

JORGE RANIERE

MÉTODOS ÁGEIS PARA
PEQUENOS NEGÓCIOS



AMBIDESTRIAL EMPRESARIAL



ORGANIZAÇÕES AMBIDESTRAIS

Como combinamos
escalabilidade com
criatividade para
gerar inovação.

ESCALA E PRODUTIVIDADE

- Formalização e compliance.
- Controle e monitoramento
- História e experiência

AMBIDESTRIA

Otimização e entrega



Descoberta e renovação

- Insights e previsões
- Inspiração e paixão
- Tentativa e erro.

VELOCIDADE E CRIATIVIDADE

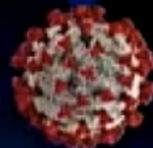
Eu sei que é difícil querer **'pensar diferente'** quando as previsões de caixa estão limitadas. Porém, é urgente explorar a **Ambidestria Organizacional** nos tempos desafiadores que estamos vivenciando para a continuidade e sobrevivência dos negócios.



ÁGIL E CONTÍNUO



COVID



2000



2020

1.0

2.0

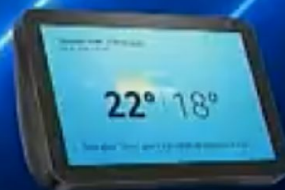
3.0

4.0

1990



2010



O QUE É O MÉTODO ÁGIL E CONTÍNUO?

*A tarefa mais desafiadora de uma transformação não é entender as tendências e decifrar o futuro, mas ser contemporâneo, usar as ferramentas, aplicar as metodologias, acompanhar as mudanças em tempo real. Isso é ser **ÁGIL**.*
(Arnaldo Jabor)

O subdesenvolvimento é a falta de acesso ao presente. É muito comum encontrar gestores, donos de empresas que afirmam ter realizado um trabalho fantástico na empresa a 10, 20, 30 anos e simplesmente esquecem que é necessário por exemplo acompanhar as necessidades da geração atual que compra o seu produto ou serviço. Isso é ser **CONTÍNUO**.

Exemplo: Assinatura de contratos (papel impresso, digital)



ÁGIL E CONTÍNUO

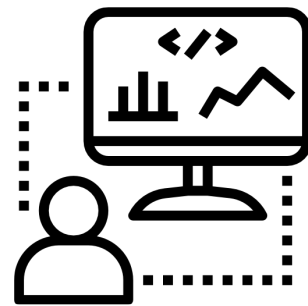
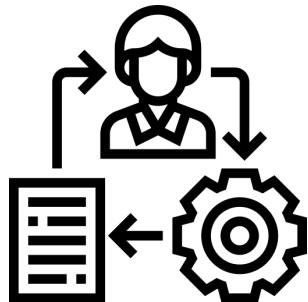
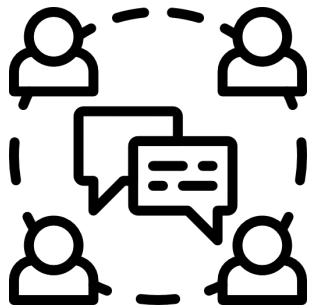


MÉTODOS

PROCESSOS

TEMPO/PRAZOS

ANÁLISE DE DADOS

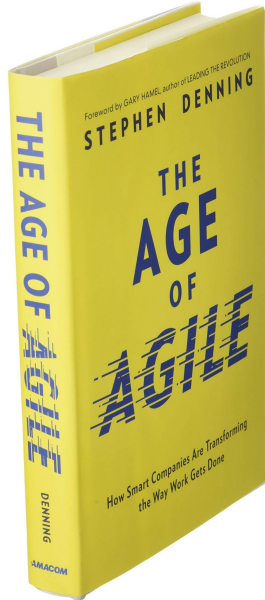


AS TRÊS LEIS FUNDAMENTAIS DO MÉTODO ÁGIL



Em seu livro *The Age of Agile* (2018), **Steve Denning** define o *mindset* ágil em três leis:

- a lei do consumidor, que consiste em, de forma obsessiva, entregar muito valor aos consumidores;
- a lei dos times pequenos, na qual o trabalho deve ser realizado por pessoas organizadas em pequenos times auto-organizados, que trabalham em ciclos pequenos e focam em entregar valor ao consumidor;
- a lei das redes. em que as equipes devem colaborar em rede com os outros times.



Além das três leis de Steve Denning, é preciso destacar que, ao adotarem o *mindset* ágil, as organizações precisam criar um ambiente com valores internos, que permitam a realização de experimentações e busquem soluções que agregam maior valor ao usuário, considerando um mundo em constante mudança.

É necessário alinhar quais são os **objetivos de negócio e os resultados desejados** pela organização e por cada equipe, saindo do paradigma de “a minha tarefa” (algo individualista) para o “nosso objetivo”, a fim de potencializar a colaboração.

MINDSET ÁGIL

Ser ágil não significa ser **rápido** para entregar seus projetos, significa ser capaz de se adaptar para entregar com frequência com foco em entregar o maior valor para seu cliente final.

Na prática, o que deve ser feito para desenvolvê-lo na sua EMPRESA?

1. Mude o mindset;
2. Reconheça os desafios do setor;
3. Defina as metodologias ágeis mais úteis;
4. Entenda quais são os métodos e frameworks;
5. Priorize o assunto.



AGILE MINDSET

"DOING" AND "BEING" AGILE

LEFT RIGHT

LOGIC
STRUCTURE

SOCIAL
EMOTIONAL

ACTIONS

- Demonstrate agility by enacting it yourself
- Inspect/adapt (empiricism)
- Manage the system of work, not its people
- Optimise flow of work
- Alignment, cadence and synchronisation
- Economic and value prioritisation

FRAMEWORKS

- Lean and Kanban
- Scrum
- XP
- SAFe®
- Nexus
- Scrum @ Scale
- LeSS

AGILE
PRACTICES

AGILE
MANIFESTO

4 VALUES

- Individuals and interactions
- Collaboration
- Working solutions
- Responding to change

ETHICS

- Psychological safety
- Self-organisation
- Respect for people

12 PRINCIPLES

- Prioritise by value
- Systems thinking
- Transparency
- Decentralised decision-making
- Learning environment
- Feedback loops
- Agile as a "way of working"
- Team work
- Simplicity



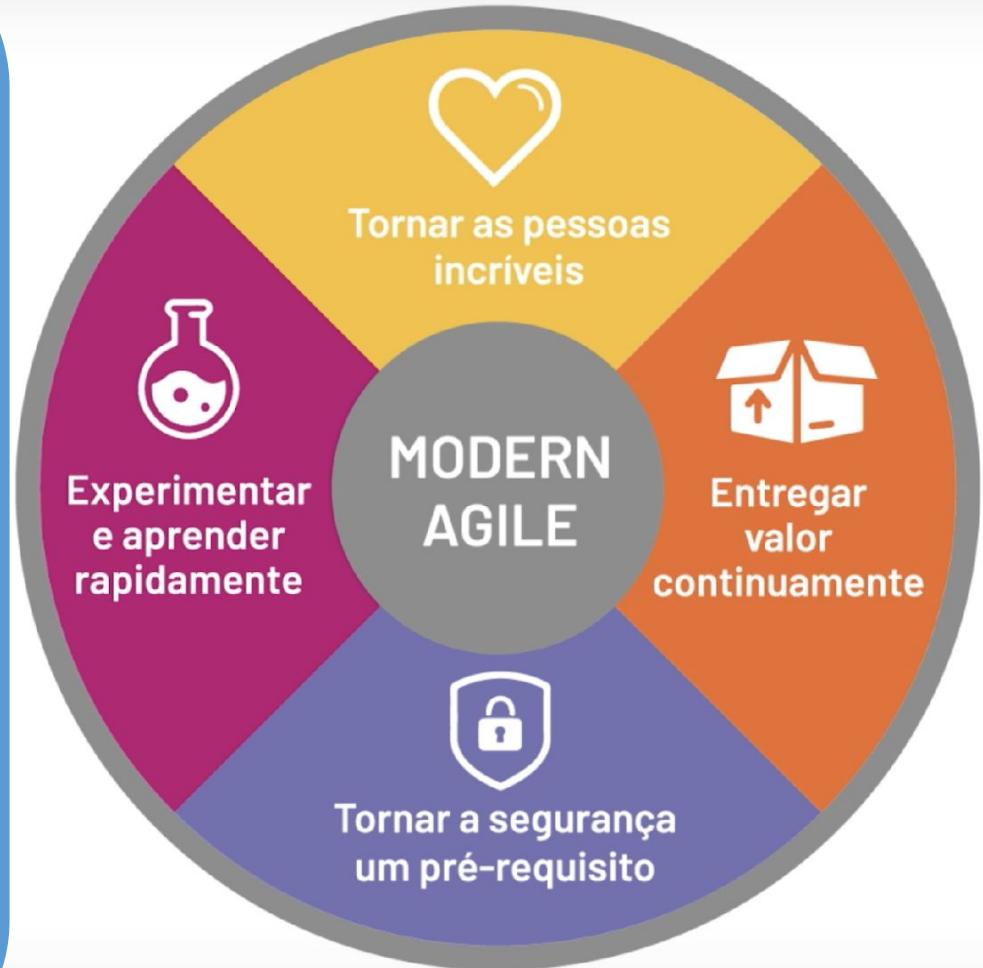
Quais são os 12 princípios do Manifesto Ágil?

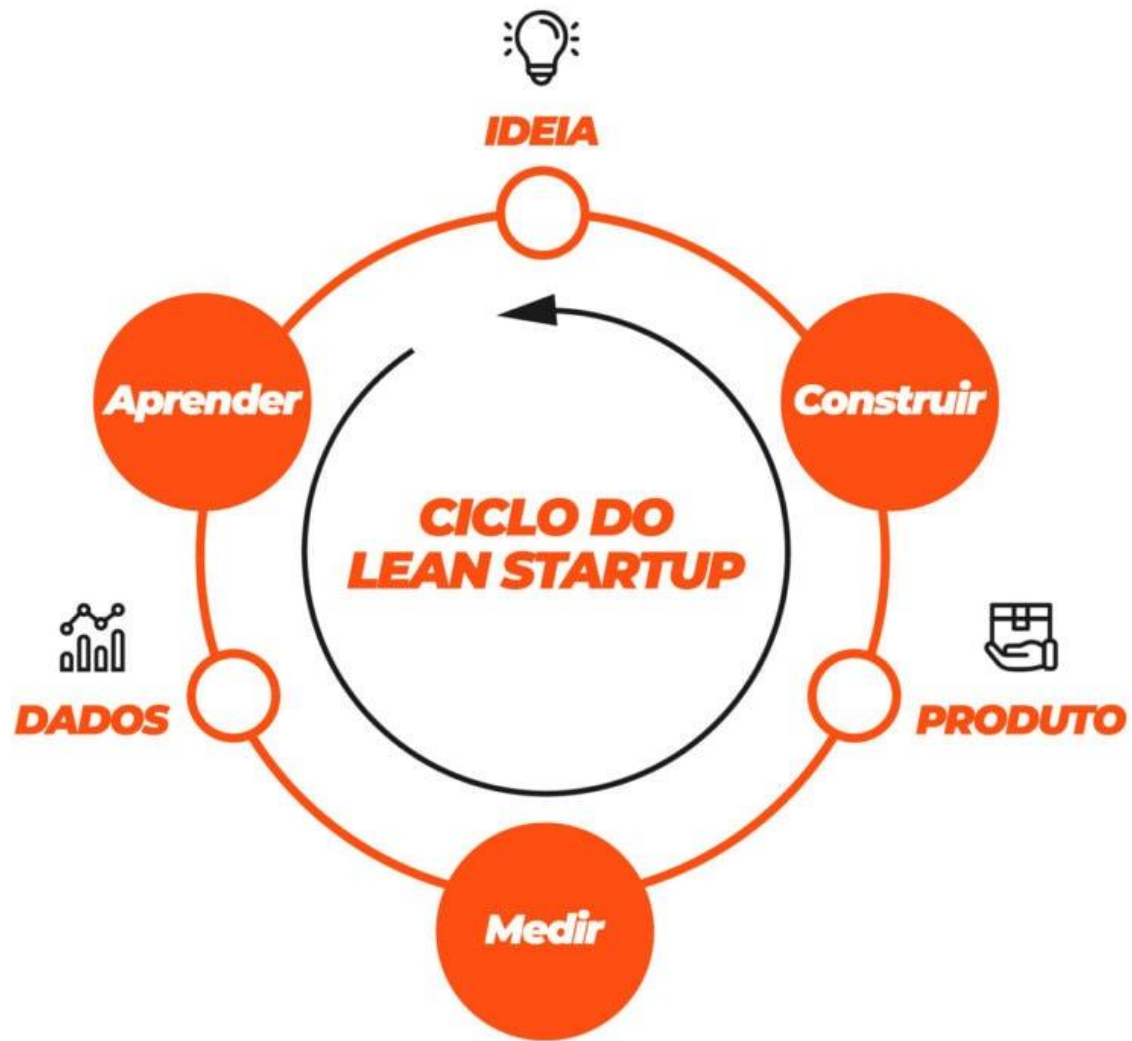


MÉTODOS ÁGEIS MODERNOS



No ágil moderno, perguntamos: Como podemos tornar as pessoas em nosso ecossistema incríveis? Isso inclui as pessoas que usam, fabricam, compram, vendem ou financiam nossos produtos ou serviços. Aprendemos seu contexto e pontos problemáticos, o que os retém e o que eles aspiram alcançar. Como podemos torná-los incríveis?





LEAN STARTUP

No universo da gestão, os empreendedores aprendem que, para começar um negócio, devem fazer um **plano de negócios**. Isso é: um longo texto descrevendo a oportunidade, o problema que o negócio resolverá e a solução proposta pela empresa que nascerá. O plano também precisa ter **projeções de receita, lucro e fluxo de caixa** para os cinco anos seguintes. O movimento Lean startup chegou para colocar tudo isso em cheque.



LEAN STARTUP

Em primeiro lugar, o empreendedor deve estar ciente de que antes de lançar seu produto – mesmo que tenha feito muita pesquisa – não tem nada além de hipóteses que precisa comprovar.

A metodologia propõe que o empreendedor use uma ferramenta chamada Canvas para montar o seu modelo de negócio. Basicamente, o Canvas é um diagrama que mostra como a empresa cria valor para si e para os clientes.



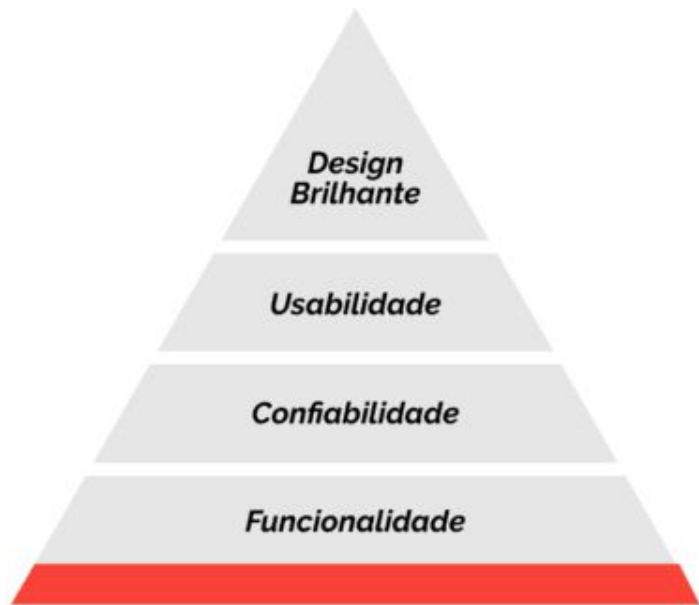
LEAN STARTUP

Em segundo lugar, o empreendedor deve testar as suas hipóteses com a abordagem chamada de “**desenvolvimento com clientes**”,

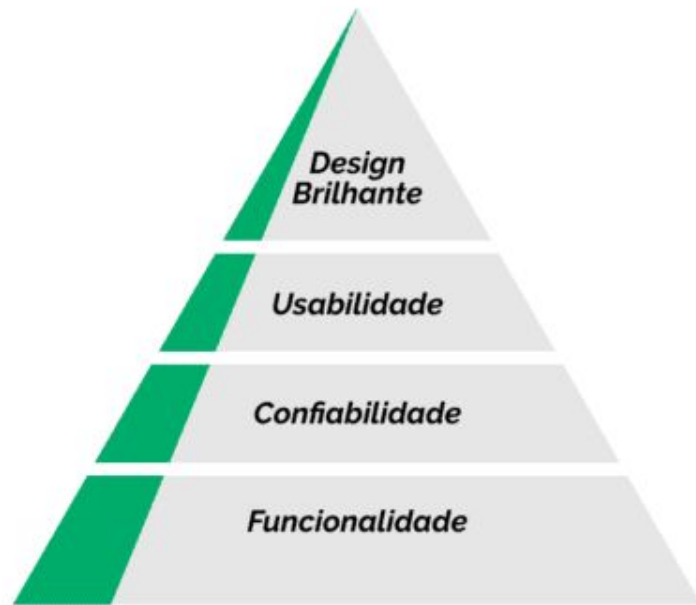
Isso significa que a empresa conversa com potenciais usuários, compradores e parceiros para pegar sua opinião sobre todo e qualquer elemento do modelo de negócios, incluindo características do produto, preços, canais de distribuição e estratégias econômicas de aquisição de clientes.



PRODUTO MÍNIMO VIÁVEL



X MANEIRA **ERRADA** DE FAZER UM MVP



✓ MANEIRA **CORRETA** DE FAZER UM MVP

MVP

Ao aplicar o **MVP** (Produto Mínimo Viável) é importante, inicialmente, que a equipe responsável defina a proposta de valor (solução para o cliente e funcionalidades) que o produto se desenvolverá no mercado.

1 – Testes (Busca por resposta de mercado)

Um fator fundamental é monitorar e analisar o nível de resposta do mercado. Ao aplicar essa ferramenta, temos o momento de compreender o interesse do mercado no produto a ponto de justificar o investimento inicial no projeto.



MVP

2 – Detalhes a serem compreendidos

Ao inserir o MVP (Produto Mínimo Viável), é importante que os gestores compreendam o nível de receptividade do cliente em potencial para validar a proposta de valor.

Procurar compreender também os principais pontos de melhoria que podem ser considerados para aumentar os resultados possíveis.

3 – Interação

Dentre os principais passos da aplicação do MVP é fundamental a interpretação das respostas recebidas.

Na maioria dos casos, o cliente pode relatar opiniões e reclamações importantes, porém algumas informações podem fazer sentido, enquanto outras não.



MVP

4 – Avaliação do investimento

Antes de lançar o produto no mercado, é importante analisar as hipóteses levantadas no projeto, avaliar os resultados dos testes de desenvolvimento e de mercado e revisar os orçamentos previstos.

É importante que o gestor crie uma lista de prioridades, priorizando o que realmente faz sentido para a construção de valor da proposta do produto.



