

Guia de Formatos de MVP

Seis jeitos de testar antes de construir:
o que cada um prova, quanto custa e quando usar.

regra de bolso: escolha o formato mais barato que produz
comportamento observável sobre a sua hipótese mais arriscada



Concierge

O QUE É

Você entrega o serviço na mão, manualmente, pra um punhado de clientes. Uma pessoa fazendo por planilha e telefone o que o produto faria por código.

O QUE PROVA

Prova se o cliente quer o RESULTADO e paga por ele. Ensina como a entrega funciona de verdade, no detalhe que nenhuma entrevista alcança.

QUANTO CUSTA

Quase nada em dinheiro; bastante em hora do founder.

QUANDO USAR

Quando a dúvida central é sobre o valor da entrega em si, antes de qualquer tecnologia.

O CUIDADO

Não confunda com prestar serviço pra sempre: o concierge tem prazo e meta de aprendizado.

Mágico de Oz

O QUE É

O cliente vê uma fachada de produto e acha que é automático — por trás, tem gente operando cada pedido.

O QUE PROVA

Prova o comportamento de USO real numa experiência igual à do produto final, antes da tecnologia existir.

QUANTO CUSTA

Baixo em software; médio em operação manual escondida.

QUANDO USAR

Quando a experiência automática é a promessa e você precisa ver o uso antes de construir o motor.

O CUIDADO

A operação manual precisa aguentar o volume do teste sem quebrar a promessa feita ao cliente.

Página com botão de compra

O QUE É

Uma landing descrevendo o produto, com preço e botão de comprar ou reservar.

O QUE PROVA

Prova intenção verdadeira no ponto mais honesto: o clique de quem acha que está comprando.

QUANTO CUSTA

Um fim de semana de trabalho e um pouco de tráfego.

QUANDO USAR

Cedo, pra testar promessa e disposição de pagar antes de qualquer construção.

O CUIDADO

Prova interesse e mensagem; não prova entrega nem retenção. E seja transparente no pós-clique.

Vídeo de demonstração

O QUE É

O produto mostrado em vídeo antes de existir por inteiro, com lista de espera na saída.

O QUE PROVA

Prova interesse em valor difícil de demonstrar ao vivo. O caso clássico é o do Dropbox, que validou fila de milhares com um vídeo.

QUANTO CUSTA

Baixo a médio, conforme a produção.

QUANDO USAR

Quando o valor é visual e a construção é cara demais pra testar construindo.

O CUIDADO

Lista de espera com e-mail de verdade é o dado; visualização de vídeo sozinha é vaidade.

Protótipo navegável

O QUE É

Telas clicáveis sem código de verdade, na frente de dez clientes do perfil certo.

O QUE PROVA

Prova compreensão e fluxo; revela objeção cedo, antes do código.

QUANTO CUSTA

Baixo: ferramenta de design e algumas semanas.

QUANDO USAR

Quando o risco é o cliente não entender ou não conseguir usar.

O CUIDADO

Não prova compra — opinião sobre protótipo é gentil por natureza. Combine com teste de preço.

Piloto pago

O QUE É

Cinco clientes reais pagando pra usar a primeira versão de verdade, com acompanhamento próximo e preço de pioneiro (sem ser de graça).

O QUE PROVA

Prova valor, preço e começo de retenção ao mesmo tempo. É o ensaio geral do negócio.

QUANTO CUSTA

O mais caro do catálogo: produto mínimo real + atenção intensa.

QUANDO USAR

Depois dos formatos baratos apontarem direção; antes de escalar qualquer coisa.

O CUIDADO

Cobre de verdade: piloto grátis testa outra coisa, e o desconforto do preço é parte do dado.