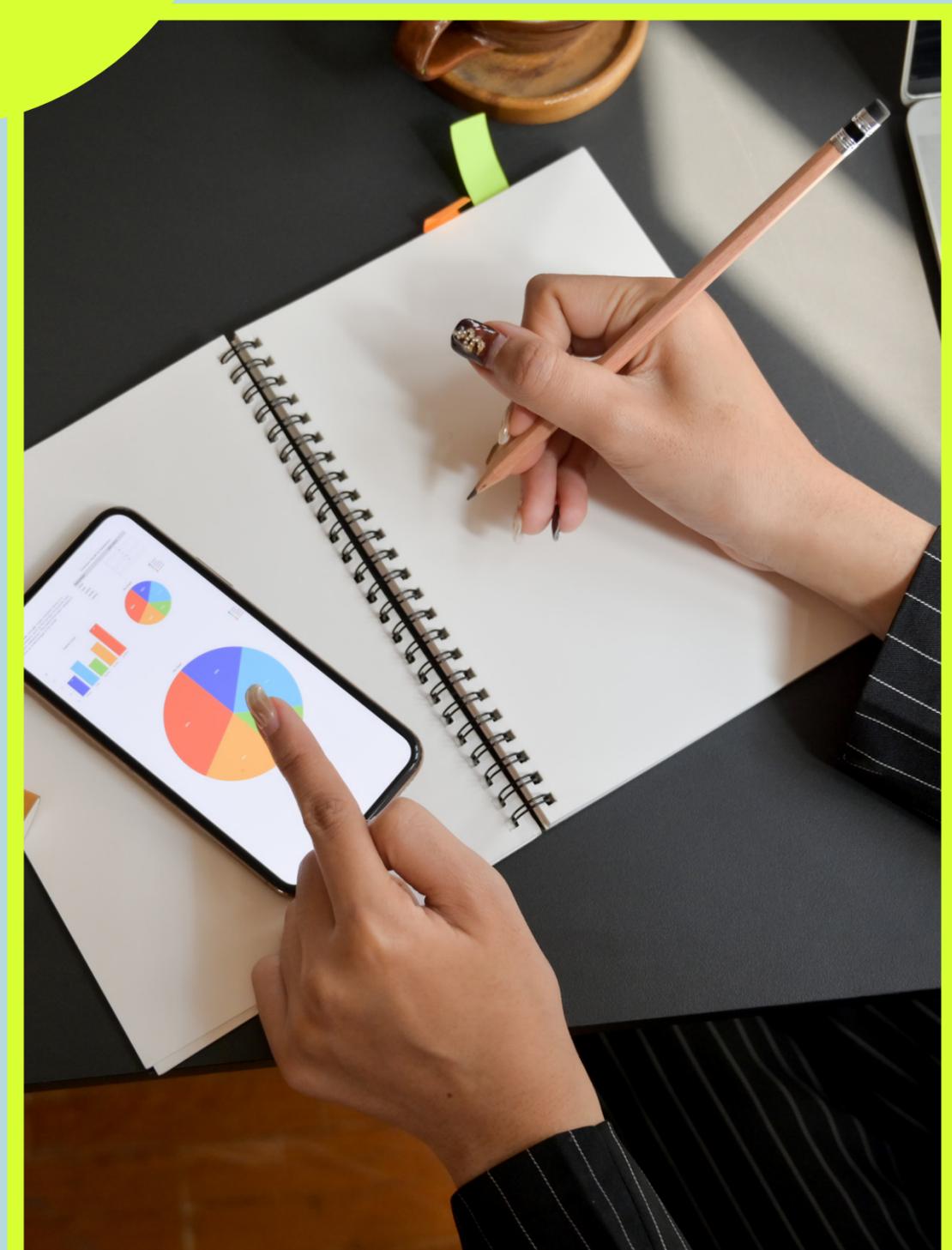


ENTREVISTA DO PROBLEMA

Validação do
Problema

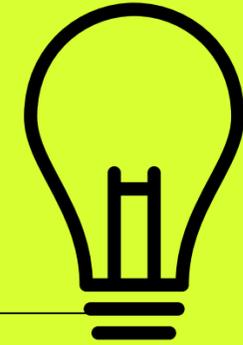
Aula 3 - Empreendedorismo

Ana Luiza Silva - anas.luiza019@usp.br



PASSOS INICIAIS

1. **Ter uma Ideia**
2. **Definir as Variáveis**
3. **Definir o Experimento**
4. **Realizar Teste**
5. **Analisar os Resultados**



MVP

PRODUTO MÍNIMO VIÁVEL

Produto com o mínimo de recursos possíveis.

Exemplos:



Criação: Grupo de alunos de Harvard



Novas ferramentas: Grupo de usuários

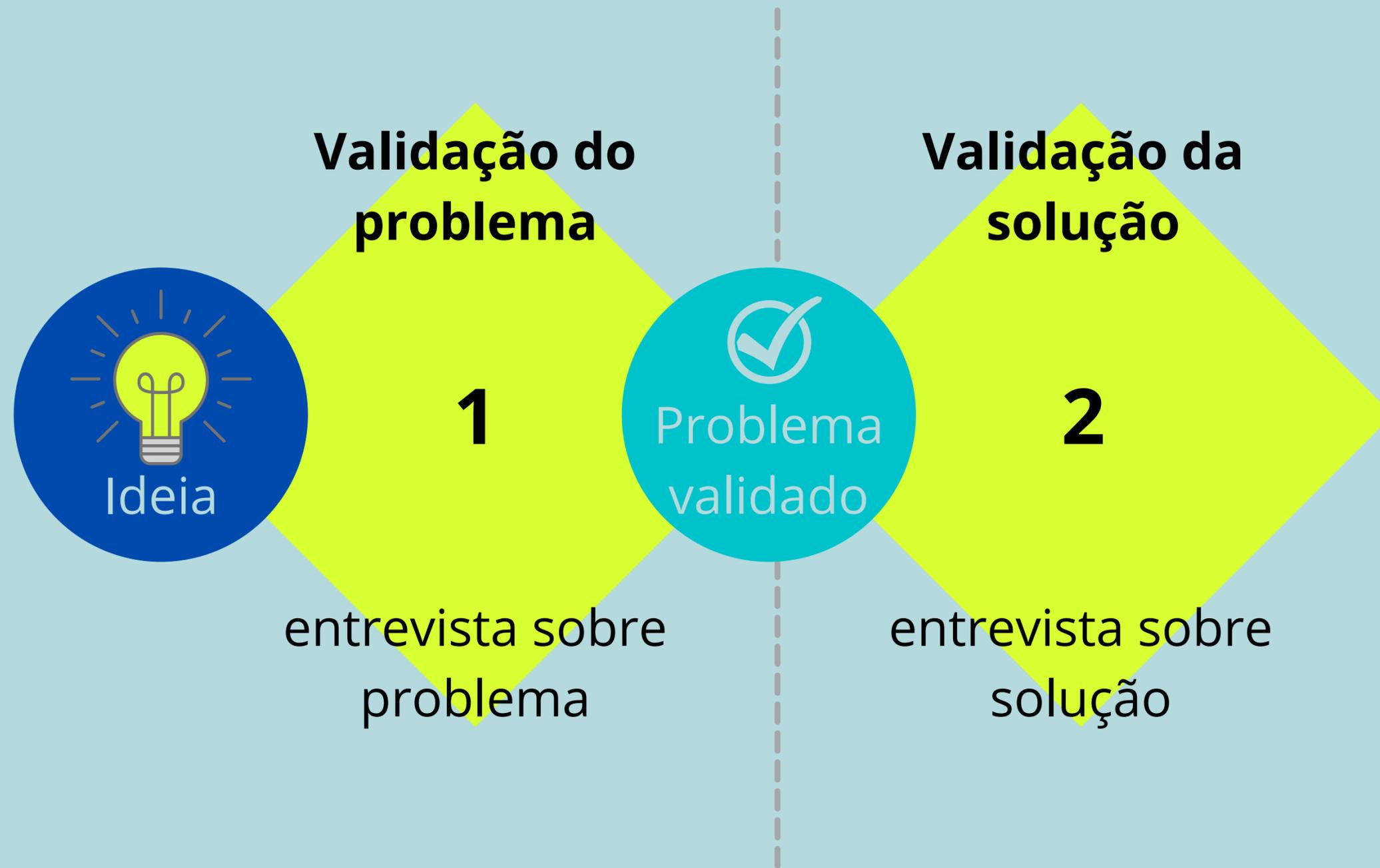
Não é o Produto Final!

Experimentações práticas que serão desenvolvidas levando o produto ao um grupo selecionado

Vantagem Competitiva

Para conhecer na prática a reação do mercado, a compreensão do cliente sobre seu produto e se ele — de fato — soluciona o problema do consumidor.

Descoberta do Cliente



Entrevistas com Clientes

Aprenda com o Cliente



Antes de vender a ideia da solução "certa", procure saber qual o problema "certo"

Não Pergunte aos clientes o que eles querem, mas analisem o que eles fazem

Faça entrevista pessoais para entender o perfil do seu cliente

Preparação do Roteiro

O que você precisa saber?

Problem 1 <i>Existing alternatives:</i>	Solution 3 Key Metrics 6	Unique Value Proposition 2	Unfair Advantage 7 Channels 4	Customer Segments 1 <i>Early adopters:</i>
Cost Structure 5		Revenue Streams 5		



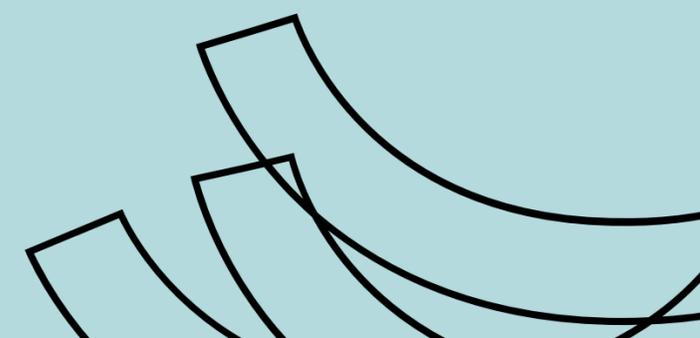
RISCO DO PRODUTO

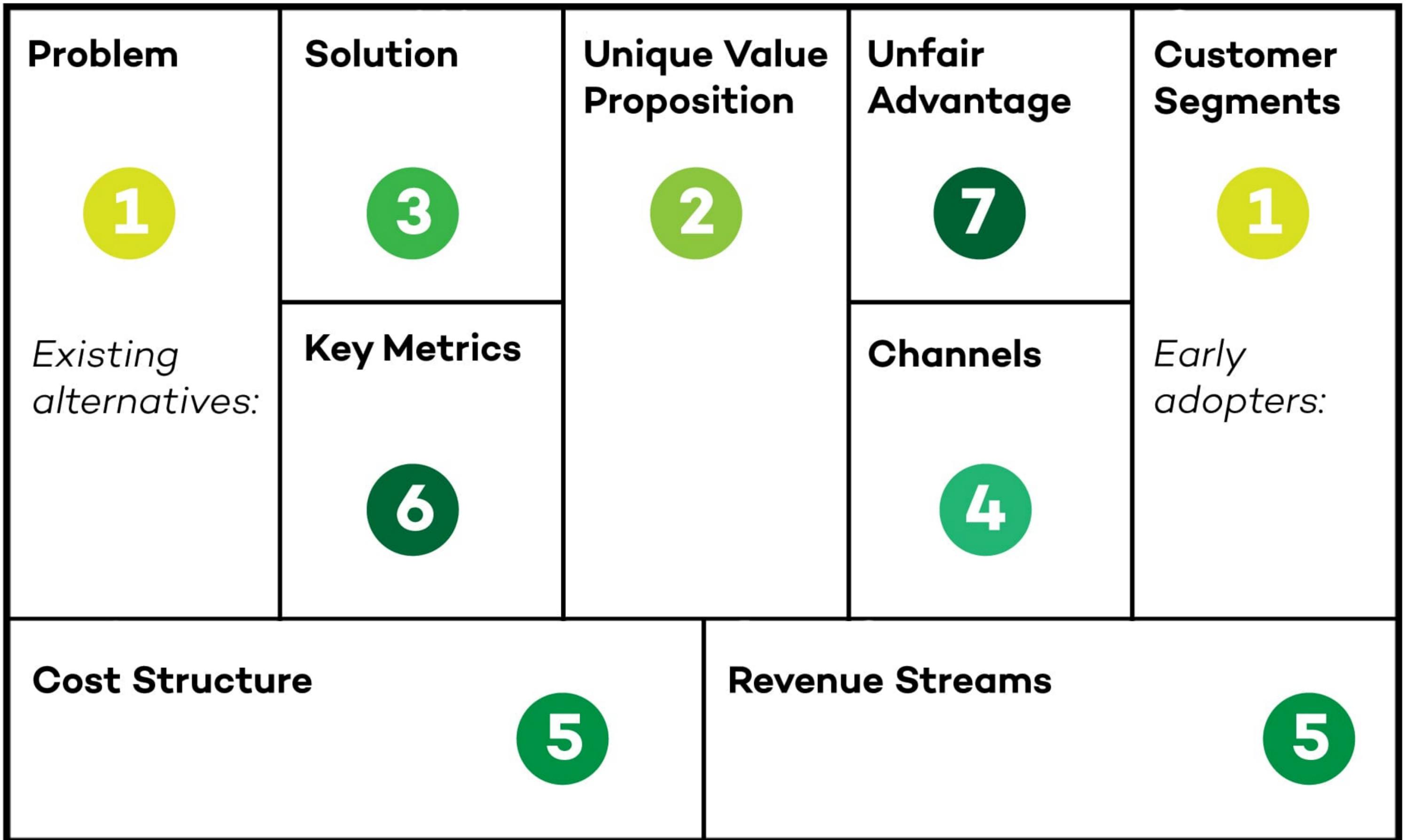


RISCO DO MERCADO



RISCO DO CLIENTE



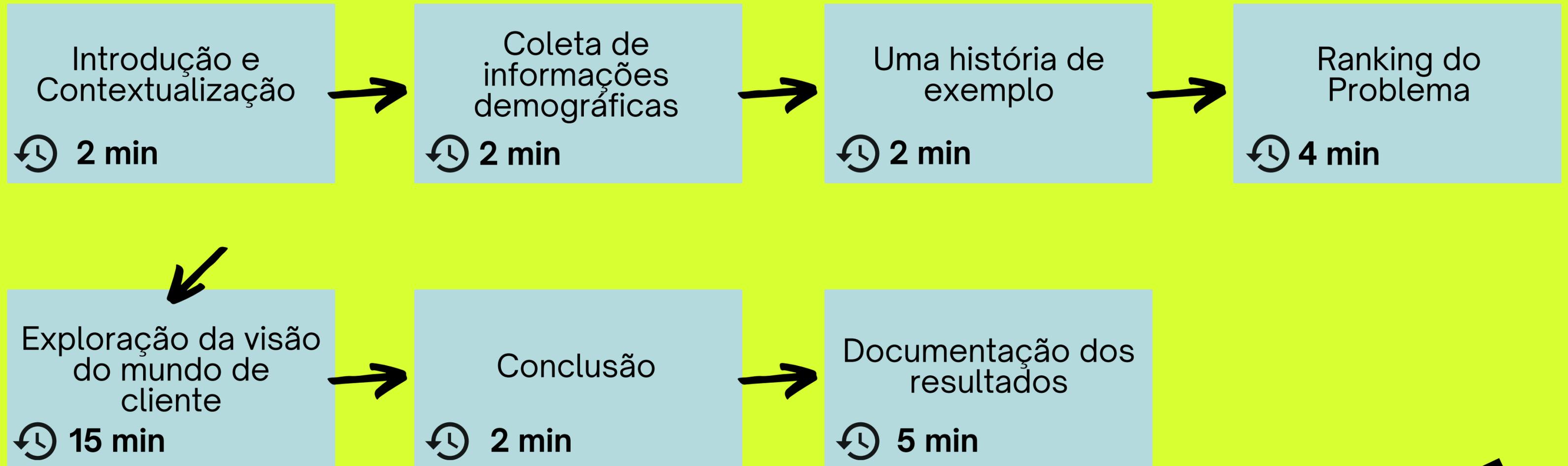


Teste do Problema

- Seus clientes estão atualmente resolvendo o problema?
- Como?



ROTEIRO



Validação do Problema

- Os consumidores reconhecem que tem o problema que estamos tentando solucionar?
- Se houver solução, eles comprariam?
- Comprariam de nós?
- Conseguimos desenvolver uma solução para esse problema?



VALIDAÇÃO

