

x o + o

o . . x

. o x .

+ x . o

o . . x

. o x .

+ x . o

o . . x

. o x .

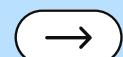
+ x . o

o . . x

. o x .

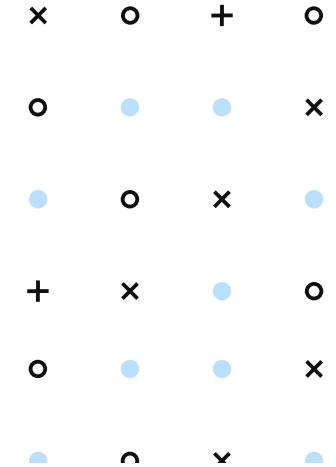
MODELO DE NEGÓCIO

Luciana Manfroi



Canva

Business Model Canvas (BMC)

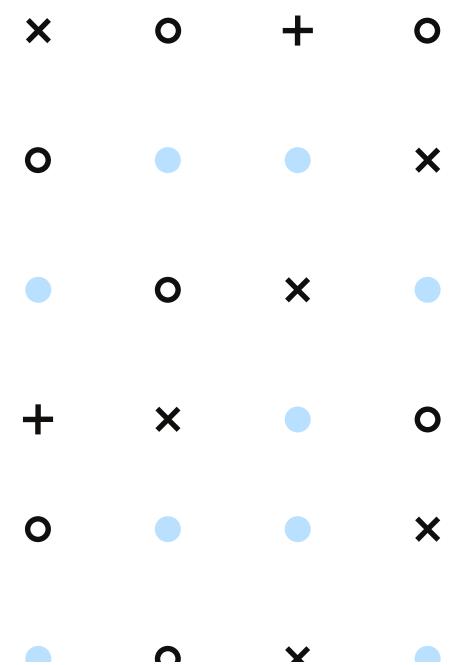


Uma ferramenta prática de planejamento estratégico é o Business Model Canvas (BMC), proposto por Osterwalder, Pigneur e outros autores(2011). Seu livro Business Model Generation - Inovação em Modelos de Negócios, escrito em coautoria com 470 praticantes em 45 países,já vendeu um milhão de cópias em 30 idiomas. A metodologia é adotada por corporações como Coca- Cola, 3M, IBM, Lego, Telefônica, Nestlé, Intel, GE, Mastercard e Ericsson.

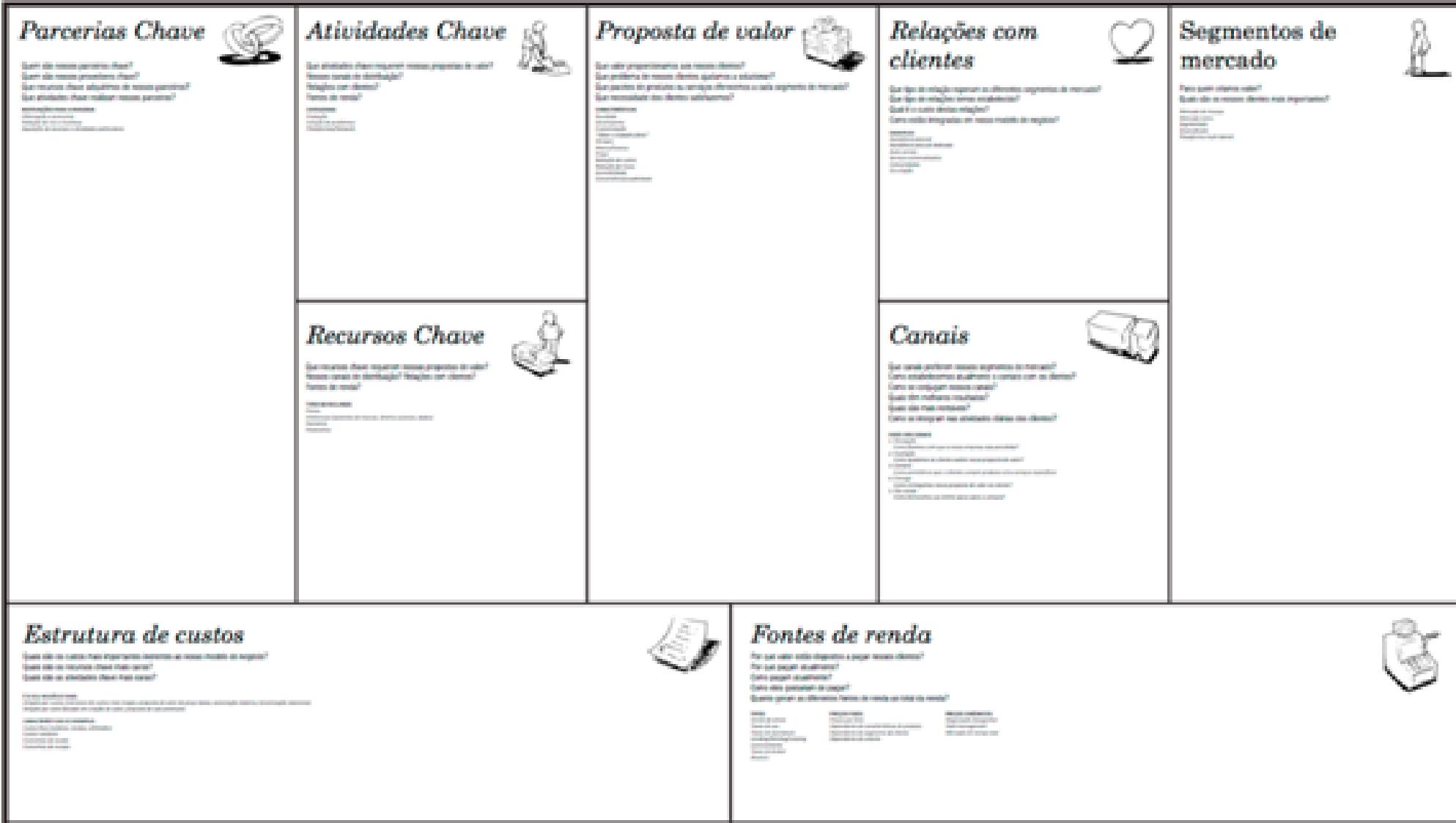
Canva

Business Model Canvas (BMC)

o BMC é uma ferramenta de modelagem utilizada para esboçar novas ideias de negócios ou aperfeiçoar negócios já existentes. Ele é constituído por nove blocos de construção, considerados fundamentais para qualquer empreendimento.



A tela de modelo de negócios



Fonte: Osterwalder; Pigneur et al., 2011.

Parceiros Chave Quem são nossos parceiros chave?	Atividades Chave Quais atividades chave nossas propostas de valor requerem?	Propostas de valor Qual valor entregamos para o cliente?	Relacionamento com o cliente Que tipo de relacionamento nossos clientes esperam?	Segmentos de Clientes Para quem estamos criando valor?			
Fabricantes e importadoras		Mix de produtos		Nicho			
Correios		Experiência de compra		Faixa Etária			
Desenvolvedores		Gestão do site e logística		Gênero			
Empresas de hospedagem		Recursos Chave Quais recursos chave nossas propostas de valor requerem?		Classe Social			
Empresas de marketing digital		Site, marca	Quais problemas dos clientes serão resolvidos?	Interesses			
Sistemas de gestão e logística online			Quais produtos serão oferecidos para cada segmento de clientes?				
Estrutura de Custos Quais são os custos importantes inerentes ao nosso modelo de negócios?		Canais Como chegamos em nossos segmentos de clientes?					
Estoque e logística		Site					
Funcionários		Loja física					
Aluguel							
Contabilidade							
Fontes de Receita Qual valor nossos clientes estão dispostos a pagar?							
Venda e mix de produtos		Formas de pagamento					
							



1 Segmentos de clientes

Para quem estamos criando valor?

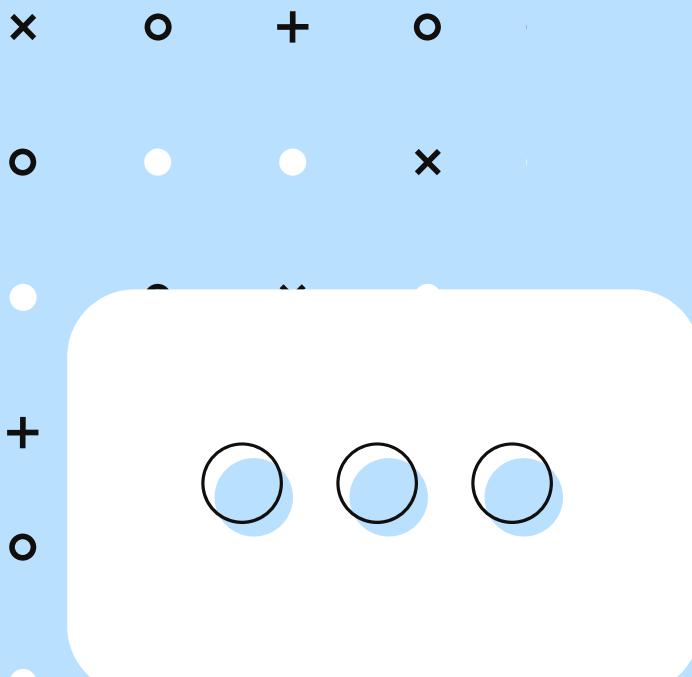
Nicho

Faixa etária

Gênero

Classe social

Interesses



A B2W – abreviação de Business To World (negócios para o mundo) – é a empresa líder em comércio eletrônico na América Latina e opera, por meio de uma plataforma digital, com negócios multicanais no segmento de varejo.





x o + o

o . . x

• o +

+ o

o .

2 Propostas de Valor

Qual é o valor que entregamos para o cliente?

- Quais necessidades dos clientes serão atendidas

- Quais benefícios os clientes irão ter

- Quais problemas dos clientes serão resolvidos

- Quais produtos serão oferecidos para cada segmento de clientes

Nossa Trajetória para Geração de Valor



NOSSA EVOLUÇÃO

Modelo centrado no cliente

Investimentos Significativos

Construindo a B2W para Criar uma Poderosa e **Diferenciada Proposta de Valor** para capturar a grande oportunidade de crescimento do eCommerce no Brasil.



NOSSA REVOLUÇÃO

Geração de Valor

Transformação no Modelo

Transformando a B2W de eCommerce em uma **Plataforma de comércio digital Integrada** para Servir Melhor aos Clientes e Sellers com Tudo...A Toda Hora... Em Qualquer Lugar...



NOSSA PRÓXIMA JORNADA

Crescimento Exponencial

Crescimento & Geração de Caixa

Desenvolvendo & Expandindo novas categorias para **Gerar Crescimento, Rentabilidade & Efeito de Rede** em nosso Ecossistema de eCommerce e no Universo Americanas.



Marketplace Local: conceito de vizinhança

Entregas a partir da loja mais próxima em até 2 horas

4 mil lojas já conectadas e acelerando via parcerias:

 Conveniência 1.300 Lojas	 Mall 6.000 Lojas	 Mall 1.900 Lojas
 Mall 5.800 Lojas	 Fast Food 1.000 Localidades	 Fast Food 1.200 Localidades
 Tecnologia para o Varejo 12.000 Lojas em Parceria	 Mercado 400 Localidades	

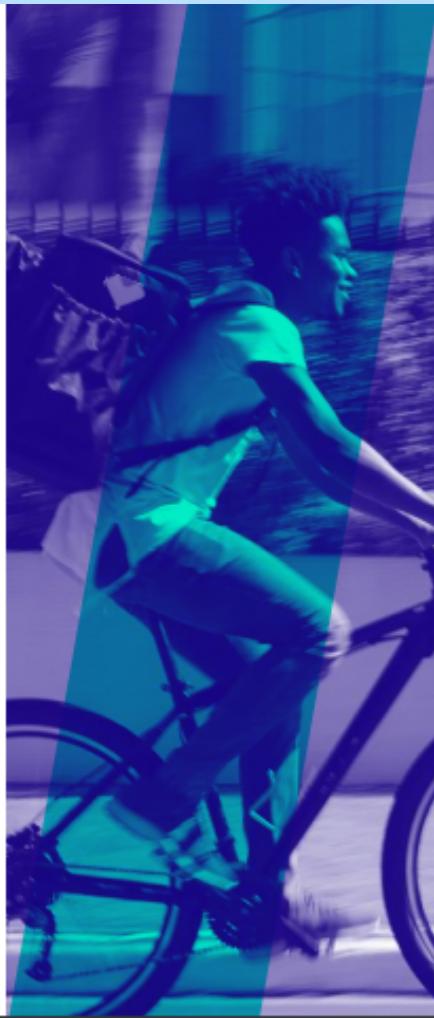


<https://static.b2wdigital.com/upload/apresentacoes/00003482.pdf>

LET'S:
Plataforma Multimodal
Entrega mais rápida
do Brasil

30%
das entregas
no mesmo dia (1P e 3P).

58%
das entregas
em até 48h (1P e 3P).



Excelência em Nível de Serviço
Nossas marcas são as únicas do eCommerce¹ com o selo RA 1000.



Excelência em Nível de Serviço

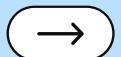
Nossas marcas são as únicas do eCommerce¹ com o selo RA 1000.



	B2W DIGITAL	Competidor A	Competidor B	Competidor C
Reclame Aqui ²	1P 3P	3P	1P e 3P	1P 3P
Nota Média	8,6 7,9	6,5	7,8	6,6 6,9
Voltaria a Comprar	81,5% 68,6%	63,2%	69,5%	51,3% 53,8%

¹ Categoria Grandes Operações

² Conforme Reclame Aqui: últimos 06 meses



x o + o

o . . x

• . .

+
o
.

3 Canais

como chegamos nos segmentos de clientes?

.

Site

.

Loja Física

Apps SA Strategic Adviser Marketing Platform... PLATAFORMAS DE... Marketing de Cont... VIVA COQUEIROS AFILIADOS GOOGLE SEO CURSOS » Outros favoritos

BIBLIOTECA RIUNI CONTEÚDOS EVENTOS ESTUDANTE ESTÁGIOS/EMPREGOS EGRESSO SERVIÇOS ONLINE

CONTATO MINHA UNISUL EVA

UNISUL
Universidade

Ensino Presencial Ensino Híbrido Ensino

Acesso a Sistemas Internos
App Minha Unisul
CSTI - Central de Serviços de TI
Consulta de Diplomas Registrados
Inscrições Online
Índice A-Z
Perguntas Frequentes
Trabalhe na Unisul
Validador de Documentos Emitidos

BUSCAR

UNISUL Conselho Mínimo do MEC 5 ANOS DE EXCELENCIA

extensão A Unisul Unisul Digital

HISTÓRICO ESCOLAR

Bolsas de até 100% para todo o curso*.

O curso de Medicina não está disponível por este processo seletivo.

w.unisul.br/#

Site

BIBLIOTECA ▾ RIUNI CONTEÚDOS ▾ EVENTOS ▾ ESTUDANTE ▾ ESTÁGIOS/EMPREGOS EGRESSO SERVIÇOS ONLINE ▾ CONTATO

MINHA UNISUL EVA

UNISUL
Universidade

Buscar no site **BUSCAR**

UNISUL
5º Concurso
Máximo de
MEC
QUALIDADE
RECONHECIDA

Ensino Presencial ▾ Ensino Híbrido ▾ Ensino Digital ▾ Bolsas e Financiamentos ▾ Extensão ▾ A Unisul ▾ Unisul Digital ▾

VOCÊ PREPARADO
PARA O NOVO

PÓS-GRADUAÇÃO 2021

Loja física



The image shows the homepage of the Unisul website. At the top left is the Unisul logo with the text "UNISUL Universidade". To the right is a search bar with the placeholder "Buscar no site" and a "BUSCAR" button. Below the header is a dark blue navigation bar with links: "Ensino Presencial", "Ensino Híbrido", "Ensino Digital", "Bolsas e Financiamentos", "Extensão", "A Unisul", "Unisul Digital", and "CONTINENTES". The main content area features a large image of the university's campus with modern buildings and palm trees. Overlaid on this image is the text "Campus Pedra Branca". To the right, there is a section titled "Nossos Campi" with the subtext "Estamos em seis cidades de Santa Catarina." Below this are six buttons for different campuses: ARARANGUÁ, BRAÇO DO NORTE, IÇARA, FLORIANÓPOLIS, PEDRA BRANCA, and TUBARÃO. A blue circular arrow icon is in the bottom right corner.

Nossos Campi

Estamos em seis cidades de Santa Catarina.

Conheça nossa estrutura e os tours virtuais dos Campi Tubarão e Pedra Branca.

[ARARANGUÁ →](#)

[BRAÇO DO NORTE →](#)

[IÇARA →](#)

[FLORIANÓPOLIS →](#)

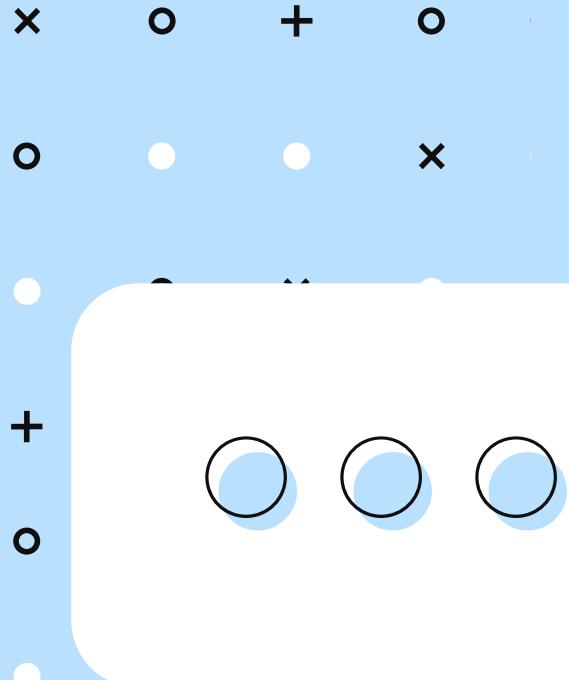
[PEDRA BRANCA →](#)

[TUBARÃO →](#)

Campus Pedra Branca

4

Relacionamento com clientes



Que tipo de relacionamento nossos clientes esperam?

- Atendimento
- Pós-venda
- Conteúdos interessantes (blog, etc)

!

A entrega do seu pedido pode atrasar por causa da greve dos Correios. Se precisar falar com a gente clique em "precisa de ajuda".

Conversa com JFZ IMPORTAÇÃO LTDA

Luciana Manfro:

Olá, o pagamento foi realizado no ato da compra, ou seja, ontem pela manhã, à vista, via código de barras do boleto. Aliás, já foi descontado da minha conta. Por favor, gostaria de uma posição da empresa quanto a isso, pois estou recebendo mensagens via WhatsApp, informando que não foi pago.

08/08/20 10:09

Olá, Luciana Manfro! A gente recebeu a sua mensagem e o protocolo desse atendimento é 3220090878980.

dados da entrega



pedido:

02-766074102

www.navegatinho.com.br/navegatinho/



Americanas.c...



Conta". Encontre o pedido e siga
as orientações da página :) 13:32

15 DE SETEMBRO DE 2020

**Oba! O produto Balança Digital
Eletrônica De Precisão 10kg
Dieta E Cozinha está a caminho**
 e será entregue nos
próximos dias. Você vai receber
no máximo até o dia **18/09**.

Se não tiver como pegar, avise
alguém próximo para receber
por você ;)

Você pode rastrear a entrega
por aqui [https://minhaconta.
americanas.com.br/v2/orders
/02-766074102](https://minhaconta.americanas.com.br/v2/orders/02-766074102) 08:59



Digite uma men...



x o + o
o . . x

•
+
o
•



5 Fontes de Receita

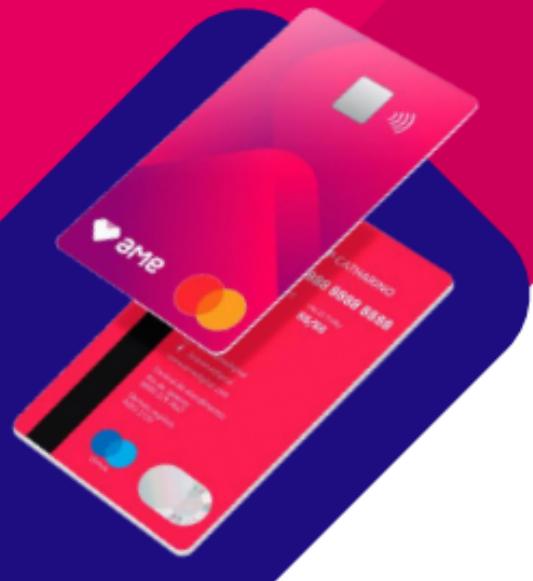
Qual é o valor que nossos clientes estão dispostos a pagar?

- .
- Vendas e mix de produtos
- .
- Formas de pagamentos

Novidades

Cartão pré-pago Mastercard

Pagamentos nos mundos
físico e digital.



Marketplace de Crédito

Empréstimos pessoais
de forma rápida e simples.
Tudo 100% digital.



Ame Scan&Go

Pagamento diretamente
no app, sem precisar ir ao caixa.



<https://static.b2wdigital.com/upload/apresentacoes/00003482.pdf>

✗ ○ + ○

○ ● ● ✗

● ○ ○ ○

+ ○ ○ ○

○ ○ ○ ○

6 Recursos chave

Quais recursos chave nossas propostas de valor requerem?

- .
- Site, marca
- .
- Estoque
- .
- Armazém, sala comercial

✗ ○ + ○

○ ● ● ✗

● - - - -

+ ○ ○ ○

○ - - - -

7 Atividades chave

Quais atividades chave nossas propostas de valor requerem?

- .
- Mix de produtos
- .
- Experiência de compra
- .
- Gestão do site e logística

8 Parceiros chave



x o + o

o . . x

• - - - -

+ + + +

o o o o

• • • •

Quem são os parceiros-chave da loja virtual?

- Fabricantes e importadoras
- Correios
- Desenvolvedores
- Empresas de Hospedagem
- Empresas de marketing digital
- Sistemas de gestão de logística on-line

Venda mais pela internet com a parceria Sebrae e Magalu

Fortaleça sua presença digital, aproveite as vantagens do marketplace, amplie seus negócios...

[Início](#)[Parceria](#)[Diagnóstico](#)[Cursos EAD](#)[Plataforma Magalu](#)[Perguntas Frequentes](#)

Sebrae e Magalu

Sebrae e Magalu unem forças para ajudar os pequenos negócios que atuam com loja física e estão com dificuldade de chegar ao cliente digitalmente. Com a parceria, o Sebrae concentra seus esforços na preparação e na conexão dos pequenos negócios ao mercado digital, em especial à atuação em marketplaces, enquanto a Magazine Luiza cumpre o seu papel de digitalizar os pequenos negócios a partir da plataforma Parceiro Magalu, um ambiente digital que inclui novos canais de vendas, marketing, logística e gestão.

Ao aderir, você conecta o seu negócio à estrutura online do Magazine Luiza para vender de forma simples e com taxas diferenciadas e divulga melhor seus produtos nas redes sociais. Tudo isso com o apoio do Sebrae, que além de capacitação, preparou um programa especial de inserção e desenvolvimento de pequenos negócios para marketplace. Confira abaixo as soluções disponíveis pra você!

INSTITUCIONAL

- ▶ [Perfil](#)
- ▶ [Histórico](#)
- ▶ [Marcas](#)
- ▶ [Estratégia e Vantagens Competitivas](#)
- ▶ [Comércio Eletrônico no Brasil](#)
- ▶ [Informações Gerais](#)
- ▶ [Companhia Verde](#)

GOVERNANÇA CORPORATIVA

- ▶ [Visão Geral](#)
- ▶ [Estrutura Acionária](#)
- ▶ [Conselho de Administração e Diretoria](#)
- ▶ [Estatutos e Políticas](#)
- ▶ [Atas de Reuniões](#)
- ▶ [Código de Ética e Conduta](#)

INFORMAÇÕES AOS INVESTIDORES

- ▶ [Kits do Investidor](#)
- ▶ [Releases de Resultados](#)
- ▶ [Apresentações e Teleconferências](#)
- ▶ [Relatórios Anuais](#)
- ▶ [IAN, ITR e DFP](#)
- ▶ [Outros Arquivamentos CVM](#)
- ▶ [Dividendos](#)

SERVIÇOS AOS INVESTIDORES

- ▶ [Calendário de Eventos](#)
- ▶ [Centro de Downloads](#)
- ▶ [Cobertura de Analistas](#)
- ▶ [Cotações e Gráficos](#)

OUTRAS INFORMAÇÕES

- ▶ [Perguntas Frequentes](#)
- ▶ [E-mail de Alerta](#)
- ▶ [Fale com o RI](#)
- ▶ [Notas Legais e Fatores de Risco](#)
- ▶ [Política de Privacidade e Condições de Uso](#)

COMUNICADOS AO MERCADO

Jun/19

Set/19

Dez/19

Mar/20

Jul/20

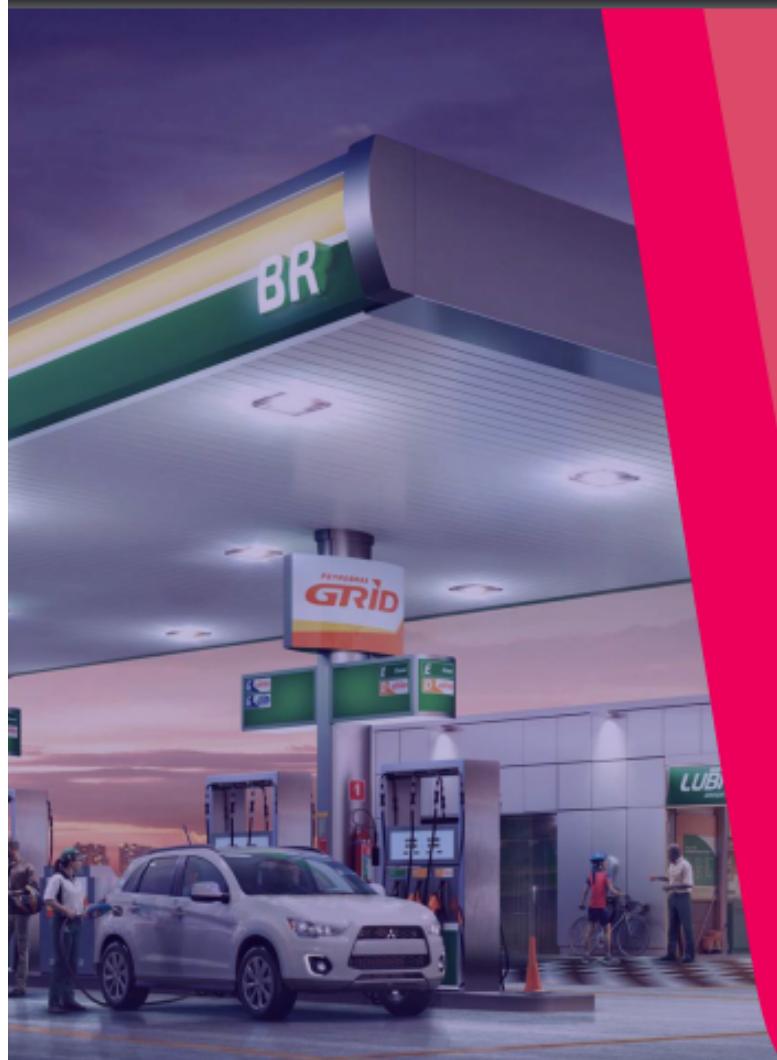
16

Parceria Ame + BR Distribuidora

Nos primeiros 45 dias de operação:

+R\$ 100 MILHÕES
de volume transacionado (TPV)

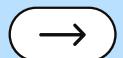
+1,1 MILHÃO
de transações via QR Code



17

<https://static.b2wdigital.com/upload/apresentacoes/00003482.pdf>

9 Estrutura de custos



x o + o

o . . x

.

+

o



Quais são os custos importantes inerentes ao nosso modelo de negócios?

- .
- Estoque e logística
- .
- Funcionários
- .
- Aluguel
- .
- Contabilidade
- .
- Manutenção do site
- .
- Marketing Digital
- .
- Segurança e hospedagem
- .
- Taxas e impostos

Obrigada pela presença