

Validação de produtos: guia completo para você fazer na prática



Introdução	3
O que é a validação de produtos ou modelo de negócio?.....	5
Por que vale a pena fazer?.....	8
Qual o passo a passo para colocar esse conceito em prática?.....	9
Como fazer a análise de resultados?	14
Conclusão	17
Sobre a SEBRAE.....	18



Introdução

Colocar um novo produto no mercado não é uma tarefa simples. Assim, saber o que não fazer em um processo de validação pode ser o ponto-chave entre lançar uma solução de sucesso no mercado ou, simplesmente, gastar tempo e dinheiro com um produto que não é recebido com bons olhos pelos clientes.

O mesmo cuidado que uma empresa deve ter com a avaliação e validação de produtos é direcionado ao lançamento ou criação de novos modelos de negócios. Ambas as coisas andam de mãos juntas. Afinal, **de que adiantaria lançar uma novidade no mercado sem que existam pessoas interessadas por ela**, não é verdade?

Nesse sentido, uma grande incógnita fica no ar. Afinal, com base no que você leu, como seria possível lançar um novo produto no mercado e ter o mínimo de confiança se ele será bem aceito pelos consumidores? Não seria essa a verdadeira tradução do dito popular “dar um tiro no escuro”?

De fato, para alguns empresários pode ser. Porém, para aqueles que sabem fazer um processo de validação eficiente as chances de criar um produto que é bem recebido pelo seu público são consideravelmente maiores.

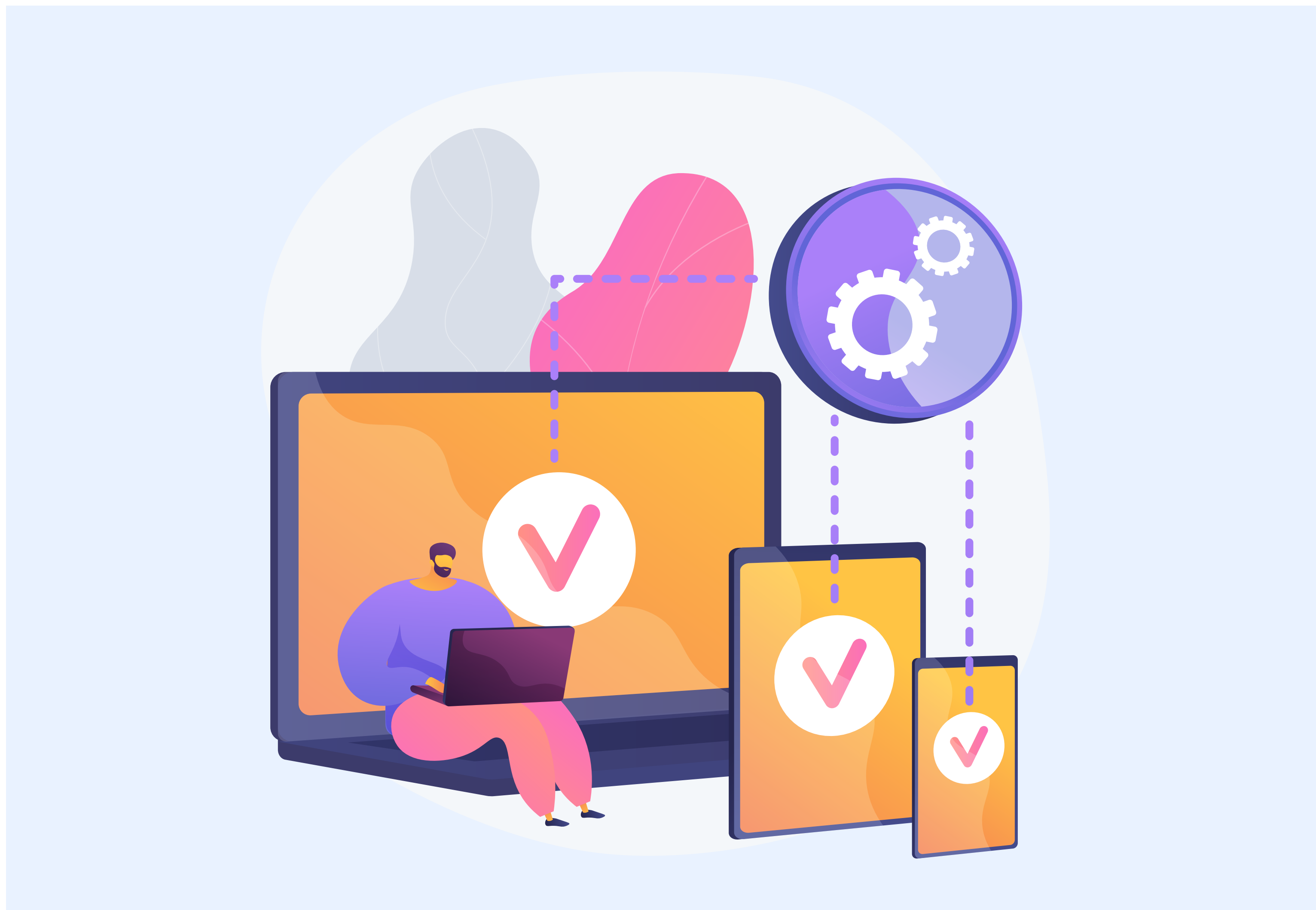
Pensando nisso, nós resolvemos escrever este e-book. Ele servirá como um guia completo que auxiliará você na validação de um produto ou modelo de negócio antes do seu desenvolvimento final e sua disponibilização para os consumidores. Acompanhe!



O que é a validação de produtos ou modelo de negócio?

Todo modelo de negócio ou produto surgiu da ideia de uma ou mais pessoas. Mesmo aqueles que já existem há décadas ou séculos, **em algum momento, foi necessário que alguém pensasse que poderia existir uma necessidade por determinada solução.** Esse indivíduo, portanto, verificou uma possibilidade de ganho financeiro e passou a oferecer tal elemento como uma solução para o seu mercado.





À medida que a sociedade foi evoluindo, muitas criações surgiram, estreitando a necessidade das pessoas e fazendo com que os lançadores de negócios e produtos tivessem mais trabalho para analisar a necessidade do seu mercado. É nesse contexto que surge a validação de produtos ou modelo de negócios.

Resumidamente, ela pode ser definida como um processo pelo qual é verificado o potencial de aceitação de uma ideia no mercado antes do seu desenvolvimento. O objetivo por trás dessa estratégia é muito simples: **verificar a necessidade, o desejo, os medos e os anseios dos seus consumidores e eventuais inclinações que facilitem a compra de produtos ou serviços que se pretende colocar no mercado.**

O momento de fazer a validação de soluções

Teoricamente, o momento correto de validar um produto ou modelo de negócio é antes mesmo da sua concepção ou criação. Entretanto, isso pode ser um pouco complicado para os negócios que dependem de inserir itens físicos no mercado.

Por exemplo, se uma empresa deseja lançar um calçado inovador para corrida que reduz 50% do impacto nos joelhos, seria necessário produzir protótipos para testar a aceitação do mercado quanto a essa nova solução.

Portanto, **afirmar categoricamente quando é o momento correto de adotar esse processo pode ser bastante arriscado**. Afinal, cada empresa tem necessidades e objetivos diferentes. Porém, independentemente desse fato, você jamais deve apostar na produção em massa de determinadas soluções para fazer testes ou validações.

Esse é um processo mais restrito que tem por objetivo apenas avaliar o grau de aceitação do mercado e, principalmente, se o produto ou serviço oferecido, de fato, cumpre o que foi prometido.

Por que vale a pena fazer?

Para entender a importância desse processo e por que vale a pena dedicar tempo e dinheiro a ele, pense na seguinte situação: imagine que você tem um arco e flecha para acertar um alvo. Quais as chances de sucesso atirando em total escuridão? Praticamente nenhuma, certo? Você estará contando totalmente com a sorte.

Por isso é tão importante a validação de produtos e modelo de negócio. Esse processo acende as luzes do ambiente, permitindo que você aumente as chances de melhorar seus disparos e acertar o alvo desejado.

O que não fazer em um processo de validação é lançar um produto com base em “achismos” ou palpites. A recomendação, portanto, é que você **colete dados e informações diversas sobre o seu público e as soluções que ele deseja**. Vejamos como funciona o processo de validação na prática.



Qual o passo a passo para colocar esse conceito em prática?

Neste tópico, mostraremos o passo a passo de um processo de validação de produtos ou modelo de negócio de sucesso. Continue lendo!

Faça um planejamento prévio

Não há como imaginar um processo de validação sem um planejamento bem detalhado. Nessa ferramenta deve conter todas as etapas, desde a preparação até a sua finalização. É importante definir, entre outros aspectos:

- a metodologia de pesquisa e o público-alvo;
- o modo em que os testes serão feitos;
- o período de duração;
- o orçamento a ser investido no processo de validação;
- a análise de resultados;
- as eventuais correções;
- a data de inclusão do produto no mercado.

Muitos desses procedimentos serão detalhados nos próximos tópicos, pois fazem parte do passo a passo do processo de validação de produtos ou modelo de negócios.



Faça a pesquisa de mercado

A pesquisa de mercado é essencial para entender as necessidades do seu público. Contudo, o objetivo principal é observar a concorrência. Quanto a isso, tenha muito cuidado! Não estamos defendendo que você deve copiar as soluções desenvolvidas ou oferecidas por outras empresas. Inclusive, **isso é condenável aos olhos da Lei e pode acarretar problemas sérios para você e sua empresa.**

O ponto importante é verificar eventuais gargalos ou falhas que os seus concorrentes estão cometendo, bem como pequenas brechas que podem estar sendo deixadas pelo mercado e que não há nenhuma empresa atenta a elas. Esses gargalos sutis podem ser grandes oportunidades de negócio para você, então é essencial ter atenção a eles.

Analise bem o seu público-alvo

Analisar o mercado e o público-alvo são as duas tarefas mais importantes no processo de validação. Quando voltamos os olhares para as pessoas que serão potenciais consumidores das soluções testadas, é importante verificar alguns pontos. Entre eles, podemos citar:



QUAL O PASSO A PASSO PARA COLOCAR ESSE CONCEITO EM PRÁTICA?

os maiores problemas do seu consumidor e as soluções que o mercado tem para resolvê-los;

- **seus medos e anseios;**
- **os desejos mais ocultos e, muitas vezes, despercebidos;**
- **dados básicos como: moradia, gênero, idade, hábitos de consumo etc.**

Um detalhe importante para o qual você precisa se atentar é que nem sempre as necessidades do seu público-alvo são tão explícitas. Existem casos em que a empresa deve criar um problema que é solucionado com o seu produto. Ou seja, mostrar para o consumidor que ele pode ter uma necessidade que ainda não reconheceu e como sua empresa pode solucionar.

Analise o Mínimo Produto Viável (MVP)

MVP é a sigla utilizada para designar o termo em inglês Minimum Viable Product que, traduzido para o nosso idioma significa mínimo produto viável.

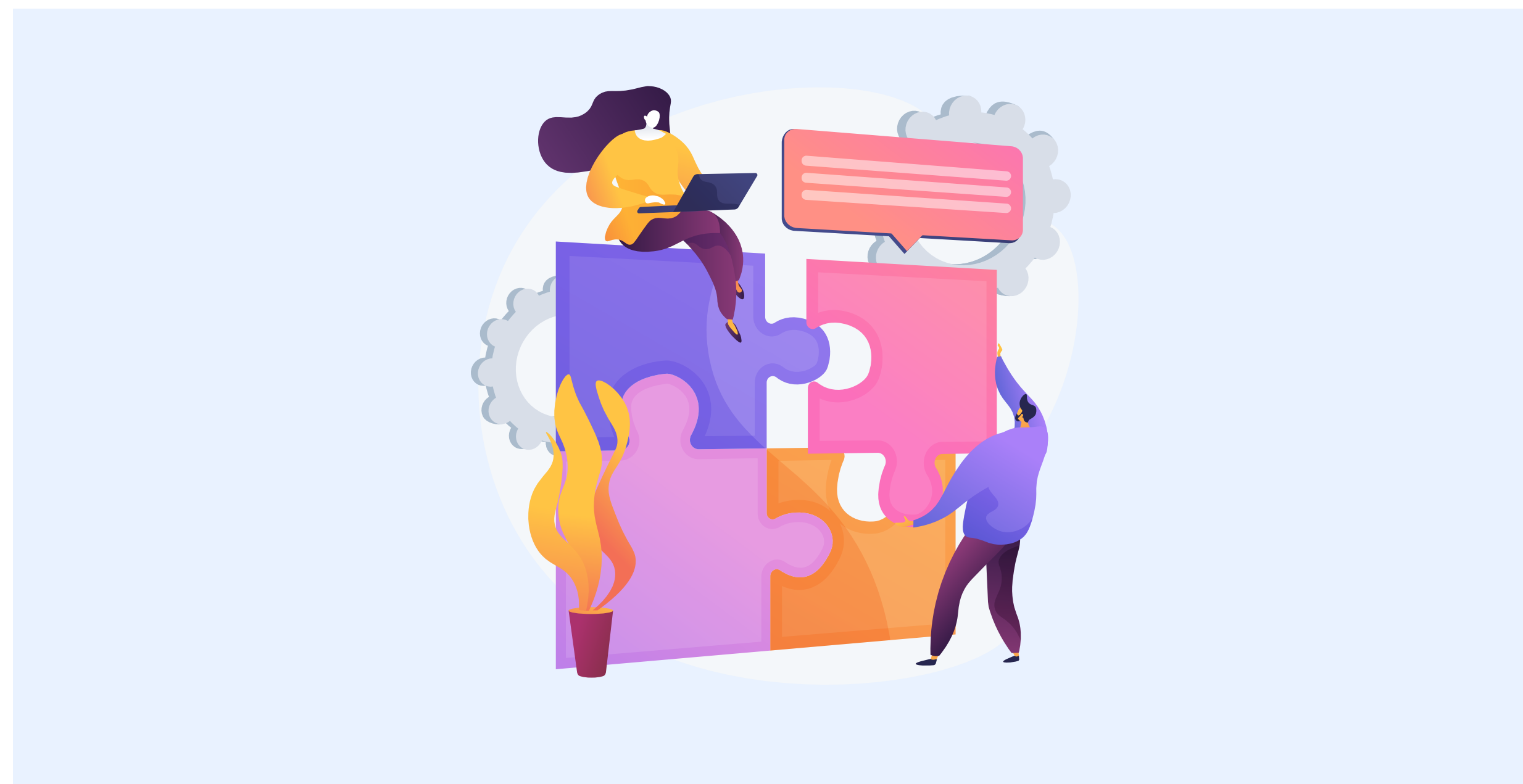
Significa um **conjunto de experimentações que são feitas com um produto utilizando o mínimo de recursos possíveis, porém, sem prejudicar a sua principal proposta de valor.**

Ele permite ao empreendedor identificar as reações práticas do mercado quanto a solução que ele pretende oferecer. Dessa forma, é possível ter mais certeza quanto à viabilidade do modelo de negócios ou produto.

Nesse sentido, o MVP é como se fosse uma versão beta de uma solução. Ele é produzido de forma ágil e econômica com o único objetivo de ser apresentado ao público-alvo. Assim, é possível obter feedbacks e insights muito importantes para o processo de desenvolvimento final.

Ao determinar um MVP, é necessário ter muito cuidado para não inserir um produto incapaz de fornecer todo o benefício e a solução quanto aos problemas do seu consumidor. Às vezes, a tentativa de produzir um protótipo rápido e barato pode prejudicar suas funções e colocar em risco todo o processo de validação.

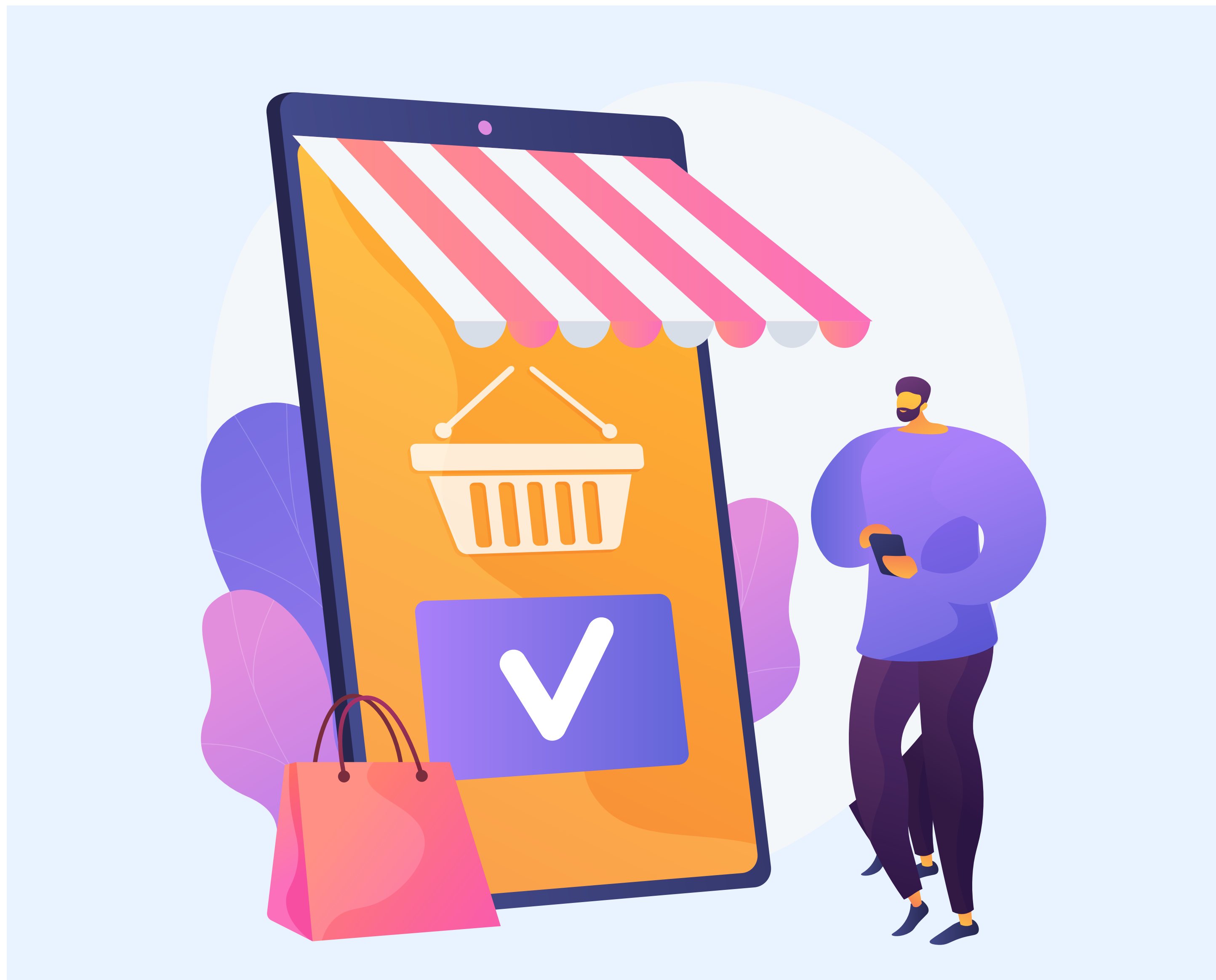
Por isso, o MVP deve ser muito bem dimensionado para evitar esse tipo de problema. Também é importante que o valor gasto com ele esteja previsto em seu planejamento.



Tenha uma página de pré-lançamento

Por fim, é importante criar uma página de pré-lançamento para cadastrar os interessados na solução que está sendo desenvolvida. Isso ajudará muito na hora de saber o número de pessoas que podem vir a se tornar compradoras de um determinado produto.

Em outras palavras, a página será utilizada para gerar leads, ou seja, contatos de pessoas interessadas. Esses dados serão usados para criar hipóteses ou métricas a serem testadas pela empresa, proporcionando expectativas de retorno quanto à comercialização do produto.





Como fazer a análise de resultados?

Você já ouviu a frase: “para quem não sabe aonde quer ir qualquer caminho é o correto”? Ela é utilizada para aquelas pessoas que não têm foco ou objetivo na carreira e na vida. Até um filme infantil já utilizou essa expressão. Mas, qual a relação disso com o processo de validação?

Simple, se você não tiver dados precisos para tomar decisões sobre a solução que está sendo apresentada ao mercado é muito provável que todo o esforço de validação seja jogado fora. Afinal, sem isso suas atitudes serão tomadas no escuro, ou seja, sem saber “aonde levar o seu produto”. Consequentemente, ele pode seguir por quaisquer caminhos que, nem sempre, levam ao sucesso no seu mercado.

Por esse motivo, a análise de dados é um passo primordial nesse processo de validação de produtos ou modelo de negócio. Veja como ela deve ser executada.

Crie uma metodologia para recebimento de feedbacks

O primeiro passo é **criar uma metodologia de recebimento de feedbacks**. Dependendo do caso, é possível entrar em contato diariamente com as pessoas que estão testando a solução para verificar a sua aceitação, bem como eventuais pontos de melhoria.

Todos esses dados devem ser coletados para que, ao final do processo, seja possível analisar em quais pontos a solução pode ser melhorada ou se existe a necessidade de sua reformulação por completo.

Utilize ferramentas para medir resultados

Também é importante que você **utilize algumas ferramentas para analisar os dados coletados**. Isso pode ser feito por meio de planilhas no Microsoft Excel ou alguns programas estatísticos. Dependendo do número de pessoas que vão testar o produto ou serviço, é necessário que a coleta e análise de dados seja feita utilizando essas ferramentas tecnológicas.

Isso ajudará muito quando o período de testes chegar ao fim, especialmente para organizar todos esses dados e transformá-los em informações que servirão para medir os resultados da validação.

Conte com uma parceria

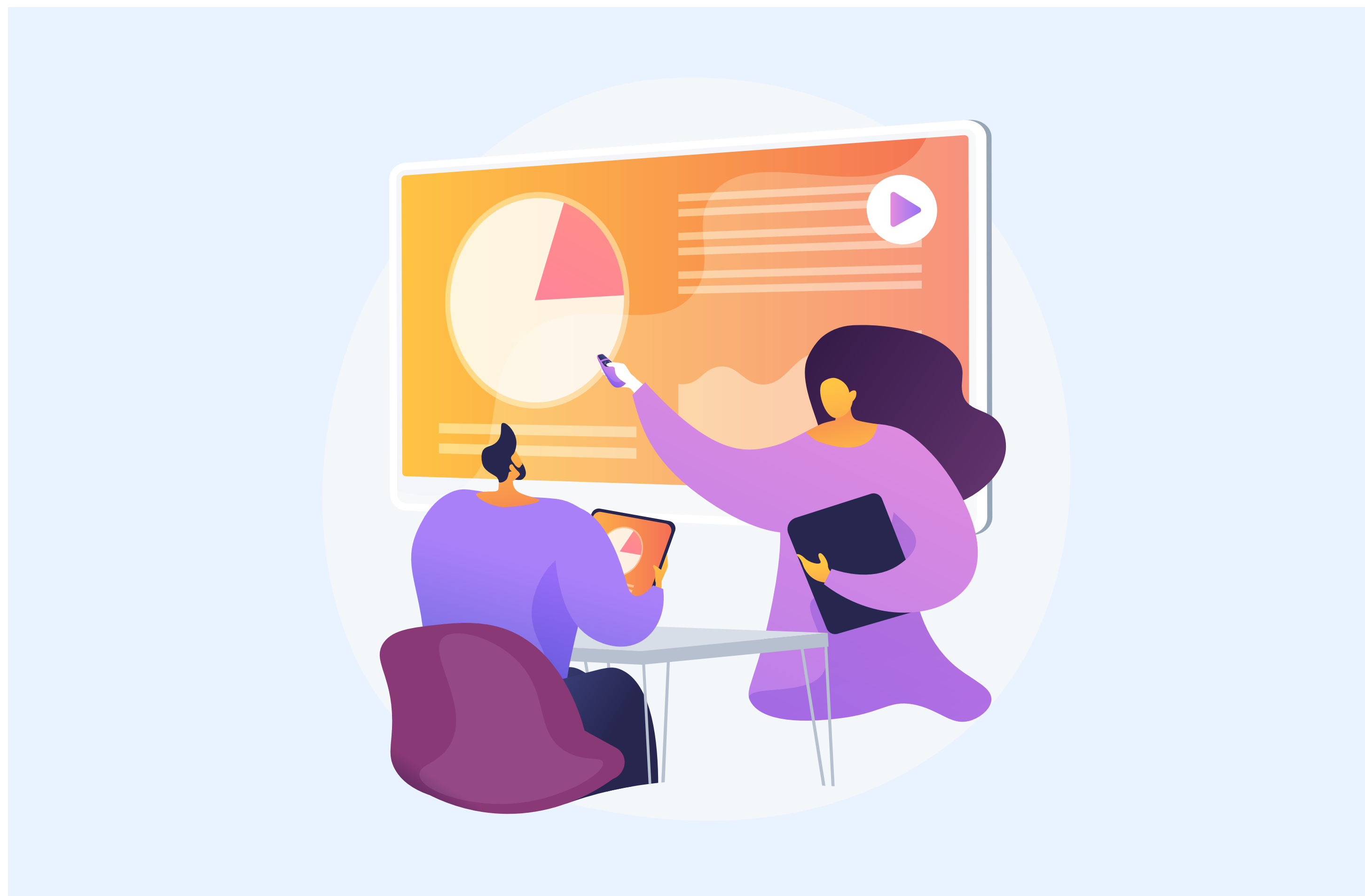
Por fim, é essencial **contar com uma parceira que o auxilie nesse processo de validação**. Um exemplo disso é o Sebrae. Ele pode ajudar o gestor a entender o seu público, bem como as necessidades do mercado, sendo um facilitador em todo o processo de validação das soluções que serão apresentadas.



Conclusão

Por fim, não há como negar que colocar um novo produto ou criar um modelo de negócio inovador para levar ao mercado é uma tarefa muito desafiadora. **São vários processos e ajustes que precisam ser realizados ao longo dessa jornada.**

Entretanto, tomando as medidas certas, analisando resultados e, principalmente, sabendo o que não fazer em um processo de validação tudo se torna mais simples e intuitivo, aumentando as chances de sucesso com a nova solução apresentada ao mercado.





O Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Estado de Pernambuco é uma entidade privada sem fins lucrativos, agente de capacitação e de promoção do desenvolvimento, criado para dar apoio aos pequenos negócios. Desde 1972, trabalha para estimular o empreendedorismo e possibilitar a competitividade e a sustentabilidade dos empreendimentos de micro e pequeno porte.

Para garantir o atendimento aos pequenos negócios, o Sebrae em Pernambuco atua em todo o território estadual. Além da sede no Recife, a instituição conta com mais 5 unidades espalhadas pelo Estado. Com foco no estímulo ao empreendedorismo e no desenvolvimento sustentável dos pequenos negócios, o Sebrae atua em: educação empreendedora; capacitação dos empreendedores e empresários; articulação de políticas públicas que criem um ambiente legal mais favorável; acesso a novos mercados; acesso à tecnologia e inovação; orientação para o acesso aos serviços financeiros.