

**01** **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).*

**02** **PROBLEMA** *Descreva o problema que será atacado.*

**05** **PROPOSTA ÚNICA DE VALOR** *Indique o principal fator que diferencia a solução de outras existentes e que traz valor ao público-alvo.*

**09** **PRINCIPAIS ENTREGAS** *Liste as principais entregas do produto.*

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

**03** **CAUSA RAIZ** *Indique as principais causas-raiz que geram esse problema.*

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

**06** **PRIMEIROS ADOTANTES** *Liste as características do seu público inicial que adotará a solução.*

**04** **SOLUÇÃO** *Defina a solução com base na ideia escolhida.*

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

**10** **FORA DO ESCOPO** *Indique explicitamente o que não será entregue como parte deste projeto.*

**12** **ESTRUTURA DE CUSTOS** *Detalhe a estimativa dos custos e investimentos necessários, sejam eles fixos ou variáveis, pontuais ou permanentes.*

**11** **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.*