

Alunos: Gabriel Suldine, Manuele da Silva, Vinicius Dhenner, Samuel Odecio, Vitor Santos

1. Modelagem de Negócios - Canvas

O modelo de negócios Canvas é uma ferramenta visual que ilustra todas as estruturas organizacionais. Ele é composto por nove blocos pré-formatados que dão a base para a criação do modelo ou a adaptação de um já existente.

Os 9 elementos do Canvas são:

- Segmentos de Clientes
- Proposta de Valor
- Relacionamento com o Cliente
- Canais de Distribuição
- Segmento de Mercado
- Estrutura de Custos
- Receita
- Parceiros Chave e Atividades-chave.

O Canvas é uma ferramenta simples e visual que ajuda empreendedores e empresas a avaliarem rapidamente o desempenho de seus negócios atuais ou validarem novas ideias .

Foi publicado em 2010 e, por ser relativamente novo, é comum que muitas pessoas ainda tenham interesse em aprender mais sobre o modelo de negócio para aplicá-lo em suas organizações.

O Canvas é uma ferramenta de planejamento que ilustra as estruturas organizacionais e é considerado um facilitador da estratégia por ser uma ferramenta visual. Embora o plano de negócios seja relevante, ele tende a ser um documento longo e detalhado, o que dificulta a realização de alterações dinâmicas, especialmente quando há necessidade de validação constante dessas mudanças.

2. A importância do plano de negócios

Para começar um projeto de sucesso, é fundamental ter uma compreensão ampla e detalhada do mercado, do seu produto ou serviço e das suas atitudes como empreendedor. Por isso, a construção de um plano de negócios é considerada a melhor maneira de iniciar uma estratégia bem-sucedida e transformar suas ideias em um projeto de sucesso.

Por isso, o Canvas é fundamental para o negócio.

3. Como criar um Canvas?

O 1º passo será o **Segmento de clientes**, ou seja, quem serão os consumidores mais importantes? Isso definirá o grupo de pessoas que a empresa irá entregar sua proposta de valor, o seu público alvo.

O 2º passo é a **Proposta de valor**, onde você deve se perguntar:

- Qual valor entregamos aos clientes?
- Qual problema iremos ajudar a resolver?
- Qual necessidade iremos satisfazer?
- Que produtos ou serviços iremos oferecer para cada tipo de cliente?

Esse passo é importante para saber o porquê dos clientes escolherem a sua empresa e não a empresa concorrente. A proposta de valor deve resolver um problema ou satisfazer a necessidade do cliente.

O 3º passo será os **Canais**, onde você deve se perguntar:

- Por quais canais os segmentos de clientes preferem ser contactados?
- Como irá alcançá-los?
- Como esses canais se integram?
- Como estão integrados à rotina dos clientes?
- Qual funciona melhor?
- Quais apresentam melhor custo benefício?

Esse passo refere-se a forma como a sua empresa se comunica com seus clientes, desde o momento da aquisição até o suporte após a compra. Podendo ser direto ou indireto.

O 4º passo será o **Relacionamento com os Clientes**

É importante considerar as motivações da empresa em relação à conquista, retenção e ampliação das vendas ao definir o relacionamento com os clientes. O relacionamento pode ser automatizado por meio de chatbots e mensagens automáticas ou pode ser baseado na interação humana por meio de representantes e call centers.

Para isso, pergunte-se:

- Que tipo de relacionamento os clientes esperam que a empresa estabeleça com eles?
- Como irão se integrar a outra parte do modelo de negócios?
- Qual tipo de relacionamento já está estabelecido?
- Qual será o custo?

O 5º passo será **Fontes de receita**.

Para calcular a receita de uma empresa, é necessário subtrair os custos da renda para obter o lucro. As fontes de receita representam o dinheiro gerado a partir de cada segmento de clientes.

Pergunte-se:

- Quais valores os clientes estão dispostos a pagar?
- Pelo que pagam atualmente?
- Como pagam e como gostariam de pagar?
- Quanto cada fonte de receita contribui para o total?

O 6º passo será os **Recursos principais**

Nesse passo você deve se perguntar:

- Quais recursos principais nossa proposta de valor requer?
- Quais são os canais de distribuição?
- Relacionamento com os clientes?
- Fontes de receita?

São esses os recursos que a empresa precisa para criar a sua proposta de valor. Podem ser recursos físicos ou intelectuais, além de humanos.

O 7º passo é mapear as **parcerias-chave**, você deve identificar quem são os parceiros que contribuem para o sucesso do seu modelo de negócio, fornecendo recursos, atividades ou reduzindo riscos e incertezas. Você pode usar as seguintes perguntas para definir seus parceiros-chave:

- Quem são nossos parceiros-chave?
- Quem são nossos fornecedores-chave?
- Que recursos-chave nós obtemos de parceiros?
- Que atividades-chave os parceiros realizam?
- O que pode motivar estas parcerias?
- Quais são os benefícios e custos de cada parceria?
- Como vamos gerenciar e avaliar estas parcerias?
- Para calcular a estrutura de custos, você deve estimar quais são os principais gastos que o seu modelo de negócio envolve, considerando os recursos e atividades necessários. Você pode usar as seguintes perguntas para definir sua estrutura de custos:

O 8º passo é identificar quais são os **custos mais importantes** do modelo de negócio.

Pergunte-se:

- Quais recursos-chave são mais caros?
- Quais atividades-chave são mais caras?
- Como os custos estão distribuídos entre fixos e variáveis?
- Como os custos estão relacionados às fontes de receita?
- Como podemos reduzir ou otimizar os custos?

O 9º passo é **descrever o relacionamento com clientes**, você deve definir como a sua empresa se comunica e interage com seus segmentos de clientes, buscando criar valor e fidelidade. Pergunte-se:

- Que tipo de relacionamento cada segmento de clientes espera que estabeleçamos com eles?
- Que tipo de relacionamento já temos com cada segmento de clientes?
- Como cada relacionamento está integrado ao restante do nosso modelo de negócio?
- Quanto custa cada tipo de relacionamento?
- Como podemos melhorar ou inovar no relacionamento com os clientes?

Em resumo, o Canvas é uma ferramenta flexível e eficaz que pode ser vantajosa tanto para empreendedores iniciantes quanto para empresas já estabelecidas. Ele realça a necessidade de compreender os clientes, buscar inovação contínua e concentrar-se nos elementos cruciais do modelo de negócios. Integrar o Canvas como um componente do planejamento estratégico pode desempenhar um papel crucial na busca pelo êxito nos negócios em um ambiente de constante transformação.

Referências:

<https://www.siteware.com.br/metodologias/modelo-canvas/>

[Como definir parceiros chave com o modelo de negócios canvas? \(heflo.com\)](#)

[Parcerias-Chave - O Analista de Modelos de Negócios \(analistamodelosdenegocios.com.br\)](#)