



AUTORES



DATA

PROJECT-VALUE CANVAS



SEGMENTOS DE CLIENTES

Identifique o seu público-alvo, incluindo seus usuários (que usarão o produto, sejam internos ou externos) e clientes (que pagarão pelo produto).



PROBLEMA

Descreva o problema que será atacado.



PROPOSTA ÚNICA DE VALOR

Indique o principal fator que diferencia a solução de outras existentes e que traz valor ao público-alvo.



PRINCIPAIS ENTREGAS

Liste as principais entregas do produto.



RISCOS

Identifique quais os maiores riscos relacionados com o produto, seja na sua concepção ou entrega. Exemplo: Baixo número de usuários foram consultados (concepção), baixa disponibilidade de pessoas com habilidades para desenvolvimento (entrega).



CAUSA RAIZ

Indique as principais causas-raiz que geram esse problema.



PRINCIPAIS MÉTRICAS

Indique como será mensurada a performance da proposta de valor do produto, uma vez que ele seja entregue ao cliente.



PRIMEIROS ADOTANTES

Liste as características do seu público inicial que adotará a solução.



SOLUÇÃO

Defina a solução com base na ideia escolhida.



OBJETIVO SMART

Indique ao menos um objetivo SMART relacionado a métrica de valor utilizada (S – específico, M – Mensurável, A – Acordado entre as partes, R – Realista, T – Tenha Prazo)



FORA DO ESCOPO

Indique explicitamente o que não será entregue como parte deste projeto.



ESTRUTURA DE CUSTOS

Detalhe a estimativa dos custos e investimentos necessários, sejam eles fixos ou variáveis, pontuais ou permanentes.



ROADMAP

Relacione as principais entregas do produto na linha do tempo. Não se preocupe com detalhamento preciso de datas, o objetivo do Roadmap é prover uma visão geral de tempo.