

Modelo de Negócio Canvas

Criado por:

Criado por:

Data:

Versão:

Parcerias-Chave



Quem são as nossas Parcerias-Chave?
Quem são os nossos fornecedores?
Que Recursos-Chave estamos a adquirir aos nossos parceiros?
Que Atividades-Chave são realizadas pelos nossos parceiros?

MOTIVAÇÃO PARA OS PARCEIROS

Otimização e economia de recursos
Redução do risco e da incerteza
Aquisição de recursos e atividades específicas

Atividades-Chave



Que Atividades-Chave são necessárias para apresentar a nossa Proposta de Valor? E para definir os Canais de Distribuição? E as Relações com Clientes? E os Fluxos de Rendimento?

CATEGORIAS

Produção
Resolução de problemas
Plataformas/ Redes

Recursos-Chave



Que Recursos-Chave são necessários para definir a nossa Proposta de Valor? E para definir os Canais de Distribuição? e as Relações com os Clientes? e os Fluxos de Rendimento?

TIPOS DE RECURSOS

Físicos
Intelectuais (patentes de marca, direitos de autor, dados)
Humanos
Financeiro

Proposta de Valor



Que valor é que fornecemos ao cliente?
Qual dos problemas dos nossos clientes estamos a ajudar a resolver?
Que pacotes de produtos /serviços estamos a oferecer a cada Segmento de Cliente?
Que necessidades dos clientes estamos a satisfazer?

CARACTERÍSTICAS

Novidade
Desempenho
Personalização
Design
Marca/Estatuto
Preço
Redução de Custos
Redução de Risco
Acessibilidade
Conveniência/Utilidade

Relações com os Clientes



Que tipo de relação é esperado pelos nossos Segmentos de Clientes? Quais é que já estabelecemos?
Como estão integradas com o resto do nosso Modelo de Negócio?
Quanto custam manter os diferentes tipos de Relação estabelecidos?

EXEMPLOS

Assistência Pessoal
Assistência Pessoal Dedicada
Auto-serviço
Serviços automatizados
Comunidades
Co-criação

Canais



Através de que Canais é que os nossos Segmentos de Clientes querem ser contactados?
Como é que estamos a alcançá-los agora?
Como estão integrados os nossos Canais?
Quais funcionam melhor?
Quais são os mais rentáveis?
Como estamos a integrá-los com as rotinas dos nossos clientes?

FASES DOS CANAIS

1. *Consciência* – Como é que sensibilizamos e informamos o público-alvo dos produtos e serviços da nossa empresa?
2. *Avaliação* – Como ajudamos os clientes a avaliar a nossa Proposta de Valor?
3. *Aquisição* – Como é que permitimos aos clientes a compra de produtos/serviços?
4. *Entrega* – Como é que "entregamos" a Proposta de Valor aos clientes?
5. *Pós-venda* – Como é que prestamos apoio ao cliente após a venda?

Segmentos de Clientes



Para quem estamos a criar valor?
Quem são os nossos clientes mais importantes?

Mercado de massas
Nichos de Mercado
Segmentado
Diversificado
Plataformas multilaterais

Estrutura de Custos

Quais são os custos mais importantes implícitos ao nosso Modelo de Negócio?
Que Recursos-Chave são mais caros?
Quais são as Atividades-Chave mais dispendiosas?

O SEU NEGÓCIO É

Com base nos custos (estrutura de custos mais simples, propostas de baixo preço, automatização máxima, outsourcing abrangente)
Orientada para o valor (centrada na criação de valor, proposta de valor premium)

CARACTERÍSTICAS DA AMOSTRA

Custos fixos (salários, rendas, utilidades)
Custos variáveis
Economias de escala
Economias de âmbito



Fluxos de Rendimento

Qual é o valor que os nossos clientes estão dispostos a pagar?
Pelo quê que estão atualmente a pagar?
Como estão atualmente a pagar?
Como é que preferem pagar?
Quanto é que cada Fluxo de Rendimento contribui para o Rendimento total?

TIPOS

Venda de ativos
Taxa de utilização
Taxa de subscrição
Licenciamento
Agentes e Mediadores
Empréstimos / Renda/ Leasing

Preços Fixos

Listagem de preços
Dependente das características do produto
Dependente do Segmento do Cliente
Dependente do volume
Publicidade

FIXAÇÃO DINÂMICA DE PREÇOS

Negociação (discussão de preços)
Gestão do Rendimento
Mercado em Tempo Real

