



# **Aula: Modelo de Negócio**

Profa. Sandra Lohn Vargas, Dra.

## Segunda Etapa do Modelo

- Proposta de Valor;
- Análise da Concorrência;
- Quadro de Experimentação.

## Qual a Proposta de Valor

- **Produtos e Serviços:**
- Descrever os produtos e serviços, características e benefícios dos produtos, especificando aspectos sobre o tamanho, modelo, sabores, embalagem;
- Quanto às empresas prestadoras de serviço, deverá ser informado quais serviços serão oferecidos, características e garantias;
- Informar a previsão de lançamento de novos produtos e serviços, descrever o período em que os produtos/serviços estarão disponíveis para os clientes.

# Proposta de Valor



← Proposta de Valor



Joana

Valores

Entregas

Valores percebidos pela persona: ?

Valores Funcionais ?



Preço razoável



Qualidade

Valores Sociais ?



Expansão da rede



Diversão e

# Proposta de Valor



← Proposta de Valor

Valores

Entregas

Valores ?

**Preço razoável**

Comparado com o preço de mercado | Margem justa de lucro

**Qualidade**

Uso de produtos de marcas com qualidade | Profissionais capacitados

**Expansão da rede de relacionamento**

Ambiente que contribui para socialização

**Diversão e entretenimento**

Ambiente descontraído

**Bem-estar**

Serviços de auto cuidado | Massagens e momentos de relaxamento durante os atendimentos

**Afiliação e pertencimento a grupos**

# Análise da Concorrência

- Sobre a análise da **concorrência**, identificar quais são os principais concorrentes, forças e fraquezas, preço, localização, condições de pagamento, atendimento, serviços e garantias oferecidas.
- Descrever quais são as características que diferenciam sua empresa, produto ou serviço dos demais.
- Análise SWOT.

# Análise SWOT

- A análise SWOT é a ferramenta responsável pela organização do planejamento estratégico, pois apontam de forma sistêmica as **forças, fraquezas, ameaças e oportunidades**, a fim de uma melhor visualização para que se possam tomar as decisões corretas para o bom andamento da empresa.

# S

## Forças

O que a sua empresa faz bem?

Qualidade que os separa dos concorrentes

Recursos internos e experiência

Ativos tangíveis: Máquinas, capital, ferramenta, etc.

# W

## Fraquezas

O que sua empresa precisa melhorar?

O que seus concorrentes fazem melhor que você?

Falta de recursos ou experiência

Proposta de valor pouco clara

# O

## Oportunidades

Nicho de mercado sub-atendido

Poucos competidores relevantes

Produtos/serviços de mercado emergente

Cobertura da mídia sobre sua empresa/mercado

# T

## Ameaças

Competidores emergentes

Mudança do ambiente regulatório

Mídia negativa sobre o mercado

Mudanças do comportamento do consumidor



|                         | <b>Forças</b>   | <b>Fraquezas</b>   |
|-------------------------|---|--|
| <b>Ambiente Interno</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Investimento em Marketing e Publicidade;</li> <li>• Contato com Clientes;</li> <li>• Facilidade de pagamento;</li> <li>• Serviço Individualizado;</li> <li>• Logística de acordo com o cliente;</li> <li>• Experiência no segmento.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidade produtiva limitada;</li> <li>• Falta de tradição no mercado.</li> </ul>        |
|                         | <b>Oportunidades</b>  | <b>Ameaças</b>   |
| <b>Ambiente Externo</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumento do número de empresas na região;</li> <li>• Aumento da demanda de multas e infrações.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Resistência quanto à aceitação da empresa;</li> <li>• Desaquecimento do setor.</li> </ul> |

# Análise da Concorrência



## ← Análise da Concorrência

Análise como os seus concorrentes atuam e são vistos no mercado

Atributos

Avaliações

Análise

Atributos pelos quais o seu negócio será avaliado em relação aos concorrentes:

Competência da equipe

Conveniência

Estratégia de marketing

Estrutura física

Preço

Tempo de resposta

# Análise da Concorrência



← Análise da Concorrência

Análise como os seus concorrentes atuam e são vistos no mercado

Atributos

Avaliações

Análise

8

**Instituto de Beleza**

Estratégia de marketing, Competência da equipe, Estrutura física, Conveniência, Tempo de resposta

Concorrentes

7

**Salão da Bete**

Preço, Conveniência, Estratégia de marketing, Tempo de resposta, Competência da equipe

6

**NR Beauty**

Preço, Tempo de resposta, Competência da equipe, Estrutura física, Conveniência

5

**Beleza e Cuidado**

Preço, Tempo de resposta, Conveniência, Estrutura física, Competência da equipe

# Análise da Concorrência



← Análise da Concorrência

Saber Mais



Analise como os seus concorrentes atuam e são vistos no mercado

Atributos

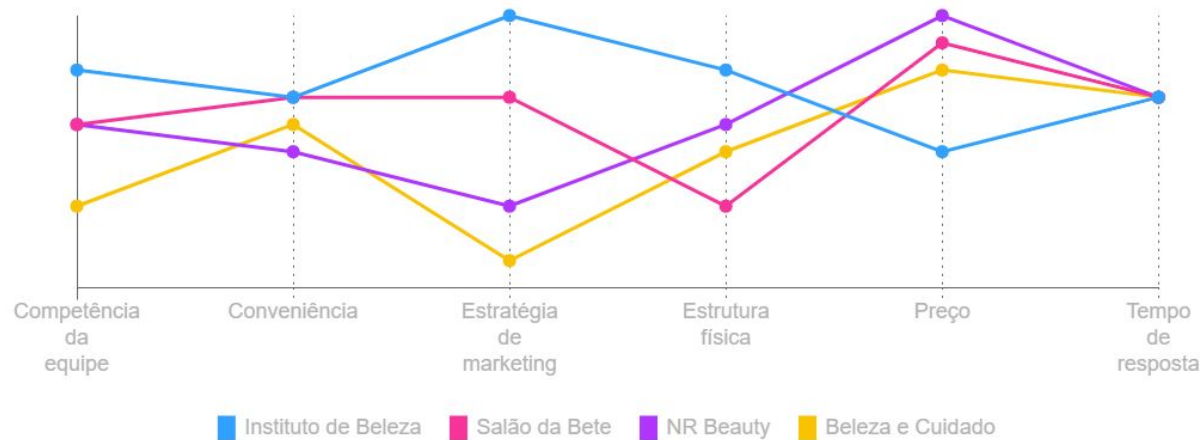
Avaliações

Análise

Pontuações



Clique no nome de um negócio na legenda abaixo, caso não deseje visualizá-lo no gráfico



## Quadro de Experimentação - Hipóteses para o Negócio


### Instituto de Beleza:

- Aumentar o horário de atendimento do salão, fechando um hora mais tarde, fará com que a receita mensal aumente em 10%?
- Aumentaremos a recorrência dos clientes se tivermos um cartão fidelidade, em que os clientes receberão um selo a cada visita no salão, ganhando um atendimento gratuito quando completar 10?


### Agência de Comunicação e Marketing:

- Se começarmos a vender o serviço de ilustração e edição de vídeo com funcionários próprios, ao invés de terceirizados aumentaremos o faturamento sem perder a qualidade?


# Quadro de Experimentação


 phbox

i



← Quadro de Experimentação

 Saber Mais



Hipóteses ordenadas de acordo com o nível de prioridade indicado:

## Hipóteses Críticas



H1

Validada

Aumentaremos a recorrência dos clientes se tivermos um cartão fidelidade, em que os clientes receberão um selo a cada visita no Instituto, ganhando um atendimento gratuito quando complementar 10.

[Ver experimento](#)



H2

Invalidada

Se tivermos mais uma cadeira no Instituto, podemos começar o serviço de aluguel de cadeira para cabeleiros.

[Ver experimento](#)



## Outras Hipóteses

H3

Não Testada

Aumentar o horário de atendimento do salão, fechando uma hora mais tarde, fará com que a receita mensal aumente em 10%.



# Quadro de Experimentação



← Quadro de Experimentação

Hipóteses Priorizadas

