

AGÊNCIA COLUCCI

Growth Hacking
TÉCNICAS PARA
Crescer sua empresa

AC

AGÊNCIA COLUCCI

INTRODUÇÃO

Atualmente qualquer empresa precisa vender mais e crescer, isso é uma questão de sobrevivência e não um discurso fantasiado e pronto, para isso existem diversas técnicas e estratégias diferentes no mercado e uma delas é as aplicadas no growth hacking.

Foi desenvolvida com o objetivo de experimentar e pivotar startups, empresas com produtos iniciantes em seus mercados com o menor custo possível e obtendo os melhores resultados.

E por este motivo você entender o que é growth é tão importante para seu negócio.



Growth hacking é um termo recente no mundo do marketing, onde seu maior objetivo é fazer o negócio crescer de maneira muito rápida focado na eficiência e entrega de resultados.

O termo foi cunhado pelo americano Sean Ellis, um investidor anjo de startups que devido a sua experiência neste mercado conseguiu conceituar e isolar uma nova linha de pensamento, onde o marketing é completamente focado na experimentação, buscando o crescimento agressivo com o menor investimento possível. Sendo aplicada originalmente em startups que se tornaram grandes empresas como Dropbox e Eventbrite.

A **criação do growth hacking** foi algo natural uma vez que ele se deu em um ambiente onde prototipagem é algo muito comum, testes e experimentação faz parte do dia a dia, onde os investimentos com marketing precisam ser precisos para trazer novos clientes pagantes para desenvolver e crescer o negócio que está muitas vezes em sua fase embrionária testando um potencial mercado ainda.

O que é Growth Hacking?

Basicamente é uma nova forma de ver o marketing de maneira diferente, focado em estratégias de experimentação de estratégias e com isso conseguir identificar pontos cruciais nos canais no crescimento do negócio.

O termo growth em português significa “crescer ou crescimento” e o termo “hacking” pode significar “uma modificação/adaptação” basicamente é quebrar as regras do crescimento e reescrevê-las com um método pouco ortodoxo buscando sempre o menor custo com o melhor resultado.

Estes pontos cruciais são baseados em indicadores de performance os famosos KPI (key performance indicators, em inglês) onde é possível acompanhar visualmente as realizações e metas do negócio, baseado nisso tomar as melhores decisões.

Por exemplo, no caso de uma loja virtual um dos principais KPI é a quantidade de vendas realizadas e qual a média que o mesmo cliente já comprou e no caso de um aplicativo é a quantidade de interações e downloads, enfim cada negócio possui seus próprios indicadores que determinam sua performance, sendo neste **momento onde entram as estratégias de growth hacking**.

O growth hacking determinar que uma estratégia deve ser desenvolvida para ampliar a performance deste indicador, gerando resultados que podem ser acompanhados e mensurados além é claro de ter um foco muito bem definido.

No final o grande diferencial é o foco quase que obsessivo de fazer tudo de forma rápida e com o menor custo possível, para conseguir o máximo de informação e conseguir isolar um modelo que tenha comprovação de resultados, este é o principal objetivo conseguir encontrar “brechas” para crescer de maneira rápida com o menor custo possível.

Mas como funciona?

O growth hacking é um processo metódico e pragmático muitas das vezes para conseguir fazer com que o experimento entregue uma quantidade ideal de informações, e apenas com um processo muito bem definido isso é possível.

Por isso não adianta muito “sair” experimentando um monte de coisa sem entender o método e o processo, e para isso o ideal é seguir as quatro etapas definidas no método.

1. Encaixe do Produto no Mercado

Aqui vem o básico a criação de um produto que tenha um público que realmente queira usar, um produto que tenha “fit” - encaixe com o mercado e suas exigências.

Ao sentar e analisar o mercado e o produto desenvolvido é possível entender por que muitas empresas acabam consumindo tempo e recursos em produtos focados em públicos totalmente errados, sem nem ao menos entender a necessidade de seu público e qual o valor real do produto.

na realidade não é necessário criar um produto disruptivo que vai mudar tudo, simplesmente definir um produto que resolva o problema melhor ou mais rápido já é um grande diferencial no que já existe ou mesmo um produto que já é oferecido mas se houver uma pequena modificação, voilá!

Ele encaixa melhor que o do concorrente e as vendas começam a fluir de maneira orgânica. Esta é a etapa para aprimorar, entender e buscar o melhoramento do produto perante o mercado.

2. Definindo os Hacks

Durante a segunda etapa o ideal é formular hipóteses, estratégias e experimentos que podem ser aplicados sempre levando em consideração os custos e a velocidade que esta estratégia vai levar para gerar resultados.

O mais importante aqui é entender os “porquês” e “comos” e deixar a imaginação fluir pois nesse momento que as melhores ideias são desenvolvidas.

3. Escalada Viral

Aqui o ideal é colocar em prática o que foi já de nido e experimentar sempre visando o menor custo possível, e para isso a melhor maneira de conseguir tal escala é usar o principal ativo que uma empresa possui seus clientes!

Exatamente ao criar uma estratégia simples de trazer novos clientes onde quem indicou receba alguma recompensa é uma das abordagens mais simples mas que muitas empresa não fazem, perdendo grandes oportunidades de gerar novos clientes e assim aplicar o mesmo modelos e ir escalando de forma viral.

Claro que existem muitas outras estratégias e métodos mas por enquanto é interessante entender apenas que este é uma das etapas necessárias para aplicar um processo de growth hacking em um negócio.

4. Otimizar & Reter

Nesta etapa provavelmente o modelo está já trazendo resultado agora é o momento de ampliar otimizando cada vez mais os resultados já obtidos com foco em reter o cliente já existente para que ele traga nos clientes para base do negócio.

Neste momento testes, feedbacks e análise de dados cumprem uma função essencial. Você deve verificar as métricas (KPI) para saber como os clientes estão usando seu produto, se eles estão voltando para usá-lo ou não e os motivos para que isso aconteça.

Para quem é recomendado?

O growth hacking é recomendado para todas as empresas não importando o seu tamanho, nicho ou fatia de mercado!

Claro que são processos diferentes enquanto em uma pequena empresa com um produto apenas a movimentação possa ser mais dinâmica uma empresa maior pode levar um pouco mais de tempo para aplicação e implementação mas não é algo impossível e precisa ser difundido nas empresas.

Como aplicar growth hacking

Provavelmente se você é “antenado” em novidades e termos presentes no marketing digital é quase certeza que já esbarrou com o termo em questão, se não temos aqui no blog um artigo bem detalhado sobre o assunto. Já leu sobre? Se sim vamos para o próximo passo que é definir o processo em sua empresa.

Antes de qualquer coisa é importante entender que o growth hacking inicialmente foca na criação de um processo e em um segundo momento na tática, e realmente isso faz todo sentido já que não é por que um modelo funciona para uma empresa que ele vai funcionar para sua empresa, pois os processos internos são diferentes e talvez até o público alvo também seja, além da jornada de compra deste nicho de mercado, enfim tudo é realmente muito diferente.

Por isso que apenas sair por aí “googlando” atrás da estratégia vencedora e a famosa “fórmula” do sucesso não passa de uma referência e um divertimento até, pois no final do dia quando estiver debruçado na mesa estes exemplos “vencedores” apenas irão servir como uma referência e nada mais do que isso.

Por que na real você realmente precisa entender as referências para ter uma base ideal mas no final das contas vai ser com sua própria experimentação que sua equipe e você irão conseguir definir a estratégia de growth “vencedora” para seu negócio.

Definindo um processo criativo

Tudo começa com uma equipe e com ela você consegue definir diversas abordagens criativas e até muito óbvias, mas que na conclusão tudo é válido já que este é o processo essencial para entender quais abordagens são realmente interessantes a serem testadas e quais não.

Para ajudar nisso achei válido definir algumas etapas que deveriam ser seguidas, mas não são verdade absoluta. Lembre-se não existe um fórmula vencedora e sim um compilado de referências que tiveram resultados e outras não:

1. Definir as métricas e objetivos (OKRs)

OKRs (Objectives and Key Results) são métricas que definem o progresso da estratégia, sendo um método muito usado em diversos tipos de processos. Com estes valores bem definidos é possível acompanhar diariamente o efeito da estratégia e compará-los com os resultados obtidos e assim decidir manter ou descartar a estratégia atual.

Sem se aprofundar muito na metodologia OKRs apenas para caráter ilustrativo o método consiste em definir alguns objetivos importantes e ações para alcançá-lo, onde é possível que o progresso seja acompanhado pelos resultados-chave, que são medidas ligadas a conclusão do objetivo em si.

Lembrando que vai muito além desta pequena frase explicando, existe muito mais nesta metodologia mas como o intuito aqui não é explicar a o funcionamento aprofundado do OKRs vou me limitar apenas a explicação acima.

Ao meu ver pessoal o ideal é definir de três até no máximo cinco objetivos/métricas que devem ser acompanhados cada um com sua chave de progresso, e se possível atualizados diariamente caso não seja possível é ideal acompanhar semanalmente para entender o que está funcionando e o que não está de fato.

2. Deixe as ideias fluírem

O próximo passo é deixar as ideias e imaginação fluir, sente com sua equipe em um local calmo e sem distrações, agora é a hora de todas as abordagens, ideais e criações serem jogadas na mesa e debatidas, sem julgamentos! Por mais comum ou arrojada, ou louca que seja apenas escute desenvolva pois é nestas horas que a estratégia de growth hack vencedora tem seu embrião criado.

É obrigatório registrar tudo para futuras reuniões, se for possível crie um quadro com todas as ideias e em alguns casos filme ou grave o áudio. O importante é gravar tudo e registrar para usos posteriores, pois muito do que foi dito está preso pelo seu tempo e aquela ideia que hoje não seria possível talvez em quem sabe seis meses seja possível e até o ideal para o momento.

3. Prioridades é preciso

Agora com todas as estratégias e ideias definidas é preciso priorizar o que deve ser testado e qual a chance de realmente trazer um resultado, e aqui você deve responder a três perguntas para cada estratégia.

Qual a probabilidade de sucesso? Baixa algo em torno de 20%, talvez mediana por volta dos 50% ou até mesmo alto passando de 80%?

Quanto recurso e tempo devem ser investido para ter essas margens de sucesso? Vai demorar uma hora para implementar? Um dia, uma semana ou quem sabe um mês?

Qual real impacto da estratégia nos medidores? Será que ela vai impactar em apenas um ou em todos? E como vai impactar?

Com todas estas perguntas respondidas fica MUITO mais simples priorizar a melhor estratégia para e passá-la para o nível de teste.

4. Hora da verdade, vamos testar!

Agora é a hora de realmente experimentar, desenvolver e acompanhar os resultados da estratégia, registrando tudo em um documento que serve como uma espécie de histórico da implementação da estratégia e seus resultados.

O documento para experimentação deve conter:

- Resultados referentes ao objetivo do experimento
- Tempo consumido no experimento
- Atualização das métricas de resultado

Com este documento bem definido ao final do teste você e sua equipe consegue entender os reais efeitos, resultados e objetivos alcançados pelo experimento e assim tomar a melhor decisão.

5. Analisar e Sistematizar o processo

Esta é a etapa onde você e sua equipe precisa analisar e entender todos os dados gerados durante as fases anteriores, assim você consegue definir qual a melhor estratégia e quais resultados esperar dela.

Se o experimento obteve sucesso em alcançar os objetivos definidos agora é o momento de detalhar o processo passo a passo afim de criar um sistema, um processo a ser repetidos com que já são em sua maioria esperados.

Agora seu negócio possui uma estratégia testada e melhorada, mas o ganho real não é só a estratégia em si mas o amadurecimento do time o que permite que o processo de criação de novas ideias se torne muito mais rápido, assertivo e dinâmico.

Conclusão

Para conseguir alcançar uma estratégia ideal de crescimento aplicando os conceitos de **growth hacking é essencial** que você entenda que a “magia” acontece no processo e não na tática, sendo assim desenrolar orgânico e natural.

Sinto que neste momento apenas dei uma pincelada por cima do que realmente é o growth hacking e de seu potencial para qualquer empresa, por isso a conclusão que posso chegar com este pequeno texto explicativo é que todas as empresas deveriam usar e abusar desta coletânea de estratégias para ampliar cada vez mais sua base de clientes e como consequência sua receita.

O passo a passo citado acima como qualquer estratégia de growth não é uma solução unilateral que se aplicada terá resultados garantidos, como tudo é apenas uma referência e como tal apenas use como base para desenvolver a sua própria estratégia de growth hacking.

Obrigado!
Agência Colucci

Precisa de ajuda para implementar sua estratégia de Marketing Digital?

Nós da Agência Colucci temos como principal objetivo ajudar você a alcançar seus objetivos no mundo do marketing digital, precisando mudar o rosto de sua empresa ou mesmo ampliar sua presença online?

Entre em contato com nossa equipe:
contato@agenciacolucci.com.br

Ficou com dúvidas?

Acesse nosso site www.agenciacolucci.com.br para mais informações.