


FIAP

A solid red vertical line is positioned to the left of the title text.

Modelo de Negócios Canvas

Prof. Dr., Ms. Aurélio José Vitorino

2023

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 ?



Um estudo realizado pela CB Insights analisou 101 falências e apontou as 10 principais causas de fracassos de pequenas empresas.

8 de maio de 2019 Negócios, Principal

1. Não satisfazer as necessidades do mercado: 42%

Isso é o que acontece quando uma solução procura um problema e não o movimento inverso. Quando um produto é criado simplesmente porque o empreendedor acha genial, há o risco de não se resolver um problema real do mercado. Ou seja: não fique tão apaixonado por sua ideia a ponto de não se apaixonar por satisfazer as necessidades do mercado.

6. Falta de um modelo de negócios: 17%

É difícil crescer como empresa quando um modelo de negócios não é estabelecido. Um caminho claro precisa estar evidente para conquistar membros de equipe, clientes e potenciais investidores. Pesquise e decida qual é o melhor modelo de negócios para o seu produto.

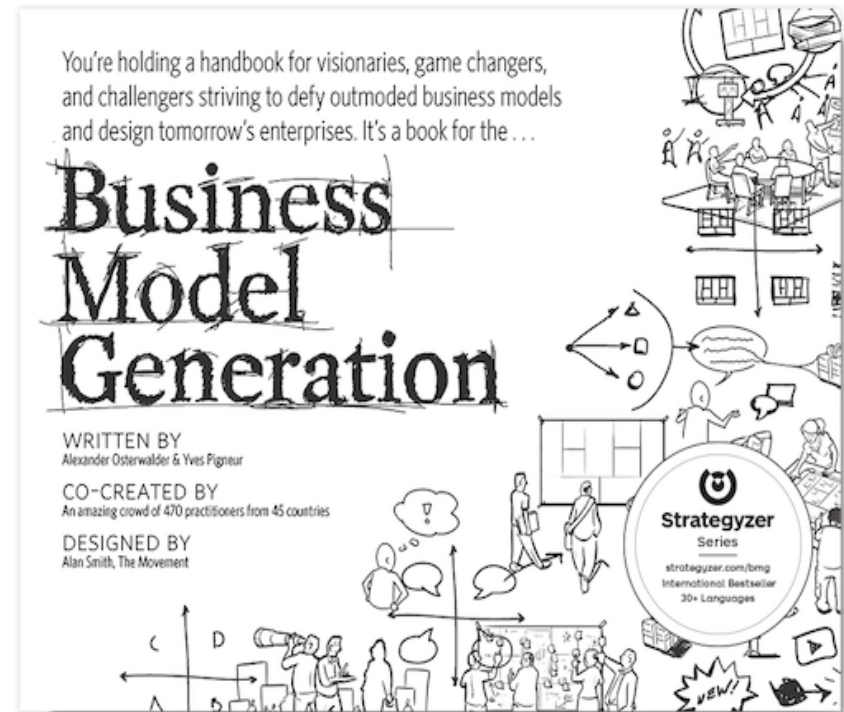
O que é um Modelo de Negócio?

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 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**.



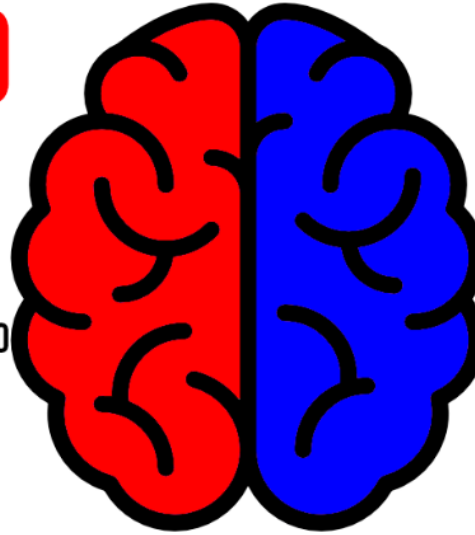
O Canvas



Hemisférios do Canvas

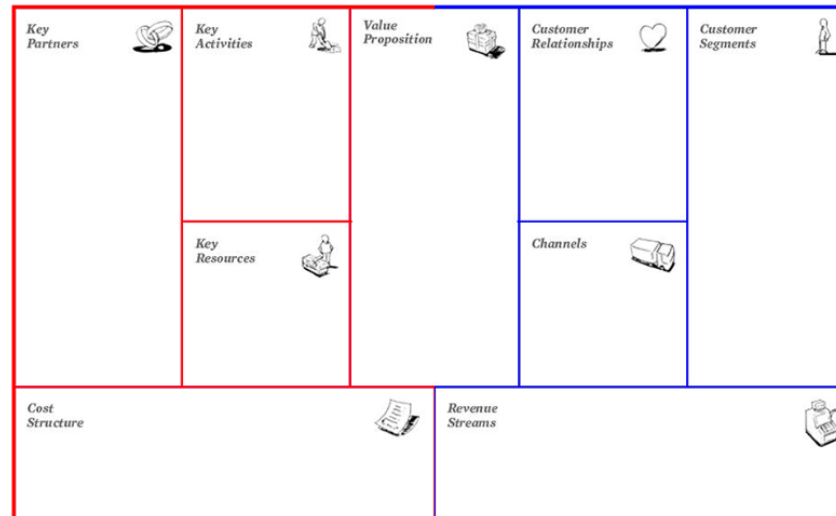
ESQUERDO
LÓGICA

NO LADO ESQUERDO,
MOSTRA-SE A
EFICIÊNCIA, DEFININDO
TODAS AS AÇÕES E
NECESSIDADES PARA
QUE O LADO DIREITO
ACONTEÇA.

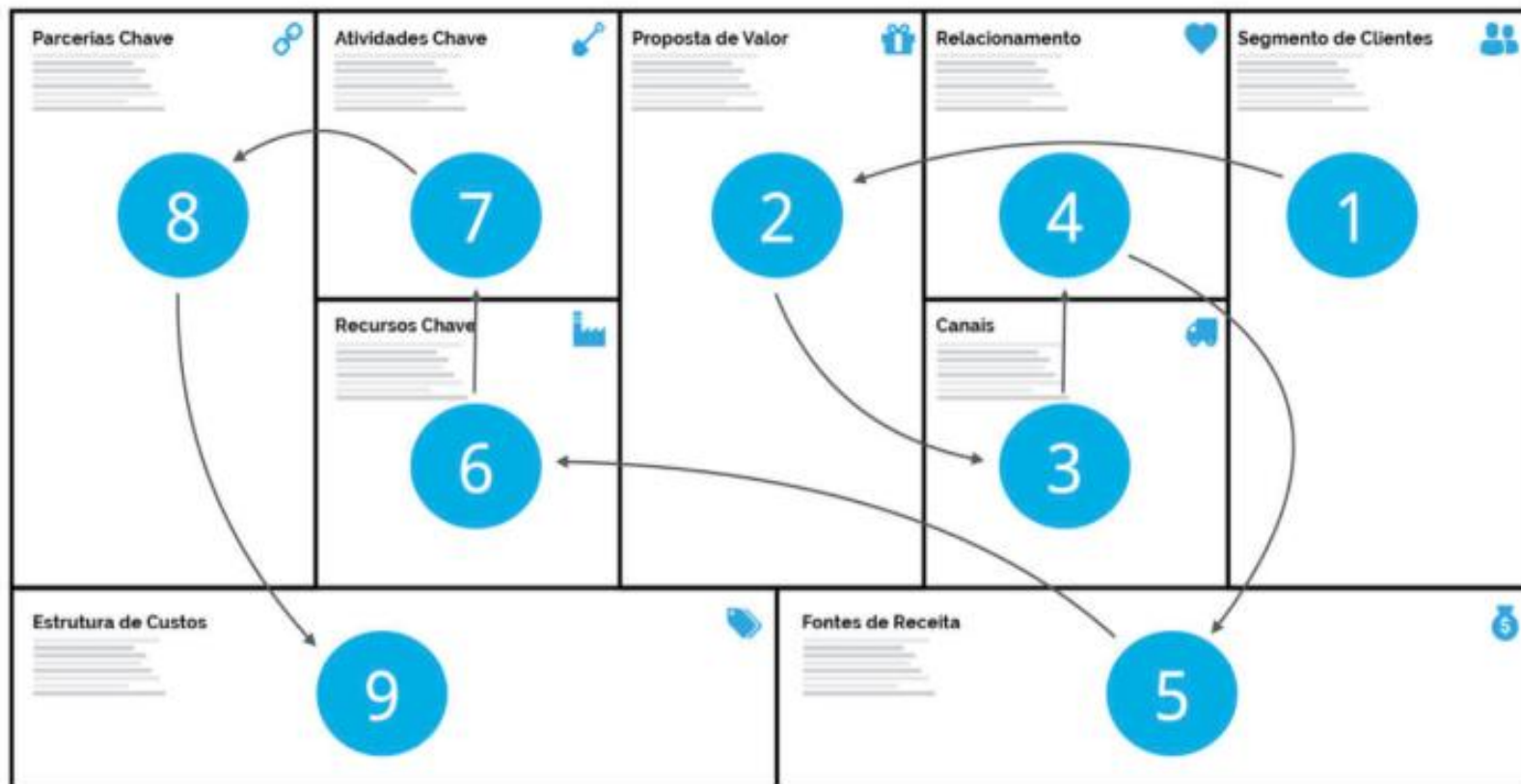


DIREITO
EMOÇÃO

DESTE LADO, DEIXA-SE
CLARO O VALOR QUE
VAI SER GERADO.
RECOMENDA-SE
COMEÇAR POR ESTE
LADO.



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.



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.

A proposta de valor deve resolver um problema ou satisfazer alguma necessidade do cliente (de acordo com sua segmentação). Dessa forma, aumentar o desempenho dos produtos/serviços é uma forma de criar e agregar valor.



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.



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).



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.



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).



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.



9. Estrutura de Custo

Pergunte-se:

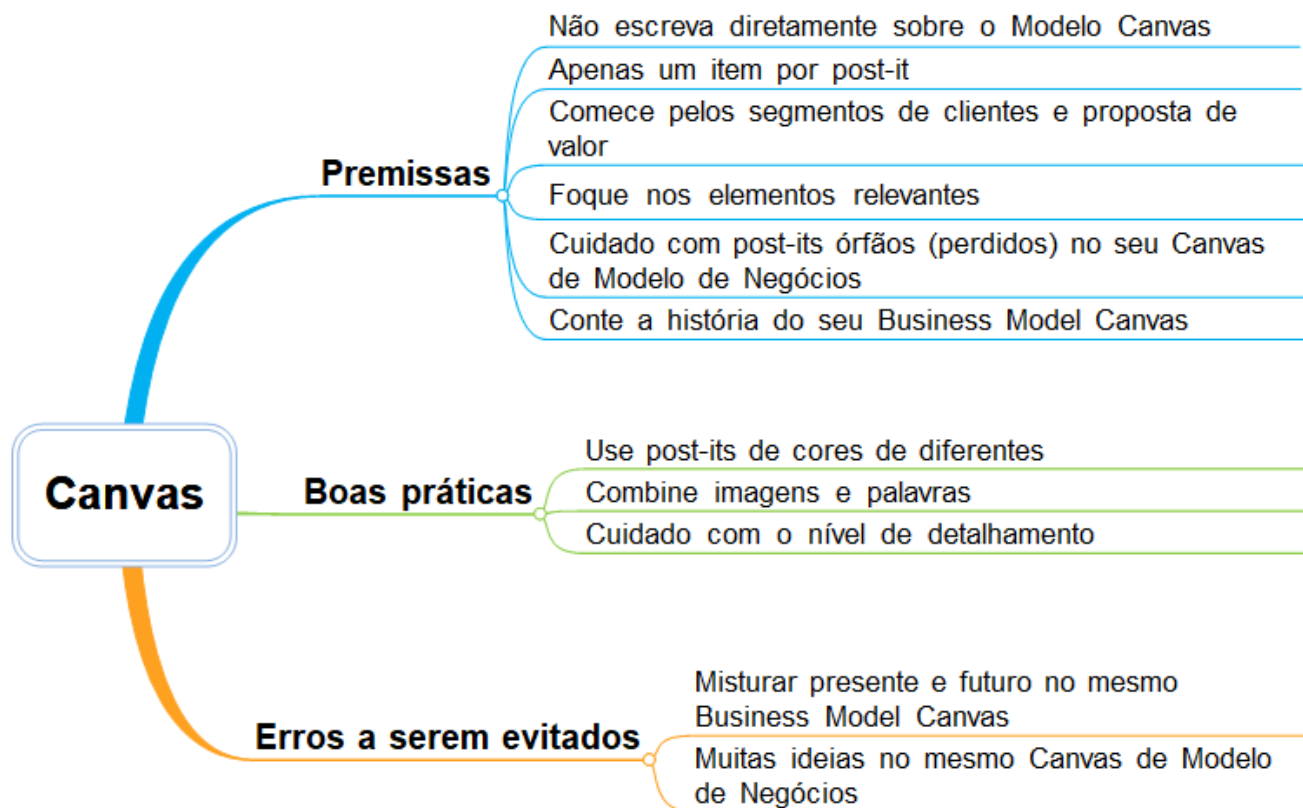
Quais são os custos mais importantes em nosso Modelo de Negócios?

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.







UBER

BUSINESS MODEL CANVAS

KEY PARTNERS:

- ❖ Drivers with their Cars
- ❖ Payment Processors
- ❖ Map API Providers
- ❖ Investors

KEY ACTIVITIES:

- ❖ Product Development & Management
- ❖ Marketing & Customer Acquisition
- ❖ Hiring Drivers
- ❖ Managing Driver Payouts
- ❖ Customer Support

KEY RESOURCES:

- ❖ Technological Platform
- ❖ Skilled Drivers

VALUE PROPOSITION:

CUSTOMERS:

- ❖ Minimum Waiting Time.
- ❖ Prices Lesser than the Normal Taxi Fares.
- ❖ Cashless Ride.
- ❖ Can see The ETA and Track The Cab on Map.

DRIVERS:

- ❖ Additional Source of Income.
- ❖ Flexible Working Schedules and can Work Part Time.
- ❖ Easy Payment Procedure.
- ❖ Drivers get Paid to be Online, even without can Requests.

CUTOMER RELATIONSHIP:

- ❖ Social Media
- ❖ Customer Support
- ❖ Review, Rating & Feedback System

CHANNELS:

- ❖ Websites
- ❖ Mobile App for Android
- ❖ Mobile App for iOS

CUSTOMER SEGMENTS:

USERS:

- ❖ Those who do not own a Car
- ❖ Those who do not want to drive themselves to a Party or Function.
- ❖ People who like to Travel in Style and want to be Treated as a VIP.
- ❖ Those who want a Cost-Effective Cab at their Doorstep.

DRIVERS:

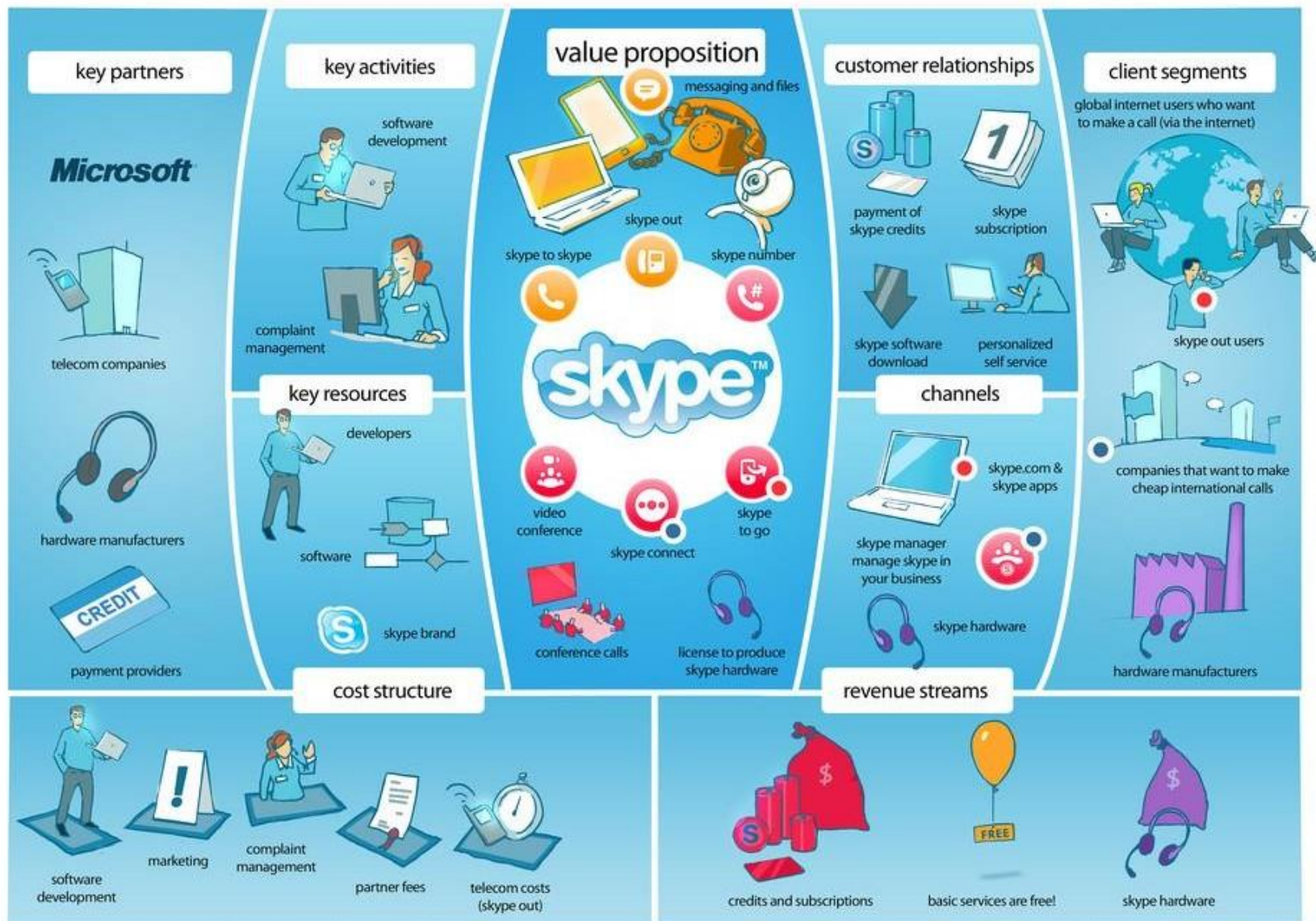
- ❖ People who own a Car and want to Earn Money.
- ❖ People who Love to Drive.
- ❖ Those who Wish to be called Partners Instead of Drivers.

COST STRUCTURE:

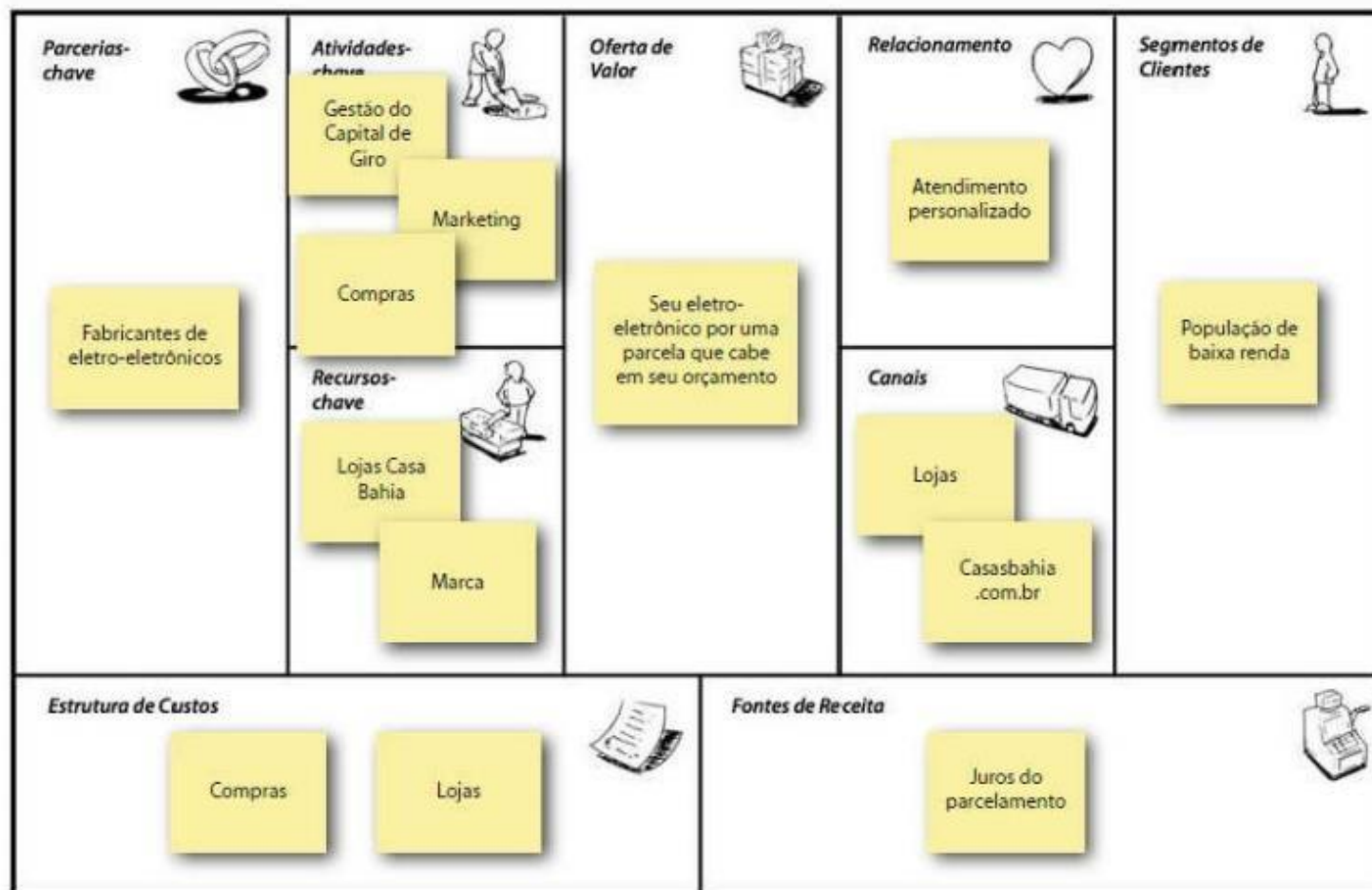
- ❖ Technological Infrastructure
- ❖ Salaries to Permanent Employees
- ❖ Launch Events & Marketing Expenditure







REVENUE STREAMS:

- ❖ Car Rides on per Km/Mile basis.
- ❖ Surge Pricing
- ❖ UberX, Uber Taxi, Uber Black, Uber SUV etc.
- ❖ Uber Cargo, Uber Rideshare etc.



CANVAS: Casa Bahia



<p><i>Parcerias Chave</i> </p>	<p><i>Atividades Chave</i> </p>	<p><i>Proposta de valor</i> </p>	<p><i>Relações com clientes</i> </p>	<p><i>Segmentos de mercado</i> </p>
	<p><i>Recursos Chave</i> </p>		<p><i>Canais</i> </p>	
<p><i>Estrutura de custos</i> </p>			<p><i>Fontes de renda</i> </p>	

Vamos
Praticar?

