Iniciando o repositório

**Empreendedorismo**

Elaborar um esboço de um plano de negócio contendo os seguintes itens: parcerias chave, atividades chave, recursos chave e proposta de valor, relacionamento com o consumidor, canais, segmentos de clientes e custos e fontes de receita.

**Canvas**

O business Model Canvas, mais conhecido como Canvas, é uma ferramenta de planejamento estratégico, que permite desenvolver e esboçar modelos de negócio novos e existentes. É um mapa visual pré-formatado contendo nove blocos, são eles:

* Proposta de Valor: O que sua empresa vai oferecer para o mercado que realmente terá valor para os clientes;

**Venda de camisas de futebol;**

**Variedade de clubes: Nacionais, Internacionais e Seleções;**

**Personalização de Camisas;**

**Entrega Rápida;**

* Segmento de Mercado: Quais segmentos de clientes serão foco da sua empresa;

**Torcedores de Times de Futebol;**

**Filhos de Torcedores de Times de Futebol;**

* Canais: Como o cliente compra e recebe seu produto e serviço;

**Loja Virtual via Web**

**Redes Sociais**

* Relação com o Cliente: Como a sua empresa se relacionará com cada segmento de cliente;

**Redes Sociais**

**Atendimento por E-mail**

**Atendimento por Telefone**

**Atendimento em Redes Sociais**

* Fontes de Renda: São as formas de obter receita por meio de propostas de valor.

**E-commerce**

Pronto até aqui !

 Parcerias Chave: São as atividades-chave realizadas de maneira terceirizada e os recursos principais adquiridos fora da empresa;

**Clientes, Fornecedores e Transportadoras**

 Atividades Chave: Quais são as atividades essenciais para que seja possível entregar a Proposta de Valor;

**Venda de Camisas de Futebol, Atendimento ao Cliente, Contato com Fornecedores, Controle de Estoque;**

 Recursos Chave: São os recursos necessários para realizar as Atividades-Chave;

 Estrutura de Custos: São os custos relevantes necessários para que a estrutura proposta possa funcionar;



As ideias representadas nos nove blocos formam a conceitualização do seu negócio, ou seja, a forma como você irá operar e gerar valor ao mercado, definindo seus principais fluxos e processos, permitindo uma análise e visualização do seu modelo de atuação no mercado.

**Por que usar o Canvas**

A visão integrada das áreas chave da empresa é um diferencial do Business Model Canvas. Em apenas uma folha é possível entender nosso modelo de negócio e visualizar a relação/influência entre as áreas.

Mas por que é tão importante o modelo de negócio? Porque bons produtos já não garantem o sucesso de uma empresa. No contexto atual em que vivemos com uma concorrência global e uma grande agilidade de inovação, bons produtos precisam ser combinados com um bom modelo de negócio.

**Quando usar**

O Canvas é muito útil tanto para criar um projeto do zero, como para melhorar um negócio já existente. E pode ser usado em varias situações:

 Para colocar ideias de negócio no papel. Sabe aquela história de tenho uma ideia e agora o que faço? Pois convide seus amigos e sua família, conte sua ideia para eles e peça que te ajudem a gerar diferentes modelos de negócio. O resultado podem ser 20 Canvas diferentes. Ótimo! Depois, você poderá filtrar e selecionar aqueles que apresentem maior potencial e mereçam uma investigação posterior.

 Para discutir com os sócios. Nada pior que uma reunião com muito fala e poucas decisões. Às vezes o que falta é uma ferramenta que ajude a organizar as ideias. O Business Model Canvas é perfeito para descrever as decisões do modelo de negócio e que todos os sócios falem a mesma língua e se entendam.

 Para aprensentar a investidores. Não podemos passar horas explicando um documento de 50 páginas, não é? Os investidores são pessoas muito ocupadas! Usando o Canvas aprensentamos de maneira integrada e rápida as áreas chave do nosso negócio.

O Business Model Canvas é um mapa dos principais itens que constituem uma empresa, ou seja em nosso meio é a loja virtual, principal fonte de lucro da empresa, o método Canvas também pode ser usado como fonte de estratégia, que deve estar sempre sendo revisado cada quadrante ao longo do tempo para saber se cada um está sendo bem atendido ou se é necessário fazer alteração em algum deles para se conseguir um melhor resultado. O mapa é um resumo dos pontos chaves do nosso plano de negócio, é uma ferramenta menos formal que pode ser utilizada com mais frequência no dia a dia. 1. Proposta de valor:​ o que sua empresa vai oferecer para o mercado que realmente terá valor para os clientes; 2. Segmento de clientes:​ quais segmentos de clientes serão foco da sua empresa; 3. Os canais:​ como o cliente compra e recebe seu produto e serviço; 4. Relacionamento com clientes​: como a sua empresa se relacionará com cada segmento de cliente; 5. Atividade-chave:​ quais são as atividades essenciais para que seja possível entregar a Proposta de Valor; 6. Recursos principais:​ são os recursos necessários para realizar as atividades-chave; 7. Parcerias principais:​ são as atividades-chave realizadas de maneira terceirizada e os recursos principais adquiridos fora da empresa; 8. Fontes de receita:​ são as formas de obter receita por meio de propostas de valor. 9. Estrutura de custos:​ São os custos relevantes necessários para que a estrutura proposta possa funcionar

 O Modelo de Negócio CANVAS é um dos instrumentos mais utilizados quando se deseja desenvolver ou documentar e registrar modelos de negócios, seja para uma empresa no seu início,ou para o desenvolvimento de uma organização em andamento.

Trata-se de um documento com 9 áreas em branco onde são inseridas informações relkacionadas a propostas de valor, finanças, parceria, recursos, entre outros, objetivando uma visão clara do todo.

Geralmente este documento é feito em grandes formatos e os itens são inseridos via post-it.

O Inventor do CANVAS e principal referência é Alex Osterwalder, autor do livro Geração de modelos de negócios, já traduzido para mais de 30 idiomas.

Os blocos abaixo são colocados entre a parte central e a extrema direira do documento:

(1) **Segmentos de Clientes**  
(2) **Proposta de Valor**  
(3) **Canais de Distribuição**  
(4) **Relacionamento com o Cliente**  
(5) **Fontes de receita**

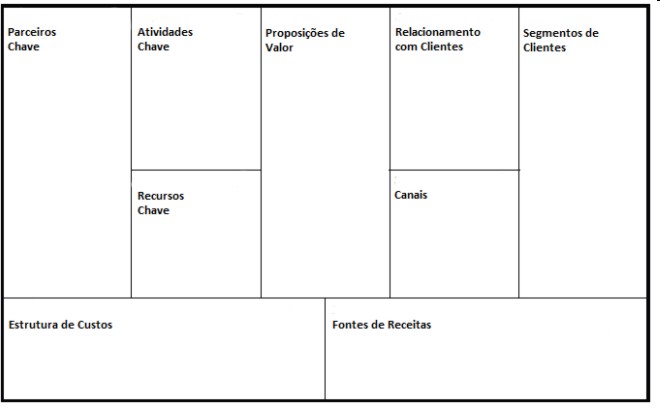
Os demais são colocados no lado esquerdo:

(6) **Atividades-chave**  
(7) **Recursos-chave**  
(8) **Parcerias**  
(9) **Estrutura de Custos**

Para preencher cada área sugerimos abaixo um modelo de itens que podem ser utilizados.

**Parcerias**  
Quem são os nossos principais parceiros?  
Quem são os nossos principais fornecedores?  
Quais Key Recursos estamos adquirindo de parceiros?  
Principais Atividades que os parceiros de executar?  
Motivações para PARCERIAS:  
Otimização e economia  
Redução de risco e incerteza  
Aquisição de recursos e atividades particulares  
  
**Atividades-chave**  
Que atividades-chave que nossas proposições de valor exige?  
Nossos canais de distribuição?  
Relacionamento com o Cliente?  
Fluxos de receita?  
CATEGORIAS  
produção  
Solução de Problemas  
Plataforma / Rede  
  
**Proposta de Valor**  
Qual o valor que nós entregamos para o cliente?  
Que um dos problemas de nossos clientes que estamos ajudando a resolver?  
Que pacotes de produtos e serviços que estamos oferecendo para cada segmento de clientes?  
Quais as necessidades do cliente estamos satisfazendo?  
CARACTERÍSTICAS  
novidade  
atuação  
personalização  
"Começar o trabalho feito"  
projeto  
Marca / Estado  
preço  
Redução de Custos  
Redução do Risco  
acessibilidade  
Conveniência / Usabilidade  
  
**Relacionamento com o Cliente**  
Que tipo de relacionamento que cada um de nossos segmentos de clientes esperam de nós para estabelecer e manter com eles? Quais os que estabelecemos? Como eles são integrados com o resto do nosso modelo de negócio? Como caro são eles?  
EXEMPLOS  
assistência pessoal  
Dedicado Assistência Pessoal  
Auto-serviço  
Serviços automatizados  
Comunidades  
Co-criação

**Segmentos de clientes**  
Para quem estamos a criação de valor?  
Quem são os nossos clientes mais importantes?  
Mass Market  
nicho de mercado  
segmentado  
diversificado  
Plataforma Multi-sided  
  
**Recursos-chave**  
Que recursos-chave que nossas proposições de valor exige?  
Nossos canais de distribuição?  
Relacionamento com o Cliente?  
Receita Streams?  
TIPOS DE RECURSOS  
físico  
Intelectual (patentes de marcas, direitos autorais, dados)  
humano  
financeiro  
  
**Canais de Distribuição**  
Através do qual Canais fazer nossos segmentos de clientes querem ser alcançado?  
Como é que vamos chegar a eles agora?  
Como são os nossos canais integrados?  
Quais funcionam melhor?  
Quais são os mais eficientes em termos de custo?  
Como estamos integrando-os com rotinas de clientes?  
FASES Canal:  
consciência  
Como podemos aumentar a conscientização sobre os produtos e serviços da nossa empresa?  
avaliação  
Como podemos ajudar os clientes a avaliar Proposta de valor da nossa organização?  
compra  
Como podemos permitir que os clientes comprem produtos e serviços específicos?  
entrega  
Como é que vamos entregar uma proposta de valor para os clientes?  
pós-venda  
Como é que podemos fornecer suporte ao cliente pós-compra?  
  
**Estrutura de Custos**  
Quais são os custos mais importantes inerentes ao nosso modelo de negócios?  
Quais Key Os recursos são mais caros?  
Qual tecla As atividades são mais caros?  
É o seu negócio mais:  
Custo Driven (estrutura de custos mais magro, baixo proposição de valor preço, máximo de automação, extensa outsourcing)  
Valor Driven (focada na criação de valor, proposição de valor prêmio)  
Características da amostra:  
Custos fixos (salários, aluguéis, serviços públicos)  
custos variáveis  
Economias de escala  
As economias de escopo  
  
**Fontes de receita**  
Para o valor são os nossos clientes realmente disposto a pagar?  
Por que é que eles pagam atualmente?  
Como eles estão pagando atualmente?  
Como é que eles preferem pagar?  
Quanto é que cada fluxo de receita contribuem para as receitas globais?  
TIPOS:  
venda de ativos  
taxa de uso  
taxas de inscrição  
Capacidade / Renting / Leasing  
licenciamento  
taxas de corretagem  
publicidade  
preço fixo  
lista de Preços  
Característica do produto dependente  
Segmento de cliente dependente  
Volume dependente  
A precificação dinâmica  
Negociação (negociação)  
yield Management  
Real-time-Market



Os itens são colocados da parte central em direção à direita. Neste quadrante teremos os seguintes blocos:

(1) **Segmentos de Clientes**  
(2) **Proposta de Valor**  
(3) **Canais de Distribuição**  
(4) **Relacionamento com o Cliente**  
(5) **Fontes de receita**

Os demais são colocados no lado esquerdo:

(6) **Atividades-chave**  
(7) **Recursos-chave**  
(8) **Parcerias**  
(9) **Estrutura de Custos**