



O *Product/Market fit* acontece fruto de uma adaptação constante das empresas e dos seus produtos, mercados alvo, estratégias de vendas e marketing, tentando encontrar o equilíbrio ideal entre necessidades e procura e a resposta mais adequada.

É um trabalho em permanente evolução, que vai sendo aperfeiçoado pelo conhecimento, pesquisa e adequação da comunicação para atrair novos clientes. É muito mais uma arte do que uma ciência.

Esta ação tem como objetivo principal sensibilizar para algumas metodologias e *benchmarks* que ajudam a ajustar melhor a estratégia de produto, repensar o modelo de negócio e orientar a equipa de produto mais efetivamente e com mais hipóteses de sucesso.

## Conteúdo Programático

- 01 > Em que consiste o *Product/Market fit*?
- 02 > Desenvolver um produto de sucesso para o mercado alvo
- 03 > Ferramentas para avaliar o *Market fit*
- 04 > A importância da iteração na melhoria do *Product/Market fit*
- 05 > A curva do custo de aquisição de clientes

Formador | Ana Ferreira

Data | 19 de junho de 2020

Horário | 17h00 às 19h00

Local | Plataforma Microsoft TEAMS