

## ***Unfair Advantage e a última coca-cola do deserto!***



GLÁUCIO BRANDÃO

De quando em vez recebo um(a) iluminado(a) - pronto, já posso concentrar os artigos definidos do caso reto na letra “o” - pra bater aquele velho papo: “Essa ideia vai salvar o Mundo”, “Se Kennedy estivesse usando isto estaria vivo”, “Professor, estou com a ‘bala de prata’, mas não posso contar o que é...” etc. etc. etc. Bom, se a coisa é tão possante assim, porque nenhum cérebro foi capaz de criá-lo até então e, utilizando o mesmo raciocínio monótono, imagine executá-lo? Assim, qual o problema de divulgar, já que você está à frente de seu tempo?

Cérebros expostos às mesmas dificuldades respondem de maneira semelhante. Num mundo com mais de 7 bilhões de pensantes, quantas soluções semelhantes você acha que podem ocorrer de forma síncrona ao que estamos pensando aqui e agora? Quantos viventes, que chegaram à mesma forma de solução, tiveram êxito em pôr a ideia para andar e quantos outros não o fizeram, dependentes de recursos, da cultura, sorte, elemento deflagrador do avalanche, do efeito cascata etc., produzindo aquela frustração e, por resultado, engavetando tudo? Onde está a diferença então?

Para mim, a resposta está precisamente na *forma de execução da ideia* e não na ideia em si! Não por acaso a [ACE](#), uma das maiores aceleradoras da América do Sul, lista a sequência decrescente responsável pela quebra dos “quase ex-pretensos unicórnios”:

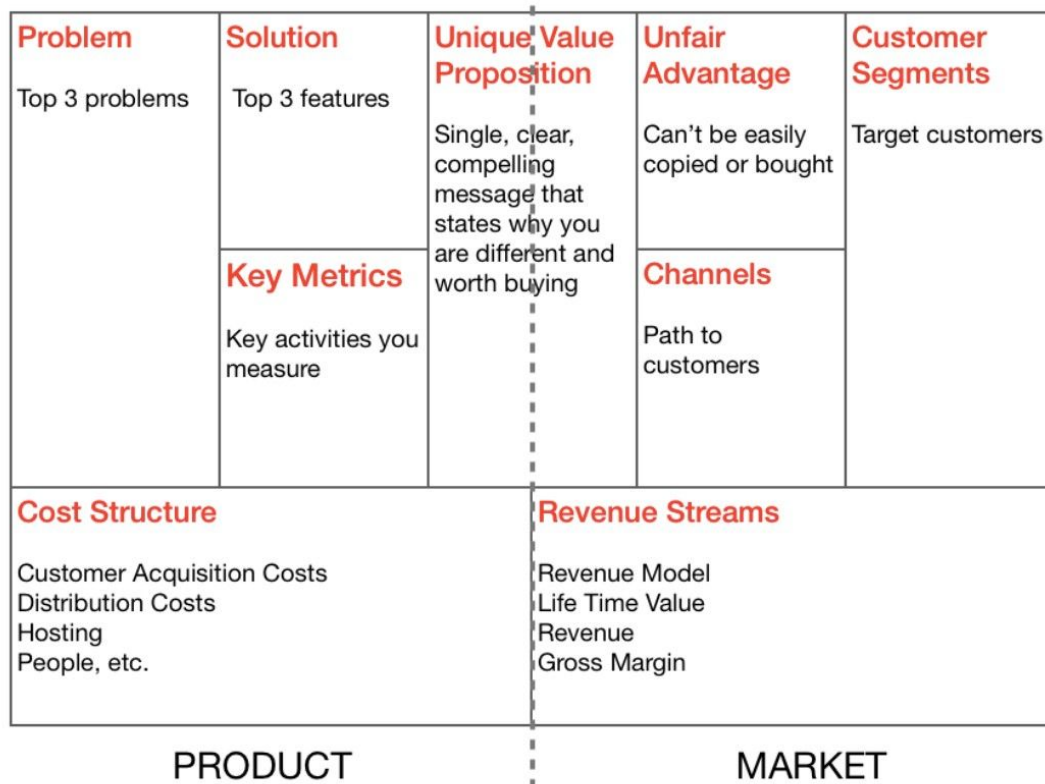
- Falta de Mercado (A solução é bonita só para você, “meu rei”?)
- Fim do dinheiro em caixa (Essa é primária)
- Time incompleto (Ninguém é uma ilha)
- Concorrentes “osso duro” (Eu te disse que o cara era grandão)
- Precificação (Ginga a preço de salmão, “cumpadi”?)
- Produto ruim ou desencaixado! (Te falei que a galera do pagode não toma sangria).

Ou seja: ninguém falou na ideia, sua complexidade, tecnologia embarcada, Market 4.0, *inbound-outbound* (parecem os nomes dos irmãos do agente 007), mas na execução e quem as executa! Se não fosse assim, os inventores da [Bosta em Lata](#), [Tchau Bosta](#) (peço desculpas pelos coliformes, mas estes são os nomes reais dos produtos), [Pet Rock](#), para citar alguns com tecnologia paleontológica, não estariam ricos! Ou seja: ideias simplórias com execuções gloriosas. Sinceramente, não vejo muita tecnologia nestes exemplos!

Ou seja: estes inventores, quase fisiológicos, partiram de um ponto em comum: da *unfair advantage* (*vantagem injusta*), a qual eu prefiro chamar de “vantagem matadora”, um diferencial competitivo de difícil cópia. Afinal: quem pensaria em vender uma pedra como bicho de estimação por U\$ 3.95 ou cocô enlatado a preço de picanha (50 pilas o kilo), ou desentupir privada com adesivo? Sacaram?

## O Lean Canvas

Como já conversado com vocês em [Modelo de Negócio versus Modelo de Ideia](#), os próprios criadores do *Business Model Canvas* (BMC) - Osterwald e Pigneur -, reconheceram que Ash Maurya estava correto quando propôs o *Lean Canvas* (LC) como um modelo de negócio **reforçador** da ideia, muito mais indicado para *insights* iniciantes do que o decantado BMC. Ou seja: se você já possui um MVP, um produto já com cara de “comercial”, o ato de escalar dependerá daquilo que você colocar em um BMC, onde a preocupação estará mais concentrada na gestão de projetos no que na validação da ideia.



Lean Canvas is adapted from The Business Model Canvas (<http://www.businessmodelgeneration.com>) and is licensed under the Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 Unported License.

No outro caso, quando você acha que está por oferecer ao Mercado a “última coca-cola do deserto”, recomenda-se testar, reforçar ou refutar a ideia, desenhando-a em um LC e vendo se ela oferece uma vantagem matadora, aquela de difícil cópia ou aquisição pelos “caras grandes lá fora”. O Maurya sugere algumas características que a vantagem matadora deve ter:

- **Informação oculta.** A coca cola faz isto! Dizem que quem conseguiu encontrar a fórmula deste refrigerante, hoje come caju pela raiz! Dizem... Eu falo sobre algo

parecido em [Esqueça as Patentes: a Inovação está nas Nuvens!](#) Não exponha o melhor de si!

- **Endosso certo de um expert.** Se o próprio Jobs te deu um conselho ao pé do ouvido, utilize-o, deve ser algo diferenciado. Na dúvida, existem bons serviços de orixás para reconectar você ao homem. Vá sem mim!
- **Dream Team.** Esse, em minha opinião, é o mais fundamental de todos. Com um bom time até esterco vira o maior vendedor do Mercado Livre de 2016 (o site tá lá em cima).
- **Autoridade pessoal.** Alguém importante pode posar nas fotos junto a você, um ou uma *influencer* namora com sua irmã, ou irmão? Algum tipo de chantagem vale nessa guerra.
- **Grande efeito de networking.** Conhece ou pode ser inserido em alguma rede poderosa? Fale com o pessoal do **Café com Negócio** ou do **Jerimum Valley** e o sucesso, praticamente, vai querer tomar café ou comer jerimum com você!
- **Existência de Adotantes.** A [curva de difusão](#) de Rogers diz que o seu Mercado, aquele que você estima, é na verdade 2,5% do Mercado que você pensa. Ou seja: sonhe e depois pegue a fatia de 2,5% de seu sonho. Essa é a galera que está disposta a embarcar no seu sonho. Pequeninho, né? Portanto, não se iluda!
- **SEO ranking.** *Search Engine Optimization* (Otimização para mecanismos de busca). É um conjunto de técnicas de otimização para sites, blogs e páginas na web. Essas otimizações visam alcançar bons rankings orgânicos gerando tráfego e autoridade para um site ou blog. Não despreze!

E, mesmo para “coisas” que estão rodando, existem formas de criar vantagem matadora. Dou um exemplo, o *downsizing*, redução de alguma dimensão. Toda vez que tento me livrar de um determinado cartão, ganho a anuidade. Tentei cancelar um certo canal de streaming e a galera, na hora, quadruplicou a banda e manteve o preço! É mole? Toda vez que penso em trocar algo por outro mais barato, eles me entregam outra comodidade, outra *feature*.

Bom pessoal, acho que o recado foi dado. Assim, se pudesse te dar um conselho, diria: “Comece Lean!”.