

Academic
Start-ups



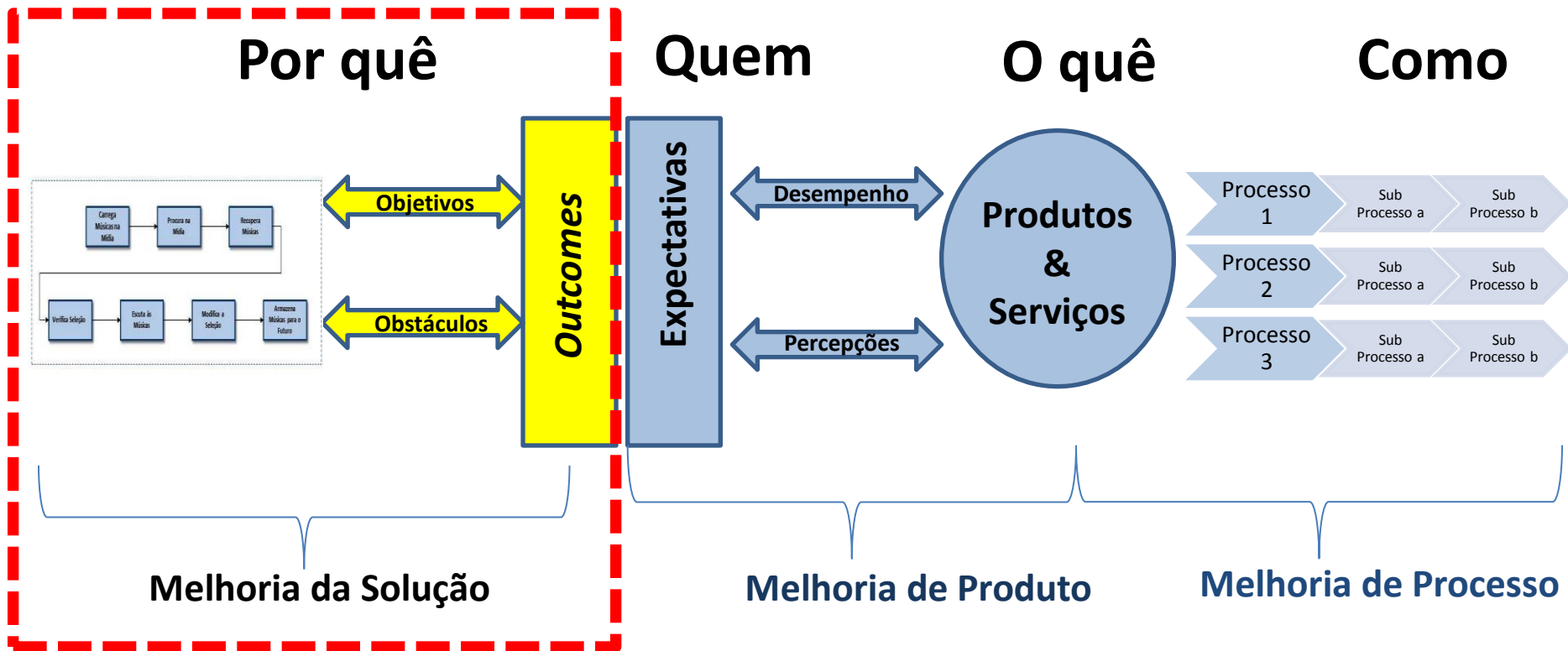
Kip Garland

29.10.13

JOBS TO BE DONE

“The client rarely buys what the company thinks it sells him”

Peter Drucker



Circunstâncias não atendidas

- Processo como o benefício
- Etapas antes/depois consumo
 - Medição do processo

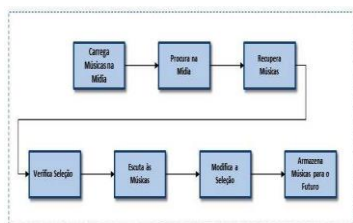
Necessidades articuladas

- Produto como o benefício
 - Consumo do produto
 - Medição da transação

UMA COMPREENSÃO PROFUNDA DOS ATUAIS

“JOBS TO BE DONE”

Por quê



Objetivos

Obstáculos

Outcomes

Quem

Expectativas

Desempenho

Percepções

O Quê

Produtos & Serviços

Como

Processo 1

Sub Processo a

Sub Processo b

Processo 2

Sub Processo a

Sub Processo b

Processo 3

Sub Processo a

Sub Processo b



Jobs to be Done

- Mantenha-me acordado e não com fome
- Tornem meus filhos felizes
- Velocidade, aquisição consumo, segurança, estímulos

Milk shake

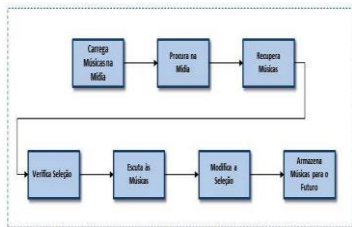
- Mais sabor
- Mais grosso
- Acrescenta doces
- *Co-Branding*
- *Bundling*
- Embalagem

Concorrentes

- Matéria-prima
- Marketing
- Equipamentos
- Fornecedores
- Processos
- Custos

NOVOS "JOBS TO BE DONE"

Por quê



Objetivos

Obstáculos

Outcomes

Quem

Expectativas

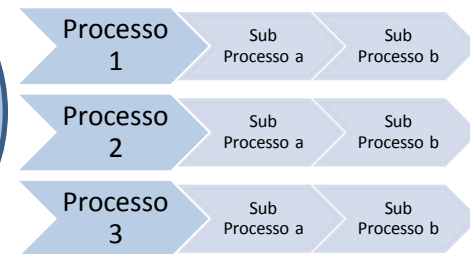
Desempenho

Percepções

O quê

Produtos & Serviços

Como



JTBD – Ser útil quando você estiver deslocada
(Entender *Circunstâncias*)

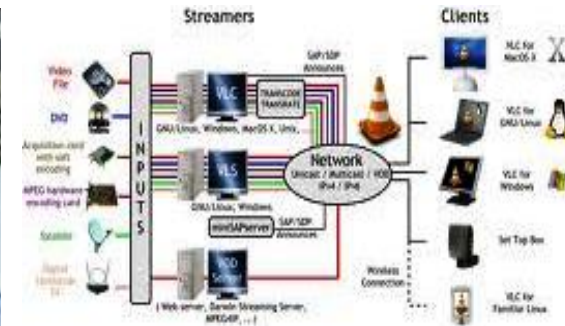
1. Entretenimento
2. Maximizar tempo
3. Organizar



Empresários que viajem
(Entender *Atributos*)

- Pesquisa de Mercado
- Comparação
- Análise
- Grupos de Foco

Organizador, Software, Viagem, Estoques, CRM

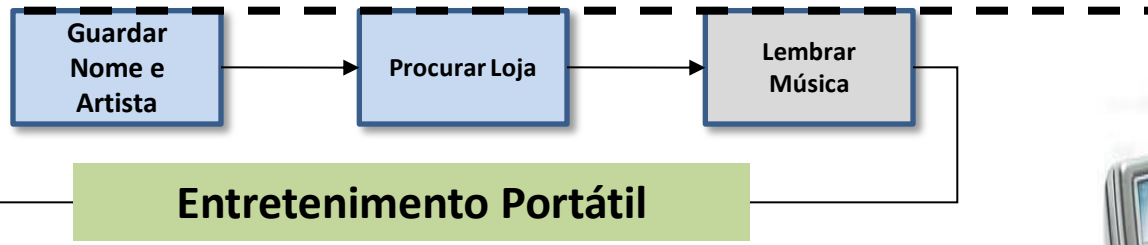


Dispositivo manual de wireless
(Entender *Meios*)

- Protocolos de Wireless
- Velocidade de Processador
- Resolução de Tela
- Memória

Cobertura, Fidelidade de Chamada, Roaming

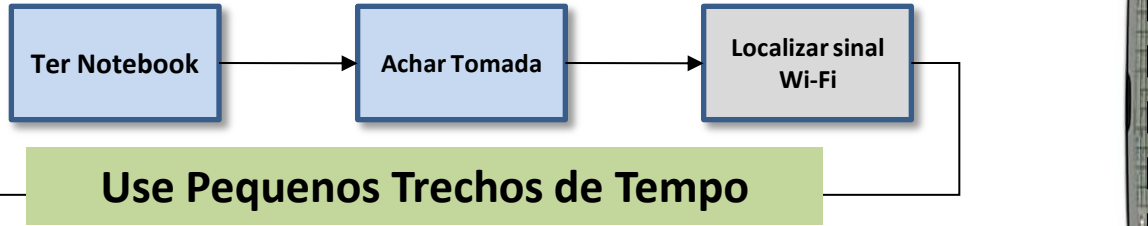
iPod
(iTunes)



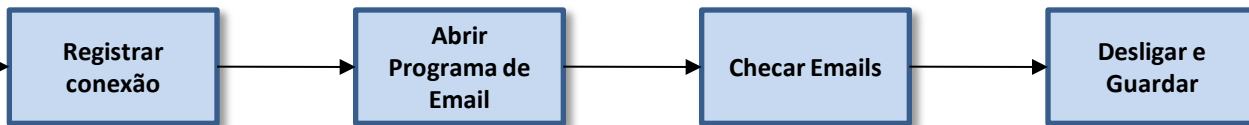
Entretenimento Portátil



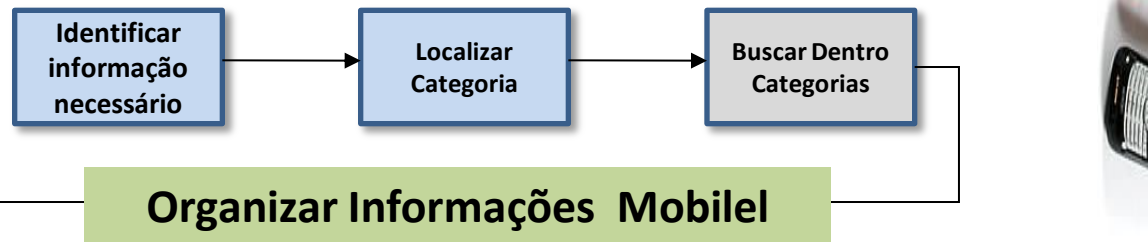
Blackberry
(BES)



Use Pequenos Trechos de Tempo



Android
Open Alliance



Organizar Informações Mobile



Sony, Treo, IBM Palm, Handspring, Nokia, Compaq I-Paq, Microsoft, Motorola

Jobs to be Done – DM1

Informar-se

Conscientizar-se da Necessidade de Investigar e Tratar Indícios ou Sinais

Descobrir/Procurar
Possibilidade de Tratamento

Pesquisar Fontes
de Informação

Receber o Melhor
Tratamento

Buscar o
Tratamento

Descobrir Formas de
Acesso ao Tratamento

Pesquisar Formas
de Acesso

Tratar-se

Viabilizar, Implementar e Gerenciar o Tratamento

Adquirir Elementos
para a Terapia

Viabilizar Acesso
aos Elementos

Aprender
a se Tratar

Tratar-se
Efetivamente

Manter Motivação e
Disciplina

Sustentar o
Tratamento

Adequar-se

Integrar o Tratamento à Vida Real

Reduzir Impacto
na Rotina

Manter a sua
Produtividade

Reduzir Impacto
Financeiro

Caber no
Orçamento

Reduzir Impacto
no Estilo de Vida

Parecer “Normal”
(Autoestima)

Descobrir/Procurar Possibilidade de Tratamento



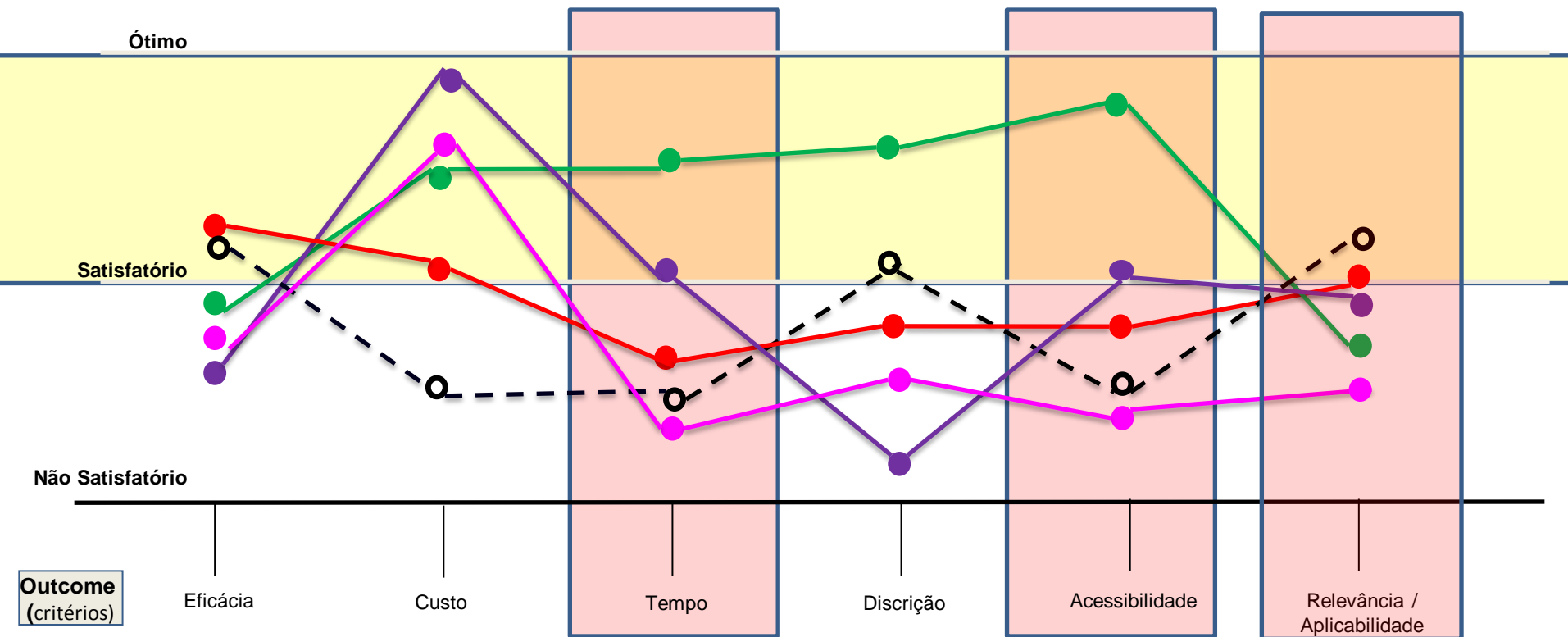
Nível de Oferta

Mídia/Internet Redes Sociais/
Contatos Indústria/Farmácia

Médico

Governo

Overshot



Outcome
(critérios)

Eficácia

Custo

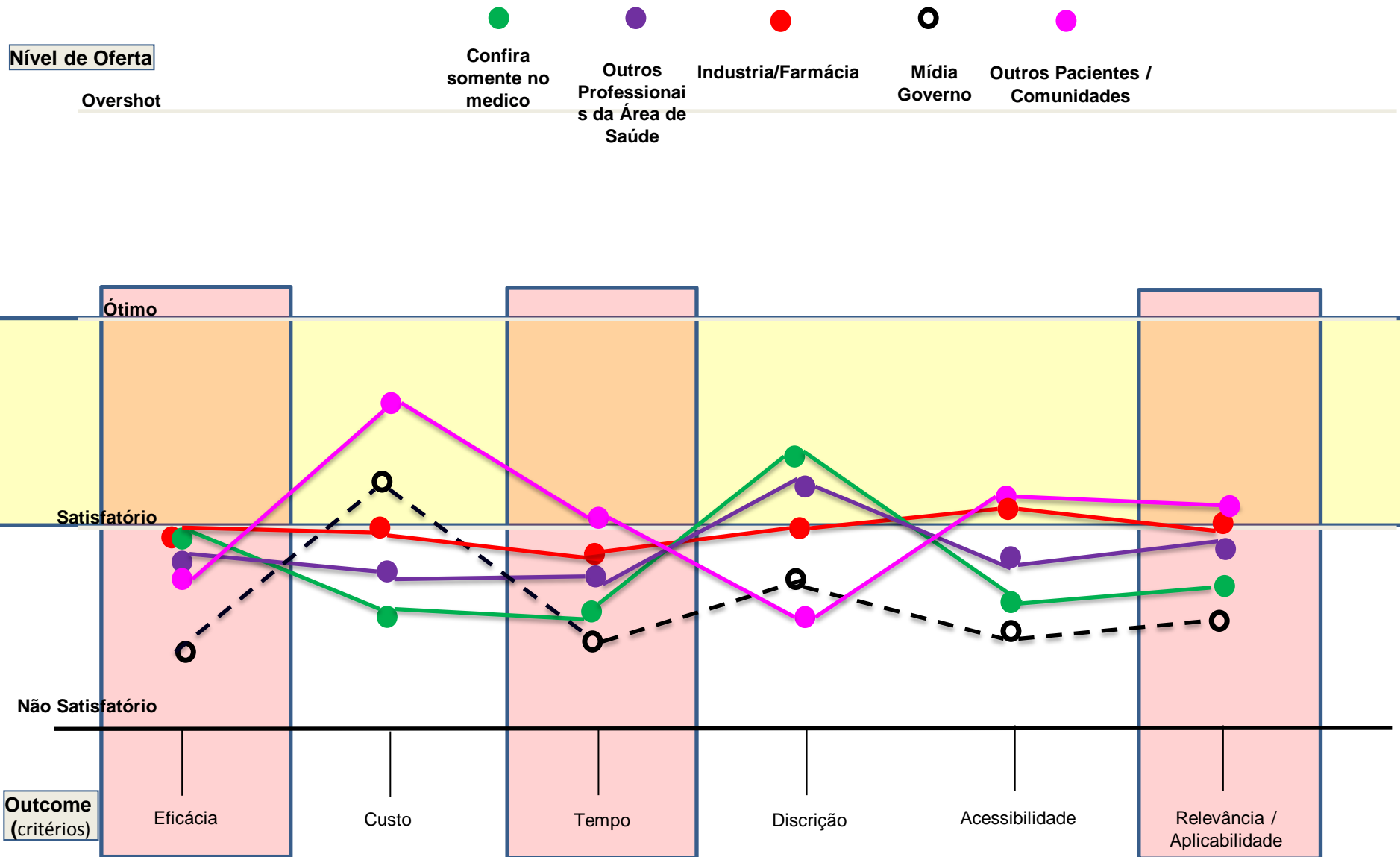
Tempo

Discrição

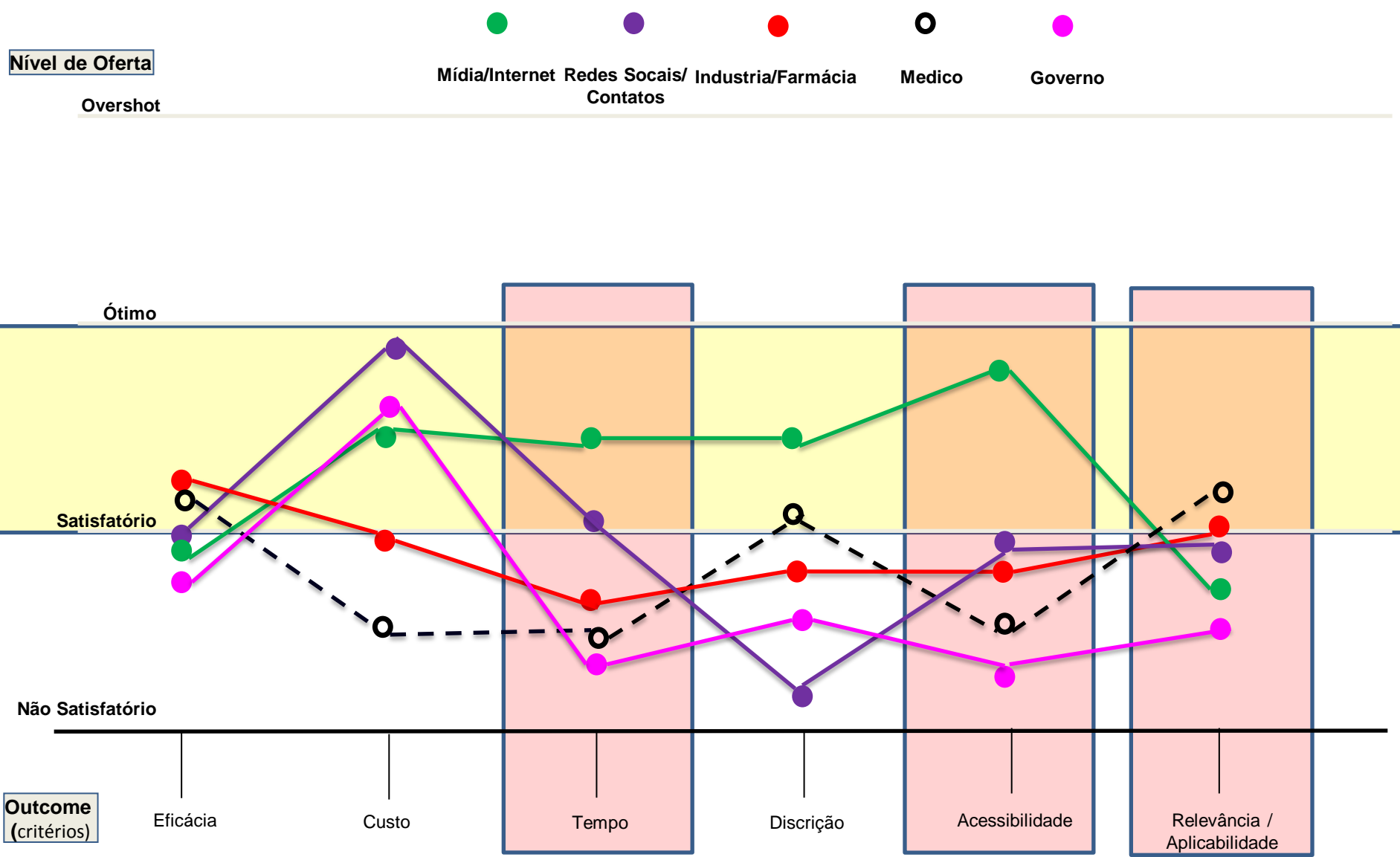
Acessibilidade

Relevância /
Aplicabilidade

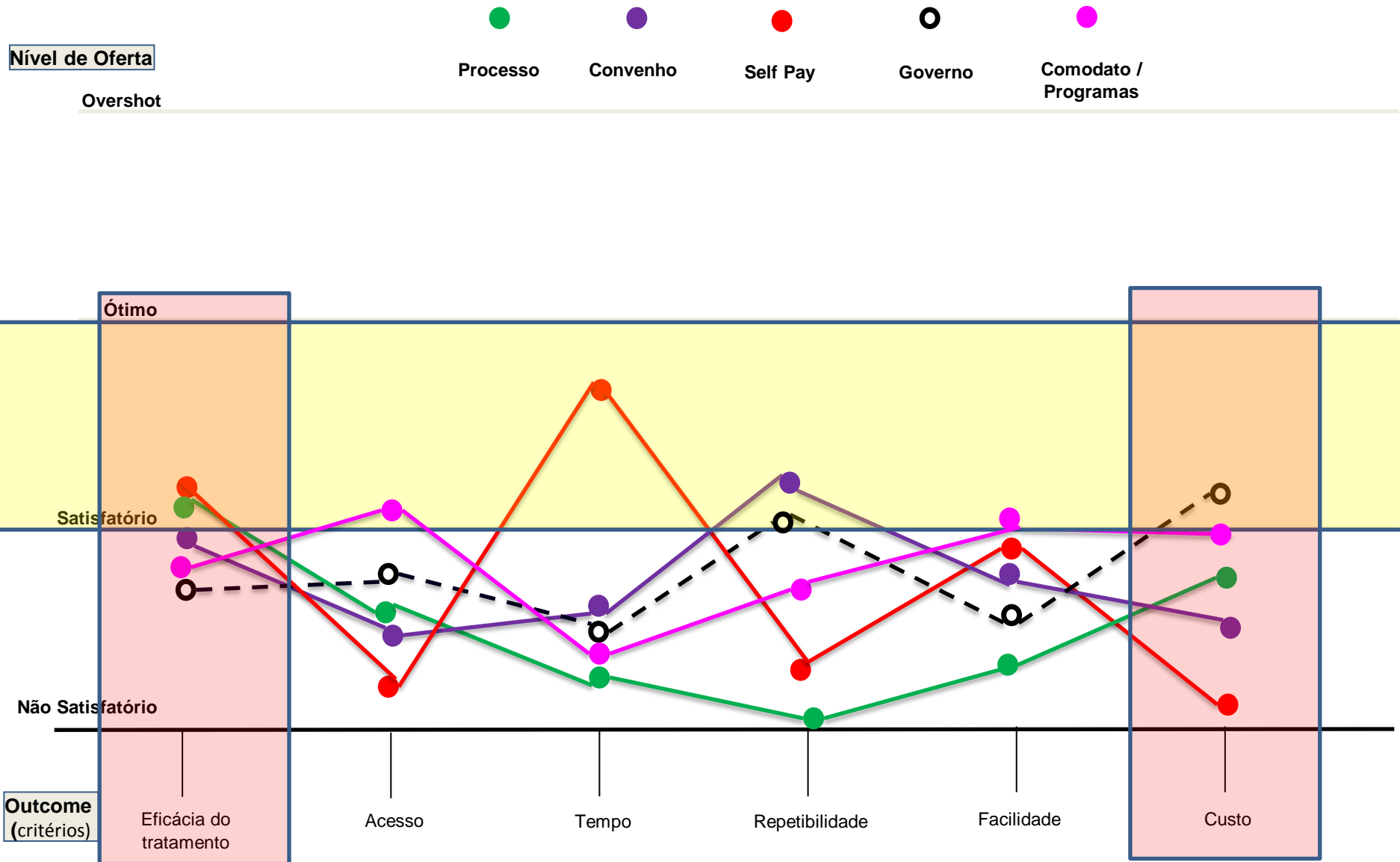
Receber o Melhor Tratamento



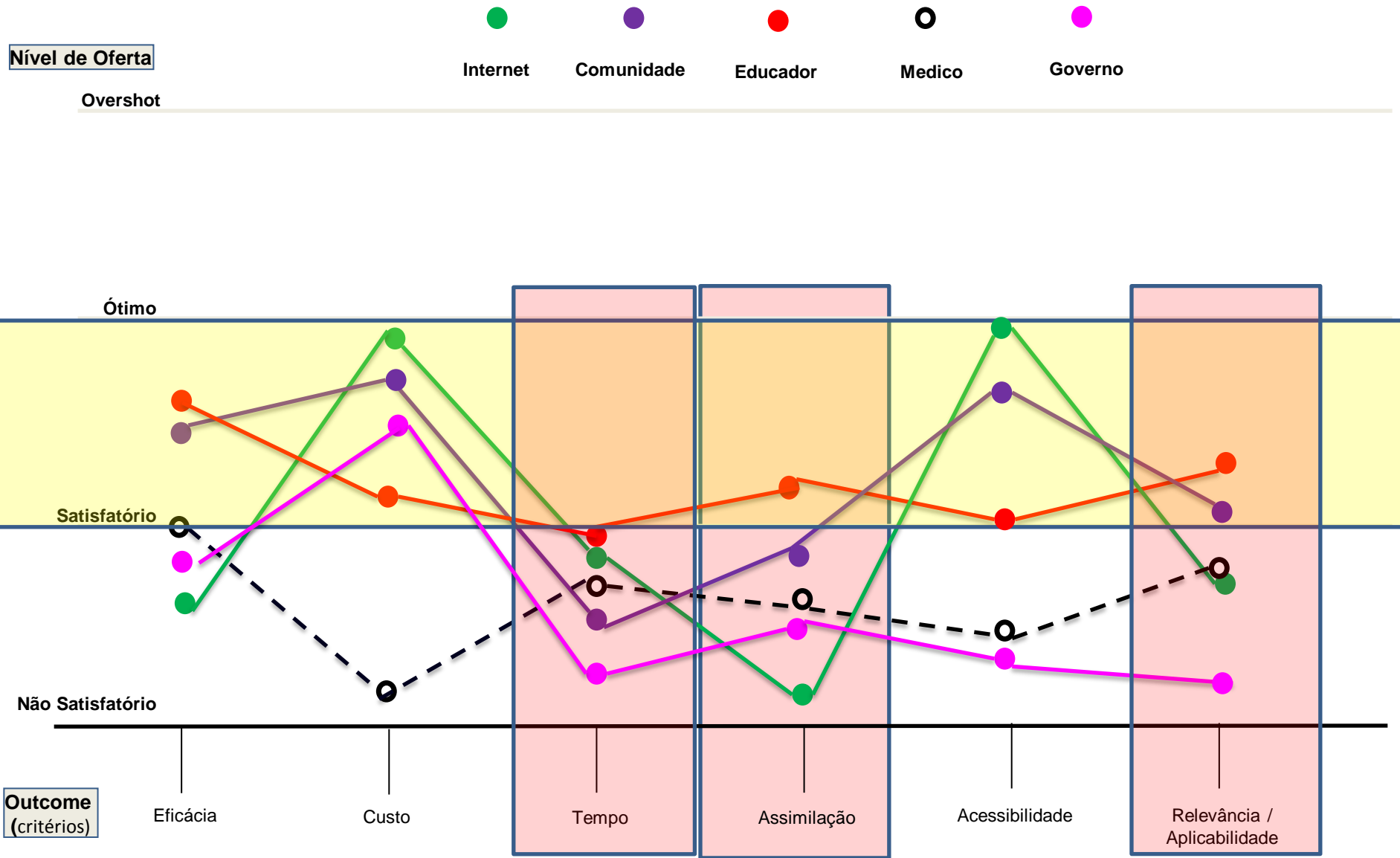
Descobrir Formas de Acesso ao Tratamento



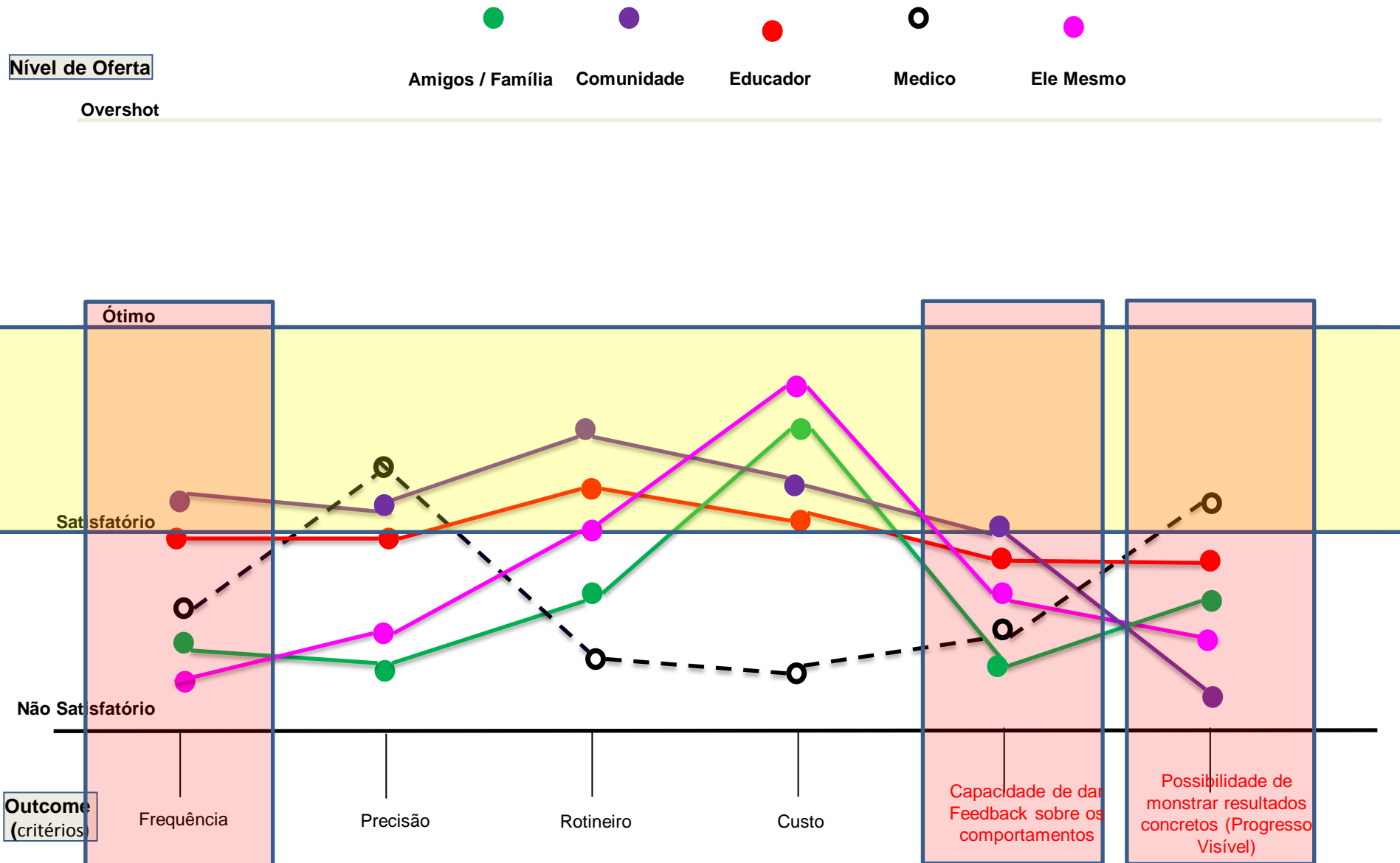
Adquirir Elementos para a Terapia



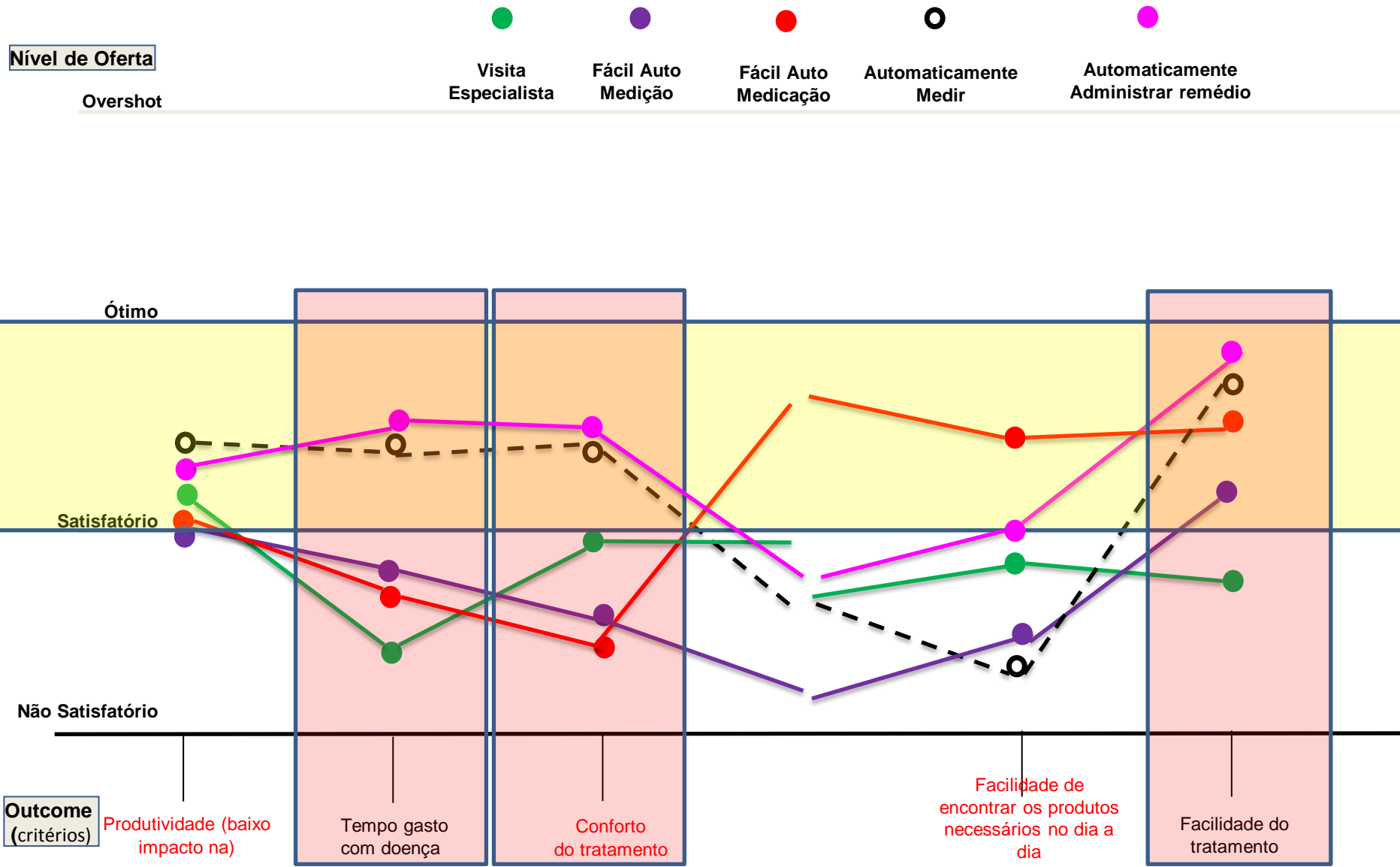
Aprender a se Tratar



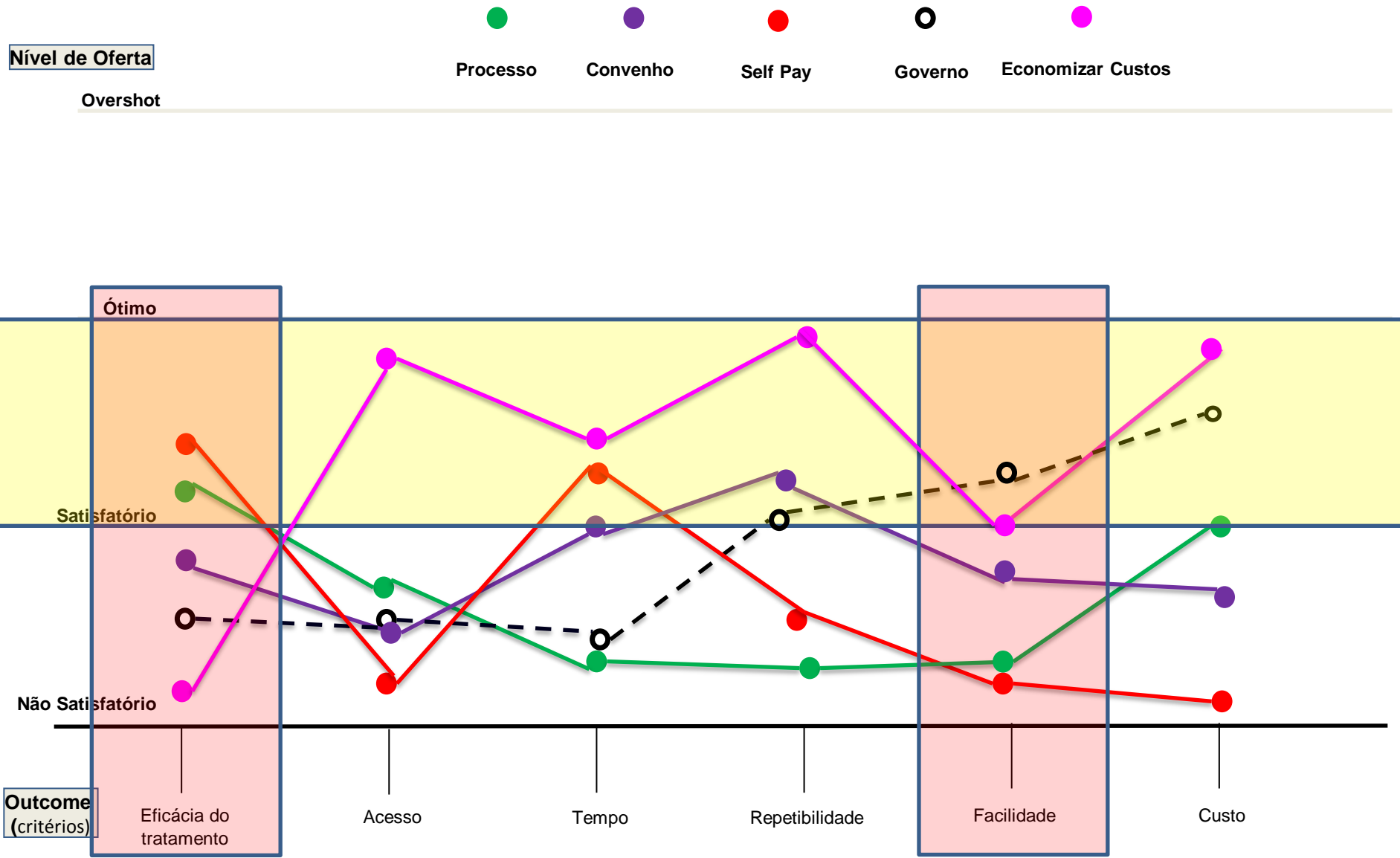
Manter Motivação e Disciplina



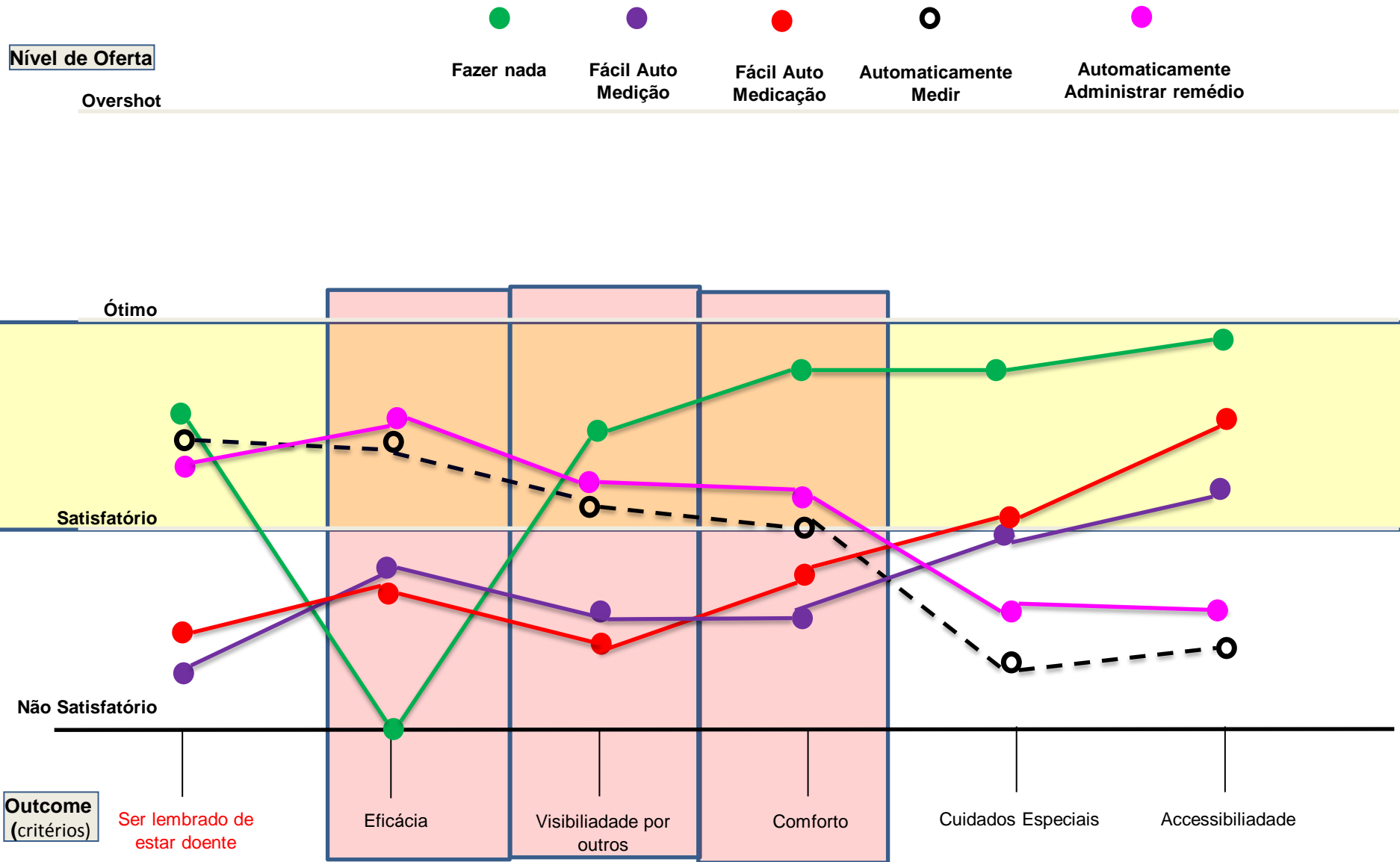
Reduzir Impacto na Rotina



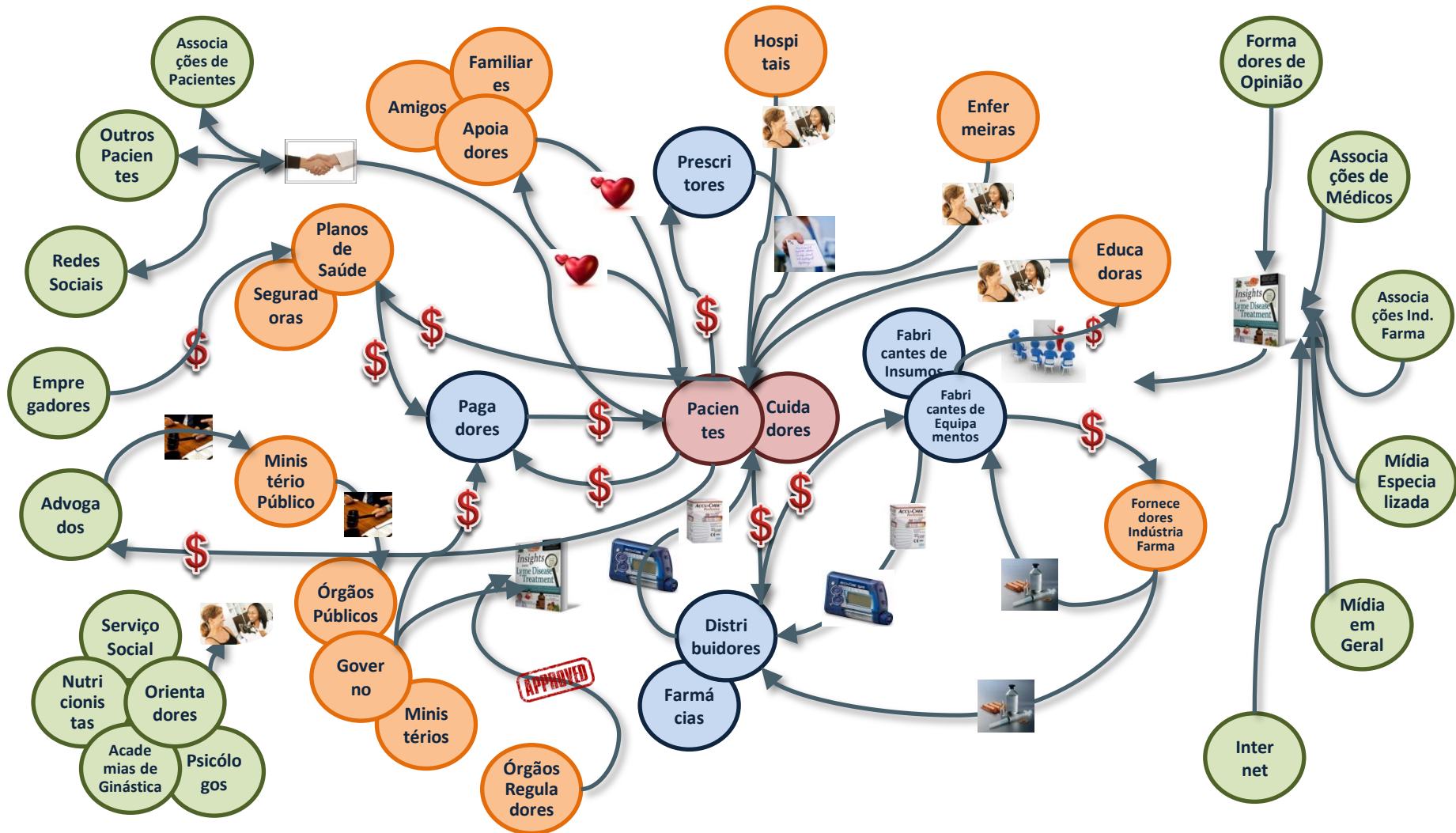
Reduzir Impacto Financeiro



Reduzir Impacto no Estilo de Vida



Principais papéis e trocas - Tratamento de DM1



● Essencial

● Necessário

● Suporte

● Influenciador

Case – FDC Jobs to be Done

Descobrir Caminhos

Formas de execução

Criar novas competências

Criar Capacidade

Alocar Recursos

Ir Além

Estimular Novas Olhares

Criar Vínculos

Acreditar na Proposta

“Ownership”

Gestão de Conflitos

Conciliar Demandas

Gestão da Carreira

Cuidar do Desenvolvimento

Traduzir em Resultados

Expansão e Crescimento

Gerenciar o Dilema Entre C/L Prazo

Processo de Tomada de Decisão

Autonomia

Performance do Equipe

Desenvolver Talentos

Intelectual

Emocional

Desempenho

Ter sucesso em uma função de alta complexidade

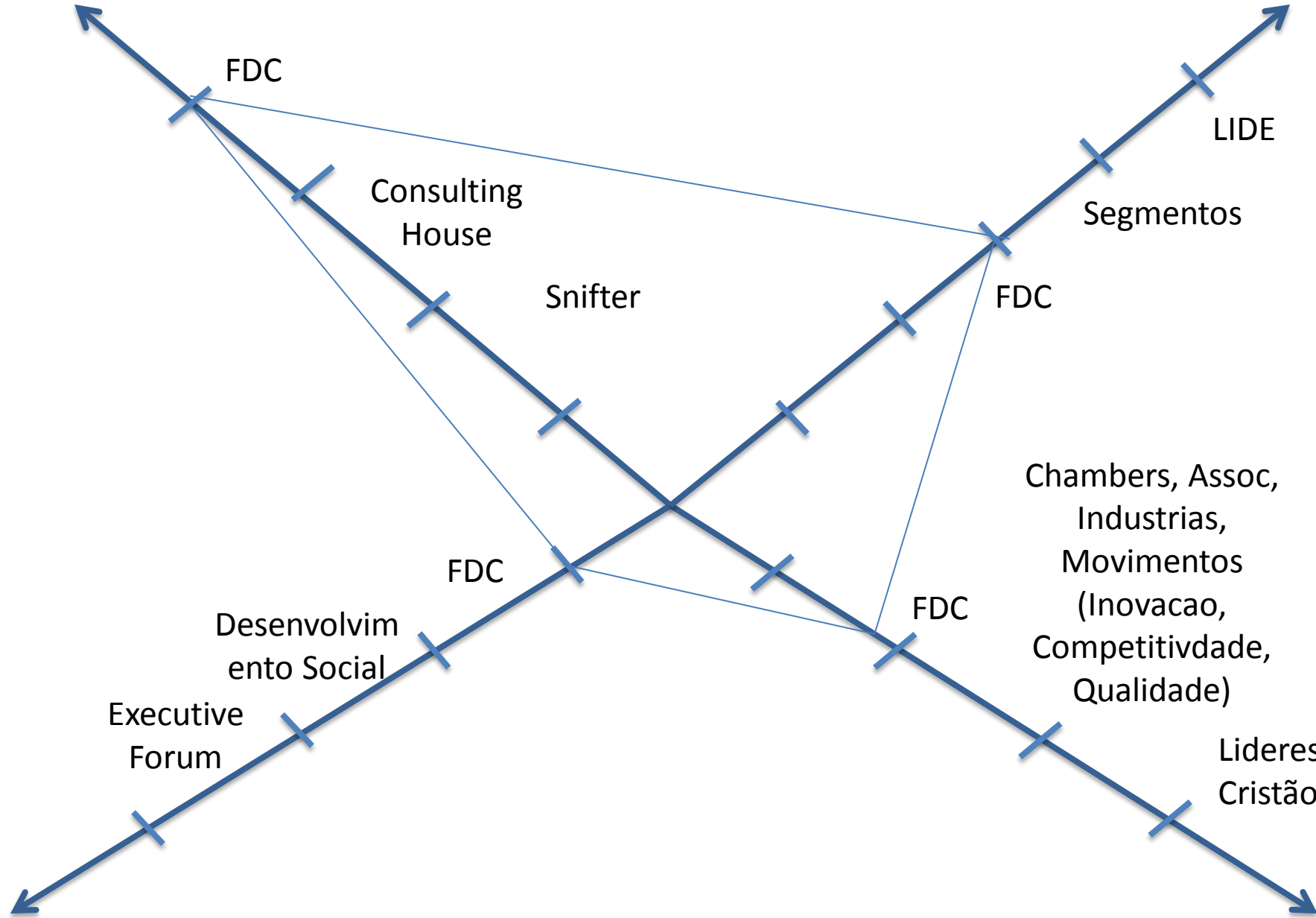
1. Entregar Resultado
2. Deixar Legado
3. Criar Equilíbrio

Social

Superior

Intellectual

Social



FDC

LIDE

Consulting House

Segmentos

Snifter

FDC

FDC

FDC

Chambers, Assoc, Industrias, Movimentos (Inovacao, Competitividade, Qualidade)

Desenvolvimento Social

Executive Forum

Lideres Cristão

Emocional

Superior

Case FDC - Jobs to be Done

Entregar Resultado

Gerenciar o dilema entre C/L prazo

Capturar & traduzir ambiente externo

Expansão e Crescimento

Processo de Tomada de Decisão

Criando times de alta performance

Atrair e desenvolver novos talentos

Deixar Legado

Visibilidade & Reconhecimento

Espaço para trabalhar temas

Criar novas competências

Estimular novas visões ("Outros Olhares")

Gestão carreira

Cuidar do desenvolvimento

Criar Equilíbrio

Conciliar demandas: acionistas, equipe, cliente fornecedores, de si mesmo

Gestão de conflitos & Governança

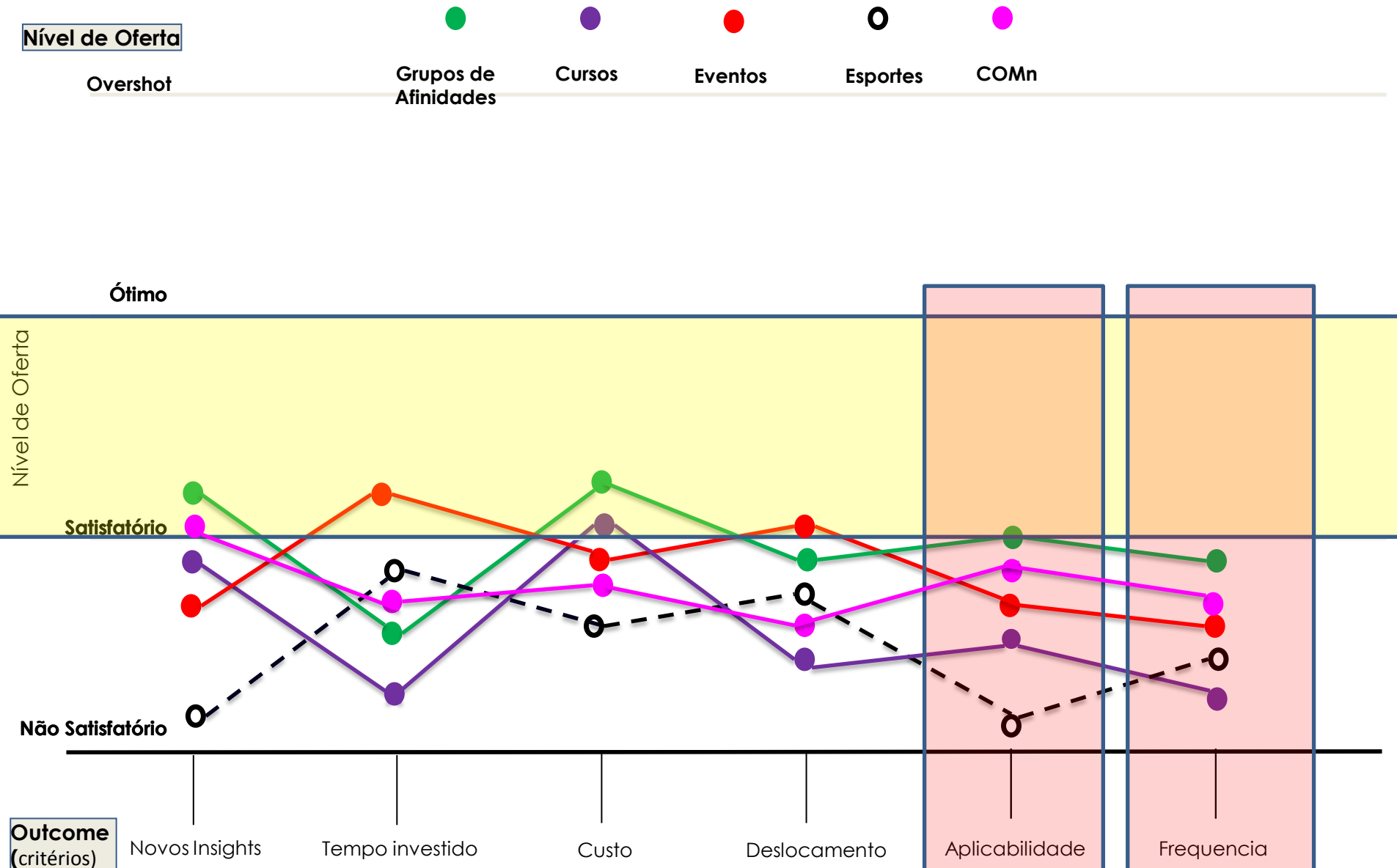
Gestão de Interesses

Gestão de Agenda

Troca de Experiências

Networking

Troca de Experiências



Espaço Para Criar Legado / Trabalhar Temas



Nível de Oferta

Overshot

Ótimo

Nível de Oferta

Satisfatório

Não Satisfatório

Outcome
(critérios)

Recursos

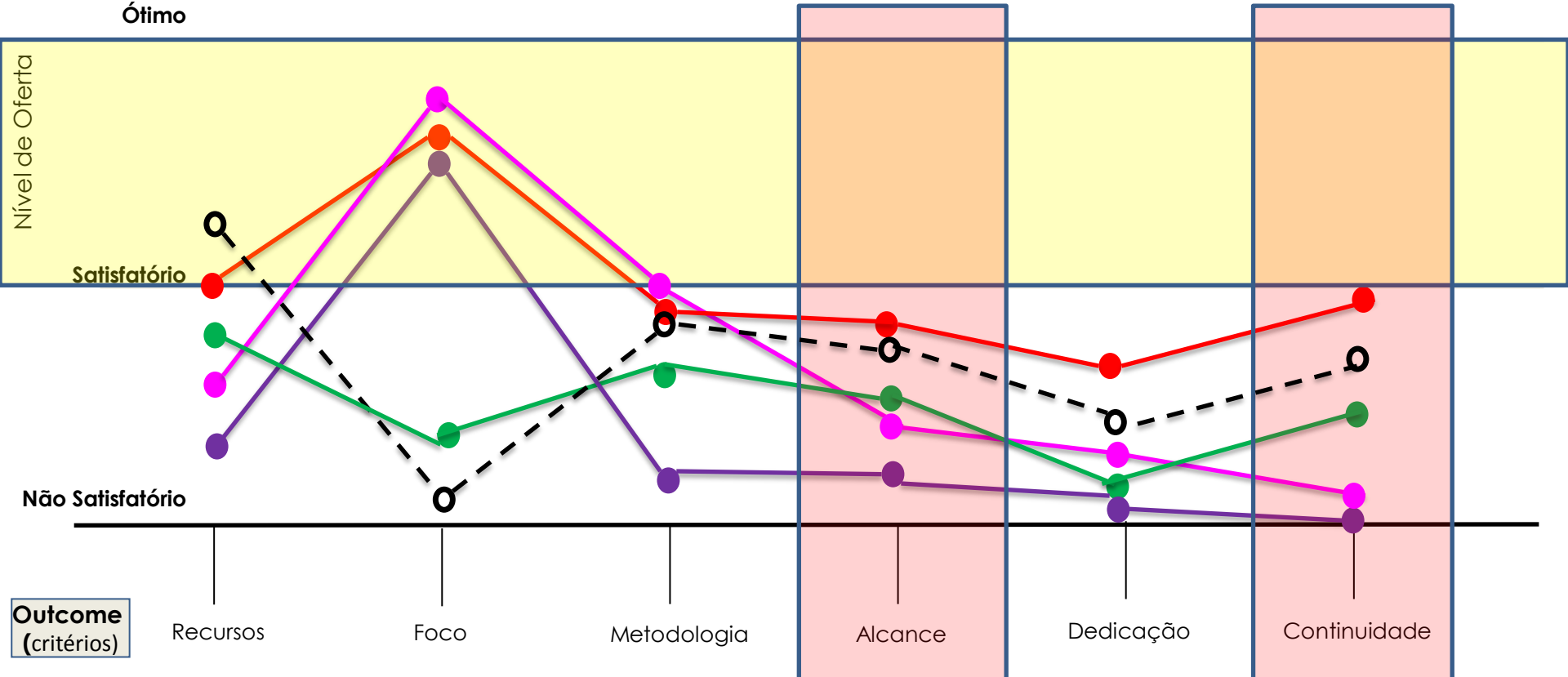
Foco

Metodologia

Alcance

Dedicação

Continuidade

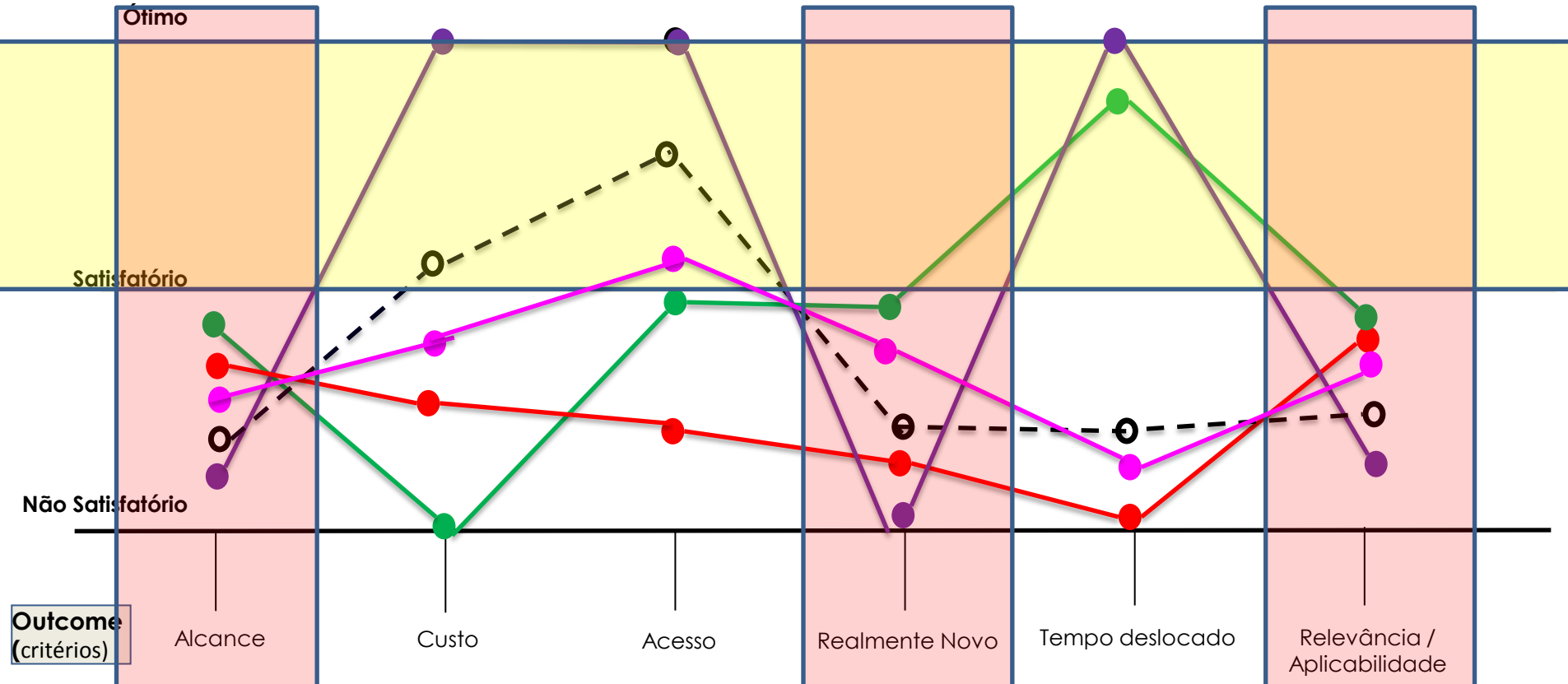


Estimular novas visões trazendo novos inputs

● Consultoria ● Leitura ● Benchmarking ○ Seminários ● COMn

Nível de Oferta

Overshot



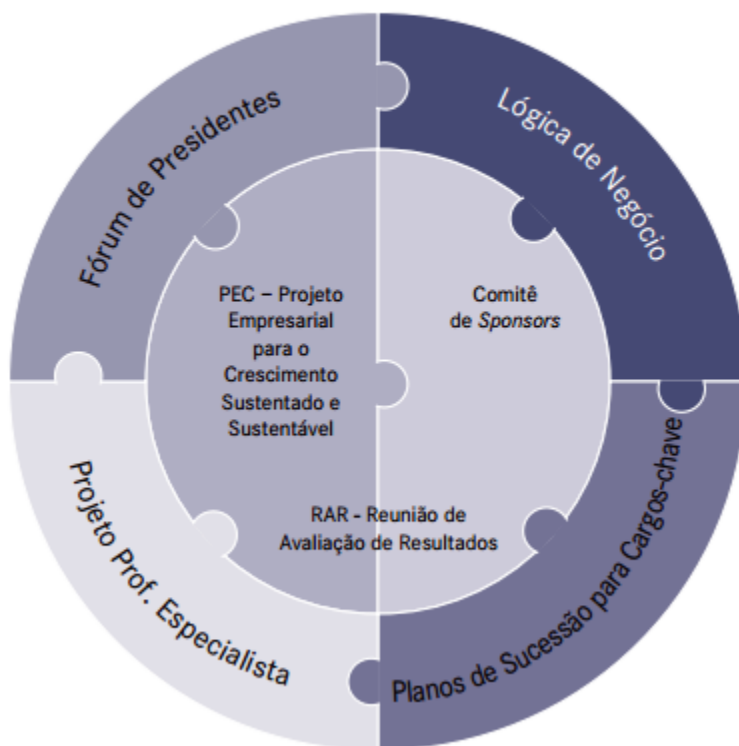
Outcome (critérios)



ENCONTRO ANUAL DA REDE PAEX

Competitividade e Produtividade: desafios
estratégicos para o futuro das organizações.

Como funciona a PCSS



The CEOs Legacy

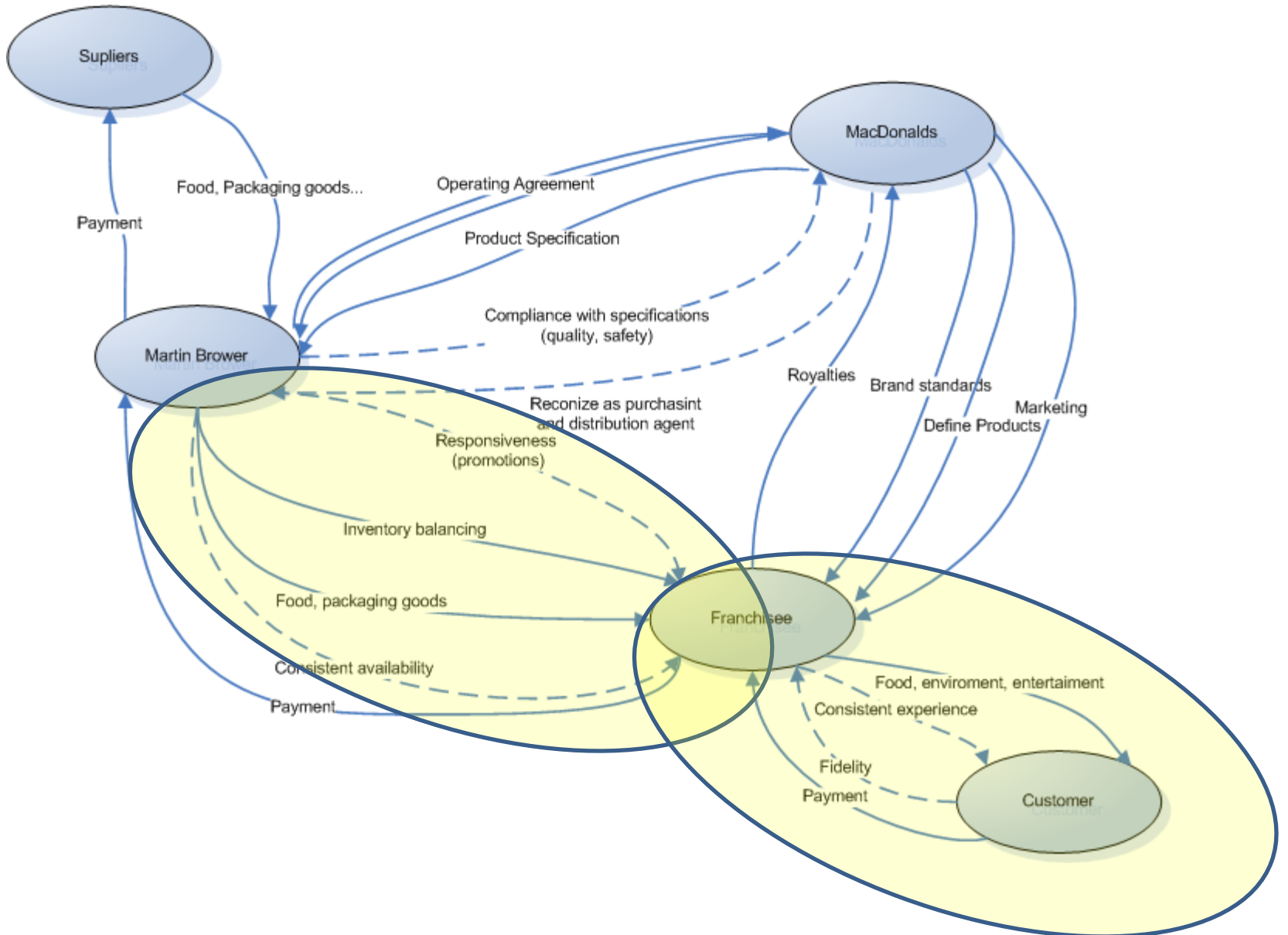
Qual é a sua
contribuição
para o futuro?

FUNDAÇÃO DOM CABRAL



Case – Logística





Qtde	Média	Descrição	Varição	Comentário
Congelados				
<input type="text" value="0"/>	0	BOLO CHOCOLATE	0%	
<input type="text" value="0"/>	0	BOLO MORANGO	0%	
<input type="text" value="1"/>	1	BROWNIE FUDGE NOZES	0%	
<input type="text" value="4"/>	4	CARNE BIG TASTY - BRASLO	0%	
<input type="text" value="3"/>	3	CARNE MCNUGGETS BRASLO	0%	
<input type="text" value="13"/>	13	CARNE QUARTERAO - BRASLO	0%	
<input type="text" value="12"/>	12	CARNE REGULAR - BRASLO	0%	
<input type="text" value="4"/>	4	CARNE SADIA MCCHICKEN	0%	
<input type="text" value="1"/>	1	CARNE SAUSAGE - BRASLO	0%	
<input type="text" value="1"/>	1	CARNE VALUE CHICKEN BRASLO	0%	
<input type="text" value="0"/>	0	CONC.LIQ. P/BEBIDA DE LARANJA	0%	Atenção, este item esta SUBSTITUINDO, o Suco de Laranja.
<input type="text" value="1"/>	1	CONE CHOC BRAN C/ FRUTAS VERM	0%	
<input type="text" value="1"/>	1	CONE CHOCOLATE COM AVELA	0%	
<input type="text" value="1"/>	1	COOKIE FSB AVEIA	0%	
<input type="text" value="1"/>	1	COOKIE FSB CHOCOLATE	0%	
<input type="text" value="1"/>	1	COOKIE FSB GOTAS CHOC.	0%	
<input type="text" value="1"/>	1	COOKIE FSB NOZES E MAÇA	0%	
<input type="text" value="1"/>	1	CROISSANT FSB CHOCOLATE	0%	
<input type="text" value="2"/>	2	CROISSANT FSB PRES&QUEIJO MELT	0%	
<input type="text" value="1"/>	1	CROISSANT FSB REQUEIJAO	0%	
<input type="text" value="1"/>	1	FILET-O-FISH BRASLO	0%	
<input type="text" value="1"/>	1	FRAMBOESA CX C/ 5,4KG	0%	
<input type="text" value="50"/>	50	MCFRITAS NACIONAL	0%	
<input type="text" value="0"/>	0	MIX DE FRUTAS	0%	
<input type="text" value="1"/>	1	MORANGO	0%	
<input type="text" value="1"/>	1	MUFFIN BANANA NOZES 90GRS	0%	
<input type="text" value="1"/>	1	MUFFIN CENOURA GOTAS 90GRS	0%	

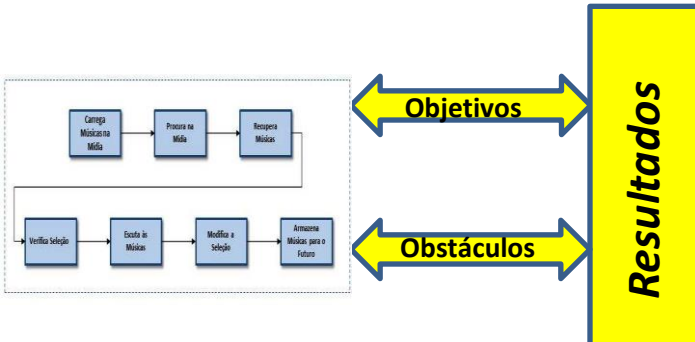
Pedido

Item

Cliente: PLT
 N. Pedido: 0 Data do Pedido: 09/05/2009
 Status do Pedido: Sem Pedido Data Entrega: 13/05/2009

DESCOBRINDO OS "JOBS TO BE DONE"

Por quê



Circunstâncias

Lidar com a incerteza

Quem

Expectativas

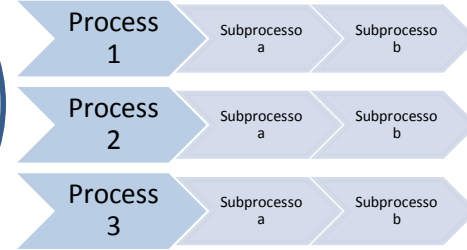
Desempenho

Percepções

O quê

Produtos & Serviços

Como



The screenshot shows a web application interface for a user named "PLT paulista - PLT". It displays a list of items with columns for "Qtde" (Quantity), "Média" (Average), "Descrição" (Description), and "Variação" (Variation). The items listed include various food items like "BOLO CHOCOLATE", "CARNE BIG TASTY - BRASLO", and "MUFFIN BANANA NOZES 90GRS".

Qtde	Média	Descrição	Variação
0	0	BOLO CHOCOLATE	0%
0	0	BOLO MORANGO	0%
1	1	BROWNIE FUDGE NOZES	0%
4	4	CARNE BIG TASTY - BRASLO	0%
3	3	CARNE MCDONALDS BRASLO	0%
13	13	CARNE QUARTERAO - BRASLO	0%
12	12	CARNE REGULAR - BRASLO	0%
4	4	CARNE SADIÁ MCDCHICKEN	0%
1	1	CARNE SAUSAGE - BRASLO	0%
1	1	CARNE VALUE CHICKEN BRASLO	0%
0	0	CONC LIQ P/BEBIDA DE LARANJA	0%
1	1	CONE CHOC BRAN C/ FRUTAS VERM	0%
1	1	CONE CHOCOLATE COM AVELA	0%
1	1	COOKIE FSB AVEIA	0%
1	1	COOKIE FSB CHOCOLATE	0%
1	1	COOKIE FSB GOTAS CHOC	0%
1	1	COOKIE FSB NOZES E MAÇA	0%
1	1	CROISSANT FSB CHOCOLATE	0%
2	2	CROISSANT FSB PRES&QUEIJO MELT	0%
1	1	CROISSANT FSB REQUEIJAO	0%
1	1	FILET-O-FISH BRASLO	0%
1	1	FRAMBOESA CX C/ 5.4KG	0%
50	50	MCFRITAS NACIONAL	0%
0	0	MIX DE FRUTAS	0%
1	1	MORANGO	0%
1	1	MUFFIN BANANA NOZES 90GRS	0%
1	1	MUFFIN CENOURA GOTAS 90GRS	0%

Atenção, este item esta SUBSTITUINDO, o Suco de Laranja.

Cliente: PLT
N. Pedido: 0
Status do Pedido: Sem Pedido
Data do Pedido: 09/05/2009
Data Entrega: 13/05/2009

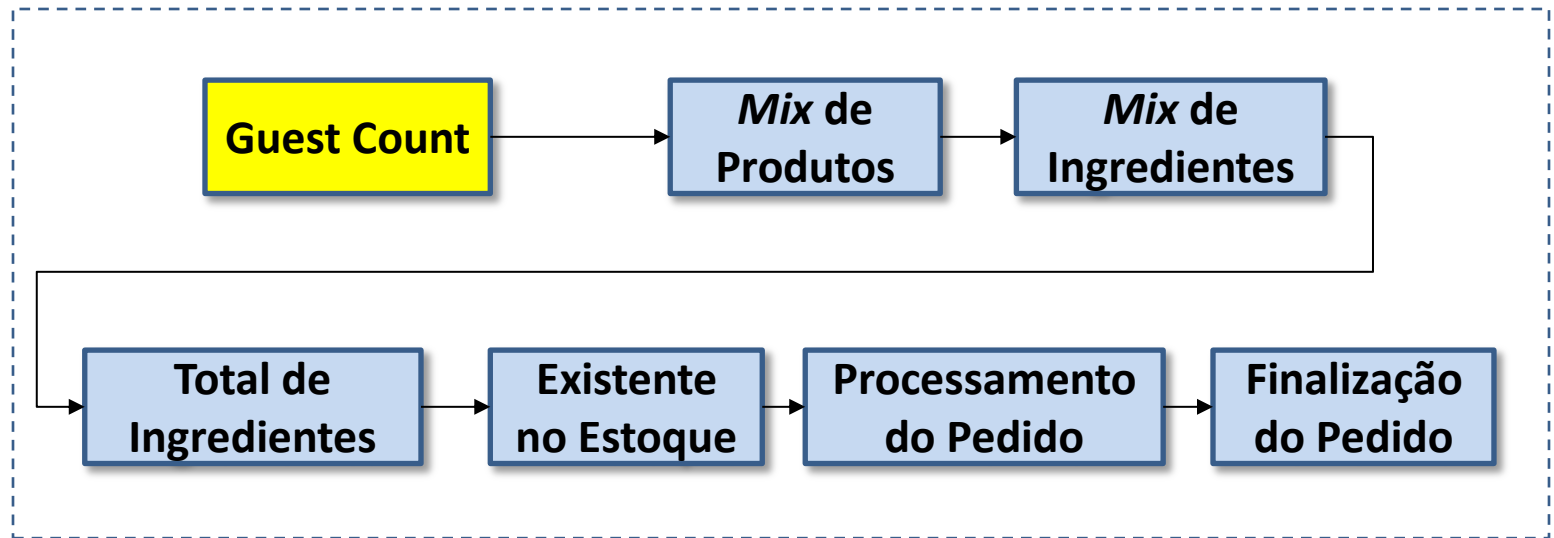
Mercado Normas

- Automação
- *Fill-in*

Tecnologia Organizacional

- Internet
- Gerenciamento de Pedido

PASSO A PASSO – JOB TO BE DONE



Outcomes

Aumentar atenção a fatores climáticos

Aumentar atenção a fatores relacionados ao dia da semana

Aumentar atenção a fatores relacionados a feriados

Aumentar aprendizado com experiências passadas/ Diminuir repetição de erros

Aumentar atenção a fatores relacionados a ciclos

CLIENTE: JUN

Ambiente: WOPPU_PD

CALENÁRIO

<< < Jan, 2009 > >>

D	S	T	Q	Q	S	S
28	29	30	31	1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31
1	2	3	4	5	6	7

sex sáb

↑ 22°C ↑ 22°C

↓ 14°C ↓ 13°C

0mm 0mm

Legenda

- Entrega
- Dia Pedido
- Dia atual
- Consumo
- Alerta
- ↑ % GCR / GCP
- ↓ % GCR / GCP
- GCP Projetado
- GCR Real

	DOM	SEG	TER	QUA	QUI	SEX	SÁB	total da semana	
	18	19	20	21	22	23	24	6500	-10%
GCP	1300	1200	1300	1300	1400	1400	1500		
GCR	1528	1051	952	1083	1250			5864	
	25	26	27	28	29	30	31	0	0%
GCP	1300	1200	1301	1300	1301	130	1700	0	
GCR								0	
	01	02	03	04	05	06	07	0	0%
GCP	1300	1200	1300	1300	1400	1400	1500	0	
GCR								0	
	08	09	10	11	12	13	14	0	0%
GCP								0	
GCR								0	

26/01/2009

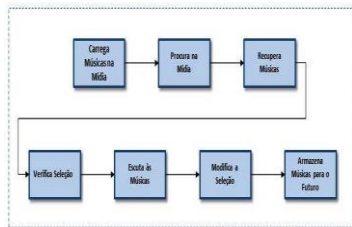
% Total: 0.0

SALVAR

Segmento	% GCs	Data	% GCs	Data	% GCs	Data	% GCs
Balcão		08/01/09	56.6	01/12/08	56.6		
Drive-thru		08/01/09	34.1	01/12/08	34.1		
McCafé		08/01/09	0.0	01/12/08	0.0		
Quiosque		08/01/09	9.3	01/12/08	9.3		

IDENTIFICANDO - JOBS TO BE DONE

Por quê



Objetivos

Obstáculos

Outcomes

Quem

Expectativas

Desempenho

Percepções

O quê

Produtos & Serviços

Como

Processo 1

Sub Processo a

Sub Processo b

Processo 2

Sub Processo a

Sub Processo b

Processo 3

Sub Processo a

Sub Processo b

Melhoria da Solução

Melhoria de Produto

Melhoria de Processo

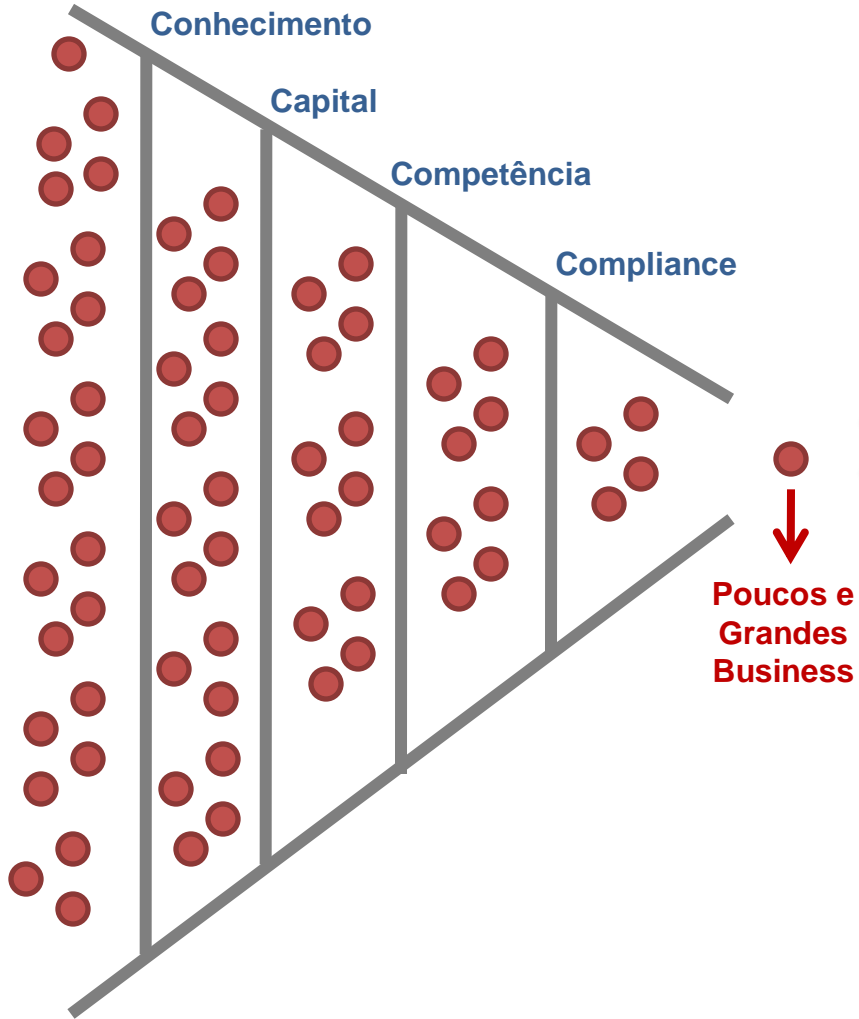
Circunstâncias não atendidas

- Processo como o benefício
- Etapas antes/depois consumo
 - Medição do processo

Necessidades articuladas

- Produto como o benefício
 - Consumo do produto
 - Medição da transação

Traditional Creation



Macro-Creation

