

MODELAGEM DE NEGÓCIOS CANVAS

Uma nova maneira de desenvolver o seu negócio ...

Leal

alex.leal@ba.sebrae.com.br

SEBRAE (75) 3321 2153

NOSSO CONTEÚDO

- A empresa e suas visões
- As diferenças entre o Canvas e o Plano de negócios
- Conhecendo a ferramenta Modelagem de Negócios Canvas
- Os 09 blocos que compõe o Canvas
- Exemplos de Modelagem
- Considerações Finais

A EMPRESA E SUAS VISÕES

O mundo mudou, o consumidor mudou, e a forma de se fazer negócios também mudou. É preciso agilidade, coerência, discernimento, visão de cada elemento e visão do todo, visão clara dos processos, das finanças, do mercado, do cliente, do produto ou serviço, maneiras inovadoras de fazer negócios etc.

A EMPRESA E SUAS VISÕES

A Visão Holística

- O termo holístico vem do grego “holus” que significa todo ou totalidade. Então o holismo olha para o todo, isto é, vê o corpo, a mente e o espírito. Vê o ser humano como um todo, vê a vida como um todo. No campo do desenvolvimento humano, a abordagem holística consiste em liberar e direcionar as energias nos quatro diferentes níveis do ser humano (os de ordem física, mental, emocional e espiritual).
- O importante é que o ser humano se desenvolva e tenha equilíbrio em todos esses níveis. É perceptível a interdependência entre eles. Quando uma pessoa está fisicamente bem, sente-se melhor consigo mesmo e tem mais disposição, conseqüentemente acumula mais energia e vitalidade para outras atividades da sua vida, como o trabalho. Nessa mesma linha, quando uma pessoa está em equilíbrio emocional, em geral, ela apresenta motivação, entusiasmo, excitação, sensações de alegria e prazer.



A EMPRESA E SUAS VISÕES

Visão Sistêmica

- A visão sistêmica, segundo a Wikipédia, “é a capacidade de identificar as ligações de fatos particulares do sistema social como um todo”. É ter visão panorâmica.
- Quem tem pensamento sistêmico não generaliza, mas considera cada caso. Olha o processo e não parte dele.
- Quem tem pensamento sistêmico olha para o presente, passado e futuro.
- É pensar de forma não linear. É não pensar apenas no aqui e agora, mas nas consequências, nos resultados e nas razões.
- É não agir sempre por impulso, pela paixão e pela emoção. Mas também não é agir só pela razão. É agir com razão e paixão.
- Considera o meio em que age e a suas interações com o meio ambiente.



O MODELO DE NEGÓCIOS E O PLANO DE NEGÓCIOS

No que difere um Modelo de Negócios para um Plano de Negócios ???

<ul style="list-style-type: none">•  Plano de Negócio	<ul style="list-style-type: none">•  Modelo de Negócios Canvas
<ul style="list-style-type: none">• Modelo testado e validado;• Oferece “respostas”• Textual• Tradicional• Permite Múltiplas Visões• Aprofunda em Dados de Mercados• Pouca Diversificação• Fase Consolidada• Ferramenta detalhada sobre a empresa	<ul style="list-style-type: none">• Modelo com muitas incertezas ;• Oferece boas perguntas; Visual e Moderno;• Levanta hipóteses a serem validadas;• Pode ser usado para diversificar um Negócio Consolidado ;• Fase Inicial Ideia ou Protótipo;• Extrai de forma rápida propostas de valor que atendam e potencializem os principais objetivos desejados, antes de partir de fato para a formatação do produto ou serviço• Identifica “de cara” o modelo de negócio



O MODELO DE NEGÓCIOS E O PLANO DE NEGÓCIOS

No que difere um Modelo de Negócios para um Plano de Negócios ???

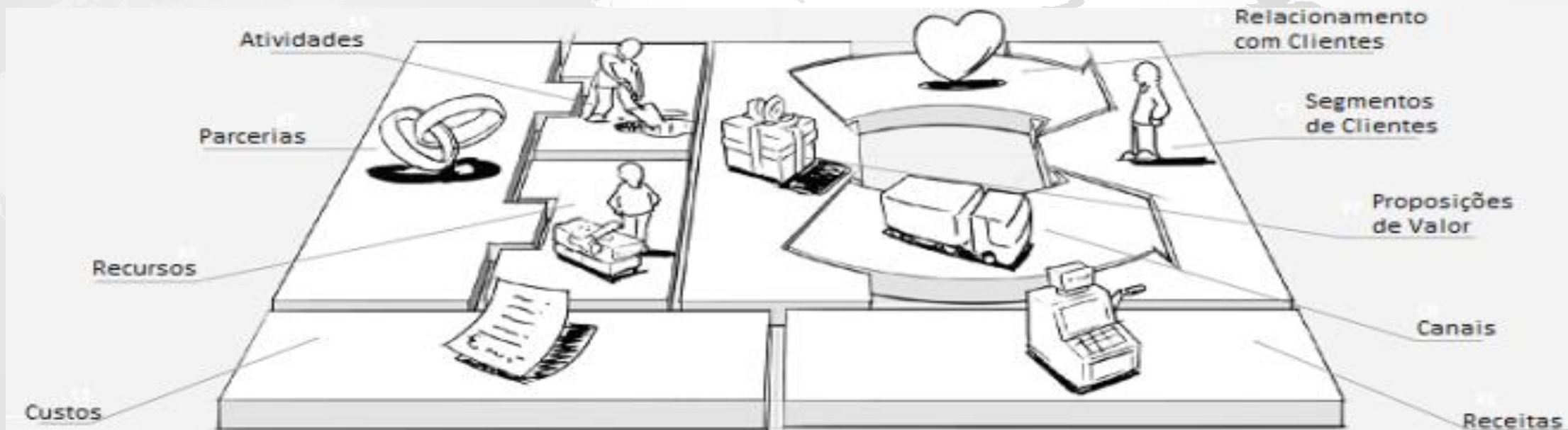
 Plano de Negócio	 Modelo de Negócios Canvas
<ul style="list-style-type: none">• Pode facilitar quando é necessário investimento de capital de risco• Serve para definir as hipóteses do negócio• Ponto de partida para operações, marketing e planos financeiros• Tem a possibilidade de uma projeção financeira detalhada e bem próxima a realidade• Ferramenta detalhada sobre a empresa• Pode facilitar quando é necessário investimento de capital de risco	<ul style="list-style-type: none">• Ajuda a identificar e eliminar o que não é tão importante no primeiro momento• O painel é mutável e o objetivo é que ele reflita exatamente o que a empresa é naquele momento.• Propicia inovação: Como possibilita a discussão de opiniões, acaba criando um entendimento comum entre os envolvidos e gerando indicadores fortes para a inovação estratégica• fornece uma visão sistêmica (e holística) do negócio, dá direção, mas o negócio é vivo e mudanças fazem parte.

O MODELO DE NEGÓCIOS E O PLANO DE NEGÓCIOS

No que difere um Modelo de Negócios para um Plano de Negócios ???

 Plano de Negócio	 Modelo de Negócios Canvas
<p style="text-align: center;">Desvantagens</p> <ul style="list-style-type: none">• É demorado e requer dedicação e pesquisa;• Empresas novas não conhecem muitas variáveis e acabam fazendo um plano fake ou fantasioso;• No processo pode surgir variáveis inesperadas e incontroláveis;• É difícil para fazer a atualização	<p style="text-align: center;">Desvantagens</p> <ul style="list-style-type: none">• Pode ser superficial, canvas não se propõe a tratar de cada bloco em detalhe;• Não se baseia em estudos e pesquisas, logo pode ter dados não tão reais. O conhecimento é empírico

Modelagem de Negócios Business Canvas



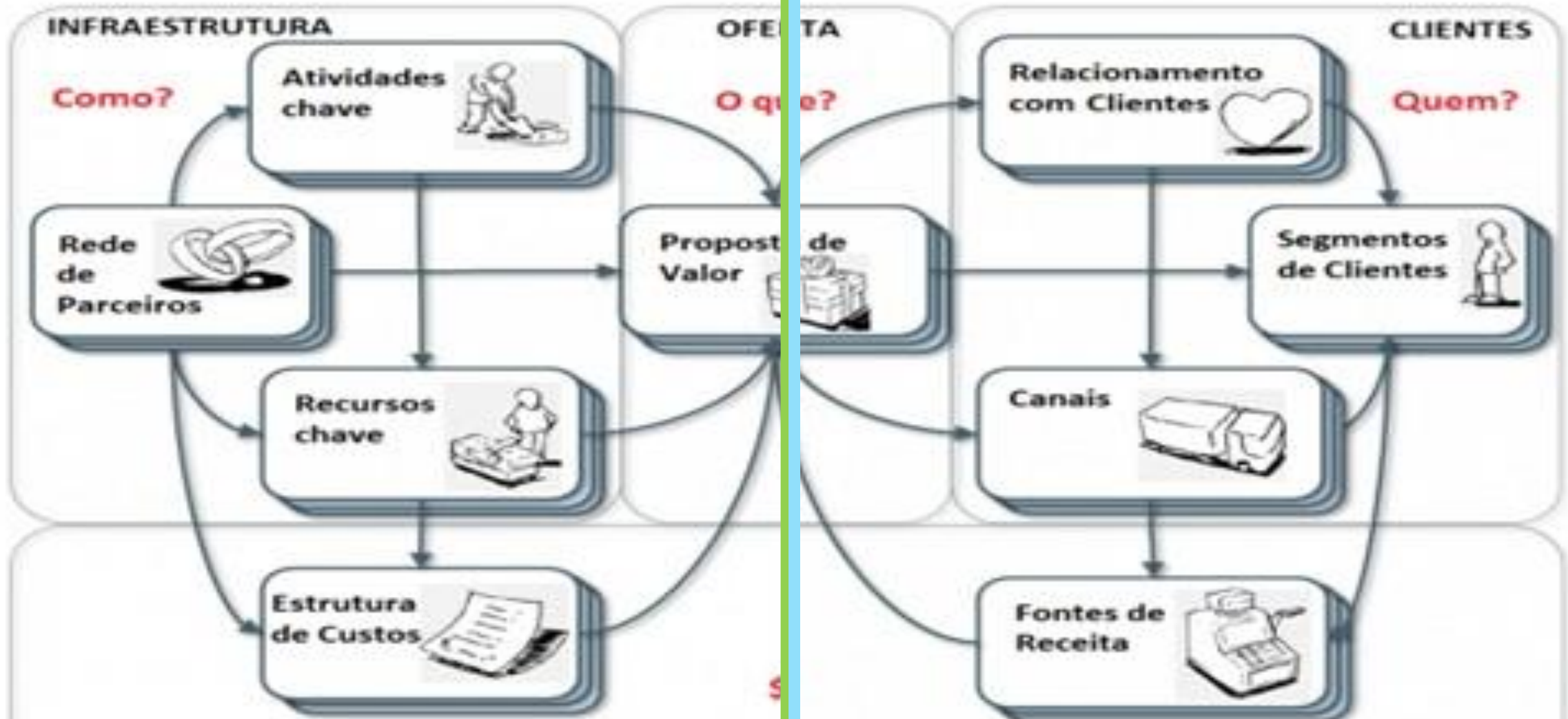
Foi criado por Alexander Osterwalder & Yves Pigneur, com co-criação de um grupo de 470 participantes de 45 países. **É tem como objetivo ajudar a todos os empreendedores a enxergarem com mais clareza o seu negócio.**

A Modelagem de negócios pode servir para [1] tangibilizar o futuro, [2] esclarecer para investidores e até [3] motivar pessoas;

O Canvas propõe uma linguagem compartilhada para : [1] descrever, [2] visualizar, avaliar e [3] mudar modelos de negócios;

Técnicas de narração: [1] palavra & imagem, [2] vídeo, [3] interpretação, [4] texto & imagem e [5] quadrinhos. Escolha de acordo com tempo, custo, tipo de apresentação e audiência.

O MODELO DE NEGÓCIOS CANVAS



Perspectiva Empresas

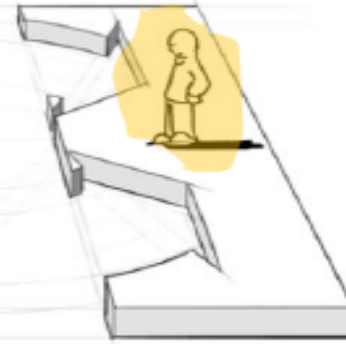
FINANÇAS

Perspectiva Clientes



BLOCO 01 : SEGMENTAÇÃO DE CLIENTES

Esse bloco visa agrupar os clientes em segmentos com necessidades, costumes ou outros atributos em comum. Cada segmento tem uma proposta de valor, canal e relacionamento diferente.



Diferenças entre segmentos de clientes

- Suas necessidades precisam e justificam uma oferta distinta
- São alcançados por diferentes canais de distribuição
- Precisam de diferentes tipos de relacionamento
- Possuem uma grande diferença de lucro
- Estão dispostos a pagar por diferentes aspectos da oferta

As empresas agrupam os clientes em segmentos com necessidades, costumes ou outro atributo em comum, de forma que possam melhor entender, alcançar e servir esses clientes.

Tipos de Mercados:

- Massa
- Nicho (Específicos)
- Segmentados
- Diversificado
- Plataforma Multi-sided

Perguntas Chaves:

- Para quem está se criando valor?
- Quem são nossos mais importantes clientes?
- Esses clientes possuem necessidades em comum?
- Esses clientes são atingidos da mesma maneira?



BLOCO 01 : SEGMENTAÇÃO DE CLIENTES

Exemplos :



Pessoas das classes C, D e E que precisam de crédito para comprar ou pessoas buscando preços baixos e facilidade de pagamento.



Homens ricos e apaixonadas por carros esportivos



BLOCO 02 : PROPOSTA DE VALOR

Esse bloco visa descrever quais são os valores que os produtos e serviços da empresa oferecem para cada segmento de cliente específico.



Elementos que agregam valor

- Novidade
- Performance
- Customização
- Fazer o Serviço
- Design
- Preço
- Marca / Status
- Redução de Custo
- Redução de Risco
- Acessibilidade
- Conveniência
- Usabilidade

A proposta de valor consiste de uma cesta de produtos e/ou serviços que a empresa oferece de forma a criar valor para um segmento de

Perguntas Chaves:

- Que valor é entregue ao cliente?
- Que problemas dos clientes estamos ajudando a solucionar?
- Que necessidades dos clientes estamos satisfazendo?
- Que cesta de produtos e serviços estamos oferecendo para cada



BLOCO 02 : PROPOSTA DE VALOR

Exemplos :



Produtos inovadores com qualidade e design diferenciado e simples de serem usados



Lanches rápidos, saudáveis e personalizados

Alguns elementos que podem agregar valor

Novidade

Performance

Customização

Fazer o serviço

Design

Preço

Marca/Status

Redução de custo

Redução de risco

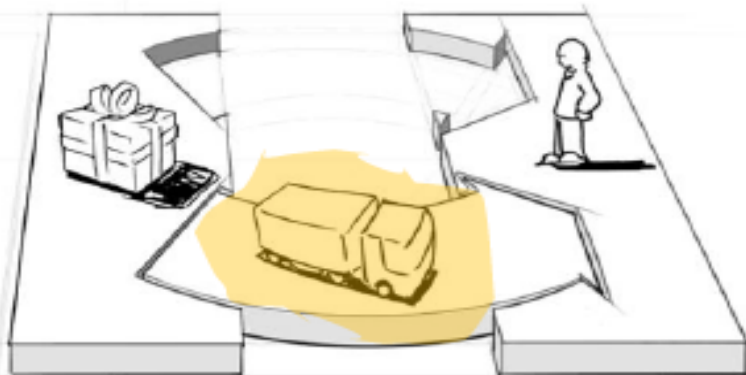
Acessibilidade

Conveniência / Usabilidade

BLOCO 03 : CANAIS

Fases de Canais:

1. Divulgação
2. Avaliação
3. Compra
4. Entrega
5. Pós-Venda



Esse bloco visa descrever como a empresa comunica e entrega a seus segmentos de clientes a proposta de valor.

Tipos de Canais

Próprio	Direto	Força de Vendas
	Direto	Vendas na Internet
Parceiro	Indireto	Lojas Próprias
		Lojas de Parceiros
		Atacado

Funções dos Canais

- Dar visibilidade aos produtos e serviços da empresa
- Ajudar os clientes a analisar a proposta de valor da empresa
- Permitir aos clientes comprar produtos e serviços específicos
- Entregar a proposta de valor aos consumidores

Os canais podem ser de comunicação, distribuição e venda.

Eles são a interface com os clientes e possuem diversas funções e tipos.

Perguntas Chaves:

- Por quais canais seus segmentos de clientes querem ser atingidos?
- Como são atingidos agora?
- Como nossos canais se integram?
- Quais possuem melhor relação custo-benefício?
- Como são integrados a rotina do clientes?



BLOCO 03 : CANAIS

Exemplos :



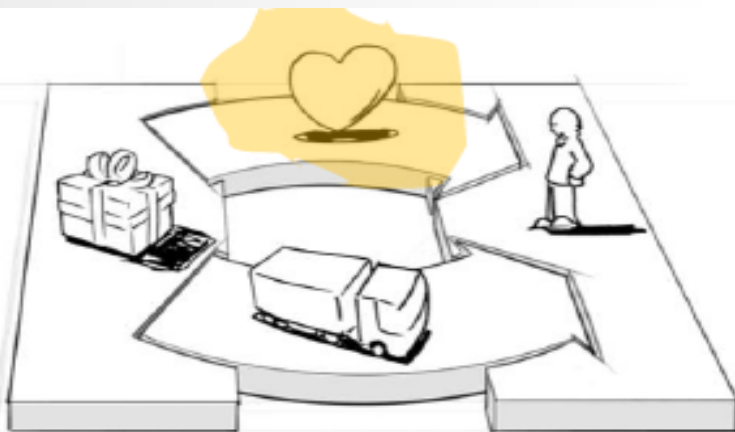
Correios e operadores logísticos privados



Site, SEO, link patrocinado e publicidade online



BLOCO 04 : RELACIONAMENTO COM CLIENTE



Esse bloco visa descrever o tipo de relacionamento que a empresa estabelece com cada segmento de clientes para entregar sua proposta de valor.

Motivações

- Captura e Retenção de clientes
- Incremento de vendas
- Fortalecimento da marca

Categorias de Relacionamento

- Assistência pessoal / dedicada
- Auto-serviço / Automatizado
- Comunidades
- Co-Criação / Co-Participação

O relacionamento com o cliente é como a empresa interage com um segmento de cliente. É preciso definir o tipo de relacionamento a ser estabelecido.

Perguntas:

- Que tipo de relacionamento cada segmento de clientes espera ser estabelecido e mantido com eles?
- Quais tipos de relacionamento tem sido estabelecidos?
- Quais os custos desses relacionamentos?
- Como eles estão integrados com o modelo de negócios?



BLOCO 04 : RELACIONAMENTO COM CLIENTE

Exemplos :

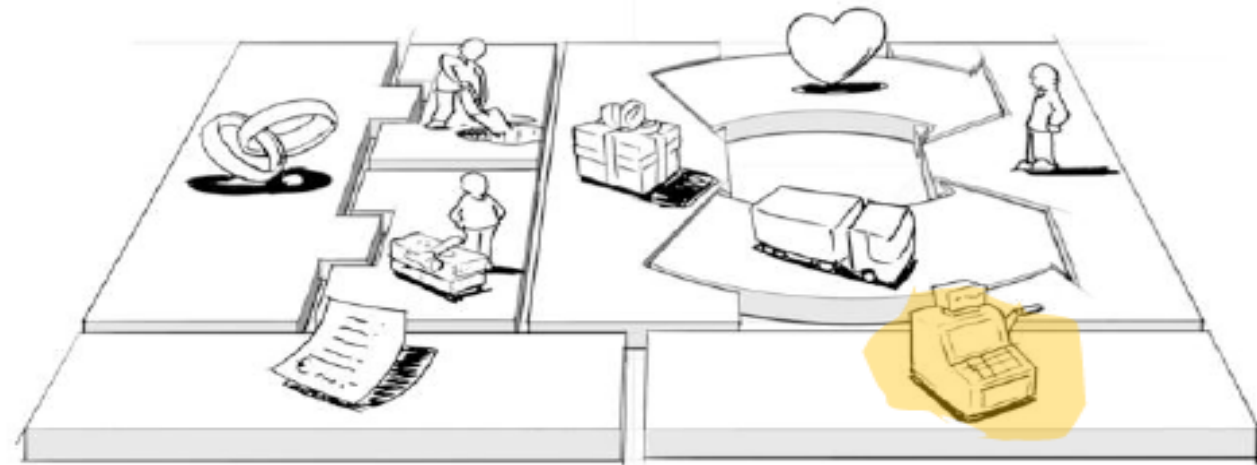
Motivações

- *Captura de clientes*
- *Retenção de clientes*
- *Incremento de vendas*
- *Fortalecimento da marca*



Agências, agências Van Gogh, atendimento por telefone, SAC, ouvidoria, redes sociais e internet banking

BLOCO 05 : FLUXO DE RECEITAS



Esse bloco mostra as formas que a empresa gera receita e o dinheiro gerado por cada segmento de clientes, permitindo entender melhor cada segmento de cliente e o valor que ele representa para a empresa.

Tipos de Receitas

- Única / Recorrente

Formas de Receitas

- Venda de Ativo
- Taxa de Utilização
- Taxa de Assinatura
- Aluguel | Licença
- Taxa de Corretagem
- Publicidade

O fluxo de receitas representa as formas pelas quais a empresa gera receita de cada segmento de clientes e seus valores.

Perguntas Chaves:

- Qual valor os clientes estão realmente dispostos a pagar?
- Pelo que atualmente pagam?
- Como eles estão pagando atualmente?
- Quanto cada fluxo de receitas contribuem para a receita total?



BLOCO 05 : FLUXO DE RECEITAS

Exemplos :

Exemplos:

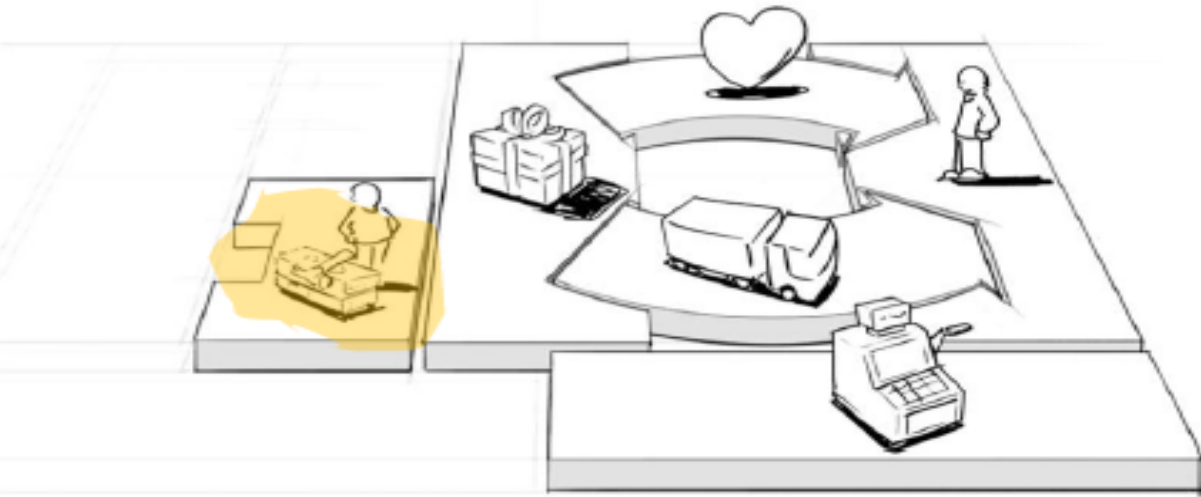


Venda de passagens aéreas, transporte de carga e reserva de carros e hotéis



Venda de revistas, licenciamento de produtos e venda de animações

BLOCO 06 : RECURSOS CHAVES



Esse bloco visa descrever os ativos mais importantes para fazer o modelo de negócios funcionar. Caso a empresa não tenha tais recursos, ela precisará de parceiros chave.

Tipos de Recursos:

- Físicos
- Humanos
- Financeiros
- Intelectuais

Os recursos -chave permitem criar e oferecer a proposta de valor, manter relacionamento com segmentos de clientes e obter receitas.

São os recursos importantes para o funcionamento do modelo de negócios

Perguntas Chaves:

- Quais recursos chave a proposta de valor precisa?
- E para o canal de distribuição?
- E para o relacionamento com o cliente?
- E para o fluxo de receitas?



BLOCO 06 : RECURSOS CHAVES

Exemplos :



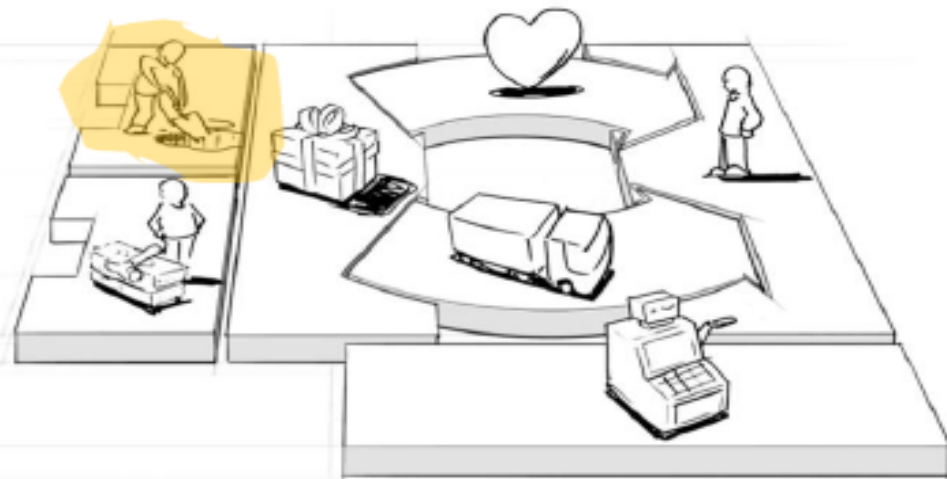
Base de usuários, equipe, servidores e plataforma



Minas, equipamentos e know-how técnico



BLOCO 07 : ATIVIDADES PRINCIPAIS



Esse bloco visa descrever as atividades principais a serem feitas para que o modelo de negócio da empresa funcione. É importante que a empresa consiga fazer essas atividades internamente ou por parceiros, podendo terceirizar as demais

Categorias

- Produção
- Solução de Problemas
- Plataforma / Rede

As atividades chave são as atividades essenciais para o que o modelo de negócios da empresa funcione corretamente.

Perguntas:

- Quais as atividades chave que a proposta de valor precisa?
- E os canais de distribuição?
- E o relacionamento com o cliente?
- E o fluxo de receitas?



BLOCO 07 : ATIVIDADES PRINCIPAIS

Exemplos :

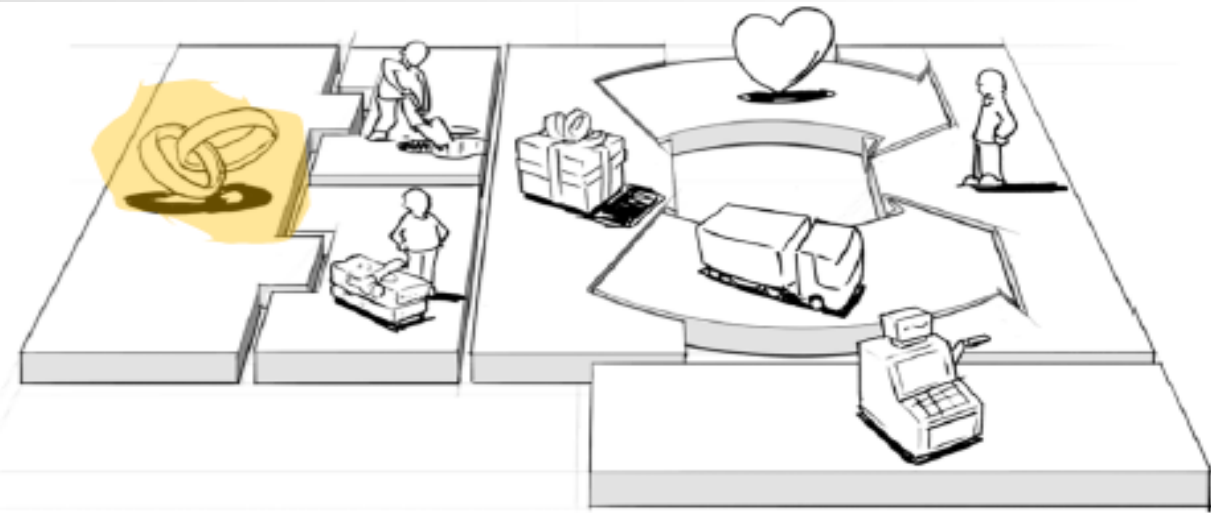


Elaborar programas, produzir programas, vender propaganda e buscar novos talentos



Desenvolver novos chocolates, produzir chocolates, gestão das franquias, distribuição e venda

BLOCO 08 : PRINCIPAIS PARCEIROS



Esse bloco visa descrever a rede de fornecedores e parceiros que fazem o modelo de negócios funcionar. Não é aconselhável deixar todos recursos e atividades chave com os parceiros para não criar dependência ou redundâncias.

Tipos de parcerias

- Alianças Estratégicas
- Coopetição
- Joint Venture
- Comprador-Fornecedor

Os parceiros chave são extremamente importante para as empresas, pois podem otimizar o seu modelo de negócios, reduzir riscos ou adquirir recursos.

Perguntas Chaves:

- Quem são os parceiros chave?
- Quem são nossos fornecedores chave?
- Quais recursos chave são adquiridos dos parceiros?
- Quais atividades chave os parceiros fazem?



BLOCO 08 : PRINCIPAIS PARCEIROS

Exemplos :



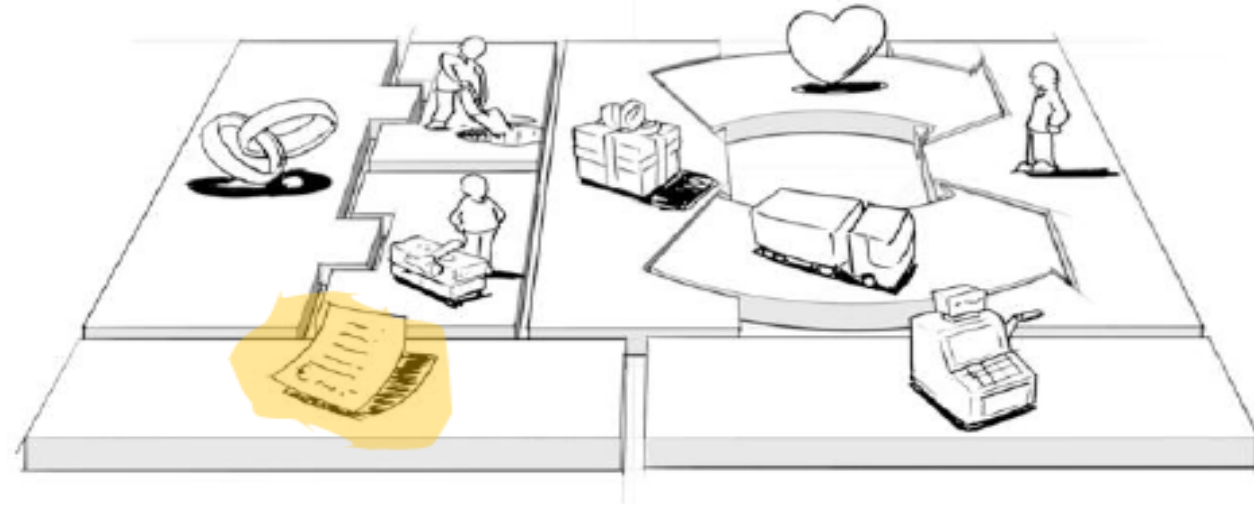
Fornecedores e franqueados



Facebook, appstores, comunidade dos jogos e lojas que vendem cartão pré-pago Zynga



BLOCO 09 : ESTRUTURA DE CUSTOS



Esse bloco visa descrever todos os custos envolvidos na operação do modelo de negócios. Se possível, colocar valores para verificar a viabilidade ou melhora do modelo de negócios.

Características:

- Custos fixos
- Custos variáveis
- Economia de escala
- Economia de escopo

Modelos de Negócios:

- Baseado em Custo
- Baseado em Valor

A estrutura de custos envolve os principais custos operacionais do modelo de negócios. Criar e entregar valor, manter relacionamento com clientes e gerar receitas, acarreta custos.

Perguntas Chaves:

- Quais são os principais custos inerentes ao modelo de negócios?
- Quais recursos chave são mais caros?
- Quais atividades chave são mais caras?



BLOCO 09 : ESTRUTURA DE CUSTOS

Exemplos :



Infraestrutura da rede, lojas, funcionários, marketing e call center



Aviões, manutenção dos aviões, combustível, marketing, funcionários, call center e sistemas de TI

Economia de Escala e de Escopo

Economia de escala é quando o aumento do volume de produção reduz o custo do produto. As economias de escala internas acontecem quando há um aumento na escala de produção de uma única firma. Já as economias de escala externas acontecem quando há um aumento na escala de produção de uma indústria ou um grupo de indústrias

. Economia de escopo é quando a produção conjunta de uma única firma é maior do que a produção de duas firmas diferentes produzindo um único produto cada. As economias de escopo são economias de escala, mas, ao invés de se referirem a um só bem, se referem a um conjunto destes.

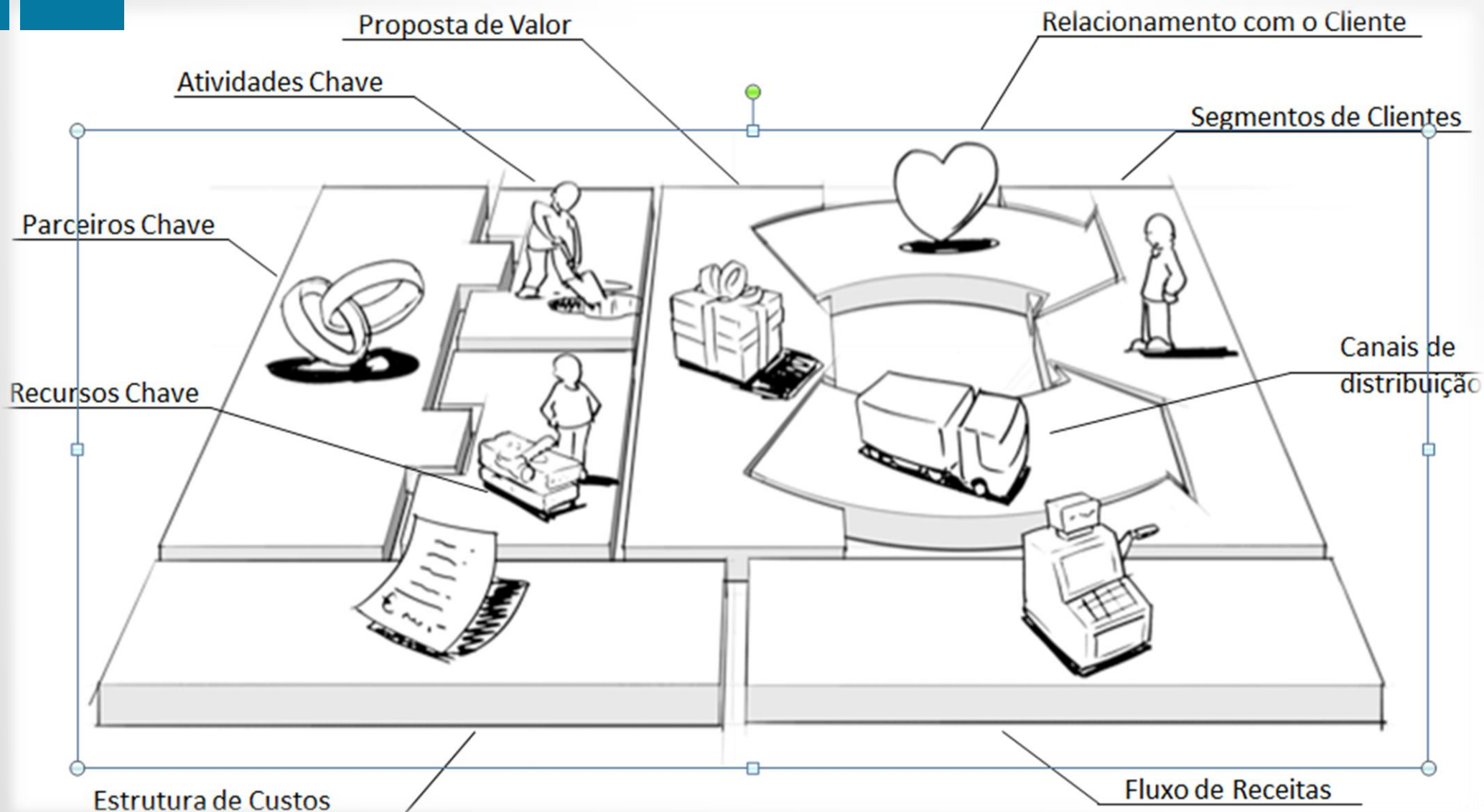
Modelos Baseado em Custo e em Valor

Estrutura de custos mais enxuta, proposta de valor mais baixo preço, máxima automação, terceirização extensiva

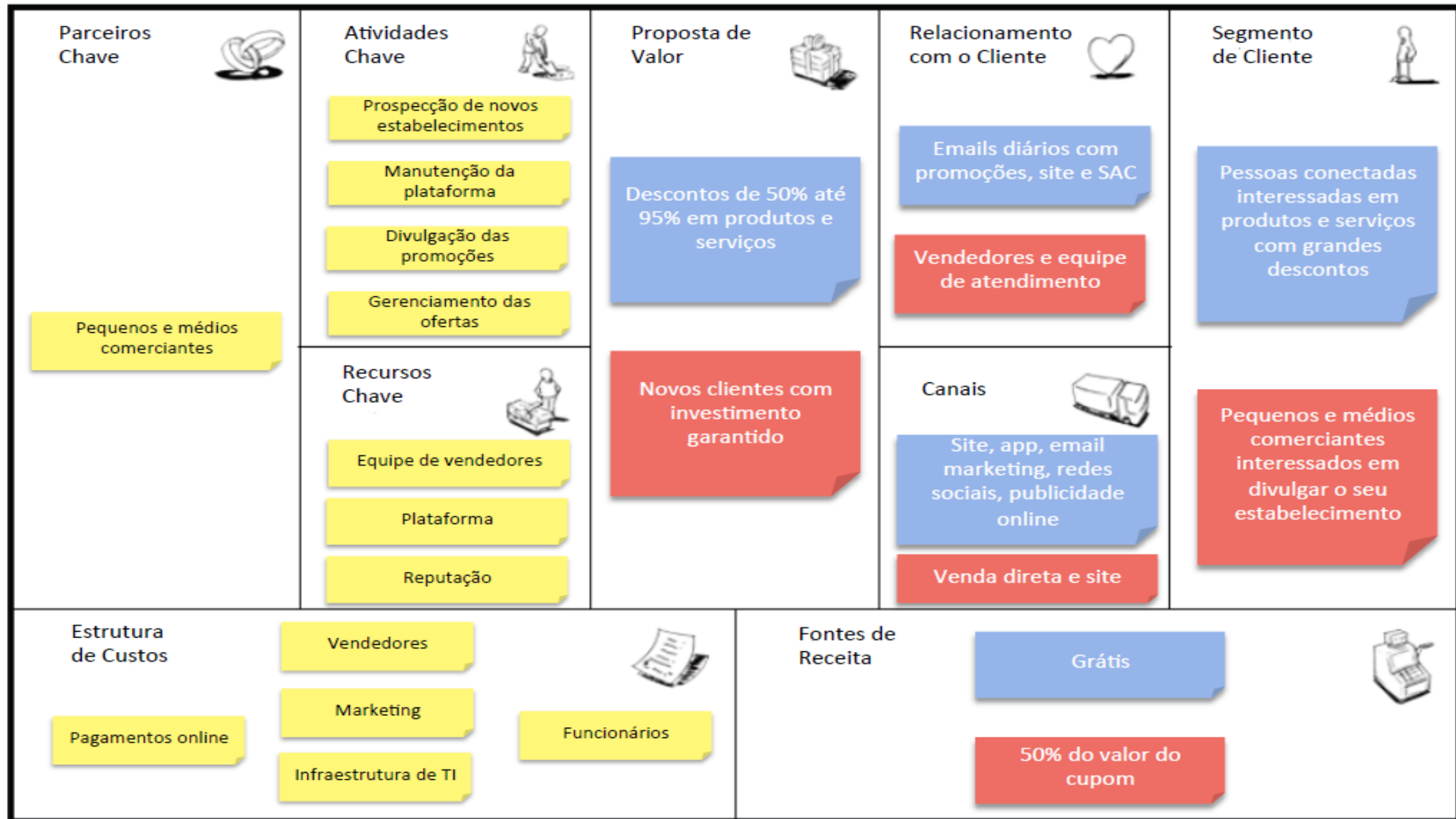
Focada na criação de Valor, proposta de valor premium



MODELAGEM DE NEGÓCIOS CANVAS 09 BLOCOS

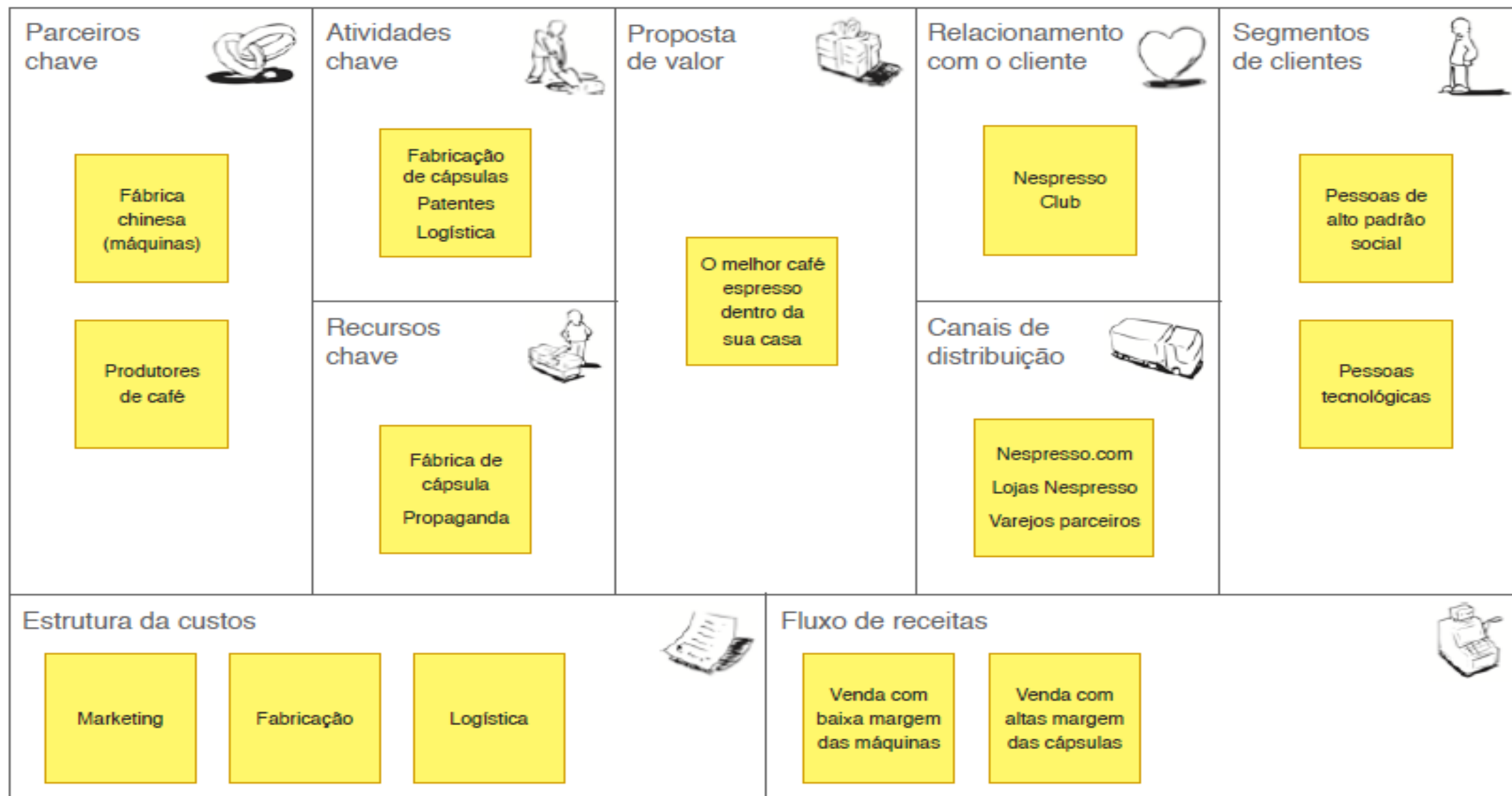


GROUPON



Nespresso

O melhor café espresso, sem trabalho
nem sujeira, dentro da sua casa





“Um modelo de negócio descreve a **lógica** de como uma organização cria, entrega e captura **valor**”.

Alexander Osterwalder



E VOCÊ?
TÁ Esperando
o quê
Pra tirar
Sua
Ideia
do
Papel ???



Até a próxima ...

...Nós somos o



Sebrae - Coordenação Regional FSA

Rua Rio Branco, 2115 – Centro

(75) 3321 2153 alex.leal@ba.sebrae.com.br

Até a próxima ...



Leal

alex.leal@ba.sebrae.com.br

(75) 3321 2153