

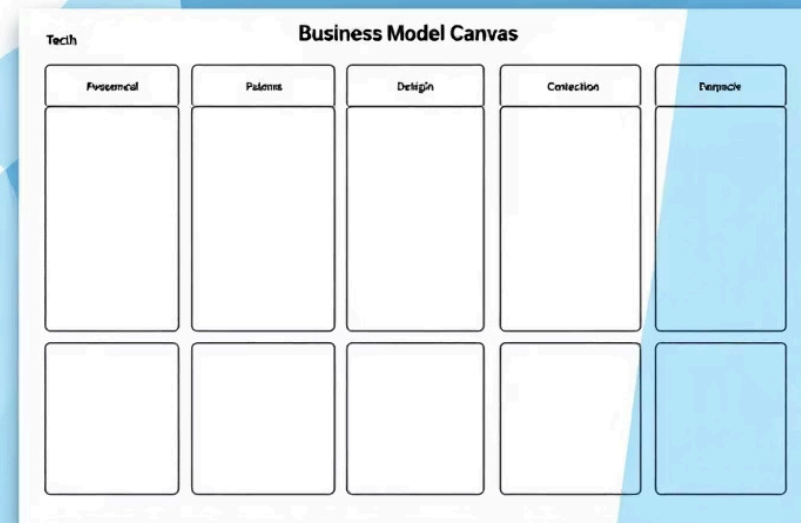
Modelagem de Projetos de Inovação

Encontro 2: Transformando sua proposta de valor em um modelo de negócio viável através do Business Model Canvas

O Business Model Canvas: O Mapa da Arquitetura

O BMC é uma **ferramenta de gerenciamento estratégico** visual e prática que permite descrever, visualizar, avaliar e alterar um modelo de negócio completo em uma única página.

Funciona como um **mapa de arquitetura** para o seu projeto, transformando sua Proposta de Valor em um Modelo de Negócio Viável e sustentável.



A Origem do BMC



Referência Conceitual

Desenvolvido por **Alexander Osterwalder e Yves Pigneur**, o BMC revolucionou a forma de pensar modelos de negócio.

Composto por **9 blocos fundamentais** que se inter-relacionam e devem estar em harmonia para dar forma e viabilidade ao negócio.

Uma metodologia reconhecida mundialmente e utilizada por startups e grandes corporações.



O Lado do Cliente: Front-End do Canvas

O lado direito do BMC é focado no **mercado e na geração de valor** — é a parte que monetiza sua Proposta de Valor.

Os 5 Blocos do Front-End

01

Segmento de Clientes

Quem é o público-alvo para quem estamos criando valor? A segmentação coerente direciona todas as decisões técnicas.

02

Proposta de Valor (PV)

O pacote de produtos e serviços que cria valor diferenciado para o segmento escolhido

03

Canais

Como a solução de software é **comunicada, vendida e entregue** ao cliente. Envolve arquitetura de distribuição. (Ex: App Store, Website de E-commerce, API para parceiros)

04

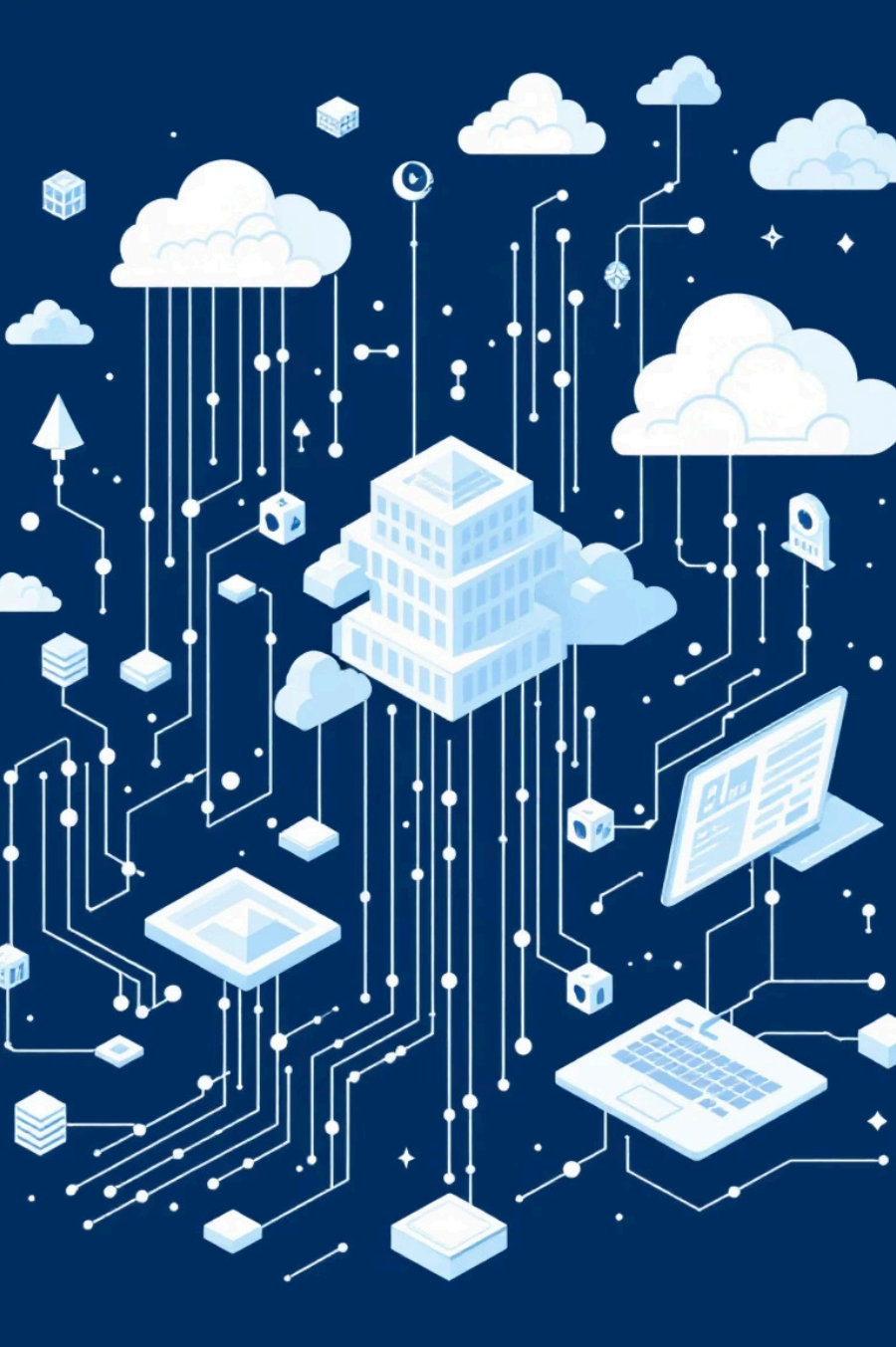
Relacionamento com Clientes

Que tipo de interação é estabelecida para **atrair, reter e aumentar** a base de clientes. Decisão sobre o nível de automação. (Ex: Suporte via Chatbot/IA, Autosserviço online, Comunidade de usuários)

05

Fontes de Receita

Pelo que o cliente está disposto a pagar e como o dinheiro é gerado através da Proposta de Valor. Define a viabilidade econômica do sistema. (Ex: Assinatura mensal, taxa de transação, licenciamento de software, etc)



A Estrutura de Eficiência e Produção: Back-End do Canvas

O **"Backend"** ou **Lado Esquerdo** do Canvas concentra-se na **Infraestrutura** e na **Viabilidade Econômica** do seu negócio, ou seja, em como a empresa opera internamente para produzir e entregar a Proposta de Valor.

Os 4 Blocos do Back-End

01

Parceiros Chave

Quem são os fornecedores e parceiros cruciais que a empresa precisa para realizar as Atividades-Chave e obter os Recursos Principais, minimizando riscos e custos? (Ex: Provedor de Nuvem, Parceiro de API)

02

Atividades Chave

Quais são as ações essenciais (*core business*) que a empresa deve realizar para que a Proposta de Valor seja entregue com sucesso? (Ex: Desenvolvimento de Software, Manutenção da Plataforma, Gestão de Servidores)

03

Recursos Chave

Quais ativos mais importantes (humanos, técnicos, financeiros e intelectuais) são necessários para sustentar a Proposta de Valor e o Modelo de Negócio? (Ex: Programadores Sêniores, Código-fonte Proprietário, Servidores de Alta Performance)

04

Estrutura de Custos

Quais são os custos mais importantes e inerentes ao Modelo de Negócio? Este é o preço de manter o "backend" funcionando. (Ex: Salários da equipe de desenvolvimento, Custo de Hospedagem/Cloud, Licenças de Software)

Objetivo de Hoje:

Desenvolvimento de 3 Blocos



Segmentação de Clientes

Público-alvo, área de atuação, idade, perfil, etc



Canais

Meios de contato, e-mail? redes sociais? Onde o cliente está?



Relacionamento com Clientes

O cliente precisa de suporte contínuo? por quais meios?



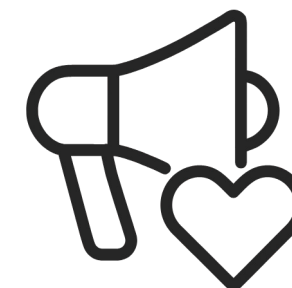
Segmentação de Clientes

Para preencher o bloco de **Segmentos de Clientes** no Business Model Canvas (BMC), você deve responder a perguntas-chave e se aprofundar em categorias específicas para identificar quem são seus consumidores mais importantes.



Tópico Principal	Perguntas-Chave	Exemplo
Identificação Básica	Para quem você está criando valor?	Indústrias de manufatura de médio porte.
Necessidades e Problemas	Quem são seus consumidores mais importantes? Quem são os grupos de pessoas ou empresas que possuem necessidades que o seu produto (a PV) consegue resolver?	Gestores de produção focados em ESG (eles têm a necessidade de reduzir o impacto ambiental e os custos operacionais).
Critérios Demográficos/Firmográficos	Quais são as características-chave desses clientes (idade, localização, tamanho da empresa, setor)?	Empresas no setor industrial, localizadas em regiões com regulamentações ambientais rigorosas.
Tipos de Segmento	Qual é o tipo de mercado que você atende: Massa (sem segmentação), Nicho, Segmentado (diferentes necessidades), ou Multi-Lados (atende a dois ou mais segmentos interdependentes, como um marketplace)?	Mercado Segmentado, com foco inicial em manufatura e potencial expansão para empresas de consultoria ambiental.
Coerência com Outros Blocos	A PV é relevante para esse segmento? Como esses segmentos de clientes se relacionam com os demais blocos do Canvas?	O segmento de Gestores de produção valoriza o monitoramento em tempo real (Proposta de Valor) e utiliza a Plataforma Web (Canais).

Canais



Definir o bloco **Canais** é mapear a jornada completa do seu produto até o cliente, desde o primeiro contato (conscientização) até a entrega final e o suporte. Para um Técnico em Desenvolvimento de Sistemas (TDS), isso envolve decisões críticas de arquitetura e distribuição.

Fase do Canal

Conscientização

Avaliação

Compra

Entrega

Pós-Venda

Perguntas-Chave

Como informamos o segmento de clientes sobre a nossa Proposta de Valor (PV)?

Como ajudamos o cliente a avaliar a nossa PV?

Como o cliente pode comprar nosso produto/serviço?

Como entregamos a PV ao cliente?

Como fornecemos suporte pós-venda ao cliente?

Objetivo Estratégico

Levar a PV ao conhecimento do cliente. (Ex: Marketing de Conteúdo, Mídia Social, SEO).

Permitir que o cliente teste ou entenda o valor real. (Ex: Webinars, Demonstração do Produto (Demo), Free Trial).

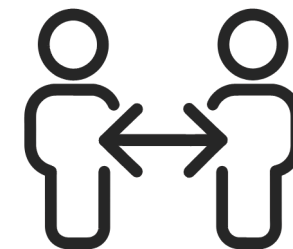
Facilitar a transação. (Ex: Plataforma de E-commerce, App Store, Venda Direta por Consultor).

O método físico ou digital de acesso ao produto. (Ex: Download do App, Acesso a Plataforma SaaS, Entrega de Hardware IoT).

Manter o relacionamento e garantir a satisfação. (Ex: FAQ Online, Suporte Técnico (Ticketing), Base de Conhecimento).

Relacionamento com Clientes

O bloco **Relacionamento com Clientes** (Customer Relationships) define o tipo de vínculo que sua empresa estabelecerá com cada Segmento de Clientes, visando **atrair, reter e aumentar** a base de consumidores.



Tópico Principal

Expectativa do Cliente

Motivação do Relacionamento

Integração e Custo (Visão Técnica)

Tipo de Relacionamento (A Escolha)

Perguntas-Chave

Que tipo de relação cada segmento de clientes **espera** que estabeleçamos e mantenhamos com eles?

Qual é a **motivação** do nosso relacionamento? É para: **atrair** novos clientes, **reter** os atuais, ou **aumentar** as vendas (*upsell/cross-sell*)?

Como o relacionamento se **integra** ao restante do modelo de negócio (Canais, PV)? **Quanto nos onera** (o custo de manter a infraestrutura de suporte)?

Que tipo de relacionamento deve ser estabelecido com base no custo e no formato?

Objetivo Estratégico

Garantir que o relacionamento escolhido seja o que o cliente valoriza.

Definir a meta clara para cada tipo de interação.

Alinhar a estratégia com a viabilidade econômica e técnica.

Escolher o modelo que oferece maior valor com custo otimizado.

Desafio Entregável 2 (20pts)



Criar Documento em PDF

- Nome do time
- Título da proposta escolhida
- Segmento de clientes
- Canais de comunicação e distribuição
- Relacionamento com clientes



Upload no GitHub

Um membro do grupo deve fazer o upload do arquivo PDF em um repositório no GitHub



Submissão do Link

Todos os membros devem submeter o link direto para o arquivo no Google Classroom

Título da Atividade no Classroom: "Encontro 2 - Segmentação, canais e relacionamento com cliente"