

MVP (mínimo produto viável): o que é e como fazer

Você tem uma ideia de produto ou serviço, fez o modelo de negócio e está pronto para lançar no mercado. Opa! Alguma coisa está faltando: o MVP. O Mínimo Produto Viável é utilizado para testar soluções inovadoras e pode ser o que você precisava para evitar perdas de investimento.

Confira a seguir o que é MVP, como fazer um e o que esperar do seu. Boa leitura e bons testes!

O que é MVP



MVP é sigla para “Minimum Viable Product” (ou “Produto Mínimo Viável”, em português). É literalmente um produto com orçamento reduzido, o mínimo que você precisa para lançar algo. O termo surgiu no livro sagrado do empreendedorismo de inovação: [Lean Startup](#) (ou Startup Enxuta), de Eric Ries.

Um exemplo fácil para entender o que é MVP está no Facebook. Mark Zuckerberg e Eduardo Saverin criaram primeiro o FaceMash,

que era uma espécie de ranking de quem era mais bonito em Harvard. Isso era o MVP do Facebook, mesmo que não intencional. [Você pode ler mais sobre a história no livro The Accidental Billionaires, que inspirou o filme A Rede Social.](#)

Toda a metodologia Lean é baseada na ideia de que é preciso construir, medir e aprender com o feedback. O MVP serve para isso. Apresentar uma versão mínima do seu produto ou serviço e alterá-la conforme o feedback e o engajamento do grupo que o testar. Assim, quando o lançamento acontecer de fato, seu produto será perfeito.

É importante saber que o MVP não precisa ser exatamente o seu produto. Ele é melhor definido quando pensamos que é o que você puder fazer de mais rápido e barato para aprender sobre as suas hipóteses. Ou seja, é um experimento.

Por isso o MVP é tão valorizado nas startups. Você provavelmente não terá o mesmo sucesso no seu lançamento se não utilizar um. Além de conferir a demanda, você otimiza seguindo o que o público pensa. O acerto é muito mais possível. Sem contar que quem vai testar o seu produto tem a possibilidade de ser considerado cliente.

Muito bem. Agora que você tem alguma noção sobre o que significa MVP, vamos entender um pouco do processo de criação.

Como criar um MVP

Já vimos que a intenção de um MVP é aprender sobre o comportamento do público e a partir disso fazer alterações até ter algo pronto para ser lançado. Lembre do Facemash: o que seria o equivalente para a sua companhia?



Alguns passos que você pode seguir para colocar o MVP em prática:

Comece com uma sondagem

Ela pode vir em forma de pesquisa ou [landing page](#). Seu objetivo é apresentar o produto pela primeira vez e checar quantos usuários vão deixar seus contatos para quando ele for lançado. Não se esqueça de divulgar essa parte só para o público que designou antes.

O Dropbox, por exemplo, surgiu assim. Tratava-se de um vídeo que explicava o que o serviço de armazenamento em nuvem seria. Em poucos dias, milhares de pessoas deixaram seus contatos. E ficou claro que seria seguro lançar.

Defina as métricas

Agora que você já tem a lista de quem vai ser parte do experimento, já pode ter uma ideia melhor sobre as hipóteses e de quais métricas vai utilizar para definir o resultado do experimento. Formule então as expectativas de retorno do MVP. Dica importante: sempre baseie-se em dados e não no que você

gostaria que acontecesse.

Faça o rascunho

Agora que você já tem quais dados serão importantes para definir o sucesso, comece a construir o MVP de fato. Para auxiliar essa fase, é interessante aliar à construção do MVP ferramentas que auxiliem no processo de testar conceitos. Isso inclui o Design Sprint (saiba o que é isso no microbook sobre o livro [Sprint](#)) e outras que possibilitem um desenvolvimento mais ágil, como o Scrum.

Para colocar em prática, determine também a mão de obra. Se for um aplicativo, por exemplo, você tem habilidades de programação? Ou alguém na startup já tem jogo de cintura nessa parte, nem que seja para quebrar o galho?

Escolha um público para testar

É interessante escolher o público que ofereceu a “levantada de mão” lá na primeira sondagem. Mas se isso não for prático o suficiente, escolha early adopters que estejam ao seu alcance. Procure ter certeza de que está aplicando o MVP em pessoas que têm a necessidade que será suprida pelo produto. Ou seja: aquilo precisa ter valor para esse grupo.

Análise resultados

Retire o máximo de informações na hora de pedir feedback ao grupo de teste. Prepare perguntas e grave as respostas – nada pode escapar.

No final, é interessante que você tenha respondido a pelo menos algumas destas perguntas:

- Quanto os meus clientes pagariam por esse produto?
- Quantos clientes se interessaram?
- Quais foram os perfis de público que se interessaram?
- Quais grupos de funcionalidades realmente foram usados no produto?

- Quantos clientes sentiram que suas dores foram curadas?
- Quantos clientes voltariam a utilizar o produto?

Procure observar os resultados com uma perspectiva de fora. Se não for assim, você corre o risco de estar muito apegado à ideia e pode fazer interpretações equivocadas dos resultados.

0 MVP não precisa ser perfeito

Você não precisa testar sua solução com um MVP perfeito. Ele precisa apenas demonstrar o que você quer fazer e provar que aquilo dá certo. Mas teste já sabendo que alguma coisa vai mudar. Muitas soluções são de um jeito em nossa cabeça e de outro quando estão no mercado.

Na plataforma do 12 Minutos, a categoria [Empreendedorismo](#) possui títulos importantes para o seu sucesso como empreendedor. Não deixe de fazer seu trial e conferir! Pode ter certeza de que as respostas para muitas de suas dúvidas estão entre os livros que disponibilizamos – afinal, são os melhores autores de não ficção do mundo.

Você ainda pode ouvir as versões em áudio para Android e iOS. Assim, esperar não será mais o equivalente a perder tempo!



Boa sorte ☐