

De Startup a Scaleup

Product market fit

Alejandro Gómez Cano





¿CÓMO CRECER EMPRESAS?

De Start Up al Scale Up

**Métodos exitosos para el
crecimiento empresarial**

The background features a stylized tree with a light green color palette. The branches and trunk are composed of thin, light green lines. Superimposed on these lines are numerous small, light green circular nodes, some of which are connected by short, straight lines, creating a circuit-like or network-like appearance. The overall effect is a modern, digital aesthetic.

“Growth is never by mere chance; it is the result of forces working together.”

— *James Cash Penney, founder, JC*

Penney

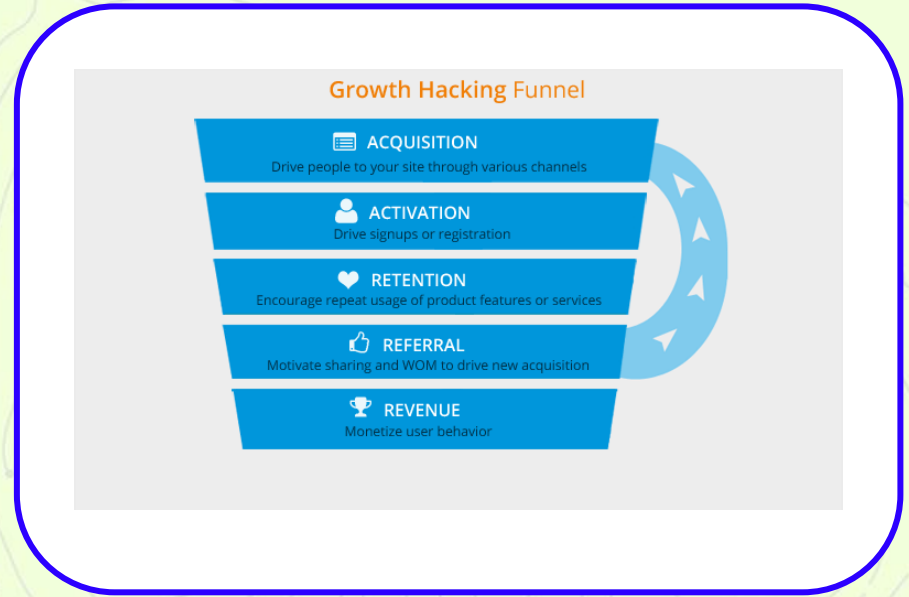


¿Qué es
CRECIMIENTO?

No confundir



Growth vs Growth Hacking



El Crecimiento inicia con el Producto correcto





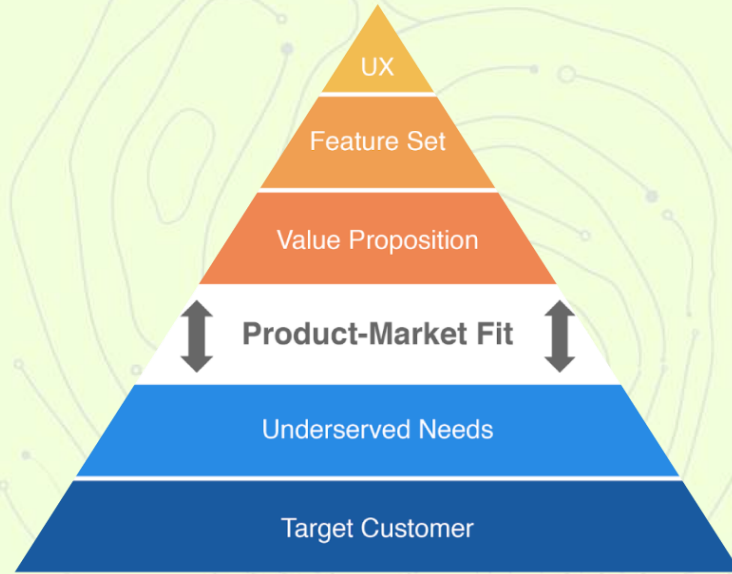
¿Qué es product/market-fit?

¿Qué es
product / market fit?



Cuando quienes no te conocen te compran

Pirámide del Product-Market Fit





¿Cómo reconocer el product / market fit?

Método 1: Encuesta

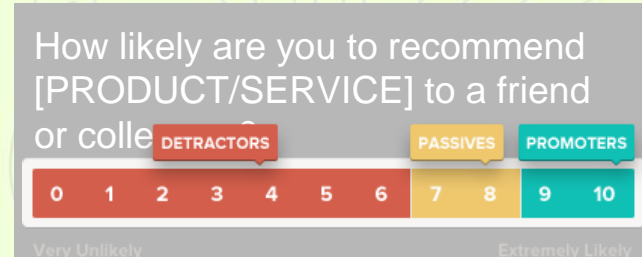
Método Sean Ellis

Por lo menos el 40% de tus usuarios dicen que estarían “Muy decepcionados” sin tu producto.



Puntaje: NPS

$NPS = \% \text{ de promotores} - \% \text{ de detractores}$





NPS

NPS

N: Net

P: Promoter

S: Score



NPS



- Me ayuda a medir la satisfacción de mis clientes o usuarios.
- Puedo entender quiénes están muy contentos conmigo:
Promotores
- Puedo saber quiénes están inconformes con mi producto:
Detractores.
- Logro entender para quiénes es irrelevante mi producto:
Pasivos

NPS

¿Cómo funciona?

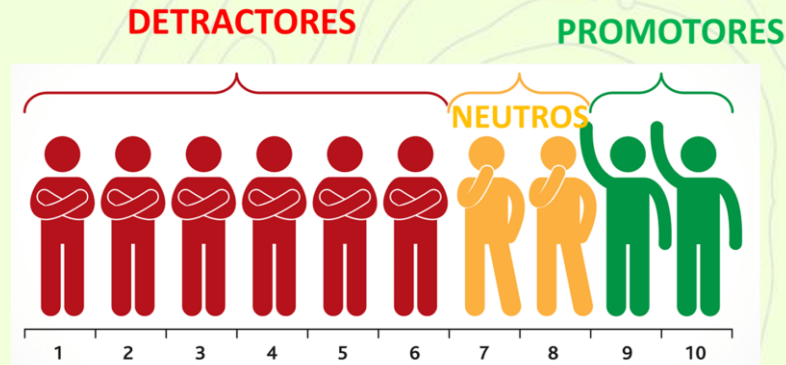
Una pregunta

Ejemplo 1: ¿Qué tan satisfecha o satisfecho te encuentras con nuestro servicio o producto?

Ejemplo 2: ¿Qué tanto recomendarías nuestro producto o servicio a otra persona?

NPS

Las personas califican de 1 a 10.



$$\text{NPS} = \% \text{ 😊 } - \% \text{ 😞 }$$

NPS

Cómo se calcula

#Promotores - #Detractores

Total de encuestados

NPS

Tener en cuenta



- NPS es diferente de Promedio simple.
- NPS me ayuda a detectar inconformes y mejorar el programa.
- NPS me ayuda a entender qué estoy haciendo bien para seguir haciéndolo y potenciarlo.

Método 2: Métricas -Retención



Source: Alex Schultz Y Combinator lecture

Método 3: Corazonada - Sentimiento

NO Product / Market Fit

- Los clientes aún no encuentran real valor en el producto
- No hay un voz a voz de mi producto
- Porcentaje de uso no crece
- Los comentarios de prensa o de las tiendas de aplicación son casi que "blah"
- El ciclo de ventas es muy largo
- Muchos deals nunca se cierran

SÍ Product / Market Fit

- **Los clientes están comprando el producto tan rápido como tú lo sacas al mercado.**
- Porcentaje de uso crece rápidamente
- Aumenta el dinero obtenido por pago de clientes
- Contratas personas de ventas y soporte al cliente tan rápido como puedes
- Te buscan orgánicamente reporteros para conocer más de tu empresa y tu producto.

Dos mundos diferentes

Cambian las actividades de las empresas

Actividades pre product / market fit

Trabajo **NO ESCALABLE**: Todas las tareas concentradas en encontrar el product/market fit

- Iterar ideas
- Encontrar la audiencia o segmento
- Hablar con los usuarios
- No gastar dinero en marketing, mantener los gastos controlados.
- Bootstrapping
- Construir MVP
- Testear hipótesis

Actividades post product/market-fit

- Contratar profesionales adicionales
- Invertir en canales de distribución
- Focus en marketing



Primero necesitas buscar y experimentar...

Haz cosas que no escalan:

Reclutar – Ventas puerta a puerta- Airbnb

Deslumbrar – Cartas de agradecimiento escritas a mano- NuBank

Foco – Solo estudiantes de Harvard- Facebook

Luego enfócate en Unidades Económicas...

- Costo por adquisición de usuario (CAC)
- Costo por servir al cliente (CSC)
- Valor del cliente durante su tiempo de vida (LTV)
 - Ingresos por Usuario
 - Tiempo de vida por cliente
 - Tasa de rotación de clientes

¡Hasta que estés listo para escalar!

**¿Es tu modelo de negocios sostenible? ¿Estás listo para
invertir en Crecimiento?**

LTV >>> CAC+CSC

¡GRACIAS!



Alejandro Gómez Cano

CEO - Pantera Makers

CGO - Grovity, Inc.



@alejandrogcano