

# Business Model Canvas

Projetado para:

Empresa

Projetado por:








Nome1, Nome2, ...

Data:

DD/MM/AAAA

Versão:

X.Y

<p><b>Parceiros Chave</b> </p> <p>Quem são nossos Parceiros Chave? Quem são nossos principais fornecedores? Quais Recursos Chave estamos adquirindo dos parceiros? Quais Atividades Chave os parceiros realizam?</p> <p>MOTIVAÇÕES PARA PARCERIAS: Otimização e economia, Redução de risco e incerteza, Aquisição de recursos e atividades específicas</p>	<p><b>Atividades Chave</b> </p> <p>Quais Atividades Chave nossas Propostas de Valor exigem? Nossos Canais de Distribuição? Relacionamento com Clientes? Fontes de Receita?</p> <p>CATEGORIAS: Produção, Resolução de Problemas, Plataforma/Rede</p>	<p><b>Propostas de Valor</b> </p> <p>Que valor entregamos ao cliente? Qual dos problemas do nosso cliente estamos ajudando a resolver? Quais pacotes de produtos e serviços estamos oferecendo para cada Segmento de Cliente? Quais necessidades dos clientes estamos satisfazendo?</p> <p>CARACTERÍSTICAS: Novidade, Desempenho, Personalização, "Fazer o Trabalho", Design, Marca/Status, Preço, Redução de Custos, Redução de Risco, Acessibilidade, Conveniência/Usabilidade</p>	<p><b>Relacionamento com Clientes</b> </p> <p>Que tipo de relacionamento cada Segmento de Cliente espera que estabeleçamos e mantemos com eles? Quais relacionamentos já estabelecemos? Como eles estão integrados com o restante do nosso modelo de negócios? Qual é o custo deles?</p>	<p><b>Segmentos de Clientes</b> </p> <p>Para quem estamos criando valor? Quem são nossos clientes mais importantes? Nossa base de clientes é um Mercado de Massa, Mercado de Nicho, Segmentado, Diversificado ou Plataforma Multilateral?</p>
<p><b>Estrutura de Custos</b> </p> <p>Quais são os custos mais importantes inerentes ao nosso modelo de negócios? Quais Recursos Chave são mais caros? Quais Atividades Chave são mais caras?</p> <p>SEU NEGÓCIO É MAIS: Orientado para Custos (estrutura de custos mais enxuta, proposição de valor de baixo preço, máxima automação, terceirização extensiva), Orientado para Valor (focado na criação de valor, proposição de valor premium).</p> <p>CARACTERÍSTICAS DE EXEMPLO: Custos Fixos (salários, aluguéis, utilidades), Custos Variáveis, Economias de escala, Economias de escopo</p>	<p><b>Fluxos de receita</b> </p> <p>Por qual valor nossos clientes estão realmente dispostos a pagar? Pelo que eles pagam atualmente? Como estão pagando atualmente? Como prefeririam pagar? Quanto cada Fonte de Receita contribui para a receita total?</p> <p>TIPOS: Venda de ativos, Taxa de uso, Taxas de assinatura, Empréstimo/Aluguel/Leasing, Licenciamento, Taxas de corretagem, Publicidade</p> <p>PREÇOS FIXOS: Preço de tabela, Dependente das características do produto, Dependente do segmento de cliente, Dependente do volume</p> <p>PREÇOS DINÂMICOS: Negociação (barganha), Gestão de rendimento, Mercado em tempo real</p>			









Projetado para:

Projetado por:

Data:

Versão:

# Business Model Canvas

<b>Parceiros Chave</b> 	<b>Atividades Chave</b> 	<b>Propostas de Valor</b> 	<b>Relacionamento com Clientes</b> 	<b>Segmentos de Clientes</b> 
	<b>Recursos Chave</b> 		<b>Canais</b> 	
<b>Estrutura de Custos</b> 		<b>Fluxos de receita</b> 