**Etapas do Canvas**

**1-) Segmento de Clientes**

**Pergunte-se:** para quem estamos criando valor? Quem são nossos consumidores mais importantes?

Esse componente define grupos de pessoas/organizações que a empresa tem como público-alvo. Como esses grupos são distintos, suas necessidades também são. Segmentando eles, fica mais fácil desenvolver ações para atender cada um da melhor maneira. Eles se divergem no tipo de relacionamento, lucratividade, canais de distribuição e outras características.

**2-) Proposta de Valor**

**Pergunte-se:**que valor entregamos aos clientes? Qual problema estamos ajudando a resolver? Que necessidades estamos satisfazendo? Que conjunto de produtos e serviços estamos oferecendo para cada segmento de clientes?

Esse componente é relativo ao porque dos clientes escolherem sua empresa. A proposta de valor no Canvas deve resolver um problema ou satisfazer alguma necessidade do cliente (de acordo com sua segmentação). Dessa forma, aumentar o desempenho dos produtos/serviços é uma forma de criar e agregar valor.

**3-) Canais**

**Pergunte-se:** por meio de quais canais nossos segmentos de clientes querem ser contratados? Como os alcançamos agora? Como nossos canais se integram? Qual funciona melhor? Quais apresentam melhor custo-benefício? Como estão integrados à rotina dos clientes?

Os canais se referem a forma que sua empresa se comunica com os clientes, desde o momento da aquisição do produto até o suporte após a compra. Eles podem ser diretos (time de vendas, site) ou indiretos (lojas de revenda). As fases do canal são:

* **Conhecimento:** Quando o público irá conhecer sua marca.
* **Avaliação:** Como sua empresa é avaliada.
* **Compra:** Como é o processo de compra dos seus clientes.
* **Entrega:** Como sua empresa entrega valor aos clientes.
* **Pós-venda:** Como sua empresa fornece suporte após a compra.

**4-) Relacionamento com Clientes**

**Pergunte-se:** que tipo de relacionamento cada um dos nossos **segmentos de clientes** espera que estabeleçamos com eles? Quais já estabelecemos? Qual o custo de cada um? Como se integram ao restante do nosso Modelo de Negócios?

O relacionamento com os clientes precisa ser definido de acordo com as motivações da empresa em relação à sua conquista, retenção e ampliação das vendas. Por exemplo, o relacionamento pode ser automatizado (**[chatbots](https://take.net/blog/chatbots/chatbot/" \t "_blank)**, mensagens automáticas) ou pode ser baseado na interação humana (representantes, call-centers).

**5-) Fontes de Receita**

**Pergunte-se:**quais valores nossos clientes estão realmente dispostos a pagar? Pelo que eles pagam atualmente? Como pagar? Como prefeririam pagar? O quanto cada Fonte de Receita contribui para o total da receita?

As fontes de receita da sua empresa representam o dinheiro gerado a partir de cada segmento de clientes. Para calcular a receita, os custos devem ser subtraídos da renda para gerar o lucro.

As fontes de receita no Canvas podem incluir a venda de recursos (produtos físicos), taxas de uso (quanto mais o serviço é usado, maior o lucro), taxas de assinatura (para uso contínuo), empréstimos, aluguéis e licenciamentos.

**6-) Recursos Principais**

**Pergunte-se:** que recursos principais nossa proposta de valor requer? Nossos canais de distribuição? Relacionamento com os clientes? Fontes de receita?

Esses são os recursos que a empresa necessita para criar sua proposta de valor. Eles podem ser recursos físicos, como fábricas, máquinas e veículos. Podem ser intelectuais, como conhecimentos específicos e patentes; humanos, como equipes conceituadas e eficientes ou financeiros, como dinheiro e ações.

**7-) Atividades-Chave**

**Pergunte-se:**que atividades-chave nossa proposta de valor requer? Nossos canais de distribuição? Relacionamento com clientes? Fonte de receita?

As atividades-chave são as atividades que não podem deixar de acontecer para sua empresa funcionar bem. Elas são as ações mais importantes a serem executadas. Dependendo do tipo de modelo de negócios elas podem ser categorizadas como: produção (desenvolvimento de produto, fabricação, entrega); resolução de problemas e plataformas/redes (necessárias para o funcionamento do negócio).

**8-) Parcerias Principais**

**Pergunte-se:** quem são nossos principais parceiros? Quem são nossos fornecedores principais? Que recursos principais estamos adquirindo dos parceiros? Que atividades-chave os parceiros executam?

São os fornecedores e os parceiros que permitem que o negócio desenvolva de forma otimizada e mais econômica. Com essas alianças, fica mais fácil conseguir recursos e reduzir a competitividade.

**9-) Estrutura de Custo**

**Pergunte-se:** quais são os custos mais importantes em nosso Modelo de Negócios? Que recursos principais são mais caros? Quais atividades-chave são mais caras?

Essa estrutura pode envolver custos fixos e variáveis. Algumas empresas focam em modelos de negócios direcionados pelo custo, portanto, tendem a minimizá-lo em suas atividades ao máximo. Dessa forma, utilizam propostas de valor baixo.

Outras se direcionam a criação de valor nos produtos, o que torna suas atividades mais complexas. Consequentemente, o preço dos produtos/serviços finais é mais elevado.

Antes de entender como montar um plano de negócio com Canvas passo a passo, confira este exemplo de Canvas:

Diagrama

Descrição gerada automaticamente