

Novas ferramentas para o empreendedor pensar, testar e modelar o negócio

Rose Mary Lopes

No mês de maio, o artigo de capa da Revista Harvard Business Review Brasil foi escrito por Steve Blank, filiado às Universidades de Stanford, da Califórnia e Columbia. Teve como título: "Faça da Grande Ideia um Grande Negócio".

Como o movimento "lean" está derrubando velhas verdades sobre o empreendedorismo. O título correspondente em português deveria ser: Por que o movimento lean startup muda tudo.

O termo startup é utilizado frequentemente no mundo dos negócios digitais. Mas, as novas abordagens e ferramentas têm amplo uso: para a concepção de novos negócios e também para os existentes quando estes repensam seus atuais modelos e novas oportunidades.

Steve, seguido por Alexander Osterwalder e Yves Pigneur, Eric Ries e Bob Dorf introduziram novas formas e ferramentas para conceber e realizar o processo de modelagem e de criação dos novos negócios que os empreendedores podem consultar e utilizar.

Primeiramente, enfatizam que os novos negócios não são corretamente concebidos e equacionados com as ferramentas tradicionalmente mais usadas nas grandes empresas. E aconselham que, desde o início, o time empreendedor deve estar focado na busca do seu modelo de negócios.

O pensamento "lean" – enxuto - deve pautar a abordagem dos empreendedores. Ao invés de se dedicarem a fazer um plano de negócios completo, eles se dedicarão a criar e testar sucessivas vezes o seu modelo de negócios diretamente no mercado.

Isso permite um desenvolvimento muito mais rápido, em um processo mais interativo, aprendendo e incorporando o feedback dos clientes. Exemplo: se pretende oferecer uma nova experiência no dia dos noivos, isso já pode ser testado imediatamente.

Os resultados obtidos embasarão mais firmemente o quanto custa conquistar os clientes e com que velocidade isso pode ser feito. Permitirão até falhar mais rapidamente. E, se for esse o caso, redirecionar-se de acordo com os resultados obtidos.

O modelo de negócios é pensado e testado usando-se a ferramenta Canvas (desenvolvida por um processo de cocriação com centenas de pessoas encabeçadas por Osterwalder e Pigneur). Ela permite visualizar o negócio por meio de nove aspectos, uns mais ligados ao mercado e outros ao ambiente interno.

São eles: segmentos de clientes, relações com clientes, canais, proposta de valor, fontes de receita, principais atividades, principais recursos, principais parceiros e estrutura de custos.

Os empreendedores geram hipóteses em cada um desses aspectos. Essas hipóteses devem ser testadas. Exemplo: você acredita que o canal mais eficiente para atrair o seu público é via rede social? Faça isso e meça. A relação com o cliente deve ser de assistência pessoal ao invés de autosserviço?

Teste e apure os resultados. E verifique o impacto na entrega de valor, nas atividades, recursos, custos e geração de receita!

Assim, vá a campo o mais rapidamente possível para testar seu produto ou serviço diretamente com os potenciais clientes. Estes serão de extrema utilidade ao dar opiniões sobre o modelo ou protótipo.

Desse modo, economizam-se tempo e recursos ao incorporar, desde o início, as reações e diretrizes apontadas pelo público-alvo.

Esse processo, denominado desenvolvimento de clientes, envolve "descobrir o cliente", validar e cocriar, permitindo que versões mais ajustadas possam ser logo vendidas e usadas pelos clientes e aceleram o acerto do modelo do negócio e a construção da empresa.

Desse modo, sucessivas vezes, os empreendedores passarão pelo ciclo de planejamento/análise e design, implementação, teste e avaliação. Testam o produto que é minimamente viável com os recursos que detêm.

Exemplo: você poderá, no futuro, ter um serviço de turismo receptivo com inúmeras possibilidades. Mas, neste exato momento, ponha os pés no chão e teste o que pode realmente oferecer. Só depois de muita quilometragem rodada é que poderá agregar novos serviços!

Essas novas ferramentas estão à disposição de todos, por meio de livros e da internet, e os empreendedores devem lançar mão das redes e de mentores para lhes ajudar a apurar o seu modelo de negócios o mais rapidamente possível! Sucesso!

Fonte: UOL/Empreendedorismo. [Portal]. Disponível em:
<<http://economia.uol.com.br/ultimas-noticias/colunistas/rose-mary-lopes/2013/06/07/novas-ferramentas-para-o-empresendedor-pensar-testar-e-modelar-o-negocio.htm>>. Acesso em: 7 jun. 2013.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais