

Engenharia do Produto

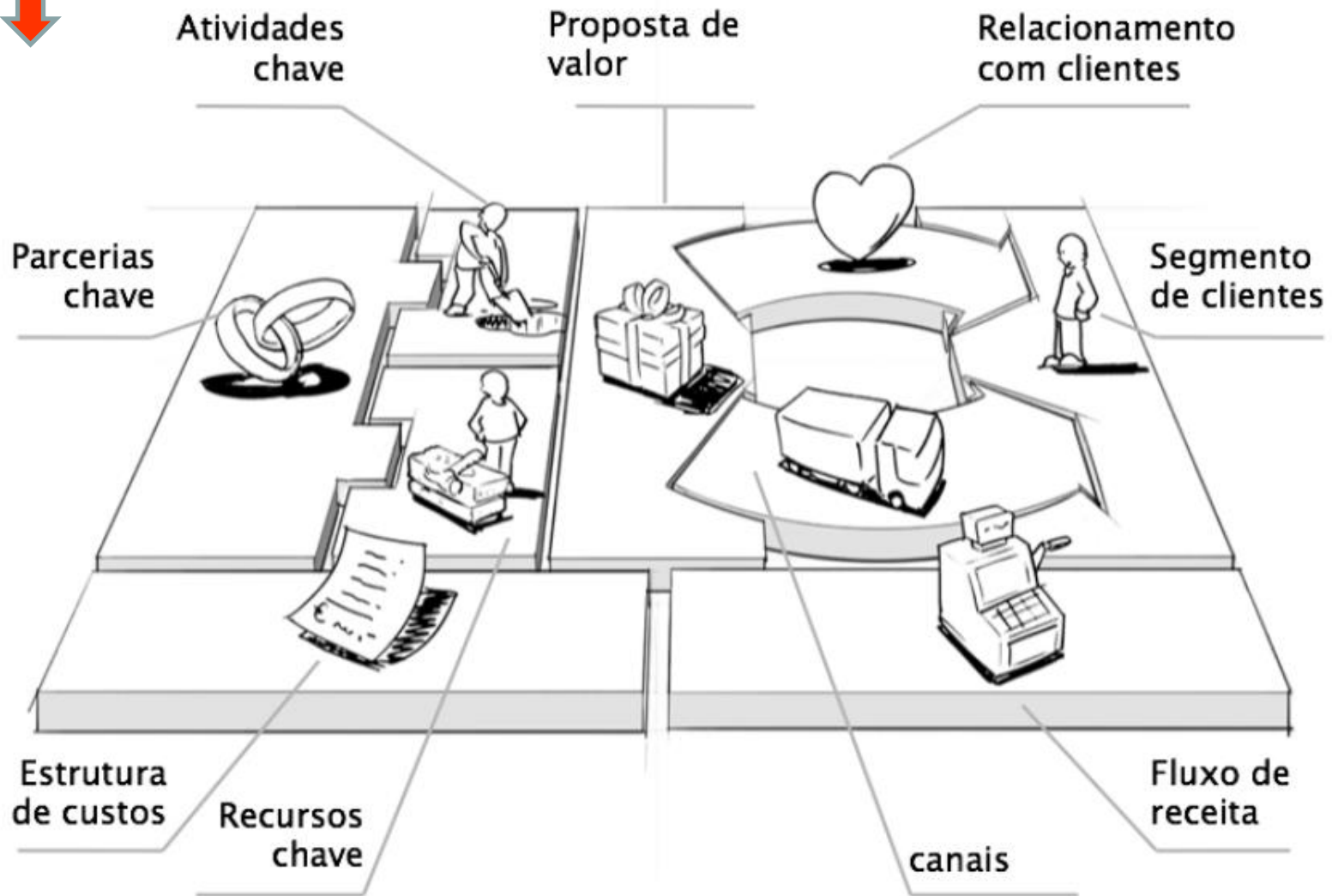
AULA 2

**Favor colocar o seu celular no modo
silêncio!**

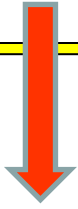
Não usar eletrônicos em aula!



Business Model Canvas



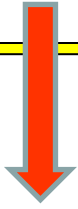
Business Model Canvas



Por muitos anos o termo modelo de negócios foi usado sem um consenso na sua definição.

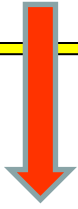
O consultor suíço Alexander Osterwalder começou a desenvolver sua tese de doutorado que daria origem ao Business Model Canvas.

Business Model Canvas



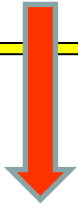
Alexander percebeu que definir o termo não seria suficiente. Era necessário criar algo que incentivasse a inovação, a prototipação e co-criação (criação colaborativa).

Business Model Canvas



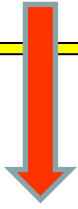
Utilizando-se, assim, de conceitos de design thinking, Alexander começou com um simples gráfico feito em powerpoint que anos mais tarde se tornaria uma bela tela (canvas) separada em nove blocos.

Business Model Canvas



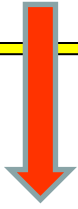
Seu próprio livro se intitulou Business Model Generation (Geração Modelo de Negócios). E, de fato, criou toda uma nova geração de empreendedores!

Business Model Canvas



À primeira vista o Business Model Canvas parece um simples diagrama. A facilidade de análise que ele traz só passa a ser realmente compreendida à medida que começarmos a visualizar exemplos e a utilizá-lo em nosso dia-a-dia.

Business Model Canvas

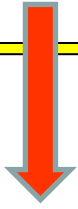


Foi desenvolvido em conjunto com mais de 200 consultores de todo o mundo.

O processo de criação do canvas por si foi colaborativo!

Alexander Osterwalder aproveitou a tendência de co-criação das redes sociais, criou engajamento ao redor de uma nova teoria de administração e chamou outros respeitados consultores e empresários do mercado para se sentirem donos e ajudarem a espalhar o canvas.


Business Model Canvas



Um Business Model Canvas permite que todo o negócio seja visualizado em uma única página (ou slide).

Isso significa que não é mais necessário percorrer um documento cheio de texto e alguns números, passando página por página para compreender as diferentes estratégias definidas.

Business Model Canvas

 Outro excelente aspecto é que o Business Model Canvas permite que você visualize o “encaixe estratégico” que existe entre diferentes áreas.

Documentos textuais são engessados.

Com menos texto, criar em conjunto com outras pessoas se torna um processo divertido e intuitivo.

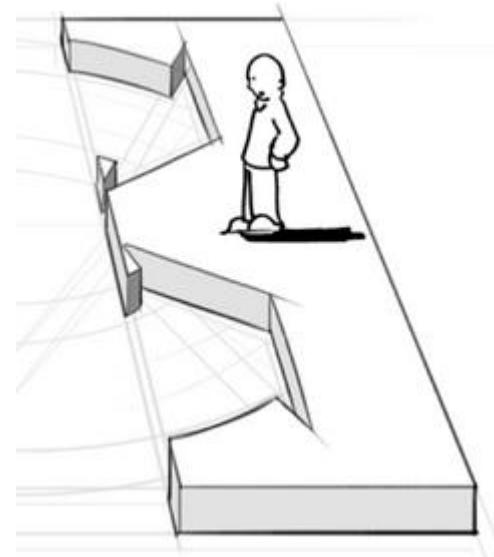
Basta pegar uma caneta e post-its para sair rabiscando e jogando suas idéias no canvas.

É esta facilidade de prototipação que permite que novos negócios sejam analisados mais rapidamente e em várias versões diferentes.

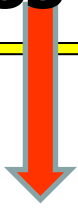
Business Model Canvas – Segmento de Clientes



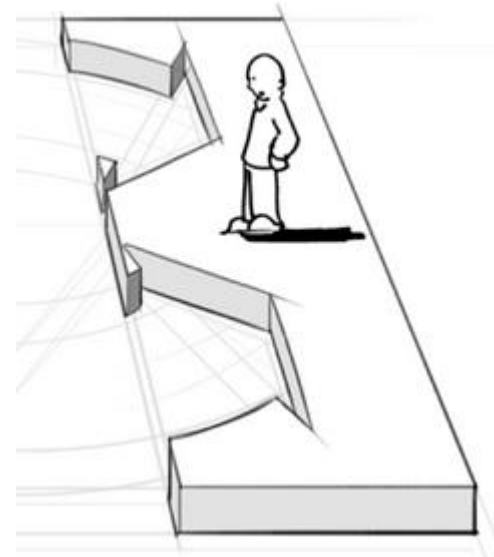
- 1) A palavra “segmento” possui implícita que se trata da escolha de uma fatia do mercado. Em outras palavras, é necessário que você defina um nicho de clientes. A famosa afirmativa “quem vende para todo mundo, não vende para ninguém” é levada a sério no Business Model Canvas.



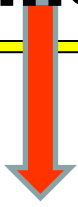
Business Model Canvas – Segmento de Clientes



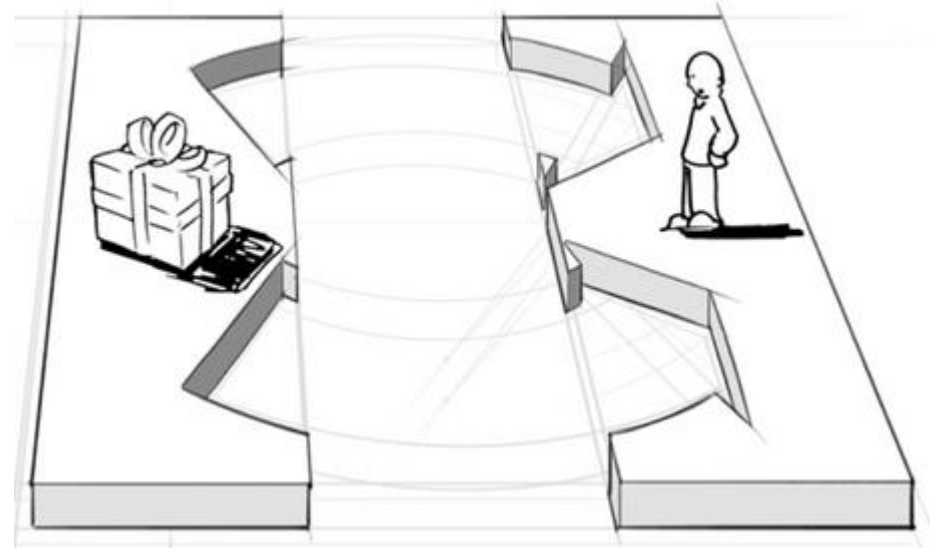
2) Um negócio deve ser desenvolvido a partir da perspectiva do cliente. Percebeu que o bonequinho olha para o canvas? Pois é, de nada adianta ter uma boa idéia se você não enxerga por meio dos olhos de quem vai pagar pelo produto / serviço que você irá entregar.



Business Model Canvas – Oferta de Valor



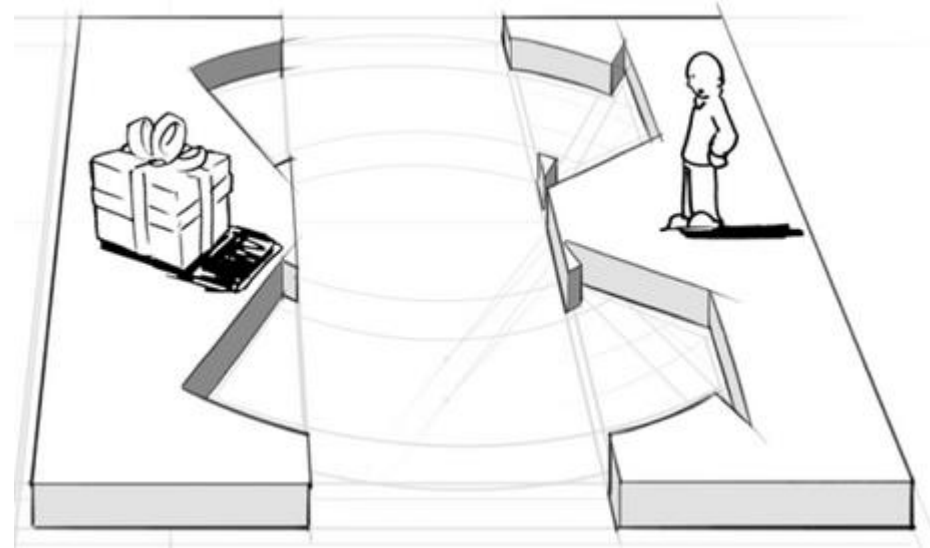
O segundo passo é definir a oferta de valor do seu negócio. Entenda que “valor” neste caso significa “benefício”. Portanto, é fundamental que você saiba explicitar quais são estes benefícios que seus produtos (ou serviços) entregam para os seus clientes.



Business Model Canvas – Oferta de Valor

Por exemplo, se o seu produto é um sistema financeiro.

Sua oferta de valor poderá ser “seu financeiro em dia com apenas 30 minutos por semana”.

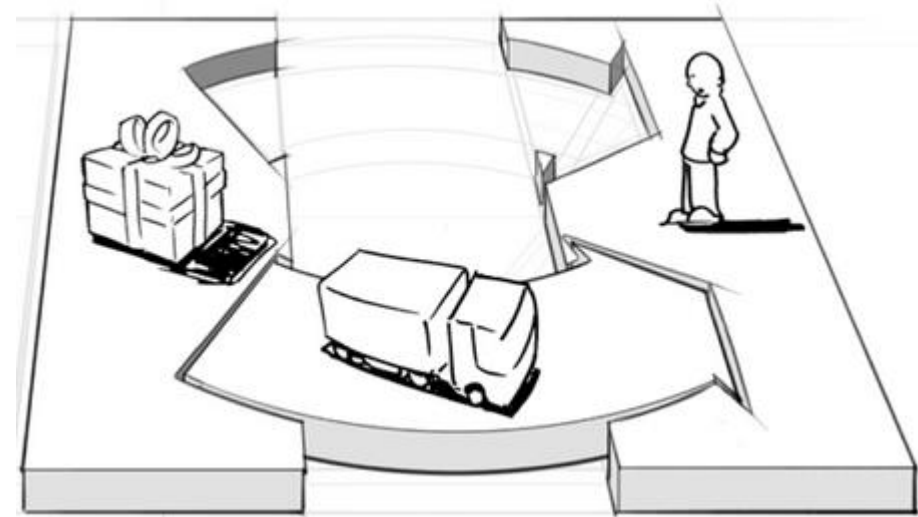


É claro que isso vai depender de seu sistema. Você pode ter inúmeros benefícios, mas tente resumi-lo em uma única frase.

Essa reflexão também é fundamental para que você analise seus diferenciais frente a seus concorrentes.

Business Model Canvas – Canais

Canais descrevem quais os caminhos pelos quais a empresa comunica e entrega valor para o cliente.

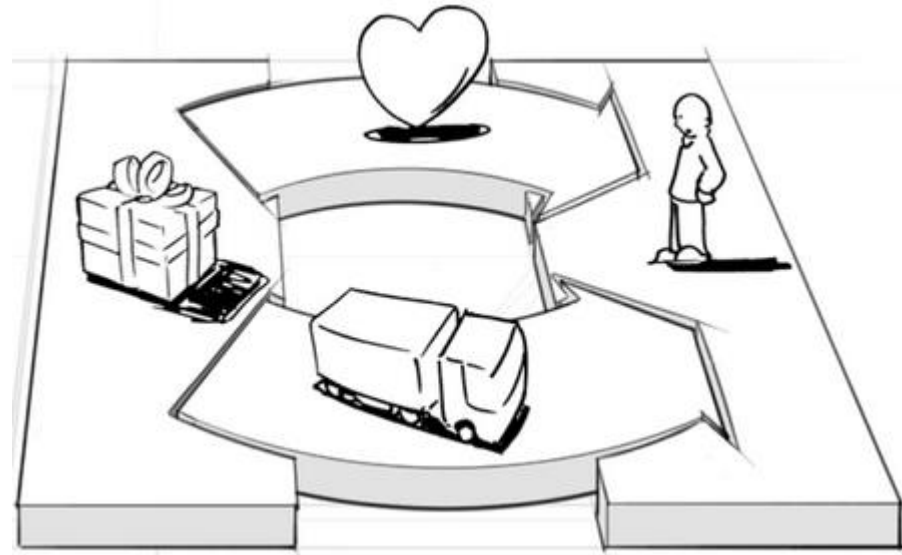


Os canais podem ser de comunicação, vendas e distribuição do produto. Ou seja, qualquer tipo de interface da empresa com o cliente. Servem para que o segmento definido possa tomar conhecimento e avaliar a proposição de valor do produto, efetuar a compra e uso do mesmo.

Business Model Canvas – Relacionamento

O bloco do relacionamento descreve estratégias que evitam que seus clientes corram para o concorrente por questões como “preço mais baixo”.

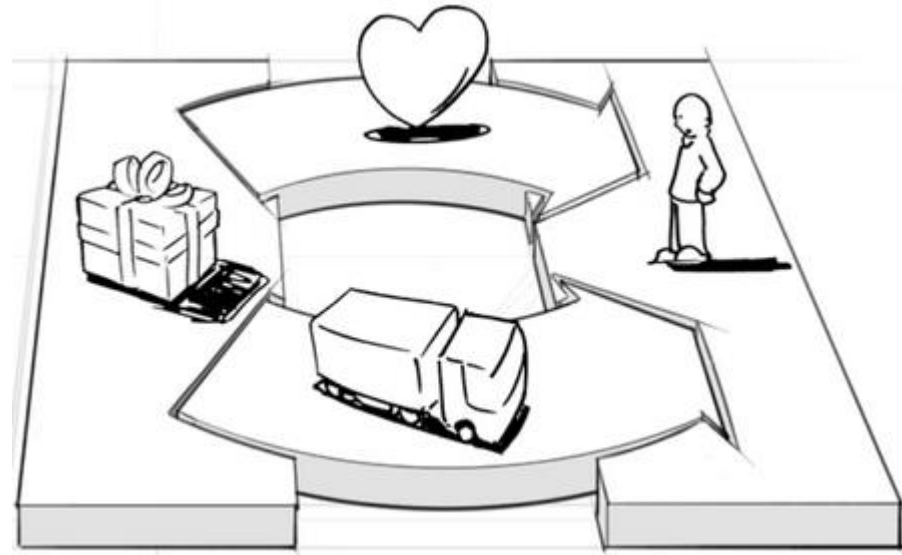
Definir boas estratégias de relacionamento é difícil, porém fundamental para a retenção de clientes.



Business Model Canvas – Relacionamento

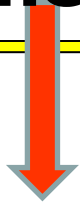


Muitas empresas start-ups adotam um relacionamento baseado em “auto-atendimento”, pelo qual o cliente resolve quase tudo sozinho.

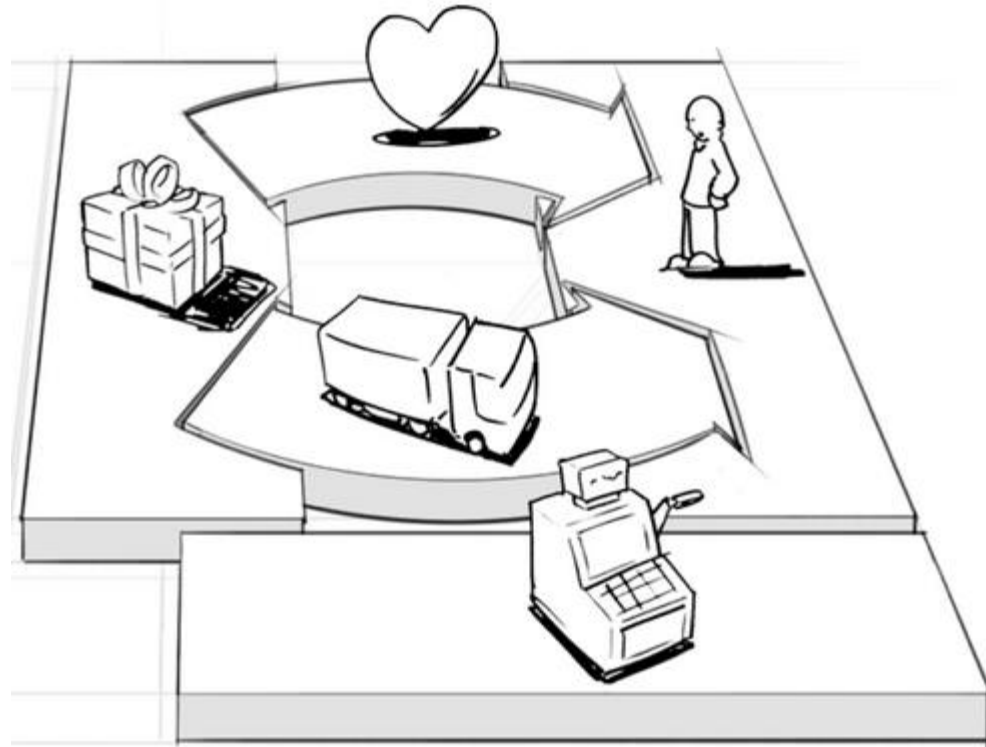


No entanto, algumas empresas já perceberam que investir num alto nível de atendimento garante destaque e maior lucratividade.

Business Model Canvas – Fontes de Renda



Para fechar o lado direito do Business Model Canvas, o fluxo de receitas é o bloco que determina a maneira como o cliente pagará pelos benefícios recebidos.

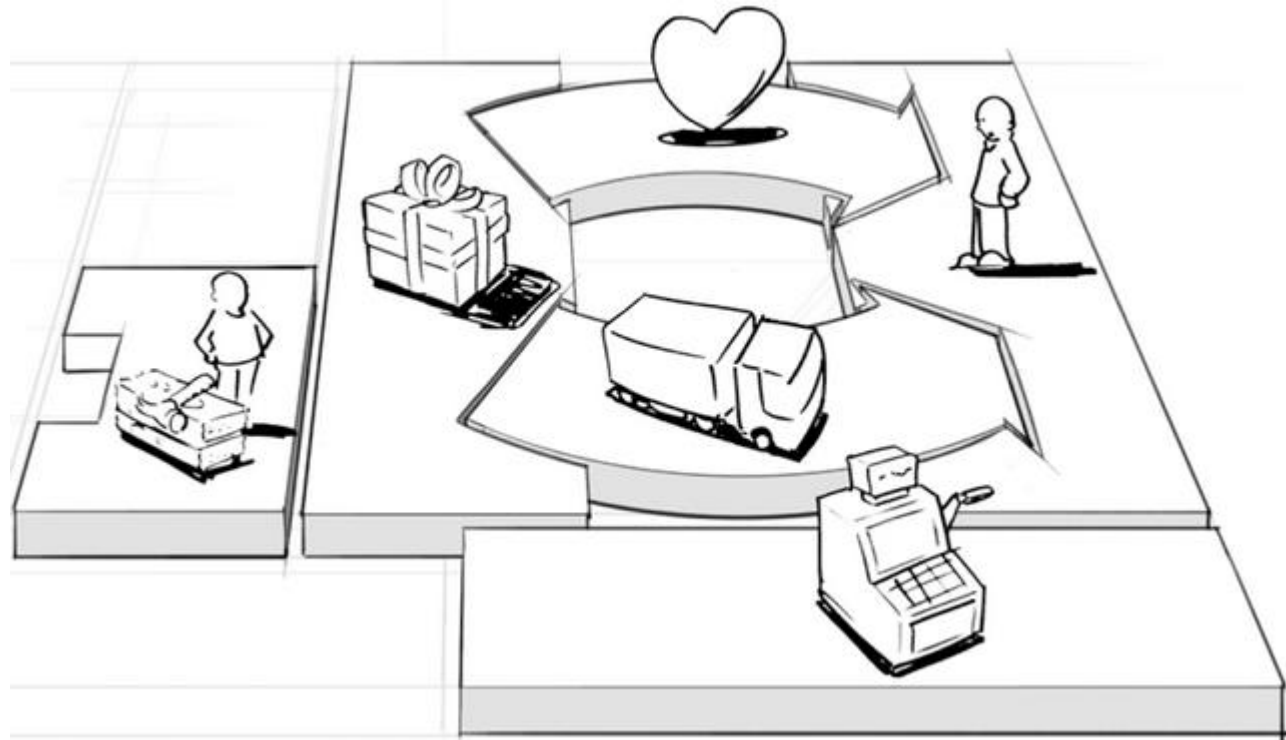


O fluxo de receitas é atualmente uma das grandes fontes de inovação. Por exemplo, inúmeras empresas estão transformando seus mercados ao cobrar por assinatura ao invés de por diária e alguns restaurantes passaram a cobrar por tempo de permanência ao invés de cobrar por prato ou por quilo.

Business Model Canvas – Recursos-Chave

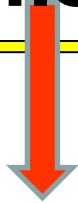


O primeiro bloco do lado esquerdo é o de recursos-chave, que são os ativos fundamentais para fazer o negócio funcionar.

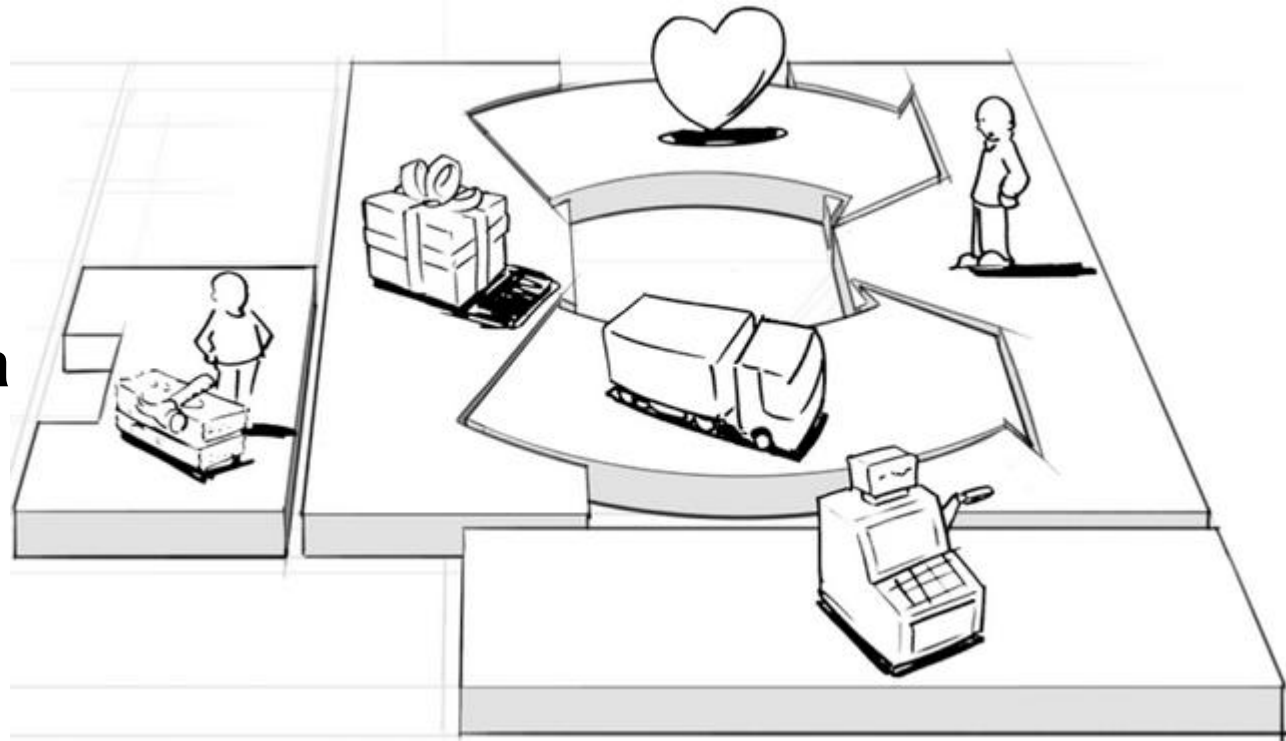


Aliás, todo o lado esquerdo está relacionado à parte operacional do negócio.

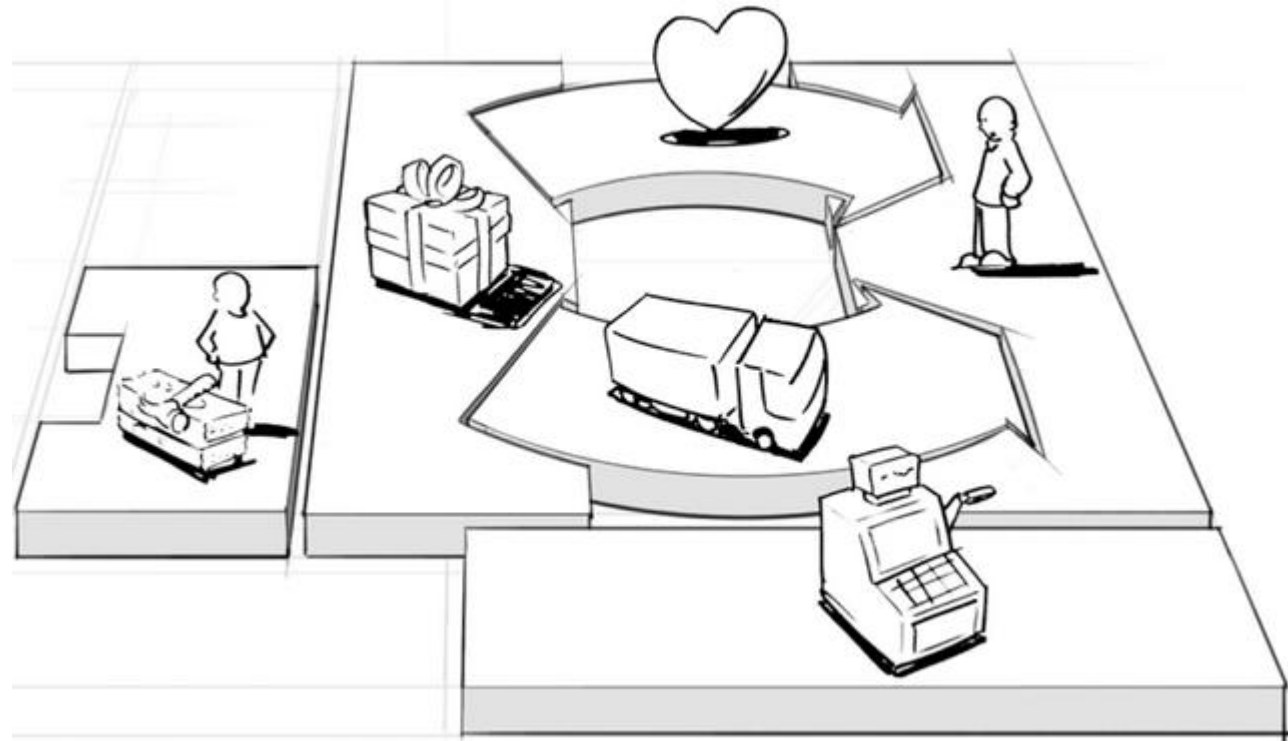
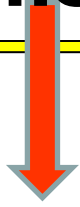
Business Model Canvas – Recursos-Chave



Esse bloco deve ser limitado a descrever o que realmente importa dentro dos ativos de sua empresa. Por exemplo, em uma siderúrgica os recursos-chave são o forno (caldeira) e o laminador.

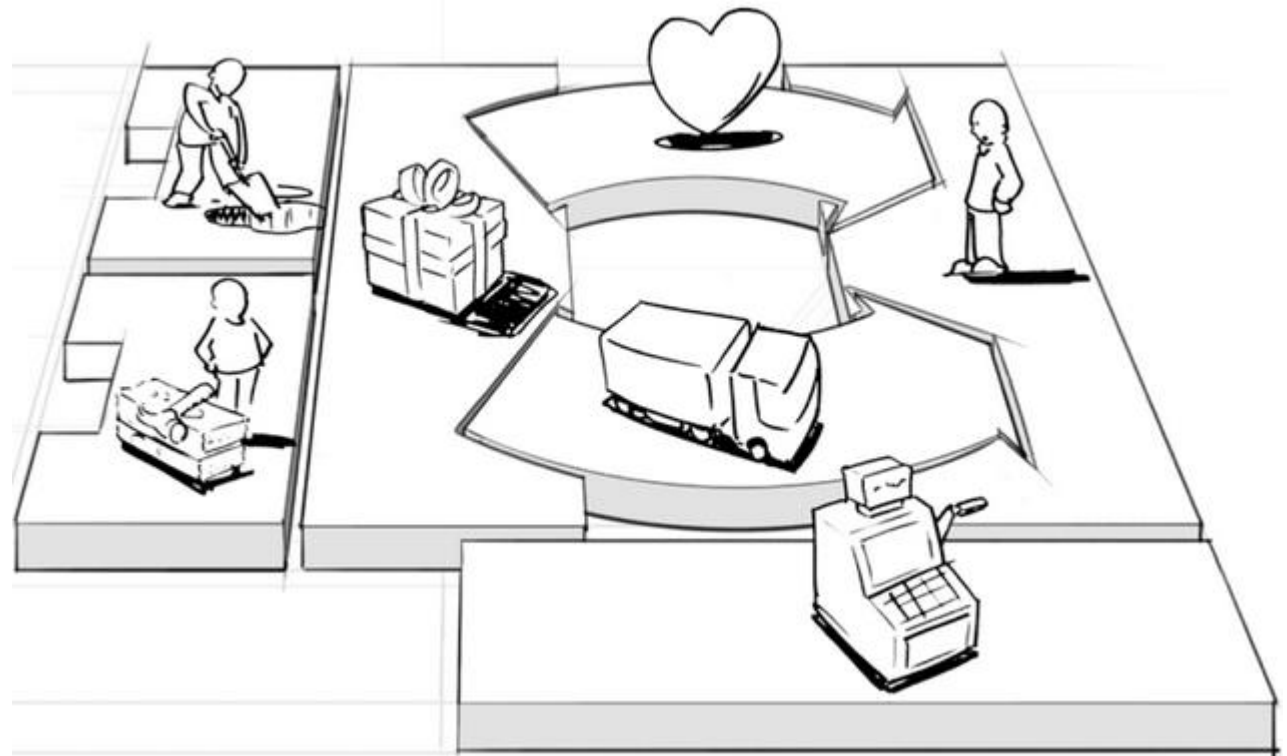
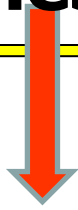


Business Model Canvas – Recursos-Chave



Alguns exemplos de recursos são: ativos físicos, como máquinas ou instalações, intelectuais, como patentes, recursos humanos, como equipe de programadores ou atendimento, etc.

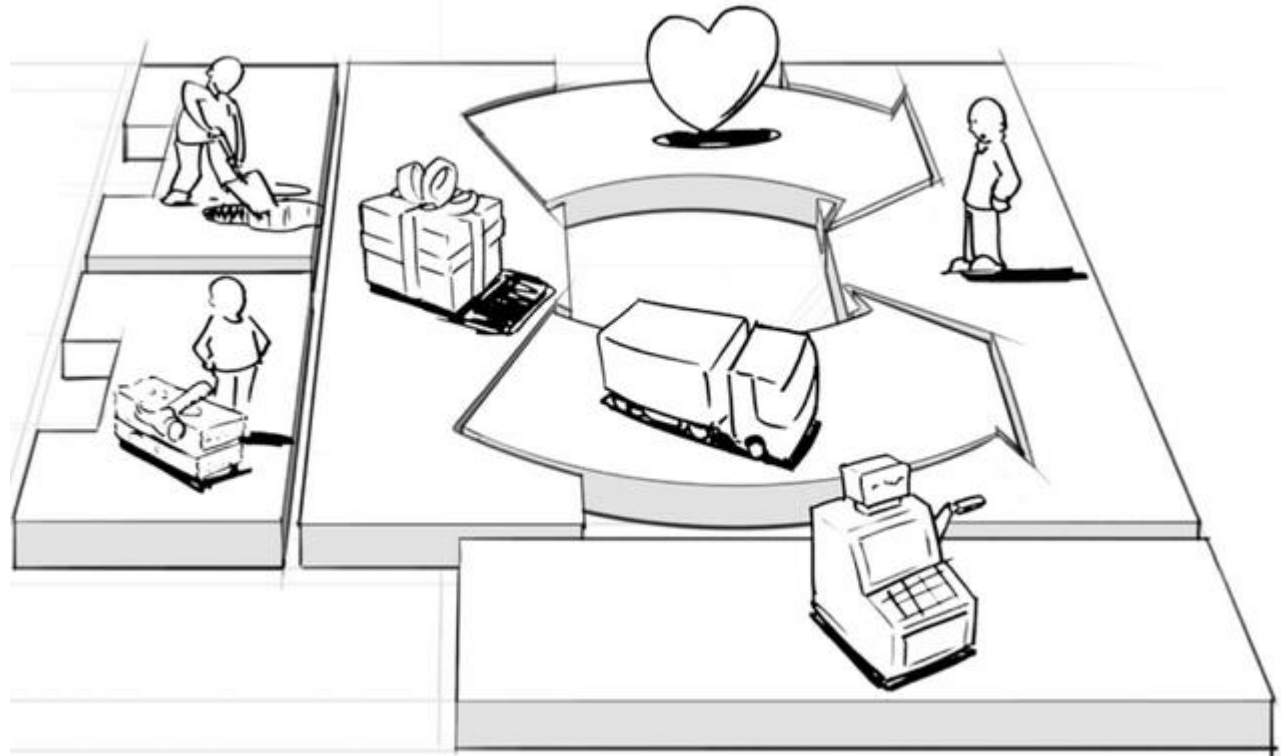
Business Model Canvas – Atividades-Chave



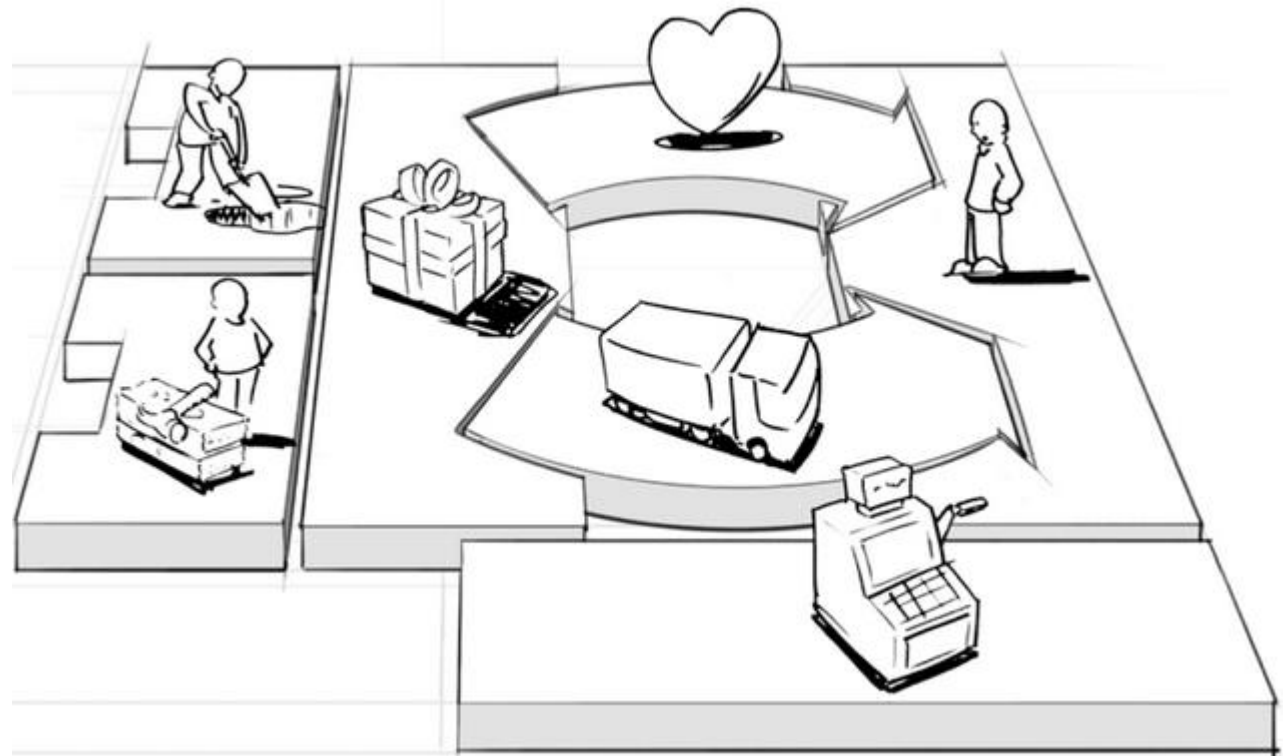
De forma complementar aos recursos-chave, as atividades devem tratar das atividades mais importantes que a empresa deve fazer de forma constante para que o negócio funcione corretamente.

Business Model Canvas – Atividades-Chave

Se uma empresa possui uma plataforma web como recurso-chave, muito provavelmente terá como atividade-chave a manutenção desta plataforma.

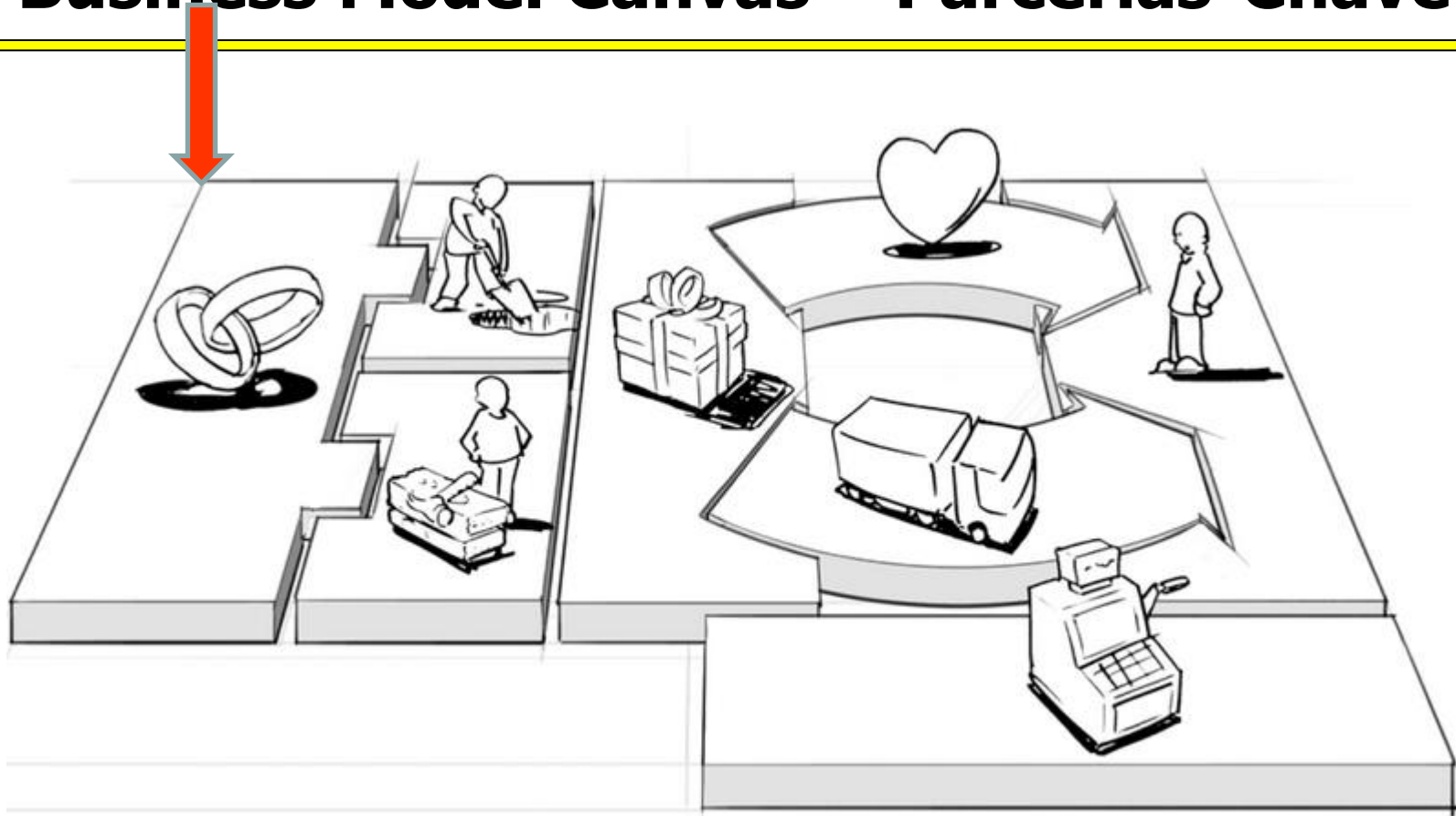


Business Model Canvas – Atividades-Chave



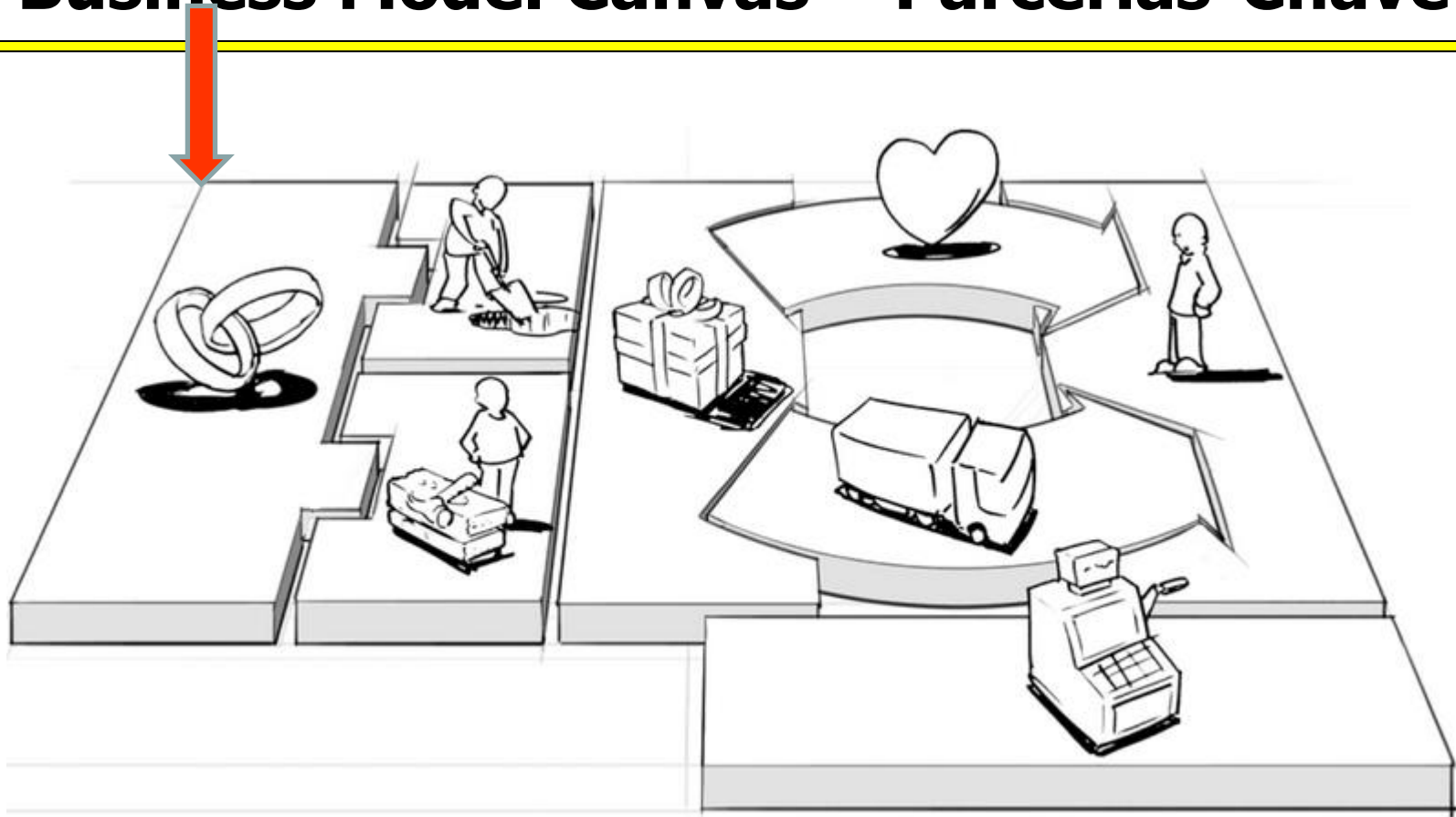
Alguns exemplos de atividades são: Produção de Bens, Resolução de Problemas, Gestão de Plataformas, Vendas Consultivas, Desenvolvimento de Produtos, etc.

Business Model Canvas – Parcerias-Chave



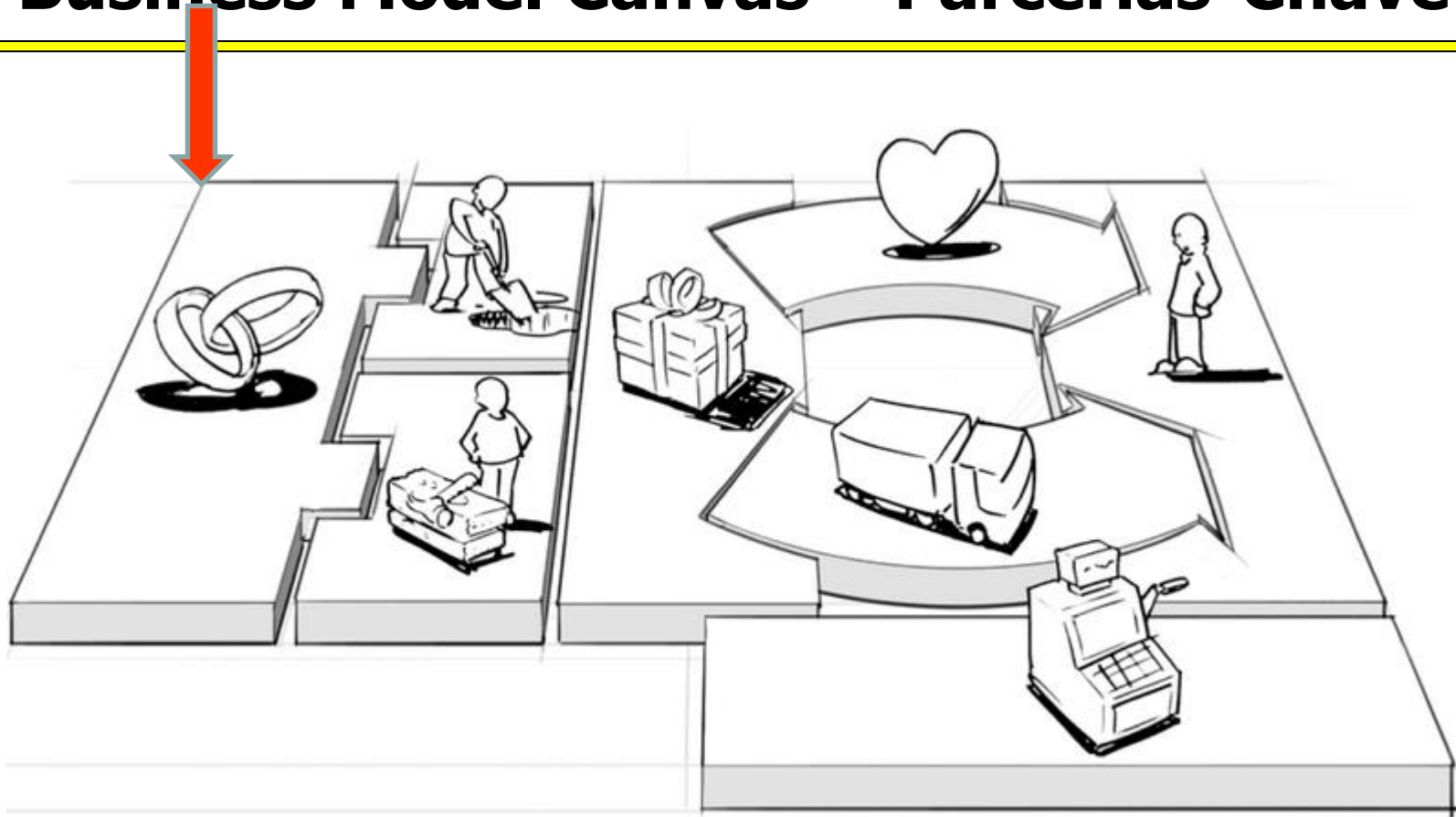
“Parceiros-chave” no Business Model Canvas refere-se primordialmente a terceirizações (fornecedores).

Business Model Canvas – Parcerias-Chave



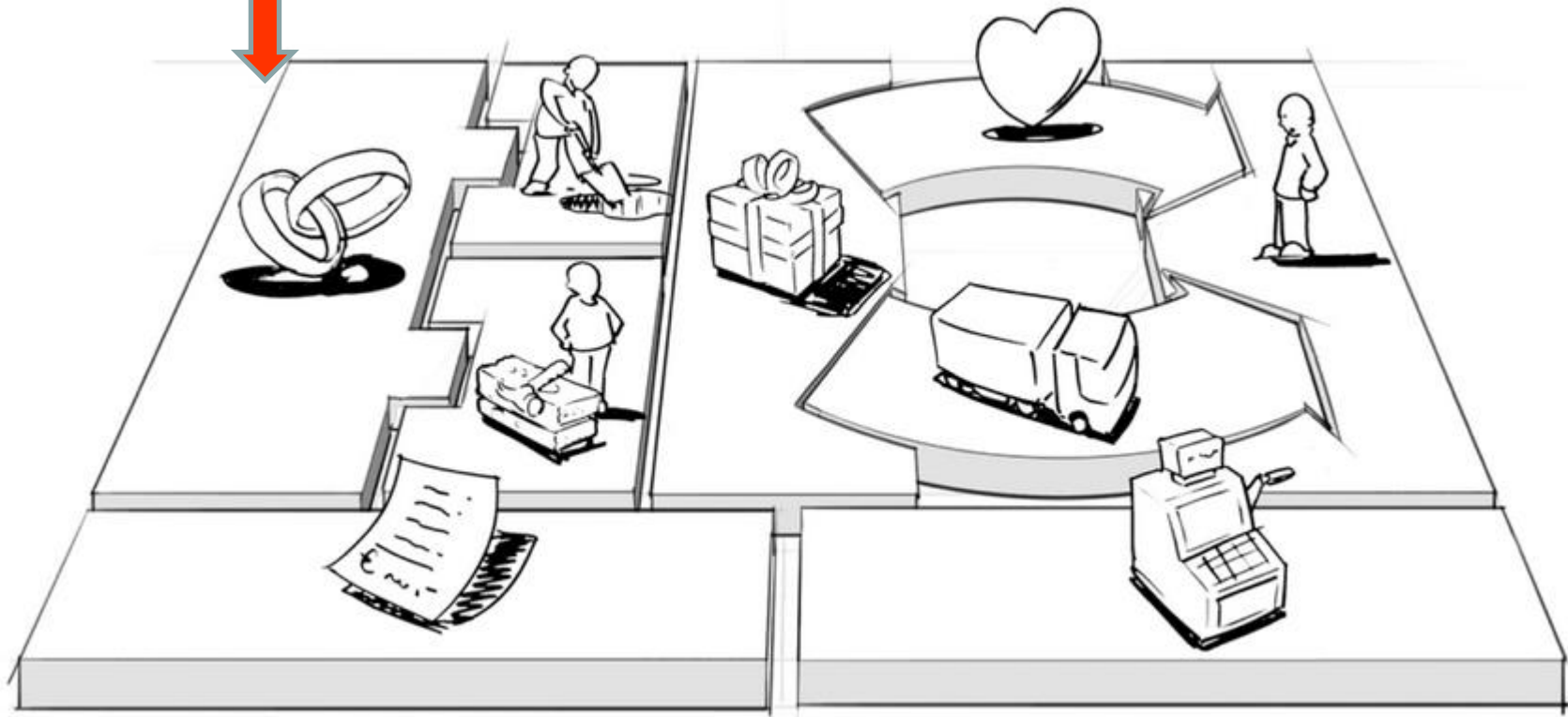
Como dito anteriormente, o lado esquerdo trata de quesitos operacionais, portanto o bloco parcerias lista outras empresas que ajudam seu negócio a entregar a oferta de valor.

Business Model Canvas – Parcerias-Chave



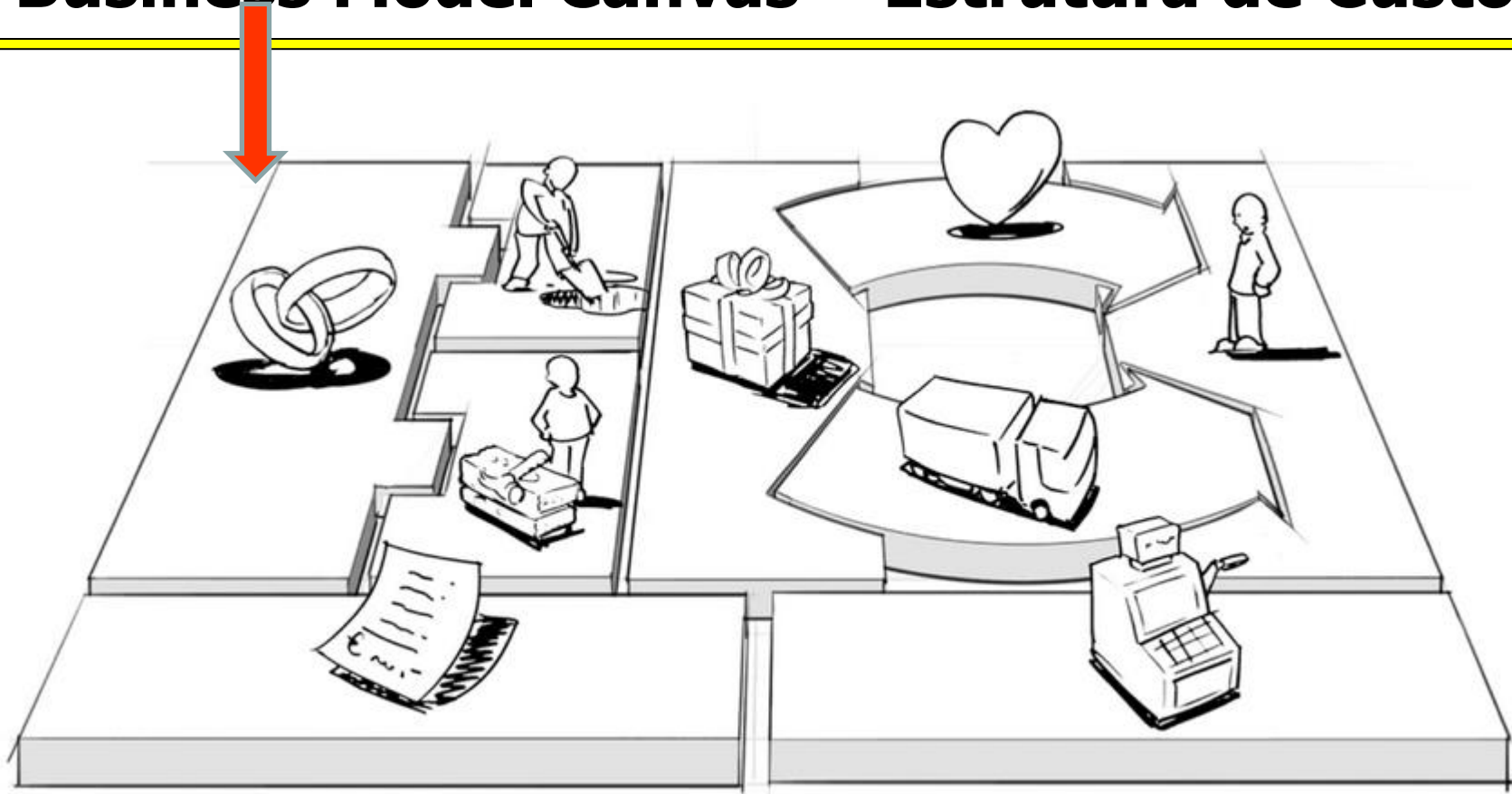
Qualquer tipo de tarefa ou matéria-prima essencial fornecida por outra empresa e que garante o funcionamento do negócio deve ser listada neste bloco.

Business Model Canvas – Estrutura de Custos



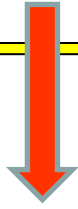
O último bloco do modelo descreve todos os principais custos que têm peso no financeiro e são derivados da operacionalização do negócio.

Business Model Canvas – Estrutura de Custos



Eles serão provavelmente oriundos dos blocos de recursos, atividades e parcerias-chave. Porém, também será possível que custos de canais sejam considerados como, por exemplo, comissão de vendedores.

Business Model Canvas



Rede-de-Parceiros	Atividades-Chave	Proposta-de-Valor	Relacionamento-com-Clientes	Segmentos-de-Clientes
<p>Quem são os nossos principais parceiros?¶</p> <p>Quem são os nossos principais fornecedores?¶</p> <p>Quais os recursos-chave que estamos adquirindo de parceiros?¶</p> <p>Quais atividades principais parceiros vão executar?¶</p> <p>¶</p> <p>¶</p> <p>Motivações para parcerias: otimização e redução de risco econômico e Aquisição de incerteza de recursos especiais e atividades¶</p> <p>¶</p>	<p>Quais as Principais Atividades que nossas propostas de valor exigem?¶</p> <p>Nossos canais de distribuição?¶</p> <p>Relacionamento com o Cliente?¶</p> <p>Os fluxos de receitas?¶</p> <p>¶</p> <p><i>Categorias problema de produção Resolvendo Platform / Rede¶</i></p> <p>Recursos-Chave</p> <p>Quais recursos serão necessários para viabilizar a proposta de valor?¶</p> <p>E os canais de distribuição?¶</p> <p>E o relacionamento co-clientes?¶</p> <p>O fluxo de caixa?¶</p>	<p>Quais os valores e benefícios que agregamos para o cliente?¶</p> <p>Quais problemas do cliente estamos ajudando a resolver?¶</p> <p>Quais produtos e serviços oferecemos para cada segmento de clientes?¶</p> <p>Quais necessidades de nossos clientes estamos satisfazendo?¶</p>	<p>Que tipos de relacionamento cada um dos segmentos de clientes espera que tenhamos e mantenhemos?¶</p> <p>Quais relacionamentos nós estabelecemos?¶</p> <p>Como estes relacionamentos se integram com nosso modelo de negócios?¶</p> <p>Quanto custa esses relacionamentos?¶</p> <p>Canais de Distribuição</p> <p>Através de quais canais os segmentos de clientes podem ser atingidos?¶</p> <p>Como estamos atingindo atualmente?¶</p> <p>Como os canais de integram entre si?¶</p> <p>Qual o canal que funciona melhor?¶</p> <p>Quais apresentam melhor custo/benefício?¶</p> <p>Como estamos integrando os canais com a rotina dos clientes?¶</p> <p>¶</p>	<p>Para quem estamos criando valor?¶</p> <p>Quem são nossos clientes mais importantes?¶</p> <p>¶</p>
<p>Estrutura de Custos</p> <p>Quais são os custos mais representativos em nosso modelo de negócios?¶</p> <p>¶</p> <p>Quais os recursos-chave mais caros?¶</p> <p>Quais as atividades mais caras?¶</p>		<p>Fluxo de Receitas</p> <p>Por qual valor gerado pela empresa seus clientes estariam dispostos a pagar?¶</p> <p>¶</p> <p>Pelo que eles pagam atualmente?¶</p> <p>Como eles pagam atualmente?¶</p> <p>Como eles gostariam de pagar?¶</p> <p>Quanto cada entrada contribui para o fluxo geral de receitas?¶</p>		

Atividade 2

a) Faça o Modelo canvas dos três segmentos de Mercado pesquisados supondo possíveis empresas a serem constituídas nestes segmentos;

EP_201x_x_Atividade2_nome dos alunos.ppt