DICAS

para a inscrição no

COCREATIONLAB

olá, empreendedor!

Nosso formulário de inscrição é bastante simples e intuitivo, mas nós preparamos algumas dicas para você sobre as questões que envolvem o detalhamento da sua ideia. Então, antes de responder o formulário, dê uma olhadinha nessas dicas!

1

*Qual o **problema***

que a sua solução resolverá?

Geralmente, quando temos uma ideia, pensamos em uma solução. Por exemplo, abrir uma cafeteria gourmet, ou lançar uma plataforma de cursos online, ou qualquer outro produto ou serviço.
Mas será que as pessoas realmente querem, ou precisam, desses produtos ou serviços?
O quanto elas pagariam por eles? O que eles trariam de benefícios para elas? Isso irá definir o seu problema.

Por exemplo, talvez uma plataforma de cursos online em determinada área que ainda não tenha oferta, venha resolver o problema de acesso ao conhecimento em determinado assunto, de falta de recursos de tempo e financeiro para estudarem em outras escolas ou universidades, ou outras questões que serão percebidas como valor para as pessoas.

2

Qual é o seu segmento de clientes?

Quem será ***o cliente da sua solução?***

2

Quando iniciamos um negócio é comum pensarmos que todas as pessoas são possíveis clientes, mas normalmente isso não é verdade. Diante de tantos produtos e serviços no mercado, provavelmente, você só conseguirá atender a um grupo, ou a alguns grupos de clientes.

Por exemplo, se você está lançando um aplicativo de exercícios físicos, em teoria, qualquer pessoa poderia utilizar. Afinal, exercícios são indicados para a saúde de todos.

Mas, na prática, pense em qual o comportamento das pessoas que realmente se interessarão pelo seu produto: quem tem acesso às tecnologias e facilidade no seu uso, quem já possui interesse em praticar atividades físicas, quem não tem disponibilidade de fazer isso de outras formas, ou prefere a prática de forma isolada, quem busca um investimento mais baixo por um acompanhamento profissional nas atividades físicas, e assim por diante.

Basicamente, pense em quais são as necessidades específicas dessas pessoas, quais canais ou pontos de contato elas terão com o seu negócio (por exemplo, um grupo que compra online, outro em lojas físicas especializadas), o quanto elas estão dispostas a pagar pelo seu produto ou serviço, ou seja, informações relativas ao comportamento dessas pessoas, além do perfil demográfico (idade, nível educacional, renda, entre outros), geográfico (seu produto atende pessoas de um determinado local?) e seu estilo de vida.

3

*Você **já validou o problema e o segmento de clientes** do seu projeto?*

Validar é verificar se o seu problema de fato é percebido como algo importante para as pessoas que você definiu como clientes. Você já perguntou para algumas pessoas que fazem parte do seu segmento de clientes sobre as suas necessidades, sobre o valor que elas percebem na sua ideia e, principalmente, sobre o quanto eles necessitam solucionar o que você identificou como problema?
Se você já verificou isso, conte como foi feito e quais foram os resultados. Se você ainda não fez essa verificação, tudo bem!

4

Qual é a sua solução?

A sua ideia para atender o problema identificado dos seus clientes.

Explique um pouco o que você imagina que irá resolver o problema, as necessidades, das pessoas que você identificou como clientes. Por exemplo, se o problema é a falta de orientação sobre como fazer exercícios físicos em casa, o aplicativo seria mesmo a solução? O que ele deveria conter? Como poderia trazer benefícios a essas pessoas?

5

Qual é o **diferencial da sua solução**

perante os seus concorrentes?

Identificar o que já existe no mercado para solucionar problemas similares ao que você percebeu é fundamental para você não propor algo que já é ofertado, ou saber o que você poderá propor de diferente em relação às soluções existentes. Um diferencial é aquilo que só você terá, ou ao menos que será difícil seu concorrente possuir. Por exemplo, se o seu produto é uma nova roupa com proteção solar e você compra o tecido de um fornecedor, esse insumo não será o seu diferencial, pois o mesmo fornecedor poderá vender o tecido a outros fabricantes. Seu diferencial pode estar tanto em aspectos intrínsecos do seu produto ou serviço – uma inovação tecnológica, ou em processos – quanto na sua forma de venda, no seu atendimento, nos seus serviços adicionais, desde que seja algo que só você possui dessa maneira.

6

*Indique os **pontos fortes e fracos***

do seu projeto em relação aos seus

concorrentes

Um ponto forte ou fraco diz respeito a algo interno da sua empresa. Pode estar relacionado a sua capacidade produtiva, ao seu conhecimento, à formação da sua equipe, aos seus recursos, entre outros. São características do seu negócio. Por exemplo, um ponto forte pode ser o alto conhecimento em experiência do usuário e interfaces digitais, em um segmento de mercado no qual isso ainda não é comum. Por outro lado, o ponto fraco pode ser a falta de recursos humanos para desenvolver determinados produtos do seu negócio.

7

*Já foi desenvolvido algum **protótipo** para validar a solução?*

7

Um protótipo é um modelo que representa a sua solução. Por exemplo, se você está desenvolvendo um novo calçado, o protótipo seria um modelo em materiais parecidos, que simulem os aspectos dos materiais propostos (ou utilize os mesmos materiais da solução); se é um aplicativo, você poderia ter algumas telas desenvolvidas para mostrar às pessoas que são seus possíveis clientes, para simularem o uso e, assim, darem um retorno para você sobre o que está funcionando bem ou não na sua solução.

E o mais importante...

Seja sicero (a) em suas respostas! Não tem problema se você não tiver feito um protótipo ainda, ou se não souber exatamente o perfil dos seus clientes, por exemplo. Nós queremos justamente saber em que estágio a sua ideia de negócio se encontra!

Insreva-se e venha cocriar com a gente!

cocreation
lab