



**CEARÁ**  
GOVERNO DO ESTADO  
SECRETARIA DA EDUCAÇÃO

Centro Administrativo Governador Virgílio Távora  
Av. Gal. Afonso Albuquerque Lima, s/n - Cambéa  
CEP: 60822-325 • Fortaleza/CE  
CNPJ nº 07.954.514/0001-25



**LUIZ GONZAGA FONSECA MOTA**  
ESCOLA ESTADUAL DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL

# Gestão de Startup II

Prof. Luis Felipe Oliveira

# Desenhando uma Proposta de valor no Canvas

Uma das formas mais práticas de elaborar sua proposta de valor é utilizando o Canvas.

Seu formato visual ajuda a entender como os clientes tomam decisões e, portanto, te ajuda a criar ofertas que eles acharão atraentes.

**Ao destacar as informações dos seus clientes, o Canvas ajuda você a projetar suas ofertas e prever quais propostas de valor serão mais assertivas para encantar seu público.**

Para preenchê-lo, você deve começar pelo painel dos clientes.

## Painel dos Clientes

Primeiro, **você precisa definir o que está na mente dos seus compradores no momento.**

Em seguida, deve observar ganhos e dores deles – os estados positivos e negativos que eles desejam atingir/evitar.

Mesmo que a princípio, alguns pontos possam parecer contraditórios, eles são muito poderosos na tomada de decisões.

## Painel dos Clientes

Neste painel, examinamos 3 tarefas: funcional, social e emocional

**As funcionais são considerações práticas**, diretamente relacionadas ao cargo do cliente.

**As sociais são movidas por um senso de dever**, otimismo, medo ou aspiração.



## Painel dos Clientes

Já as emocionais vêm de suas preferências, gostos, inseguranças e desejos.

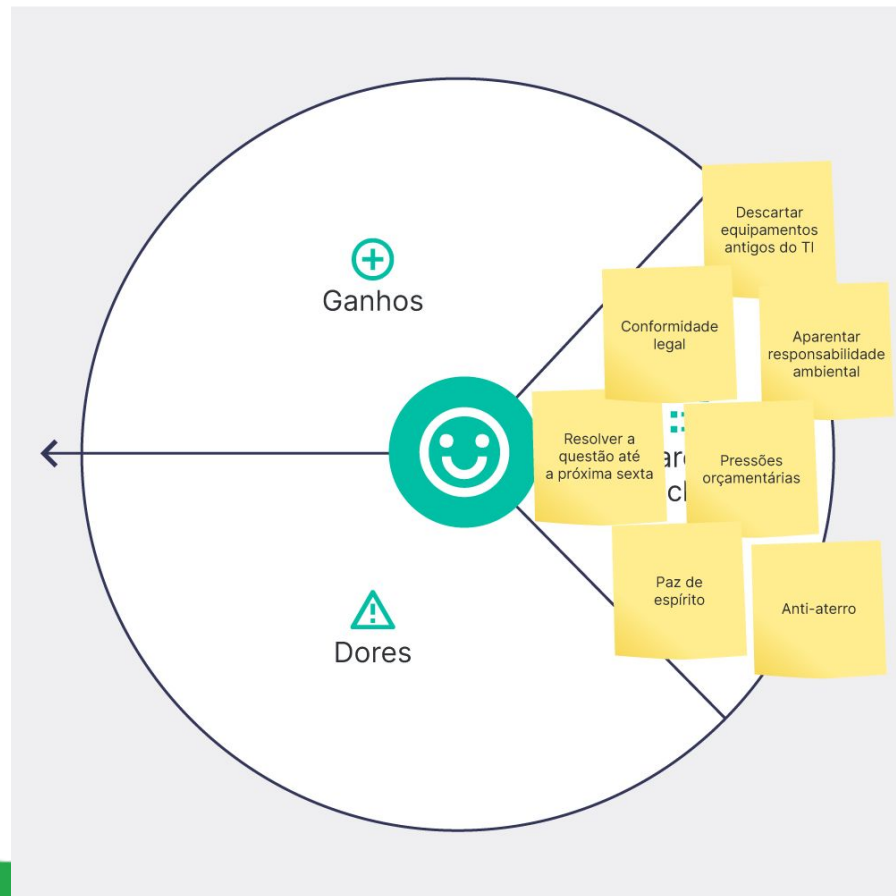
Por exemplo, uma empresa que recolhe equipamentos de TI (telas, teclados, desktops, mouses, etc) pode analisar o perfil de seu público, onde o decisor geralmente é o gerente de TI.



## Exemplo 01 - Tarefas Cliente

Sílvio, gerente do TI, foi encarregado de descartar fotocopiadoras e computadores antigos do departamento. Estes itens não podem ser colocados em uma lixeira normal e Sílvio tem pouco tempo para resolver a questão.

Ele não suporta ver essa tecnologia desperdiçada e se sente responsável por contribuir tanto para o aterro sanitário. Ele também sofre pressões de orçamento e precisa justificar todas as decisões para o CFO.

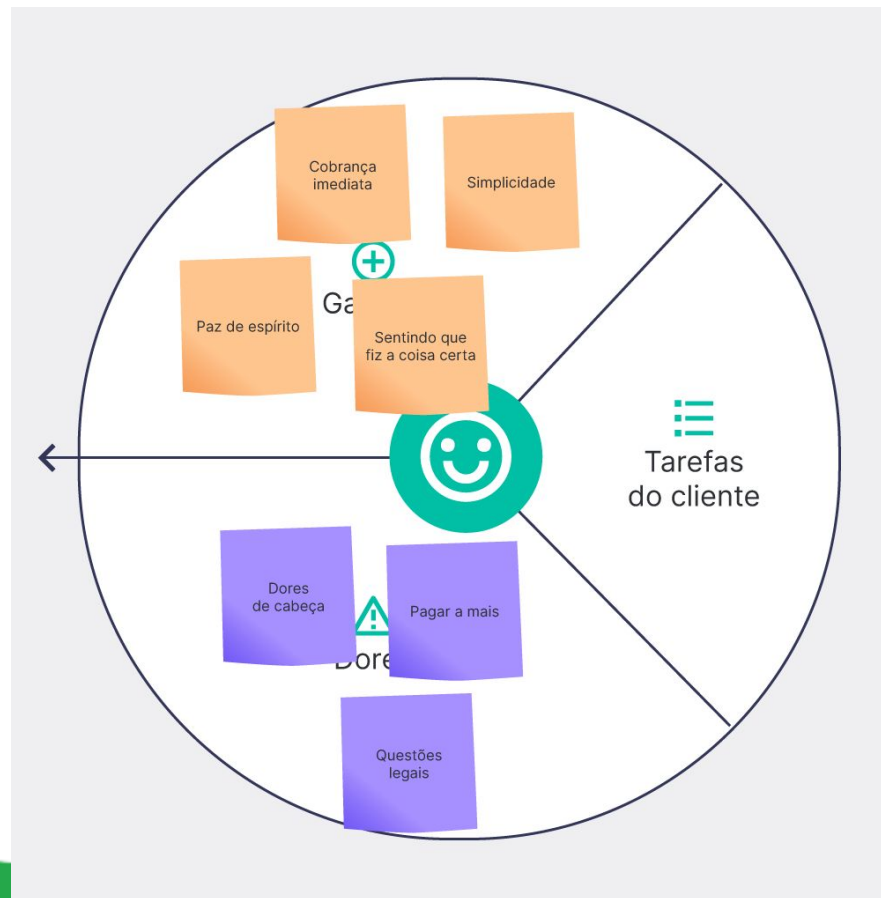


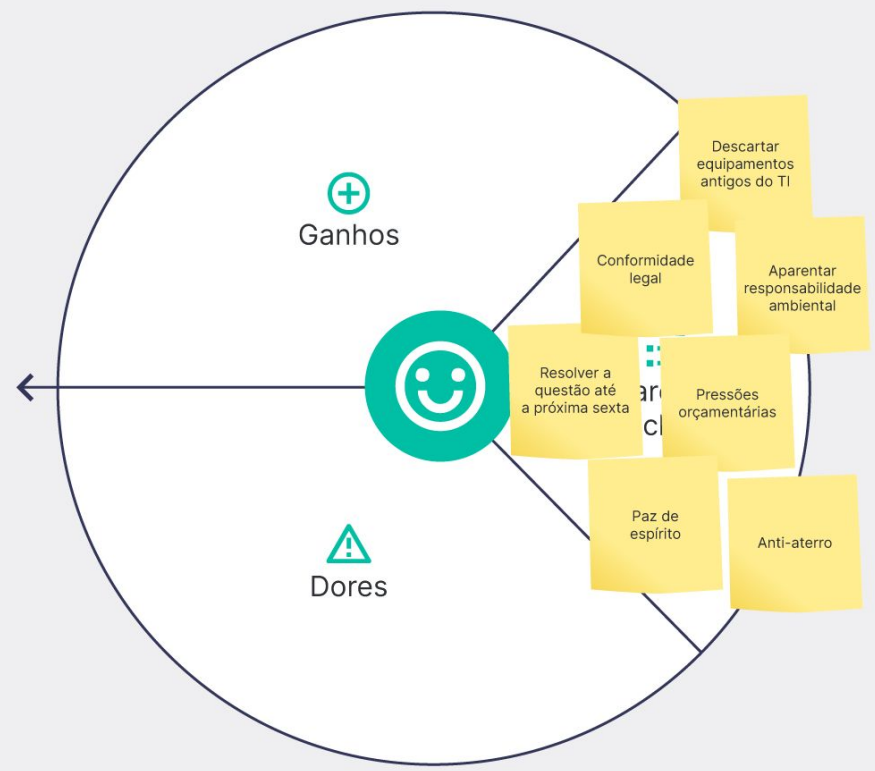
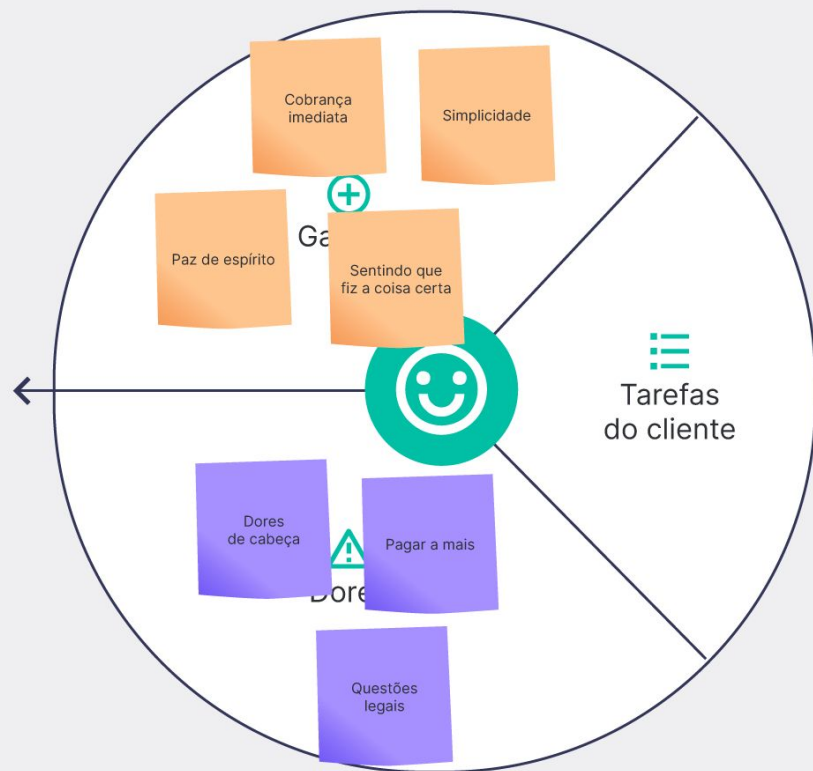
## Exemplo 01 - Ganho e Dores

Nesta etapa, você está procurando entender as preferências e atitudes que moldam as decisões de compra de seus clientes.

Silvio quer fazer uma ligação e ter tudo ordenado, e precisa de todos os itens recolhidos até esta sexta-feira. Ele quer ter certeza de que tudo será descartado de maneira adequada. Além disso, não quer pagar a mais. Portanto, o fornecedor precisa ter valor alinhado ao preço médio de mercado.

A empresa de Silvio se orgulha de ser uma cidadã corporativa que preza a responsabilidade ambiental e quer mostrar a seus clientes que está realmente comprometida com a causa.



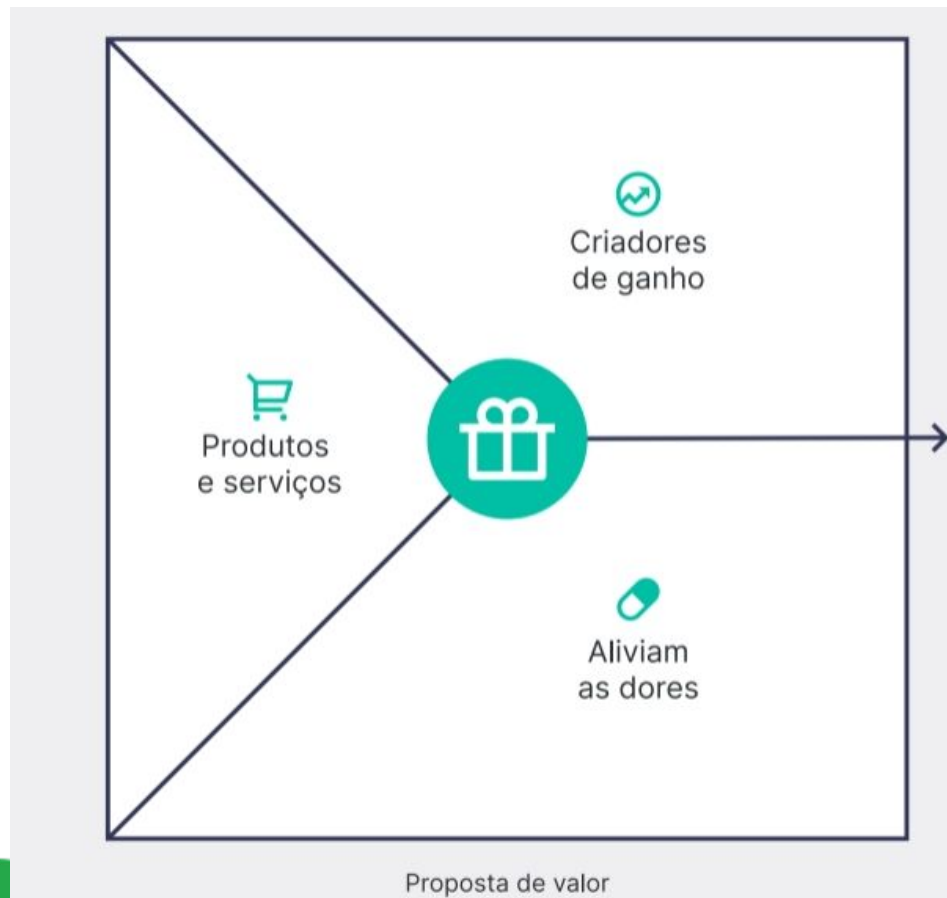




## Painel Produtos

Após explorar seus clientes e suas motivações, você pode ser criativo na forma como descreve seus recursos de produto e serviço.

Você pode adaptar sua publicidade para destacar as partes mais relevantes e interessantes do que vende, chamados de criadores de ganho, o que te dá a melhor chance possível de fazer uma venda.

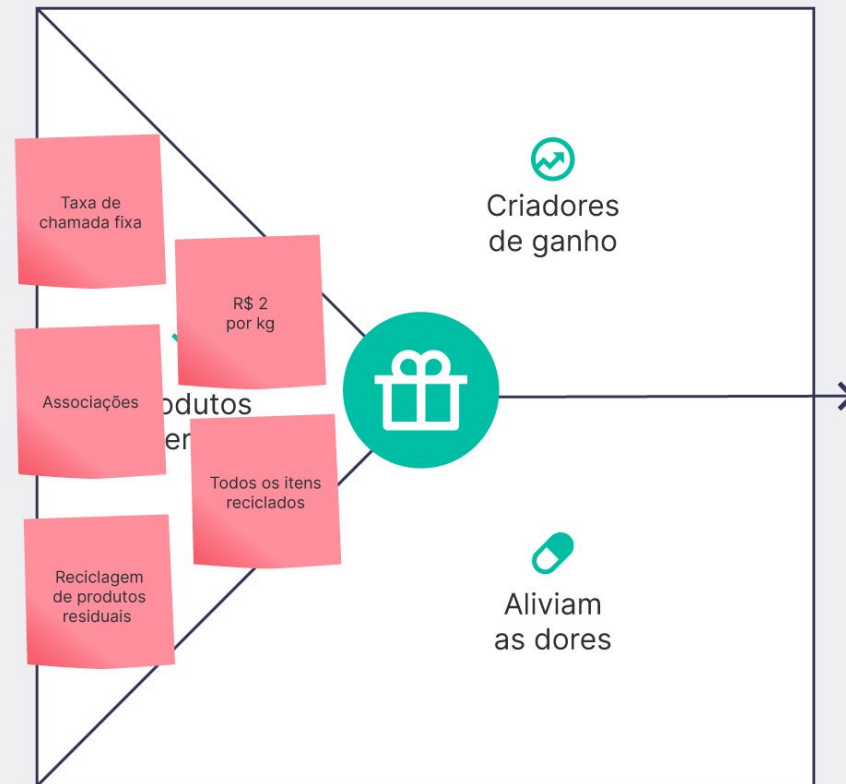


# Características do Produto

Aqui você vai listar todas as coisas que está literalmente vendendo;

Para a remoção do lixo eletrônico, a empresa pode oferecer:

- Uma taxa fixa de coleta
- Um valor de R\$ 2 por quilo para os primeiros 300 kg coletados, R\$ 2,50 por kg para coletas adicionais
- R\$ 500 por assinatura anual, com taxas fixas de R\$ 1,50 por quilo para todas as coletas
- Reciclagem garantida de todos os componentes eletrônicos.

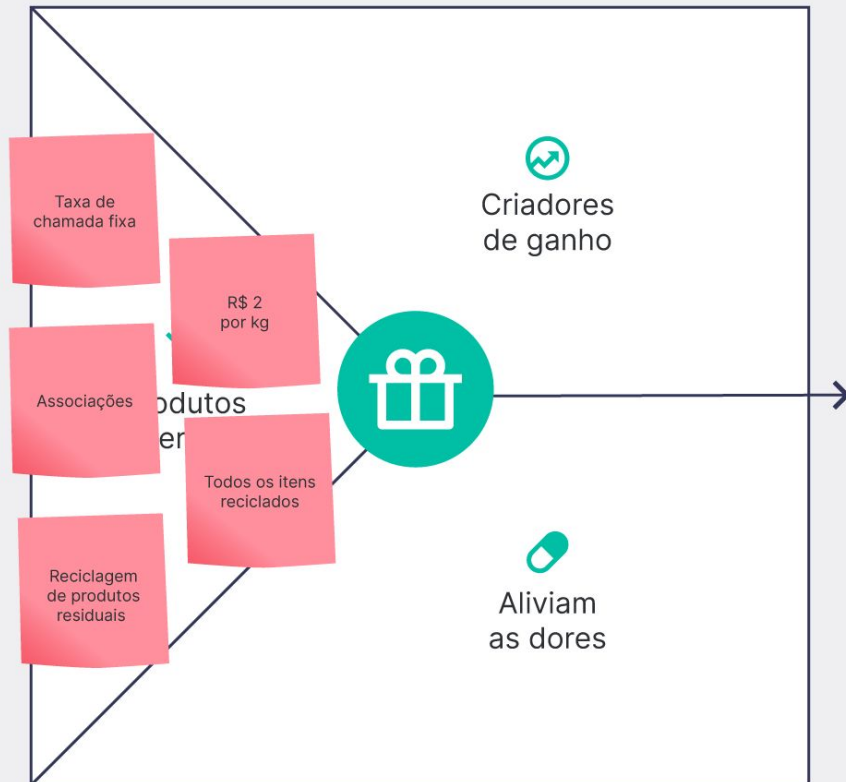


## Características do Produto

Chegou o momento de destacar porque esses recursos são valiosos. **Ou seja, você precisa enquadrá-los como preciosos para seu público.**

Seja como geradores de valor que oferecem uma solução inovadora ou como aquele remédio que o cliente precisa para eliminar a dor que o afasta de seu objetivo.





# Exemplos Reais de Propostas de Valor Empresas B2C

## Apple



A Apple propõe status e  
inovação

A proposta de valor da Apple vai além de seus slogans famosos como *"think different"* e *"experience is the product"*.

Sua proposta de valor é que seus produtos abrem o usuário para um mundo totalmente novo, permitindo que ele participe de uma cultura inovadora e estimulante.

## Nubank



A Nubank propõe uma vida financeira descomplicada

O Nubank tem como proposta de valor  
*“acabar com a complexidade e devolver o controle da vida financeira para cada um”.*

O que é bastante atraente, principalmente quando lembramos que bancos são geralmente relacionados com burocracia, preenchimento de papeladas, além de agências e centrais de atendimento que apresentam baixas taxas de eficiência na resolução de problemas.



## Starbucks



A Starbucks propõe tornar o ato de tomar café uma experiência maravilhosa

A Starbucks desenvolveu uma proposta de valor que promete transformar um componente tradicional da rotina das pessoas em uma experiência maravilhosa.

Isso combinando 3 fatores principais: um café delicioso, um atendimento exclusivo e um ambiente confortável.



# Exemplos Reais de Propostas de Valor Empresas B2B

## Sebrae



O SEBRAE propõe  
promover o  
desenvolvimento  
sustentável e a  
competitividade de micro e  
pequenas empresas

Os micro e pequenos empreendedores  
possuem altas taxas de mortalidade nos  
primeiros anos de funcionamento.

Além de sofrer com as inúmeras burocracias  
envolvidas na abertura e manutenção de um  
negócio no Brasil.

Pensando nisso – e em fortalecer a economia  
nacional – o Sebrae **tem como proposta de  
valor promover o desenvolvimento sustentável  
e a competitividade de micro e pequenas  
empresas.**

## Intel



A Intel propõe  
acessibilidade,  
desempenho superior e  
status

Quando se trata de produtos de tecnologia, as  
fabricantes de laptops e desktops precisam garantir um  
desempenho impecável a seus equipamentos.

Para isso, precisam de processadores de qualidade.

É aí que entra a [Intel](#), que oferece como proposta de valor  
**acessibilidade** (já que seus processadores operam em  
diversos sistemas operacionais), **desempenho superior**  
(estando entre as marcas com os processadores mais  
rápidos do mercado) e o **status de marca pioneira** (tendo  
criado o primeiro microprocessador, por exemplo).

## FedEx



A proposta de valor da  
FedEx é velocidade e  
confiabilidade nas entregas

**confiabilidade em suas entregas.**

A FedEx é uma empresa que faz remessas expressas de correspondência (entregando tanto documentos como objetos).

É a 2ª maior empresa de transporte aéreo mundial, pioneira em rastreabilidade – já que foi uma das primeiras a empregar o código de barras em escala industrial para rastrear as encomendas.

A proposta de valor da FedEx está alinhada a tudo isso, visto que **garante velocidade e**

# O que aprendemos até aqui ??

Em primeiro lugar, você deve ver um bom alinhamento com seus clientes – uma nítida convergência entre o eles querem e o que seu negócio oferece.

Apesar disso, sempre haverá espaço para melhorias. Usando o exemplo, Sílvia vai gostar da proposta de amenizar o impacto ambiental, mas pode precisar de mais informações para entender

- Se o serviço oferecido é barato ou caro
- Quanto mais/menos ele pagaria em outro lugar?
- Qual será o prazo de pagamento?
- Quando a solução pode ser aplicada? Se não puder ser no prazo estimado, ele terá de escolher outro fornecedor.

**Por fim, é necessário validar mais as informações críticas:**

- Sílvia é uma representação precisa do seu mercado mais amplo?
- Quanto ele está disposto a pagar?
- Quais são os seus obstáculos?
- Com que frequência ele vai voltar – ou permanecer?
- Como você vai entrar em contato com mais pessoas como eles?

**Ao entender as preferências, conceitos e pensamentos de seus clientes, você consegue criar uma proposta de valor assertiva.**

# Sua vez !!

Utilize a ferramenta canva para reunir as informações que vão te levar a delinear sua proposta de valor.