



TÉCNICAS E FERRAMENTAS PARA GESTÃO DE PROJETOS.



MATERIAL DE APOIO

Técnicas e Ferramentas para Gestão de Projetos (Modelos, Métodos e Artefatos)

Canvas da Proposta de Valor

Professora/tutora: Giovanna Baccarin

Levantamento de requisitos de um projeto

Nesta aula você aprendeu

Os 9 blocos do Business Model Canvas e como eles nos ajudam a desenhar a lógica de criação e captação de valor por parte de uma organização. O BM Canvas nos dá **aquela visão geral, simplificada e direta sobre todas as partes mais importantes que compõem um negócio**, para que possamos, inclusive, encontrar potenciais incoerências entre elas.

- Como funciona o Canvas da Proposta de Valor que vai falar especificamente do Segmento de Cliente e da Proposta de valor de nosso negócio.

IMPORTANTE: este segundo canvas é como se fosse um **zoom** nestes blocos mais relevantes na criação e desenho de qualquer coisa nova.

- O que é o Job to be Done ou Trabalho, que é o bloco ligado ao nosso segmento de cliente que vai nos dar uma **ampla noção do que essa pessoa quer ou precisa realizar em sua vida**.

Lembrete: através dessa análise, podemos abrir a porta para os mais diversos tipos de inovação e torna-se óbvio como criar os **reais benefícios que um cliente necessita** através do nosso projeto.

- Que o Perfil do Cliente é complementado pelas dores e ganhos ligados aos trabalhos de cada segmento. As dores são tudo o que acontece quando aquela tarefa ou necessidade desanda e dá errado. E os ganhos tudo o que temos de benefícios extras quando as coisas correm em sua melhor versão.
- Que o mapa de valor é o **detalhamento dos produtos e serviços que vamos oferecer a esse segmento**, com foco em entender que características

contribuem para criar ganhos naquele processo ou ainda aliviar potenciais dores ligadas a jornada deste cliente.

Dica: lembrando que nosso objetivo **não é atender todos os desejos** do cliente, mas conectar nossa oferta com aqueles que são mais importantes para o nosso segmento, criando um produto ou serviço diferenciado.

Como aplicar na prática o que aprendeu

- Comece criando a base do seu modelo de negócios. **Mesmo que você ainda não tenha certeza de todas as peças**, ter essa visão geral é fundamental para ver como as partes se integram e relacionam.
- Derive primeiro o seu Perfil do Cliente, que é o círculo do Canvas da Proposta de Valor. **Faça uma imersão neste segmento** e busque entender todos os seus trabalhos, dores e ganhos.
- Apenas depois desse entendimento profundo é que você deve se mover para o quadrado do nosso Mapa de Valor e desenhar **os melhores produtos e serviços** para aliviar dores e criar ganhos para este cliente.

Dica quente para você não esquecer

Lembre-se de que todo trabalho, dores e ganhos acontecem em contextos específicos da vida do cliente, e que esses contextos apresentam restrições e características específicas. É importante conhecê-los para criar levando tudo isso em conta. **E lembre:** restrições podem ser um grande alimento para criatividade e inovação!

Referência Bibliográfica

OSTERWALDER, Alex. *et al.* **Value Proposition Design:** Como construir propostas de valor inovadoras. 1 ed. Rio de Janeiro: Alta Books, 2019.

OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. **Business Model Generation:** Inovação Em Modelos De Negócios. 1 ed. Rio de Janeiro: Alta Books, 2011.

DOMINANDO O BUSINESS MODEL CANVAS - CURSO COMPLETO:

<https://www.youtube.com/playlist?list=PLLZIXLxPsJkj4Wsoz7jK1EZtAg9VGGQZG>

CHRISTENSEN, Clayton; HALL, Taddy; DUNCAN, David. **Muito Além da Sorte:** Processos Inovadores para Entender o que os Clientes Querem. 1 ed. Porto Alegre: Bookman, 2017.

CHRISTENSEN, Clayton M.. **O Dilema da Inovação.** 1 ed. São Paulo: M.Books, 2011.

Resultado na vida real da atividade prática deste módulo:

<https://drive.google.com/file/d/1-ly2gTUI0RyN5VvY1x-9nx1o8PLbzk5u/view?usp=sharing>

Exercícios

1. Qual dos blocos abaixo não faz parte do Business Model Canvas?

- a) Segmento de Cliente
- b) Atividades chave
- c) Parceiros chave
- d) Anúncios chave
- e) Proposta de valor

2. Qual dos blocos abaixo não faz parte do Canvas da Proposta de Valor?

- a) Aliviadores de dor
- b) Criadores de ganhos
- c) Trabalhos
- d) Dores
- e) Receitas

3. Qual das questões abaixo não tem a ver com a análise do Trabalho a Ser feito?

- a) Necessidades que clientes querem atender
- b) Tarefas que clientes estão tentando realizar
- c) Problemas que clientes estão tentando resolver
- d) Restrições e contextos particulares a um problema ou necessidade
- e) Custos ligados à aquisição de um bem

4. Como podemos identificar trabalhos?

- a) Perguntando quais são os recursos para executar o negócio
- b) Perguntando quem são as pessoas que compram esse produto
- c) Perguntando porque fazemos o que fazemos e porque compram nosso produto
- d) Perguntando quem são os potenciais fornecedores
- e) Perguntando quais são as receitas geradas

1. **A letra d** é a alternativa correta, pois os anúncios fazem parte de possíveis campanhas de marketing e não da lógica geral do negócio.
2. **A letra e** é a alternativa correta, pois na metodologia do Canvas da Proposta de valor não investigamos a receita gerada pelo produto, mas as suas características e motivações.
3. **A letra e** é a alternativa correta, pois os custos de aquisição de um bem não são uma análise inerente aos trabalhos a serem feitos, mas uma consequência posterior deles, que analisamos no business model canvas e não no canvas da proposta de valor.
4. **A letra c** é a alternativa correta, pois para entender um trabalho a ser feito, precisamos entender o porquê por trás dele. Ou seja, porque fazemos o que fazemos, compramos o que compramos.