

A tela de modelo de negócios

Parcerias Chave



Quem são nossos parceiros chave?
Quem são nossos provedores chave?
Que recursos chave adquirimos de nossos parceiros?
Que atividades chave realizam nossos parceiros?

MOTIVAÇÕES PARA A PARCERIA
Otimização e economia
Redução de risco e incertezas
Aquisição de recursos e atividades particulares

Atividades Chave



Que atividades chave requerem nossas propostas de valor?
Nossos canais de distribuição?
Relações com clientes?
Fontes de renda?

CATEGORIAS
Produção
Solução de problemas
Plataformas/Network

Proposta de valor



Que valor proporcionamos aos nossos clientes?
Que problema de nossos clientes ajudamos a solucionar?
Que pacotes de produtos ou serviços oferecemos a cada segmento de mercado?
Que necessidade dos clientes satisfazemos?

CARACTERÍSTICAS
Novidade
Desempenho
Customização
"Obter o produto feito"
Design
Atenção/Exclusivo
Preço
Redução de custos
Redução de risco
Acessibilidade
Conveniência/Usabilidade

Relações com clientes



Que tipo de relação esperam os diferentes segmentos de mercado?
Que tipo de relações temos estabelecido?
Qual é o custo destas relações?
Como estão integradas em nosso modelo de negócio?

EXEMPLOS
Assistência pessoal
Assistência pessoal dedicada
Auto-serviço
Serviços automatizados
Comunidades
Co-criação

Segmentos de mercado



Para quem criamos valor?
Quais são os nossos clientes mais importantes?

Exemplos
Mercado de massa
Mercado nicho
Segmentado
Diversificado
Plataforma multi-lateral

Recursos Chave



Que recursos chave requerem nossas propostas de valor?
Nossos canais de distribuição? Relações com clientes?
Fontes de renda?

TIPOS DE RECURSOS
Físicos
Intelectuais (patentes de marcas, direitos autorais, dados)
Humanos
Financeiros

Canais



Que canais preferem nossos segmentos de mercado?
Como estabelecemos atualmente o contato com os clientes?
Como se conjugam nossos canais?
Quais têm melhores resultados?
Quais são mais rentáveis?
Como se integram nas atividades diárias dos clientes?

FASES DOS CANAIS
1. Percepção
Como fazemos com que a nossa empresa seja percebida?
2. Avaliação
Como ajudamos ao cliente avaliar nossa proposta de valor?
3. Compra
Como permitimos que o cliente compre produtos e/ou serviços específicos
4. Entrega
Como entregamos nossa proposta de valor ao cliente?
5. Pós-venda
Como fornecemos ao cliente apoio após a compra?

Estrutura de custos

Quais são os custos mais importantes inerentes ao nosso modelo de negócio?
Quais são os recursos chave mais caros?
Quais são as atividades chave mais caras?

É O SEU NEGÓCIO MARK?
Dirigido por custos (estrutura de custos mais magra, aumento de valor de preço baixo, automação máxima, terceirização extrema)
Dirigido por valor (focado em criação de valor, proposta de valor premium)

CARACTERÍSTICAS DE EXEMPLOS
Custos fixos (salários, rendas, utilities)
Custos variáveis
Economias de escala
Economias de escopo



Fontes de renda

Por que valor estão dispostos a pagar nossos clientes?
Por que pagam atualmente?
Como pagam atualmente?
Como eles gostariam de pagar?
Quanto geram as diferentes fontes de renda ao total da renda?

TIPOS
Venda de ativos
Taxas de uso
Taxas de assinatura
Lending/renting/leasing
Licenciamento
Taxas de êxito
Anúncio

PREÇOS FIXOS
Preço por item
Dependente de características do produto
Dependente do segmento de cliente
Dependente do volume

PREÇOS DINÂMICOS
Regulação (dinâmica)
Yield management
Métrico em tempo real

