

O Que a Matriz de Ansoff diz sobre a sua Startup?

Marcelo Toledo

Um dos fatores mais importantes para o sucesso de uma startup ou de qualquer outro negócio é a análise estratégica do mercado. Igor Ansoff, professor e consultor russo, desenvolveu em 1965, uma ferramenta de análise e de definição dos problemas estratégicos.

A matriz de produtos e mercados de Ansoff tem como foco principal mostrar a expansão de produtos e mercados visando criar oportunidades de crescimento para as empresas.

		Produtos	
		Existentes	Novos
Mercados	Existentes	Penetração de Mercado	Desenvolvimento de Produtos
	Novos	Desenvolvimento de Mercado	Diversificação

Você pode usar essa matriz no momento em que estiver mapeando o portfólio da sua startup. Neste momento, você vai analisar a receita criada pelos produtos existentes, e vai compará-la com a receita que a sua startup pretende alcançar. A matriz permite estruturar e definir a estratégia para esse crescimento.

A matriz Ansoff é um quadrante composto por duas dimensões: produtos e mercados. Do lado direito encontram-se os produtos novos; e do esquerdo, os existentes. Essa combinação forma quatro estratégias para o crescimento e o desenvolvimento da empresa. Essas estratégias são: o desenvolvimento do mercado, a penetração no mercado, a diversificação e o desenvolvimento do produto.

A definição desse quadro mostra em qual mercado sua startup deseja atuar.

Desenvolvimento do mercado

No desenvolvimento de mercado, a empresa deseja vender seus produtos existentes em um mercado novo. Essa estratégia de desenvolvimento de mercado deve analisar os mercados parecidos com o seu, e pensar na expansão de seus negócios. Essa expansão deve analisar alguns fatores como localização geográfica e idade.

Imagine uma loja de camisetas on-line que vende apenas em um estado. Ela pode expandir suas vendas para outras unidades federativas, incluindo outros serviços de entrega. Se o público-alvo dessa loja for homens de uma determinada faixa etária, ela pode aumentar esse público ao incluir outras idades.

Penetração de mercado

A penetração de mercado visa vender os produtos existentes em um mercado existente, ou seja, pretende-se desenvolver uma estratégia para aumentar sua presença onde ela já atua. Essa estratégia pode ser feita por meio de liquidações, fidelização de clientes, promoções, entre outras ações.

Diversificação

A diversificação é uma estratégia que objetiva criar produtos, para atuar em novos mercados. Essa estratégia busca a inovação que inevitavelmente proporciona riscos, pois a empresa está entrando em um campo desconhecido. Logo, não tem muito como fugir desse fator. Criar uma estratégia para crescer e desenvolver nesse mercado é inerente a uma startup na maioria das vezes.

Desenvolvimento do produto

Essa estratégia sugere o desenvolvimento de novos produtos em mercados existentes. Isso pode ser feito por meio de aperfeiçoamento do produto e de melhorias tecnológicas. Um bom exemplo é a ação de empresas de refrigerantes que incluem em seu MIX de sucos e refrigerantes, versões diet e light.

Sua startup e a matriz de Ansoff

Agora que você já sabe quais são as particularidades de cada estratégia de crescimento de mercado e/ou produto da matriz de Ansoff, você pode aplicá-las na sua startup. Defina em qual mercado sua startup atua, e como ela deseja atuar e aproveite toda a potencialidade que as estratégias tem a oferecer.

<http://www.administradores.com.br/artigos/negocios/o-que-a-matriz-de-ansoff-diz-sobre-a-sua-startup/82273/>