



TREINAMENTO MODELO de Negócios



SETEMBRO 2012

AGENDA

1. Introdução

2. Business Model Generation - CANVAS

3. Padrões de Modelo de Negócios

4. Ferramentas de Desenho

5. Estratégias para criar e gerir modelo de negócio

6. Running Lean Startups

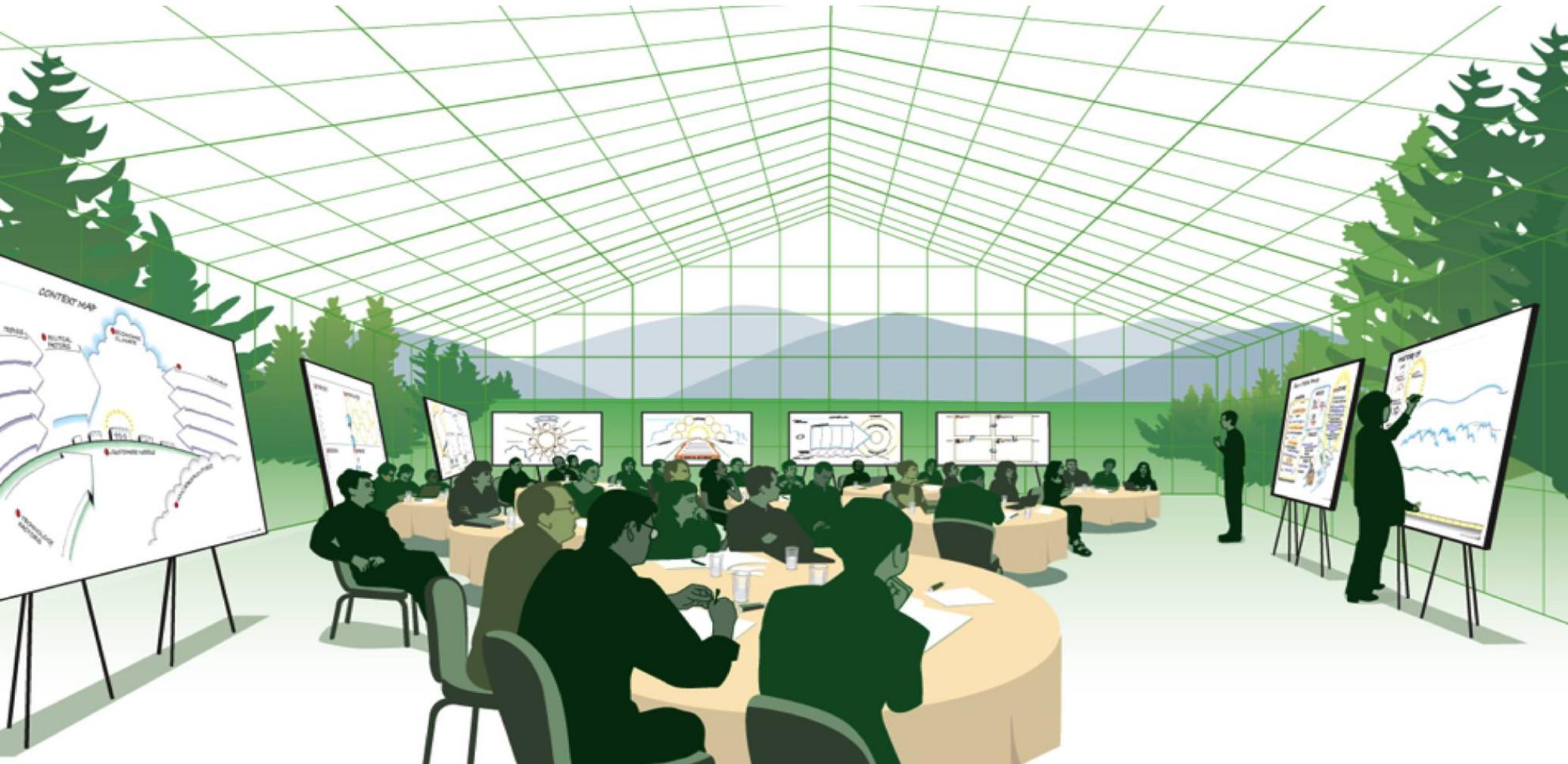
7. Conclusão

A person is sitting on a wooden bench on a grassy hill, looking out over a sunset over the ocean. A large, white, hand-drawn thought bubble is positioned above the person, containing the word "Ideia" in a bold, yellow, sans-serif font. The background features a vibrant sunset sky with orange and yellow hues near the horizon, transitioning into a deep blue and purple sky above. The person is silhouetted against the bright light of the setting sun.

Ideia

Questão para refletir

Como podemos criar, inovar nos mercados e seguir fazendo negócios sustentáveis?



Sucesso ou Fracasso? A escolha é sua.



Vídeo História Fundador da Honda

Tempo: 4:12

Estejam prontos para redefinir o seu modelo de negócios, desenhar novos modelos e ideias de negócios a partir das oportunidades identificadas



O que talvez não seja uma startup?

A ideia genial que
você teve em
algum momento
da sua vida

A micro/pequena
empresa que você
abriu

O produto que
você está criando
agora

O serviço
inovador que irá
revolucionar
algum mercado

Afinal de contas o que é uma startup?

Busca por um modelo de negócios
escalável e **repetível** em um
ambiente de extrema **incerteza***

Escalável: margens de lucro crescem muito rápido - custos crescem a uma taxa menor do que a receita

Repetível: o mesmo produto pode ser entregue diversas vezes, sem customizações ou tempo de adaptação

Incerteza: é necessário validar hipóteses a todo tempo e não há conclusões definitivas

Tipos de Startup



Automatizador

- Aquisição self-service;
- Focada no consumidor;
- Produto é o centro do negócio;
- Automatiza alguma atividade;
- Rápida execução.



Transformador Social

- Aquisição Self-service;
- Utilização de massa;
- Crescimento desenfreado;
- Efeito em rede;
- Novas formas de interação.



Integrador

- Leads com representantes;
- Centrada no produto;
- Foco em PMEs;
- Mercado pequeno;
- Adapta soluções web para negócios menores.



Desafiador

- Vendas corporativa;
- Alta dependência do cliente;
- Mercado complexo e rígido;
- Processo de venda repetitivo.



Modelo de Negócios na ótica empreendedora

É a fórmula que transforma produto em valor!

Qual o seu modelo de negócios atual?

Qual a escalabilidade do seu modelo?

Qual a inovação de mercado do seu produto?

Qual a dimensão do seu mercado? Existem demandas ocultas?

Qual o nível de produtividade do seu time?

Possui recursos suficientes para entregar o produto no tempo?



Não planeje em excesso!



O Que é Ser um Empreendedor

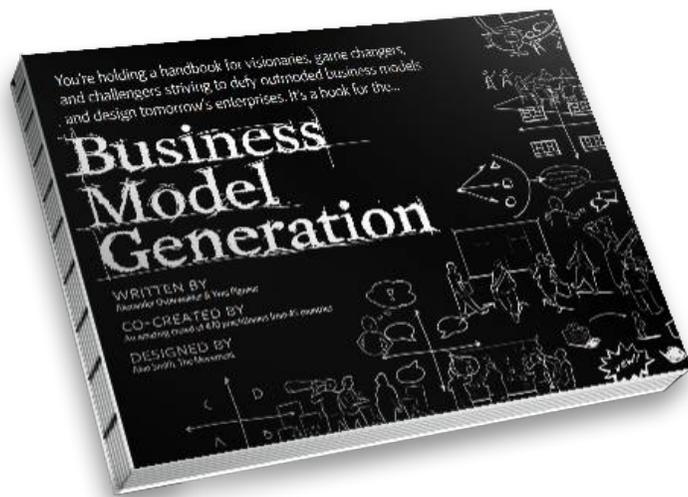


Vídeo O que é Ser um Empreendedor

Tempo: 1:02



Como criar?



Business Model Canvas
Método de Alex Osterwalder

9

Componentes de Negócio

1 Segmentação de Clientes

- Para qual cliente criar?
- Quem são os outros clientes não atendidos?

2 Proposta de Valor

- Qual proposta de valor aos clientes?
- Que problemas dos clientes estamos ajudando a resolver?
- Que necessidades dos clientes estamos satisfazendo?
- Que atividades serão oferecidas a cada segmento de clientes?

3 Canais de Distribuição e Comunicação

- Onde os clientes podem encontrar o produto ou serviço?
- Como vamos enviar as mensagens?
- Quem são os funcionários envolvidos?
- Que tipo de interação será feita com o cliente?

4 Relacionamentos com os Clientes

- Que tipo de vínculo será criado entre empresa e cliente?
- Quem são os colaboradores?
- Como são os relacionamentos com o cliente no momento de comprar?
- Que tipo de vínculo será criado?

5 Fontes de Recursos

- Para qual setor ou fonte (clientes, parceiros, governo, bancos e pagos)?
- Para qual setor pagarão atualmente?
- Como é que vão preferir pagar?
- Quanto é cada fonte de recursos pode contribuir?

6 Recursos-chave

- Quais os recursos-chave necessários para criar o produto ou serviço? (Materiais, Mão-de-Obra, Máquinas, Tecnologia, Espaço de Trabalho)

7 Atividades-chave

- Quais atividades chave são necessárias para entregar valor? (Processos de produção, Logística, Atendimento ao cliente, Gestão de Recursos)

8 Recursos-chave

- Quais são os canais-chave necessários para entregar valor? (Processos de produção, Logística, Atendimento ao cliente, Gestão de Recursos)

9 Estrutura de Custos

- Que tipo de custos são necessários para entregar valor?
- Qual o impacto direto de cada canal?
- Que atividades chave são necessárias?

5

Padrões de Negócio

1 Canais Integrados

- Modelo de negócio baseado em canais integrados.
- Modelo de negócio baseado em canais integrados.

2 Canais Longos

- Modelo de negócio baseado em canais longos.
- Modelo de negócio baseado em canais longos.

3 Parcerias Múltiplas

- Modelo de negócio baseado em múltiplas parcerias.
- Modelo de negócio baseado em múltiplas parcerias.

4 Canais

- Modelo de negócio baseado em canais.
- Modelo de negócio baseado em canais.

5 Canais

- Modelo de negócio baseado em canais.
- Modelo de negócio baseado em canais.

1

Conceito



4

Estratégias

1 Análise de Ambiente

2 Análise de Mercado

3 Análise dos pontos de encontro de modelos de negócio com o mercado

4 Análise dos pontos de encontro de modelos de negócio com o mercado

6

Ferramentas de Desenho

1 Canais Integrados

2 Canais

3 Parcerias Múltiplas

4 Canais

5 Canais

6 Canais

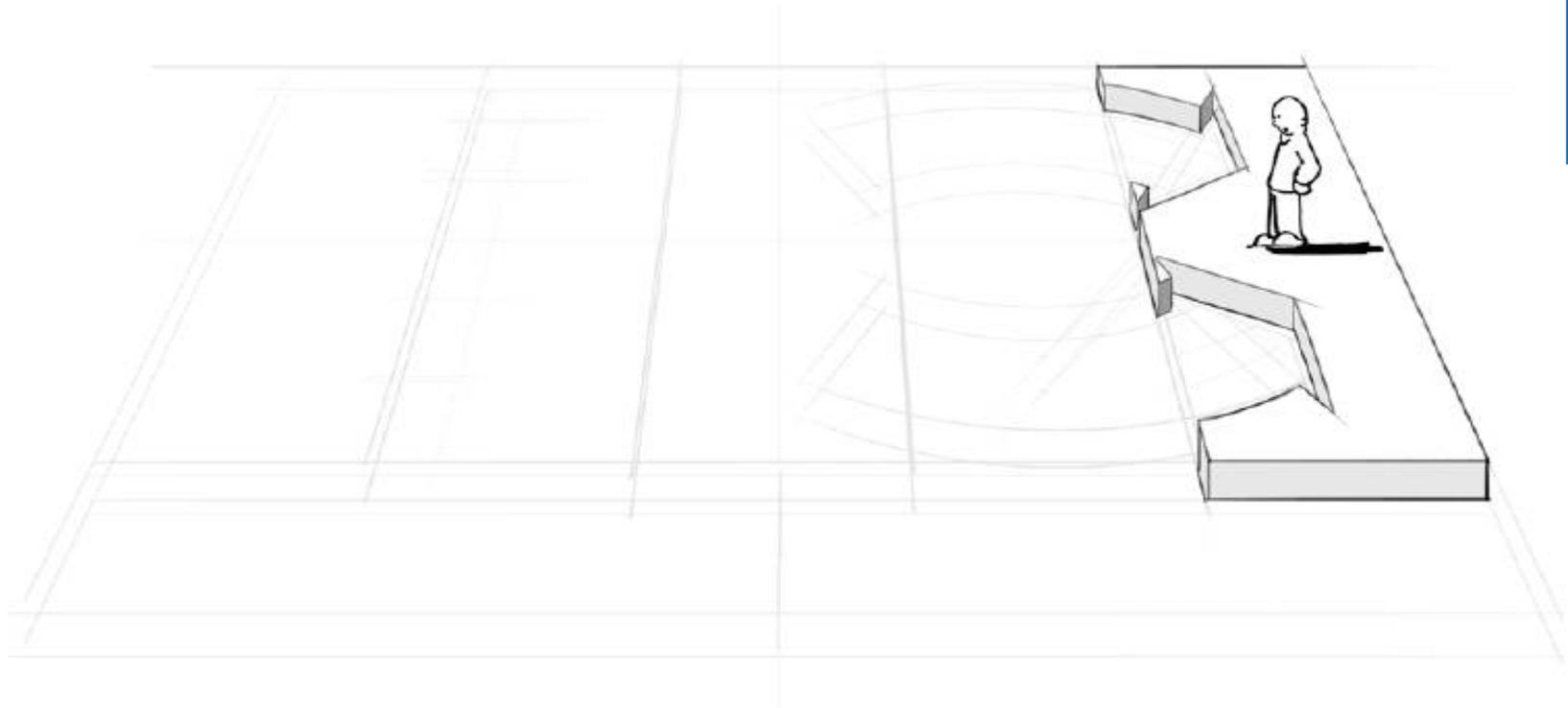
9

Blocos de construção



Segmentação de clientes

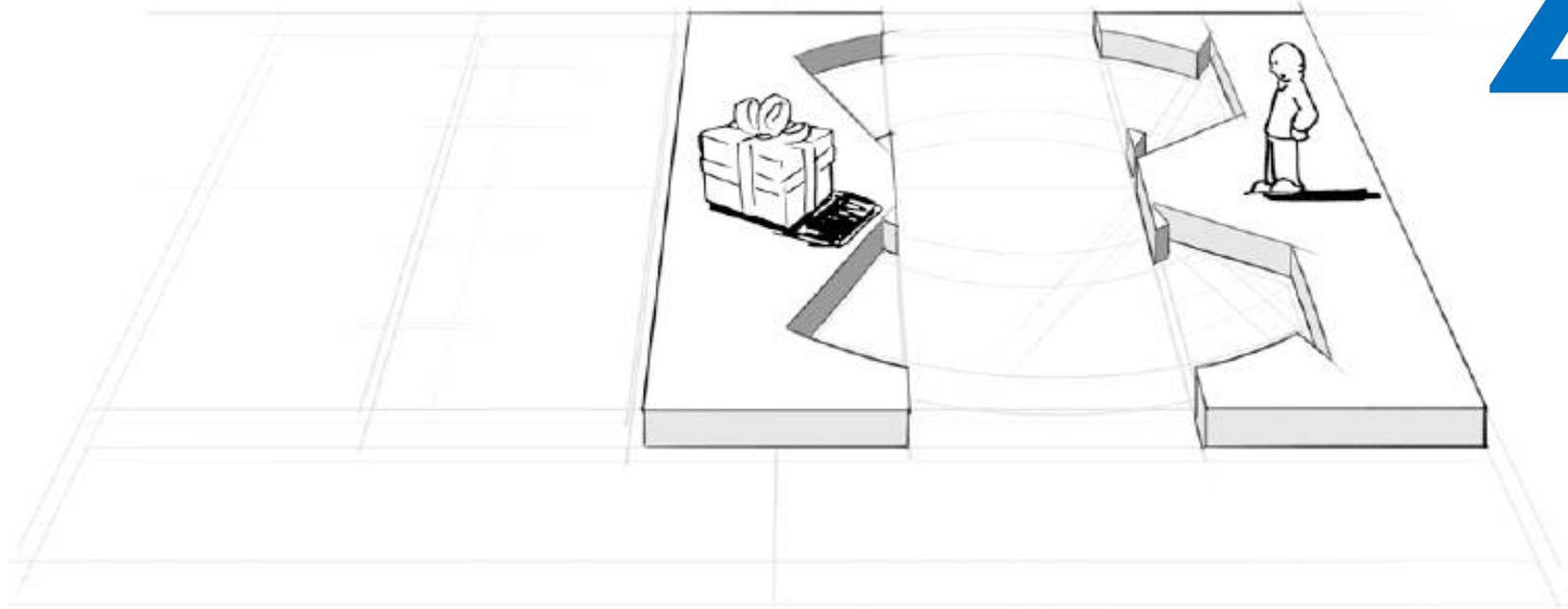
1



- Para quem criamos valor?
- Quem são os nossos clientes mais importantes?

Proposta de Valor

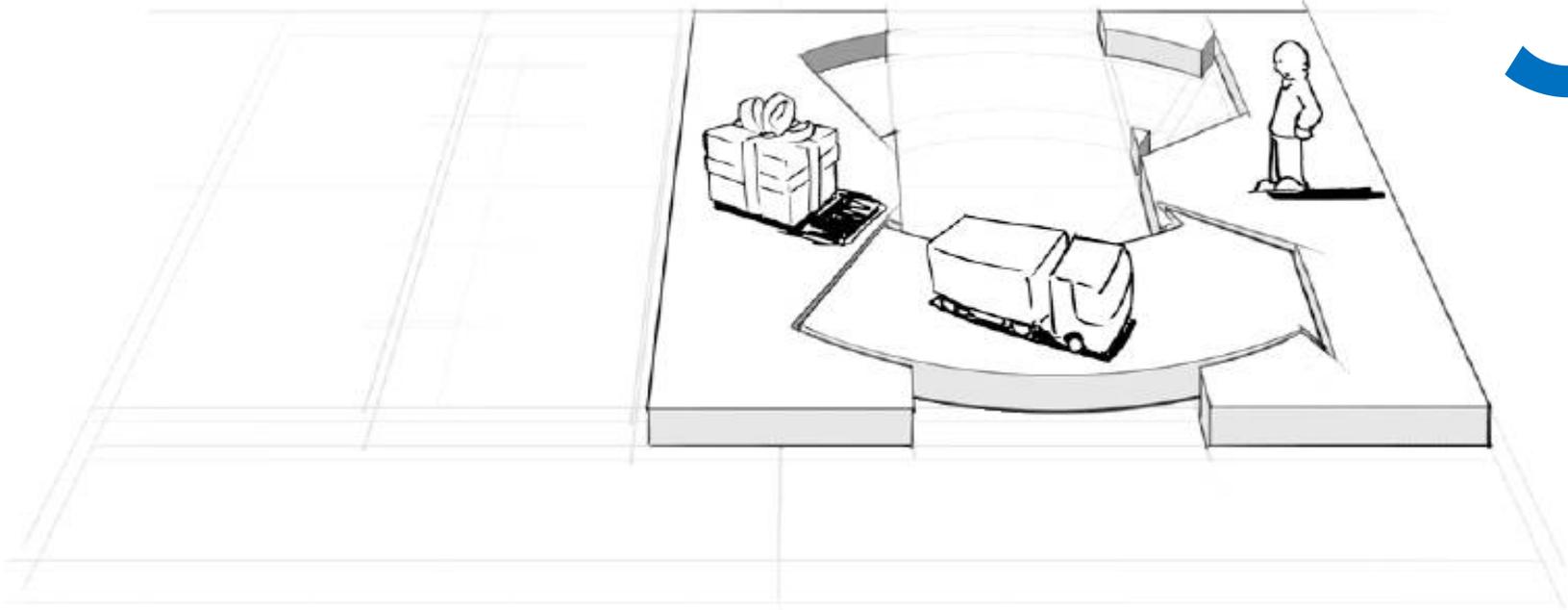
2



- Qual proposta de valor aos clientes?
- Quais problemas dos clientes estamos ajudando a resolver?
- Quais necessidades dos clientes estamos satisfazendo?
- Quais produtos/serviço oferecemos a cada segmento de clientes?

Canais de Distribuição e Comunicação

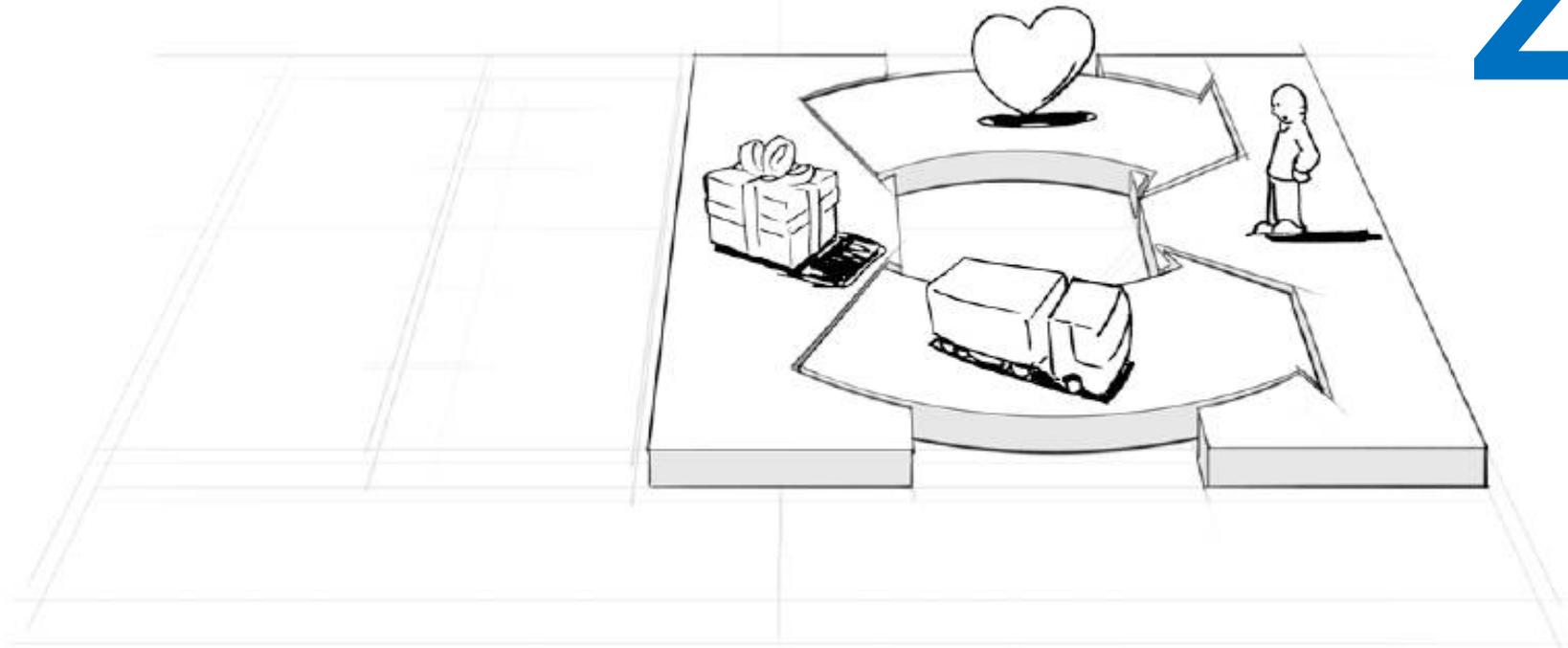
3



- Através de que canais nossos segmentos de clientes querem ser alcançados?
- Como nossos canais são integrados?
- Quais os que funcionam melhor?
- Quais são os mais eficientes em termo de custo?

Relacionamento com os clientes

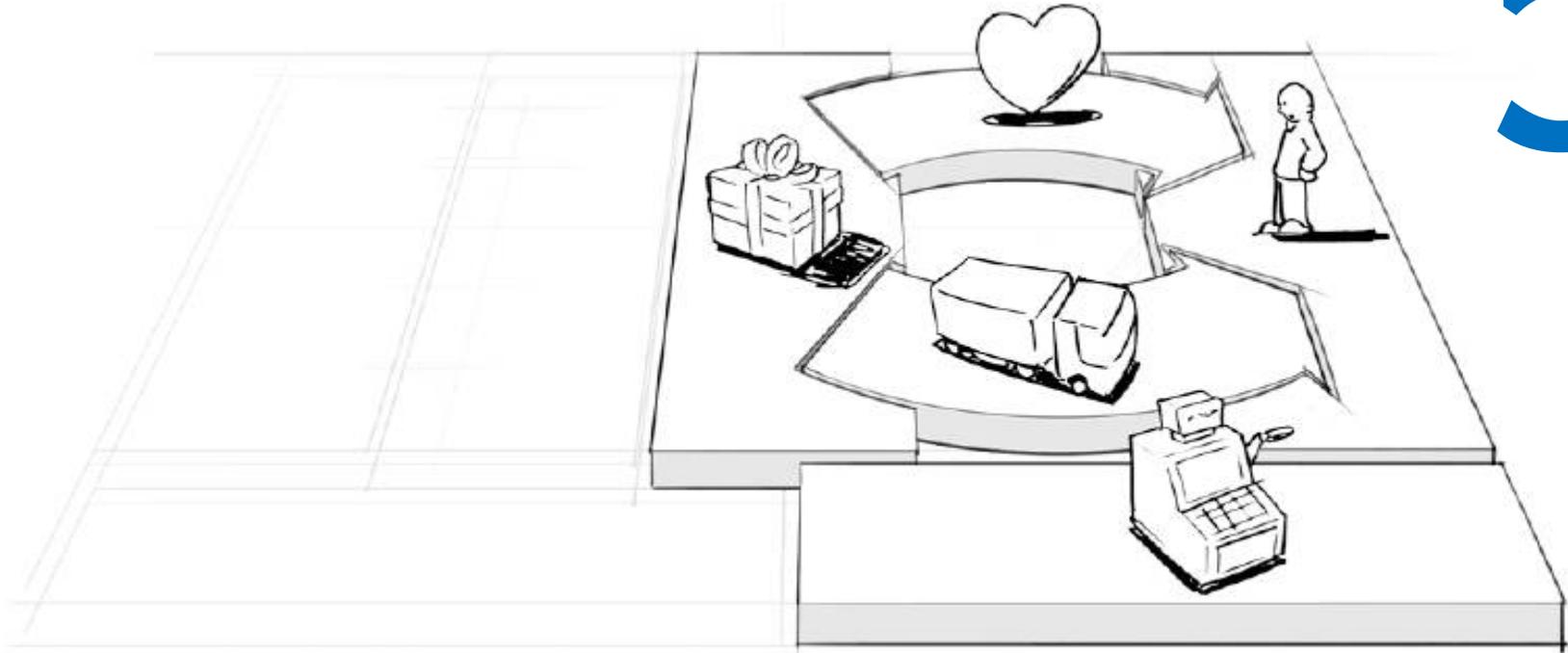
4



- Que tipo de relação cada um dos nossos segmentos de clientes possuem?
- Quais os que nós estabelecemos?
- Como eles são integrados com o resto do nosso modelo de negócio?
- Quão caro eles são?

Fonte de Receitas

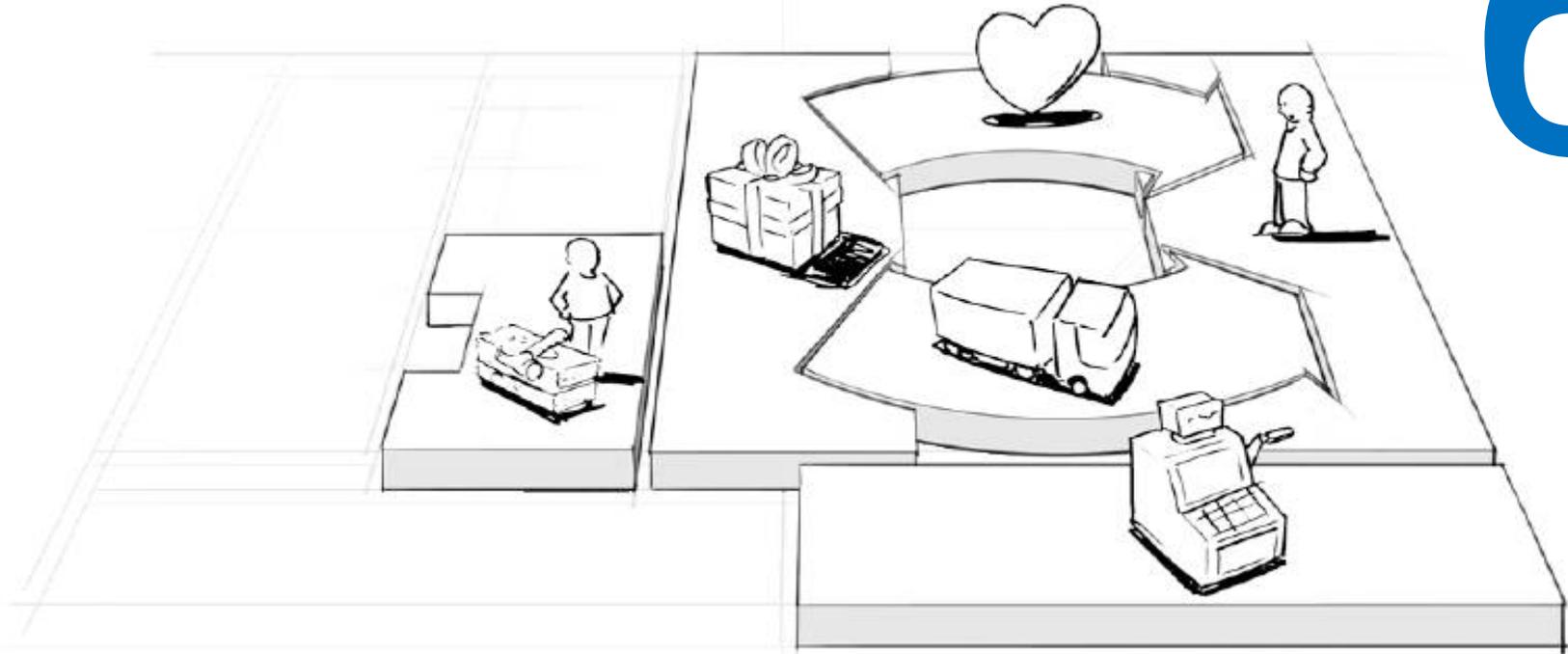
5



- Para que valor os nossos clientes estão realmente dispostos a pagar?
- Para o que eles pagam atualmente?
- Como é que eles preferem pagar?
- Quanto é que cada fonte de receita pode contribuir?

Recursos chave

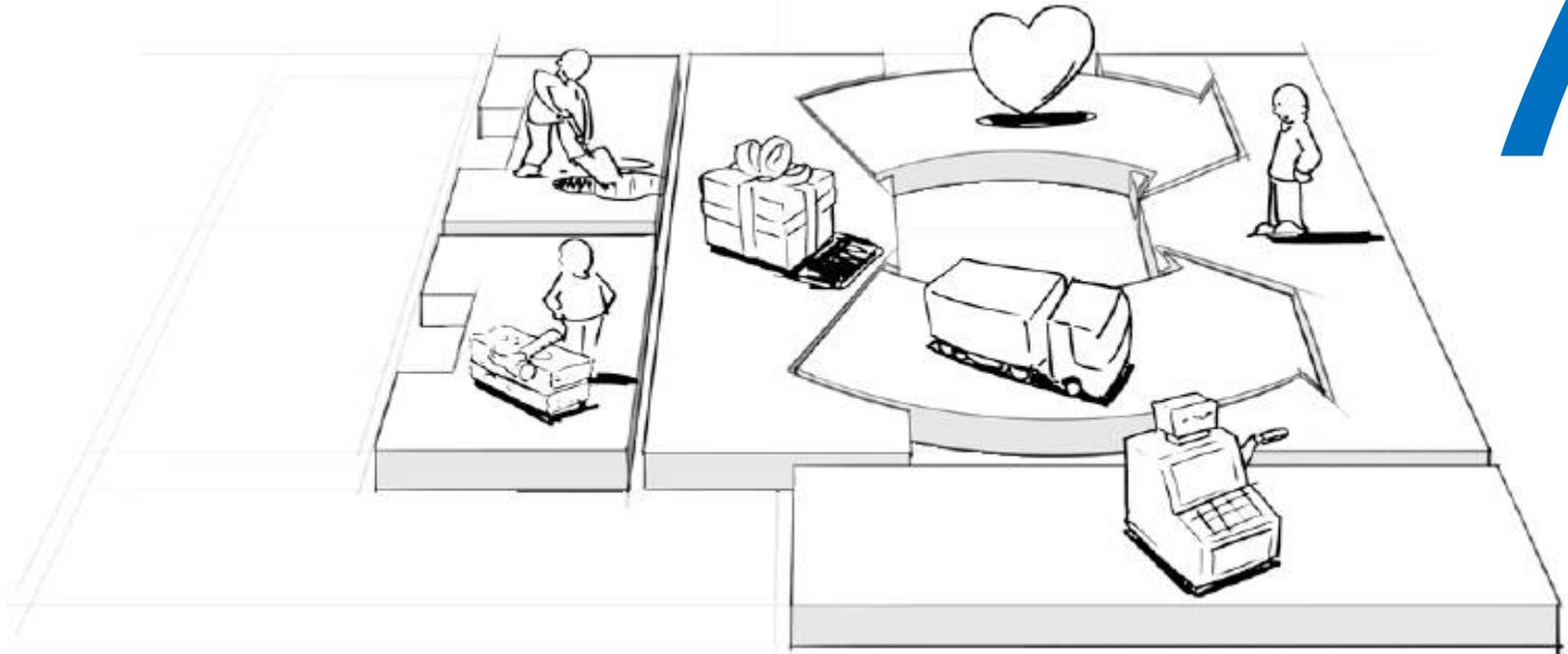
6



- Quais os recursos chave requeridos pela nossa proposta de valor?
- Nossos canais de distribuição? Relacionamento com clientes?
- Fontes de receita?

Atividades chave

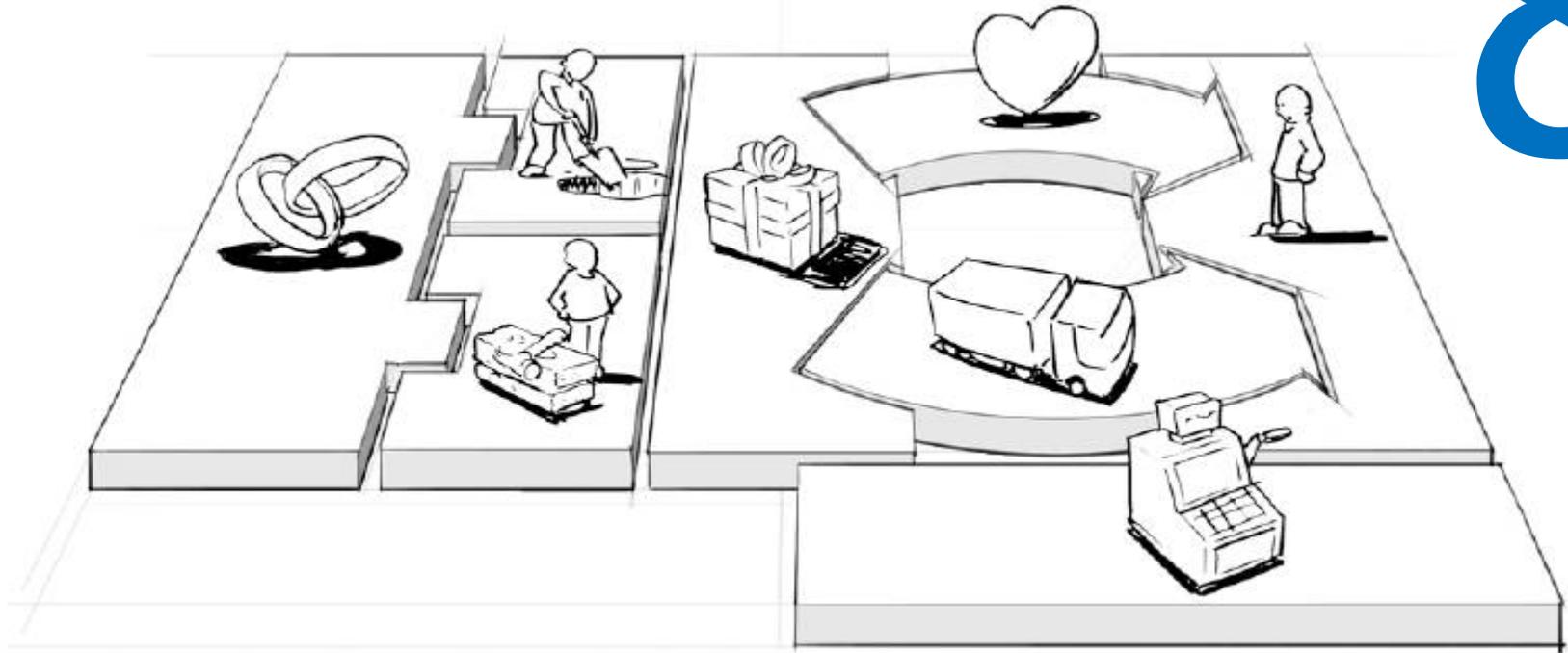
7



- Quais atividades chave são necessárias para entregar nossas proposta de valor?
- Nossos canais de distribuição? Relacionamento com clientes?
- Fontes de receita?

Parcerias Chave

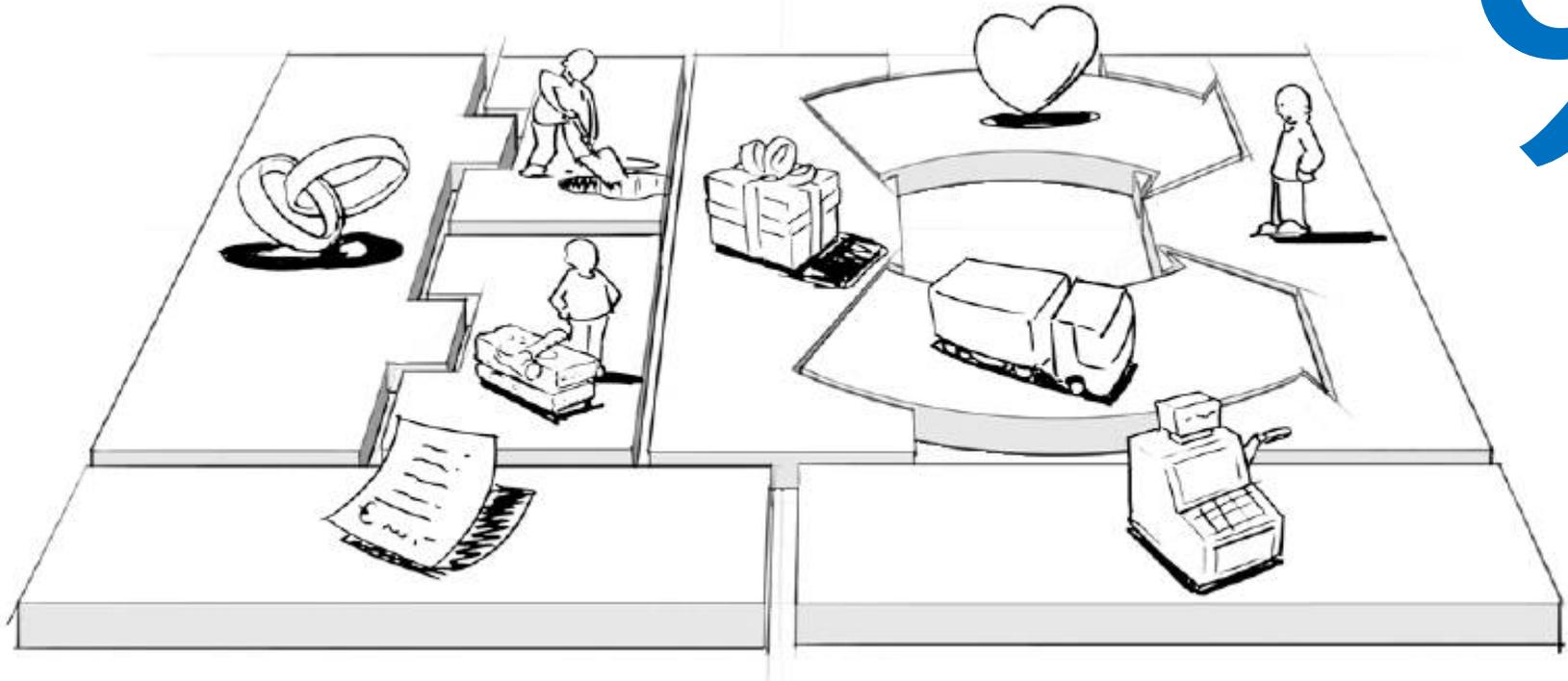
8



- Quem são nossos Parceiros Chave?
- Quais os nossos fornecedores chave?
- Quais recursos chave estamos adquirindo dos parceiros?
- Quais atividades chave os parceiros realizam?

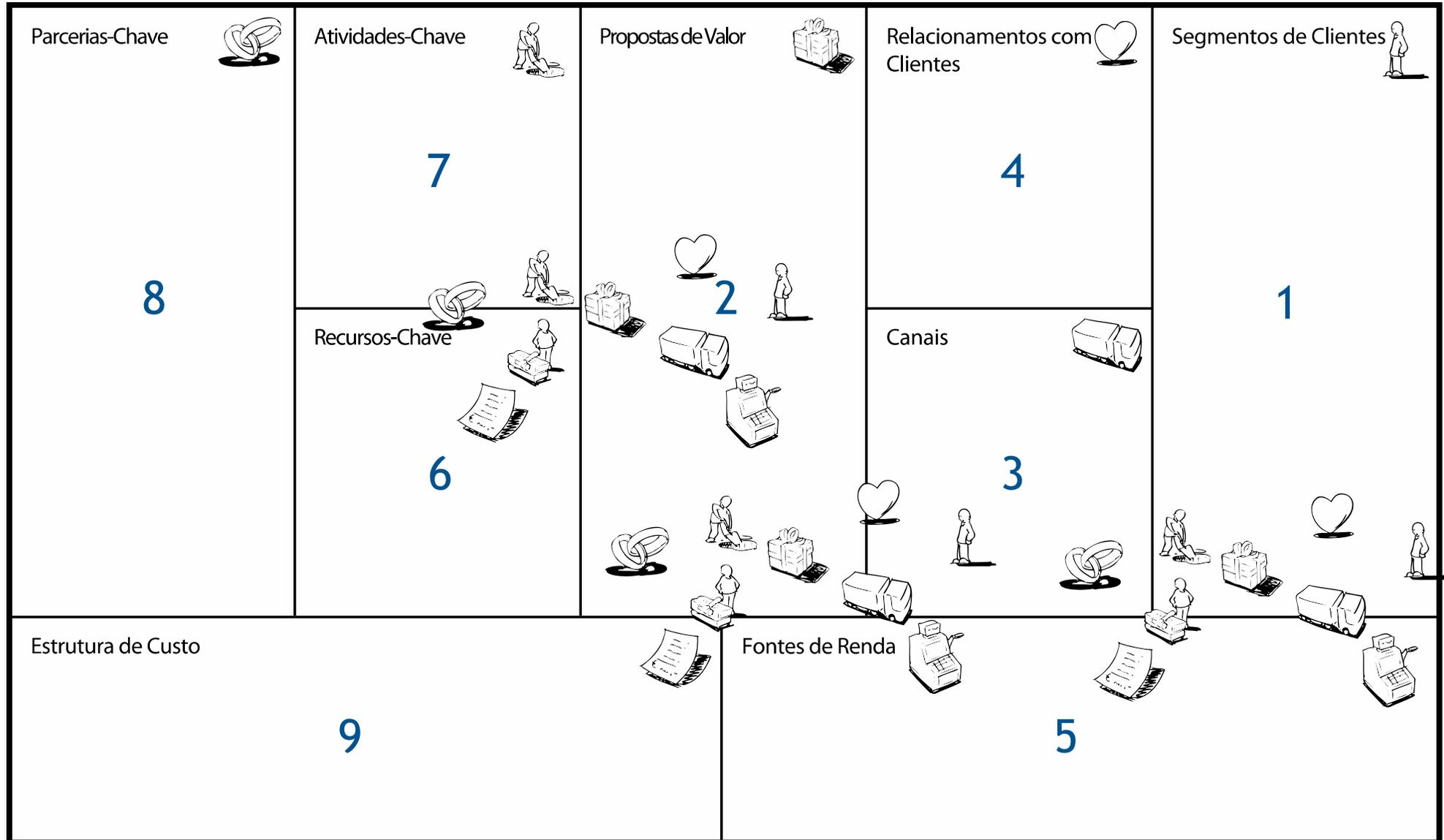
Estrutura de Custo

9

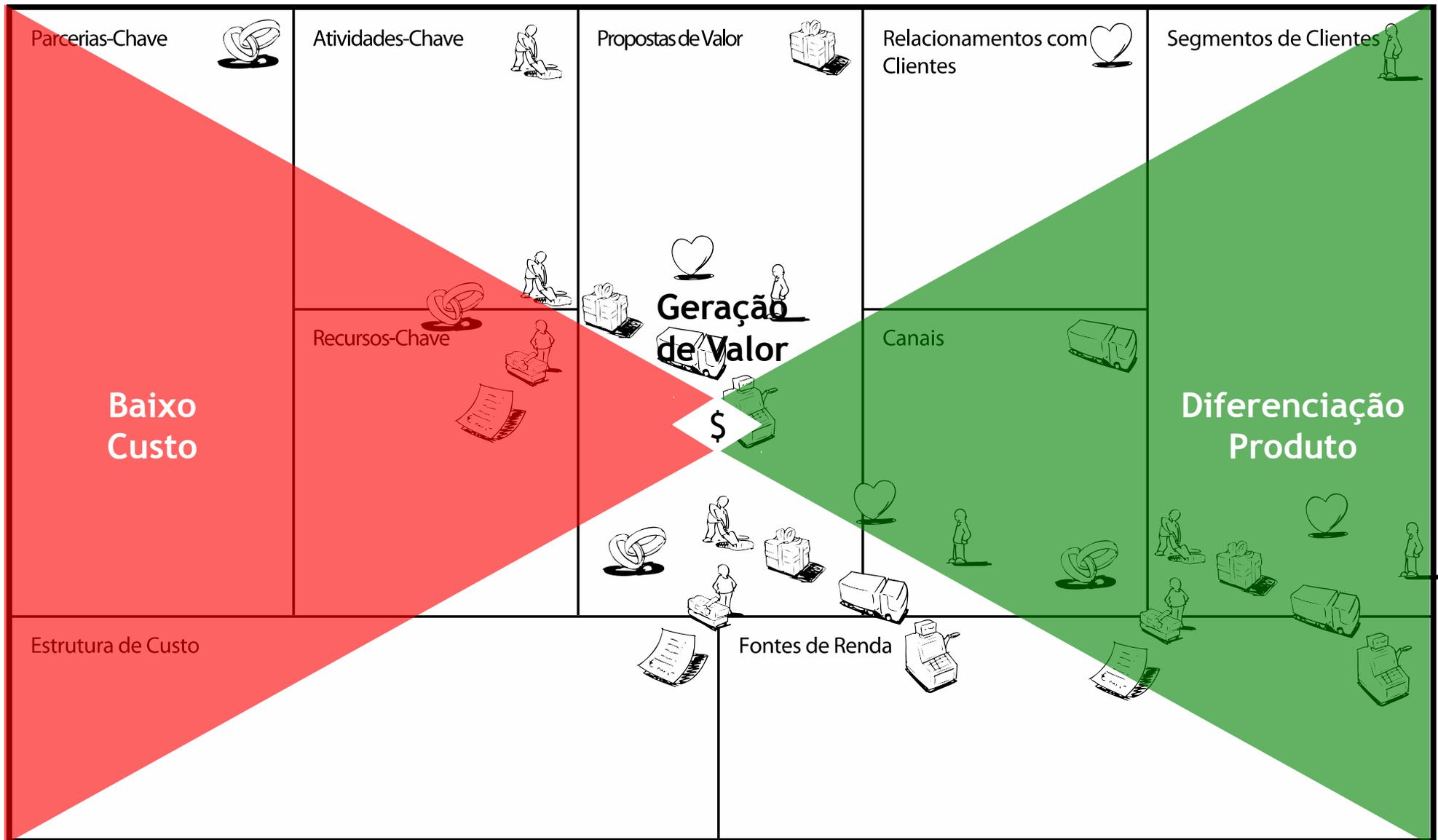


- Quais são os custos mais importantes no modelo de negócios?
- Quais os recursos chave são mais caros?
- Quais as atividades chave são mais caros?

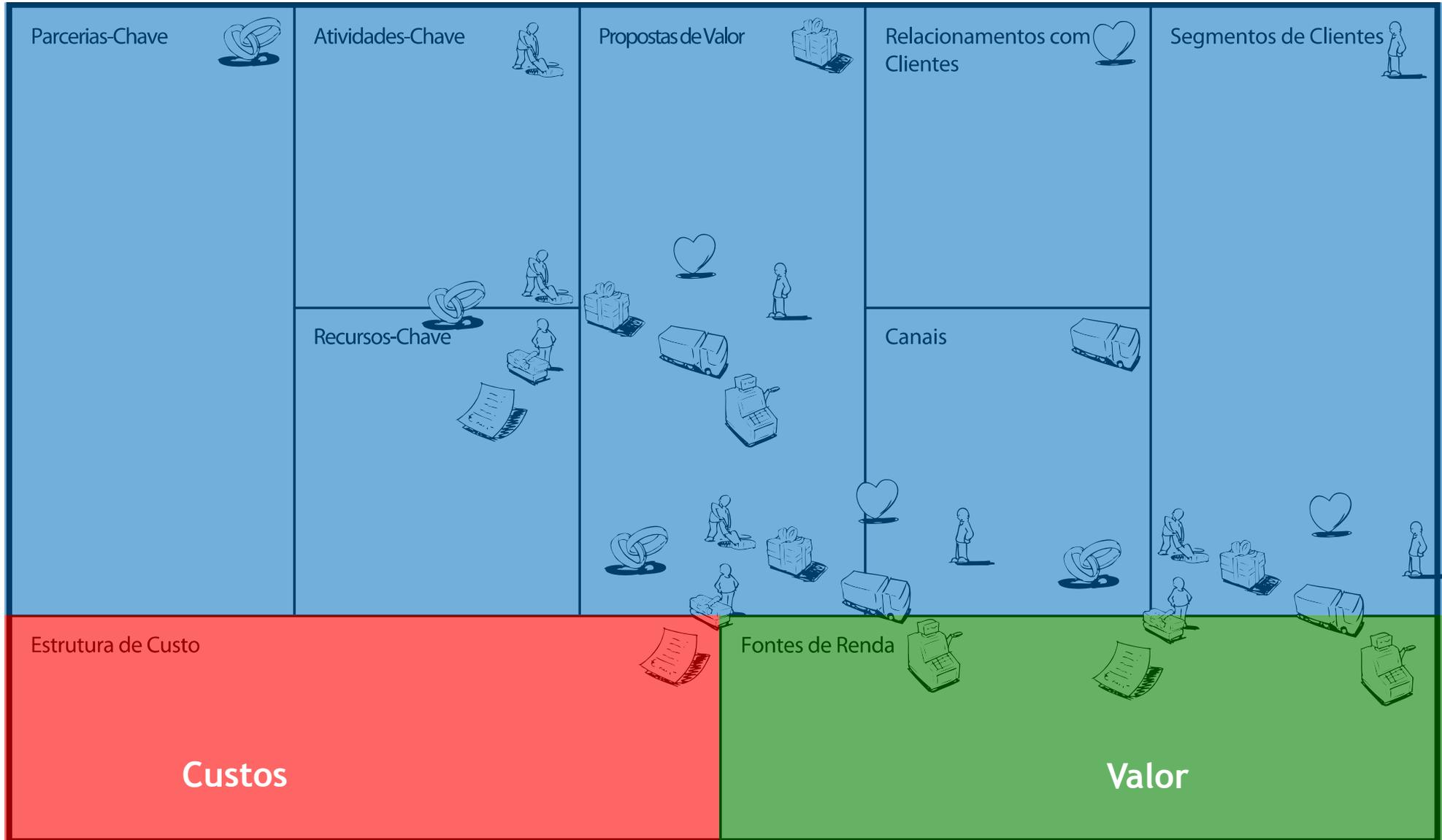
Canvas do Modelo de Negócio



Canvas do Modelo de Negócio



Canvas do Modelo de Negócio



Atividade Prática



- Construir o CANVAS dos seu negócio
- Atividade em Grupo ou Individual: 30 min

9

Componentes de Negócio

1 Segmentação de Clientes

- Para qual cliente criar?
- Quem são os melhores clientes para desenvolver?

2 Proposta de Valor

- Qual problema do cliente estamos ajudando a resolver?
- Qual benefício do cliente estamos ajudando a resolver?
- Qual o diferencial da proposta de valor?
- Qual o valor percebido pelo cliente?

3 Canais de Distribuição e Comunicação

- Onde os clientes podem encontrar o produto ou serviço?
- Como o cliente recebe o produto?
- Como o cliente recebe o serviço?
- Como o cliente recebe o suporte?

4 Relacionamentos com os Clientes

- Qual tipo de relação cada um dos nossos segmentos de clientes deseja?
- Como o cliente se relaciona com o produto ou serviço?
- Como o cliente se relaciona com o suporte?
- Como o cliente se relaciona com o suporte?

5 Fontes de Receita

- Para qual tipo de receita cada um dos nossos segmentos de clientes deseja pagar?
- Como o cliente paga pelo produto ou serviço?
- Como o cliente paga pelo suporte?
- Como o cliente paga pelo suporte?

6 Recursos-chave

- Quais os recursos-chave necessários para criar, entregar e capturar valor?
- Quais os recursos-chave necessários para entregar valor?
- Quais os recursos-chave necessários para entregar valor?

7 Atividades-chave

- Quais as atividades-chave necessárias para criar, entregar e capturar valor?
- Quais as atividades-chave necessárias para entregar valor?
- Quais as atividades-chave necessárias para entregar valor?

8 Recursos-chave

- Quais os recursos-chave necessários para criar, entregar e capturar valor?
- Quais os recursos-chave necessários para entregar valor?
- Quais os recursos-chave necessários para entregar valor?

9 Estrutura de Custos

- Quais os custos-chave necessários para criar, entregar e capturar valor?
- Quais os custos-chave necessários para entregar valor?
- Quais os custos-chave necessários para entregar valor?

5

Padrões de Negócio

1 Empresas Integradas

- Modelo de negócio baseado em uma única atividade-chave.
- Modelo de negócio baseado em uma única atividade-chave.
- Modelo de negócio baseado em uma única atividade-chave.

2 Cadeia Longa

- Modelo de negócio baseado em uma única atividade-chave.
- Modelo de negócio baseado em uma única atividade-chave.
- Modelo de negócio baseado em uma única atividade-chave.

3 Parcerias Múltiplas

- Modelo de negócio baseado em uma única atividade-chave.
- Modelo de negócio baseado em uma única atividade-chave.
- Modelo de negócio baseado em uma única atividade-chave.

4 Escaláveis

- Modelo de negócio baseado em uma única atividade-chave.
- Modelo de negócio baseado em uma única atividade-chave.
- Modelo de negócio baseado em uma única atividade-chave.

5 Diversos

- Modelo de negócio baseado em uma única atividade-chave.
- Modelo de negócio baseado em uma única atividade-chave.
- Modelo de negócio baseado em uma única atividade-chave.

1

Conceito



4

Estratégias

1 Análise de problemas

2 Análise de forças

3 Análise de oportunidades

4 Análise de riscos

6

Ferramentas de Desenho

1 Canvas de Negócio

2 Canvas

3 Canvas de Valor

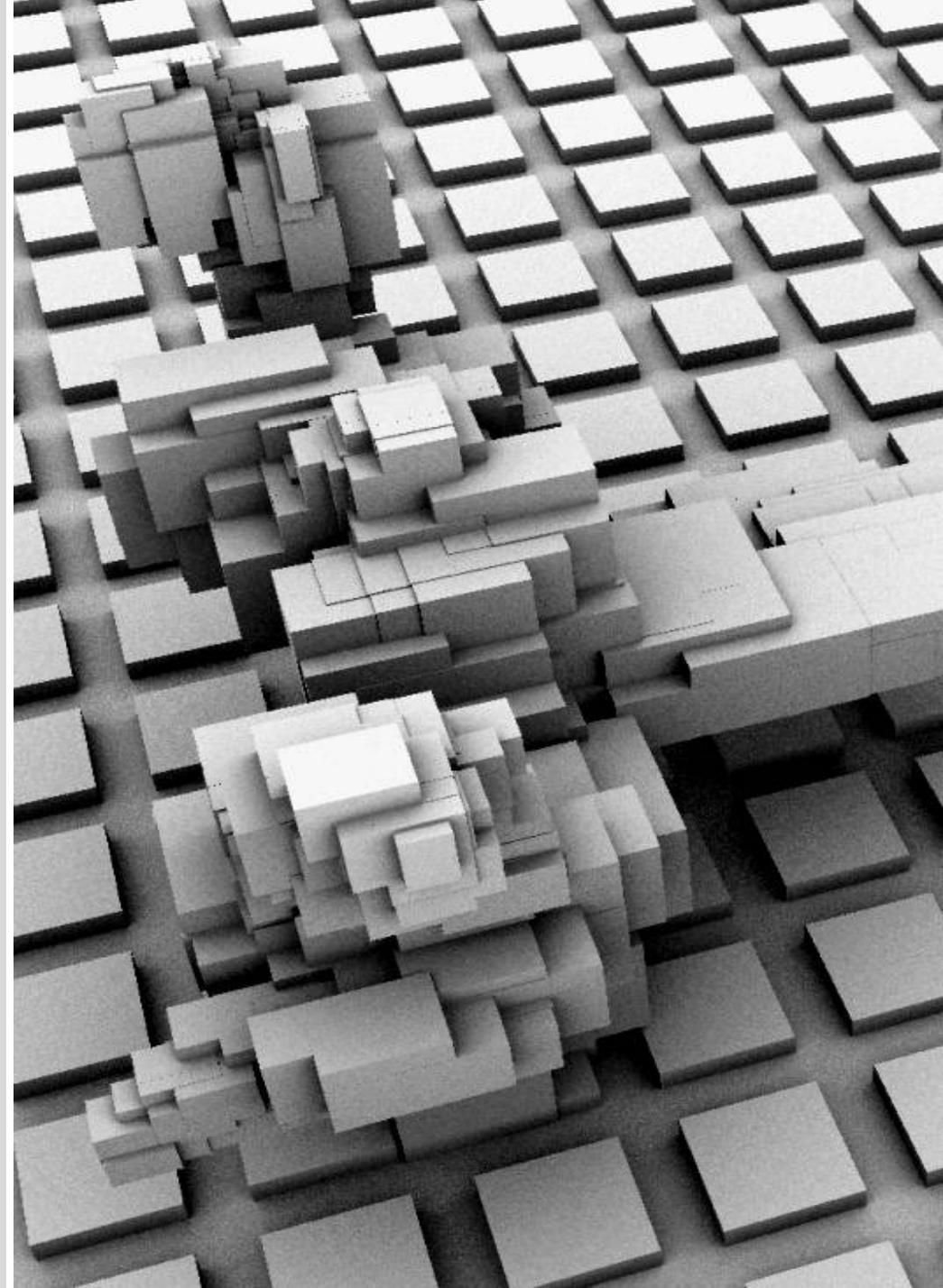
4 Canvas

5 Canvas

6 Canvas

5

Padrões de Modelo de Negócios



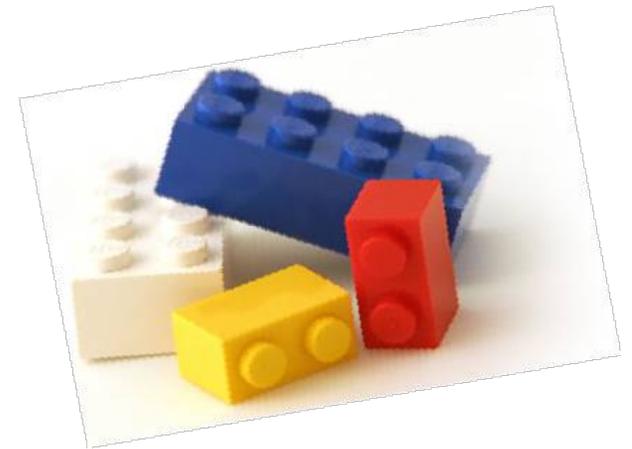
1

Empresas desagregadas

São três tipos de negócios:

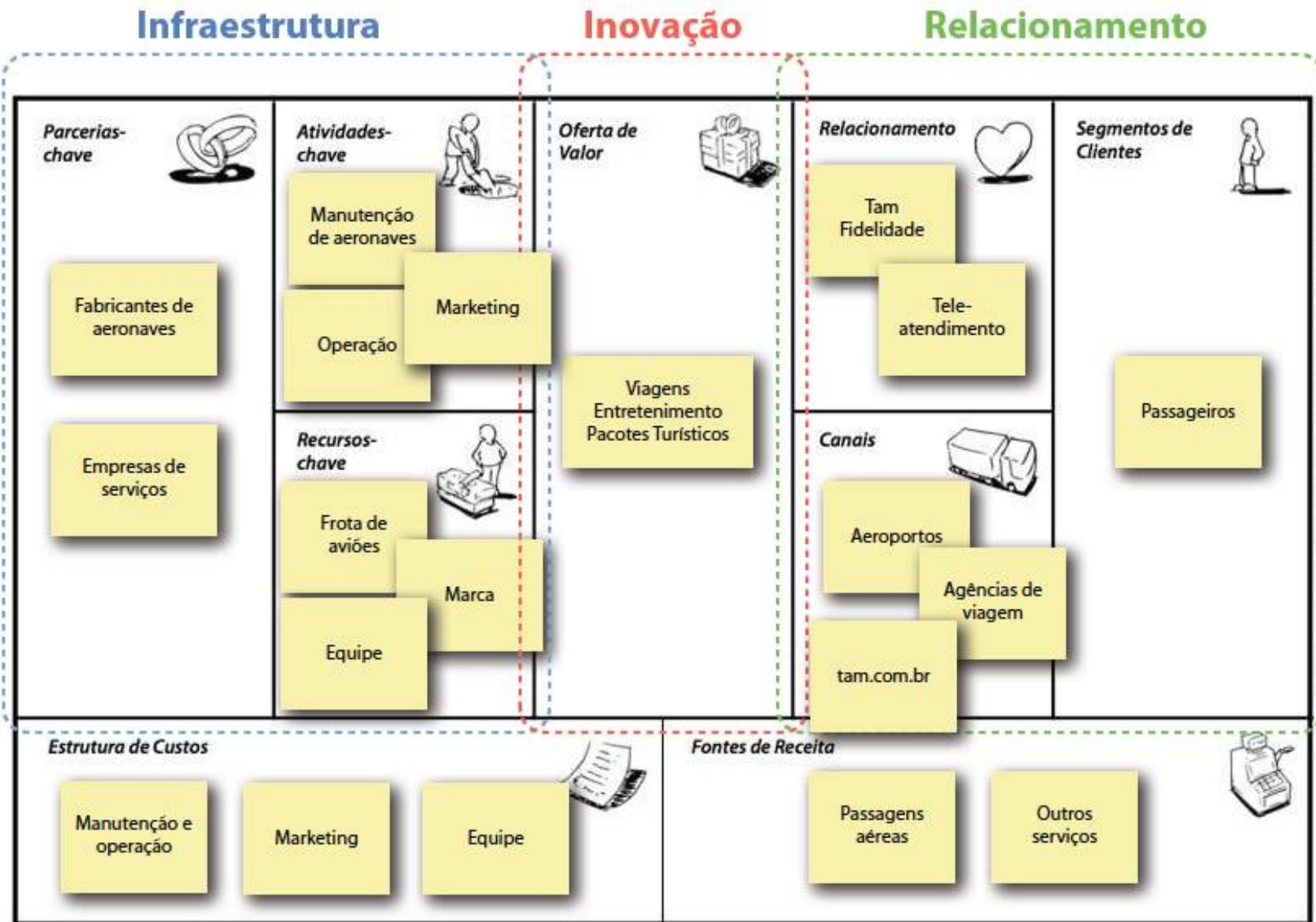
- Baseados em relacionamento com os clientes
- Baseados em inovações de produtos
- Baseados em infraestrutura

Os três tipos podem coexistir em uma única empresa, porém o ideal seria que se dividam em unidades separadas, gerando três modelos de negócios dentro de um, de modo a evitar conflitos comerciais



1

Empresas desagregadas



2 Cauda Longa

- Modelo de Negócios de cauda longa (Long Tails) é simplesmente vender menos de mais
- Se concentra em oferecer grande quantidade de produtos para nichos específicos
- Requer baixo custo de estoques e robustas plataformas de produtos de nicho disponíveis aos compradores interessados



2 Cauda Longa



Buscar [Ayuda](#) Visita nuestra página de soporte.

[Conectarse](#) | [Registrarse](#) | [Carro](#)

[Publicar](#) | [Comprar](#) | [Servicios](#) | [Comunidad](#) | [Mi Lulu](#) | [Soporte](#) | [Demo de Lulu](#)

Buscar [obtenerlo](#)

Crear | [Libros](#) | [eBooks](#) | [Calendarios](#) | [Álbumes](#)

New on Lulu [see more >](#)



Universidad, escuelas de diseño y tecnologías de la comunicación
Por Javier Covarrubias C.
Tapa blanda: \$10.75



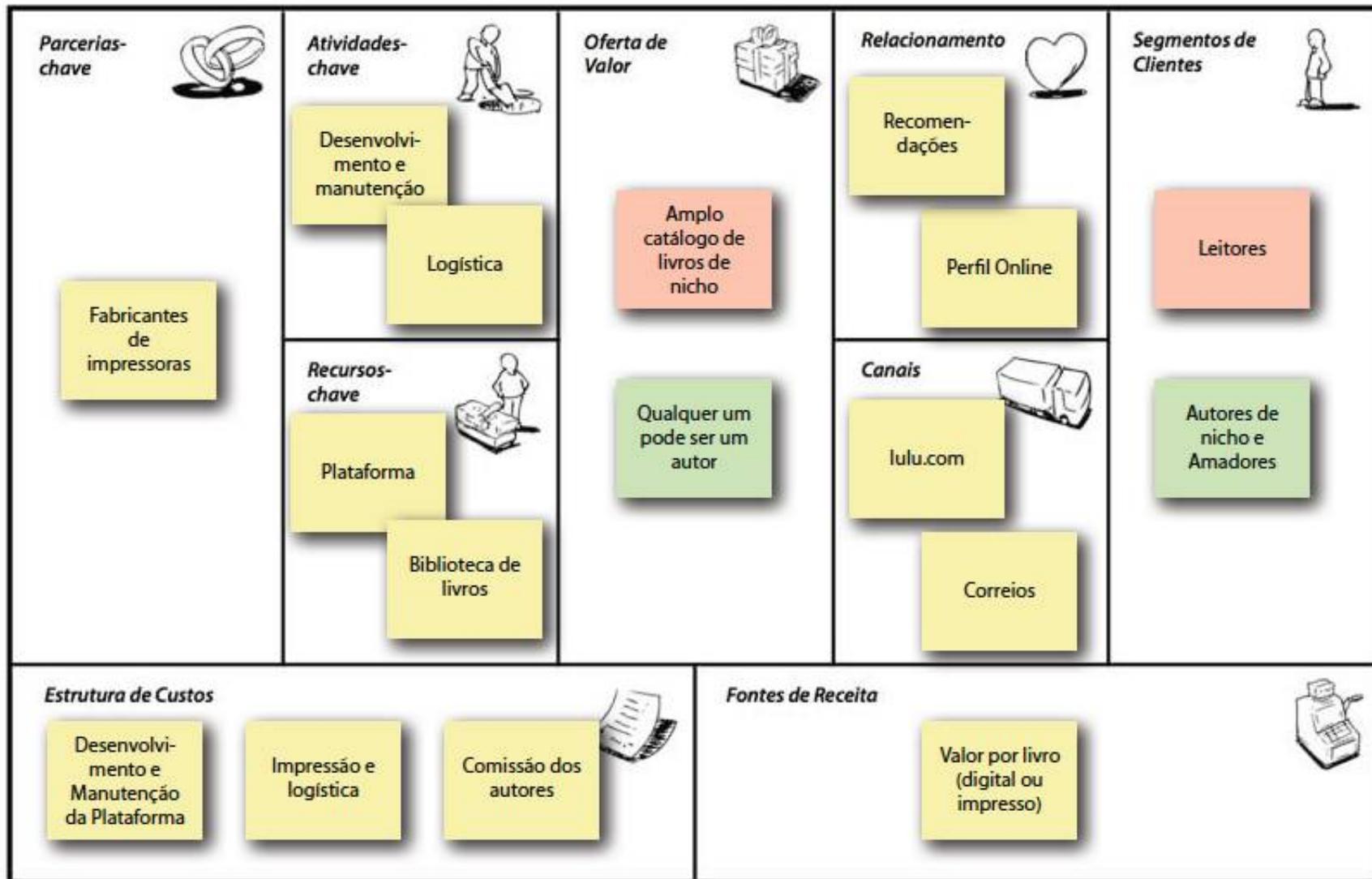
Universidad, escuelas de diseño y tecnologías de la comunicación
Por Javier Covarrubias C.
Descarga de archivo: \$2.95



Motivación y Refuerzo (Spanish)
Por Robert Schramm, MA, BCBA
Tapa blanda: \$44.95

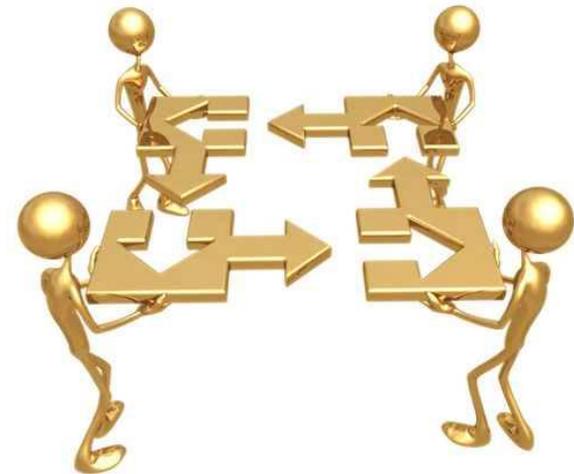
Nueva opción de envíos
Rastreable. Más Barato.

2 Cauda Longa

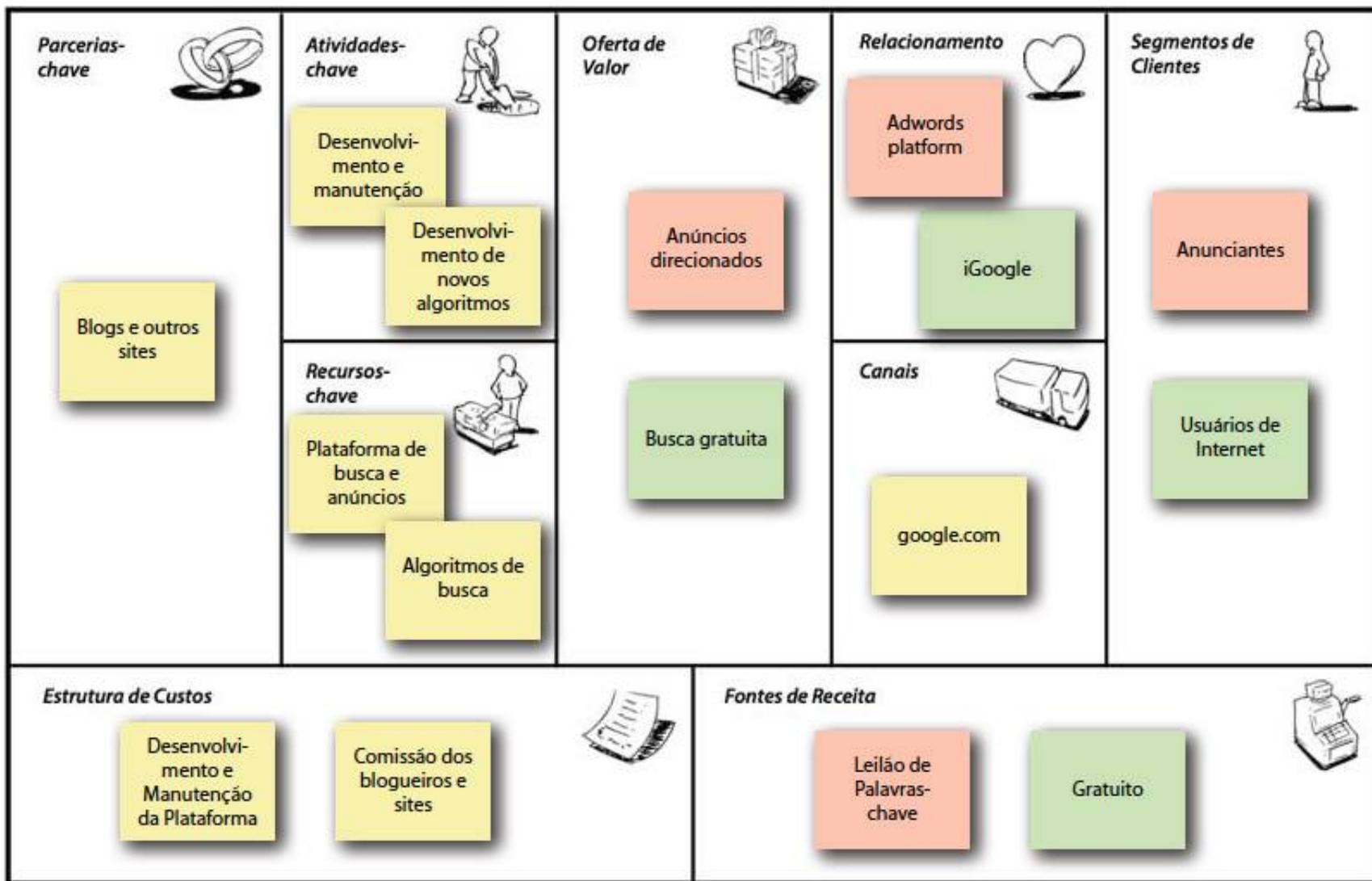


3 Plataformas Múltiplas

- Modelo de Negócios baseados em plataformas múltiplas tem objetivo reunir grupos interdependentes e distintos de clientes
- Cria valores, facilitando a interação entre os diferentes grupos
- Efeito multiplicador (rede) de usuários ocorre na medida que as plataformas ficam mais robustas



3 Plataformas Múltiplas

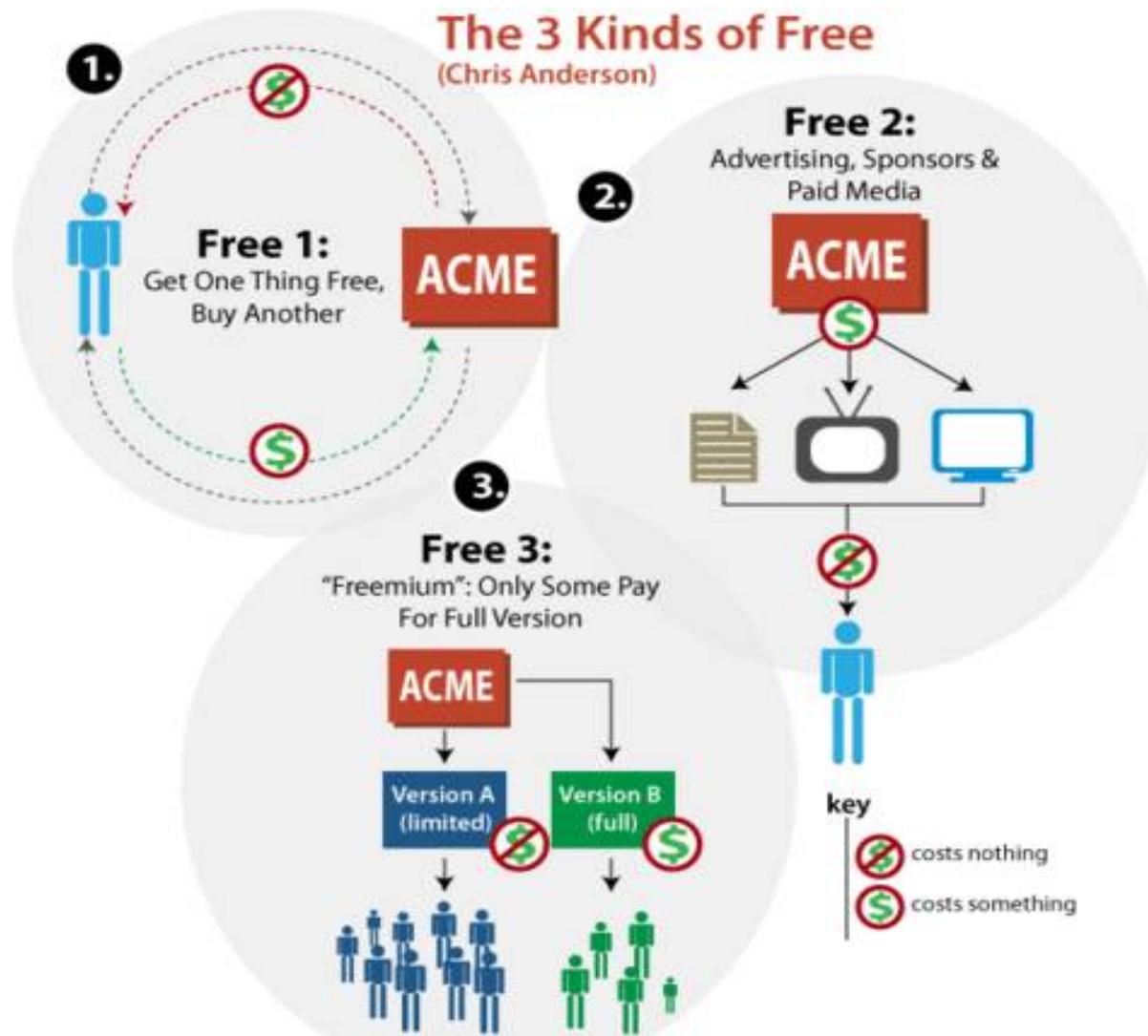


4 Gratuito

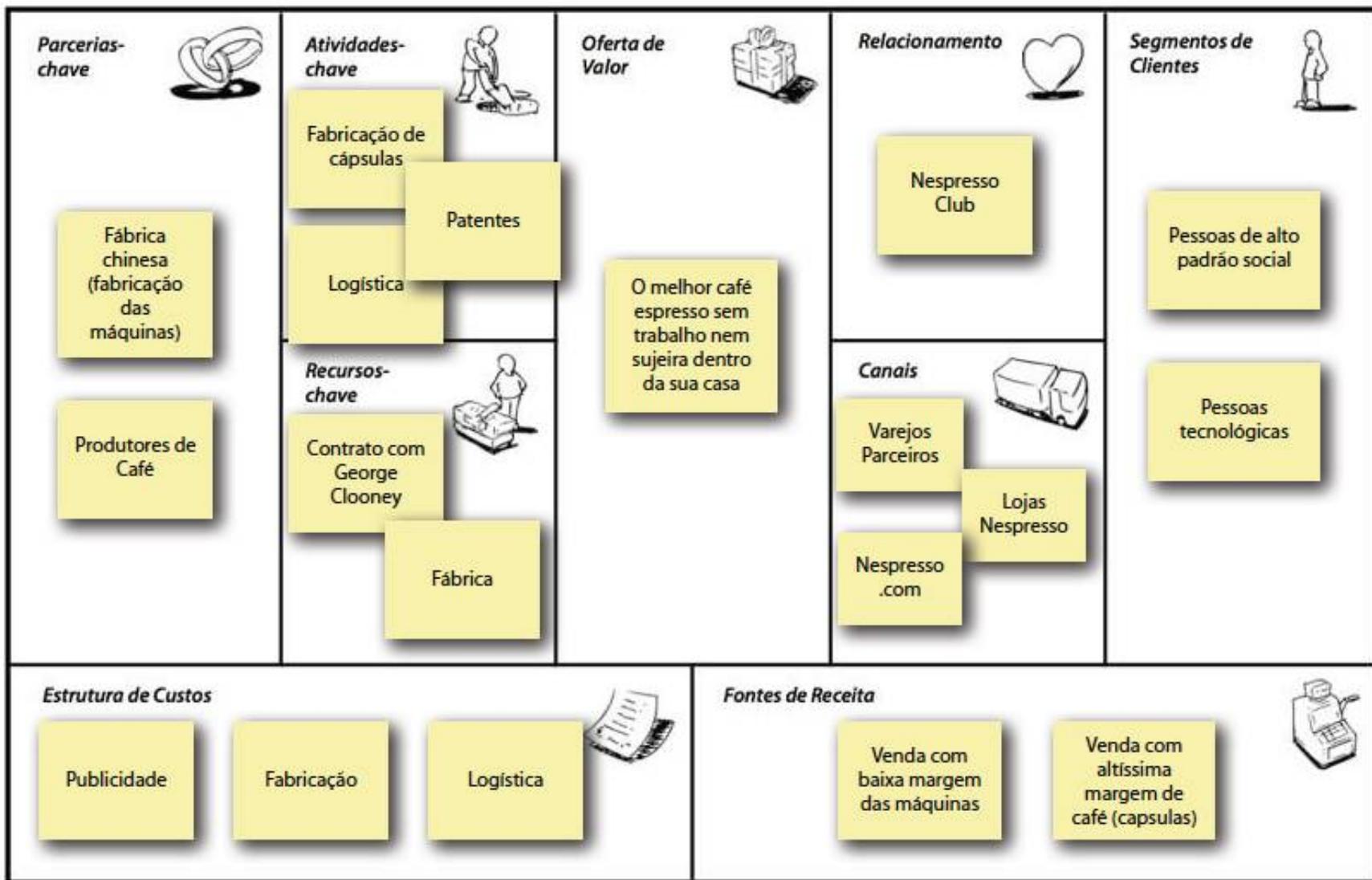
- Modelo de Negócios Gratuito atende um segmento importante de clientes que podem obter benefícios contínuos sem custos
- Diferentes modelos permitem fazer uma oferta gratuita para atrair clientes, depois se financia por um menor segmento de clientes que pode aderir serviços adicionais pagos



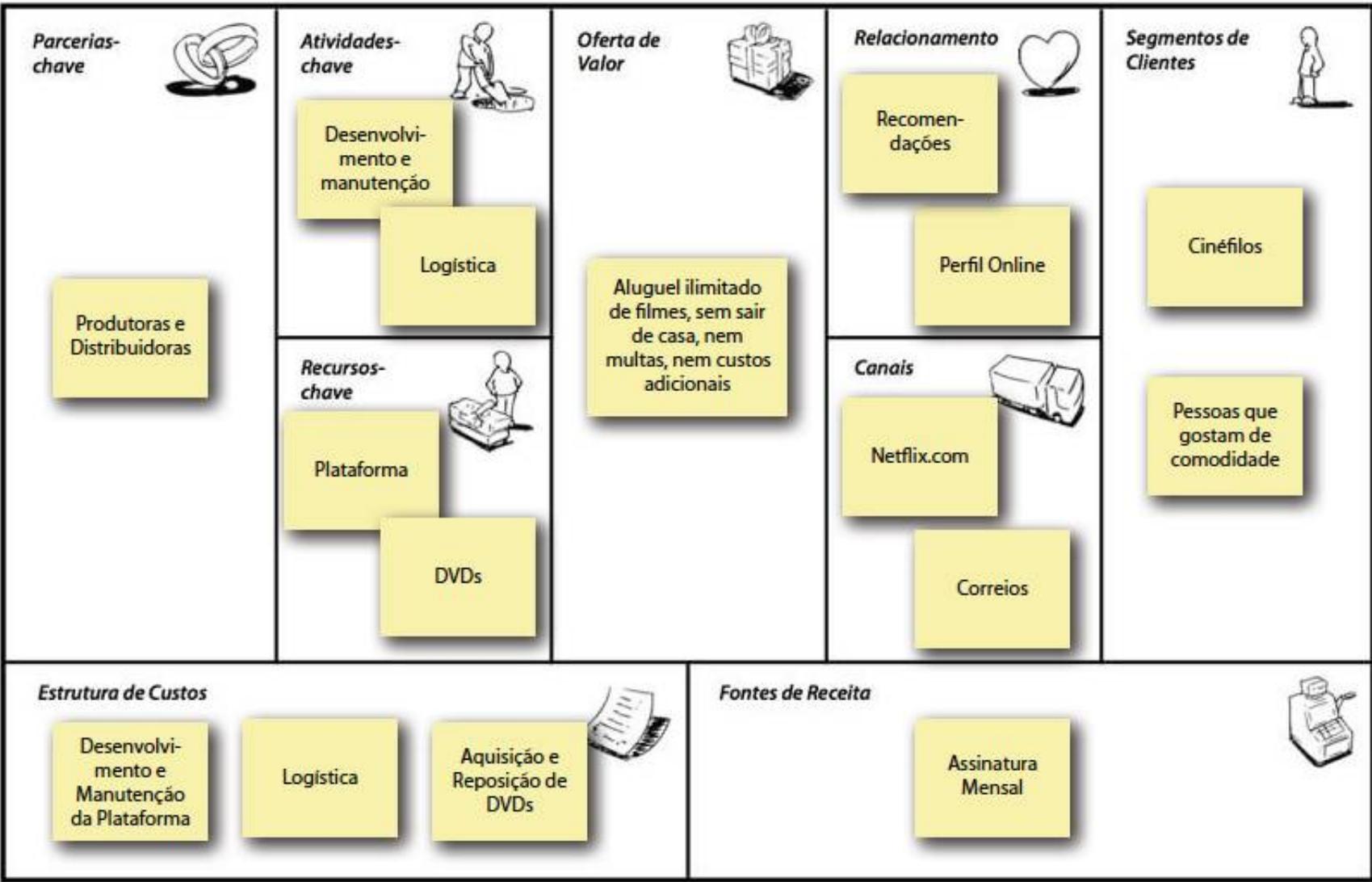
4 Gratuito | Três Tipos



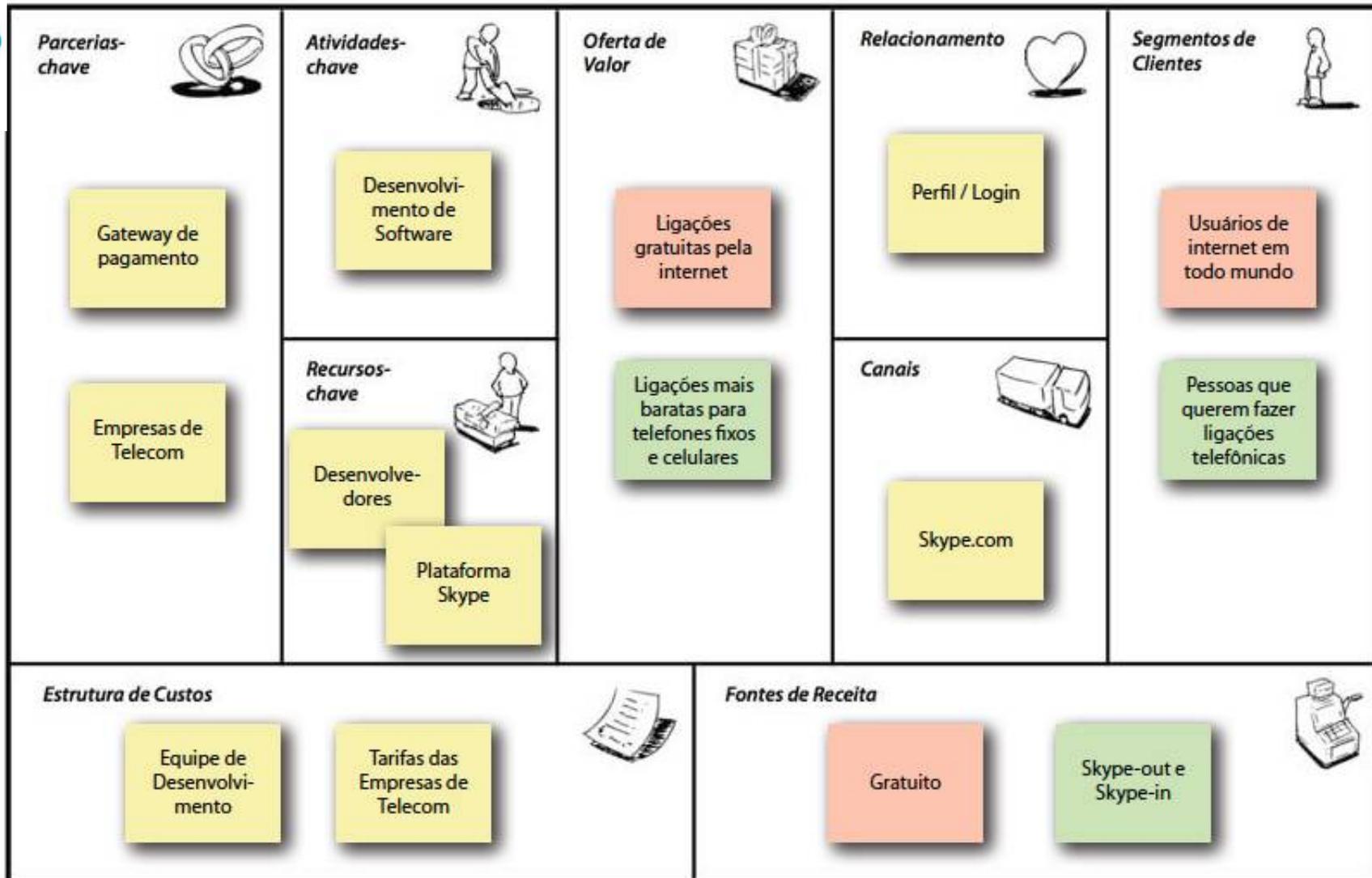
4 Gratuito | Isca e Anzol



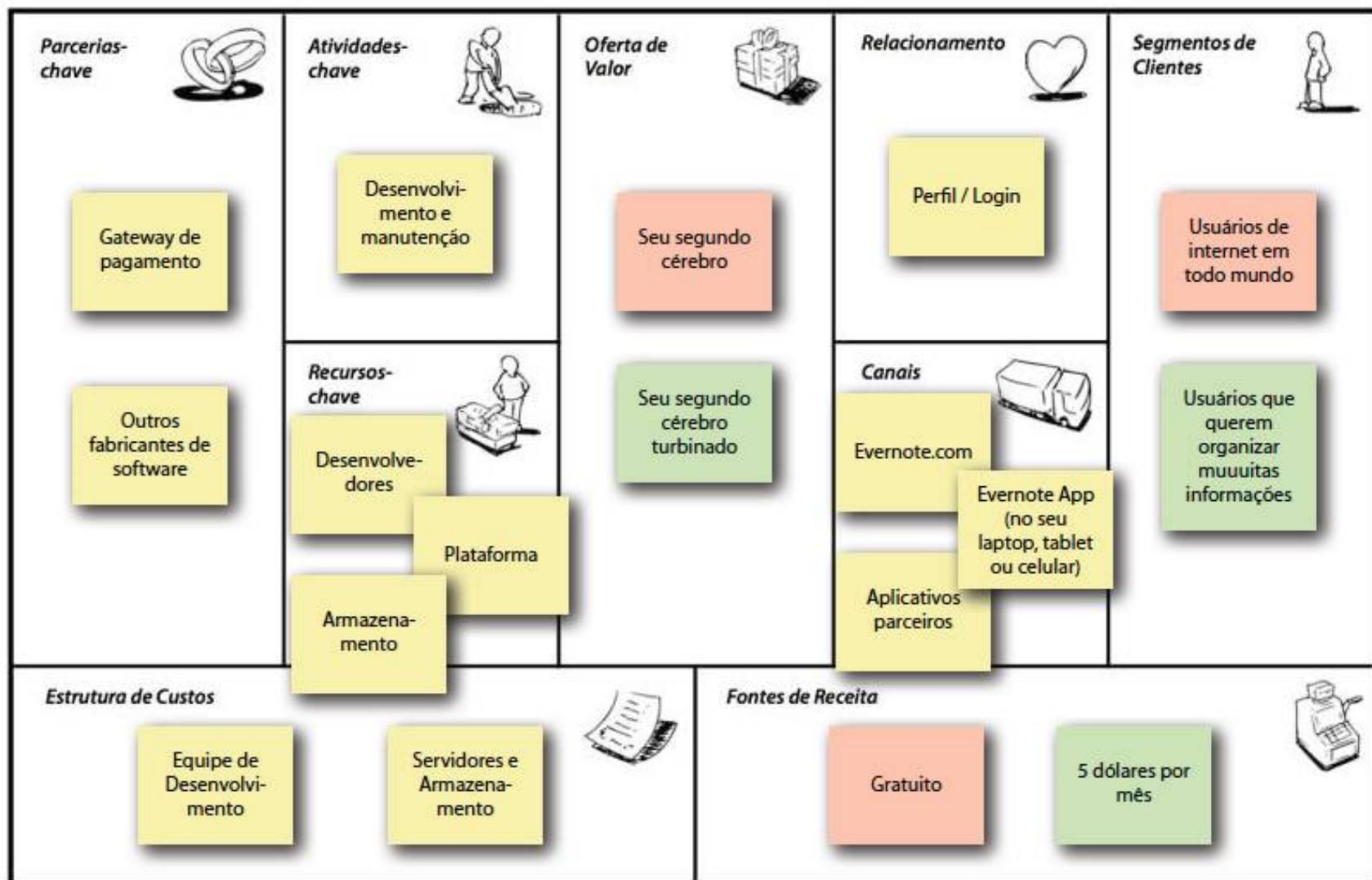
4 Gratuito | Aluguel por Assinatura



4 Gratuito | Freemium

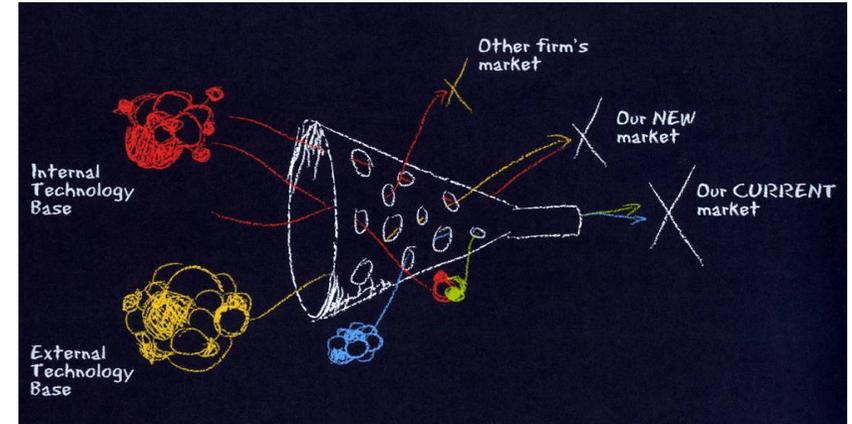


4 Gratuito | Freemium

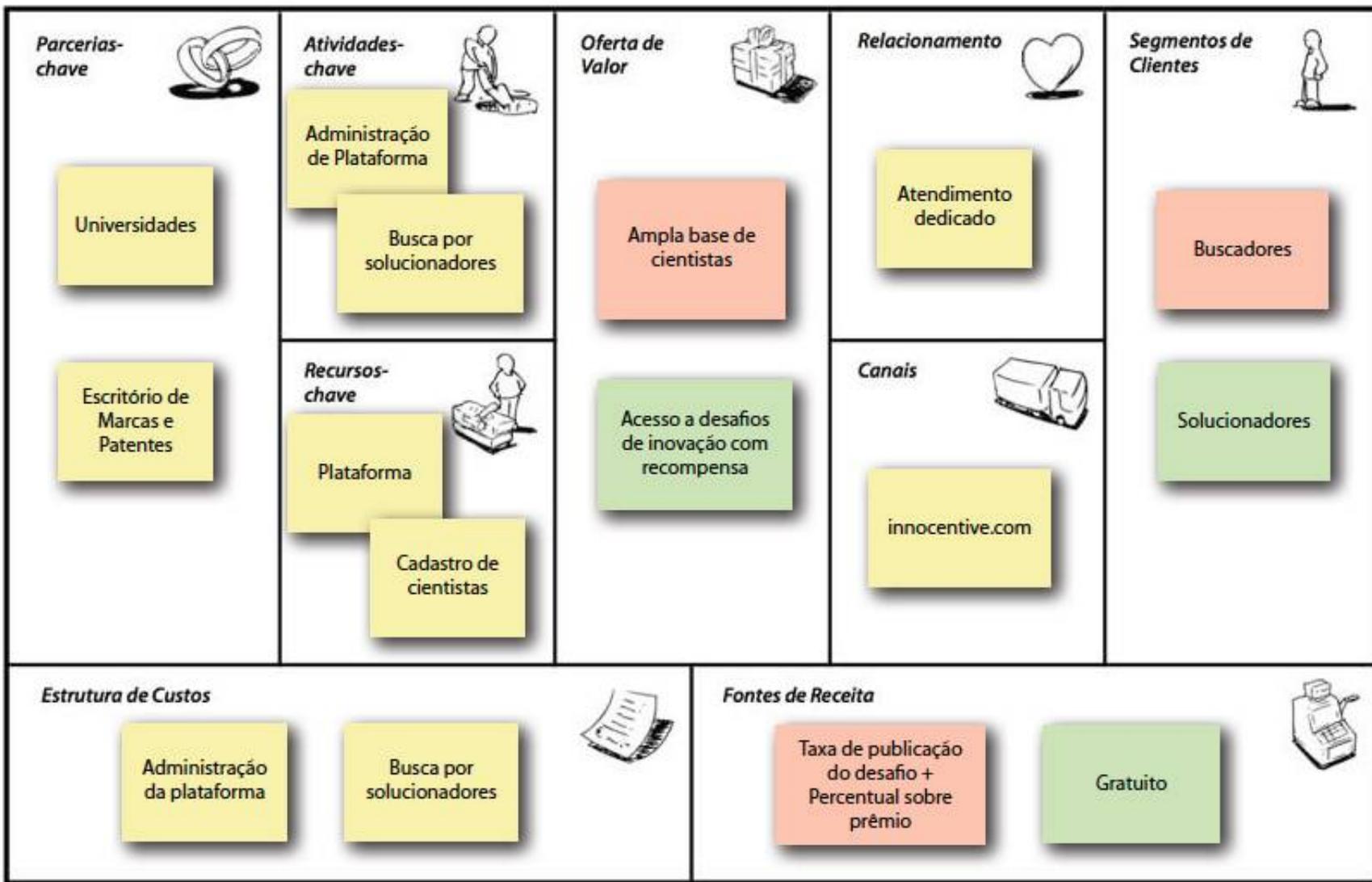


5 Abertos

- Modelo de Negócios Abertos estão sendo utilizados por empresas para criar e capturar valor a partir da colaboração de clientes ou agentes externos
- Este processo pode acontecer tanto dentro do negócio quanto fora, explorando novas ideias propostas e construídas em conjunto



5 Abertos



Estudo de caso



OURCRAVE é uma **plataforma online de compras**, onde os consumidores fazem suas próprias **negociações**, tanto produtos quanto serviços, com **fornecedores** dispostos a oferecer **boas ofertas**.

Business Canvas #1

<p><i>Key Partners</i> </p> <ul style="list-style-type: none"> - Fornecedores poderosos - Servidores 	<p><i>Key Activities</i> </p> <ul style="list-style-type: none"> - Manutenção online das comunidades de consumidores/fornecedores e credibilidade nas transações - Promover o site e a marca 	<p><i>Value Propositions</i> </p> <p><u>Fornecedores:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Acesso a grande quantidade de consumidores - Vendas em quantidade com taxas pequenas <p><u>Consumidores</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Maiores descontos 	<p><i>Customer Relationships</i> </p> <ul style="list-style-type: none"> - Serviço automático - Comunidade de consumidores e fornecedores - Criação em conjunto de valor(feedback dos consumidores) 	<p><i>Customer Segments</i> </p> <p>Plataforma Multilateral</p> <p><u>Fornecedores:</u></p> <p>Fornecedores da Amazon e Ebay que vendam eletrônicos.</p> <p><u>Consumidores:</u></p> <p>Quem faz compras online</p>
<p><i>Cost Structure</i> </p> <ul style="list-style-type: none"> - Custo variável: servidor - Custos fixos: aluguel e salários 		<p><i>Revenue Streams</i> </p> <p><u>Fornecedores:</u> <u>Consumidores</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Taxa de transação - Publicidade contextualizada 		

Resultado das Entrevistas

Fornecedores



- 57% demonstraram interesse;
- 56% pagam 10~20% taxa de transação;
- 22% pagam 5~10% taxa de transação.
- 78% concordam que é caro;
- 33% concedem descontos proporcional para vendas em grupos.

Consumidores



- 3 Pontos:
- Consumidores estão muito interessados em descontos;
- Querem poder de escolher os produtos;
- Consideram opiniões de outros usuários antes da compra.

Business Canvas #2

<p><i>Key Partners</i> </p> <ul style="list-style-type: none"> - Fornecedores poderosos - Fornecedores que precisam de volume - Servidores 	<p><i>Key Activities</i> </p> <ul style="list-style-type: none"> - Manutenção online das comunidades de consumidores/fornecedores e credibilidade nas transações - Promover o site e a marca 	<p><i>Value Propositions</i> </p> <p><u>Fornecedores:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Acesso a grande quantidade de consumidores - Aumento no volume de vendas - Vendas em quantidade com taxas pequenas <p><u>Consumidores</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Maiores descontos - Poder de escolha do produto; - Comunidade para dar feedbacks de produtos e fornecedores 	<p><i>Customer Relationships</i> </p> <ul style="list-style-type: none"> - Serviço automático - Comunidade de consumidores e fornecedores - Criação em conjunto de valor(feedback dos consumidores) 	<p><i>Customer Segments</i> </p> <p>Plataforma Multilateral</p> <p><u>Fornecedores:</u></p> <p>Fornecedores da Amazon e Ebay que vendam eletrônicos.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fornecedores confiáveis com um site verificável <p><u>Consumidores:</u></p> <p>Quem faz compras online</p> <ul style="list-style-type: none"> - Compradores online que buscam grandes descontos
<p><i>Cost Structure</i> </p>		<p><i>Revenue Streams</i> </p> <p><u>Fornecedores:</u> <u>Consumidores</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Taxa de transação - Publicidade contextualizada 		

Como atrair clientes?

Melhor canal de marketing é o Mural Facebook
: 144 visitantes únicos, 10 cadastros durante 3 dias



Facebook Wall

(Taxa de
Conversão)

5%

(Custo)

\$0



Google Adwords

0.08%

\$7.52



Facebook Ads

0.005%

\$4.88

Business Canvas #3

<p><i>Key Partners</i> </p> <ul style="list-style-type: none"> - Fornecedores que precisam de volume - Servidores - Serviços: <p>Divulgação google e Facebook</p>	<p><i>Key Activities</i> </p> <ul style="list-style-type: none"> - Manutenção online das comunidades de consumidores/fornecedores e credibilidade nas transações - Promover o site e a marca 	<p><i>Value Propositions</i> </p> <p><u>Fornecedores:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Aumento no volume de vendas - Vendas em quantidade com taxas pequenas <p><u>Consumidores</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Maiores descontos - Poder de escolha do produto; - Comunidade para dar feedbacks de produtos e fornecedores 	<p><i>Customer Relationships</i> </p> <ul style="list-style-type: none"> - Serviço automático - Comunidade de consumidores e fornecedores - Criação em conjunto de valor(feedback dos consumidores) 	<p><i>Customer Segments</i> </p> <p>Plataforma Multilateral</p> <p><u>Fornecedores:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Fornecedores confiáveis com um site verificável <p><u>Consumidores:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Compradores online que buscam grandes descontos
<p><i>Cost Structure</i> </p> <ul style="list-style-type: none"> - Custo variável: servidor - Custos fixos: aluguel e salários - Divulgação online 		<p><i>Revenue Streams</i> </p> <p><u>Fornecedores:</u> <u>Consumidores</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Taxa de transação - Publicidade contextualizada 		

Fornecedores

Problemas

- Sem desconto para grupos
- Descontos pequenos (<10%)
- Produto + taxas > Preço Amazon



Solução

- Mais fornecedores menores
- Agregar valor ao produto
- Construir um bom website



Resultados

- 200 e-mails de resposta;
- 180 cadastro de fornecedores;
- 50 e-mails com sugestões;
- 80 negócios fechados abaixo do preço Amazon.



2,186 Visits



49.27% Bounce Rate



13,103 Pageviews



00:05:46 Avg. Time on Site



5.99 Pages/Visit



66.06% % New Visits

Consumidores

Incentivar o Compartilhamento



- OurCrave Point
- Desconto Extra
- Frete grátis

Comunidade dos Consumidores



- Página de comentários;
- Votação nas melhores pechinchas;
- Competição no YouTube.

Business Canvas Final

<p><i>Key Partners</i> </p> <ul style="list-style-type: none"> - Fornecedores que precisam de volume - Servidores - Serviços: <p>Divulgação google e Facebook</p> <ul style="list-style-type: none"> - Meios de pagamento: PayPal - Meios de entrega 	<p><i>Key Activities</i> </p> <ul style="list-style-type: none"> - Manutenção online das comunidades de consumidores/fornecedores e credibilidade nas transações - Promover o site e a marca 	<p><i>Value Propositions</i> </p> <p><u>Fornecedores:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Aumento no volume de vendas - Vendas em quantidade com taxas pequenas - Acesso a informações dos consumidores 	<p><i>Customer Relationships</i> </p> <ul style="list-style-type: none"> - Serviço automático - Comunidade de consumidores e fornecedores - Criação em conjunto de valor(feedback dos consumidores) 	<p><i>Customer Segments</i> </p> <p>Plataforma Multilateral</p> <p><u>Fornecedores:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Fornecedores confiáveis com um site verificável <p><u>Consumidores:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Compradores online que buscam grandes descontos
<p><i>Cost Structure</i> </p> <ul style="list-style-type: none"> - Custo variável: servidor - Custos fixos: aluguel e salários - Divulgação online 	<p><i>Revenue Streams</i> </p> <p><u>Fornecedores:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Taxa de transação <p><u>Consumidores</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Publicidade contextualizada 			

Intervalo



- Bom almoço!!
- Retornaremos pontualmente às 14:00

7

Questões para
avaliar seu
modelo de
negócios?



Como avaliar seu Modelo de Negócios

- Quanto custa para seu consumidor adotar outra solução?



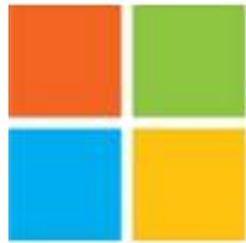
Como avaliar seu Modelo de Negócios

- Quanto seu negócio é escalável?



Como avaliar seu Modelo de Negócios

- Seu modelo de negócios produz receita recorrente?



Microsoft



Como avaliar seu Modelo de Negócios

- Você recebe antes de gastar?



Como avaliar seu Modelo de Negócios

- Quanto custa para os outros fazerem o trabalho pesado?



Como avaliar seu Modelo de Negócios

- Seu negócio possui uma solução integrada de proteção contra competição?



Como avaliar seu Modelo de Negócios

- E a sua estrutura de custos é um diferencial?



9

Componentes de Negócio

1 Segmentação de Clientes

- Para qual cliente criar?
- Quem são os clientes (clientes mais importantes)?

2 Proposta de Valor

- Qual problema do cliente você resolve?
- Qual benefício do cliente você cria e oferece?
- Qual necessidade do cliente você satisfaz?
- Quais atributos e benefícios você oferece ao cliente?

3 Canais de Distribuição e Comunicação

- Onde os seus clientes podem encontrar o seu produto ou serviço?
- Como você pode ser integrado?
- Quem são os parceiros-chave?
- Como são os seus relacionamentos com os canais de distribuição?

4 Relacionamentos com os Clientes

- Qual tipo de relação você cria com seus clientes e parceiros-chave?
- Como é que eles se relacionam?
- Como são os seus relacionamentos com os canais de distribuição e parceiros-chave?
- Qual o seu nível de interação?

5 Fontes de Receita

- Para qual valor os clientes pagam (clientes mais importantes e parceiros-chave)?
- Como é que eles pagam atualmente?
- Como é que eles preferem pagar?
- Quanto é que cada fonte de receita pode contribuir?

6 Recursos-chave

- Quais os recursos-chave necessários para criar, produzir e entregar valor?
- Quais canais de distribuição são necessários para alcançar o mercado-alvo?

7 Atividades-chave

- Quais atividades-chave são necessárias para criar, produzir e entregar valor?
- Quais canais de distribuição são necessários para alcançar o mercado-alvo?

8 Parceiros-chave

- Quem são os parceiros-chave?
- Como é que os parceiros-chave são integrados?
- Como é que os parceiros-chave são relacionados com os canais de distribuição e parceiros-chave?

9 Estrutura de Custos

- Qual é o custo total necessário para criar, produzir e entregar valor?
- Qual é a estrutura dos custos-chave?
- Qual é a estrutura dos custos-chave?

5

Padrões de Negócio

1 Canais Intermediários

- Modelo de negócios baseado em canais intermediários.
- Modelo de negócios baseado em canais intermediários.
- Modelo de negócios baseado em canais intermediários.

2 Canais Longos

- Modelo de negócios baseado em canais longos.
- Modelo de negócios baseado em canais longos.
- Modelo de negócios baseado em canais longos.

3 Parcerias Múltiplas

- Modelo de negócios baseado em parcerias múltiplas.
- Modelo de negócios baseado em parcerias múltiplas.
- Modelo de negócios baseado em parcerias múltiplas.

4 Canais

- Modelo de negócios baseado em canais.
- Modelo de negócios baseado em canais.
- Modelo de negócios baseado em canais.

5 Canais

- Modelo de negócios baseado em canais.
- Modelo de negócios baseado em canais.
- Modelo de negócios baseado em canais.

1

Conceito



4

Estratégias

1 Análise de problemas

2 Análise de forças

3 Análise dos pontos de encontro de modelos de negócios

4 Análise dos pontos de encontro de modelos de negócios

6

Ferramentas de Desenho

1 Customer Segments - Mapa de Clientes

2 Canvas

3 Peer Testing

4 Protótipos

5 Storyboard - Técnica para contar uma história

6 Canais



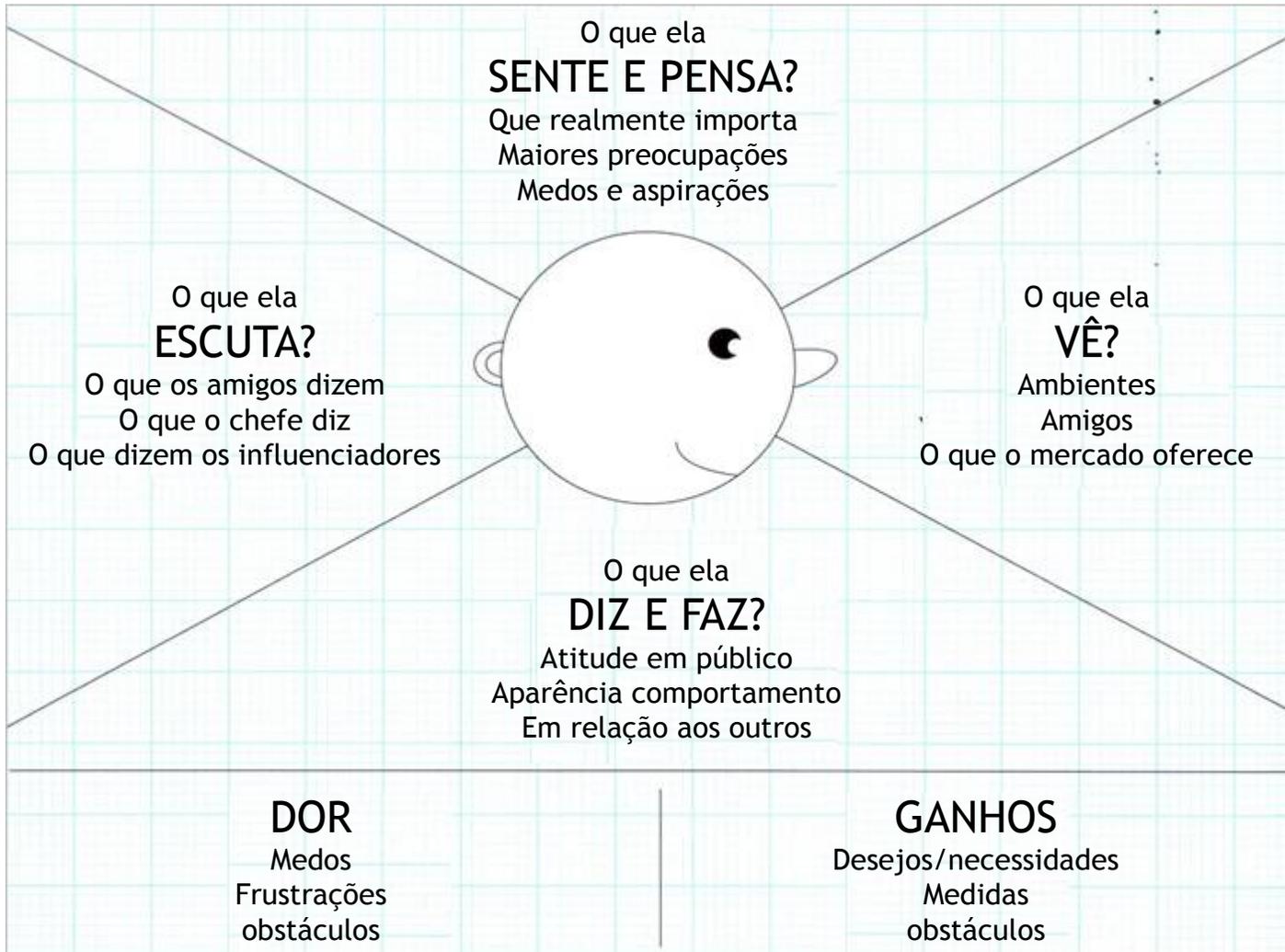
6

Ferramentas de Desenho inovação no *Modelo de Negócio*



1

Customer Insight - Mapa da Empatia



Aproximar dos clientes com perguntas e obter respostas sobre o produto e negócio

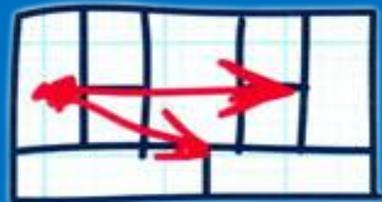
2 Ideation



Formar equipe multidisciplinar para analisar, investigar, planejar e criar um processo de geração de ideias (brainstormings)

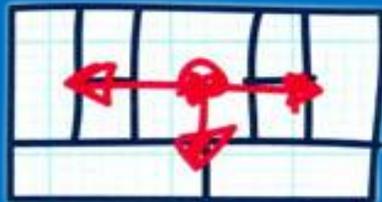
Manter foco no problema a ser solucionado pelo produto ou negócio

2 Ideation



A partir dos Recursos Chave

1



A partir da Proposta de Valor

2



A partir das necessidades dos clientes

3



A partir das Finanças

4



A partir de múltiplos centros

5

1. A partir dos Recursos Chave
2. A partir da Proposta de Valor
3. A partir das Necessidades dos Clientes
4. A partir das Finanças
5. A partir de Múltiplos centros

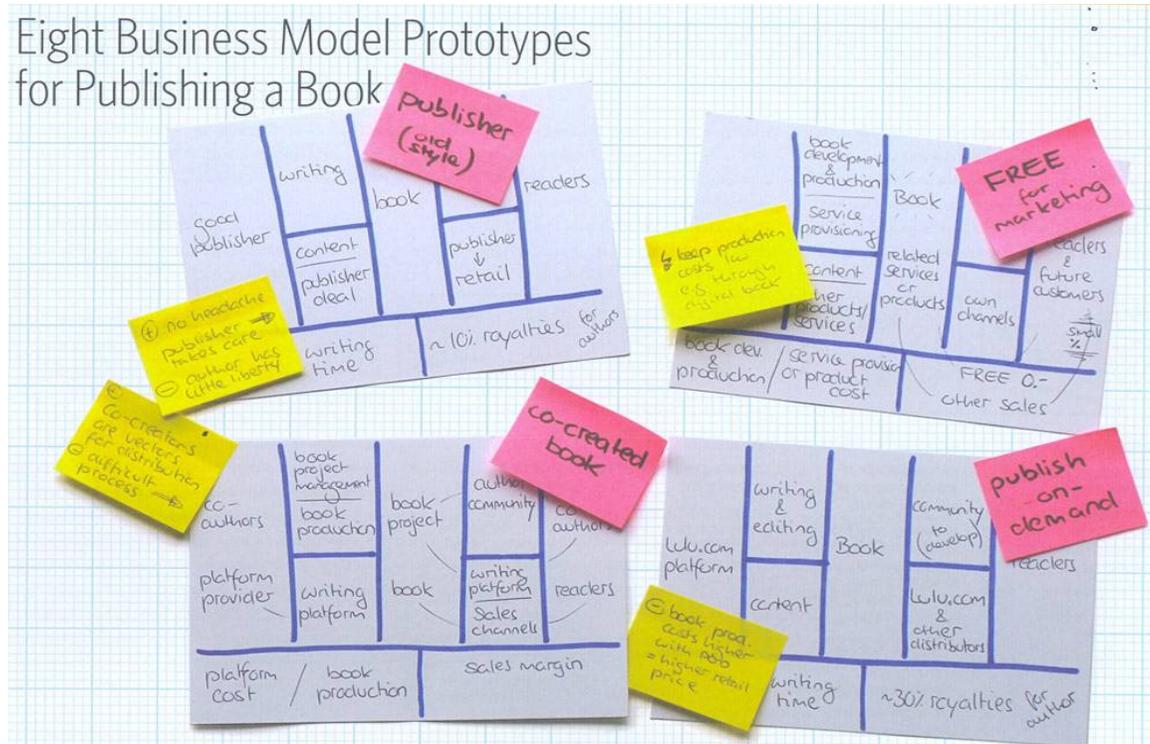
É possível ver claramente 4 epicentros de partida que algumas startups tem utilizado para desenhar seus modelos

3 Visual Thinking

O pensamento visual é indispensável para trabalhar com modelos de negócios. Significa que devemos nos expressar usando ferramentas visuais como: fotos, diagramas, notas móveis, fluxogramas, entre outras, para construção de conceitos e discussão de significados.

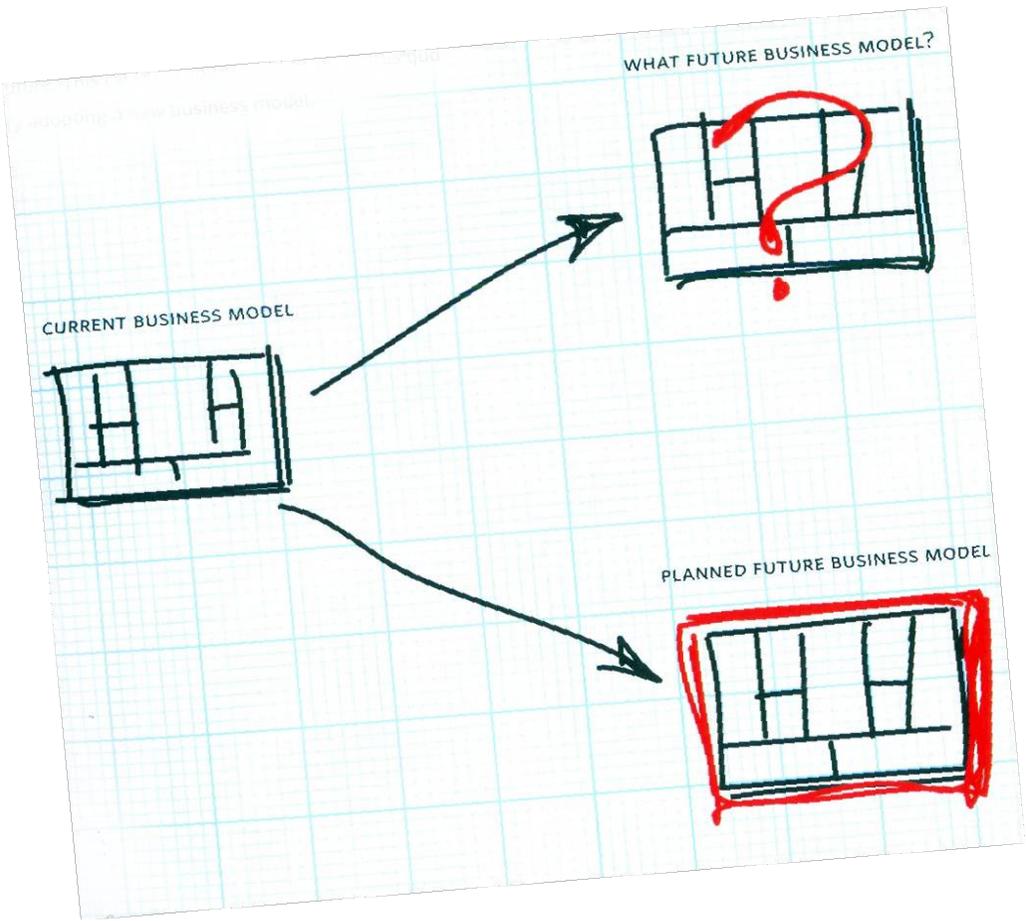


4 Prototyping



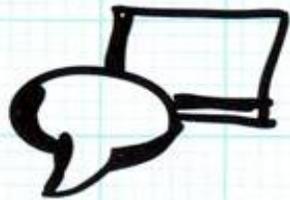
Construir protótipos é uma poderosa ferramenta para desenvolver modelos de negócios e inovar. Do mesmo modo que o pensamento visual, possibilita tornar tangível os conceitos abstratos e explorar novas ideias. Há vários modelos de negócios para uma mesma empresa

5 Storytelling



A narração do modelo de negócios pode ser utilizada como **um enredo de uma boa história**, que pode ser útil para contar a investidores, colaboradores e partes interessadas no seu negócio

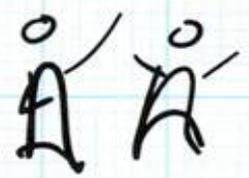
5 Storytelling - Técnicas para contar uma história



Talk & Image



Video Clip



Role Play



Text & Image



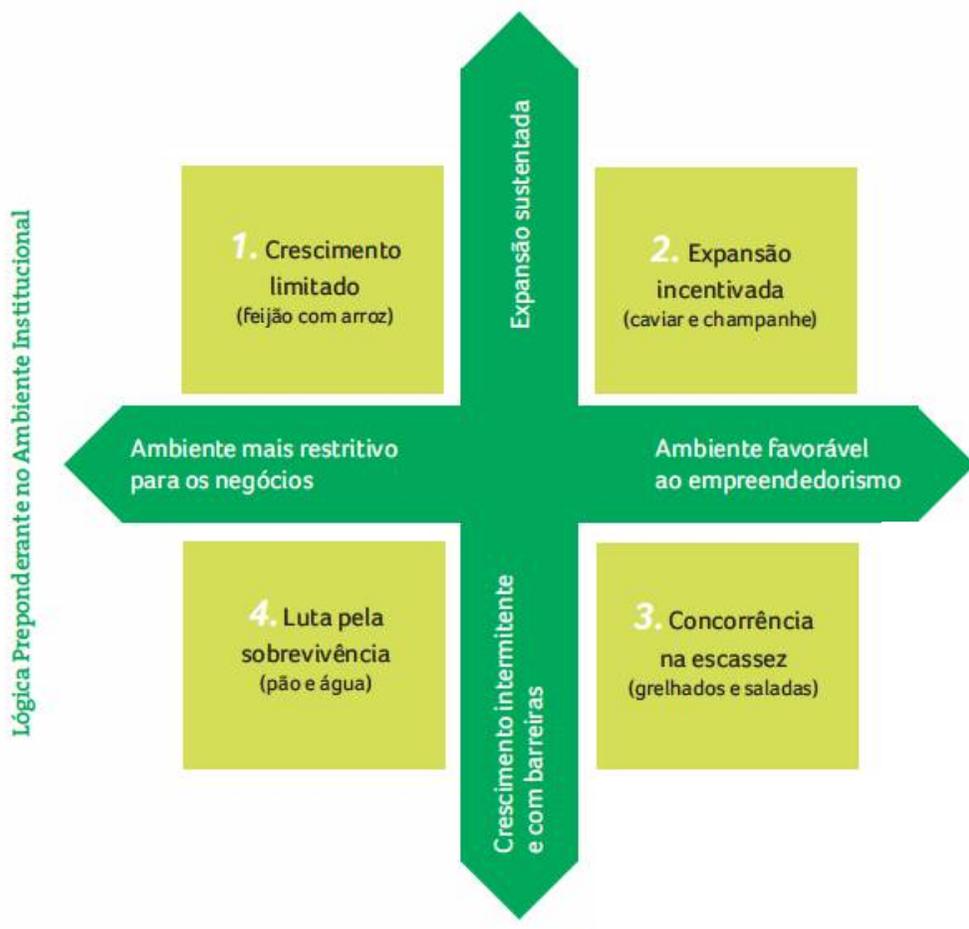
Comic Strip

	Talk & Image	Video Clip	Role Play	Text & Image	Comic Strip
DESCRIPTION	Tell the story of a protagonist and his environment using one or several images	Tell the story of a protagonist and his environment using video to blur lines between reality and fiction	Have people play the roles of a story's protagonists to make the scenario real and tangible	Tell the story of a protagonist and his environment using text and one or several images	Use a series of cartoon images to tell the story of a protagonist in a tangible way
WHEN?	Group or conference presentation	Broadcast to large audiences or in-house use for decisions with important financial implications	Workshops where participants present newly developed business model ideas to each other	Reports or broadcasts to large audiences	Reports or broadcasts to large audiences
TIME & COST	Low	Medium to high	Low	Low	Low to medium

6 Cenários

Cenários do Ambiente de Interesse do Sistema Eletrobras 2010-2030

Dinâmica do Contexto Econômico, Tecnológico, Comercial e Financeiro



Construção de diferentes cenários ajuda o empreendedor a refletir sobre o modelo de negócio no futuro

Observar tendências de consumo, de mercados, de produtos, de comportamentos, de materiais, de aplicações, etc.

Qual o diferencial do seu negócio, produto ou serviço?



Vídeo Cachorro Marketeiro

Tempo: 1:13

9

Componentes de Negócio

1 Segmentação de Clientes

- Para qual cliente criar?
- Quem são os clientes (clientes mais importantes)?

2 Proposta de Valor

- Qual problema do cliente você resolve?
- Que benefícios os clientes recebem ao adotá-lo?
- Que necessidades do cliente o seu produto/serviço resolve?
- Quais atividades e canais oferecidos a cada segmento de clientes?

3 Canais de Distribuição e Comunicação

- Onde os seus clientes recebem informações e como podem se relacionar?
- Como o cliente recebe do fabricante?
- Quem são os intermediários?
- Quem são os canais de distribuição?
- Quem são os canais de comunicação com o cliente?

4 Relacionamentos com os Clientes

- Qual tipo de vínculo você cria com seus segmentos de clientes?
- Como se dá o relacionamento?
- Como são os benefícios com o tempo de longo prazo de valor?
- Qual são os custos?

5 Fontes de Receita

- Para qual valor os clientes pagam (como você resolve o problema e paga)?
- Para o que eles pagam atualmente?
- Como é que eles preferem pagar?
- Quanto é cada uma das fontes de receita para o cliente?

6 Recursos-chave

- Quais os recursos-chave necessários para criar, produzir e entregar valor?
- Quais canais de distribuição? Relacionamentos com clientes? Tipos de canais?

7 Atividades-chave

- Quais atividades-chave são necessárias para entregar valor?
- Quais canais de distribuição? Relacionamentos com clientes? Tipos de canais?

8 Recursos-chave

- Quais são os recursos-chave-chave?
- Quais canais de distribuição? Relacionamentos com clientes? Tipos de canais?
- Quais atividades-chave são necessárias para entregar valor?
- Quais canais de distribuição? Relacionamentos com clientes? Tipos de canais?

9 Estrutura de Custos

- Qual são os custos-chave necessários para criar, produzir e entregar valor?
- Quais canais de distribuição? Relacionamentos com clientes? Tipos de canais?
- Qual é a estrutura de custos para cada canal?

5

Padrões de Negócio

1 Canais Intermediários

- Modelo de negócios baseado em canais intermediários.
- Modelo de negócios baseado em canais intermediários.
- Modelo de negócios baseado em canais intermediários.

2 Canais Longos

- Modelo de negócios baseado em canais longos.
- Modelo de negócios baseado em canais longos.
- Modelo de negócios baseado em canais longos.

3 Parcerias Múltiplas

- Modelo de negócios baseado em múltiplas parcerias.
- Modelo de negócios baseado em múltiplas parcerias.
- Modelo de negócios baseado em múltiplas parcerias.

4 Direto

- Modelo de negócios baseado em canais diretos.
- Modelo de negócios baseado em canais diretos.
- Modelo de negócios baseado em canais diretos.

5 Outros

- Modelo de negócios baseado em outros tipos de canais.
- Modelo de negócios baseado em outros tipos de canais.
- Modelo de negócios baseado em outros tipos de canais.

1

Conceito



4

Estratégias

1 Analisar o ambiente

2 Analisar a empresa

3 Analisar oportunidades de negócios através de estratégias de Growth Hack - Blue Ocean

4 Analisar modelos de negócios de negócios

6

Ferramentas de Desenho

1 Canvas de Negócios - Modelo de Negócios

2 Canvas

3 Canvas de Negócios

4 Canvas

5 Canvas - Ferramentas para criar novos modelos

6 Canvas



4

Estratégias

criar e gerir modelo de negócio

prima
consultoria

1

Avaliar o ambiente

Ambiente do Modelo de Negócios

Tendências de Tecnologia



Tendências Políticas



Tendências Sociais e
Culturais



Tendências Econômicas



Tendências
Chave

Forças
Macro
Econômicas

Mercado Global



Mercado de Capitais



Commodities e Outros
Recursos



Infraestrutura Econômica



1

Avaliar o ambiente

Análise Competitiva e Análise do Mercado

Concorrentes



Novos Entrantes



Produtos Substitutos



Forças Indústria

Poder dos Fornecedores



Poder dos Consumidores



Rivalidade na Indústria



Segmentos de Mercado



Necessidades e Demandas



Pesquisas de Mercado



Forças Mercado

Custos de Mudança



Atratividade Mercado



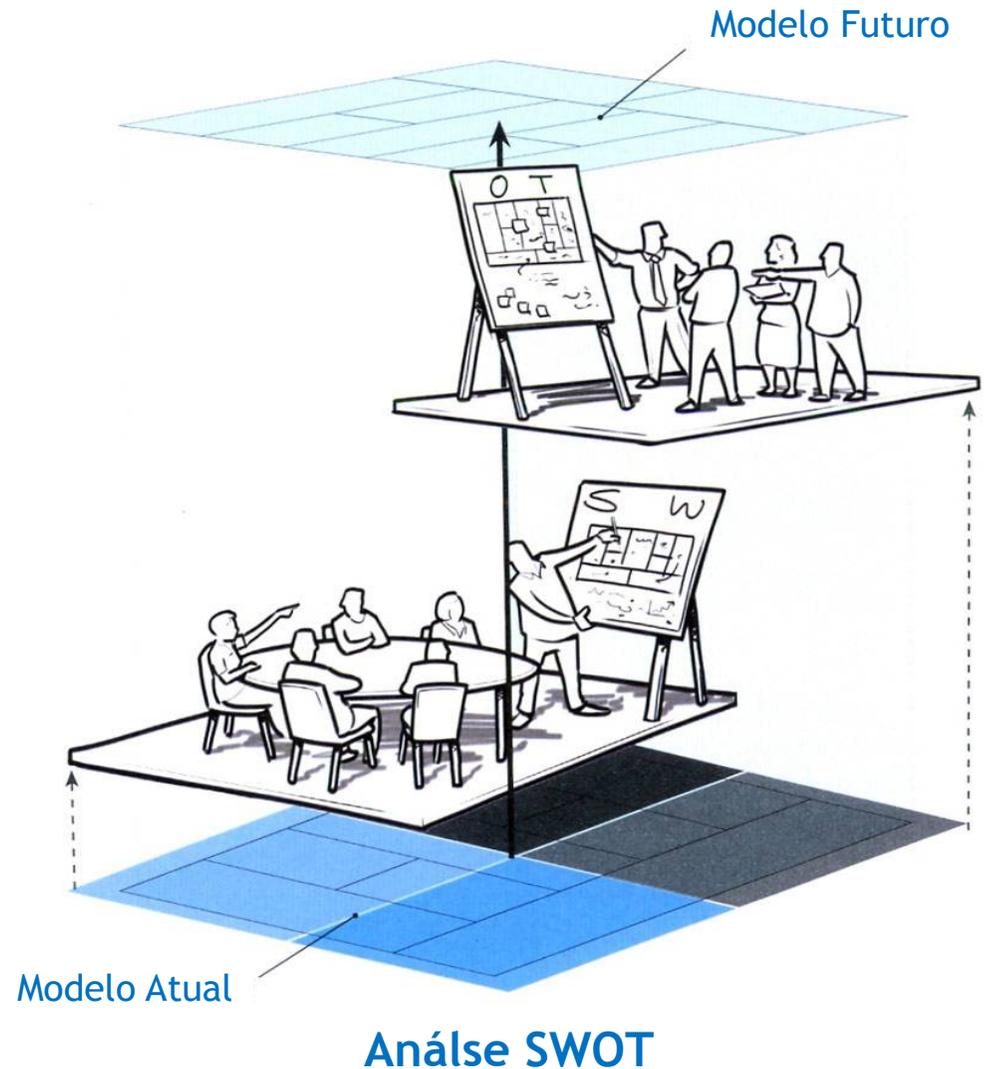
Market Share



2 Analisar e Validar

Análise e validação contínua do seu modelo de negócio, mediante o uso da ferramenta Análise SWOT, revisando cada uma das oportunidades, ameaças, forças e fraquezas.

Este processo ajuda a validar e modificar os 9 blocos de construção do modelo de negócios

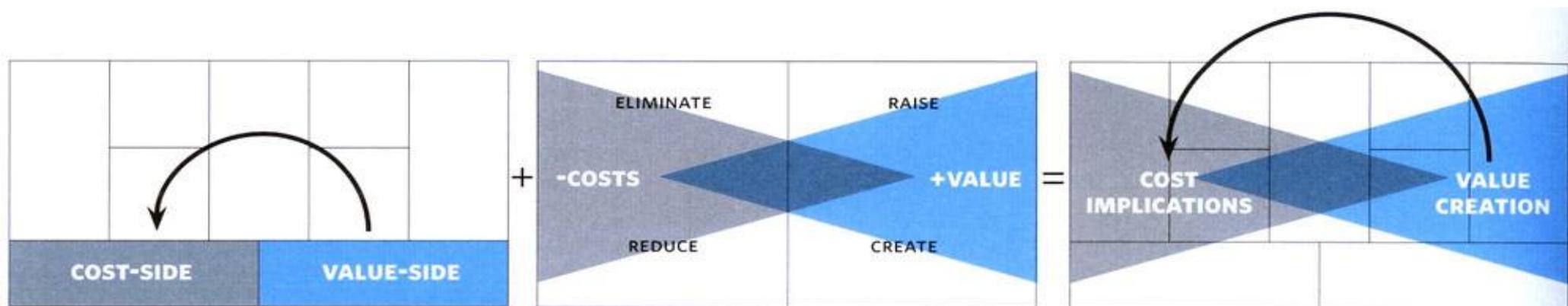


3 Analisar perspectiva do modelo de negócio através da estratégia do Oceano Azul - Blue Ocean

Canvas Modelo de Negócio

Inovação de Valor

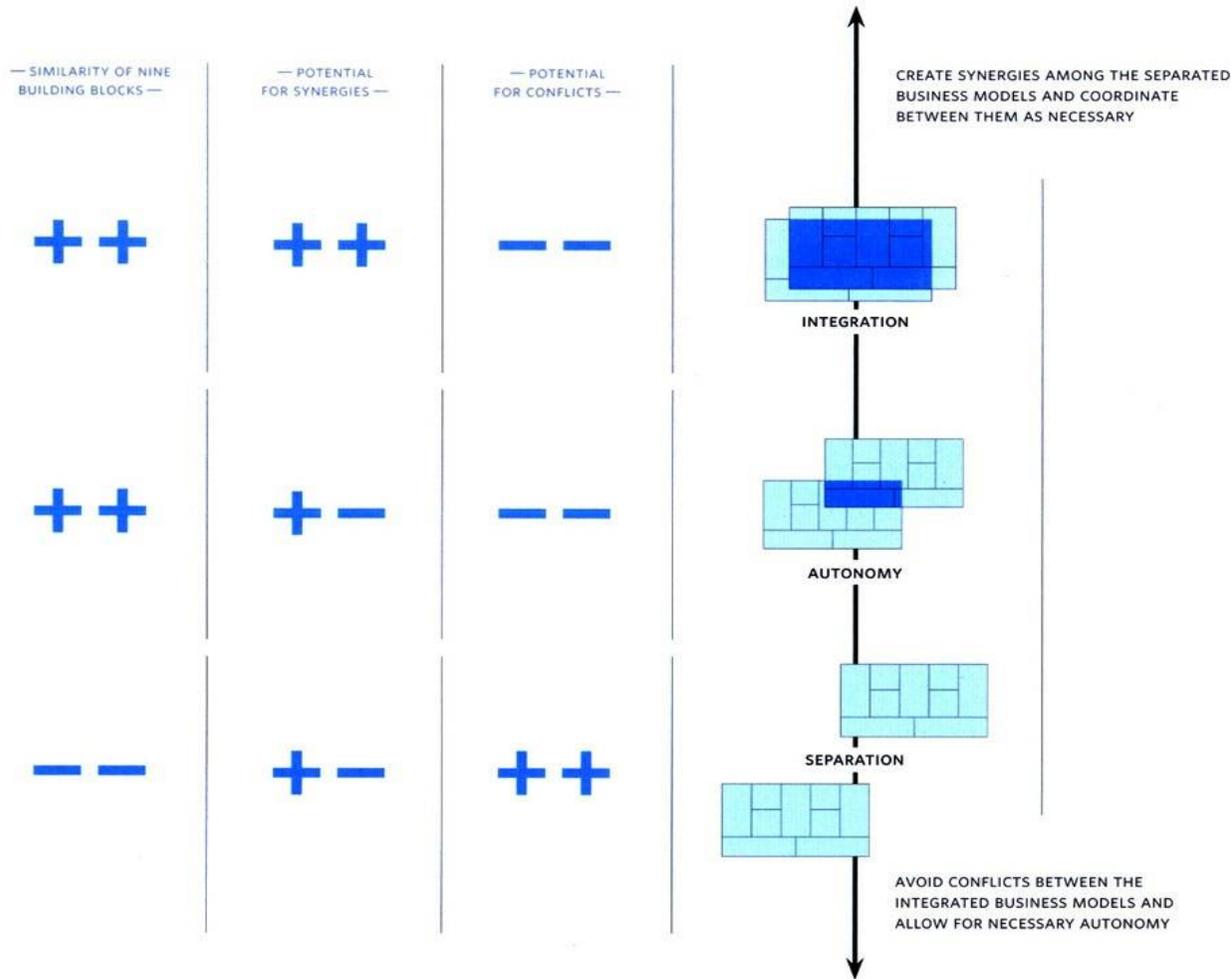
Mistura de Abordagem



Estratégia do Oceano Azul: criar produtos e serviços onde a competição é irrelevante mesmo em mercados competitivos

4

Gerir Múltiplos Modelos de Negócios



Criar múltiplos modelos de negócios - novos produtos e serviços - e gerir todos sem afetar o principal

Boas ideias dão resultados



Vídeo Mendigo

Tempo: 1:01



Running Lean Startup

prima
consultoria



9/10
startups
Falham

Mudam
radicalmente
seus
planos
originais

66%



Abordagem Lean Startups



1. Uso de tecnologias commoditizadas

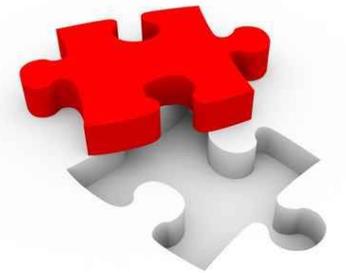
Customer development

Desenvolvimento ágil e iterativo

Velocidade é palavra chave!!

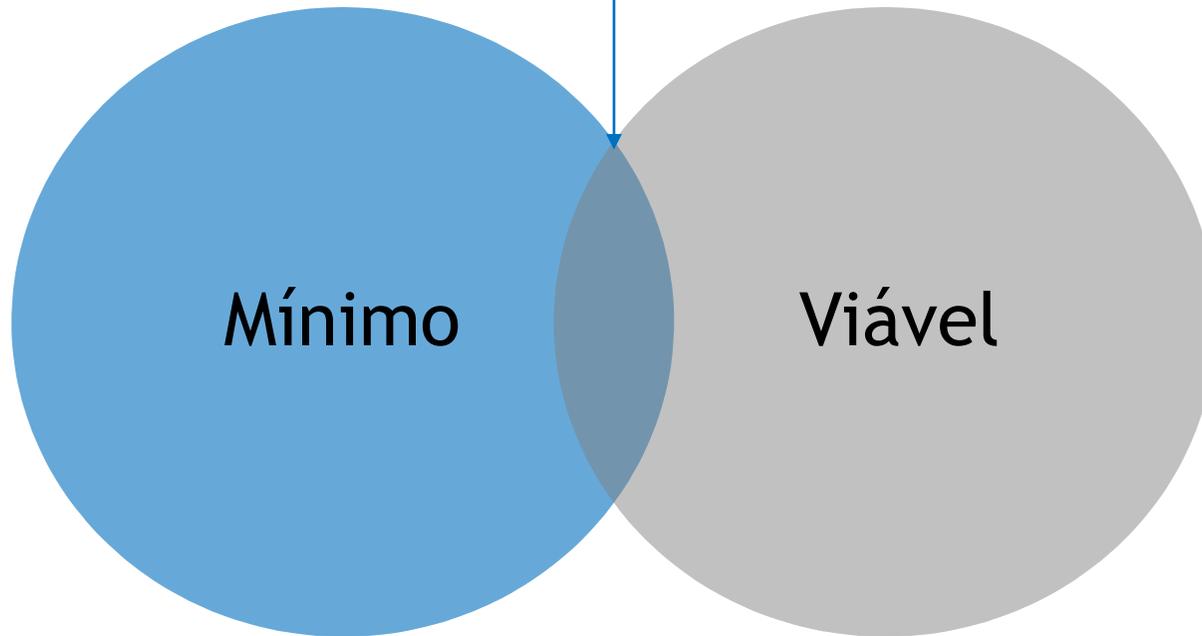
Ser Lean é...

- Estudar o mercado e entrevistar cliente alvo antes de construir o produto
- **Identificar o Minimum Viable Product - MVP**
- Lançar rápido e iteragir!
- Validar e aprender com cliente



Minimum Viable Product - MVP

MVP: produtos funcionais com valor agregado para Startup desenvolver



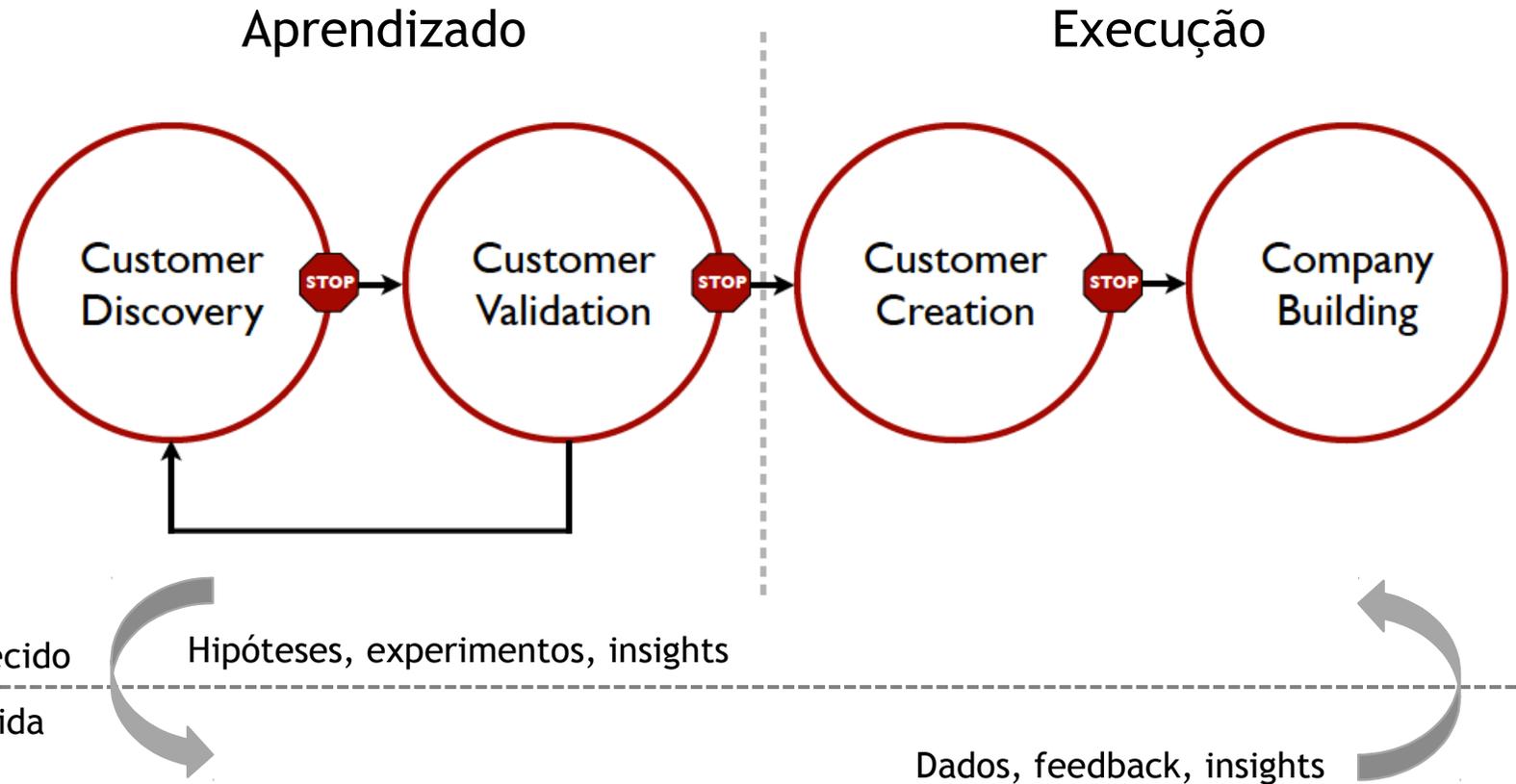
Produto ruim, poucos consumidores estão dispostos a comprar devido a baixa percepção de valor

Produto complexo, requer grande investimento e esforço para atender aos desejos dos clientes

Agile Product Development

- Princípios de Lean Manufacturing do sistema de produção da Toyota
- Métodos ágeis
 - Aplicável para empresas operando em **ambientes de extrema incerteza**
 - Ideal para equipes pequenas e multidisciplinar que produzem **entregáveis em ciclos curtos**

Customer Development



Ponto de Partida Running Startup

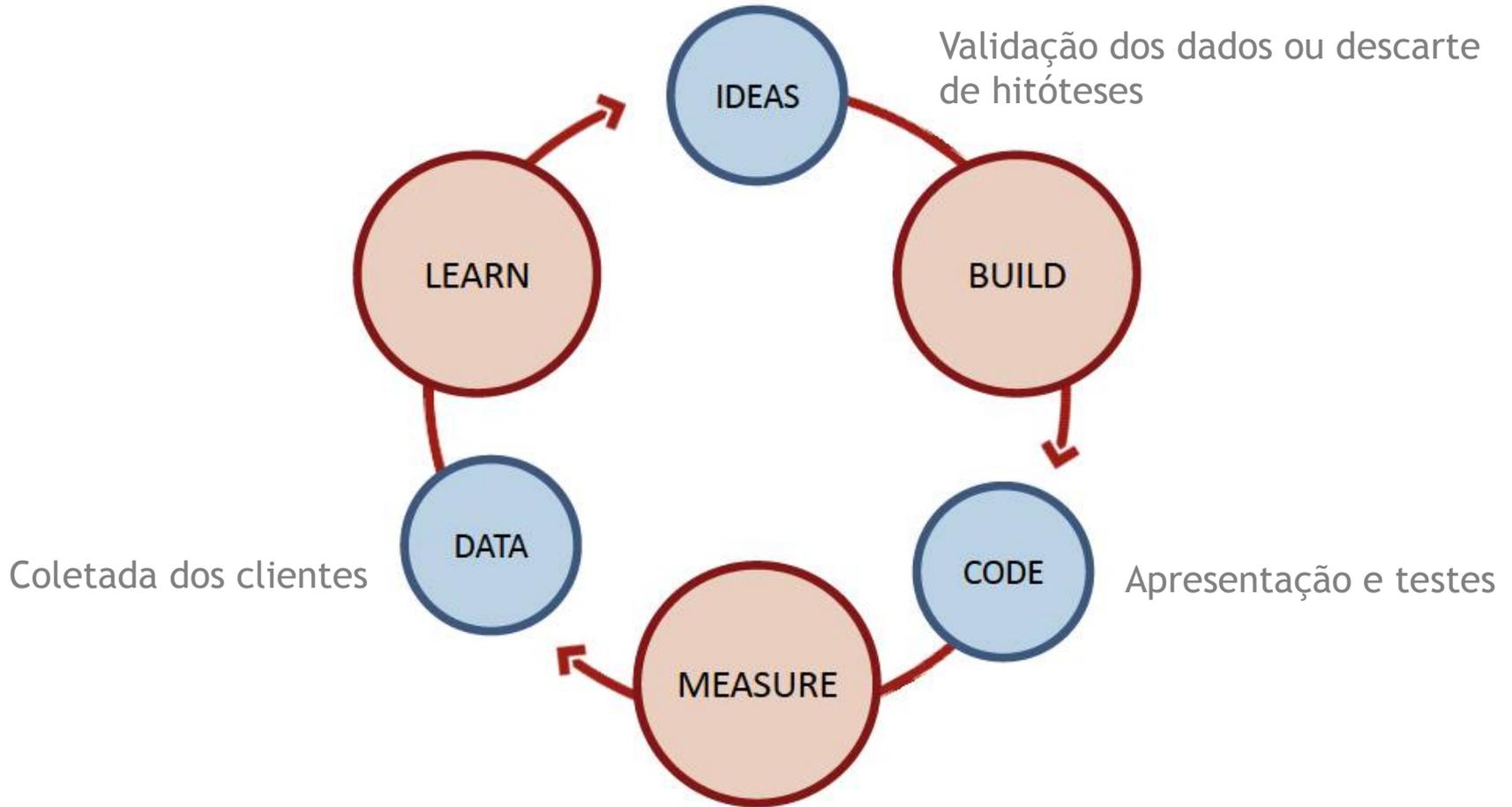
Encontrar um mercado grande o suficiente que você consiga alcançar e com clientes que, não apenas precisem do seu produto, mas irão pagar um preço no qual você consiga construir um negócio



Ordem de importância:

1. Nível de dor do cliente
2. Facilidade de alcançar o cliente
3. Preço
4. Tamanho do mercado

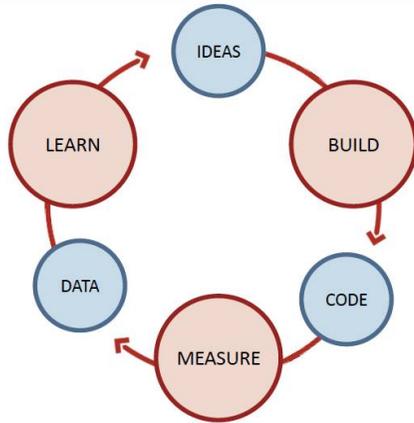
Minimizar tempo TOTAL do loop de aprendizado



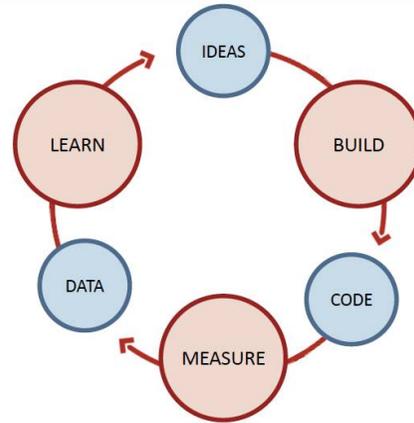
Construir - Medir - Aprender!

Estágios do Lean Canvas Startup

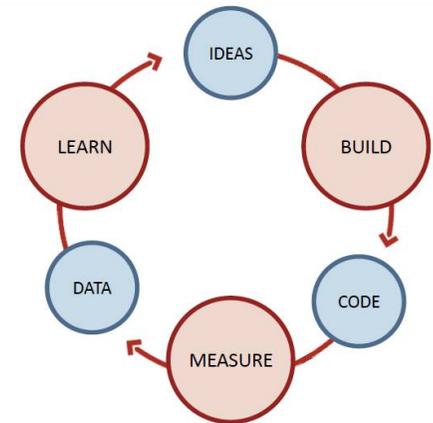
“Ação certa, Momento certo”



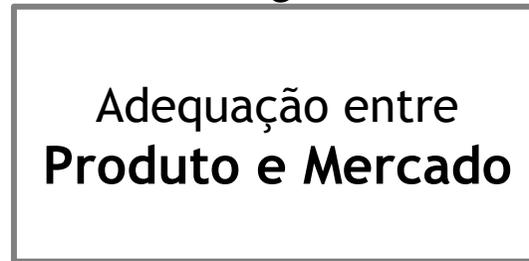
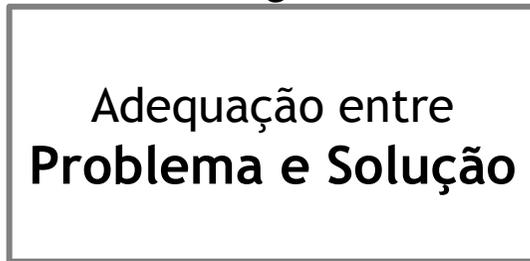
Estágio 1



Estágio 2

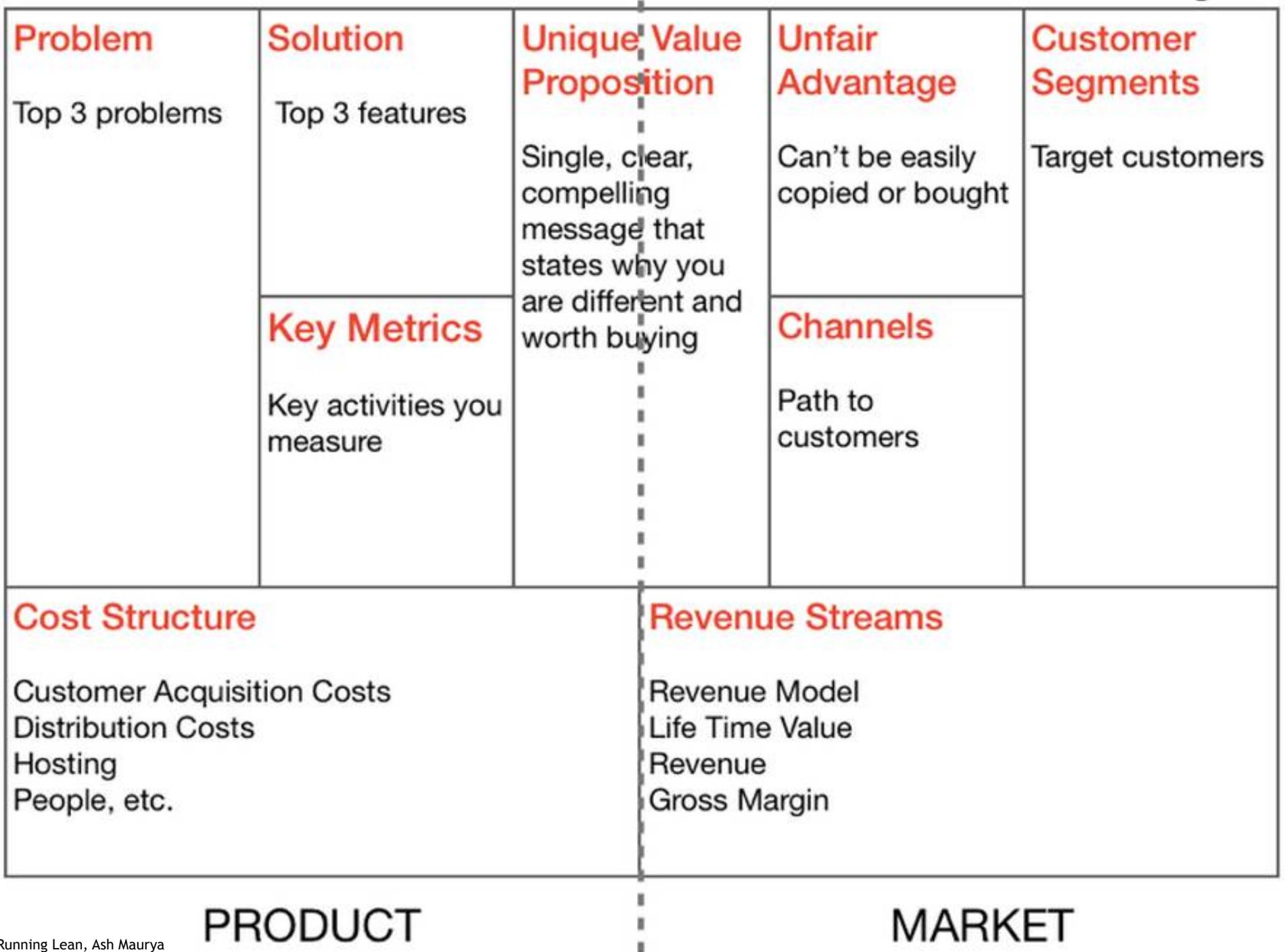


Estágio 3



Aprender e “Pivotar”

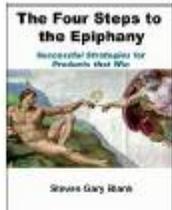
Crescer e Otimizar



Conclusão



Literatura Recomendada para empreendedores Startup



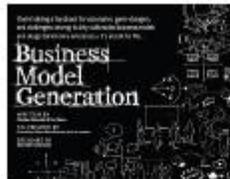
The Four Steps to Epiphany, Steve Blank

- Nesse livro é explicado a metodologia de desenvolvimento de clientes para startups.



Running Lean, Ash Maurya

- É um livro prático sobre como começar uma startup baseada na internet usando a metodologia do lean canvas e do lean startup, toda essa apresentação foi baseada nesse livro.



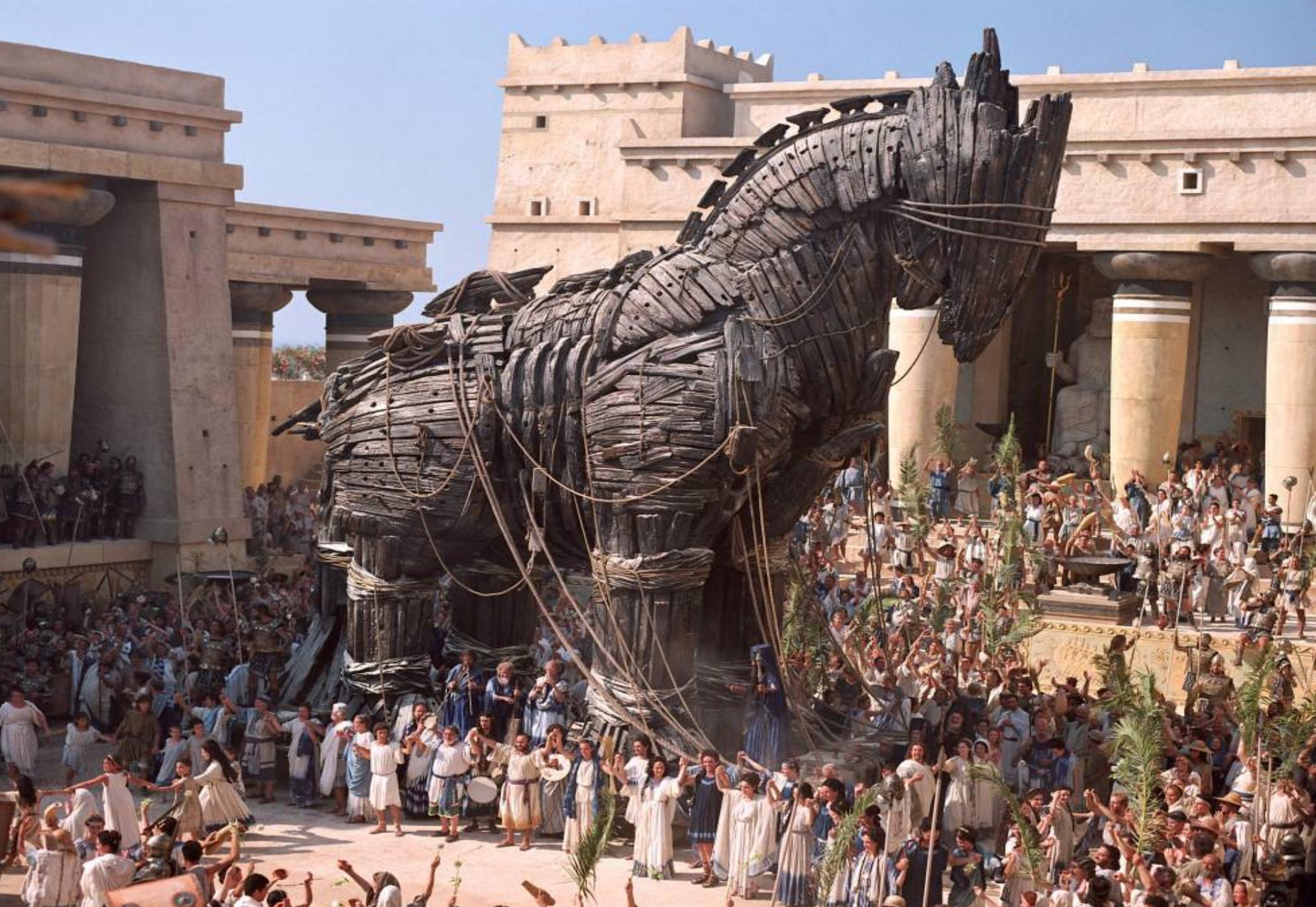
Business Model Generation, Alexander Osterwalder

- Esse livro apresenta o modelo de negócios canvas que é um modelo muito bom e fácil de se usar para descrever seu modelo de negócios.



The Lean Startup, Eric Ries

- Esse livro apresenta o conceito de Lean Startup que é a aplicação do Lean Thinking e do desenvolvimento de clientes para criar empresas de maneira enxuta, sem desperdício



Considerações Finais Treinamento Modelo de Negócio



Vídeo Mensagem do N° 1 - Ayrton Senna

Tempo: 1:16



Ugor Tadeu

ugor@primaconsultoria.com.br

@ugortadeu

Prima Consultoria, entendemos Pernambuco.

Rua do Bom Jesus, 125, Bairro do Recife, Recife - PE. CEP: 50030-170

81.2137.3737 - www.primaconsultoria.com.br - contato@primaconsultoria.com.br