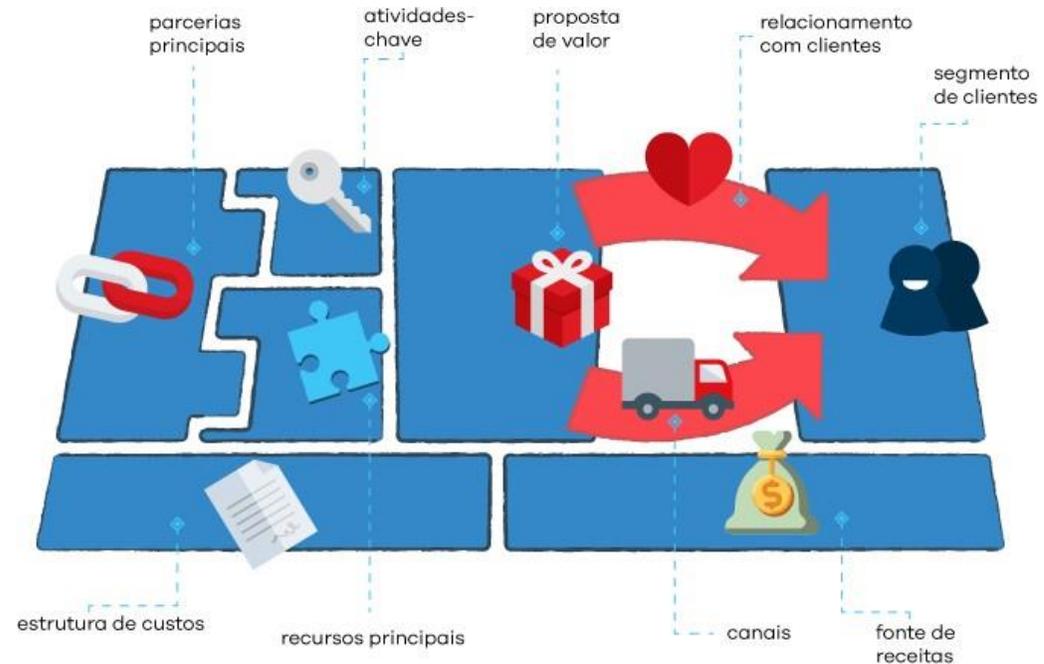


# Business Model Canvas

ou Quadro de modelo de negócios

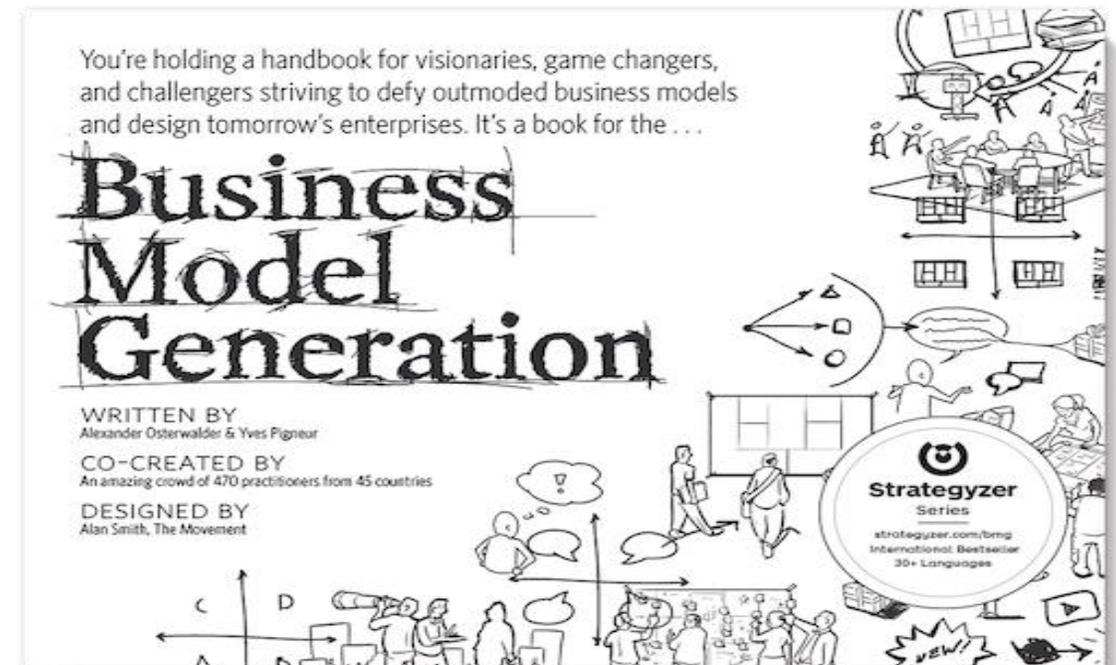


Prof Gabriela Tiscoski

# O que é? Por que é importante?

- É uma ferramenta visual que permite desenvolver e esboçar modelos de negócio.
- Sintetiza as funções de uma empresa em um único quadro.
- Facilita enxergar como as diferentes partes da empresa se relacionam
- De fácil descrição, e fácil discussão.
- Em que situações ele é usado? Para geração de valor

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



PARCERIAS PRINCIPAIS



ATIVIDADES PRINCIPAIS



PROPOSTA DE VALOR



RELACIONAMENTO  
COM CLIENTES



SEGMENTOS DE  
CLIENTES



Como?

RÉCURSOS PRINCIPAIS



O que?

CANAIS



Para quem?

ESTRUTURA DE CUSTOS



Quanto?

FONTES DE RECEITA



# Por que Post Its?



# O QUE VOU FAZER?

Nesta etapa, você define qual será o “valor” do seu produto/serviço para o cliente.

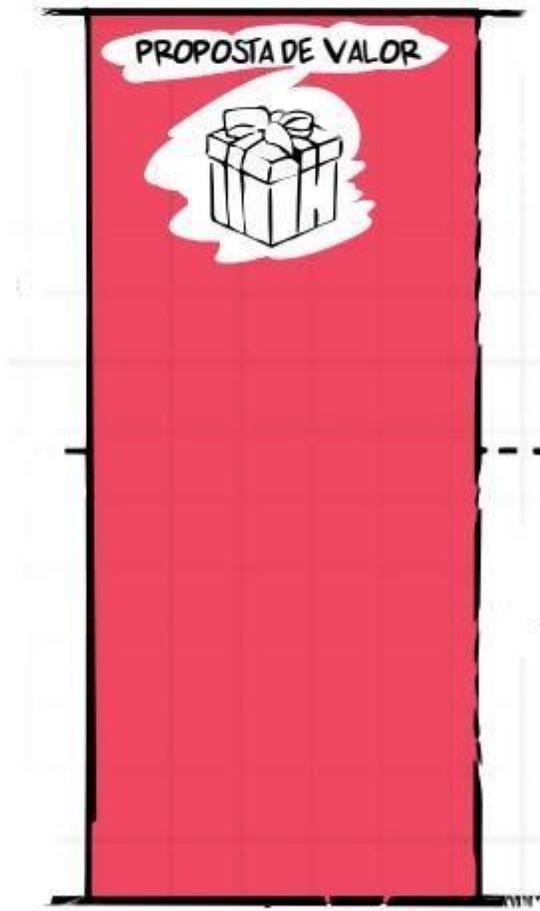
Valor=A razão ou motivo pelo qual pessoas adquirem seus produtos e serviços. Você deve pensar se está atendendo a uma necessidade ou melhorando alguma situação existente.  
O motivo pelo qual empresas escolhem.

## CONJUNTO DE BENEFÍCIOS

Exemplos

Valores quantitativos: preço, velocidade do serviço

Valores qualitativos: design, experiência



O que você está oferecendo?

Que tipo de “dor” dos clientes você está resolvendo?

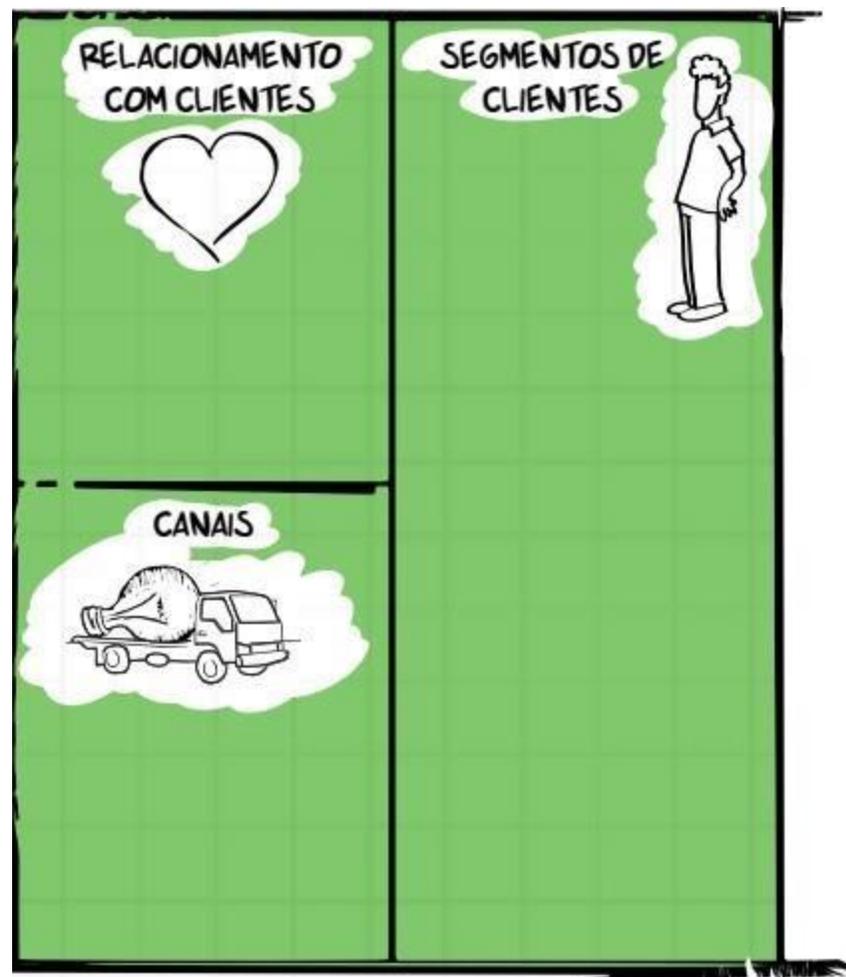
Por que os clientes comprarão de você e não dos seus concorrentes?

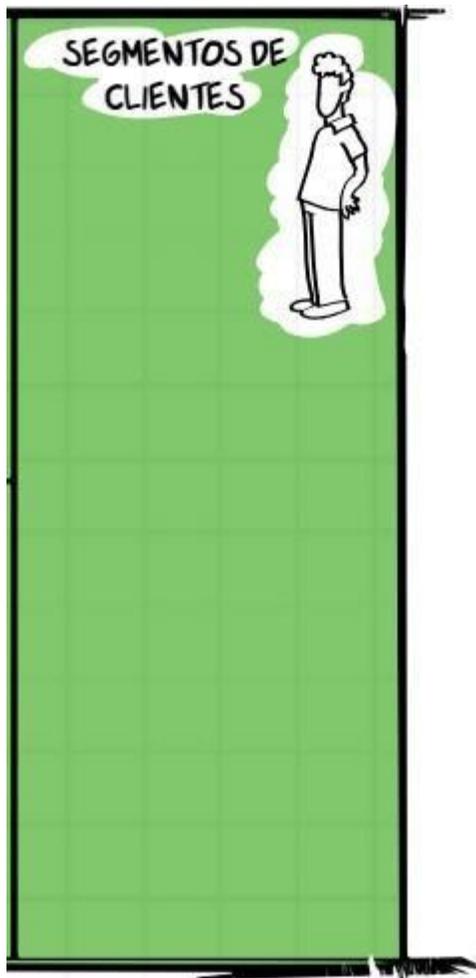
# EXEMPLOS DE PROPOSTA DE VALOR



Resposta: Qual a proposta de valor do Netflix?

# PARA QUEM?





Aqui você irá definir quem são os clientes que seu negócio pretende atender.

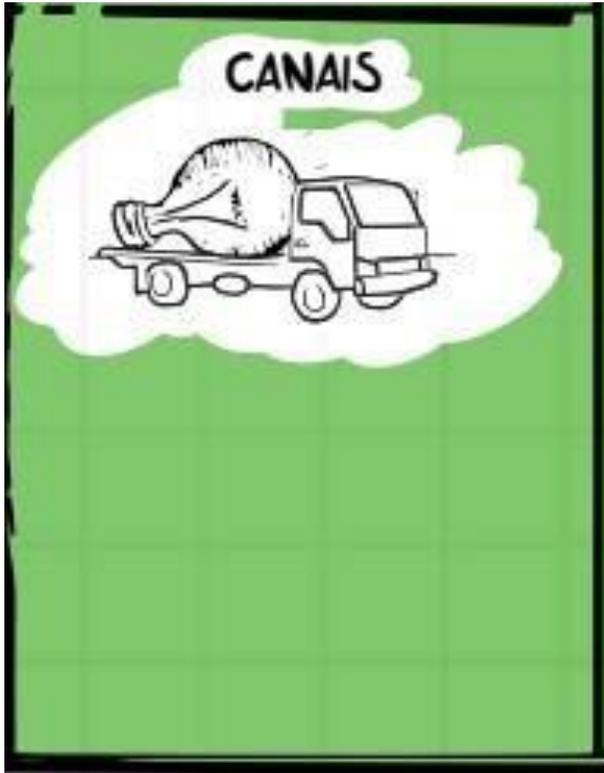
Segmentos de Clientes = Eles tem um perfil específico? Como eles estão agrupados? Como estão localizados?  
Para quem estamos criando valor? Quem são os meus clientes mais importantes?

## **Há sempre um grupo especial de clientes para seu produto ou serviço.**

Exemplos de Segmentos de Clientes

- Pessoas que moram nas proximidades da sua loja
- Mulheres executivas que trabalham no centro da cidade.
- Homens jovens que praticam esportes radicais.
- Casais jovens ligados à alimentação saudável.

Resposta: Qual o segmento de clientes do Mc Donalds?



Aqui, você definirá de que forma seus produtos ou serviços chegarão até seus clientes.

Canais = como o cliente encontrará seus produtos ou serviços.

**Quanto mais curto o caminho que o cliente fizer, melhor!**

Exemplos de Canais

- Equipe de vendas (Avon, Natura...)
- Lojas próprias
- Loja na Internet (e-commerce)
- Distribuidores autorizados
- Gôndolas de supermercado

Resposta: Quais os canais do Uber?



Aqui, você definirá seu relacionamento com os clientes.

Relacionamento com clientes = como farei para conquistar e manter uma boa relação com os clientes, para ampliar as vendas e para que eles não me troquem por outro.

### **Os clientes gostam de ser reconhecidos por comprar de você.**

Exemplos de tipos de relacionamento:

- Assistência pessoal por e-mail, call center ou no ponto de venda
- Assistência pessoal dedicada: um representante para um cliente específico (bancos com cliente de maior renda)
- Serviços automatizados (empresas de telefonia, Auto atendimento no banco, sugestão de novas compras)
- Comunidade online (página no Facebook)
- Cocriação: consumidores escrevem as resenhas e opinam sobre o produto/empresa

Responda: Você já desistiu de uma compra por mau-atendimento?

# QUANTO E COMO VOU RECEBER?

Aqui, você definirá como será a entrada do dinheiro.

Receitas = quanto e como os clientes pagarão pelo que ofereço.

**A forma de cobrar deve estar de acordo com o jeito que o cliente gosta de pagar.**

Exemplos de fontes de receita:

- Vendas diretas: e-commerce, varejo
- Pagamento pelo uso: hotéis; locação de automóveis
- Assinaturas: TV a cabo; revistas; Netflix
- Empréstimos, Leasing, Aluguel: Roupas de festa; hospedagem de sites
- Licenciamento: programas de computador como Office 365, Winrar e anti-vírus
- Taxa de Corretagem: cartão de crédito, imobiliárias
- Anúncios: agencias de propaganda, mídia, internet

**PRECIFICAÇÃO FIXA/DINÂMICA**

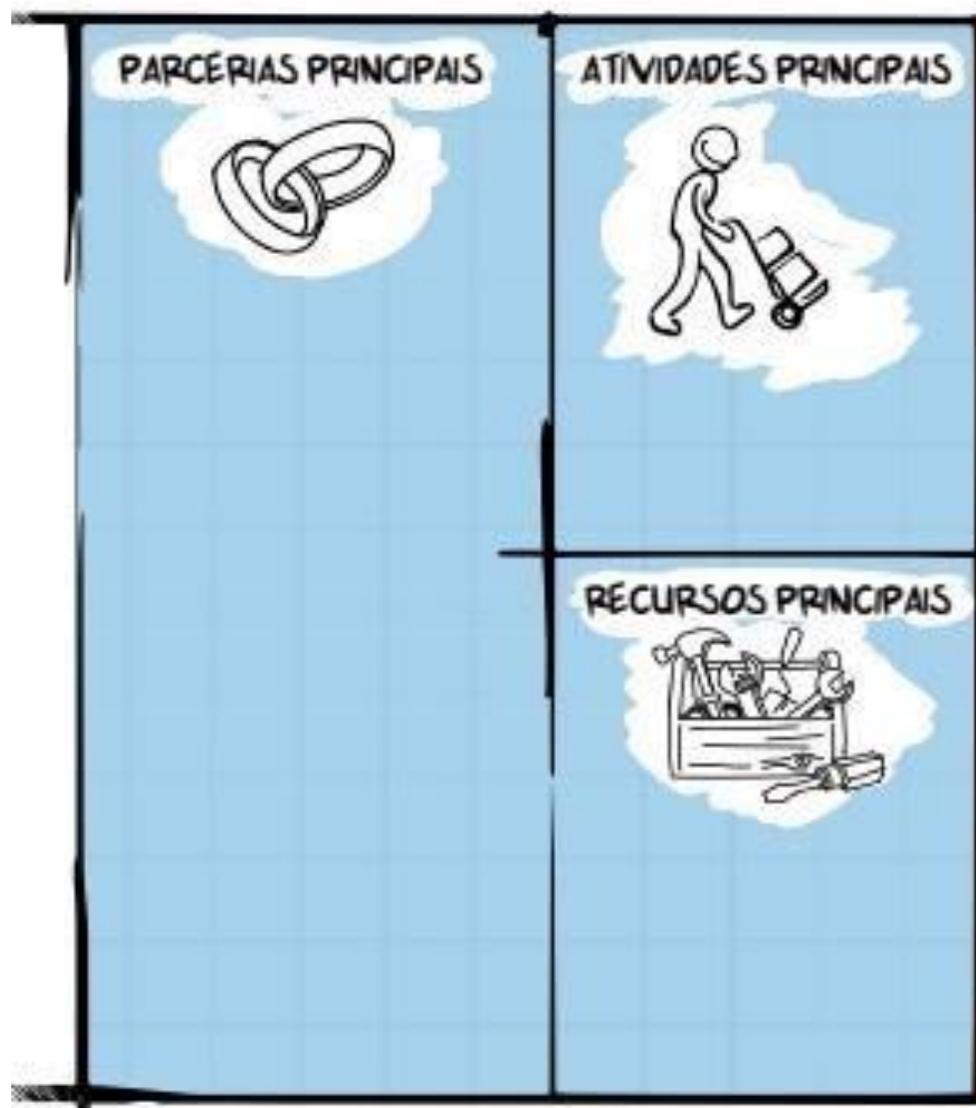
FONTES DE RECEITA

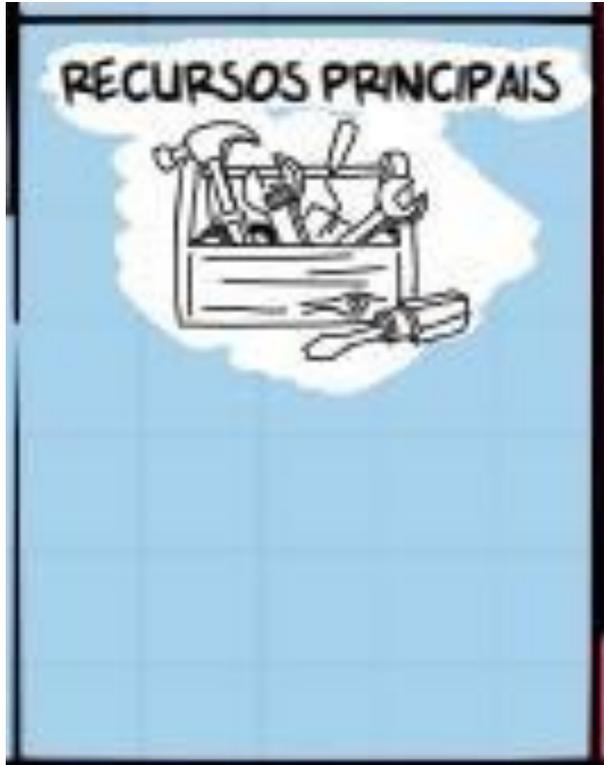


*Dois tipos de receita:*

- 1. Renda de pagamento único*
- 2. Renda recorrente, de pagamento constante, de entrega constante ou suporte pós compra.*

# COMO VOU FAZER?





Aqui, você definirá todos os recursos necessários para realizar sua proposta de valor.

Recursos = o que é preciso para fazer o negócio funcionar.

### **Não confundir recursos com canal!**

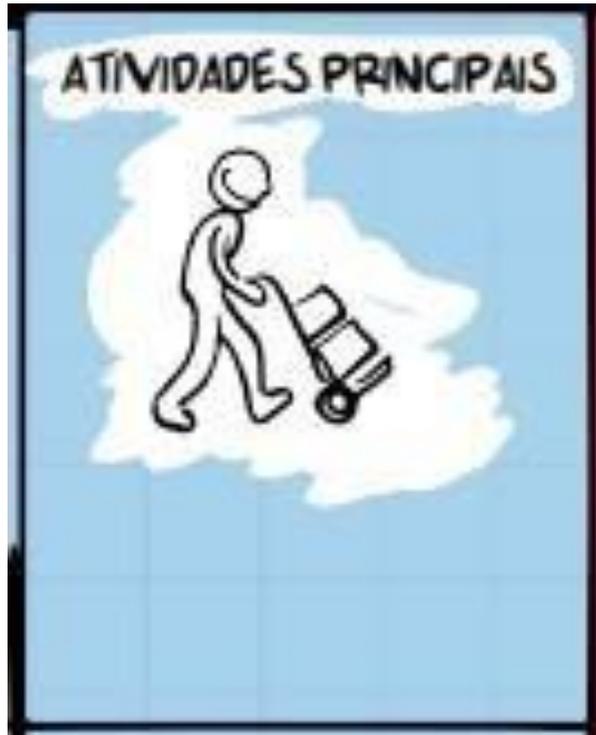
**Ex: se o canal for um site, os recursos serão computadores e rede; se o canal for equipe de vendas, os recursos são pessoas.**

Exemplos de tipos de recursos principais:

- Físicos: imóveis; máquinas; mobília; fábricas, edifícios, estoque, infra de TI, logística
- Intelectuais: marcas, conhecimento, patentes e registros, parcerias, banco de dados. Nike e Sony são marcas, Microsoft: software.
- Humanos: recursos humanos (cientistas, designers, etc. )
- Financeiros: Capital próprio; financiamentos; investidores, garantias financeiras.

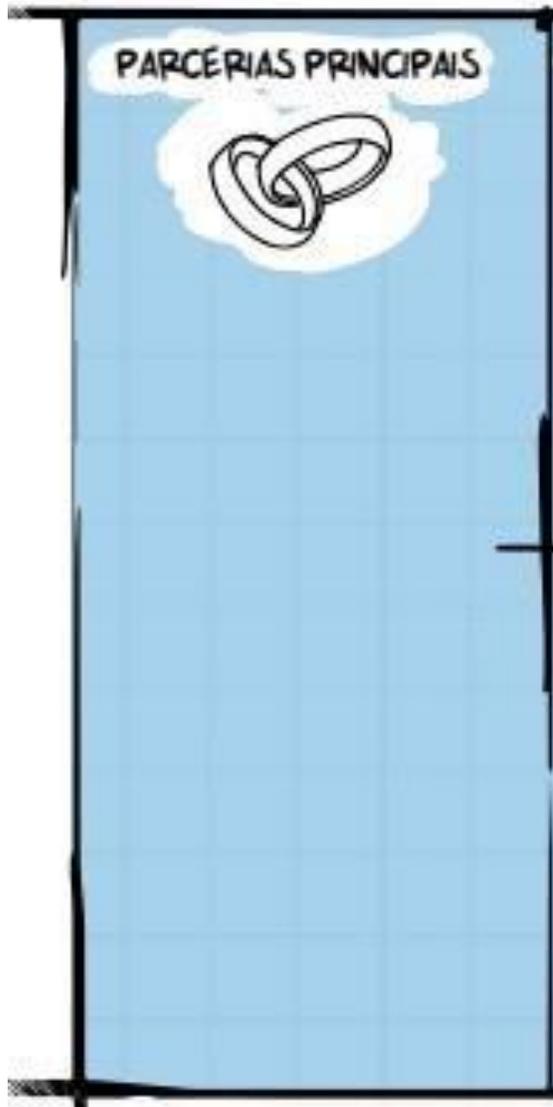
Aqui, você relacionará as ações necessárias para a realização da proposta de valor.

Atividades = ações importantes para realização do negócio. Nossos canais de distribuição? Relacionamento com Clientes? Finte de Receita?



Exemplos de tipos de atividades principais ou atividade-chave:

- Produção: a atividade principal é produzir algo (roupas, comida). Desenvolvimneto, fabricação e entrega com quantidade e qualidade. Manufatura.
- Resolução de problemas: o foco é resolver problemas do cliente (consertos, manutenção de equipamentos, treinamento, consultoria, hospitais, ) gerenciamento de conhecimento e treinamento contínuo.
- Plataforma/rede: quando o negócio cria solução para hospedar/facilitar uma atividade do cliente (Uber, Airbnb, Mercado Livre). Gerenciamento de serviços.



Aqui, você identificará fornecedores e parceiros para apoiar a realização da sua proposta de valor.

Parceiros = aliados para otimizar e reduzir riscos do negócio.

Exemplos de tipos de parcerias principais:

- Fornecedores de matérias-primas
- Contadores; seguradoras; analistas de mercado
- Terceirização de serviços ou infraestrutura.
- Instituições governamentais

Motivações para parceria:

1. Otimização e economia de escala: é necessário a empresa possuir todos os recursos e executar todas as atividades sozinha? infraestrutura compartilhada.
2. Redução de riscos e incertezas: concorrentes podem fazer alianças estratégicas em uma área enquanto competem em outra. P&D x vendas.
3. Aquisição de recursos e atividades particulares: Poucas empresas possuem todos os recursos ou executa, todas as atividades descritas em seus modelos de negócio. terceirizar ou contratar particulares especializados.

# QUANTO VOU GASTAR?



Aqui, você levantará o que vai gastar para a realização da proposta de valor.

Estrutura de custos = todos os custos envolvidos para operação do negócio.

**Diferenciação de valor associada à redução de custos ajuda a abrir espaços de mercado.**

Perguntas Chaves:

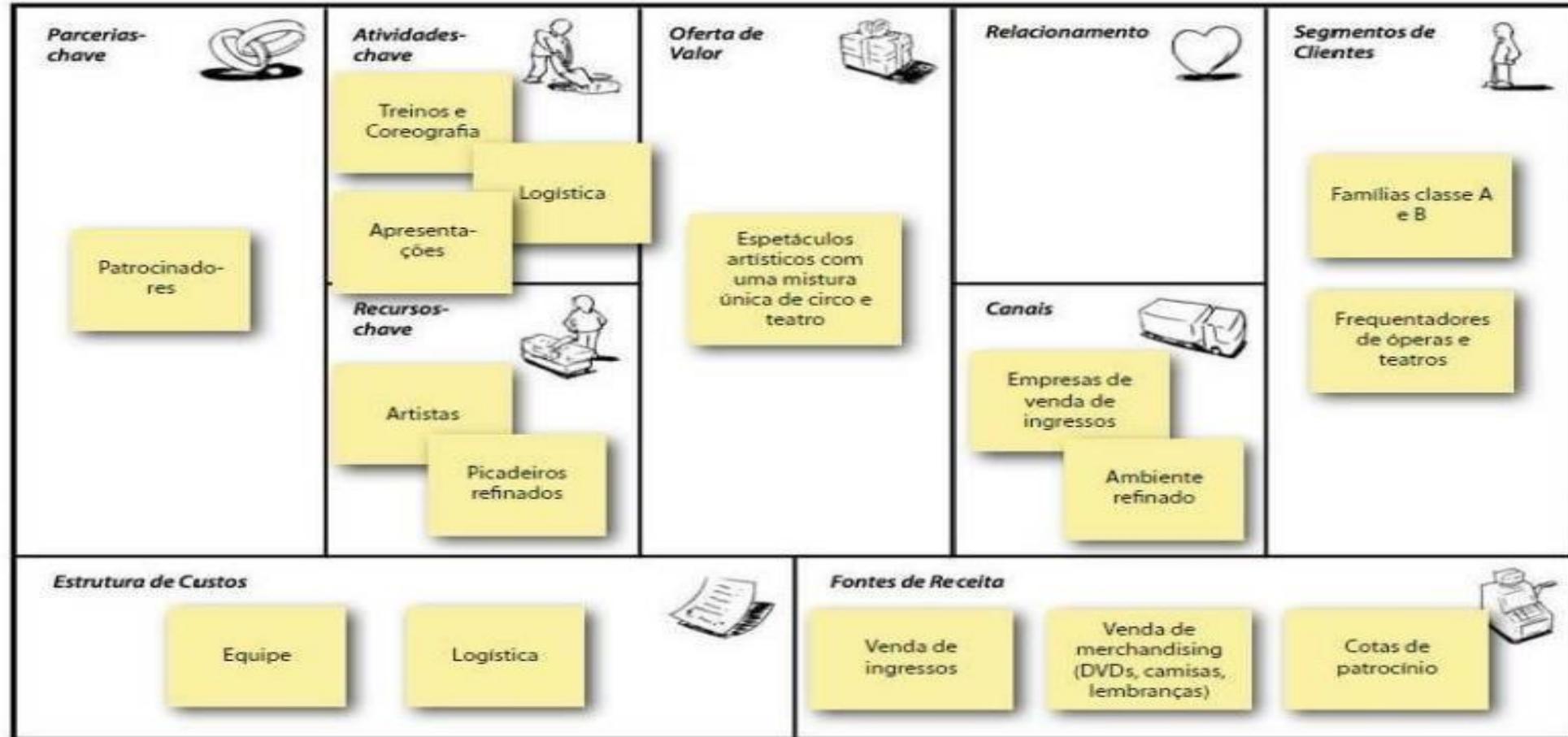
- Quais são os custos mais importantes inerentes aos nossos negócios modelo?
- Quais são os recursos-chave mais caros?
- Quais são as Atividades-chave mais caras?

1. DIRECIONADAS PELO CUSTO: minimizar custo sempre que possível. Criar e manter estrutura mínima possível. Proposta de valor: baixo preço, automação máxima e terceirização. Ex. Linhas aéreas econômicas.
2. DIRECIONADAS PELO VALOR: criação de valor, alto nível de personalização, serviços exclusivos.

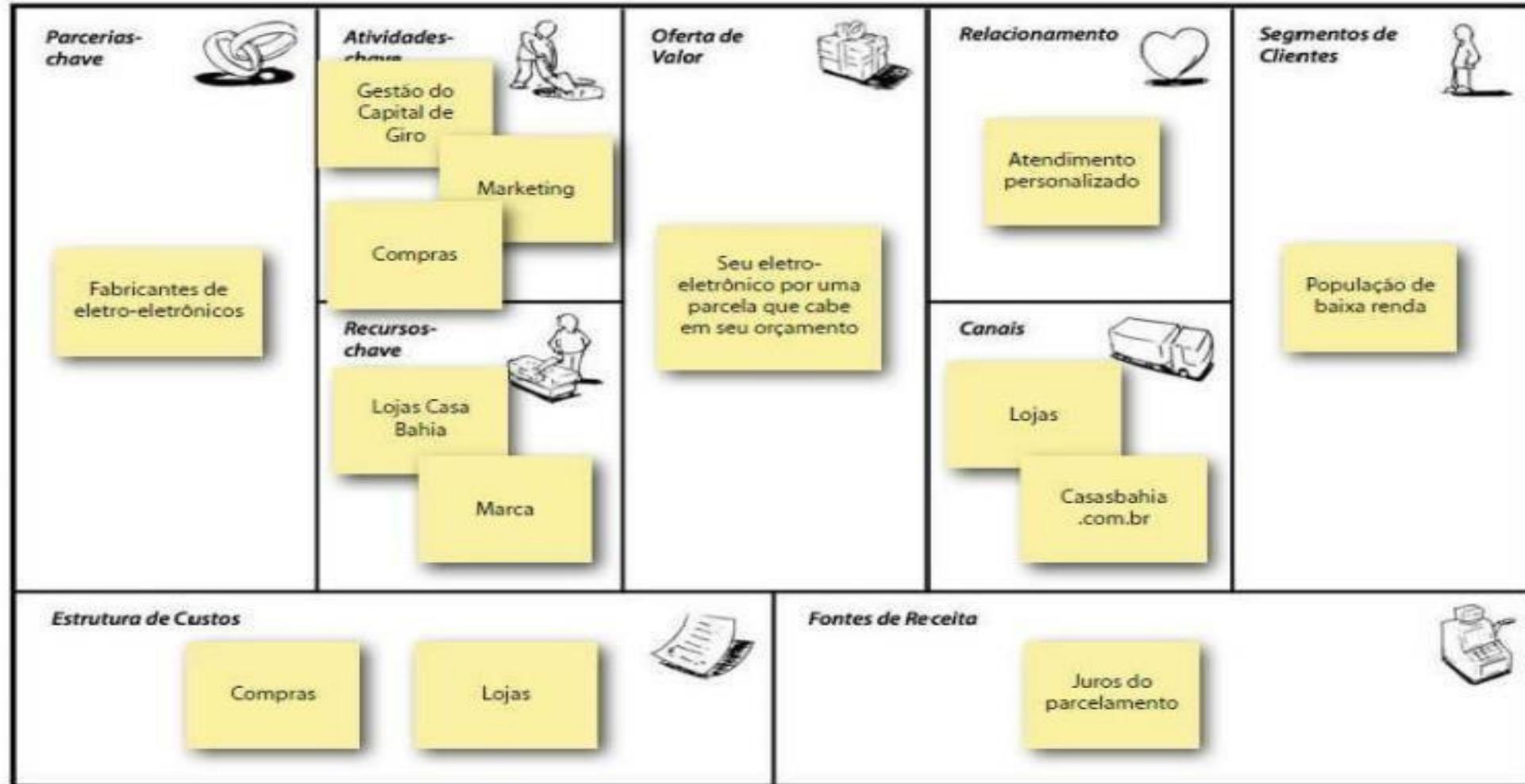
**Custo fixo x Custo variável**  
**Economia de escala x economia de escopo**

Resposta: Como o Uber e Airbnb relacionam proposta de valor à redução de custos?

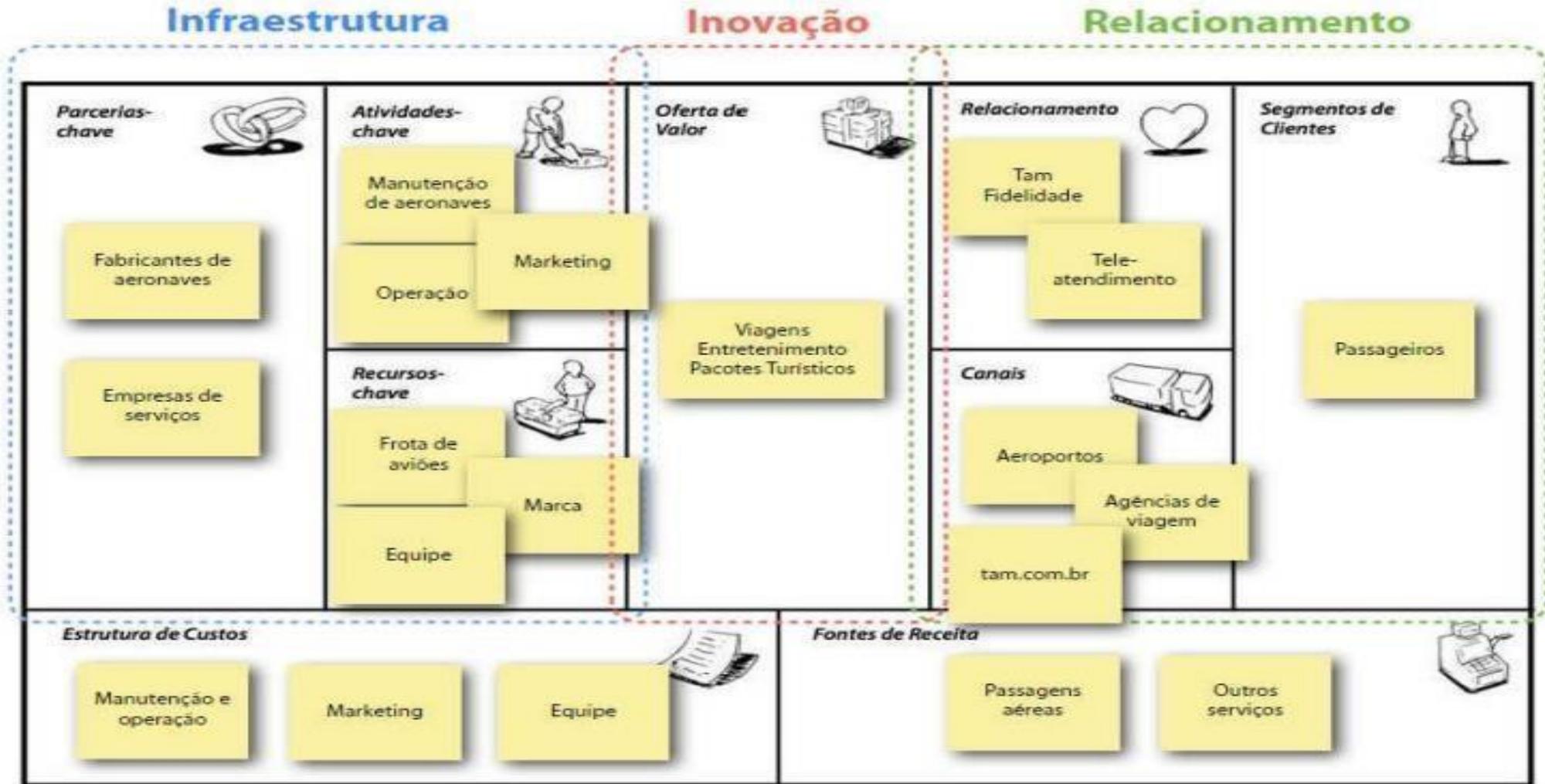
# CANVAS: Cirque Du Soleil



# CANVAS: Casa Bahia



# CANVAS: TAM



https://canvas-apps.pr.sebrae.com.br/canvas

**SEBRAE**

**Crie seu modelo de negócios de graça com Sebrae Canvas**

[Começar agora](#)

**Entrar**

**Entrar**

**Login**

CPF

Senha

[Recuperar senha](#)

**Entrar**

[Criar conta](#)

Digite o seu CPF e sua senha para acessar o Sebrae Canvas. Caso não lembre da sua senha, clique em "Recuperar Senha". Se você ainda não tiver cadastro, clique em "Criar Conta".

Parceiros  
Chave



**Quem  
ajuda  
você**

Atividades  
Chave



**O que  
você  
faz**

Recursos  
Chave



**Quem  
você e e  
o que  
você  
tem**

Proposta  
de Valor



**Como  
você  
ajuda**

Relaciona-  
mento com os  
Clientes



**Como  
você  
interage**

Canais de  
Comunicação



**Como eles  
conhecem  
você e como  
você  
entrega**

Clientes



**Quem  
você  
ajuda**

Custos

**O que você dá**



Receitas e Benefícios

**O que você ganha**



<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>Estrutura de custos</i></p>	<p><i>Recursos Chave</i> </p>	<p></p>	<p><i>Canais</i> </p>	<p><i>Fontes de renda</i> </p>

Aprendi que as oportunidades nunca são perdidas; alguém vai aproveitar as que você perdeu.

William Shakespeare

