

Sumário

Agradecimentos Especiais

Prefácio

Introdução

Capítulo 1: A Revolução das *Startups*

- O Mito do Visionário (Take 1)
- O Mito do Visionário (Take 2)
- Estudo de Caso: Revolução no Setor de Capital de Risco
- Ou Seja, a Disrupção Dói
- Estudo de Caso: Criação de Valor Customizado
- Dando a Deixa para a *Startup* Enxuta
- Startup* Enxuta, Este É o Empreendedor Enxuto

Capítulo 2: Visão, Valores e Cultura

- Visão e Valores
- Estudo de Caso: O Problema Realmente Tem Solução?
- Mergulhe de Cabeça: A Cultura da *Startup* Enxuta
- Estudo de Caso: O Pontapé Inicial Movido pela Experiência
- Estudo de Caso: KISSmetrics
- Estudo de Caso: Análise da Causa Raiz em Vendas
- Sobre o Horizonte: Uma Estrutura Conceitual
- Estudo de Caso: Horizontes da *Startup* Enxuta

ix	Capítulo 3: Todos os Peixes do Mar	69
xv	Estudo de Caso: A Etologia dos Peixes	72
xvii	Conheça Seu Público: Por que a Segmentação É Importante	74
	Segmento de Mercado	78
1	<i>Personas</i> : Crie um Cliente Falso	80
1	Estudo de Caso: O Estoque de Peixes de Salim	81
4	Escolhendo um Segmento de Mercado	83
7	Estudo de Caso: Os Empregos dos Sonhos de Carla	84
14	Estudo de Caso: Questão de Nome	87
24		
26	Capítulo 4: Avançando no Fluxo de Valor	93
29	Articulando o Fluxo de Valor	93
	Estudo de Caso: Enxergando com os Olhos do Cliente	95
35	A Descoberta do Fluxo de Valor	102
35	Estudo de Caso: O Grande Obstáculo da Appfog	114
	Capítulo 5: Mergulhando de Cabeça	121
	Escute os Seus Clientes — ou Não	122
	Interação com o Cliente	126
	Estudo de Caso: Não Saia Apenas do Escritório, Saia do País	128
	Estudo de Caso: Qual É a Pior Coisa que Pode Acontecer?	135
	Estudo de Caso: Uma <i>Startup</i> Enxuta sem Fins Lucrativos	137

Capítulo 6: Testes de Viabilidade	145		
A Infame Página Inicial	146	Estudo de Caso: <i>Startup</i> Enxuta com Impacto Social	196
“Teste de Concierge”	148	Estudo de Caso: Mas o Meu Marinara É de Comer Ajoelhado!	199
Estudo de Caso: Curadoria da Experiência do Usuário	149	Estudo de Caso: O2, Telecom na Velocidade da Internet	205
Teste do Mágico de Oz	153	Capítulo 9: Os Verdadeiros Visionários Têm Visão de Funil	209
Estudo de Caso: Ideia para o Teste do Mágico de Oz em Menos de 90 Dias	154	Inove o Funil	211
Teste de Crowdfunding	155	Ondas de Crescimento	227
Estudo de Caso: a <i>Startup</i> Enxuta em um Mercado Controvertido	157	Estudo de Caso: Dez Perguntas sobre a <i>Startup</i> Enxuta para Rob Fan	234
Desenvolvimento de Protótipos	160	Capítulo 10: Uma Palavra Final	245
Estudo de caso: MVP: Protótipo de Veículo Motorizado	162	Estudo de Caso: Bebendo Kool-Aid e Utilizando o Próprio Produto	249
Capítulo 7: Dados: Uma Faca de Dois Gumes	165	Notas	257
Estudo de Caso: Disrupção do Indisruptível	169	Agradecimentos	261
Novos Produtos	172	Sobre os Autores	264
Produtos Existentes	177	Índice	269
Estudo de Caso: Instrumentando o Crescimento	180		
Capítulo 8: O Vale da Morte	185		
Produto Minimamente Viável (MVP)	187		
Estudo de Caso: A MVA (<i>Minimum Viable Audience</i> – Audiência Mínima Viável)	192		