

Transforme sua Ideia em Modelo de Negócio



Competências Gerais

Cognitiva

- Compreender o conceito de Modelo de Negócio
- Conhecer a metodologia do QUADRO

Atitudinal

- Predispor-se a adotar uma atitude proativa à mudança
- Buscar soluções criativas para a inovação nos negócios

Operacional

- Aplicar conhecimentos para a elaboração de Modelos de Negócios Inovadores

Competências

COGNITIVA

- Entender o conceito de Modelo de Negócio em um novo cenário de negócios.
- Compreender a metodologia do QUADRO
- Discernir a importância da Proposta de Valor para definição do Modelo de Negócio

ATITUDINAL

- Perceber a importância de Modelos de Negócios Inovadores
- Usar a criatividade como insumo favorável a possíveis mudanças

OPERACIONAL

- Construir Propostas de Valor Inovadoras com base nos conhecimentos adquiridos

Diferenciação e inovação na Proposta de Valor

Temas a serem abordados

1

- **Modelos Mentais, Criatividade e Inovação** mudando o mundo dos negócios

2

- **O QUADRO** do Modelo de Negócios

3

- **Os 9 (nove) blocos** do QUADRO

4

- **Proposta de Valor**

Plano de negócio x Modelo de negócio

- Plano de negócio provê um grande quantidade de informações sobre o negocio.
- Requer um estudo profundo do mercado.
- Detalha exaustivamente cada aspecto do negócio.
- Extremamente custoso.
- Prevê posições futuras de lucro, custo e investimento.
- Desconsidera mudanças no mercado.
- Difícil de ser compartilhado e compreendido.
- Representação enxuta do plano de negócio.
- Provê somente as informações necessárias ao momento atual.
- Baixo custo.
- Fácil compreensão e compartilhamento.
- Pode ser ajustado on-the-fly.
- Poder ser replicado para cada segmento de mercado.
- Não é um documento "oficial".

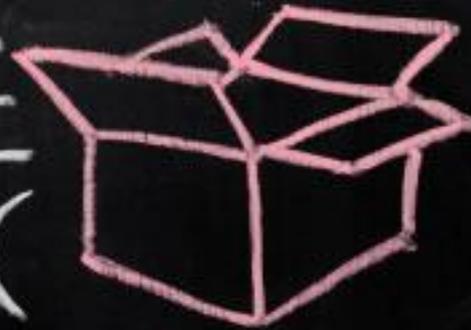
PLANO DE NEGÓCIOS X MODELO DE NEGÓCIOS

- ▶ Um modelo de negócios é projetado para ser rapidamente alterado para refletir o que você encontra fora do escritório, ao falar com os clientes: ele é dinâmico.

endeavor.org.br/plano-de-negocios-cliente/

PLANO DE NEGÓCIOS X MODELO DE NEGÓCIOS

THINK
OUTSIDE
THE
BOX



“Um Modelo de Negócios descreve a lógica de criação, entrega e captura de valor por parte de uma organização.” Alex Osterwalder

- **Criação de valor:** aquilo que a empresa define como produto ou serviço
- **Entrega de valor:** fazer chegar ao cliente o produto ou serviço
- **Captura de valor:** receber dos clientes o dinheiro e as informações sobre o que foi entregue

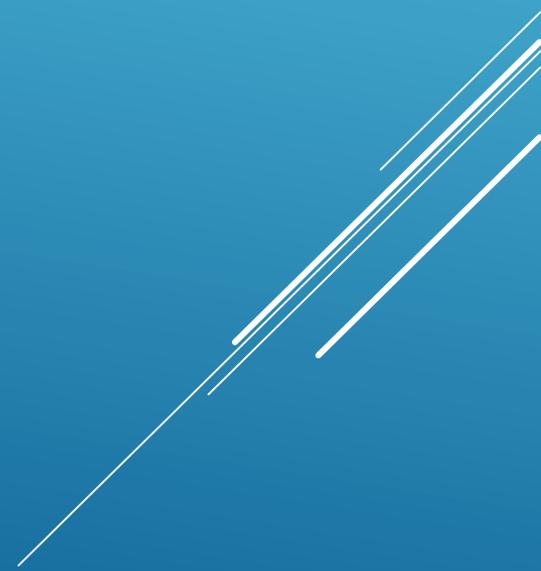
O Quadro é uma ferramenta para criação de Modelo de Negócios, que reúne nove blocos que compõem um negócio, agrupados em quatro questões que precisam ser respondidas.

O QUE?

PARA QUEM?

COMO?

QUANTO?





Canais

Na fase de conhecimento ou avaliação:

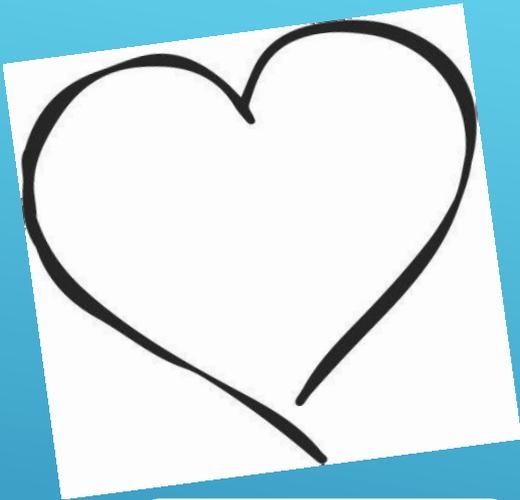
Visita, *telemarketing*, propaganda, internet, eventos

Na fase de compra:

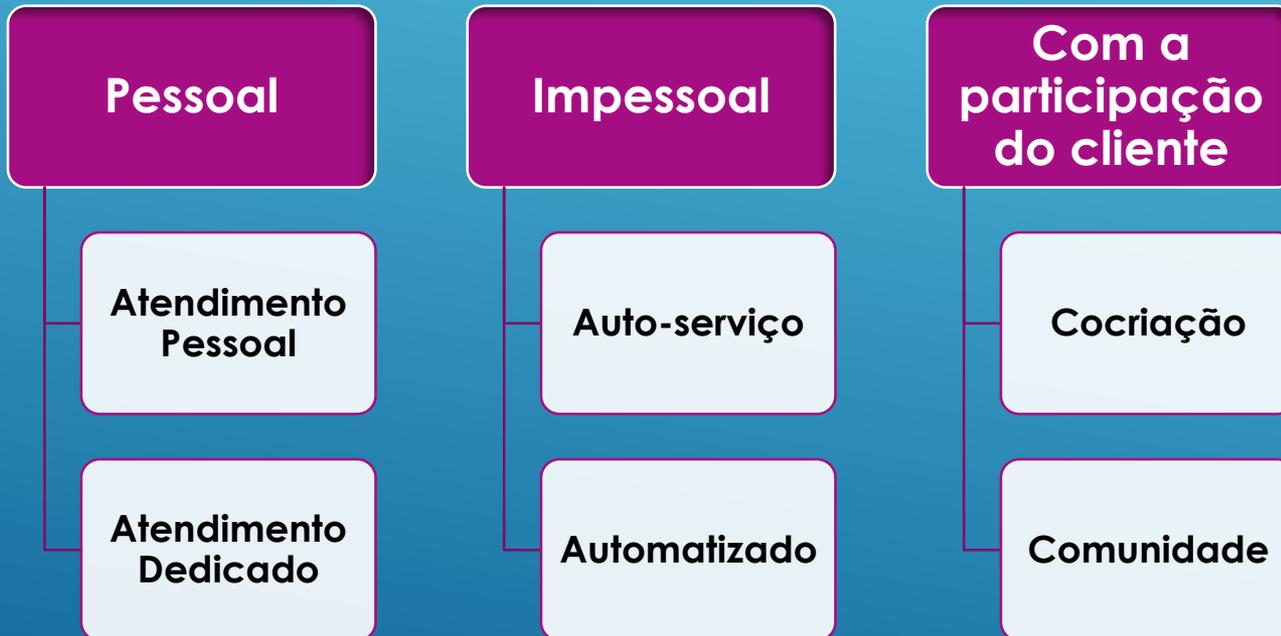
Na loja própria, na loja parceira, via atacado ou distribuidor, via loja virtual, televendas, porta a porta

Na fase de pós-venda:

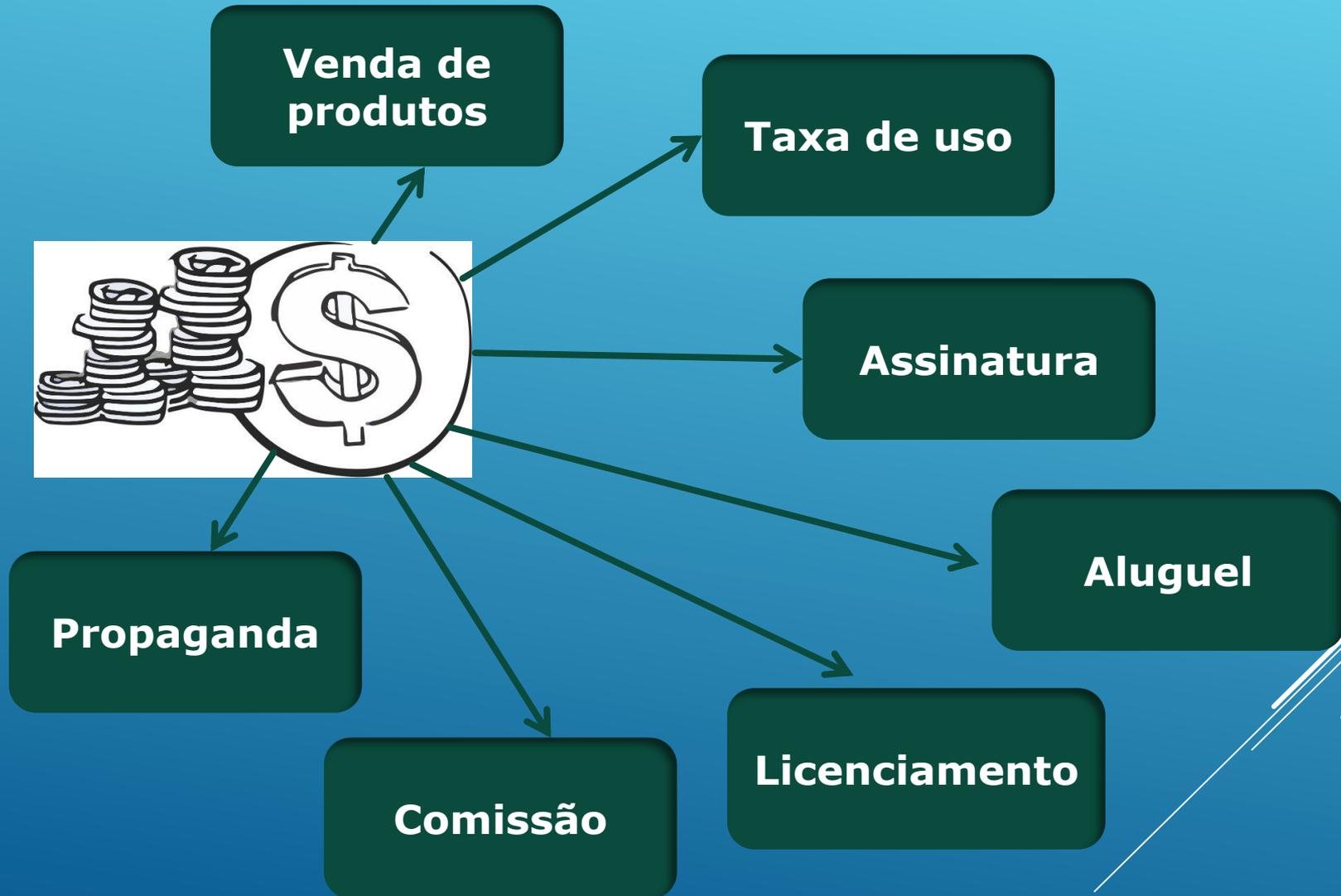
Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC), telefone gratuito (0800), via chat ou mídias sociais



Relacionamento com Clientes



Fontes de Receita





Recursos Principais

Físicos

- Local
- Equipamentos
- Veículos
- Pontos de venda

Humanos

- Vendedores
- Atendimento
- Contabilidade
- Estoquista

Financeiro

- Dinheiro
- Crédito
- Financiamento

Intelectual

- Especialistas
- Conhecimento



Atividades Principais

Resolução de Problemas

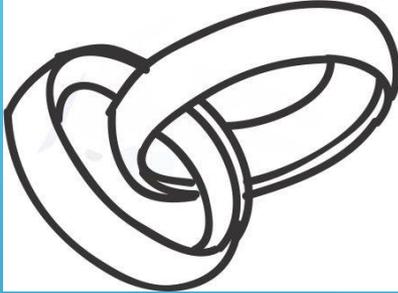
O negócio relaciona-se a solução de problemas relacionadas principalmente a algum serviço

Produção

Desenvolvimento, fabricação e entrega de produtos

Plataformas ou redes

Solução de relacionamento ou de comunicação para redes



Parcerias Principais

Otimização e economia de escala

Relaciona-se com parceiros-chave, que podem suprir ou facilitar atividades ou recursos de um negócio. Como fornecedores ou distribuidores.

Redução de risco e incerteza

Quando outros integram soluções para diminuir o risco de erros e dar mais segurança aos resultados do negócio

Terceirização (serviços, infraestrutura)

Produção de partes de um produto ou de uma parte dos serviços necessários ao negócio

Estrutura de Custos



Negócios direcionados pelo Custo
Concentram-se em minimizar os custos

Negócios direcionados pelo Valor
Concentram-se na criação de valor





Estrutura de Custos

Custos

→ **Fixos**

→ **Variáveis**

Permanecem os mesmos,
independente do volume de vendas
de produtos ou serviços

Aluguel

Salários

Condomínio

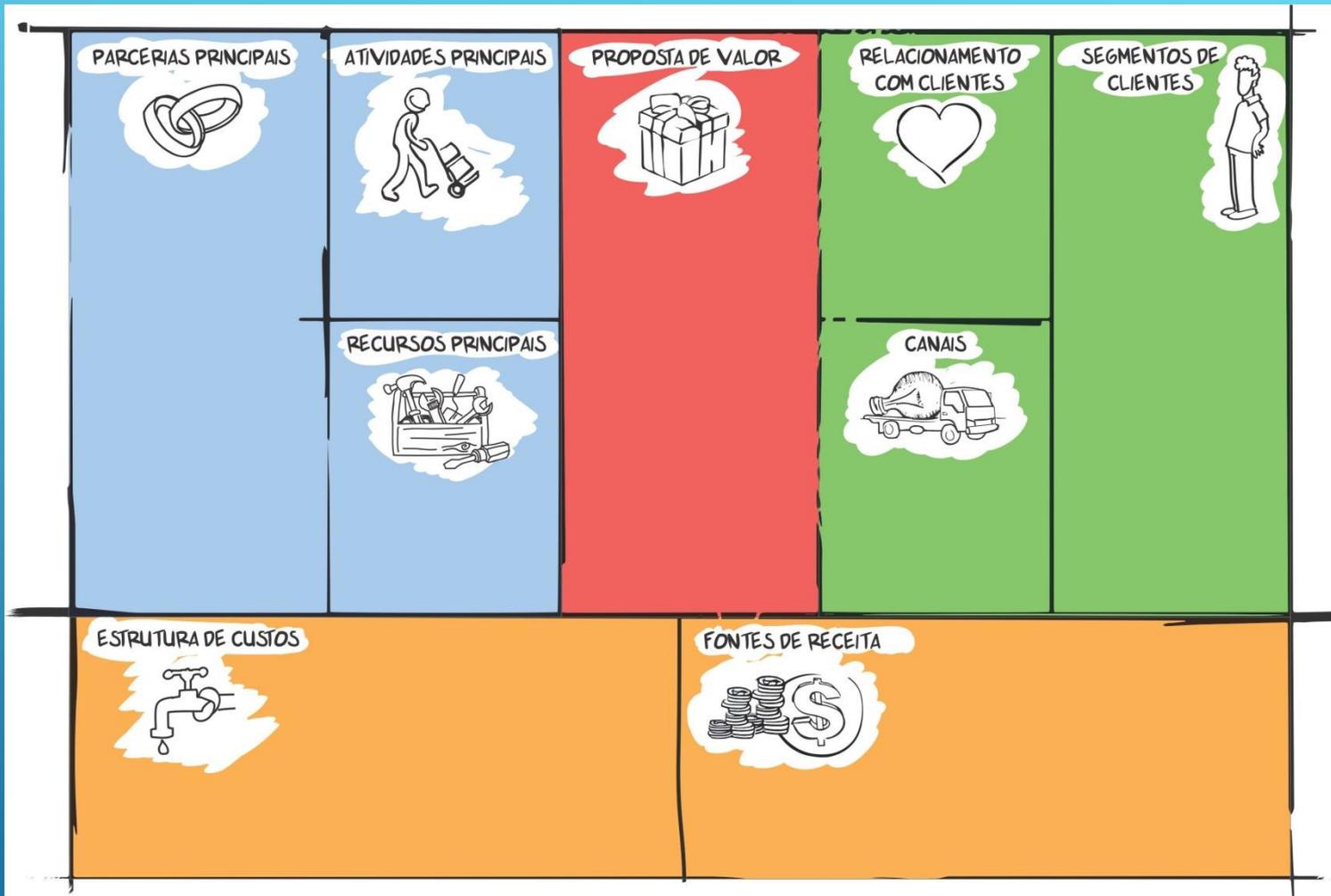
Variáveis

Variam proporcionalmente com
volume de vendas de produtos ou
serviços

Comissões
de Vendas

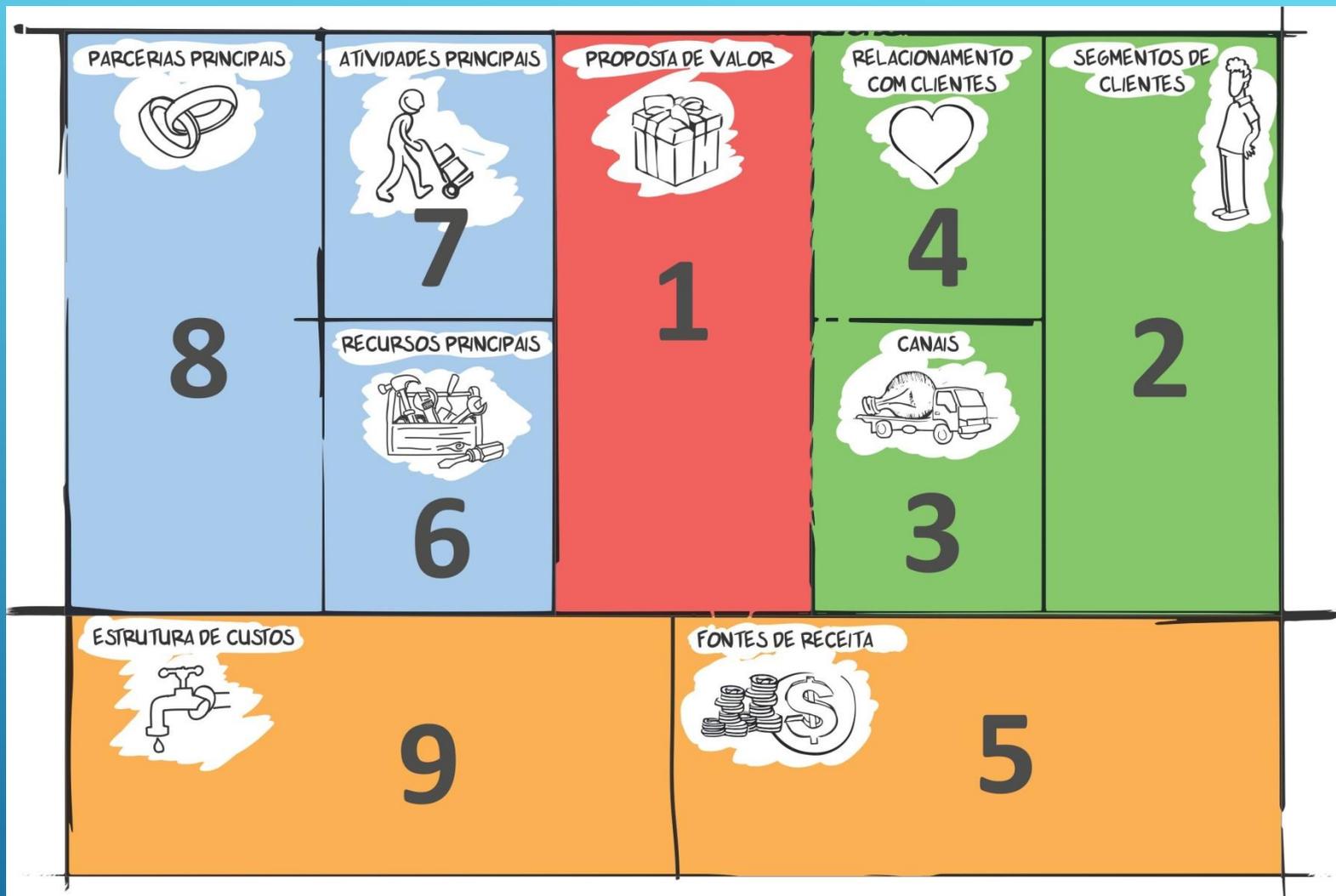
Matéria
Prima

Diárias



Business Model Generation – www.businessmodelgeneration.com

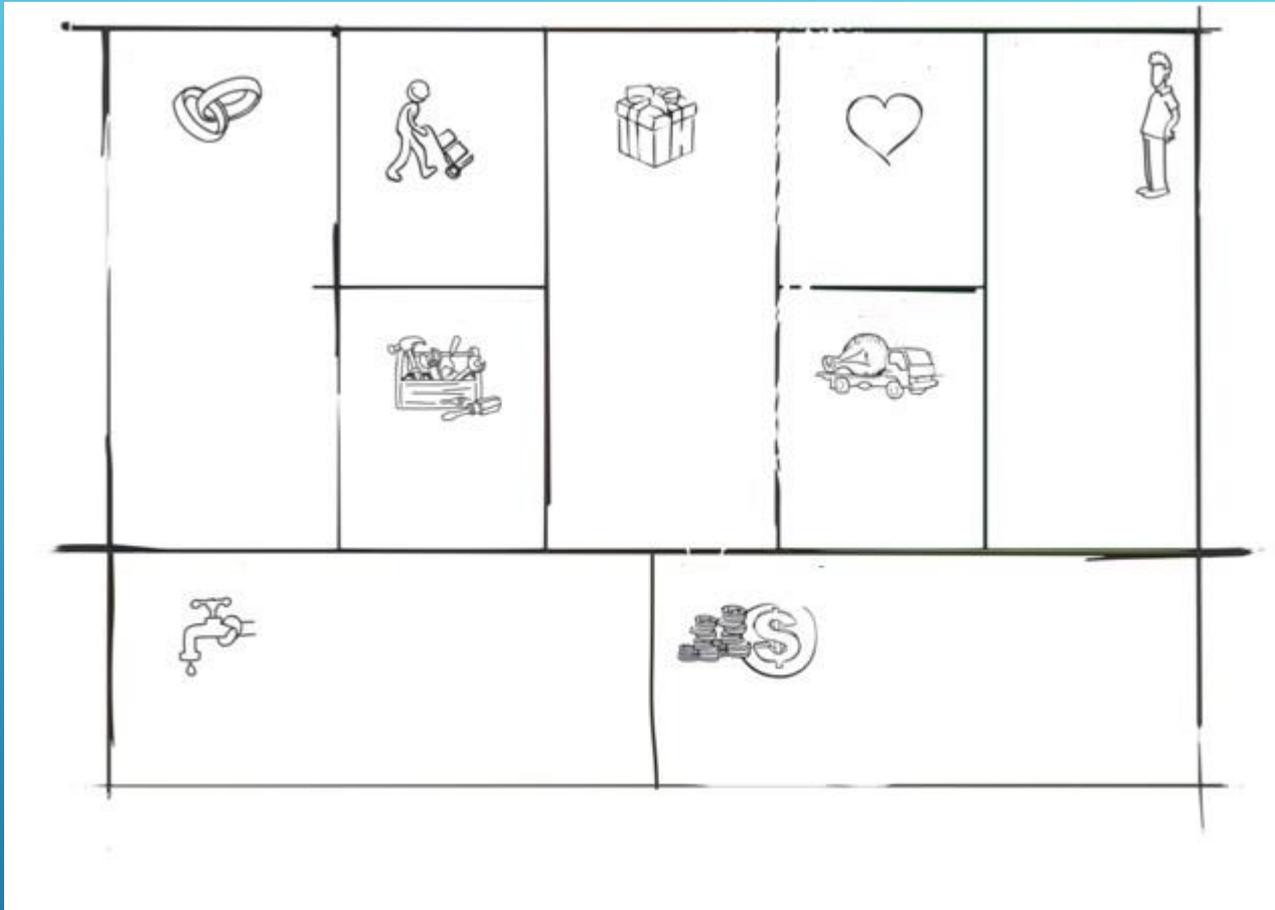
O QUADRO



Os 9 (nove) blocos

S19
E1

Atividade



Business Model Generation – www.businessmodelgeneration.com

Com base na análise da figura, identificar os 9 (nove) blocos do QUADRO

7 Atividades Principais

Ações importantes que uma empresa deve realizar para fazer seu Modelo de Negócios funcionar

1 Proposta de Valor

Pacote de produtos e serviços que criam valor para um Segmento de Clientes específico

4 Relacionamento com Clientes

Tipos de relação que uma empresa estabelece com Segmento de Clientes

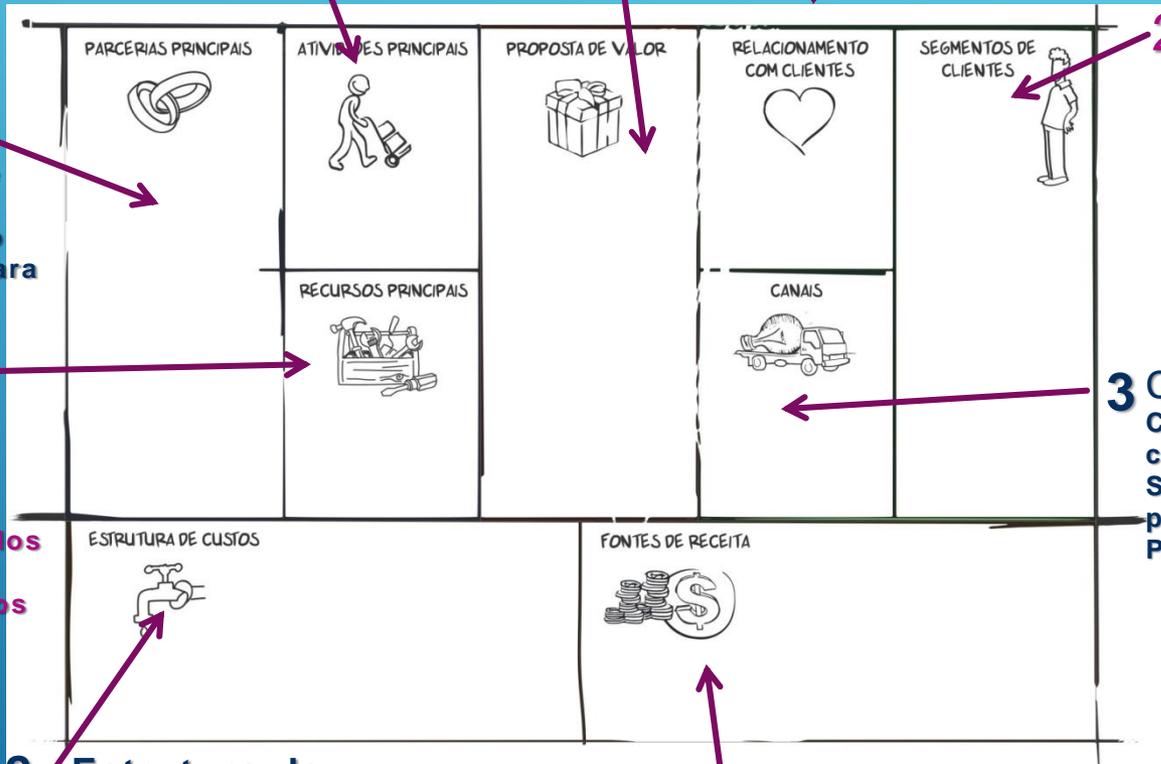
8 Parcerias Principais

Rede de fornecedores e parceiros que põem o Modelo de Negócios para funcionar

6

Recursos Principais

Ativos mais importantes exigidos para fazer o Modelo de Negócios funcionar



2 Segmento de Clientes

Grupos de pessoas ou organizações que a empresa deseja servir

3 Canais

Como uma empresa se comunica e alcança seus Segmentos de Clientes para entregar uma Proposta de Valor

5 Fontes de Receita

Recursos financeiros que a empresa gera a partir de cada Segmento de Clientes

PARCERIAS PRINCIPAIS



Fabricantes de mercadori

Instituições de crédito

ATIVIDADES PRINCIPAIS

Logistic

Marketing

Crédito

PROPOSTA DE VALOR



Entrega de conforto e comodidade

Facilidade de crediário

RELACIONAMENTO COM CLIENTES

Pessoal

Pessoal e dedicado

SEGMENTOS DE CLIENTES



Pessoas interessadas no bem estar

Pessoas que necessitam de crédito para adquirir bens

RÉCURSOS PRINCIPAIS

Estoque

Banco de

Acordos comerci

CANAIS

Lojas



Internet

Frota própria

Loja de Eletrodomésticos

ESTRUTURA DE CUSTOS



Pessoal

Manutençã o sistema banco de

Infraestrutur

Marketing

FONTES DE RECEITA



Venda de produtos

Receitas financeiras

PROPOSTA DE VALOR



Descreve o pacote de produtos e serviços que criam valor para um segmento específico de clientes

Gerar um ganho

Aliviar uma dor do cliente

Alguns tipos de Proposta de Valor



Novidade

Performance

Customização

Fazer o que deve ser feito

Design

Preço



O caso Natura

modelo de negócios

Elementos de criação de valor da Natura

Nosso propósito de promover o **bem estar bem** orienta a maneira com que a companhia opera, o nosso modelo comercial, o desenvolvimento de produtos e conceitos e a forma com que nos relacionamos com nossos públicos. Conheça os principais recursos que utilizamos, os nossos diferenciais de atuação e o valor gerado.