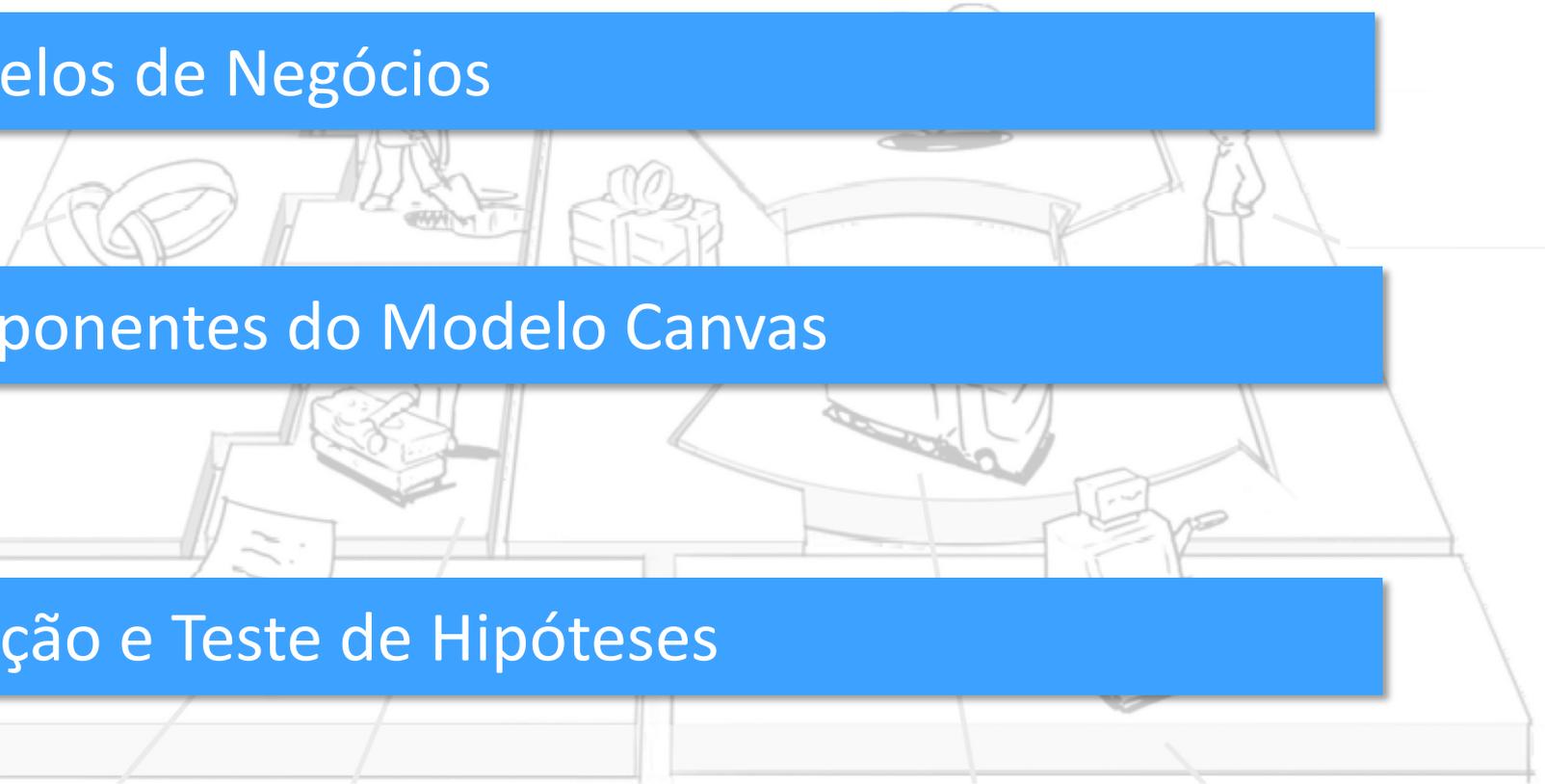


CANVAS BUSINESS MODEL

Modelos de Negócios

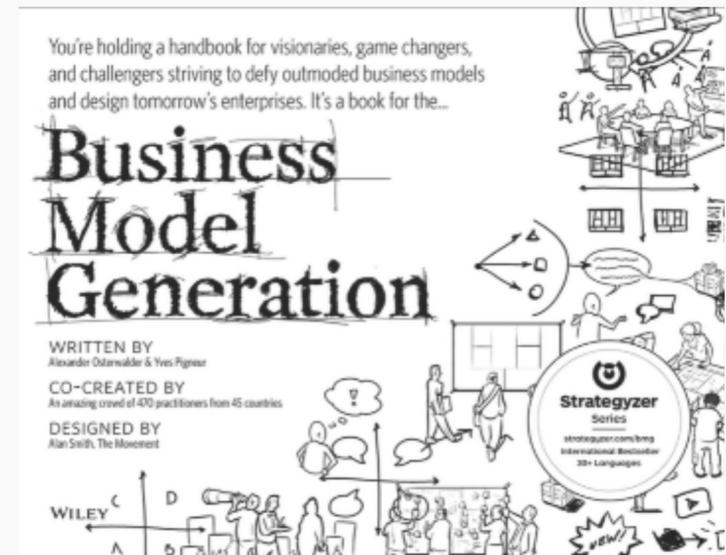
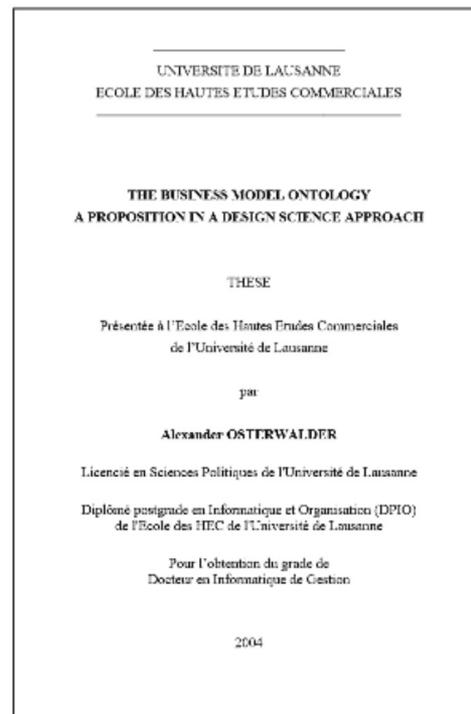
Componentes do Modelo Canvas

Geração e Teste de Hipóteses



CANVAS BUSINESS MODEL

Elaborado por Osterwalder, Pigneur e 400 colaboradores



CANVAS BUSINESS MODEL

Elaborado por Osterwalder, Pigneur e 400 colaboradores

*Um modelo de negócios
descreve a lógica
sobre como uma organização
cria, entrega e captura valor*



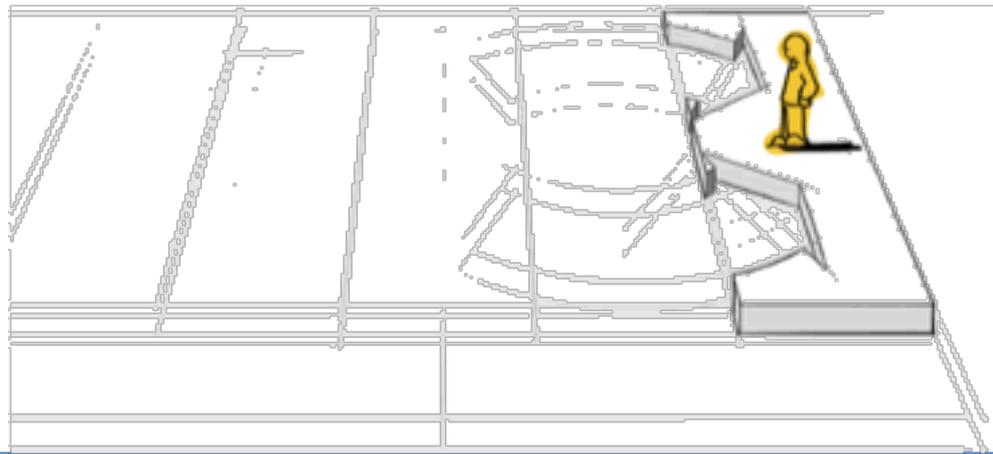
CANVAS BUSINESS MODEL



SEGMENTOS DE CLIENTES

Uma organização serve um ou diversos segmentos de clientes

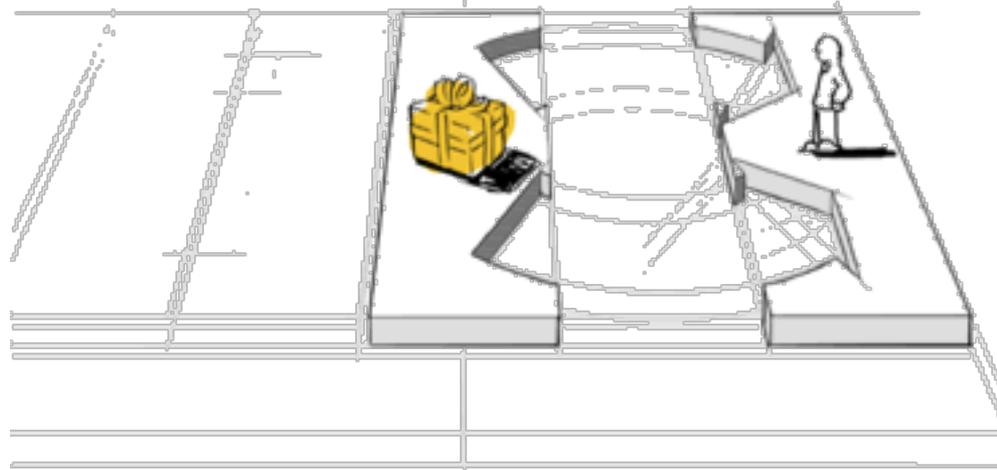
- Clientes são a razão da existência das corporações
- Bons clientes garantem a sobrevivência no longo prazo
- Segmentação dos clientes de acordo com seus atributos
- Priorização dos segmentos considerados mais importantes



PROPOSTAS DE VALOR

A organização resolve os problemas do cliente e satisfaz suas necessidades de acordo com as suas propostas de valor

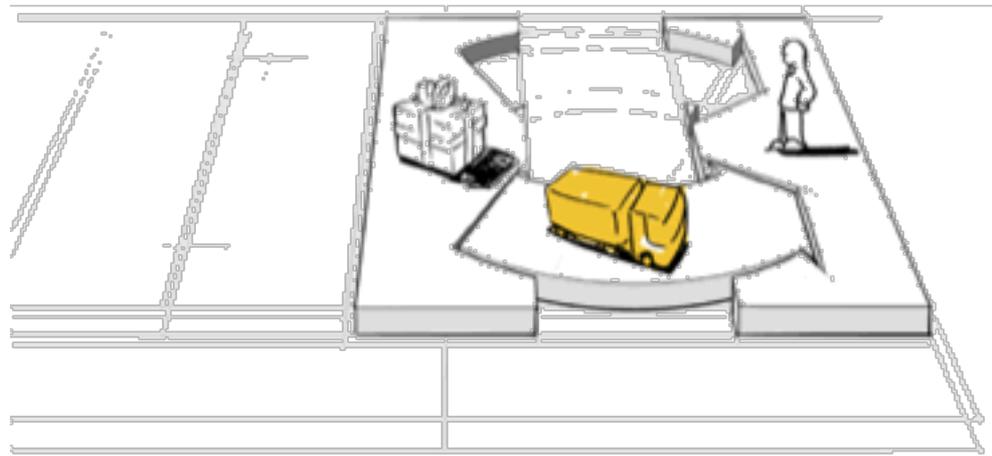
- Resolvem os problemas dos clientes
- Satisfazem suas necessidades
- Incluem um conjunto de produtos e serviços combinados
- Podem ser inovações radicais, podem ser inovações incrementais



CANAIS DE ACESSO

As propostas de valor são entregues aos clientes usando canais de comunicação, distribuição e vendas

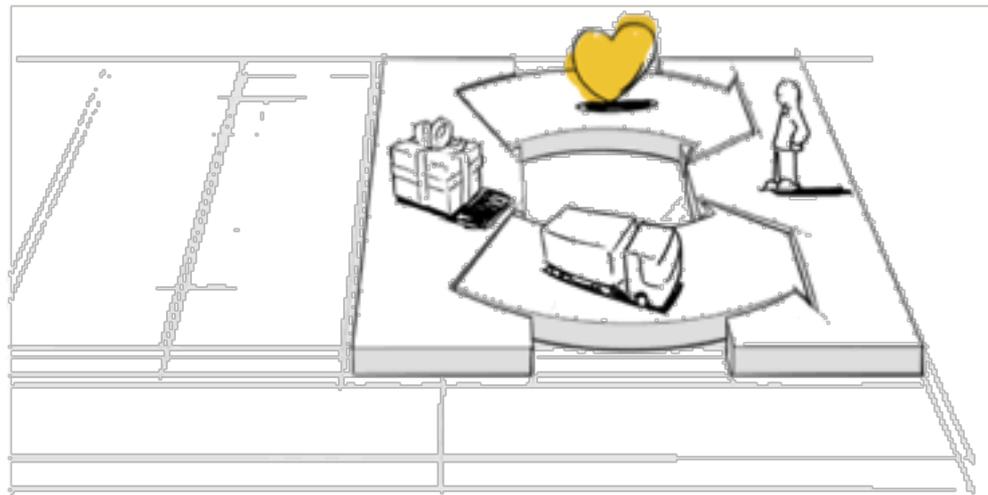
- Como a organização se comunica e atinge o segmento de cliente específico, de forma a entregar a proposta de valor acordada
- Exemplos incluem vendas diretas, pela web, lojas próprias, revendedores



RELACIONAMENTO COM OS CLIENTES

Relacionamentos são estabelecidos e mantidos com cada segmento de clientes

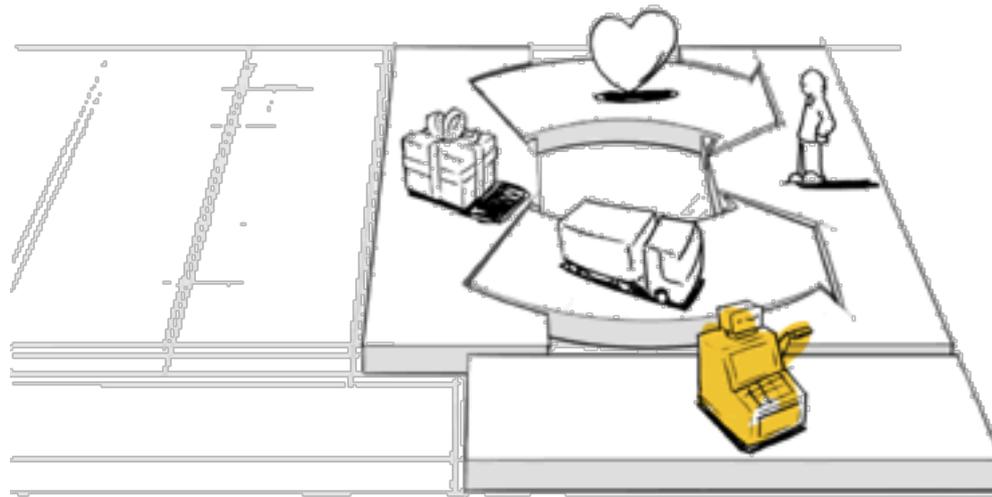
- Definir qual a estratégia mais apropriada para adquirir, reter e expandir as vendas com os clientes
- Exemplos incluem assistência pessoal, assistência pessoal dedicada, auto-atendimento, serviços automáticos, comunidades, co-criação, ...



MODELO DE RECEITAS

Modelos de receitas são o resultado da entrega efetiva das propostas de valor para os clientes

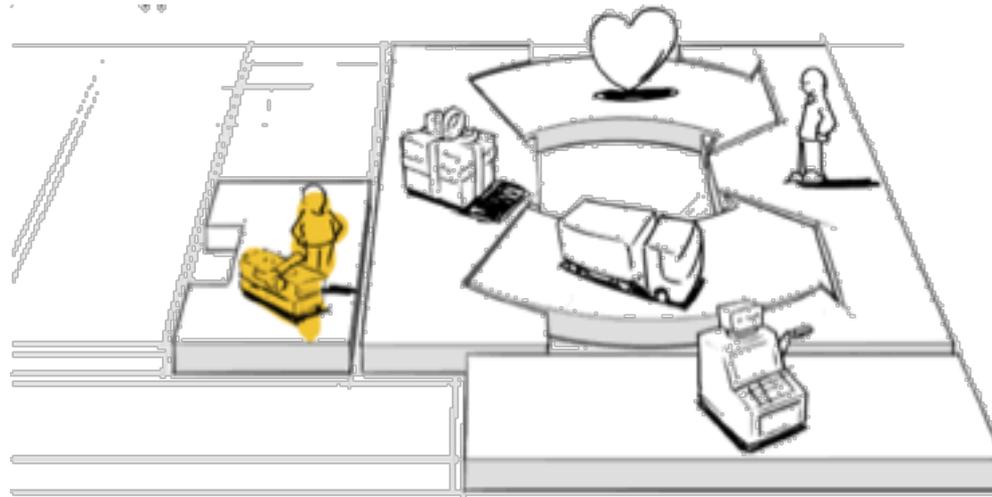
- Estabelece como serão os relacionamentos comerciais com os clientes
- Exemplos incluem venda de bem, taxa por uso, assinatura, aluguel, leasing, licenciamento, ...



RECURSOS PRINCIPAIS

Os recursos principais são os ativos da organização que produzem e entregam os elementos descritos anteriormente

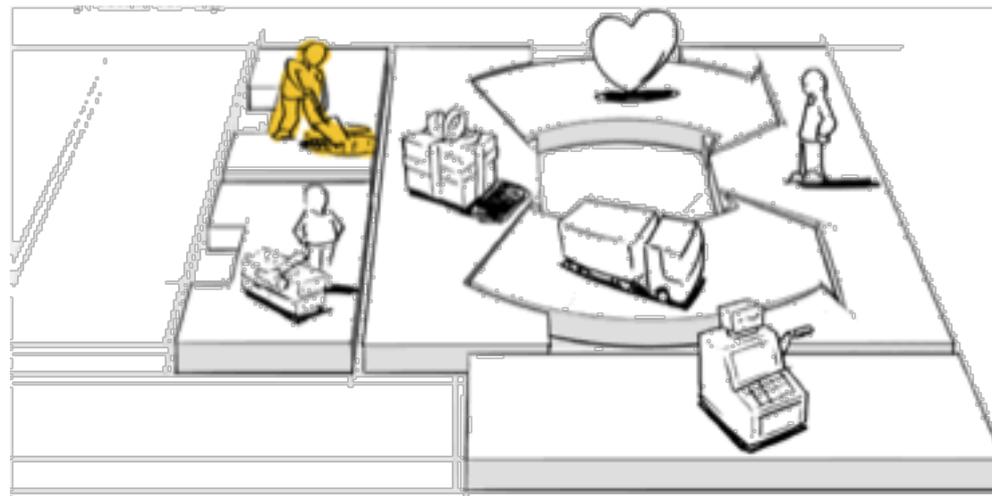
- Incluem os recursos principais para que a empresa consiga chegar aos seus objetivos
- Exemplos incluem pessoas, tecnologias, procedimentos, valores



ATIVIDADES PRINCIPAIS

Os processos da organização são executados para produzir e entregar os elementos descritos anteriormente

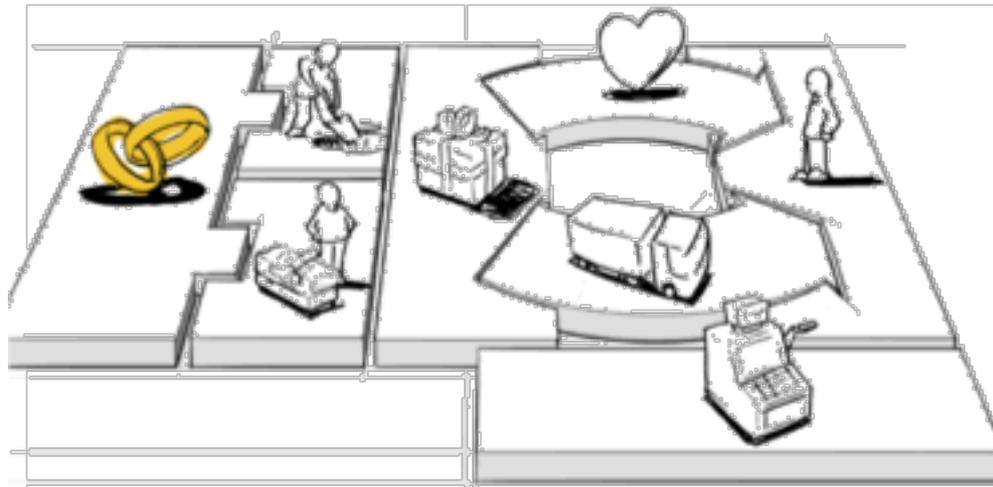
- Estabelecem os fluxos de atividades que garantem a entrega do valor para o cliente
- Incluem produção, resolução de problemas, plataformas e redes



PARCERIAS PRINCIPAIS

Para terceirizar as atividades e adquirir outros recursos principais

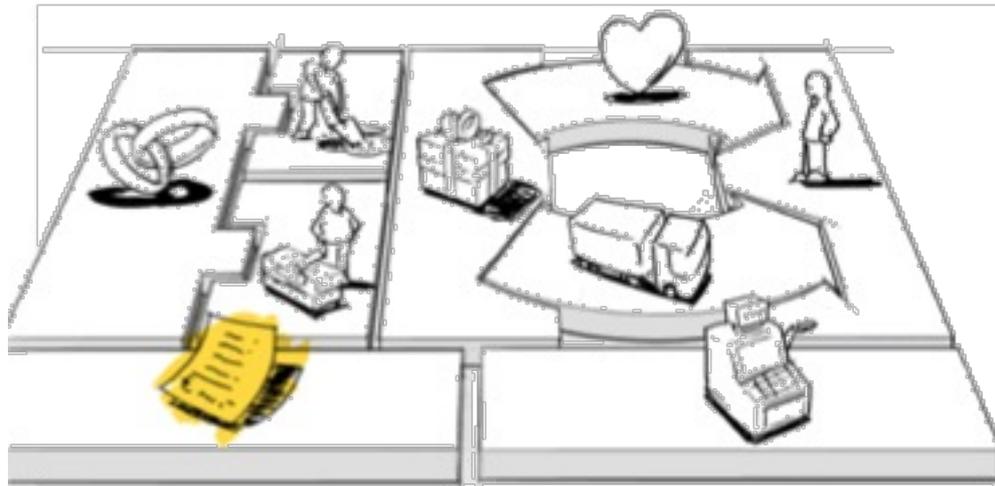
- Buscam otimizar os volumes de produção (escala), reduzir riscos e incertezas, adquirir recursos e atividades
- Formatos incluem alianças estratégicas, coopetição, joint-ventures, relacionamentos fornecedor-cliente



ESTRUTURA DE CUSTOS

Os elementos do modelo de negócios resultam numa estrutura de custos

- Direcionadores de custo, direcionadores de valor, custos fixos, custos variáveis, economia de escala, economia de escopo



PARCÉRIAS 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



Você consegue pensar em opções para modelagem de um negócio envolvendo “depilação”?

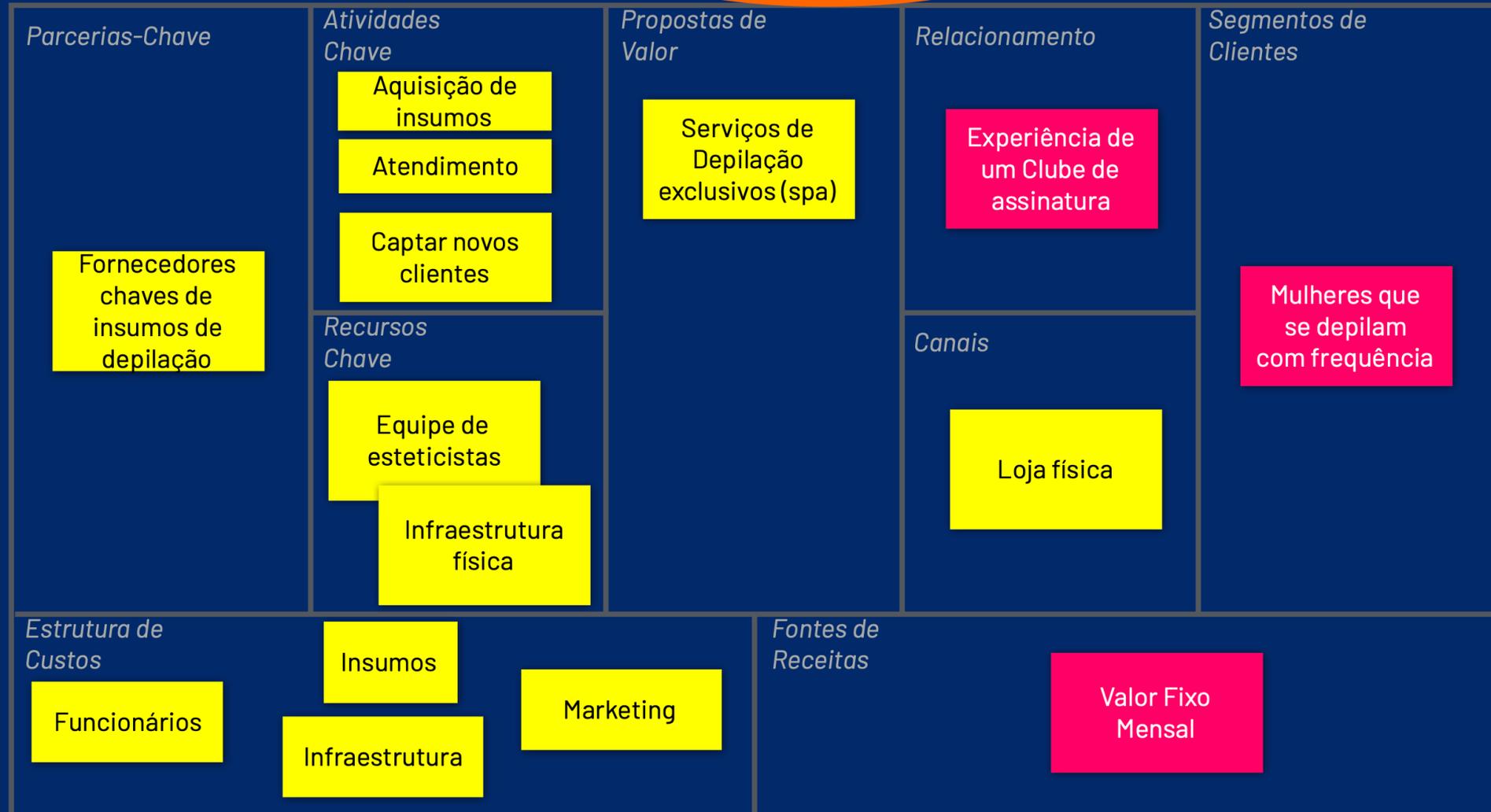
CANVAS: DEPILAÇÃO

TRADICIONAL "SALÃO FÍSICO"



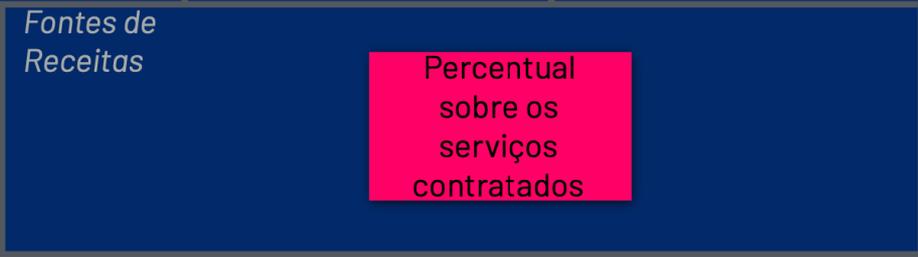
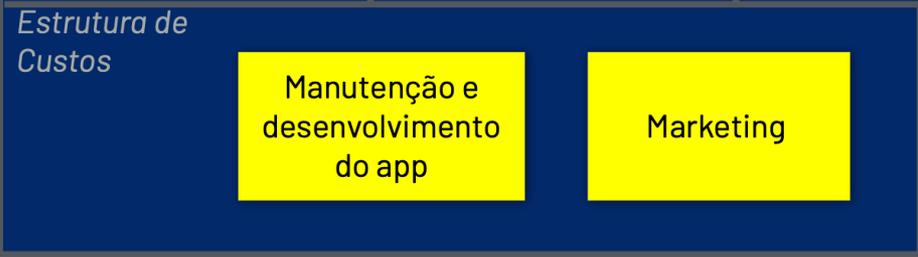
CANVAS: DEPILAÇÃO

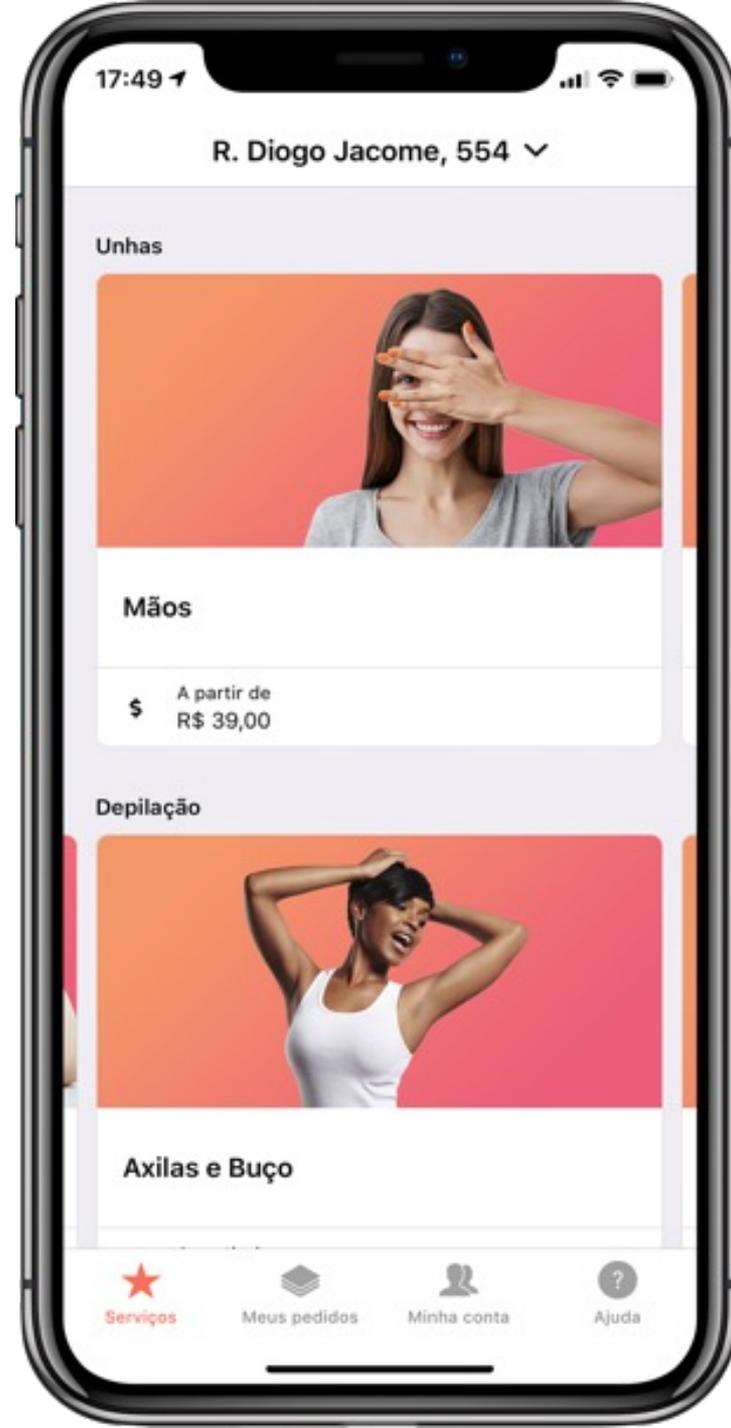
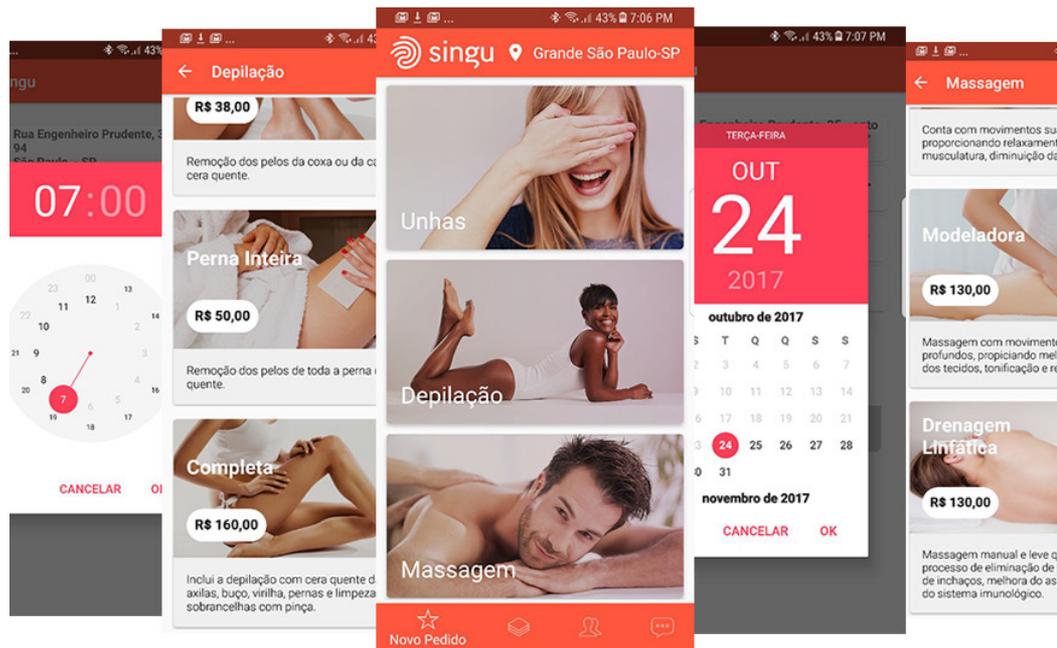
ASSINATURA



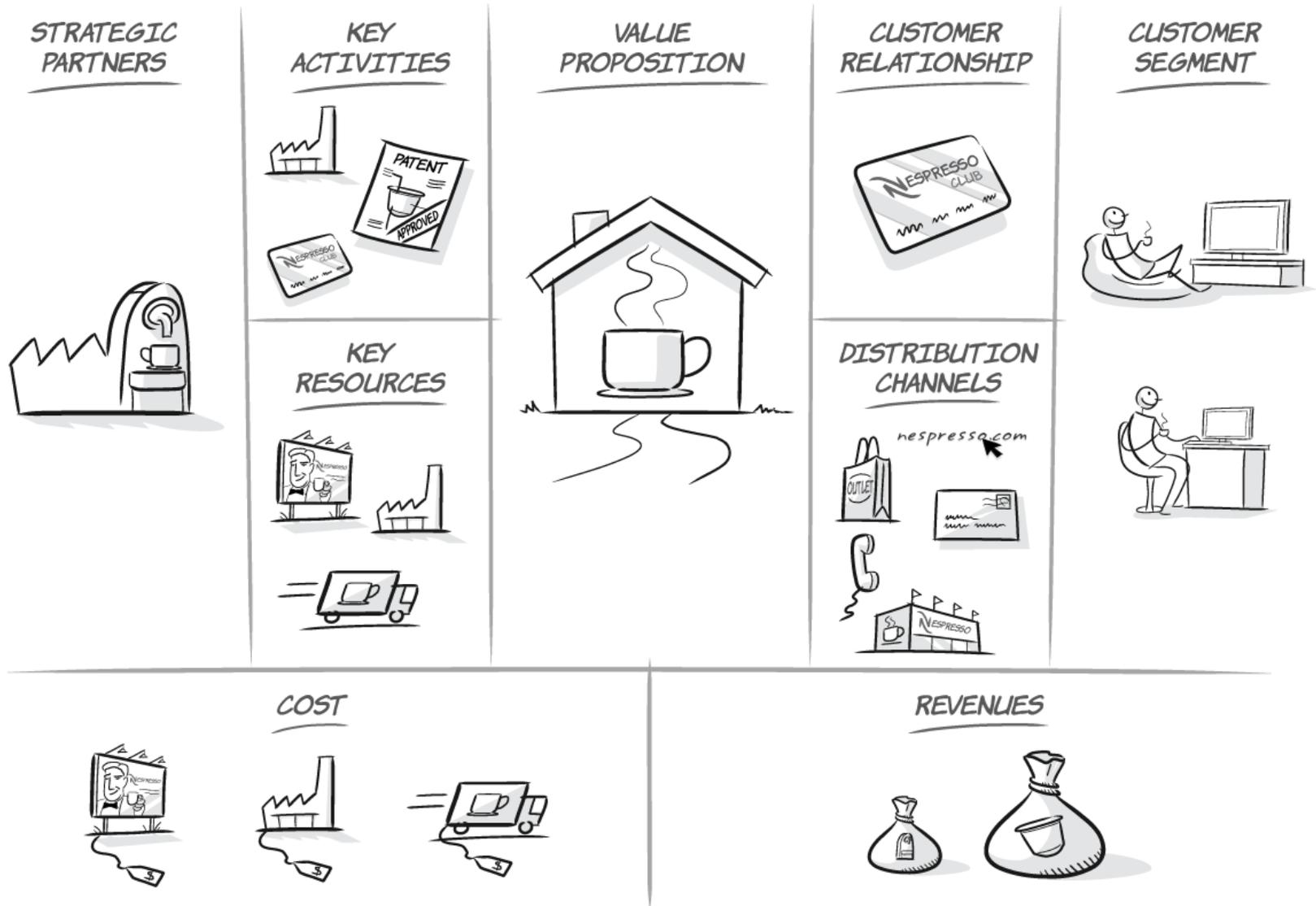
CANVAS: DEPILAÇÃO

PLATAFORMA MULTILATERAL



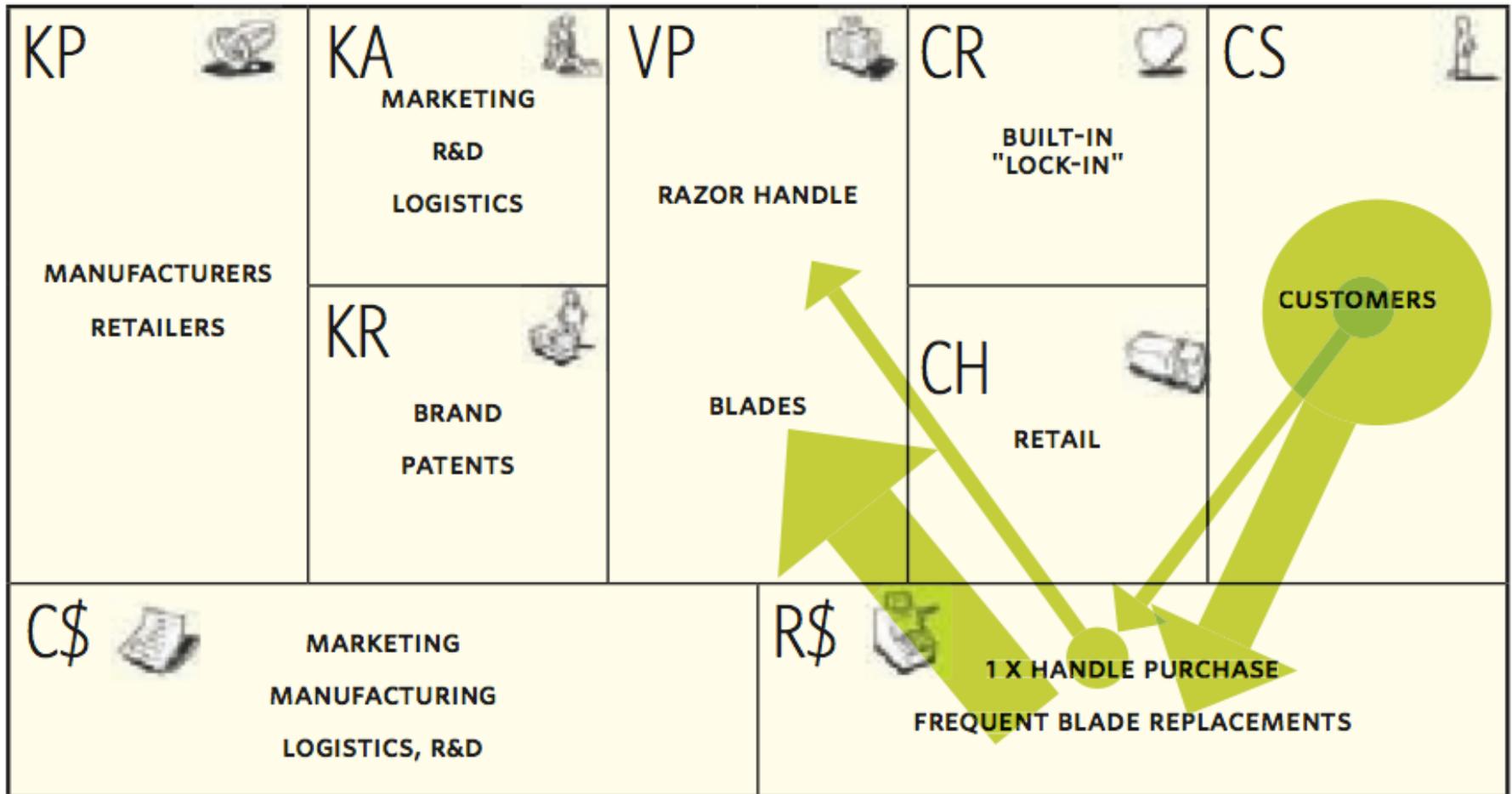


EXEMPLO: NESPRESSO



EXEMPLO: GILLETE

Razor & Blades : Gillette



GERAÇÃO E TESTE DE HIPÓTESES

| | | | | |
|---|--|---|---|--|
| <p><i>Parcerias Principais</i> </p> <p>[8]</p> <p>NEGOCIAÇÕES</p> | <p><i>Atividades Principais</i> </p> <p>[7]</p> <p>PROCESSOS</p> | <p><i>Proposta de Valor</i> </p> <p>[2]</p> <p>Produto</p> <p>Serviço</p> <p>Mercado</p> <p>Competição</p> | <p><i>Relacionamentos com os Clientes</i> </p> <p>[3]</p> <p>Criação da Demanda</p> | <p><i>Segmentos de Clientes</i> </p> <p>[1]</p> <p>Cliente</p> <p>Usuário</p> <p>Responsável</p> |
| <p><i>Estrutura de Custos</i></p> <p>[9]</p> <p>FLUXOS - FINANCIAMENTOS</p> | <p><i>Modelo de Receitas</i> </p> <p>[5]</p> <p>Modelo de Receitas</p> | | | |

BIBLIOGRAFIA

MARTINS, P. S. Planejamento de Negócios e Inovação. Apresentação USP, 2014.

RIES, E. *Lean Startup*. Prime Books, 2012.

OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y. *Business Model Generation*. Alta Books, 2011.