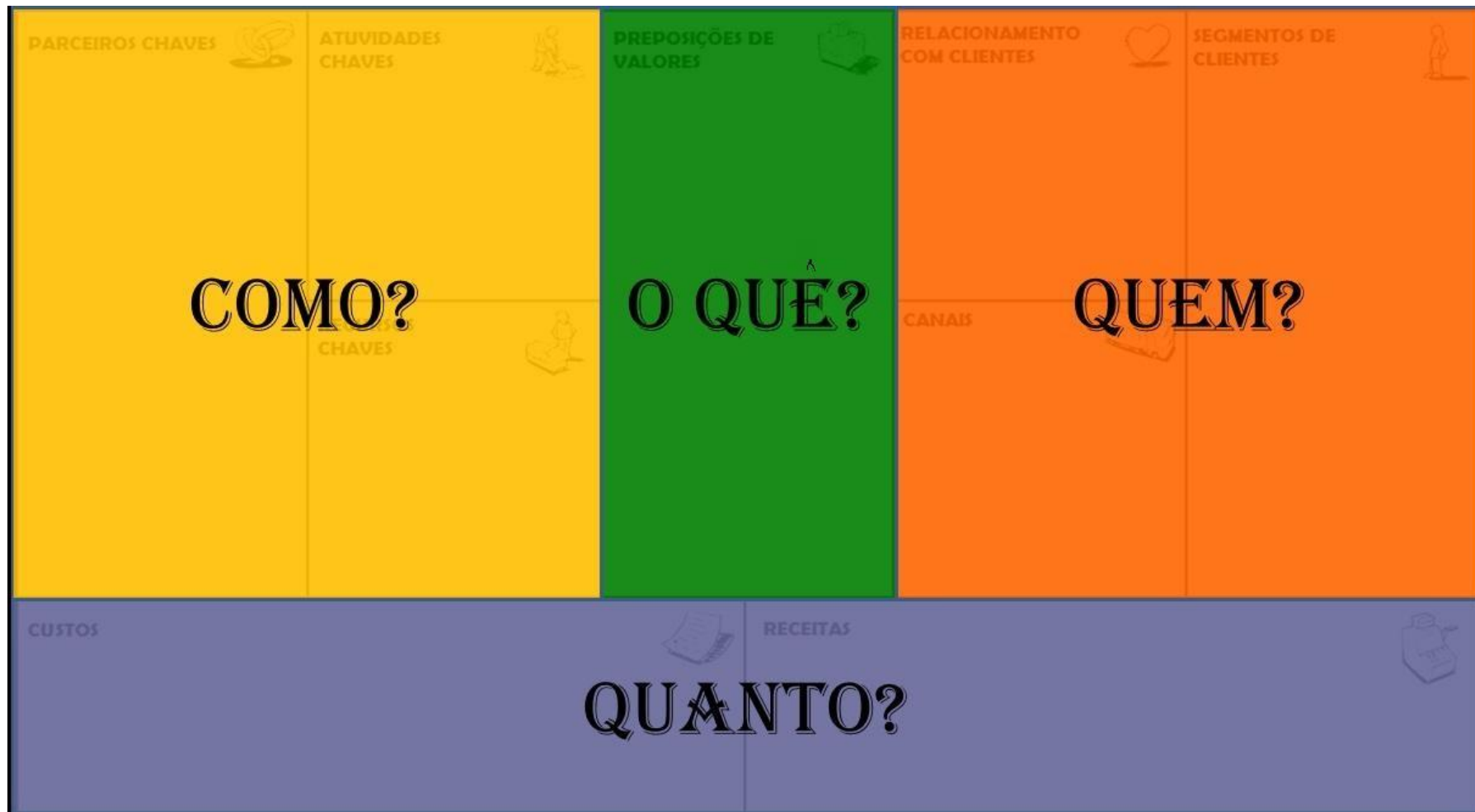


Modelo de CANVAS

Alexander Osterwalder

- Ferramenta de criação e gestão de modelos de negócio, simples e visual, que permite simplificar e reunir todos os pontos-chave do novo negócio ou negócio pré-existente.



O QUE faz nossa empresa?

Produto ou serviço.

A QUEM está destinado?

Público Alvo.

COMO a empresa faz?

Recursos, Atividades, Parcerias necessárias.

QUANTO entra e sai da Empresa?

Principais custos e receitas.

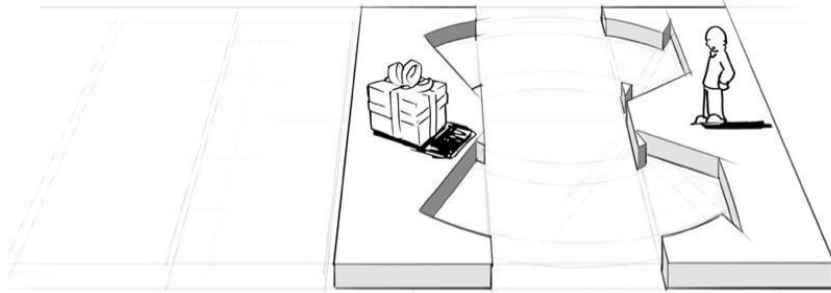
Business Model Canvas



Business Model Canvas



Proposta de Valor



A proposta de valor consiste no conjunto de produtos/serviços que a empresa oferece de forma a criar valor para um segmento de clientes específico.

Alguns elementos que podem agregar valor

Novidade

Performance

Customização

Fazer o
serviço

Design

Preço

Marca/Status

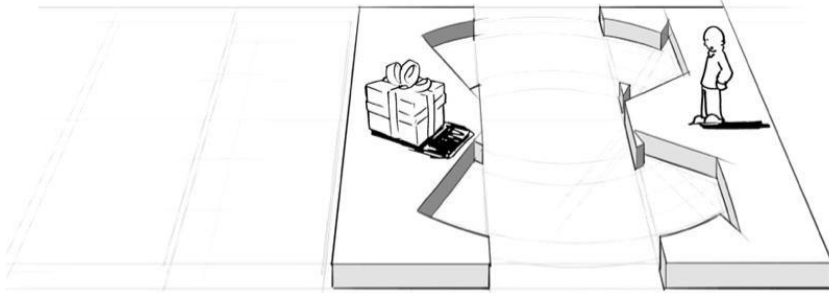
Redução de
custo

Redução de
risco

Acessibilidade

Conveniência
/Usabilidade

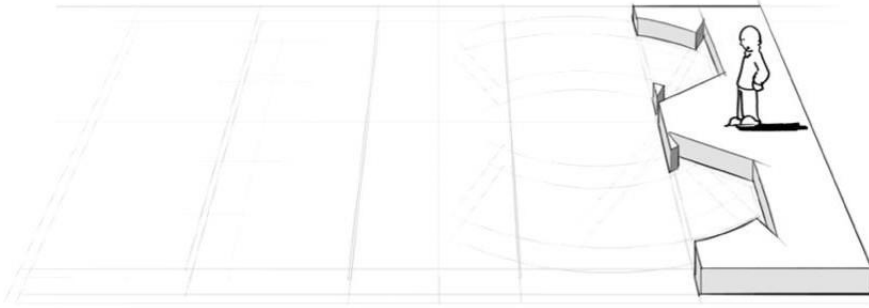
Proposta de Valor



PERGUNTAS QUE DEVEM SER RESPONDIDAS

- Que valor é proporcionado aos nossos clientes?
- Que problema dos clientes ajudamos a solucionar?
- Que pacotes de produtos /serviços oferecemos a cada segmento de mercado?
- Que necessidade dos clientes satisfaz?

Segmentos de clientes

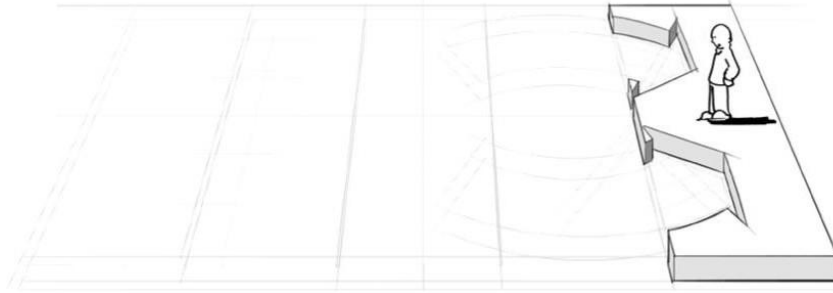


As empresas agrupam os clientes em segmentos com necessidades, costumes ou outro atributo em comum, de forma que possam melhor entender, alcançar e servir esses clientes.

Segmentação

- Identificar e separar/juntar os consumidores que serão o nosso público-alvo.
- Divisão do mercado heterogéneo num grupo homogéneo

Segmentos de clientes



Um segmento é interessante quando:

Mensurável



Tamanho, poder de compra, características dos segmentos devem ser mensuráveis

Substancial



Deve ser suficientemente grande ou rentável para ser interessante

Acessível



Segmento pode ser efetivamente acessível

Diferenciável



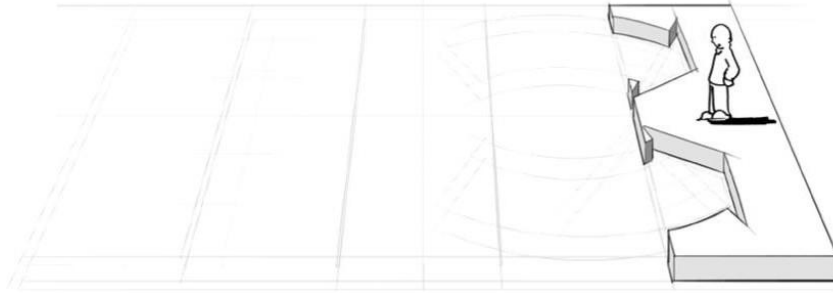
Segmento responde de maneira diferente (de outros segmentos) a cada elemento do mkt-mix

Ativável



A organização consegue atrair e servir o segmento

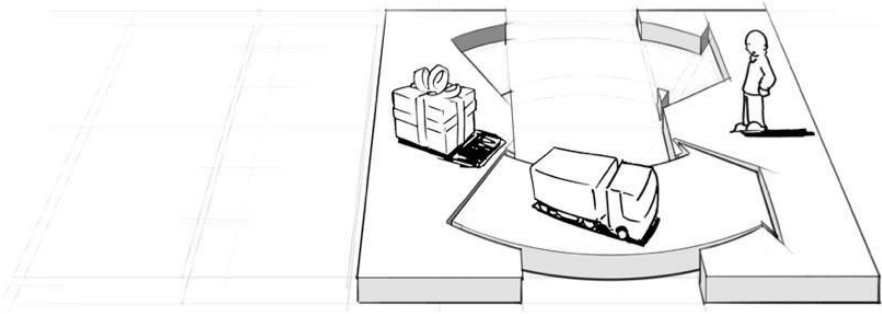
Segmentos de clientes



PERGUNTAS QUE DEVEM SER RESPONDIDAS

- Para quem estamos a criar valor?
- Quem são os nossos clientes mais importantes?
- Esses clientes têm necessidades em comum?
- Esses clientes são atingidos da mesma maneira?

Canais

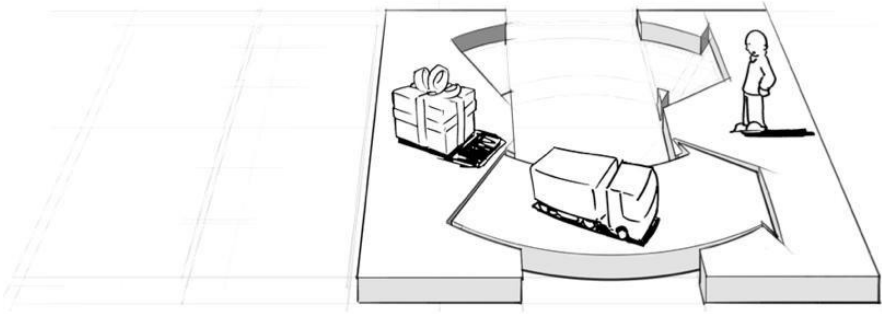


Os canais podem ser de comunicação, distribuição e venda. Eles são a interface com os clientes e possuem diversas funções e tipos.

Funções dos Canais

- Dar visibilidade aos produtos e serviços da empresa
- Ajudar os clientes a analisar a proposta de valor da empresa
- Permitir aos clientes comprar produtos e serviços específicos
- Entregar a proposta de valor aos consumidores

Canais

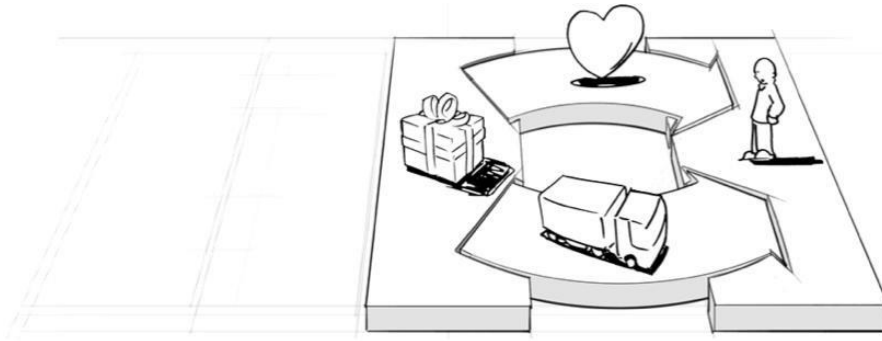


Tipos de Canais		
Próprio	Direto	Força de Vendas
	Direto	Vendas na Internet
Parceiro	Indireto	Lojas Próprias
		Lojas de Parceiros
		Atacado

PERGUNTAS QUE DEVEM SER RESPONDIDAS

- Quais os canais pelos quais os segmentos de clientes querem ser atingidos?
- Como são atingidos agora?
- Como é que os nossos canais se integram?
- Quais possuem melhor custo-benefício?

Relacionamento com os Clientes



O relacionamento com o cliente é como a empresa interage com um segmento de cliente. Uma empresa precisa definir que tipo de relacionamento ela quer estabelecer.

Motivações

- Captura de clientes
- Retenção de clientes
- Aumento de vendas
- Fortalecimento da marca

Categorias de Relacionamento

Assistência pessoal – visita do representante; call center

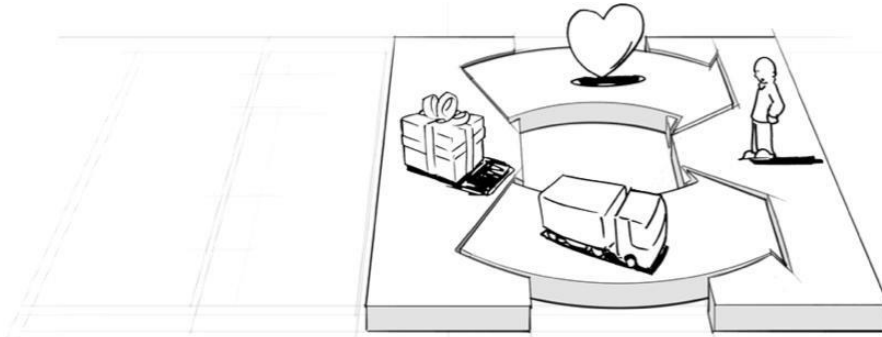
Assistência pessoal dedicada: Bancos personalizados

Self service

Serviço automatizado: perfis pessoais online dão ao cliente acesso a serviços personalizados

Comunidades: facebook, etc

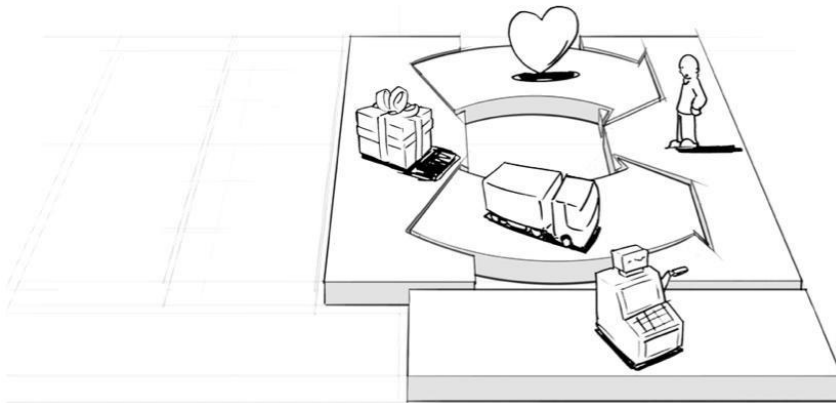
Relacionamento com os Clientes



PERGUNTAS QUE DEVEM SER RESPONDIDAS

- Que tipo de relacionamento cada segmento de clientes espera ser estabelecido e mantido com ele?
- Quais são os tipos de relacionamento que têm sido estabelecidos?
- Quais são os custos desses relacionamentos?
- Como estão integrados com o modelo de negócios?

Fluxo de Receitas



O fluxo de receitas representa a forma pela qual a empresa gera receita por via de cada segmento de clientes.

Tipos de Receita

- Receita de transação resultado de um único pagamento do cliente
- Receita de transação de pagamento contínuo ou suporte pós-compra

Formas de Receita

Venda de
ativos

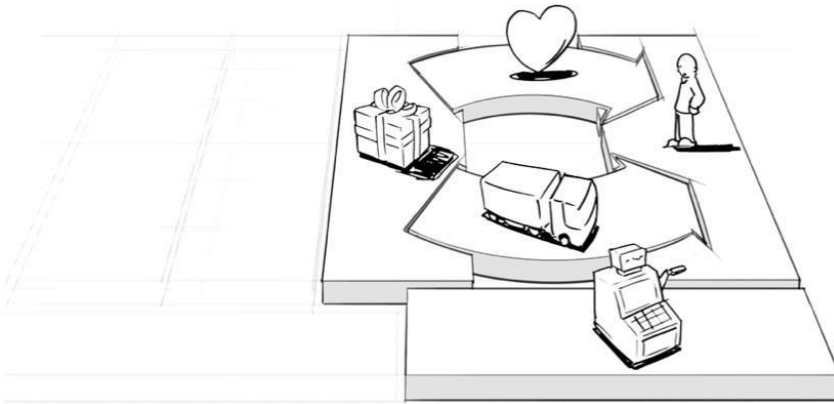
Taxa de uso

Taxa de
assinatura

Renting/Leasing

Licenciamento

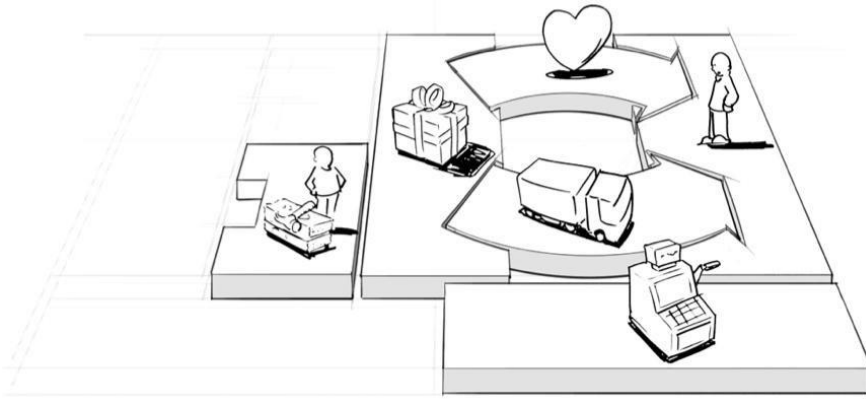
Fluxo de Receitas



PERGUNTAS QUE DEVEM SER RESPONDIDAS

- Qual o valor que os clientes estão realmente dispostos a pagar?
- Qual o valor que os clientes atualmente pagam?
- Como pagam atualmente?
- Quanto geram as diferentes fontes de receita?

Recursos chave



Os recursos chave permitem descrever os ativos mais importantes para fazer o modelo de negócios funcionar. Caso a empresa não tenha tais recursos, ela precisará de parceiros chave.

Categorias de Recursos

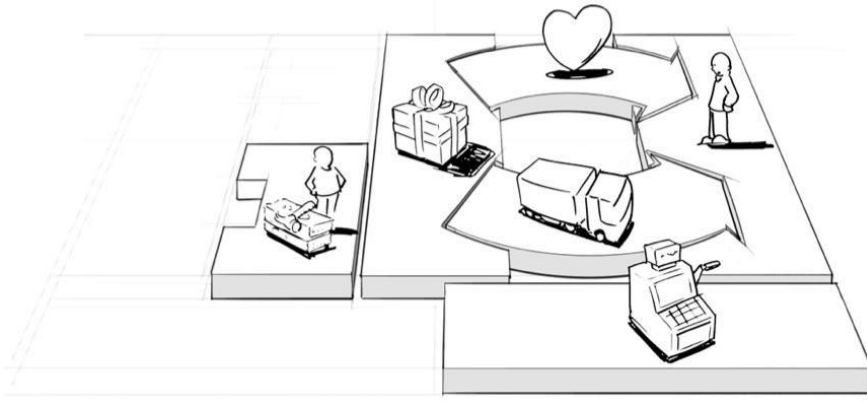
Físico

Intelectual
(patentes de
marcas, direitos
autorais, dados)

Humano

Financeiro

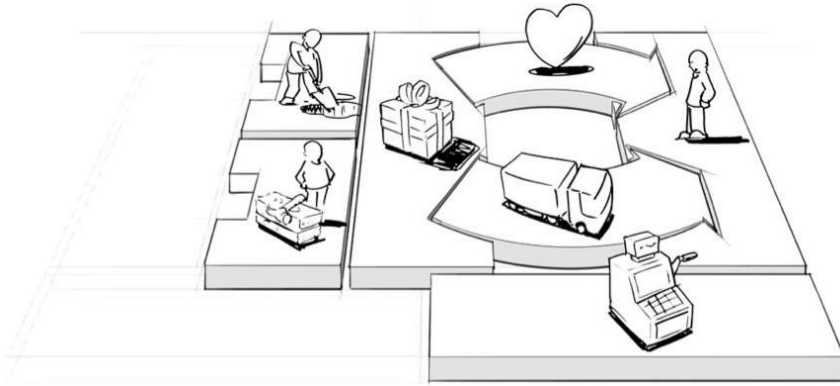
Recursos chave



PERGUNTAS QUE DEVEM SER RESPONDIDAS

- Quais recursos chave a proposta de valor precisa?
- E para o canal de distribuição?
- E para o relacionamento com o cliente?
- E para o fluxo de receitas?

Atividades chave



As atividades chave são as atividades essenciais para o que o modelo de negócios da empresa funcione corretamente.

Categorias de Atividades Chave

Produção

Conceção e entrega de um produto em quantidades substanciais e/ ou de qualidade superior. Mais relacionados para modelos de negócio de empresas industriais

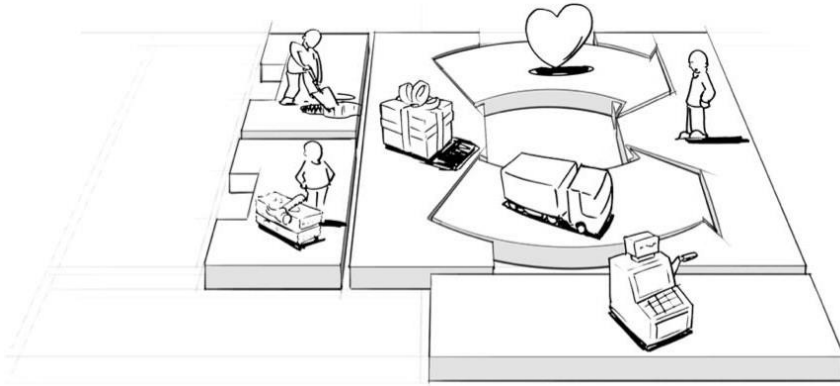
Solução de problemas

estão relacionados com novas soluções de problemas dos clientes, As empresas de consultorias, hospitais e outras organizações de serviços são tipicamente focadas em atividades de resolução de problemas

Plataforma/rede

são dominados por uma plataforma ou rede de atividades chaves. Por exemplo o modelo de Negócios, como eBay exige que a empresa continuamente desenvolva e mantenha sua plataforma

Atividades chave

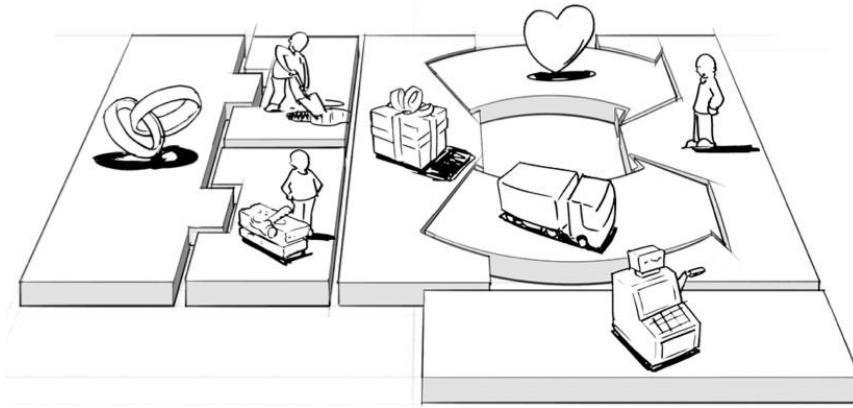


As atividades chave são as atividades essenciais para o que o modelo de negócios da empresa funcione corretamente.

PERGUNTAS QUE DEVEM SER RESPONDIDAS

- Quais as atividades chave que a proposta de valor precisa?
- E os canais de distribuição?
- E o relacionamento com o cliente?
- E o fluxo de receitas?

Parceiros chave



rede de fornecedores e parceiros que fazem o modelo de negócios funcionar

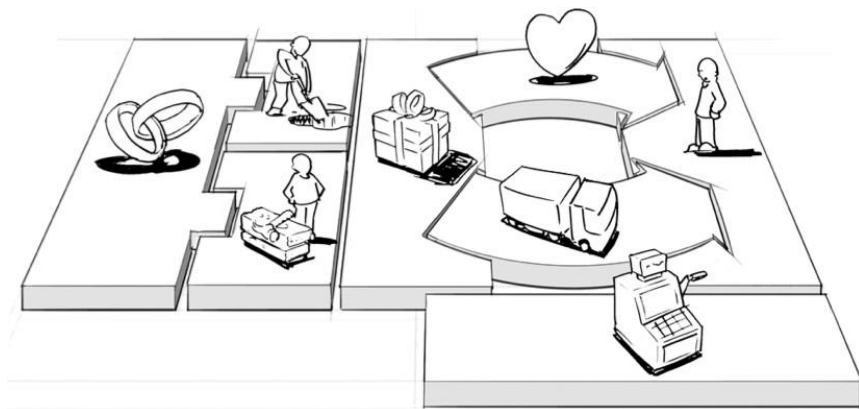
Motivações para Parceria

Otimização e economia

Redução de risco e incerteza

Aquisição de recursos e atividades particulares

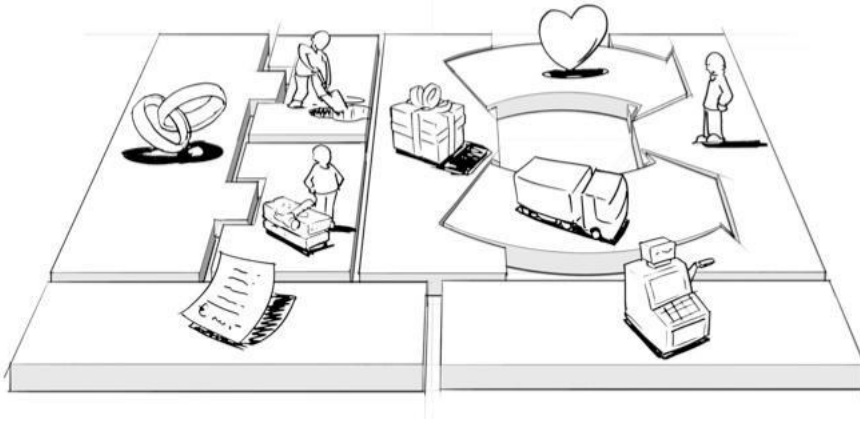
Parceiros chave



PERGUNTAS QUE DEVEM SER RESPONDIDAS

- Quem são os parceiros chave?
- Quem são nossos fornecedores chave?
- Quais recursos chave são adquiridos dos parceiros?
- Quais atividades chave os parceiros fazem?

Estrutura de custos

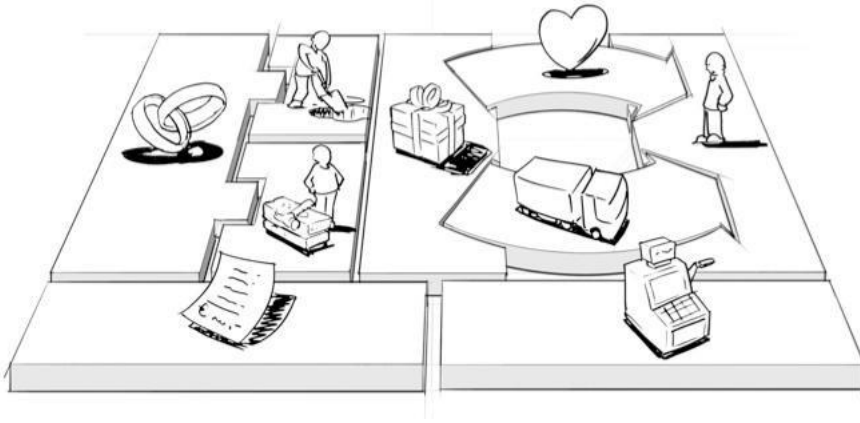


A estrutura de custos envolve os principais custos decorrente da operação do modelo de negócios. Criar e entregar valor, manter relacionamento com clientes e gerar receitas todos acarretam em custos.

Características:

- Custos fixos
- Custos variáveis
- Economia de escala

Estrutura de custos



PERGUNTAS QUE DEVEM SER RESPONDIDAS

- Quais são os principais custos inerentes ao modelo de negócios?
- Quais recursos chave são mais caros?
- Quais atividades chave são mais caras?

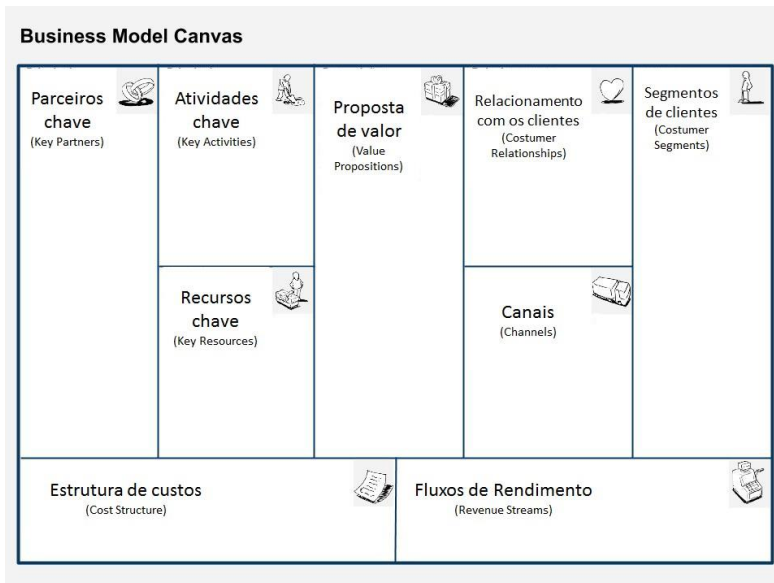
Modelo de CANVAS– Exemplo NESPRESSO

Business Model Canvas



Modelo de CANVAS

O QUE NECESSITAMOS?





Obrigado e mãos à obra

