



Módulo 2 - Definir

Monetização

DigitalHouse >
Coding School





Modelo de Negócio

recapitulando

8 - Parcerias principais



Quem são nossos principais parceiros?
Quem são nossos fornecedores principais?
Quais os recursos que estamos adquirindo dos principais parceiros?
Quais as atividades chave eles executam?

Fornecedores de peças

7 - Atividades chave



Que atividades chave nossa proposta de valor requer? Produção, Resolução de problemas ou Plataforma e Rede?

Produção de veículos

Venda de veículos

Pesquisa e desenvolvimento tecnológico

6 - Recursos principais



Que recursos principais nossa proposta de valor requer? Físicos, Intelectuais, humanos e financeiros necessários?
Nossos canais de distribuição?
Relacionamento com o clientes? Fontes de Receita?

Fábrica

Marca

2 - Propostas de valor



Qual valor entregamos ao cliente?

Qual o problema estamos ajudando a resolver?

Qual necessidade estamos satisfazendo?

Que conjunto de produtos e serviços estamos oferecendo ao segmento de clientes?

Carro esportivo elétrico de alto desempenho

Redução de poluentes

4 - Relacionamento com clientes



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?

Serviços de customização

Garantia estendida

3 - Canais



Através 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?

Vendas direta em Showrooms físicos

Vendas direta via Websites

1 - Segmentos de clientes



Para quem estamos criando valor?

Quem são os nossos consumidores mais importantes?

Super ricos

9 - Estrutura de custos



Quais são os custos mais importante em nosso modelo de negócios?
Que recursos principais são mais caros?
Qual o custo de cada atividade chave, e quais as mais caras?

Fabricação de peças e baterias

Pesquisa e desenvolvimento

Aquisição de lojas físicas

5 - Fontes de receitas

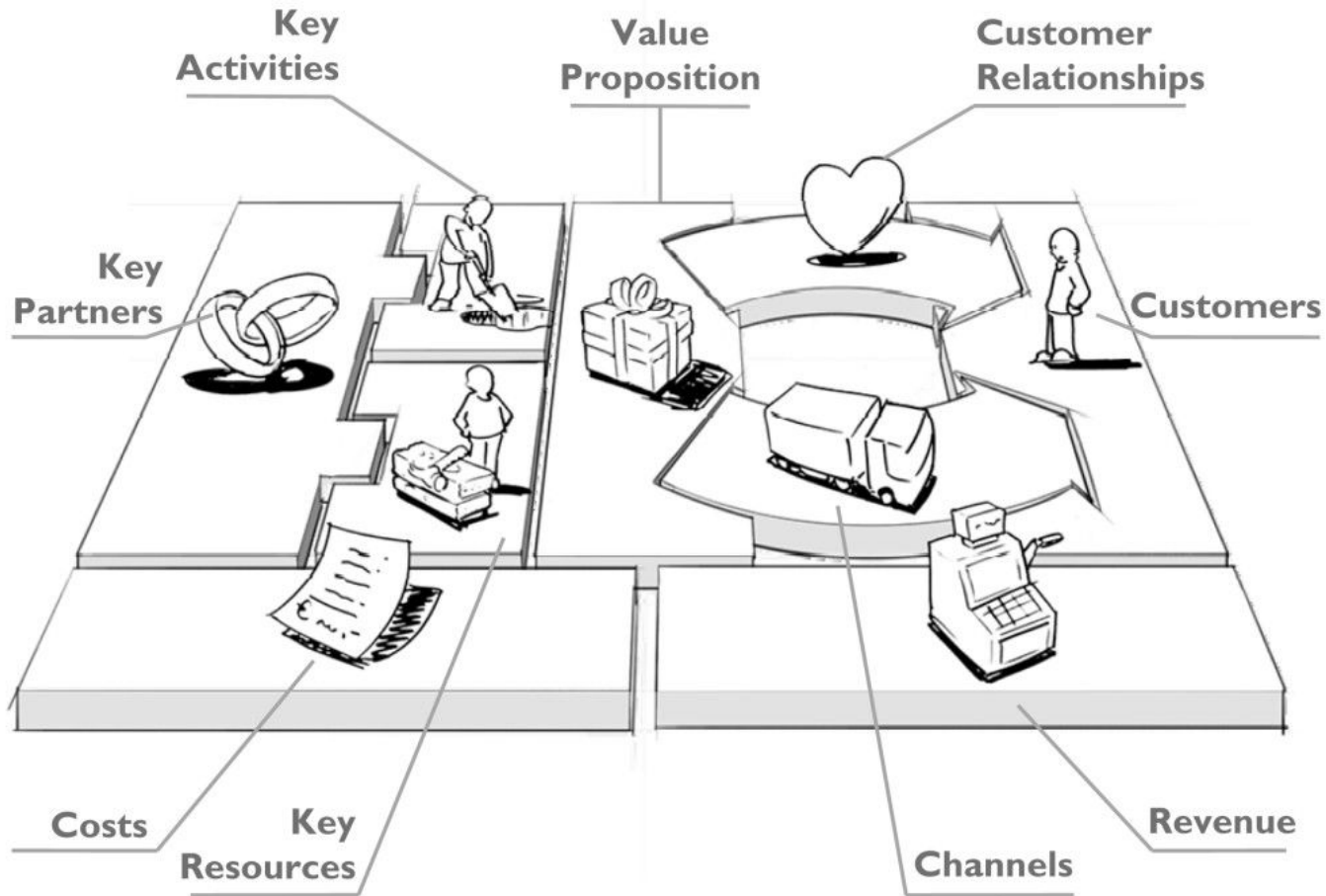


Quais os valores nossos clientes estão realmente dispostos a pagar?
Pelo que eles pagam atualmente? E como pagam?
Como prefeririam pagar?
O quanto cada fonte de receita contribui para o total da receita do meu modelo de negócio?

Vendas de veículos

Planos de manutenção (Baixa margem)

Regarga elétrica gratuita



drawings by JAM



5. Fonte de receita

- Por qual valor, cada segmento de cliente está disposto a pagar?
- Pelo que eles pagam atualmente? E como pagam?
- Como prefeririam pagar?
- O quanto cada fonte de receita, de cada segmento de consumidor, contribui para o total da receita do meu modelo de negócio?

5 - Fontes de receitas

Quais os valores nossos clientes estão realmente dispostos a pagar?

Pelo que eles pagam atualmente? E como pagam?

Como prefeririam pagar?

O quanto cada fonte de receita contribui para o total da receita do meu modelo de negócio?

Vendas de veículos

Planos de
manutenção (Baixa
margem)

Regarga elétrica
gratuita



Monetização





2 tipos de fontes de receita:

- pagamento único
- pagamentos recorrentes para continuar entregando valor ou fornecer atendimento/suporte ao cliente pós-compra



Abordagens

Asset Sale (Venda de Ativos):

Venda de um produto físico, direitos de propriedade



Abordagens

Usage Fee (Taxa de Uso):

Uso de um serviço em particular. Quanto mais você utilizar o serviço, mais você pagará.

Ex: Diárias de um hotel



Abordagens

Subscription Fee (Taxa de Inscrição):

Venda de acesso contínuo à um serviço.

Ex: Netflix



Abordagens

**Lending/Renting/Leasing
(Empréstimo/Aluguel/Locação):**

Temporariamente conceder direito exclusivo para um ativo em particular por um período fixo em troca de uma cobrança.

Ex: Locação de Carro



Abordagens

Licensing (Licença):

Dar permissão de uso aos direitos intelectuais em troca de uma taxa.

Ex: Músicas no Spotify



Abordagens

Brokerage Fees (Taxa de Corretagem):

Serviços de intermediação prestados em favor de 2 ou mais partes.

Ex: Cartão de Crédito



Abordagens

Advertising (Propaganda):

Fazer propaganda de um produto ou serviço.

Ex: Google Ads



Como definimos o preço?



Preço Fixo	Preço Dinâmico
Lista: preço fixo individual, seja por produto, serviço ou outra proposta de valor	Negociação (pechinchar): preço negociado entre duas ou mais partes
Dependente de funcionalidade: preço depende do número ou da qualidade das funcionalidades da proposta de valor. (ex: escolha de notebook com diferentes configurações.)	Gestão de rendimento: preço depende do estoque e do tempo da compra (geralmente são produtos que dependem do tempo, como ativos perecíveis)



Preço Fixo	Preço Dinâmico
Dependente do segmento de cliente: depende do tipo e da característica do segmento de cliente	Mercado em tempo real: estabelecido dinamicamente com oferta e demanda
Dependente de Volume: preço como uma função da quantidade comprada	Leilão: determinado pelo resultado de ofertas competitivas