

2. MODELO DE NEGÓCIOS

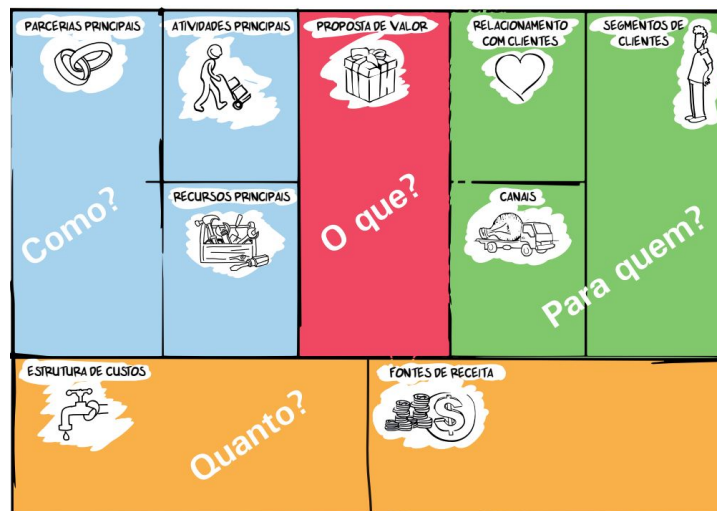


2. Modelo de Negócios

Conceito

Baseado em um quadro com blocos organizados, como demonstrado na figura ao lado, o **Modelo de Negócio** proporciona a visualização das principais funções de uma organização.

Sendo assim, possibilitando que os empreendedores reflitam a respeito de cada função da empresa para, então, descobrir o que precisa ser feito a fim de **conquistar clientes e aumentar os resultados do empreendimento**.



2. Modelo de Negócios

Exemplos



O produto de pesquisa do Google é um excelente exemplo de modelo de negócio inovador.

Antes do Google, o modelo de negócio dos mecanismos de busca era encaixar o máximo possível de anúncios em banners em uma página e cobrar o máximo possível por eles.

O Google, por outro lado, usou anúncios de texto simples e os direcionou com base nas palavras-chave usadas em uma pesquisa específica.

2. Modelo de Negócios

Exemplos



O produto de pesquisa do Google é um excelente exemplo de modelo de negócio inovador.

Os anunciantes consideraram essa técnica mais atraente do que os anúncios em banner, porque tinham melhores dados sobre a eficácia dos anúncios individuais e podiam fazer anúncios mais eficazes com base nos dados.

Esse modelo de negócio altamente inovador é o que tornou o Google um sucesso e não a proficiência técnica de seu algoritmo de busca.

2. Modelo de Negócios

Exemplos



Esse caso do Google é semelhante ao do iTunes da Apple.

Antes do iTunes, o modelo de negócio para a música digital era cobrar uma taxa de assinatura mensal pelo acesso a uma biblioteca de música, onde a falta de pagamento da taxa significava que o acesso à música era cortado.

A Apple se diferenciou com sucesso com uma cobrança única de US\$ 0,99 por música, após a qual o usuário poderia ter a música digital para sempre.

2. Modelo de Negócios

Exemplos



Esse caso do Google é semelhante ao do iTunes da Apple.

O modelo acabou sendo um fator importante, se não o fator principal, no sucesso do iTunes em relação a outros serviços de música.

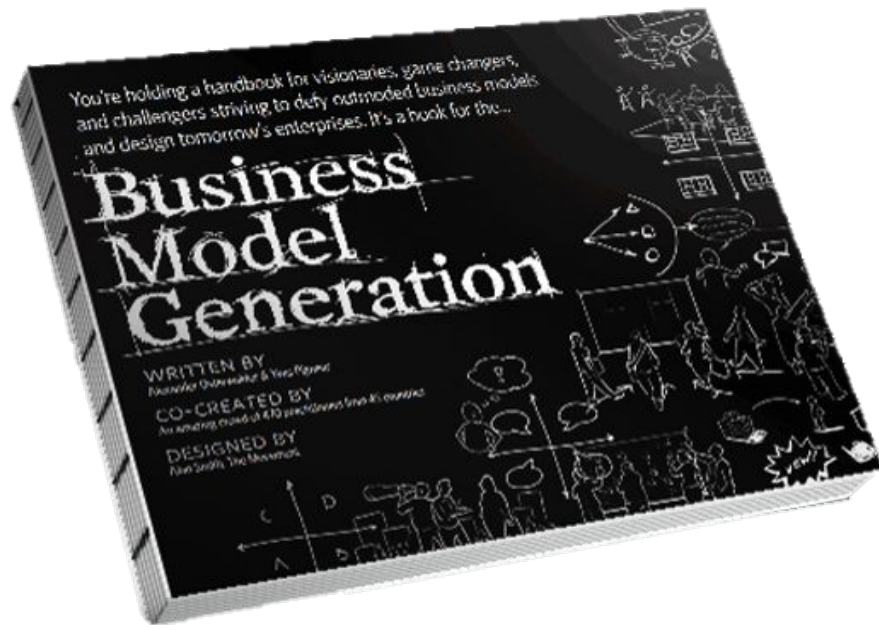
Houve um retorno tremendamente positivo do investimento feito pela Apple por causa de seu cuidado e inovação no modelo de negócio.

2. Modelo de Negócios

2.1. O Business Model Canvas

O **Business Model Canvas (BMC)** é essa ferramenta visual dividida em blocos, onde o empreendedor deve colocar informações sobre o que ele está vendendo, quem são os clientes, o valor que entrega e como ele vai lucrar com seu novo negócio.

Ele foi criado por Alexander Osterwalder, com base em ferramentas e conceitos do Design Thinking, para ajudar os empreendedores a visualizarem as variáveis do seu negócio de forma mais clara.



...

Sugestão de leitura:

OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. **Business Model Generation**. Amsterdam: Modderman, 2009.

Porém, mais importante do que preencher todos os campos, é validar essas informações posteriormente, alterar e pivotar sempre que necessário.

2. Modelo de Negócios

2.1. O Business Model Canvas

A ferramenta deve ser preenchida com calma e atenção, e ela deve servir como **norteador para as tomadas de decisões do novo negócio.**

Conforme o negócio for amadurecendo, o Business Model Canvas também deverá ser atualizado, para que ele sempre esteja alinhado com os desafios que a empresa passa.

Vamos agora ver como ele deve ser preenchido.

Business Model Canvas



2. Modelo de Negócios

1. Cliente

- Para quem estamos criando valor?
- Quem são nossos consumidores mais importantes?

2. Proposta de Valor

- Qual valor entregamos ao cliente?
- Qual problemas estamos ajudando a resolver?
- Que necessidades estamos satisfazendo?
- Que conjunto de produtos e serviços estamos oferecendo para cada segmento de clientes?

3. Técnica criativas

3. Canais

- Através de quais canais nossos segmentos de clientes querem ser contratados?
- Como os alcançamos agora?
- Como nossos canais se integram?
- Qual funcionam melhor?
- Quais apresentam melhor custo benefício?
- Como estão integrados à rotina dos clientes?

3. Técnica criativas

4. Relacionamento com o Cliente

- Que tipo de relacionamento cada um dos nossos segmentos de clientes espera que estabeleçemos com eles?
- Quais já estabelecemos?
- Qual o custo de cada um?
- Como se integram ao restante do nosso modelo de negócios?

5. Fontes de Receita

- Quais valores nossos clientes estão realmente dispostos a pagar?
- Pelo que eles pagam atualmente?
- Como pagam?
- Como prefeririam pagar?
- O quanto cada fonte de receita contribui para o total da receita?

3. Técnica criativas

6. Recursos Principais

- Que recursos principais nossa proposta de valor requer?
- Nossos canais de distribuição?
- Relacionamento com os Clientes?
- Fontes de Receita?

7. Atividades-Chave

- O componente Atividades-Chave descreve as ações mais importantes que uma empresa deve realizar para fazer seu Modelo de Negócios funcionar.
- Que atividades-chave nossa proposta de valor requer?
- Nossos canais de distribuição?
- Relacionamento com clientes?
- Fontes de receita?

3. Técnica criativas

8. Parceiros-Chave

- O componente Parcerias Principais descreve a rede de fornecedores e os parceiros que põem o Modelo de Negócios para funcionar.
- Quem são meus parceiros?
- Quem são meus fornecedores?
- Que recursos principais estamos adquirindo dos parceiros?
- Que atividades-chave os parceiros executam?

9. Estrutura de Custos

- Quais são os custos mais importantes em nosso modelo de negócios?
- Que recursos Principais são mais caros?
- Quais atividades-chave são mais caras?

2. Modelagem de Negócios

2.1. O Business Model Canvas

Para finalizar, o modelo de negócio é a **coluna vertebral de qualquer empresa**, seja startup ou não. Dedique tempo para analisar e estruturar o seu.

Seu business model mudará muito até a versão final. Não se apegue!

Você já levantou muitas informações sobre o Problema, Clientes, Mercado e Produto. Agora é hora de utilizá-las.