

HIPÓTESES:

**O QUE SÃO,
COMO VIVEM,
O QUE FAZEM**

■ E HOJE, NO GLOBO REPÓRTER

Vamos mergulhar no mundo das hipóteses. Quem são? O que fazem? Como vivem?

Como elas fazem parte da nossa vida?

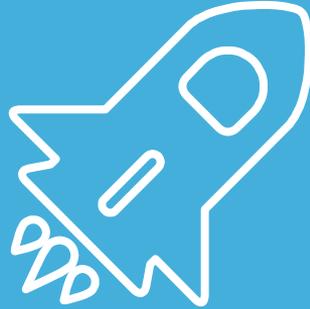


1.

O QUE SÃO

“

Uma hipótese é o nome dado a um problema ou oportunidade identificado e que precisa de atenção.



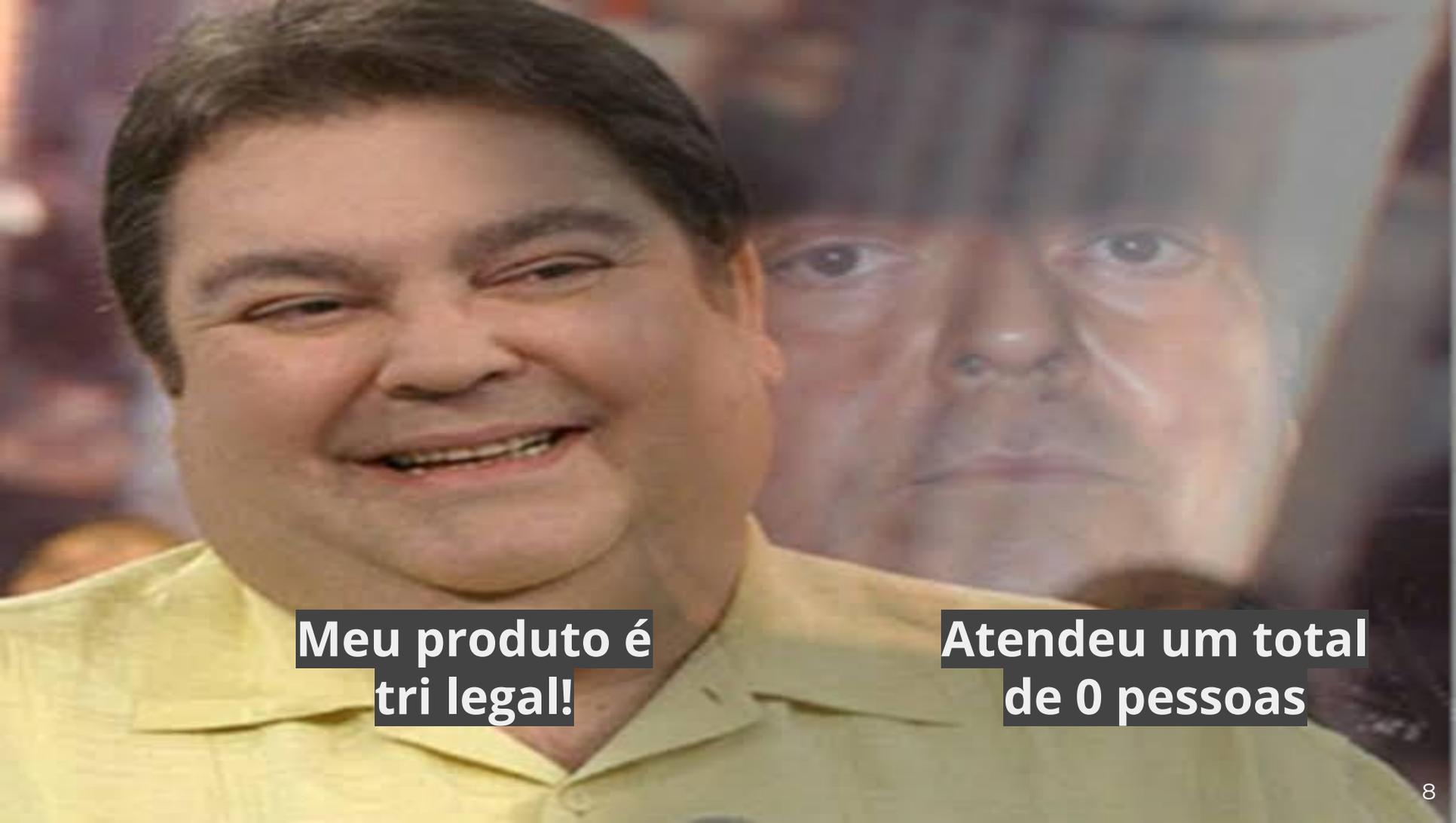
PREMISSA

Uma hipótese coloca no centro da nossa atenção a pergunta: Este produto **pode/deve** ser construído? Qual o resultado de valor esperado **desta iniciativa**?

Uma hipótese abraça o conceito de que **toda demanda merece um olhar atento** e precisa resolver um problema. Portanto, toda iniciativa carrega em si o fato de que são apenas apostas, suposições de que algo vai dar certo.

2.

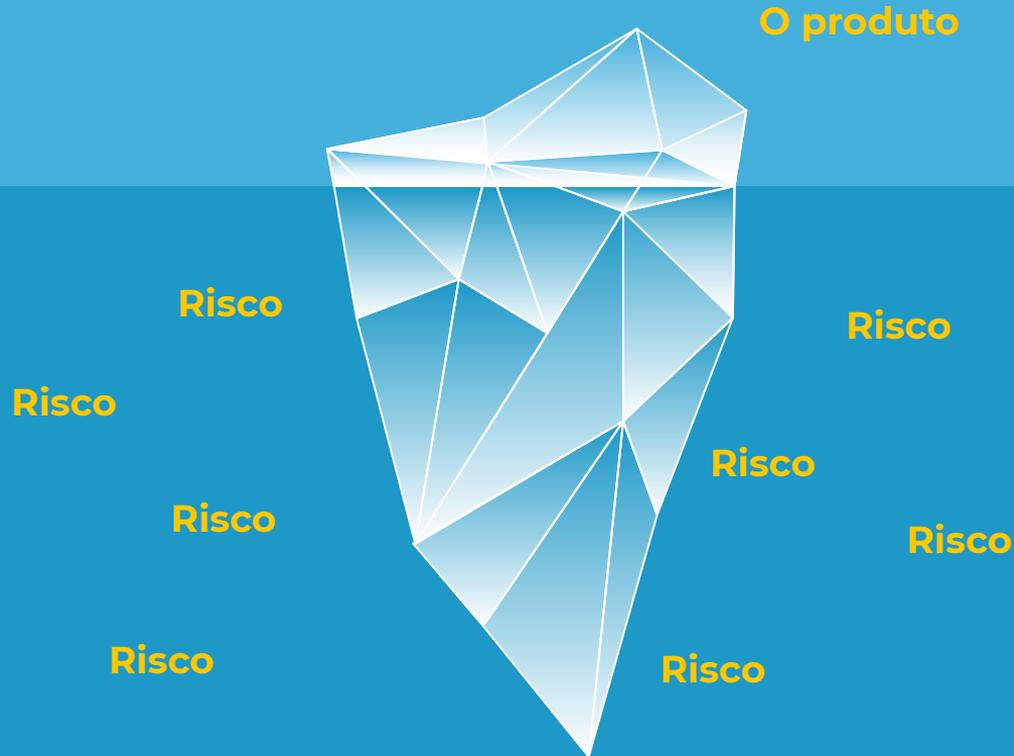
O QUE FAZEM



**Meu produto é
tri legal!**

**Atendeu um total
de 0 pessoas**

ACHO QUE ESSE PRODUTO VAI ARRASAR!



NO GERAL, NOSSA MISSÃO ENQUANTO GESTOR DO PRODUTO É REDUZIR RISCO

- Enquanto não quantificamos e exploramos nossas suposições, elas são carregadas de risco.
- Sem evidências e métricas, nossas suposições são só achismo.

■ TANGIBILIZANDO UMA SUPOSIÇÃO

Output/Saída

Feature entregue em produção. Fácil de identificar, porque você pode ter entregue a feature ou não.

Outcome/Entregável

É a mudança que a feature propõe. Com uma feature entregue, o que se espera em termos de negócio em nível tático?

Impact/Impacto

Qual impacto da mudança para o ecossistema em que ela se encontra? Qual objetivo de negócio (High-level) está sendo perseguido?

■ OUTPUT, OUTCOME, IMPACT

- Output: Entreguei uma nova área de ofertas
- Outcome: Rendeu 10000 visualizações e 1000 cliques no primeiro mês de vida
- Impact: Ajudou a monetizar 1000 clientes no primeiro mês, trazendo R\$ 5000,00 de incremento de faturamento.

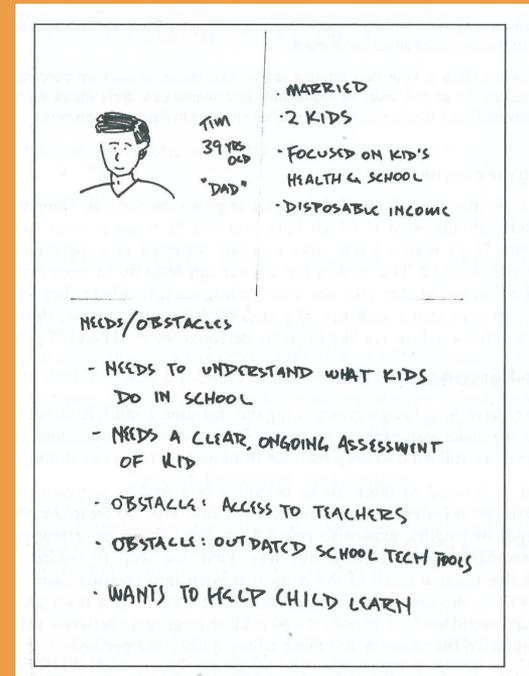
Não se esqueça do usuário

A empatia também se aplica aqui.

Mas lembre-se:

Você não é seu usuário.

Por isso, pesquise para entender mais sobre ele.



COMPLETANDO A SUA DECLARAÇÃO DE HIPÓTESE

Uma hipótese precisa conter:

- Os *business outcomes* que estamos tentando atingir
- Os *usuários* que estamos tentando atender
- Os *outcomes de usuário* esperados para atingir ao objetivo do usuário
- As *funcionalidades* que podem funcionar na situação do usuário

DECLARAÇÃO DA HIPÓTESE (PARA ■ UMA FEATURE)

Nós acreditamos que será alcançado este
[outcome de negócio]
se [este usuário]
conseguir com sucesso [seu outcome de usuário]
com [esta funcionalidade].

3.

COMO VIVEM

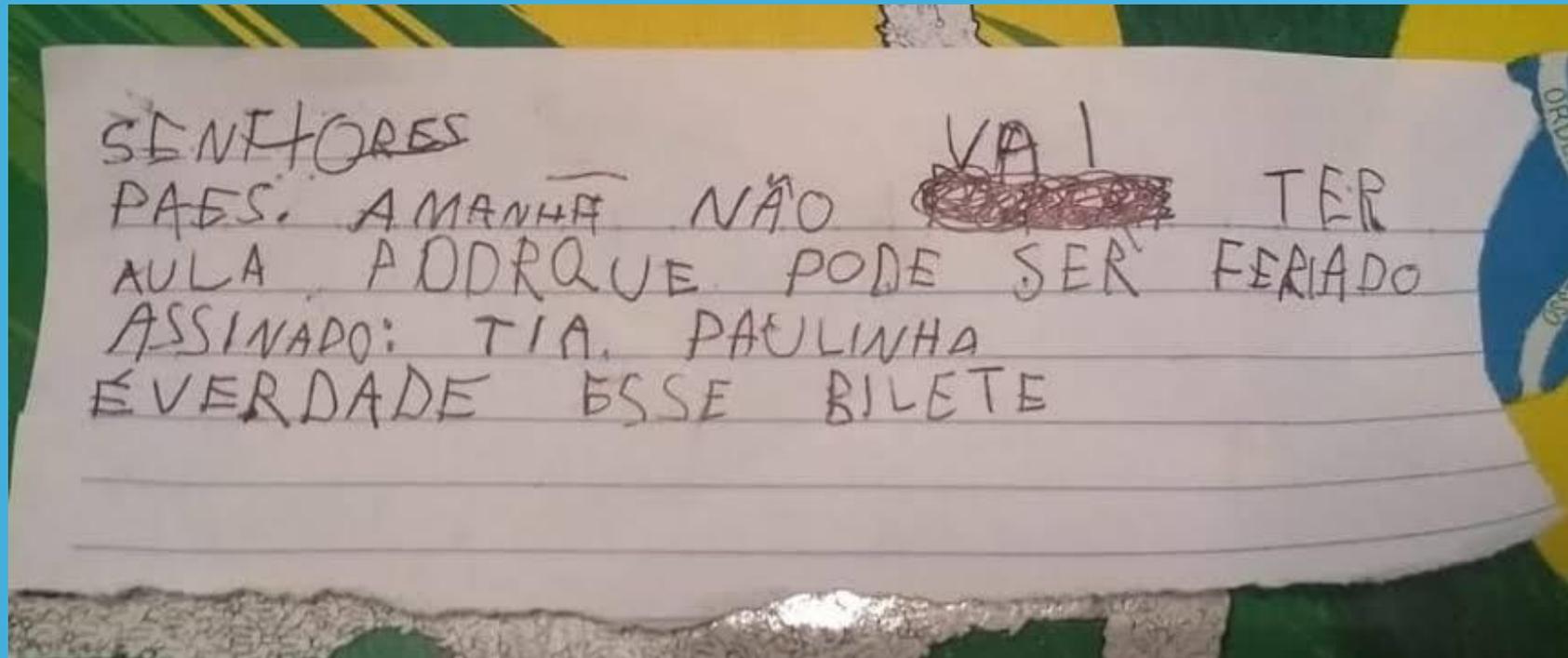
UMA HIPÓTESE VIVE DE MÉTRICAS



SABEMOS QUE UMA HIPÓTESE É VERDADE SE OBSERVARMOS

- 1) qualitativo e/ou
- 2) quantitativo e/ou
- 3) alteração em algum indicador/KPI.

■ E AÍ, É VERDADE ESSE BILETE?



ALIMENTANDO SUA HIPÓTESE, COM MÉTRICAS DE PIRATA “AARRR”



Outros **KPIs** para monitorar

ROI



O Retorno do Investimento. Se dá pela subtração do Retorno (Total de Receita) - Investimento

CoD (Cost of Delay)



Determina o impacto financeiro que um problema não resolvido pode ter

CAC



Custo de Aquisição de um Cliente. Quanto custou este cliente até que ele se ativasse em seu produto? Quanto ele traz de receita?

LTV (Lifetime Value)



O valor gasto por um cliente durante todo o ciclo de vida dele.

Taxa de Churn



Quantos % dos clientes são perdidos num período

NPS



Qual o nível de satisfação do cliente com seu produto ou serviço?

■ Em quanto tempo validar?

A resposta é: Depende da situação e métrica!

Como trabalhamos reduzindo risco, o ideal é estimarmos em quanto tempo aquele risco pode ocorrer e validar antes deste período.

Recapitulando nossa declaração de hipótese

Nós acreditamos que será alcançado este [outcome de negócio] se [este usuário] conseguir com sucesso [seu outcome de usuário] com [esta funcionalidade].

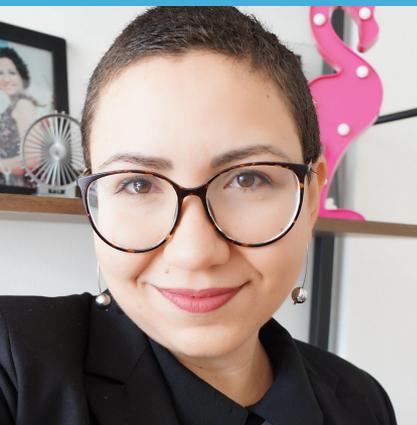
Saberemos que isto é verdade se observarmos este feedback:

- 1) qualitativo e/ou
- 2) quantitativo e/ou
- 3) alteração em algum indicador/KPI.

Por fim... erre rápido, aprenda mais
■ rápido ainda

DESAPEGA

**Vamos
experimental?**



Obrigada!

PRISCILA CHAGAS

Especialista de Produto @ PagSeguro,
apaixonada por problemas.



Priscila Ribeiro Chagas



priscilachagas.com
cafecomanalisedenegocios.com.br



pribeirochagas@gmail.com

■ CREDITS

Special thanks to all the people who made and released these awesome resources for free:

- Presentation template by [SlidesCarnival](#)
- Images by Freepik

PRESENTATION DESIGN

This presentations uses the following typographies and colors:

- Titles: **Montserrat**
- Body copy: **Open Sans**

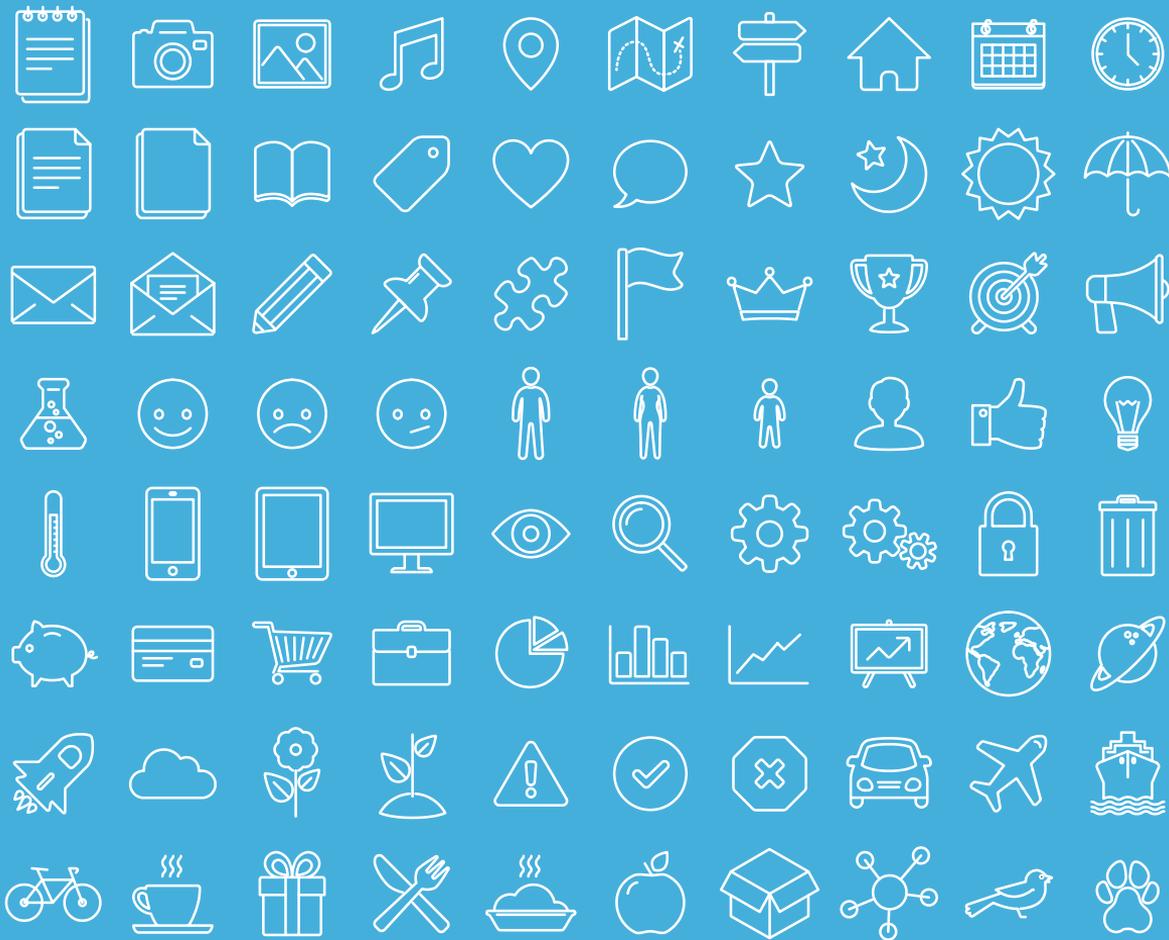
You can download the fonts on these pages:

<https://www.fontsquirrel.com/fonts/montserrat>

<https://www.fontsquirrel.com/fonts/open-sans>

- Teal (background) **#45afdc** / Teal (text) **#1d98c7**
- Gold (background) **#ed9e46** / Gold (text) **#ffc800**

You don't need to keep this slide in your presentation. It's only here to serve you as a design guide if you need to create new slides or download the fonts to edit the presentation in PowerPoint®



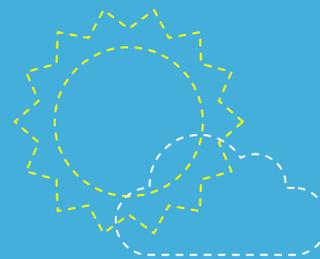
SlidesCarnival icons are editable shapes.

This means that you can:

- Resize them without losing quality.
- Change line color, width and style.

Isn't that nice? :)

Examples:



Now you can use any emoji as an icon!

And of course it resizes without losing quality and you can change the color.

How? Follow Google instructions

<https://twitter.com/googledocs/status/730087240156643328>



and many more...



Free templates for all your presentation needs



For PowerPoint and
Google Slides



100% free for personal
or commercial use



Ready to use,
professional and
customizable



Blow your audience
away with attractive
visuals