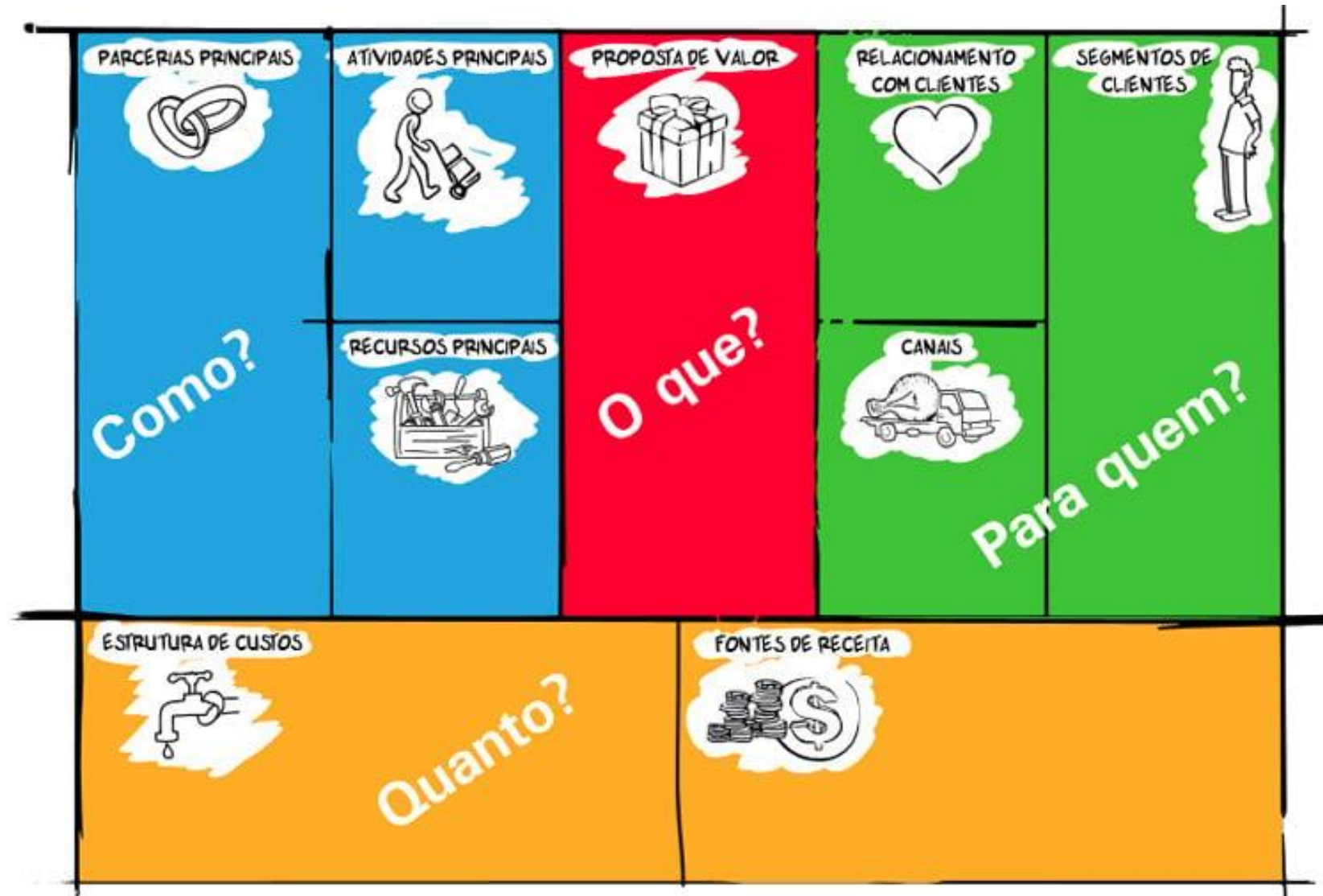


# DEPARTAMENTO DE COMPUTAÇÃO

## MODELO CANVAS DE NEGÓCIOS

# Modelo canvas



# Validação inicial



DEFINA O TAMANHO DA AMOSTRA  
(LEMBRE-SE QUANTO MAIOR A  
AMOSTRA, MAIOR O NÍVEL DE  
CONFIANÇA).



VALIDE O QUESTIONÁRIO  
(VERIFIQUE COM OUTRA  
PESSOA SE SUA VALIDAÇÃO FAZ  
SENTIDO)

# Teste de Landing Page:

- Crie uma página simples na internet que descreve a proposta de valor e peça às pessoas que se cadastrem para "saber mais" ou "entrar na lista de espera".
  - Pode ser uma página no Instagram, ou internet mesmo, mas que transmita a visão de negócios do seu grupo.
  - Taxa de conversão (quantas pessoas se cadastram) é um indicador tangível de se a proposta de valor ressoa com o público. É uma validação quantitativa.
- Qual desses padrões de valor estão focando para se diferenciarem??

# Desenvolvimento de Personas:

- Uma persona de cliente (ou *buyer persona*) - representação pesquisas de mercado e dados reais de clientes existentes e potenciais. As personas incluem informações essenciais como dados demográficos, comportamentos, interesses, desafios e motivações.
- O processo de criação de personas envolve coletar dados existentes (registros de vendas, interações com clientes), conduzir pesquisas diretas (pesquisas, entrevistas), analisar comportamentos e motivações (hábitos de compra, canais de comunicação preferidos, problemas resolvidos pelo produto) e criar um perfil detalhado com nome, cargo, idade, histórico, objetivos e desafios. É crucial validar e refinar as personas continuamente com dados do mundo real e feedback da equipe, criando múltiplas personas se a empresa atender a diferentes tipos de clientes. As personas orientam as mensagens de marketing, o desenvolvimento de produtos e o atendimento ao cliente.

# Declaração de valor:

- **Elementos Chave de uma Declaração Eficaz:**
- **Clareza e Convicção:** A proposta deve ser fácil de entender e convincente, focando no problema do cliente em vez do produto.
- **Benefícios Únicos:** Deve descrever claramente o que torna o produto ou serviço diferente e melhor que os concorrentes.
- **Relevância para as Necessidades do Usuário:** Deve responder diretamente às necessidades e desafios do público-alvo.
- **Especificidade sem Complexidade:** A linguagem deve ser específica sobre os benefícios (por exemplo, "se o atendimento ao cliente é altamente avaliado, por quê?") sem ser excessivamente complexa.