

Canvas Modelo de Negócio

Business Model Canvas (BMC)

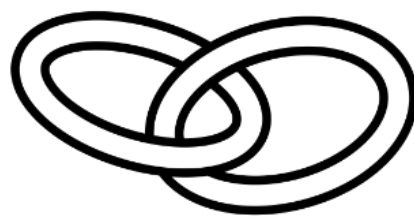
Negócio:

Objetivo:

Data:

Versão:

Parceiros Chave



- » Quem são nossos Parceiros Chave?
- » Quais são nossos principais fornecedores?
- » Quais Recursos Chave estamos adquirindo de parceiros?
- » Quais Atividades Chave os parceiros realizam?

Motivações para Parcerias:

- Otimização e economia
- Redução de riscos e incertezas
- Aquisição de recursos e atividades específicas

Atividades Chave



- » Quais Atividades Chave nossas Propostas de Valor exigem?
- » Nossos Canais de Distribuição?
- » Relacionamentos com os Clientes?
- » Fontes de Receita?

Categorias:

- Produção
- Resolução de Problemas
- Plataforma/Rede

Proposta de Valor

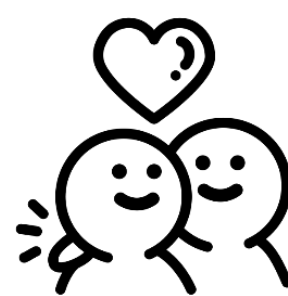


- » Que valor entregamos ao cliente?
- » Qual dos problemas de nossos clientes estamos ajudando a resolver?
- » Quais pacotes de produtos e serviços estamos oferecendo a cada Segmento de Clientes?
- » Quais necessidades dos clientes estamos satisfazendo?

Características

- Novidade
- Desempenho
- Personalização
- "Concluir o Trabalho"
- Design
- Marca/Status
- Preço
- Redução de Custos
- Redução de Riscos
- Acessibilidade
- Conveniência/Usabilidade

Relacionamentos com os Clientes

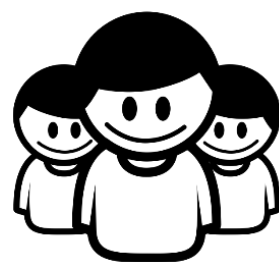


- » Que tipo de relacionamento cada um de nossos Segmentos de Clientes espera que estabeleçamos e mantenhamos com eles?
- » Quais já estabelecemos?
- » Como eles estão integrados com o restante de nosso modelo de negócios?
- » Quão custosos são?

Exemplos

- Assistência pessoal
- Assistência pessoal dedicada
- Autoatendimento
- Serviços automatizados
- Comunidades
- Cocriação

Segmentos de Clientes



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

Exemplos

- Mercado de Massa
- Mercado de Nicho
- Segmentado
- Diversificado
- Plataforma de Múltiplos Lados

Recursos Chave



- » Quais Recursos Chave nossas Propostas de Valor exigem?
- » Nossos Canais de Distribuição? Relacionamentos com os Clientes?
- » Fontes de Receita?

Tipos de Recursos

- Físicos
- Intelectuais (marcas, patentes, direitos autorais, dados)
- Humanos
- Financeiros

Canais

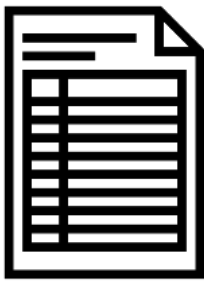


- » Através de quais canais nossos Segmentos de Clientes desejam ser alcançados?
- » Como estamos alcançando eles atualmente?
- » Como nossos canais estão integrados?
- » Quais funcionam melhor?
- » Quais são mais eficientes em termos de custo?
- » Como estamos integrando eles com as rotinas dos clientes?

Fases dos Canais:

1. **Consciência**
Como aumentamos a conscientização sobre os produtos e serviços de nossa empresa?
2. **Avaliação**
Como ajudamos os clientes a avaliar a Proposta de Valor de nossa organização?
3. **Compra**
Como permitimos que os clientes comprem produtos e serviços específicos?
4. **Entrega**
Como entregamos uma Proposta de Valor aos clientes?
5. **Pós-venda**
Como fornecemos suporte pós-compra aos clientes?

Estrutura de Custos



- » Quais são os custos mais importantes inerentes ao nosso modelo de negócios?
- » Quais Recursos Chave são mais caros?
- » Quais Atividades Chave são mais caras?

Seu negócio é mais:

- Orientado para Custos (estrutura de custos mais enxuta, proposta de valor de preço baixo, automação máxima, terceirização extensiva)
- Orientado para o Valor (focado na criação de valor, proposta de valor premium)

Características Exemplos:

- Custos Fixos (salários, aluguéis, utilidades)
- Custos Variáveis
- Economias de Escala
- Economias de Escopo

Fontes de Receita



- » Para que valor nossos clientes realmente estão dispostos a pagar?
- » Pelo que eles pagam atualmente?
- » Como eles estão pagando atualmente?
- » Como prefeririam pagar?
- » Quanto cada Fonte de Receita contribui para a receita total?

Tipos:

- Venda de Ativos
- Taxa de Uso
- Taxas de Assinatura
- Empréstimo/Aluguel/Leasing
- Licenciamento
- Taxas de Corretagem
- Publicidade

Preços Fixos:

- Preço de Lista
- Dependente das Características do Produto
- Dependente do Segmento de Clientes
- Dependente do Volume

Preços Dinâmicos:

- Negociação (barganha)
- Gestão de Rendimentos
- Mercado em Tempo Real