

FIAP GRADUAÇÃO

ANÁLISE E DESENVOLVIMENTO DE SISTEMAS

SOFTWARE DESIGN & TX

Prof. Paulo Camargo

Modelo de Negócios Canvas

Será que vai dar certo?

Você já deve ter se perguntado se a sua ideia de negócio é viável, certo?

Logo em seguida, começam a surgir dezenas de dúvidas a respeito de quais cuidados você deve ter ao abrir uma empresa, negócio ou criar um serviço.

Mas afinal, o que é preciso pensar na hora de planejar o seu negócio(**produto/serviço**)?

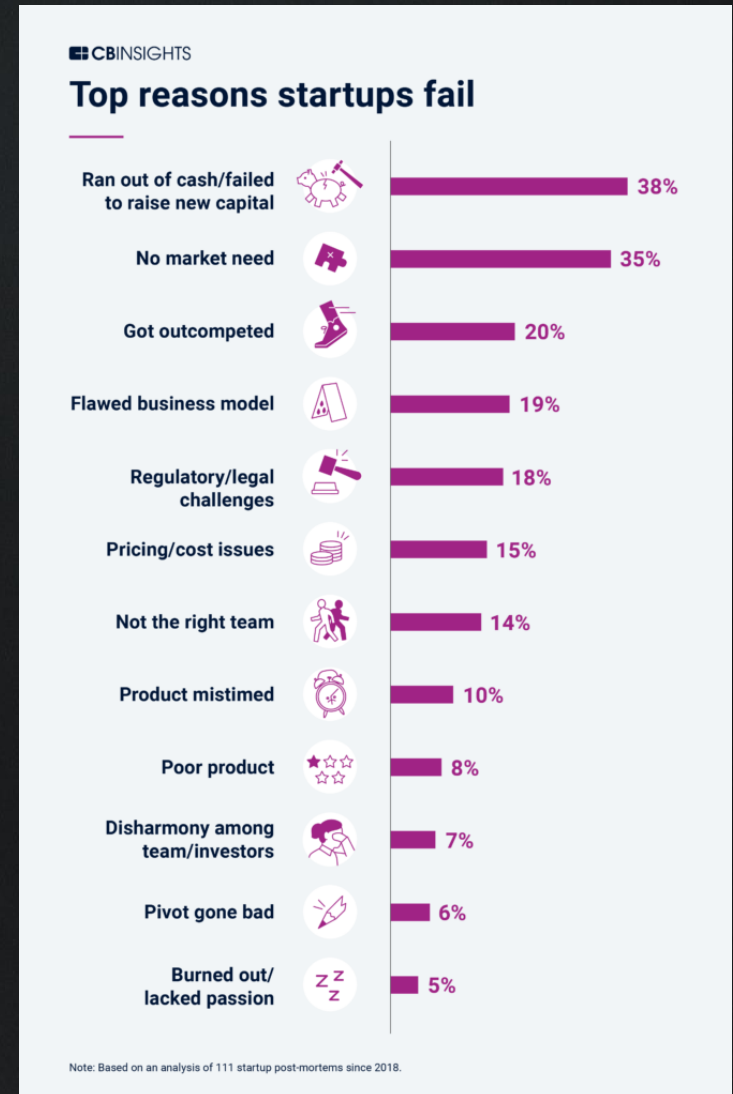


Será que vai dar certo?

Estudo de 2021 realizado pela CB Insights analisou o motivo de encerramento das operações de mais de 110 startups.

Principais motivos:

1. Ficou sem dinheiro / não conseguiu levantar novo capital
2. Sem necessidade do mercado
3. Não conseguiu competir com concorrência
4. Modelo de negócios defeituoso
5. Desafios regulatórios / legais
6. Problemas de preços / custos
7. Dificuldades em montar equipe certa
8. Produto lançado na hora errada
9. Produto ruim
10. Desarmonia entre a equipe / investidores
11. O pivô deu errado
12. Burnout



Será que vai dar certo?

1. Ficou sem dinheiro / não conseguiu levantar novo capital

Dinheiro e tempo são finitos e precisam ser alocados criteriosamente. Para as startups de nossa lista, ficar sem dinheiro – vinculado à incapacidade de garantir financiamento/juros do investidor – foi o principal motivo do fracasso das startups.

2. Sem necessidade do mercado

Enfrentar problemas que são mais interessantes de resolver do que aqueles que atendem a uma necessidade do mercado foi citado como o motivo número 2 para o fracasso, observado em 35% dos casos.

3. Não conseguiu competir com concorrência

Apesar dos chavões de que as startups não devem prestar atenção à concorrência, a realidade é que, uma vez que uma ideia se torna quente ou é validada pelo mercado, outros podem tentar capitalizar a oportunidade. E embora a obsessão pela concorrência não seja saudável, ignorá-la também foi uma receita para o fracasso em 20 % das falhas de inicialização.

4. Modelo de negócios defeituoso

A maioria dos fundadores concorda que um modelo de negócios é importante – permanecer vinculado a um único canal ou não encontrar maneiras de ganhar dinheiro em escala deixou os investidores e os fundadores incapazes de capitalizar em qualquer tração obtida.



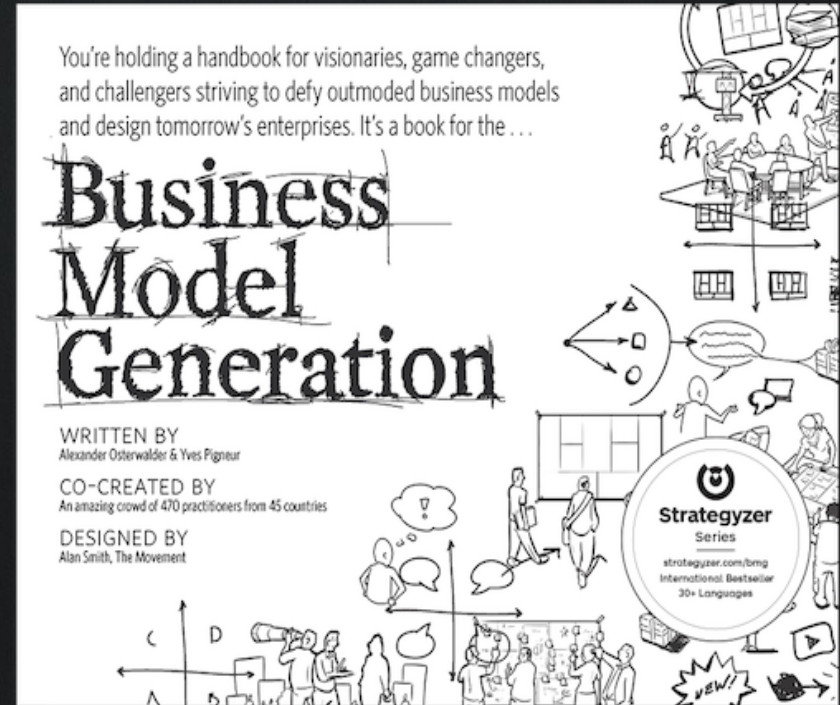
O que é um Modelo de Negócio?

Descreve a lógica de criação, entrega e captura de valor de uma organização.



Pensando o Modelo de Negócio

O Business Model Canvas(BMC), mais conhecido como Canvas, é uma ferramenta de planejamento estratégico, que permite desenvolver e esboçar modelos de negócio novos ou existentes.



Resultado de estudos e experimentações realizadas por Alex Osterwalder e Yves Pigneur.



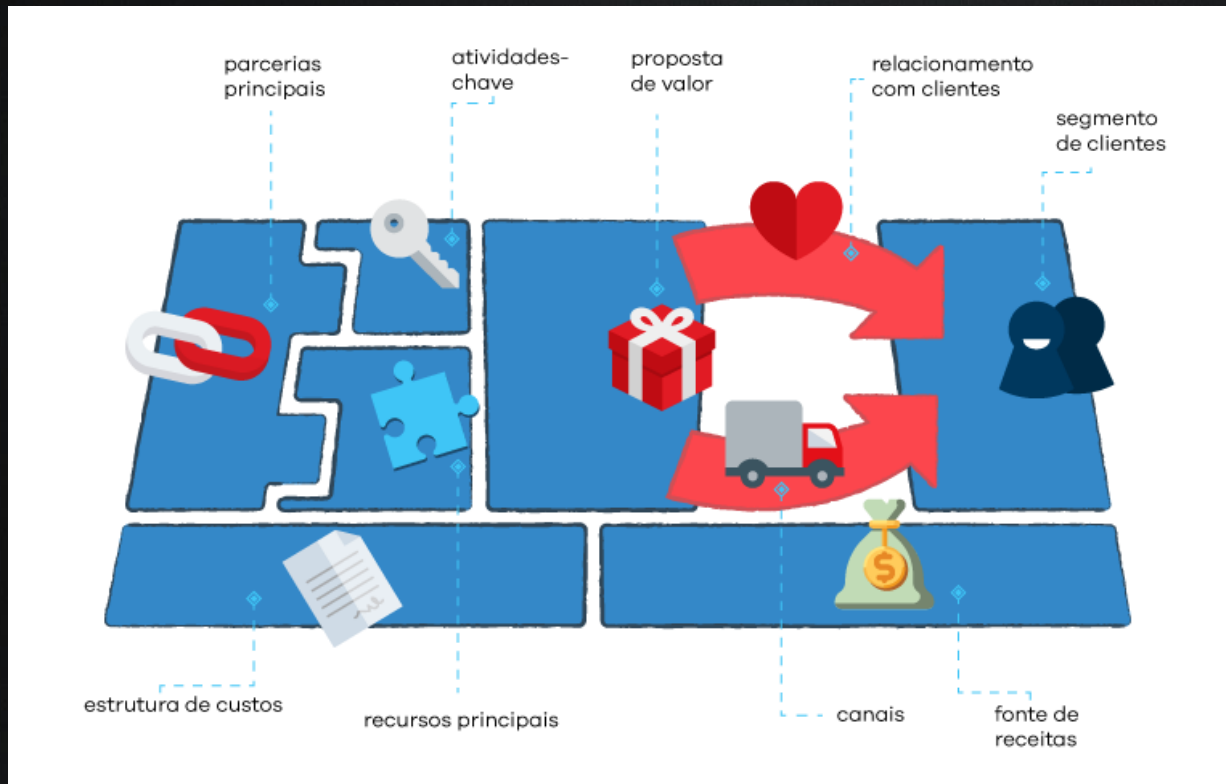
Benefícios do Business Model Canvas

- Agiliza e facilita o processo estratégico;
- É uma ferramenta flexível e de fácil compreensão;
- Sua visualização estratégica aumenta a competitividade;
- Traz organização e objetividade para a empresa;
- Estimula a criatividade e simplifica a comunicação.



Estrutura do Canvas

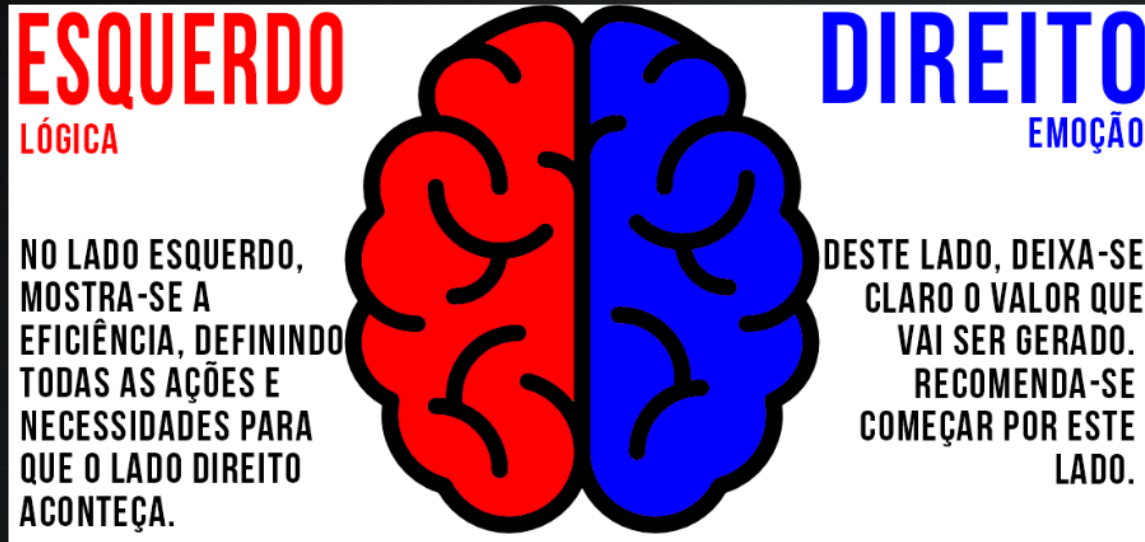
Um modelo de negócios, representado no Canvas, é melhor descrito com nove componentes básicos. Eles englobam quatro áreas principais da organização: **clientes, oferta, infraestrutura e viabilidade financeira.**












O Canvas

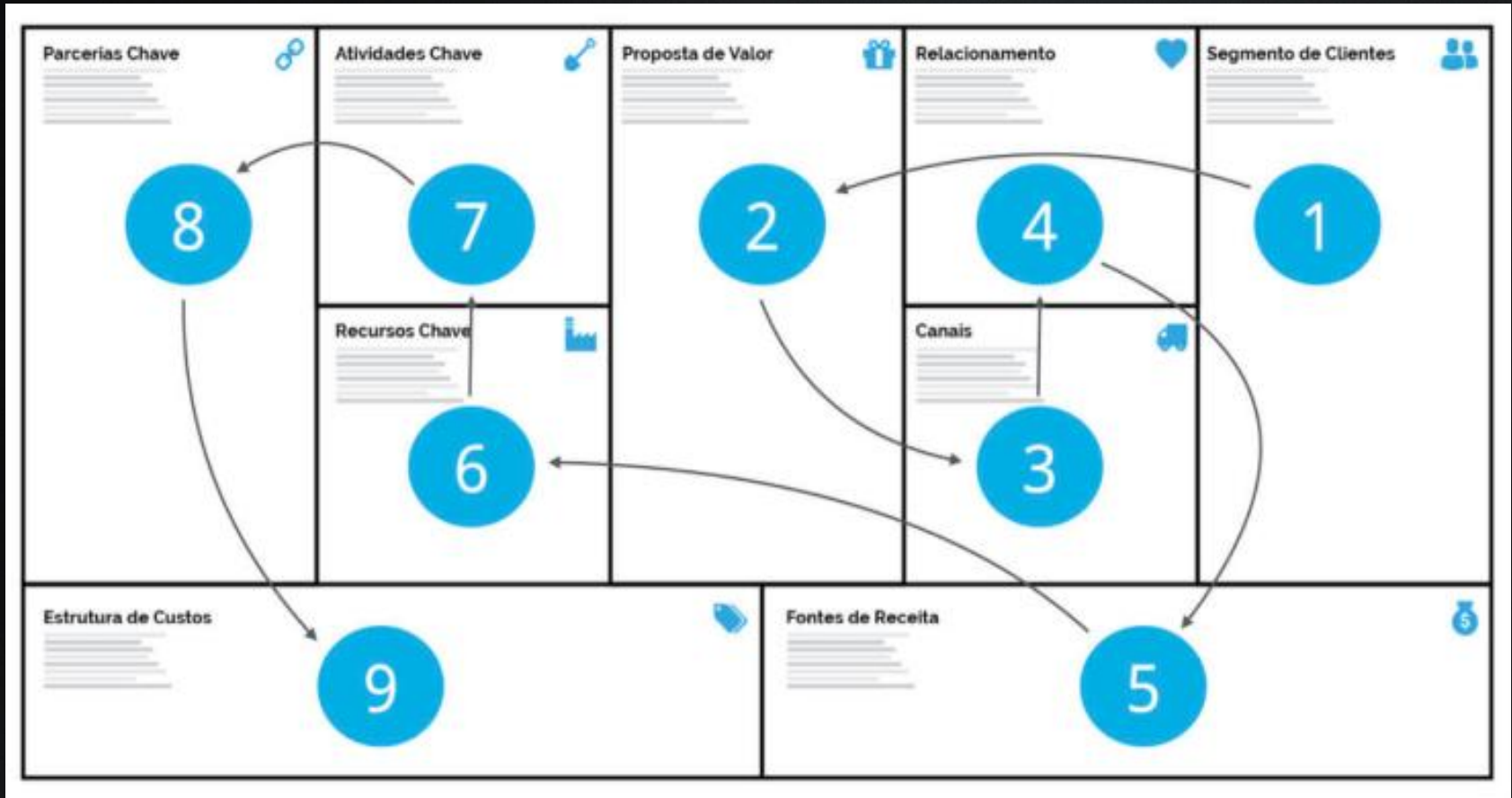


Hemisférios do Canvas



Key Partners 	Key Activities 	Value Proposition 	Customer Relationships 	Customer Segments 
	Key Resources 		Channels 	
Cost Structure 		Revenue Streams 		

A trilha do Canvas



Estrutura do Canvas

1. Segmento de Clientes

Pergunte-se:

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

Esse componente define grupos de pessoas/organizações que a empresa tem como público-alvo. Como esses grupos são distintos, suas necessidades também são. Segmentando eles, fica mais fácil desenvolver ações para atender cada um da melhor maneira.



Estrutura do Canvas

2. Proposta de Valor

Pergunte-se:

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

Esse componente é relativo ao porque dos clientes escolherem sua empresa.

Esse componente define grupos de pessoas/organizações que a empresa tem como público-alvo. Como esses grupos são distintos, suas necessidades também são. Segmentando eles, fica mais fácil desenvolver ações para atender cada um da melhor maneira.



Exemplo de Proposta de Valor



Estrutura do Canvas

3. Canais

Pergunte-se:

- Por meio de quais canais nossos segmentos de clientes querem ser contatados?
- Como os alcançamos agora?
- Como nossos canais se integram?
- Qual funciona melhor?
- Quais apresentam melhor custo-benefício?
- Como estão integrados à rotina dos clientes?

Os canais se referem a forma que sua empresa se comunica com os clientes, desde o momento da aquisição do produto até o suporte após a compra. Eles podem ser diretos (time de vendas, site) ou indiretos (lojas de revenda). As fases do canal são:

Conhecimento: Quando o público irá conhecer sua marca.

Avaliação: Como sua empresa é avaliada.

Compra: Como é o processo de compra dos seus clientes.

Entrega: Como sua empresa entrega valor aos clientes.

Pós-venda: Como sua empresa fornece suporte após a compra.



Estrutura do Canvas

4. Relacionamento com Clientes

Pergunte-se:

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

O relacionamento com os clientes precisa ser definido de acordo com as motivações da empresa em relação à sua conquista, retenção e ampliação das vendas. Por exemplo, o relacionamento pode ser automatizado (bots, mensagens automáticas) ou pode ser baseado na interação humana (representantes, call-centers).



Estrutura do Canvas

5. Fontes de Receita

Pergunte-se:

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

As fontes de receita da sua empresa representam o dinheiro gerado a partir de cada segmento de clientes. Para calcular a receita, os custos devem ser subtraídos da renda para gerar o lucro. As fontes de receita podem incluir a venda de recursos (produtos físicos), taxas de uso (quanto mais o serviço é usado, maior o lucro), taxas de assinatura (para uso contínuo), empréstimos, aluguéis e licenciamentos.



Estrutura do Canvas

6. Recursos Principais (Chaves)

Pergunte-se:

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

Esses são os recursos que a empresa necessita para criar sua proposta de valor. Eles podem ser recursos físicos, como fábricas, máquinas e veículos. Podem ser intelectuais, como conhecimentos específicos e patentes; humanos, como equipes conceituadas e eficientes ou financeiros, como dinheiro e ações.



Estrutura do Canvas

7. Atividades-chave (Principais)

Pergunte-se:

- Que atividades-chave nossa proposta de valor requer?
- Nossos canais de distribuição?
- Relacionamento com clientes?
- Fonte de receita?

As atividades-chave são as atividades que não podem deixar de acontecer para sua empresa funcionar bem. Elas são as ações mais importantes a serem executadas.

Dependendo do tipo de modelo de negócios elas podem ser categorizadas como: produção (desenvolvimento de produto, fabricação, entrega); resolução de problemas e plataformas/redes (necessárias para o funcionamento do negócio).



Estrutura do Canvas

8. Parcerias Principais (Chaves)

Pergunte-se:

- Quem são nossos principais parceiros?
- Quem são nossos fornecedores principais?
- Que recursos principais estamos adquirindo dos parceiros?
- Que atividades-chave os parceiros executam?

São os fornecedores e os parceiros que permitem que o negócio desenvolva de forma otimizada e mais econômica. Com essas alianças, fica mais fácil conseguir recursos e reduzir a competitividade.



Estrutura do Canvas

9. Estrutura de Custo

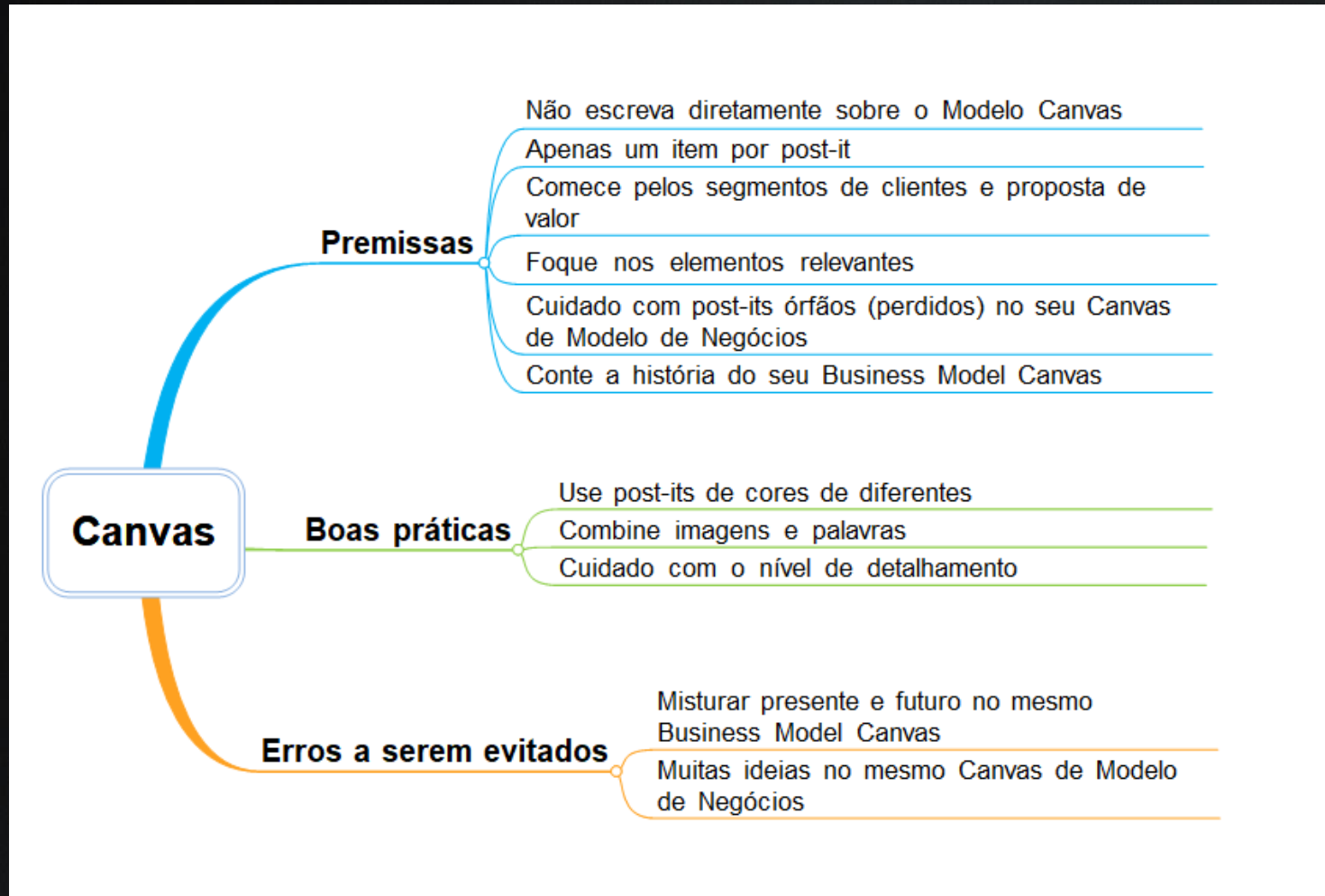
Pergunte-se:

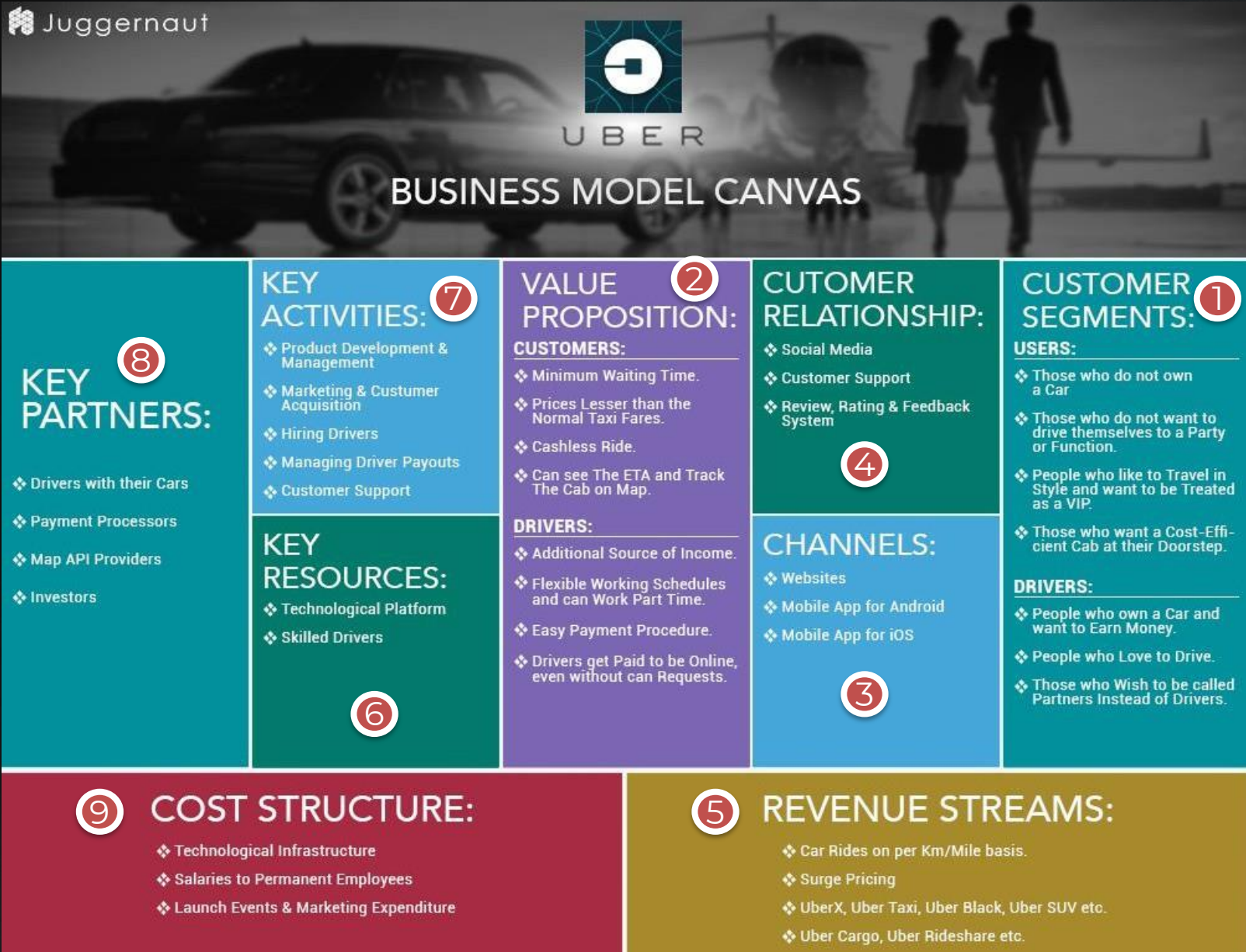
- Quais são os custos mais importantes em nosso Modelo de Negócios?
- Que recursos principais são mais caros?
- Quais atividades-chave são mais caras?

Essa estrutura pode envolver custos fixos e variáveis. Algumas empresas focam em modelos de negócios direcionados pelo custo, portanto, tendem a minimizá-lo em suas atividades ao máximo. Dessa forma, utilizam propostas de valor baixo. Outras se direcionam a criação de valor nos produtos, o que torna suas atividades mais complexas. Consequentemente, o preço dos produtos/serviços finais é mais elevado.



Dicas e Boas Práticas





Business Model Canvas **Netflix (2022)**

Key partners **8**

- Content owners
- IP holders
- Content delivery partners (ISPs, etc)
- Investors (bonds)
- Industry-specific Influencers (eg. Prizes)

Key activities **7**

- Content creation
- Content licensing and acquisition
- Marketing / influencing

Key resources / assets **6**

- Brand
- Content library (owned / licensed)
- App/website
- Algorithms & data

Value proposition **2**

- Content library
- Exclusive content
- Convenience & mobility
- Personalisation
- Unlimited access (incl binge watching)
- On-demand
- Localisation
- No ads
- Easy cancellation

Channels **4**

- Consumer electronic devices (value delivery)
- Social media / WOM
- Media outlets
- Industry-specific

Customer relationships **3**

- Mission / positioning
- Empowerment, trust
- Self-service (App)

Customer segments **1**

Macro segments:

- Demographic: family, individual, etc
- Age bracket, gender
- Geo-demographic: country, city vs rural, etc

Usage parameters:

- Device type, Screen size, connection speed

Micro segmentation:

- Interest: 2,000 taste Clusters and more

Cost structure **9**

- Costs of Revenue (biggest: content amortisation): 58% (!)
- Marketing
- Technology & Development
- General & Admin

Revenues **5**

- Subscription plans (US: 43%, EMEA: 32%, LATAM: 12%, APAC: 11%)
- Licensing out own content

<https://www.digitalbizmodels.com/blog/netflix-business-model-canvas>












SpaceX - Modelo de Negócio





Business Model Canvas

Desenhado para: _____ Desenhado por: _____ Data: _____ Versão: _____

Parcerias Chave 	Atividades Chave 	Proposta de Valor 	Relacionamento 	Segmento de Clientes 
	Recursos Chave 		Canais 	
Estrutura de Custos 		Fontes de Receita 		

Versão Original: Strategyzer.com

Este trabalho está licenciado sob a Licença Atribuição-Compartilharmos 4.0 Internacional Creative Commons. 

 O ANALISTA DE
MODELOS DE NEGÓCIOS

analistamodelosdenegocios.com.br

Dúvidas?



Bora praticar?

https://miro.com/app/board/uXjVMgiHQwg=?share_link_id=481886776309



Até a próxima!

