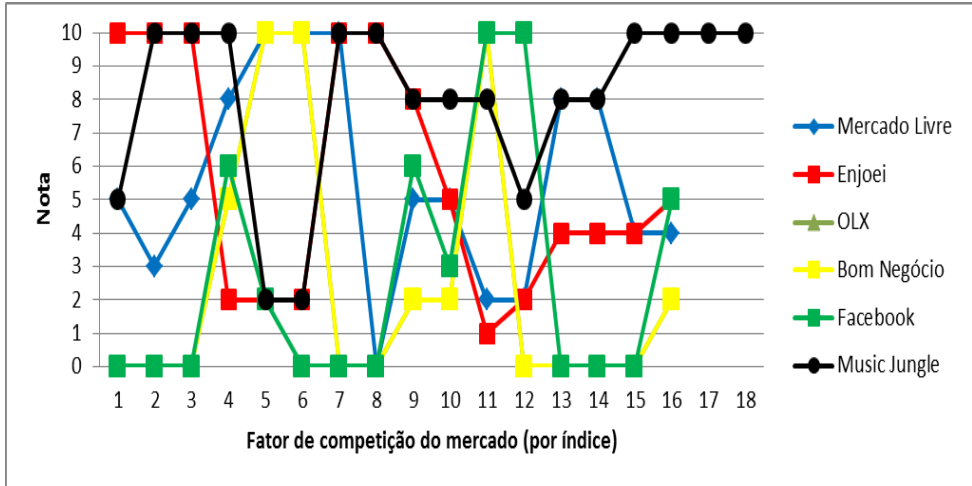


# Etapa 1 - descoberta do cliente

## 1. DESENVOLVER ESTRATÉGIA



“O Music Jungle é um serviço de anúncios, compra e venda online de produtos e serviços voltados aos músicos profissionais e amadores.”



Etapa 1 - descoberta do cliente

## 1. DESENVOLVER ESTRATÉGIA



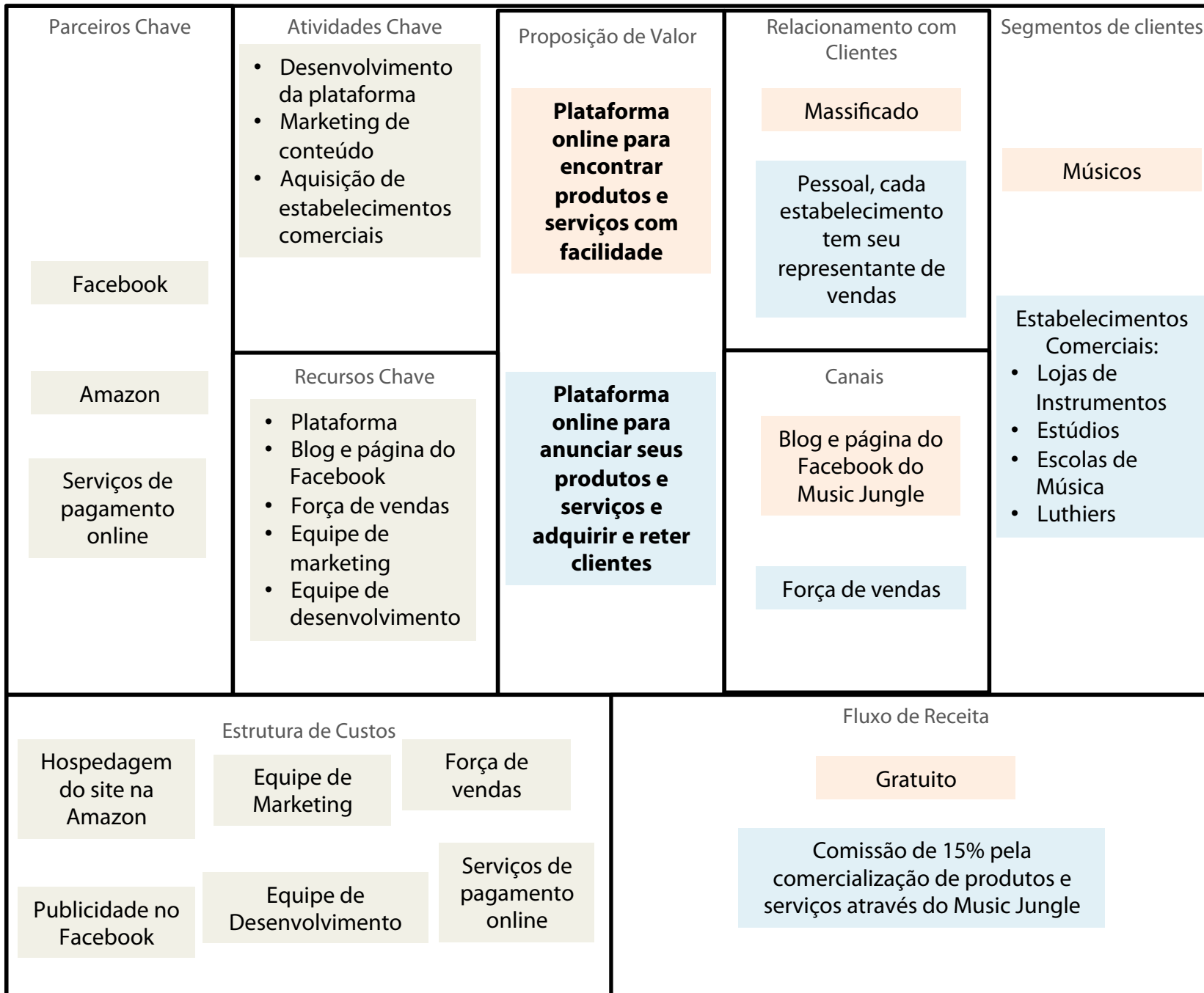
### **Missão**

“Ajudamos as pessoas a fazerem música, facilitando as trocas de produtos e serviços musicais e fomentando as empresas do ramo, pois acreditamos que a música faz a vida melhor.”

### **Visão**

“Ser reconhecida como a maior comunidade de músicos do país, referência como lugar onde comprar instrumentos, se destacando como startup de sucesso.”





**Etapa 1** - descoberta do cliente

## 2. ESTABELEECER HIPÓTESES ESSENCIAIS



### **Problema**

Os músicos têm dificuldade em encontrar serviços e produtos online.

Os estabelecimentos comerciais têm dificuldade em divulgar seus produtos e serviços online.

### **Solução**

Plataforma online para músicos encontrarem e adquirirem produtos e serviços de estabelecimentos comerciais.

Etapa 1 - descoberta do cliente

## 3. TESTAR PROBLEMA



3 músicos

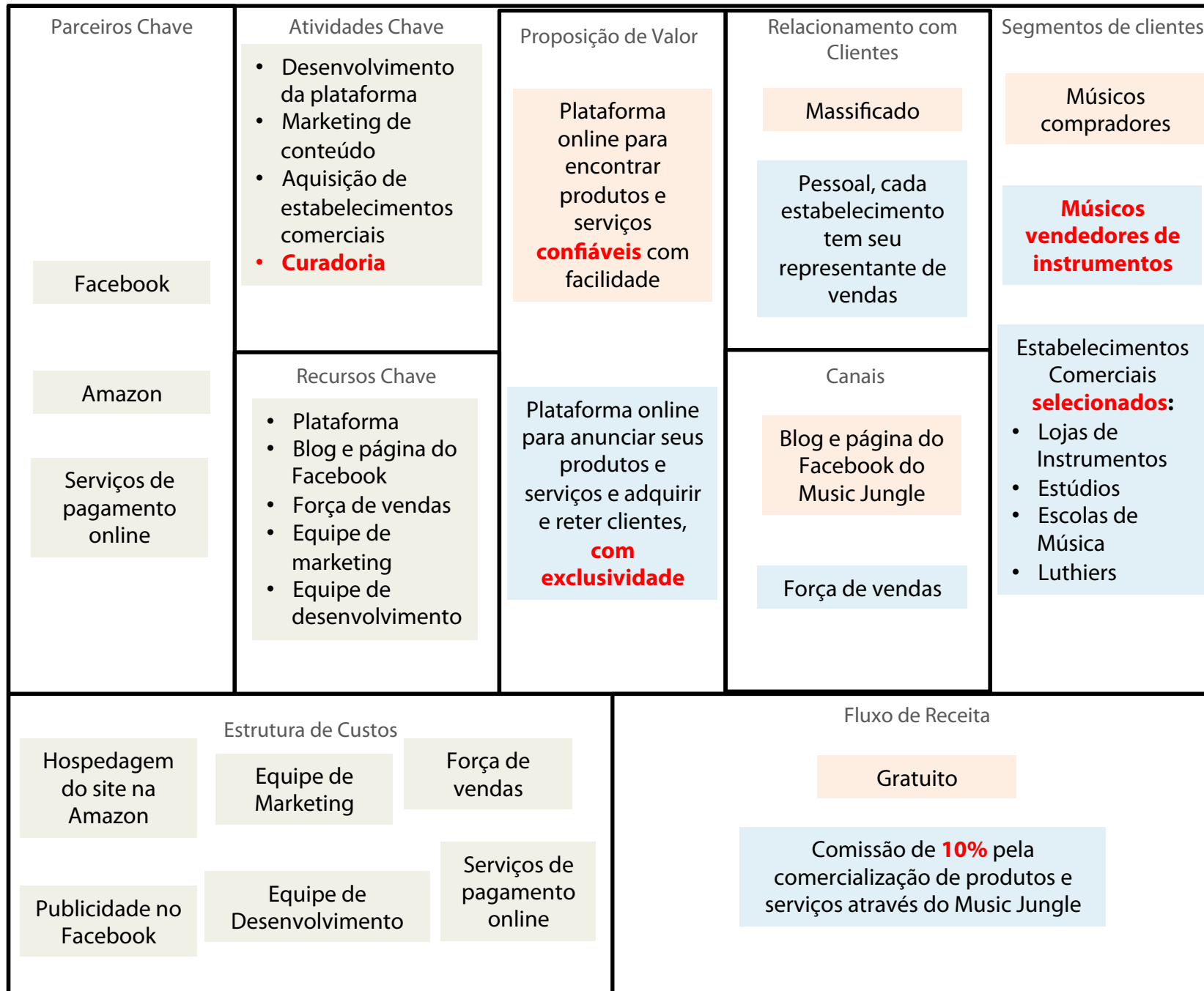
2 estabelecimentos comerciais

### Principais insights:

- Produtos e serviços nos quais **confiar**.
- Compra com **segurança**.
- Músicos desejam **vender**.
- 15% é uma comissão alta.

Problema verificado. ✓





# music JUNGLE



COMPRA E VENDA INSTRUMENTOS.



BLOG



ESTÚDIOS



FEIRA



LUTHIER



NEWSLETTER





**Music Jungle**

1 de outubro de 2013 · 🌐

O pré-lançamento do Music Jungle está no ar!

Uma série de benefícios exclusivos para quem é louco por música como nós. Você poderá encontrar estúdios, luthiers, music bars, escolas e um marketplace para compra, venda e troca de instrumentos e equipamentos musicais!

Dê uma passada lá e inscreva-se para ser o primeiro a saber das novidades.... [Ver mais](#)



976 pessoas alcançadas

[Impulsionar publicação](#)

[Curtir](#) · [Comentar](#) · [Compartilhar](#) · 14 1 12



Etapa 1 - descoberta do cliente

## 4. TESTAR SOLUÇÃO

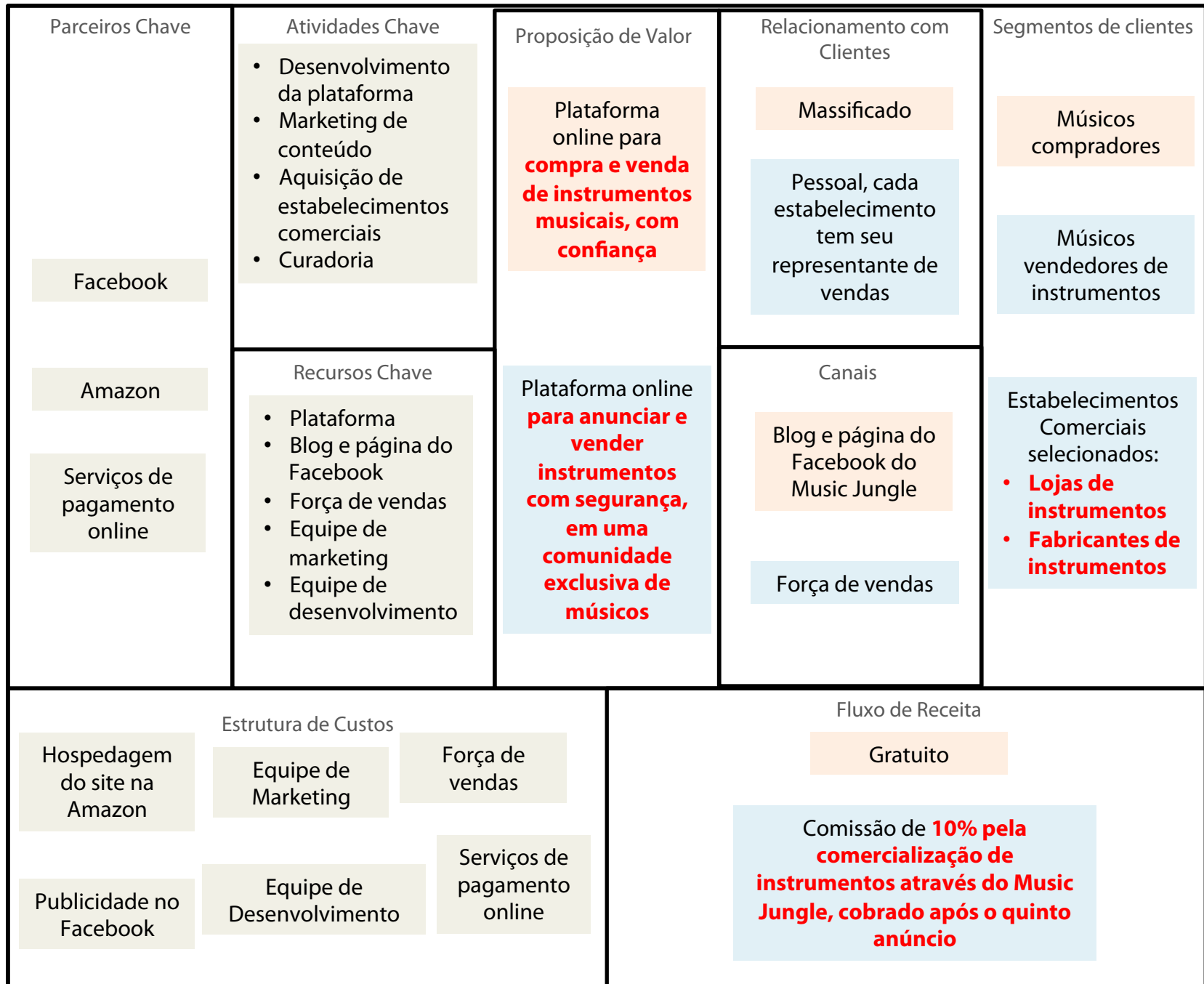


*107 cadastros/819 visitantes x100%=13,06%*

### **Principal insight:**

- Maior interesse em relação à **compra e venda de instrumentos**

Solução verificada. 



Etapa 1 - descoberta do cliente

## 5. APROVAR OU PIVOTAR?



Problema verificado. ✓

Solução verificada. ✓

### Principais resultados:

- **Curadoria** = confiança
- Maior interesse em relação à compra e venda de **instrumentos**

## Problem-Solution Fit!



BETA

# music JUNGLE

O LUGAR CERTO PARA COMPRAR E VENDER INSTRUMENTOS MUSICAIS

FEITO POR MÚSICOS, PARA MÚSICOS.



### Compre

- ✓ Anúncios selecionados.
- ✓ Preços bacanas.
- ✓ Saiba e fale diretamente com o vendedor.
- ✓ Compre com confiança.
- ✓ Ajuda da equipe Music Jungle quando pintar aquela dúvida na compra.

### Venda

- ✓ Anuncie para o público certo: músicos.
- ✓ Comissão de 10%, pago após a venda.
- ✓ Liberdade para negociar com o comprador.
- ✓ Construa sua reputação.
- ✓ Ajuda da equipe Music Jungle para fazer o melhor anúncio da internet.

#### Categorias

- Guitarras
- Pedais e Efeitos
- Amplificadores
- Violões
- Baixos
- Baterias e Percussão
- Áudio Profissional
- Peças
- Acessórios
- Teclados e Planos
- Orquestra
- Equipamento para DJ
- Outros



Boss Super Chorus CH-1  
RS 320,00



Boss Digital Delay DD-3  
RS 350,00

#### ASSINE NOSSA NEWSLETTER

Cadastrar

#### AJUDA

Como vender  
Como comprar

#### MUSIC JUNGLE

Sobre nós  
Fale com a gente  
Termos de Uso  
Política de Privacidade

#### PELA INTERNET



Você está em: Anúncios » Pedais e Efeitos » Chorus

## Boss Super Chorus CH-1



Compartilhe



### Sobre o produto

O pedal está praticamente novo, ainda na caixa e com manuais, usado somente em casa.

Estou vendendo somente porque estou alterando meu set.

O pedal é ótimo e muito versátil, dá pra conseguir vários tipos de sons de Chorus com ele. É um bom chorus para solos, bases limpas, distorções.

### Informações técnicas

Controles:

- **Effect Level:** o quanto de chorus ele adiciona ao sinal seco.
- **EQ:** simples mas muito útil controle de tom.
- **Rate:** velocidade do efeito.
- **Depth:** o quão profundo será o efeito.

RS 320,00

- ✓ Em dinheiro
- ✓ Depósito bancário
- ✓ Pagamentos online

Comprar

Ano: 2013 Condição: Excelente

Frete

Pelo comprador

- ✓ É possível retirar em mãos em São Paulo.

Trocas

- ✓ Aceito trocas por:

Enviar Proposta

Anunciado por

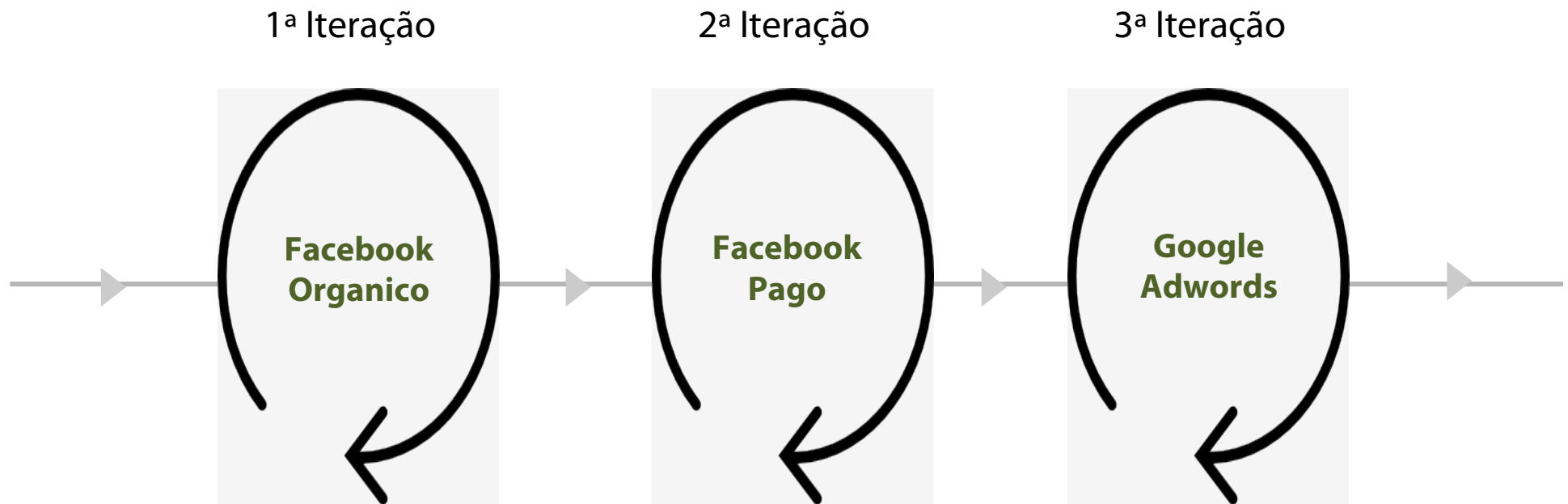


Felipe  
São Paulo - SP

Enviar Mensagem

**Etapa 2** - validação do cliente

## 7. LANÇAR E TESTAR VENDAS





## Etapa 2 - validação do cliente

# 7. LANÇAR E TESTAR VENDAS – 1ª Iteração



### Mensagens

**Nederson Gomide** + Nova mensagem ⚙️ Ações 🔍

**Felipe Pierro** 3/7/2014 00:38

Oi, Nederson, tudo bem? Acabei de ver o seu anúncio da Ibanez RG350, no grupo Pedais & Guitarras.

Queria te convidar para anunciar ela no Music Jungle, o primeiro site de compra e venda de instrumentos.

Lançamos o site ontem e estamos coletando anúncios e chamando músicos para testarem e opinar sobre o site. Sou músico também, e a ideia de montar o site surgiu depois de vários problemas que eu tive no mercado livre e olx. Estamos criando um lugar legal e para músicos.

No site o comprador pode falar diretamente com o vendedor e mandar propostas de trocas. Não escondemos com quem você está negociando.

E aí, bora anunciar lá?

Dá uma olhada no site: [www.musicjungle.com.br](http://www.musicjungle.com.br)

Se tiver amigos que também teem interesse, passe o site para eles. A idéia é criar uma super comunidade de músicos. Qualquer coisa, me dá um toque! Abraços.

Escreva uma resposta...

Adicionar arquivos Adicionar fotos Pressione Enter para enviar

### Publicações na Página do Facebook

**Music Jungle** 1 de julho · 🌐

Chegou a hora!

O lugar certo para comprar e vender instrumentos musicais está no ar! Conta lá pra todos seus amigos que curtem fazer um som!... Ver mais

**LANÇAMENTO**

**music JUNGLE**

O LUGAR CERTO PARA COMPRAR E VENDER INSTRUMENTOS MUSICAIS

FEITO POR MÚSICOS. PARA MÚSICOS.

**O Music Jungle está no ar!**

Agora existe um lugar perfeito para nós, músicos, comprarmos e vendermos instrumentos. Anúncios grátis, produtos selecionados e uma comunidade confiável. Venha fazer parte do Music Jungle!

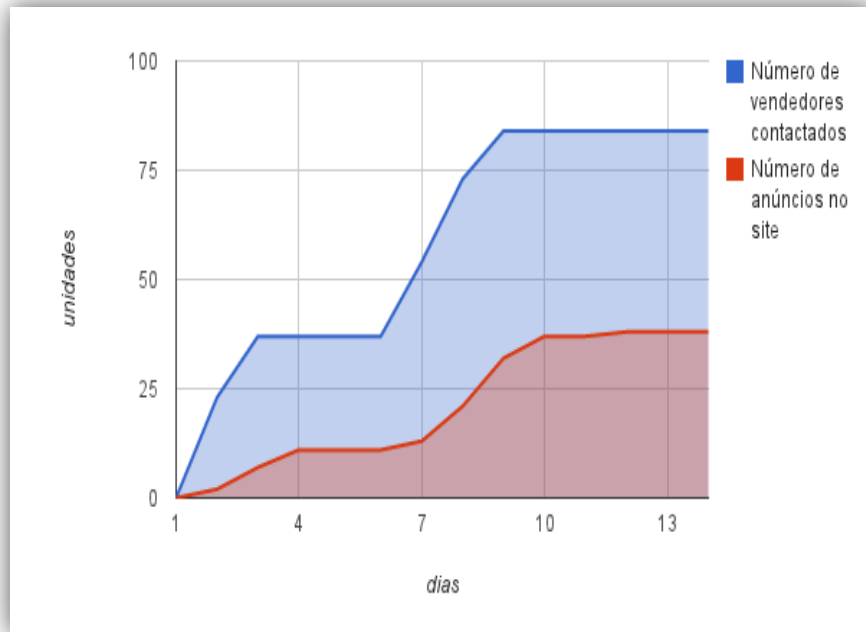
[MUSICJUNGLE.COM.BR](http://MUSICJUNGLE.COM.BR)

4.530 pessoas alcançadas **Impulsionar publicação**

Curtir · Comentar · Compartilhar · 12 26

## Etapa 2 - validação do cliente

# 7. LANÇAR E TESTAR VENDAS – 1ª Iteração

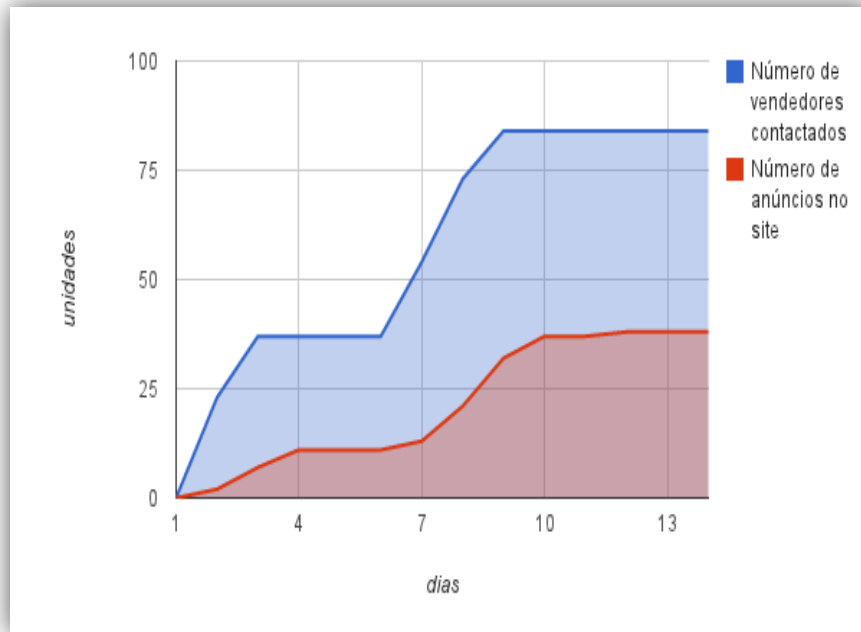


38 anúncios

Interesse dos vendedores validado. ✓

## Etapa 2 - validação do cliente

# 7. LANÇAR E TESTAR VENDAS – 1ª Iteração



38 anúncios

Interesse dos vendedores validado. ✓

|   |              |
|---|--------------|
| Número de visitas no site vindas das publicações nos canais | 1100 visitas |
| Número de cadastros de email                                | 139 emails   |
| Número de contas criadas                                    | 89 contas    |
| Número de mensagens enviadas                                | 0 mensagens  |
| Compras realizadas  | 0 compras    |
| Comissões cobradas  | 0 cobranças  |
| Comissões pagas   | 0 pagamentos |

## Etapa 2 - validação do cliente

# 7. LANÇAR E TESTAR VENDAS – 2ª Iteração



## Publicidade paga no Facebook

The image shows a Facebook interface with a sponsored post for 'Music Jungle'. The post features a photograph of a red electric guitar and the text 'Compre instrumentos com confiança' (Buy instruments with confidence). Below the image, it says 'Conheça o Music Jungle!' (Get to know Music Jungle!) and 'Anúncios selecionados e todo apoio da equipe Music Jungle na hora de comprar ou vender seu instrumento. Um site feito por músicos, para músicos.' (Selected ads and full support from the Music Jungle team when buying or selling your instrument. A site made by musicians, for musicians.) The URL 'WWW.MUSICJUNGLE.COM.BR' and a 'Cadastre-se' (Sign up) button are visible. The post has 5 likes and 34 comments. The right sidebar shows a 'PATROCINADO' (Sponsored) section with a 'Criar Anúncio' (Create Ad) button.

## Etapa 2 - validação do cliente

# 7. LANÇAR E TESTAR VENDAS – 2ª Iteração



|   |              |
|---|--------------|
| Número de visitas no site vindas das publicações nos canais | 349 visitas  |
| Número de cadastros de email                                | 87 emails    |
| Número de contas criadas                                    | 54 contas    |
| Número de mensagens enviadas                                | 2 mensagens  |
| Compras realizadas  | 0 compras    |
| Comissões cobradas  | 0 cobranças  |
| Comissões pagas   | 0 pagamentos |

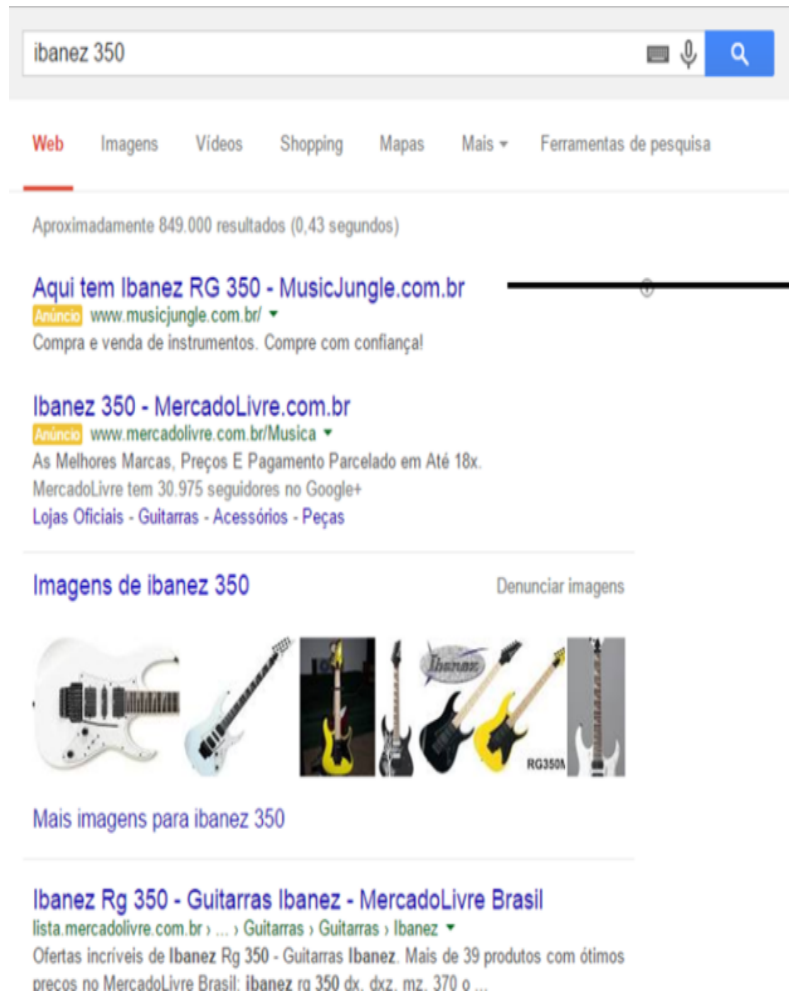
### Principal insight:

- Maior engajamento, baixa intenção de compra.
- O Facebook encontra as pessoas certas, mas que **não estão no processo de compra.**

## Etapa 2 - validação do cliente

# 7. LANÇAR E TESTAR VENDAS – 3ª Iteração

### Publicidade na busca do Google



ibanez 350


Web Imagens Vídeos Shopping Mapas Mais Ferramentas de pesquisa

Aproximadamente 849.000 resultados (0,43 segundos)

**Aqui tem Ibanez RG 350 - MusicJungle.com.br**  
Anúncio [www.musicjungle.com.br/](http://www.musicjungle.com.br/)  
Compra e venda de instrumentos. Compre com confiança!

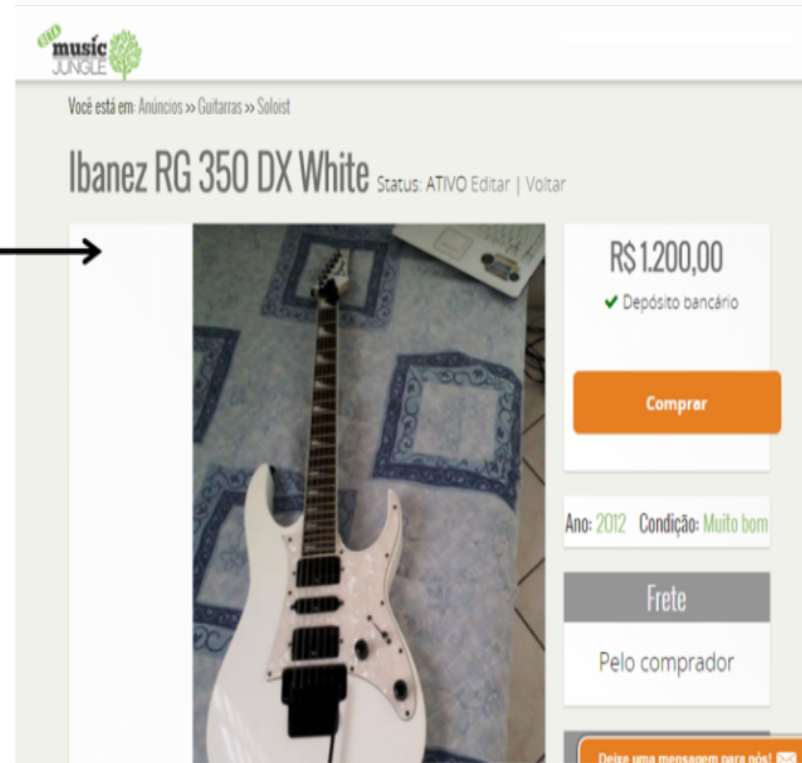
**Ibanez 350 - MercadoLivre.com.br**  
Anúncio [www.mercadolivre.com.br/Musica](http://www.mercadolivre.com.br/Musica)  
As Melhores Marcas, Preços E Pagamento Parcelado em Até 18x.  
MercadoLivre tem 30.975 seguidores no Google+  
Lojas Oficiais - Guitarras - Acessórios - Peças

Imagens de ibanez 350 Denunciar imagens



Mais imagens para ibanez 350


**Ibanez Rg 350 - Guitarras Ibanez - MercadoLivre Brasil**  
[lista.mercadolivre.com.br](http://lista.mercadolivre.com.br) › ... › Guitarras › Guitarras › Ibanez  
Ofertas incríveis de Ibanez Rg 350 - Guitarras Ibanez. Mais de 39 produtos com ótimos preços no MercadoLivre Brasil: [ibanez ra 350 dx. dxz. mz. 370 o ...](#)



**music JUNGLE**

Você está em: Anúncios » Guitarras » Soloist

**Ibanez RG 350 DX White** Status: ATIVO Editar | Voltar



R\$1.200,00  
✓ Depósito bancário

Comprar

Ano: 2012 Condição: Muito bom

Frete  
Pelo comprador

Deixe uma mensagem para nós!

## Etapa 2 - validação do cliente

# 7. LANÇAR E TESTAR VENDAS – 3ª Iteração



|   |              |
|---|--------------|
| Número de visitas no site vindas das publicações nos canais | 57 visitas   |
| Número de cadastros de email                                | 6 emails     |
| Número de contas criadas                                    | 5 contas     |
| Número de mensagens enviadas                                | 5 mensagens  |
| Compras realizadas  | 2 compras    |
| Comissões cobradas  | 2 cobranças  |
| Comissões pagas   | 1 pagamentos |

### Principal insight:

- O Google adwords é um canal que encontra clientes com real intenção de compra.

Interesse dos compradores validado.

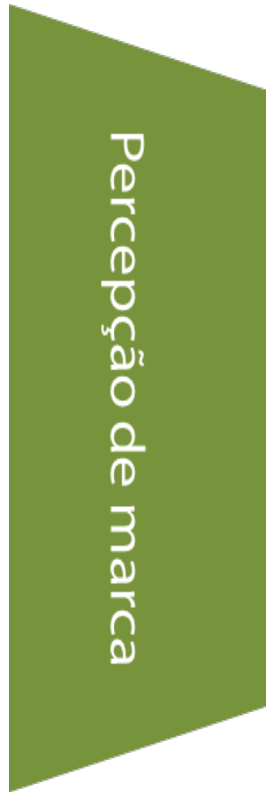


Etapa 2 - validação do cliente

# 7. LANÇAR E TESTAR VENDAS



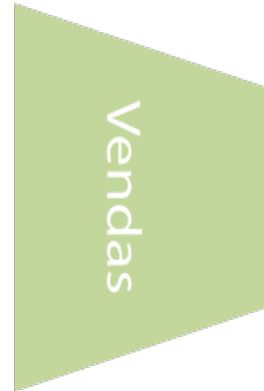
leads



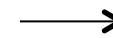
Publicidade no Facebook



Blog  
Página do Facebook  
Email Marketing

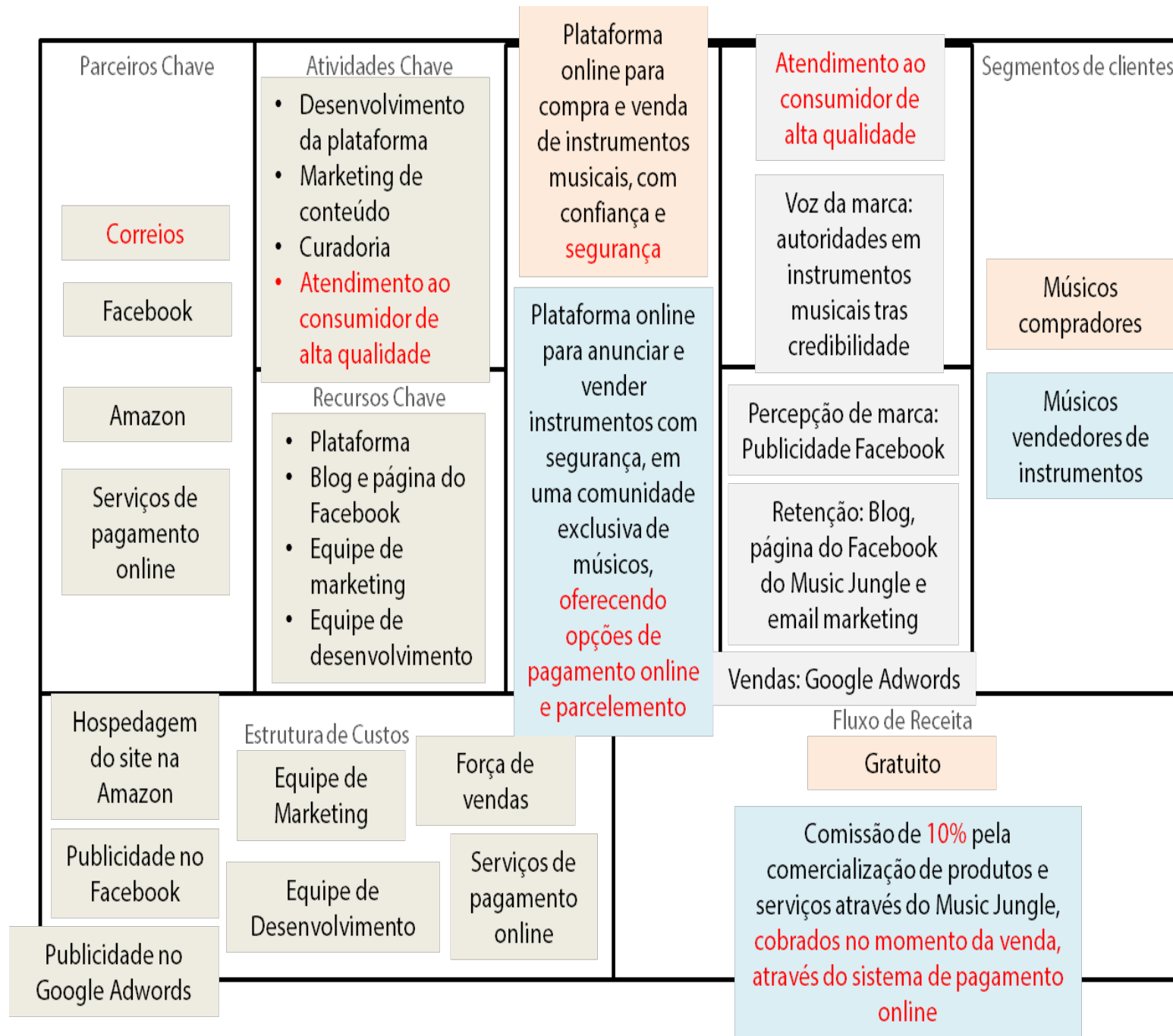


Google Adwords



compradores





Etapa 2 - validação do cliente

## 9. APROVAR OU PIVOTAR?



Modelo Validado.



### Principais resultados:

- Entendimento do **processo de compra.**
- Entendimento dos **problemas na compra de um instrumento.**
- **38** produtos anunciados.
- **2** vendas realizadas.

# Product-Market Fit!

# 9. CONCLUSÃO



|                     |                  |                     |                             |                       |
|---------------------|------------------|---------------------|-----------------------------|-----------------------|
| Parceiros Chave     | Atividades Chave | Proposição de Valor | Relacionamento com Clientes | Segmentos de clientes |
|                     | Recursos Chave   |                     | Canais                      |                       |
| Estrutura de Custos |                  | Fluxo de Receita    |                             |                       |



# Casos USP

# MVISIA




**FERNANDO VELLOSO**

Programação e operações

Eng. Mecatrônica USP

Estágio em programação na AIBBUS (Alemanha)



**FERNANDO LOPES**

Eletrônica e financeiro

Eng. Mecatrônica USP

Estágio H&C

Curso de Inovação para novos negócios (Itália)




**HENRIQUE OLIVEIRA**

Mecânica e manutenção

Eng. Mecânica USP

Projeto de secador para grãos de café



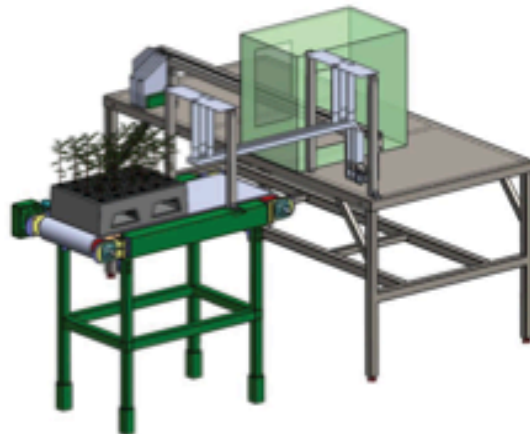
**MARINA MENDONÇA**

Comercial e marketing

Administração FGV

Prêmio Marketing J&J

Consultora Sênior FGV Junior



MVISIA

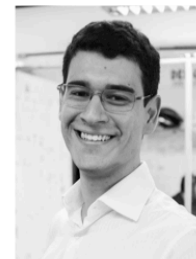
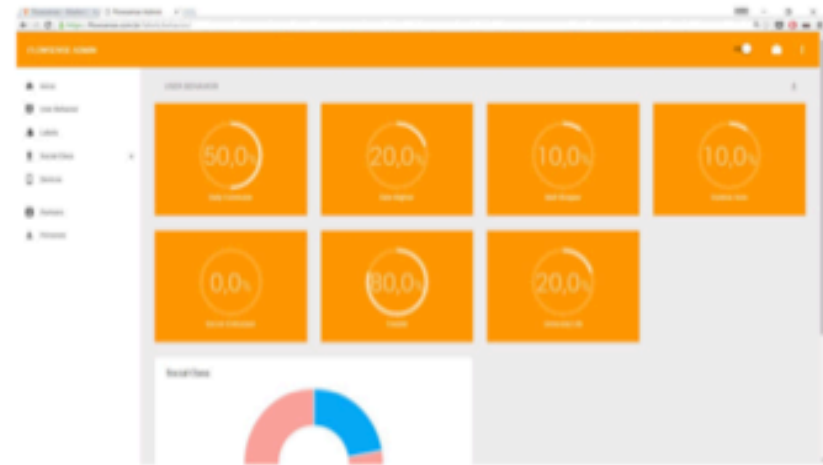
RESULTADOS





# Flowsense

- Explicação de Hipóteses**
  - Pressupostos e hipóteses
  - Hipóteses Dependentes
- Elaboração de Testes**
  - Teste Para Cada Hipótese
  - Definição dos Veículos de teste
  - Matrizes e Critérios de Validação
- Realização de Testes**
  - Desenvolvimento dos Veículos de teste
  - Contato com Stakeholders
  - Mensuração de Resultados
- Análise de Resultados**
  - Comparação com Critérios de Validação
  - Conclusões Qualitativas
- Iteração do Modelo**
  - Eliminação de Hipóteses Falsas
  - Construção Sobre Hipóteses Validadas



**VICTOR LIRA**

- Engenharia de Produção - Poli-USP
- Morgan Stanley
- Membro do Centro Acadêmico



**ANDRÉ BAIN**

- Engenheiro de Produção - Poli-USP
- Strategy& (Booz & Co.)
- Voluntariado na Avanhandava / CIP



**NADAV PERETZ**

- Engenheiro de Computação - Poli-USP
- Monsanto, AcessoCard
- Voluntariado na Avanhandava / CIP

# Flowsense

## RESULTADOS





# Lean Survey



MVP

**CENSO UNIVERSITÁRIO**

A opinião do universitário

www.censouniversitario.com

**3 Pesquisas**

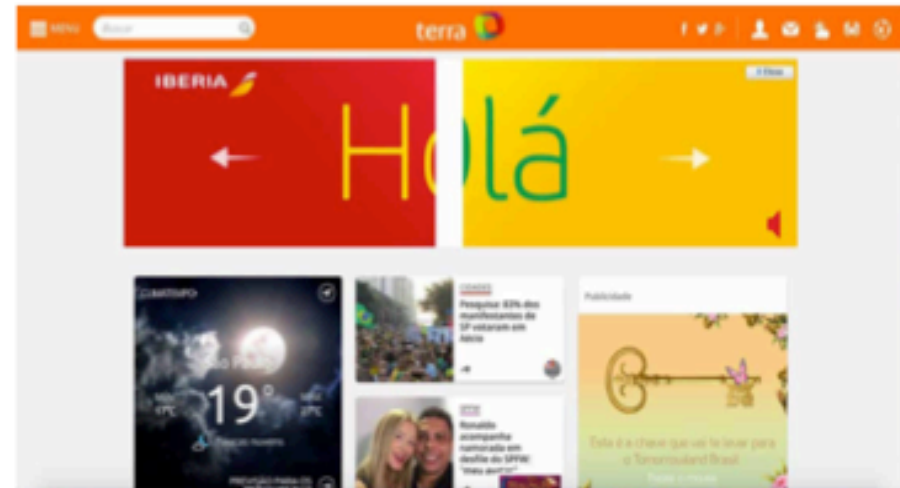
- 924 respostas, 29 entrevistadores, 2 dias
- 300 respostas, 7 entrevistadores, 2 dias
- 1432 respostas, 18 entrevistadores, 3 dias

**Benchmark:**

Pesquisa Eleitoral - SP-01912/2012

R\$58.394,00

Enquete Eleitoral



# Lean Survey

## RESULTADOS



A blue banner for the Lean Survey website. The text reads: 'GANHE DINHEIRO ENTREVISTANDO PESSOAS'. Below it, a smaller text says: 'A Lean Survey é o aplicativo de celular que te ajuda a ganhar dinheiro fazendo algo tão simples como entrevistar pessoas.' At the bottom, there is a red button that says 'CADASTRE-SE'.



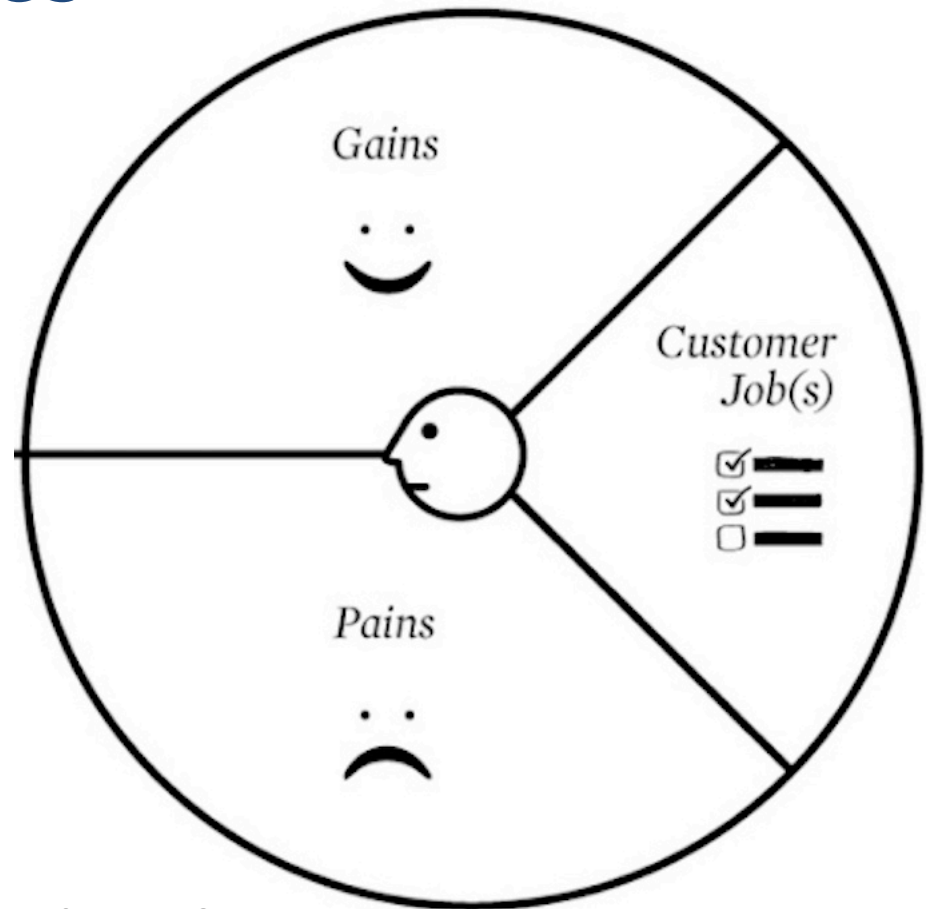
A snippet of a news article from the website 'veja'. The headline reads: 'Menos de 50% dos manifestantes pró-impeachment são otimistas ou esperançosos com governo Temer'. Below the headline, it says 'Pesquisa foi realizada pela Lean Survey em São Paulo neste domingo'. The article is dated '18 de março de 2018' and is in the 'Tecnologia' category. The image shows a man in a suit speaking at a podium with a Brazilian flag in the background.

# Area 25



# Canvas da Proposta de Valor

# Segmentos de Clientes



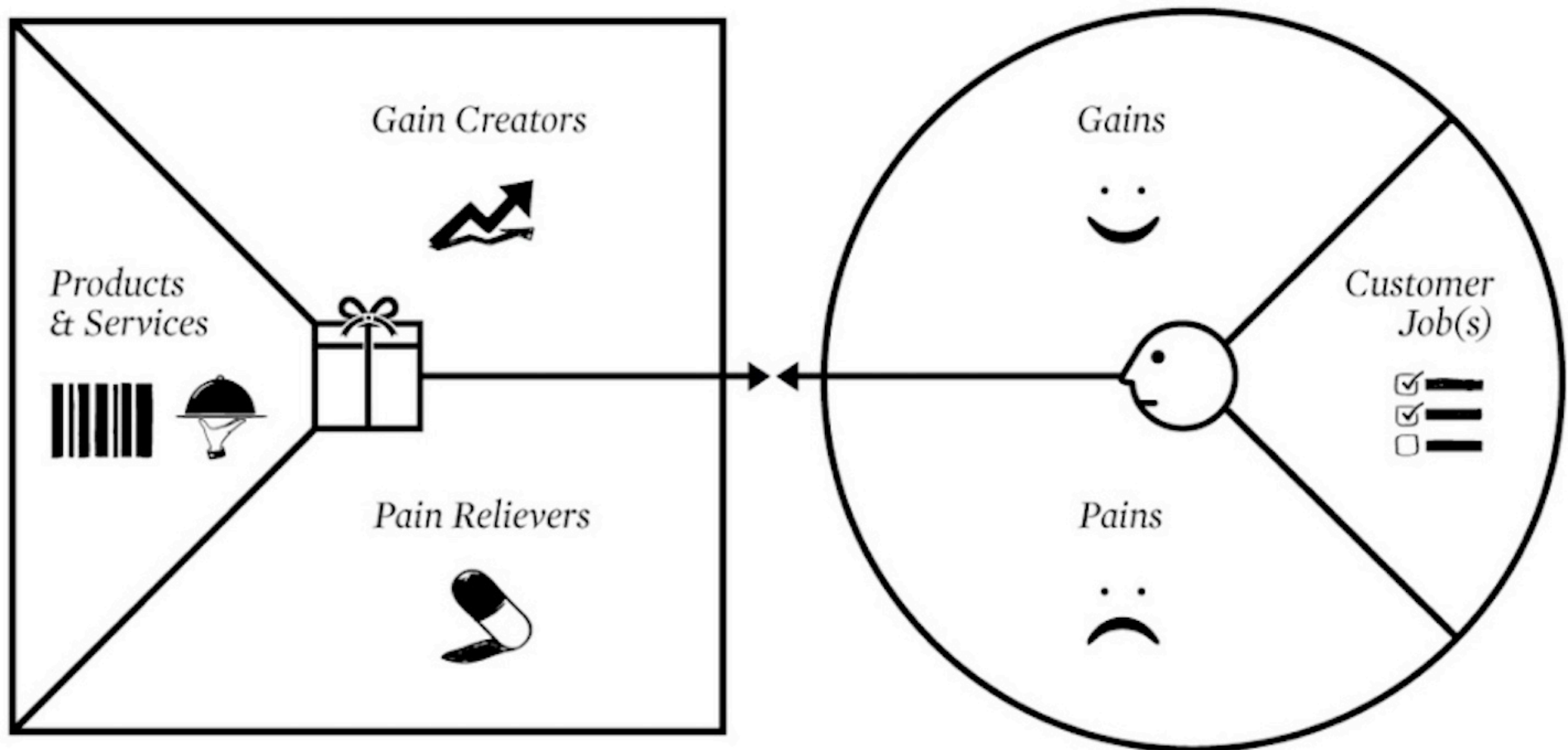
**Quem são os seus Clientes?**

**Que Tarefas eles precisam fazer?**

**Porque eles vão comprar o seu Produto?**



# Product – Market Fit

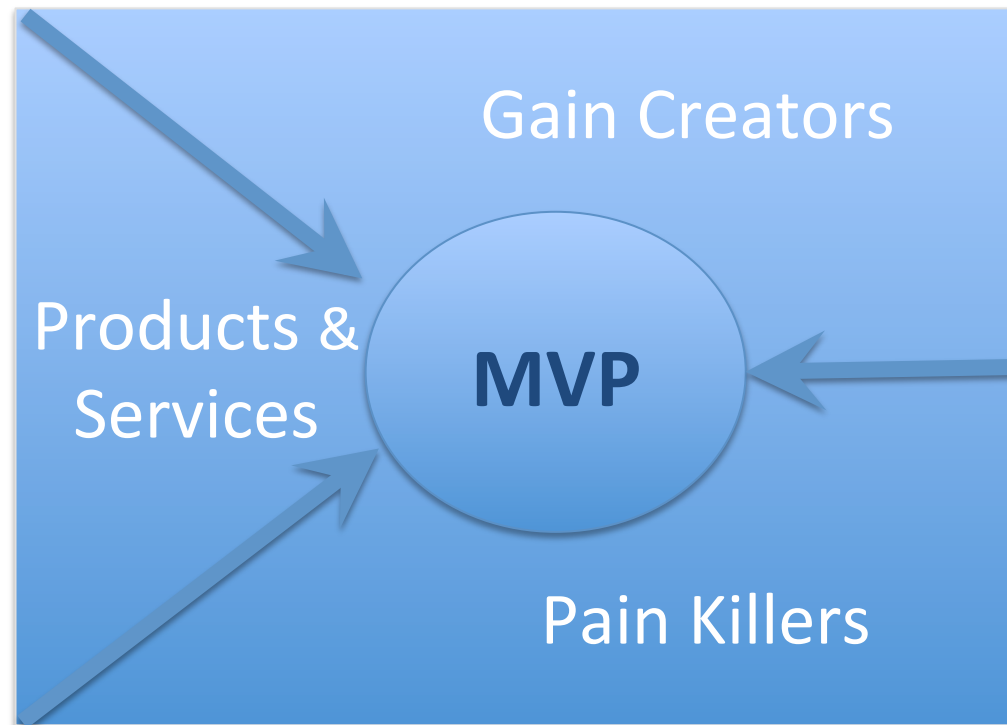


# Segmentos de Clientes



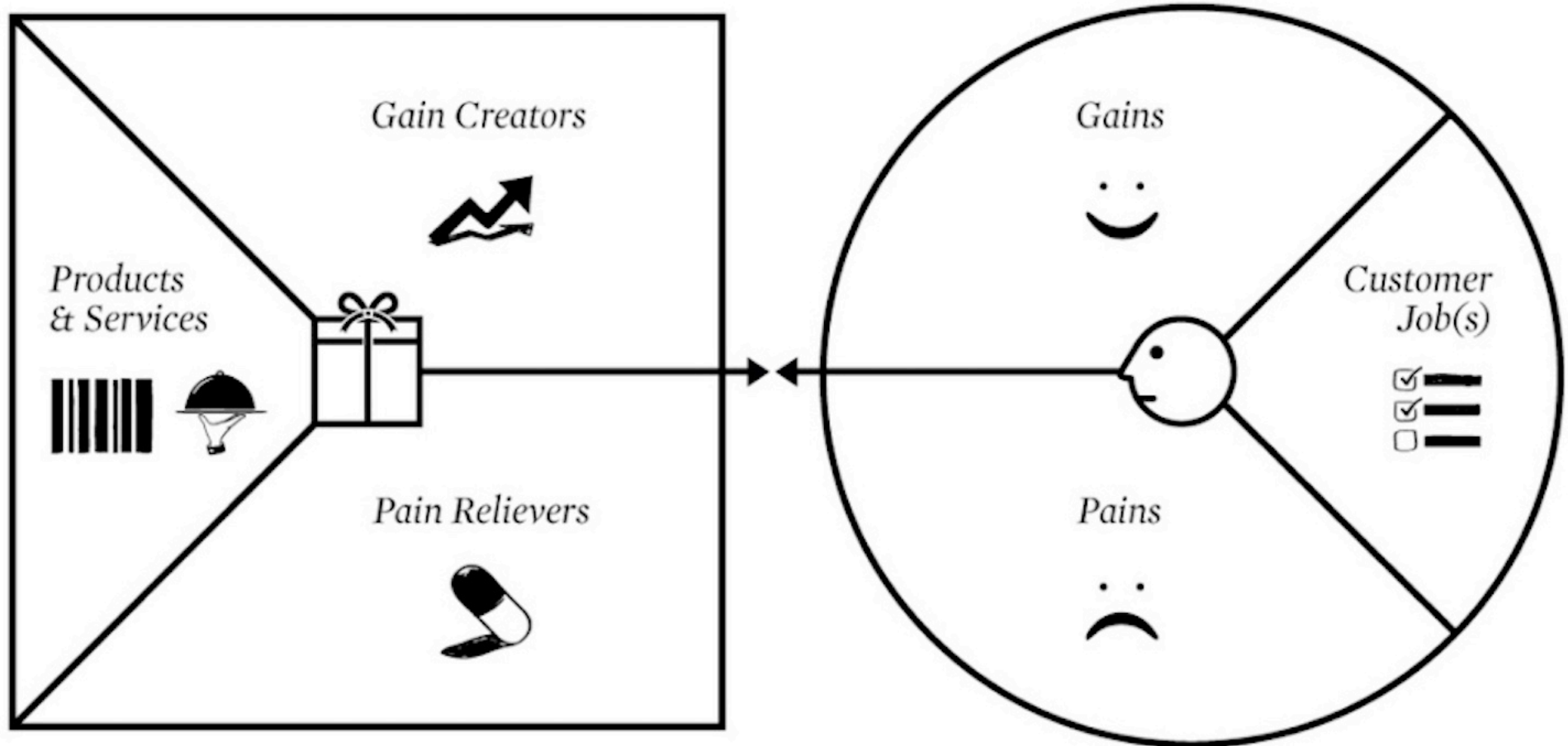


# Proposta de Valor



# Proposição de Valor MVP

# Segmento de Clientes Arquétipo



# Teste Passa / Não Passa

Como testar o interesse do cliente?

Onde fazer os testes?

Que tipos de testes você pode fazer?

Quantos testes você deve realizar?