



# Canvas Model

<http://www.kronedesign.com.br>

# O que é este Modelo?

O **Business Model Canvas** é uma ferramenta de gerenciamento estratégico, que permite desenvolver e esboçar modelos de negócio novos ou existentes. É um mapa visual pré-formatado contendo nove blocos do modelo de negócios.[1](#) .

O **Business Model Canvas** foi inicialmente proposto por Alexander Osterwalder[2](#) baseado no seu trabalho anterior sobre Business Model Ontology.[3](#)

As descrições formais do negócio se tornam os blocos para construir suas atividades. Existem várias conceitualizações diferentes de *negócio*; o trabalho e a tese de Osterwalder (2010[1](#) , 2004[3](#) ) propõem um *modelo único de referência* baseado nas semelhanças de um vasto número de conceitualizações de modelo de negócios.

Com seu *padrão de design de modelo de negócios*, uma empresa pode facilmente descrever seu modelo de negócios.

# Porque devo Usá-lo?

O 'Business Model Canvas' é um mapa dos principais itens que constituem uma empresa, pode ser também uma receita de estratégia, que deve estar sempre sendo revisado cada quadrante ao longo do tempo para saber se cada um está sendo bem atendido ou se é necessário fazer alteração em algum deles para se conseguir um melhor resultado.

O mapa é um resumo dos pontos chave de um plano de negócio, mas não deixa de excluir um plano de negócio em si, é uma ferramenta menos formal que pode ser utilizada com mais frequência no dia a dia.

# Como aplicar?

O **Business Model Canvas** pode ser impresso numa grande superfície para grupos de pessoas começarem esboçar e discutir elementos do modelo de negócios com lembretes em Post-it ou marcadores para quadro branco.

É uma ferramenta que fomenta o entendimento, a discussão, a criatividade e a análise.

# O Quadro

(VAMOS COMEÇAR MAPEANDO)

# ***The Business Model Canvas***

|                                                                                                                       |                                                                                                                    |                                                                                                                        |                                                                                                                             |                                                                                                                        |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b><i>Key Partners</i></b><br>       | <b><i>Key Activities</i></b><br> | <b><i>Value Proposition</i></b><br> | <b><i>Customer Relationships</i></b><br> | <b><i>Customer Segments</i></b><br> |
|                                                                                                                       | <b><i>Key Resources</i></b><br>  |                                                                                                                        | <b><i>Channels</i></b><br>               |                                                                                                                        |
| <b><i>Cost Structure</i></b><br> |                                                                                                                    |                                                                                                                        | <b><i>Revenue Streams</i></b><br>      |                                                                                                                        |

# 1

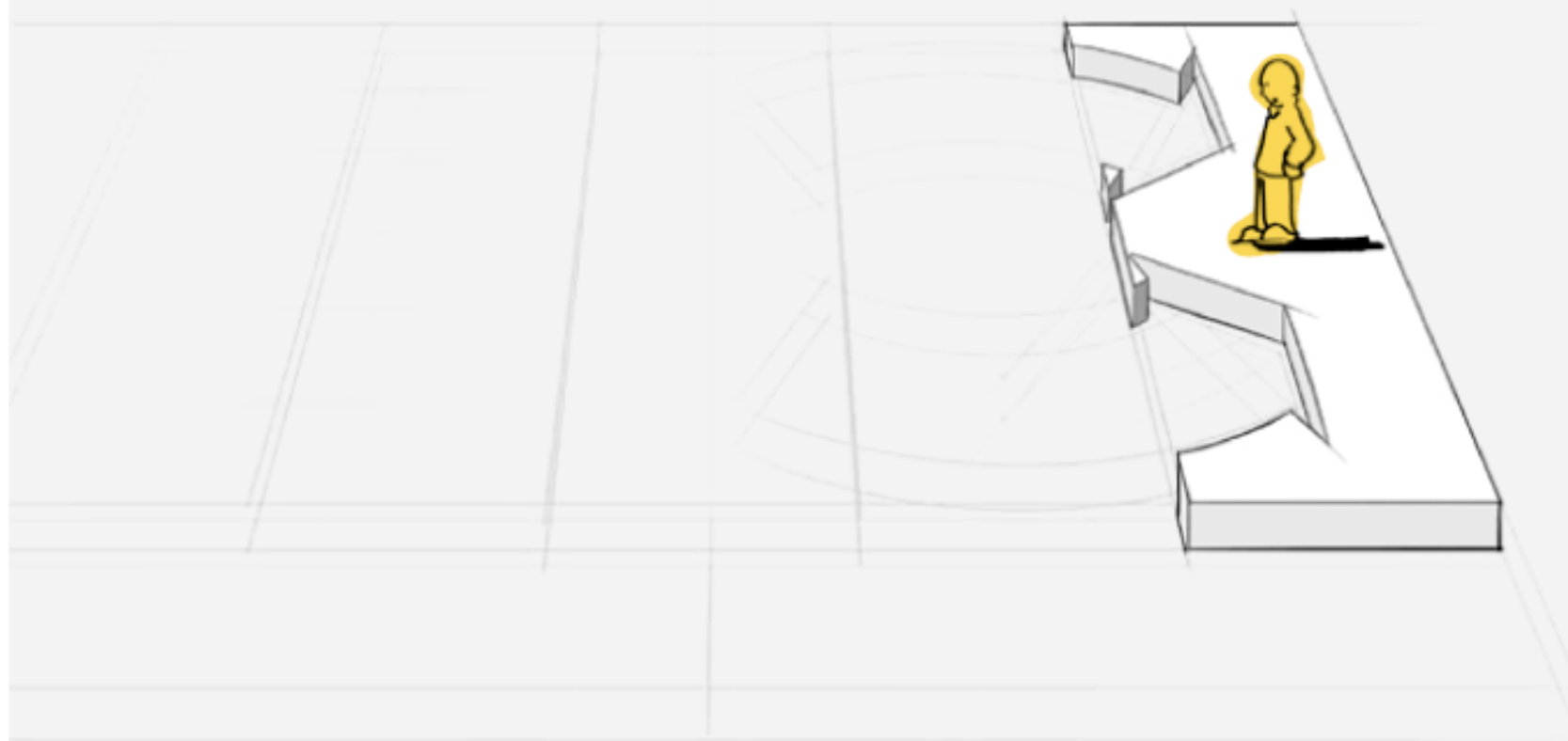
## SEGMENTOS DE CLIENTES

Quais são seus tipos de clientes?

Dica:

Eles podem ser agrupados em grandes e pequenos segmentos.

Grupos de clientes representam segmentos distintos se são diferentes [1] as ofertas, [2] os canais, [3] os tipos de relacionamento, [4] a lucratividade e [5] os valores.



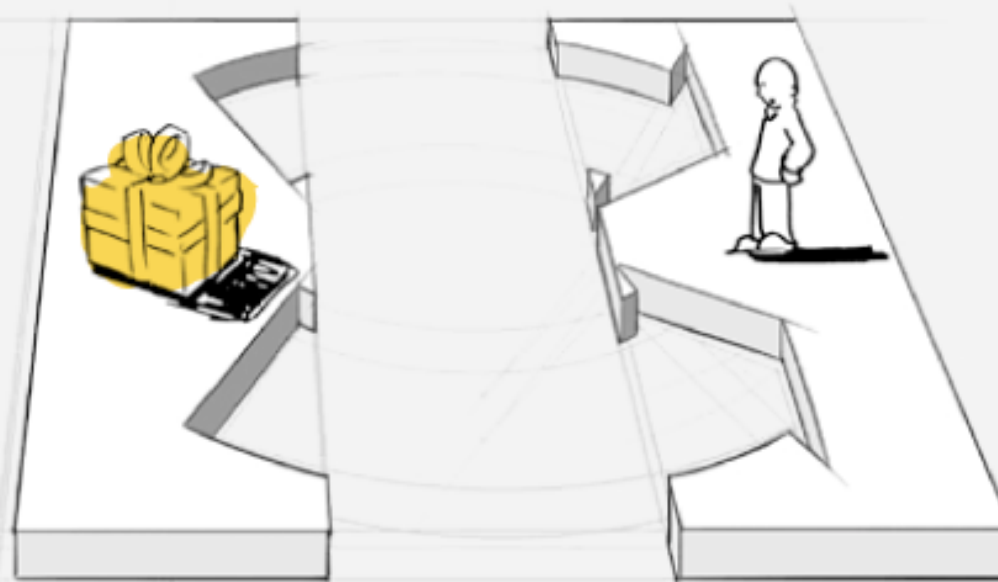


## PROPOSTA DE VALOR

- que você vai oferecer ao seu cliente?
- que ele valoriza e o que você pode agregar com isso?
- que você está entregando, resolvendo ou satisfazendo?

Dica:

A proposta de valor pode ser totalmente inovadora ou pode possuir características já existentes no mercado e com incrementos.

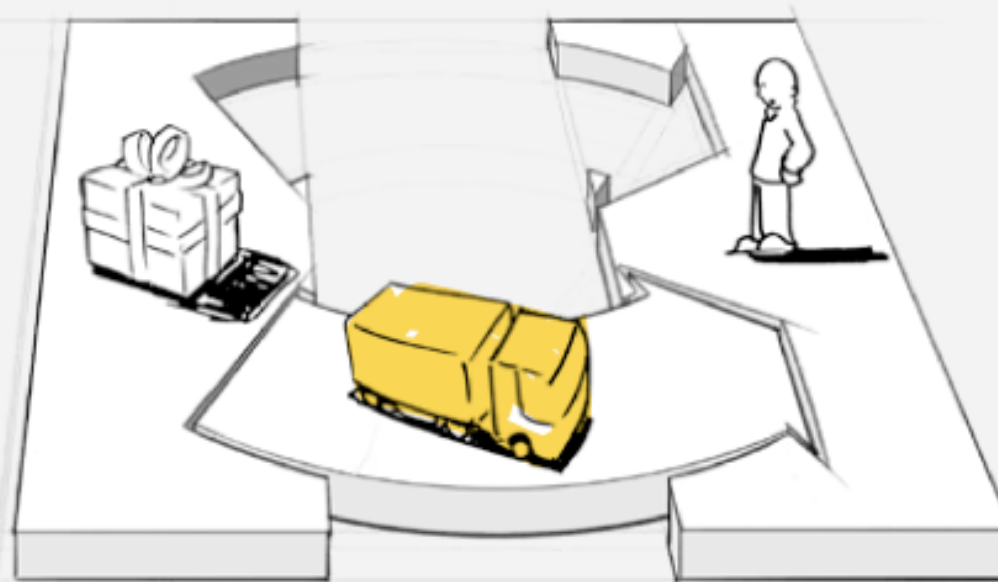




Como a proposta de valor chega até seus clientes?  
Quais são os canais de comunicação, venda e distribuição?

Dicas:

Os canais podem ser diretos e indiretos, parceiros e proprietários, devem servir para [1] o conhecimento, [2] a avaliação, [3] a compra, [4] a entrega e o [5] pós-venda.



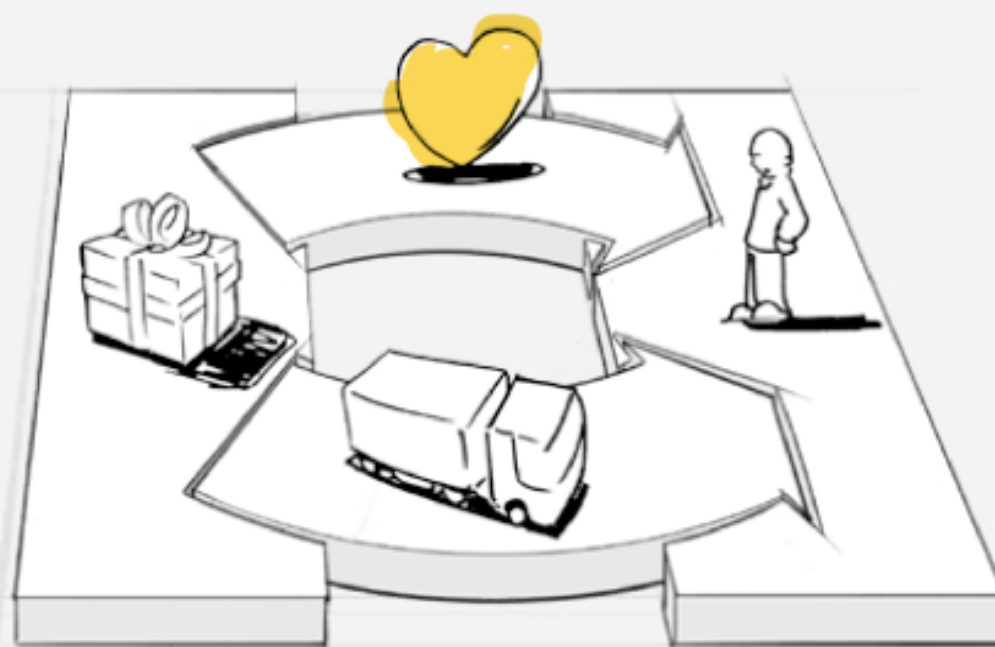


## RELACIONAMENTO COM CLIENTES

Qual relacionamento você estabelece com cada segmento de cliente?

Dicas:

O relacionamento pode ser de pessoal até automatizado, com algumas nuances, com intuito de [1] conquista, [2] retenção e [3] ampliação.





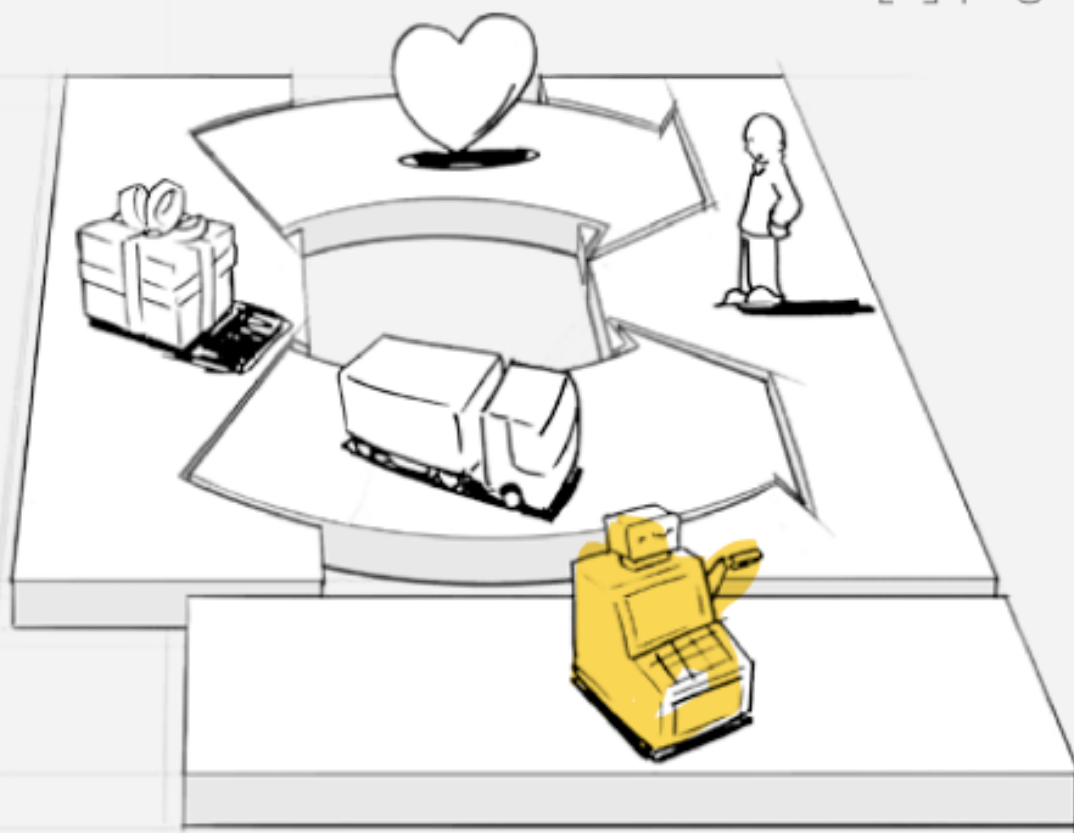
## FONTES DE RECEITA

Qual receita (\$) sua empresa gera a partir de cada segmento de cliente?  
Como o segmento de cliente paga e quanto ele contribui para o total da receita?

Dicas:

Maneiras de gerar fonte: [1] a venda de recursos, [2] a taxa de uso, [3] a taxa de assinatura, [4] o aluguel e [5] o licenciamento.

Cada segmento pode ter mais de uma fonte e vir de [1] pagamento único ou [2] recorrente.





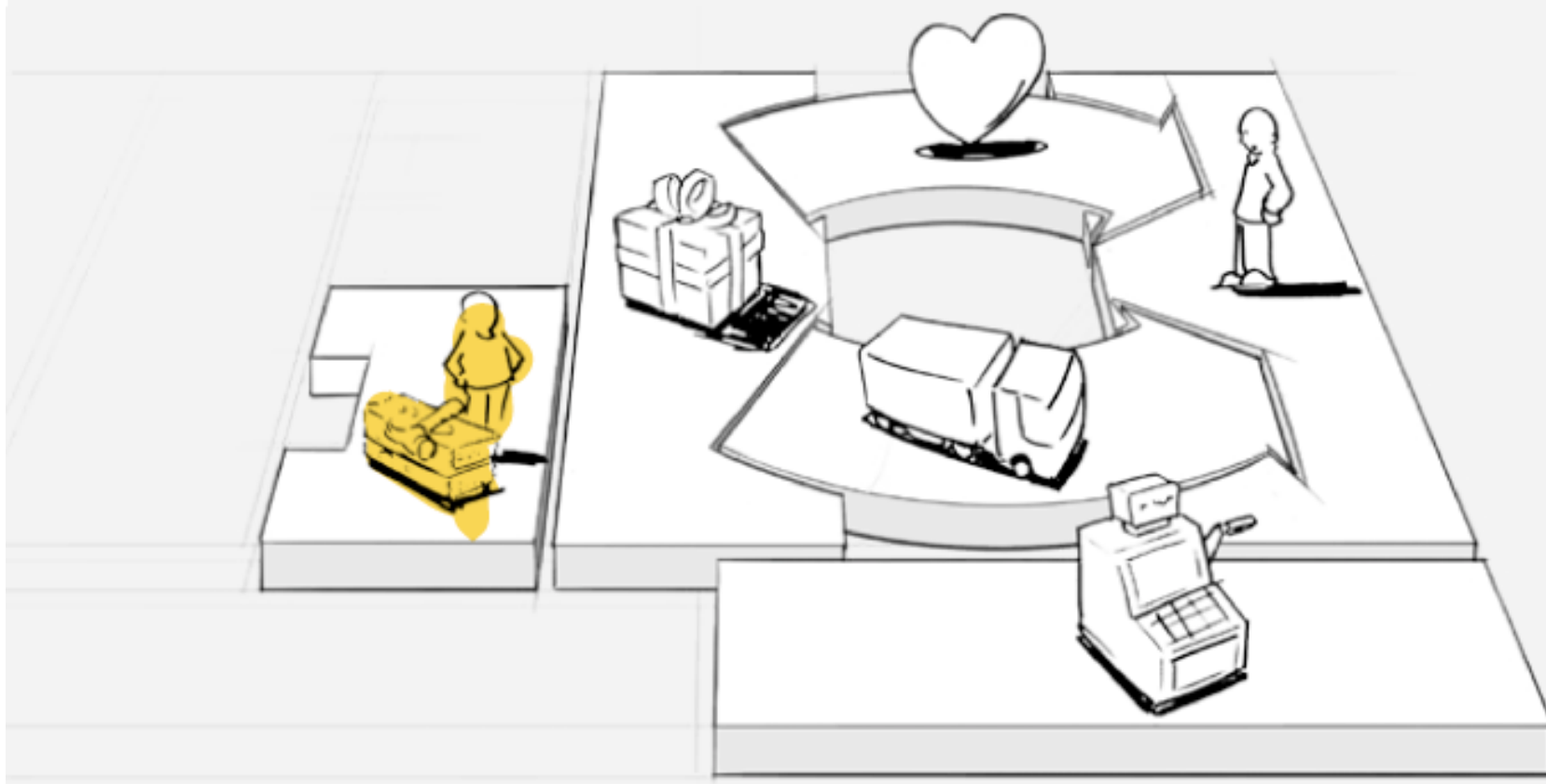
## RECURSOS PRINCIPAIS

Quais são os principais recursos exigidos para entregar a sua proposta de valor?

Dicas:

Os recursos podem ser categorizados como [1] físicos, [2] financeiros, [3] intelectuais e/ou [4] humanos.

Provenientes de [1] posses, [2] alugueis e/ou [3] parceiros.





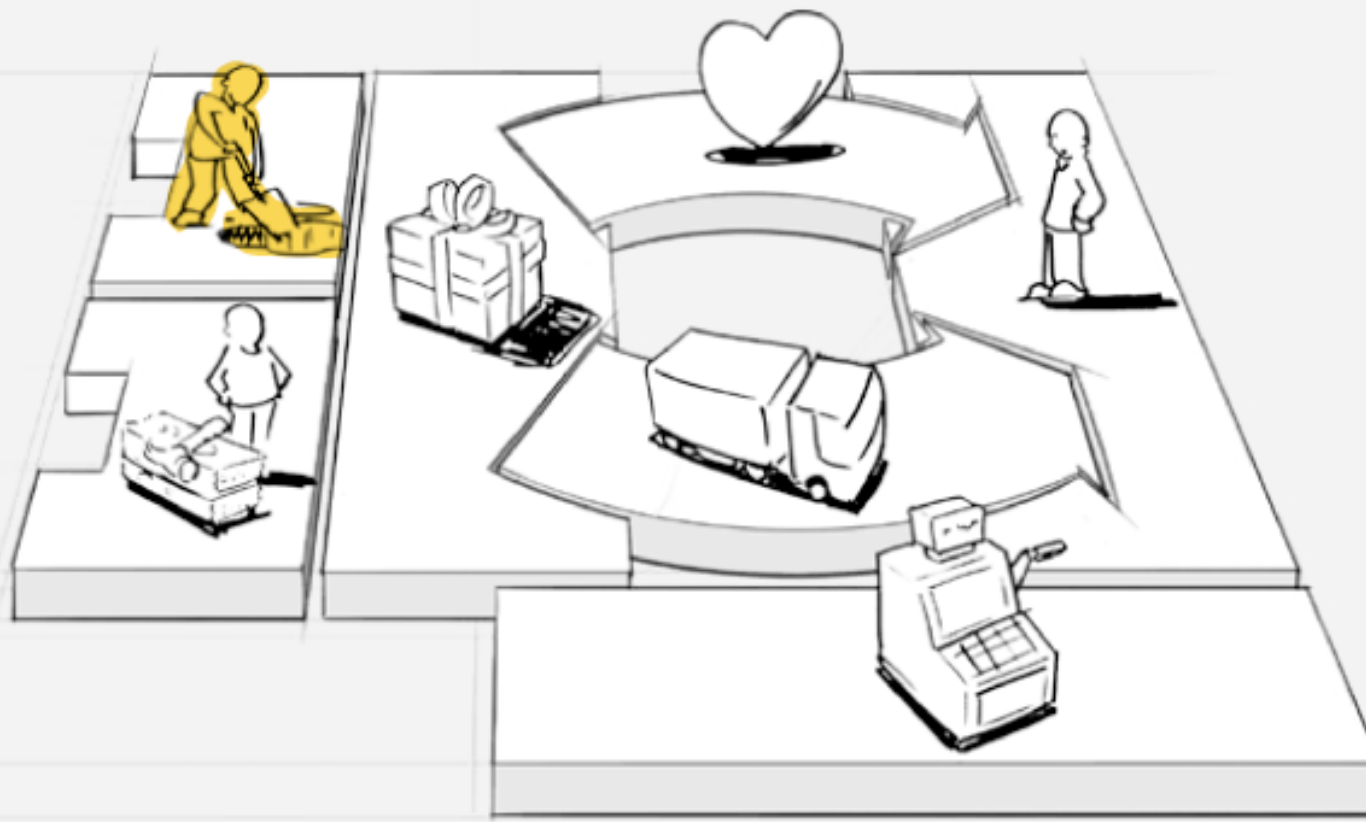
## ATIVIDADES-CHAVE

Quais são as atividades principais para a entrega da sua proposta de valor?

Dicas:

As atividades podem estar ligadas aos canais de distribuição, relacionamento com cliente e fontes de receita.

São categorizados como [1] produção, [2] resolução de problemas e [3] plataformas.



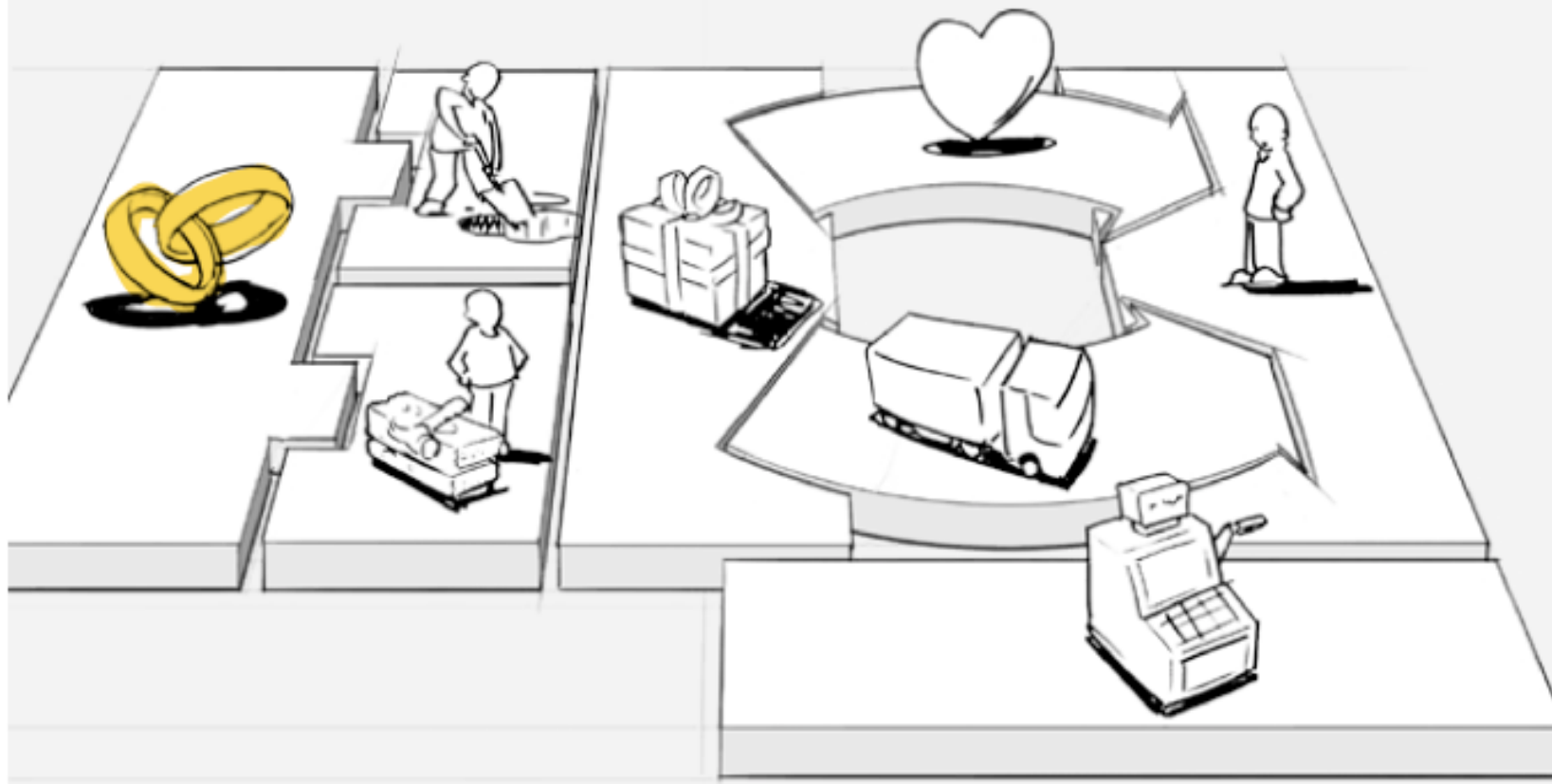


## PARCERIAS PRINCIPAIS

Quem são seus parceiros?  
Qual é sua rede de fornecedores?

Dica:

Existem quatro tipos deferentes: [1] aliança, [2] coopetição (parceria entre concorrentes), [3] *Joint venture* para novos negócios e [4] fornecedor.





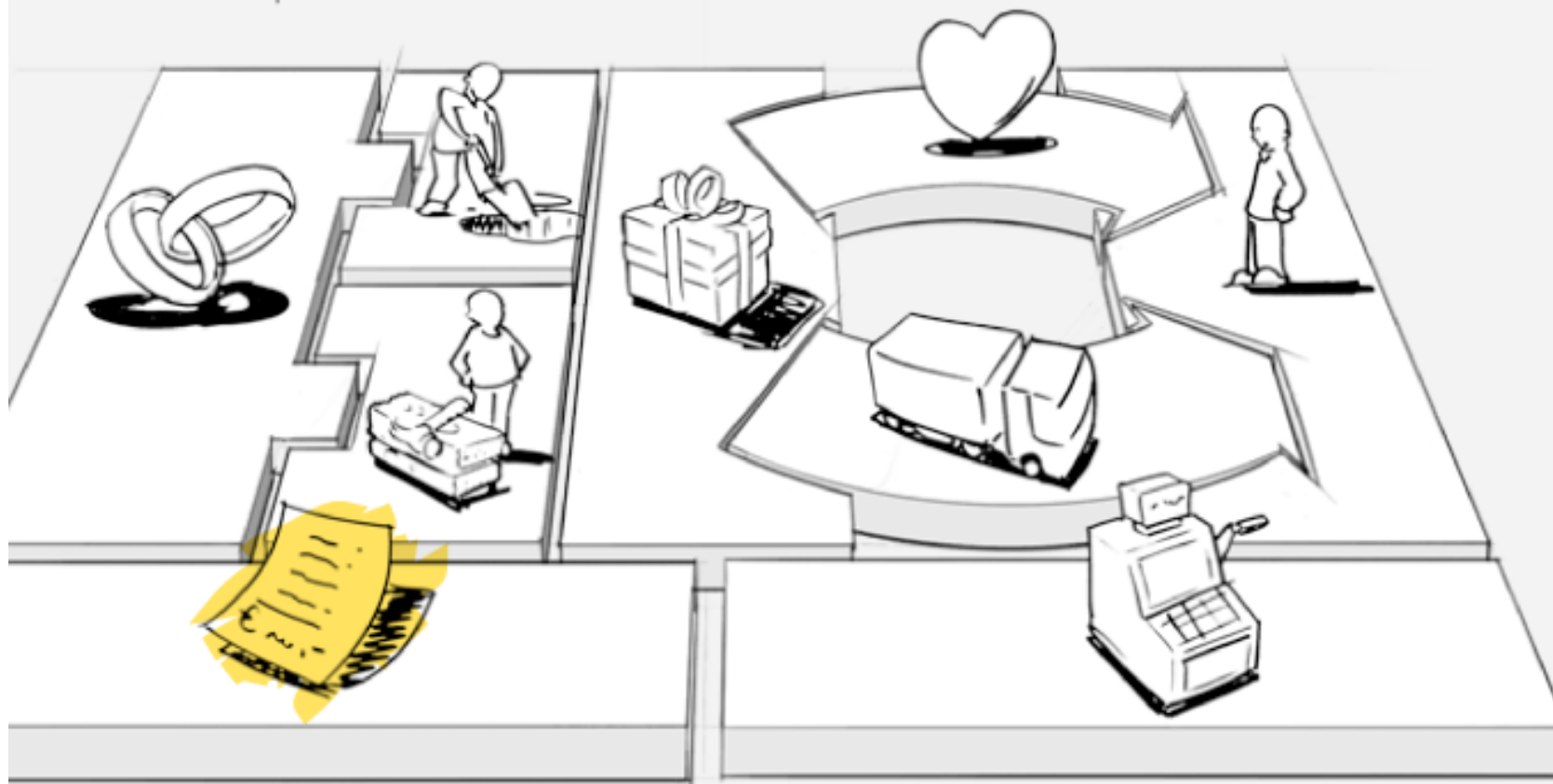
# ESTRUTURA DE CUSTO

Quais são os custos mais importantes?

Dica:

Estruturas de negócios podem ser direcionadas [1] pelo custo (economizar sempre) ou [2] pelo valor (agregar valor).

Podem ter [1] custo fixo, [2] custo variável, [3] economia de escala e/ou [4] economia de escopo.



# *Design*

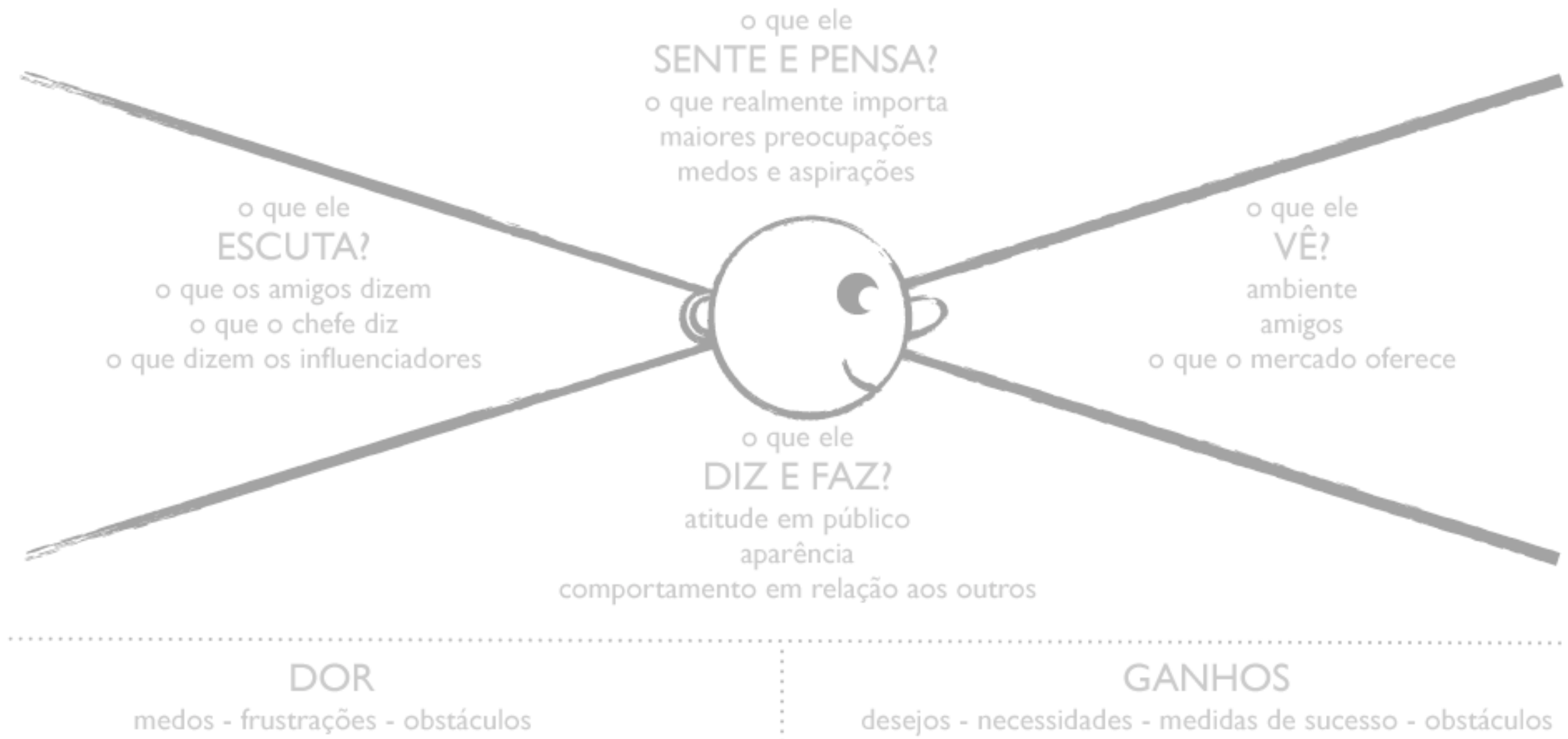
(AGORA VEM A PARTE LEGAL!)



# INSIGHTS DOS CLIENTES

Só perguntar o que eles querem, não é o suficiente, adote a perspectiva do cliente.

USE O MAPA DA EMPATIA!





## CONCEPÇÃO

Pergunte “e se?” para cada ponto de partida como: [1] recurso, [2] oferta, [3] cliente e [4] finanças. E a partir de múltiplos centros.

Defina critérios contextuais, podem ser de [1] receita, [2] tempo de implementação ou [3] resistência. Crie um plano de negócios para cada um dos selecionados.

GERAÇÃO

SÍNTESE

O processo de ideação deve ser composto por [1] composição de equipe, [2] imersão, [3] expansão, [4] critério de seleção e [5] prototipação.

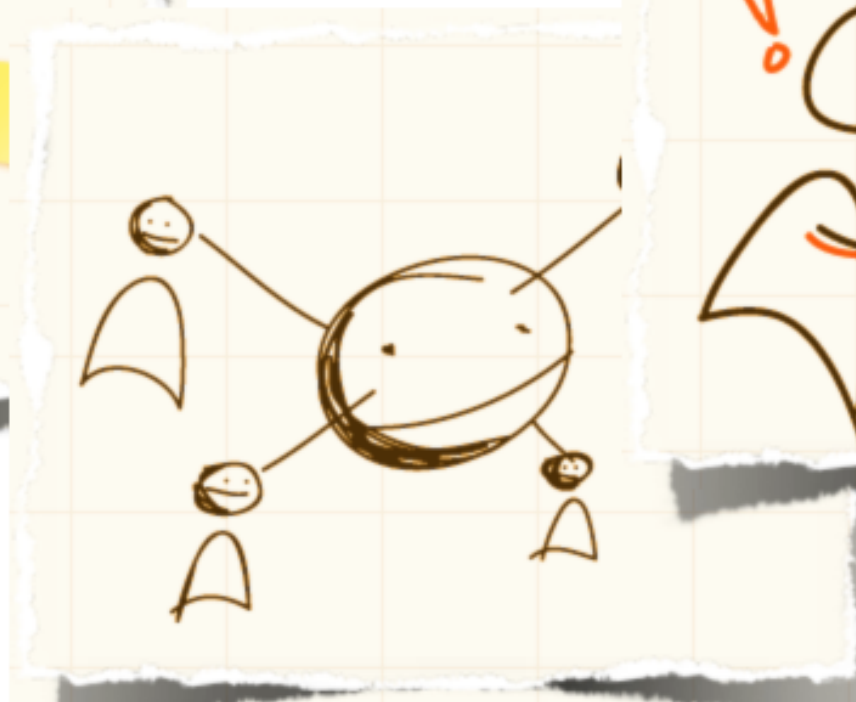


## PENSAMENTO VISUAL

Use figuras, rascunhos, diagramas e post-its para construir e discutir significados, já que modelos de negócios possuem conceitos complexos e de muita relação entre os vários componentes.



Escreva um elemento por post-it.



Monte uma visão geral e use gramática visual.



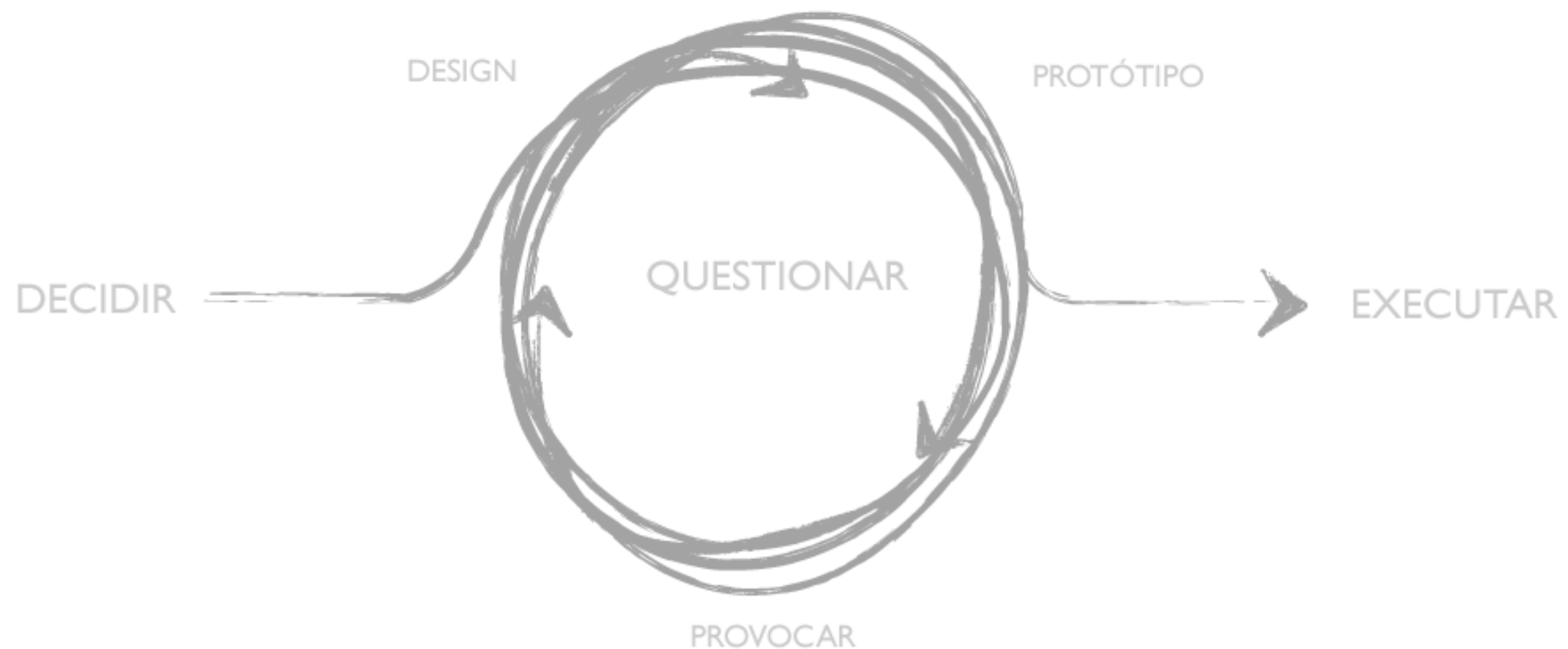
Crie relações e narrativas.



## PROTÓTIPOS

Os modelos iniciais precisam ser “crus” propositadamente, para desempenharem o papel de questionamento e teste.

Protótipos tem diferentes escalas: [1] uma ideia bruta no guardanapo, [2] um quadro rabiscado com todas as possibilidades, [3] uma planilha para estimar o potencial e [4] um teste de campo.



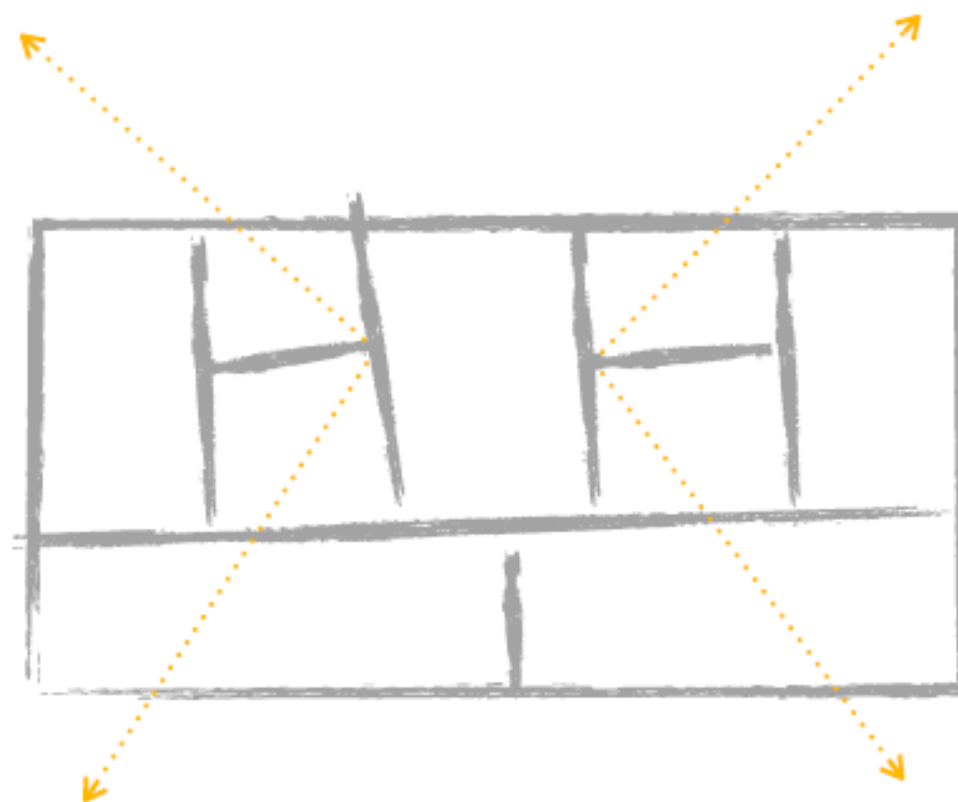


## CONTANDO HISTÓRIAS

Pode servir para [1] tangibilizar o futuro, [2] esclarecer para investidores e até [3] motivar pessoas!

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.

PERSPECTIVA  
DA  
COMPANHIA

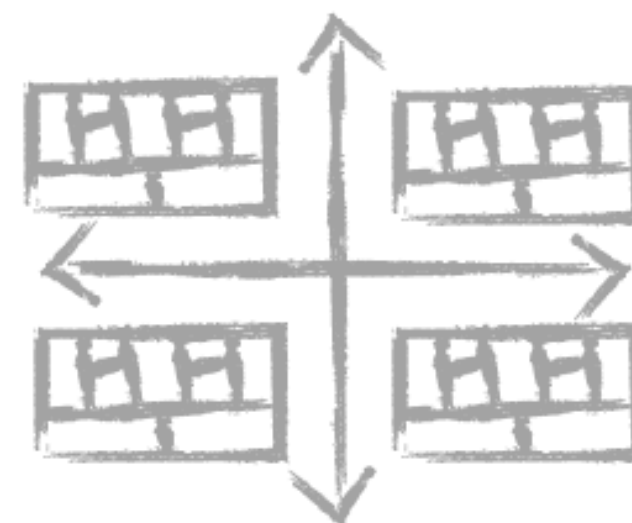
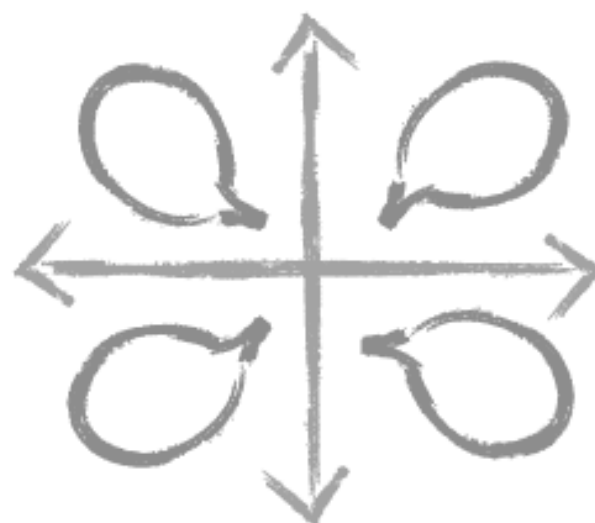
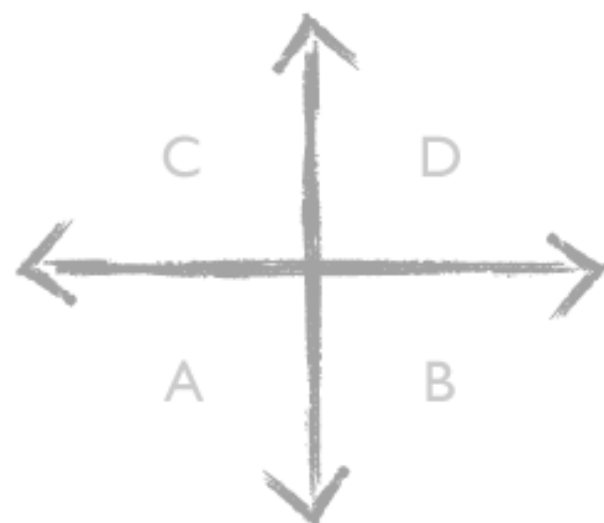


PERSPECTIVA  
DO  
CLIENTE



É uma ferramenta para a organização se preparar para cenários futuros de novos modelos de negócios.

[1] Desenvolva cenários futuros com base em dois ou mais critérios principais, [2] descreva cada um com uma história e [3] crie modelo de negócio apropriado para cada cenário.



# *Estratégia*

(HUMM... MOMENTO DE ATENÇÃO)

# 1

## AMBIENTE DE MODELO DE NEGÓCIOS

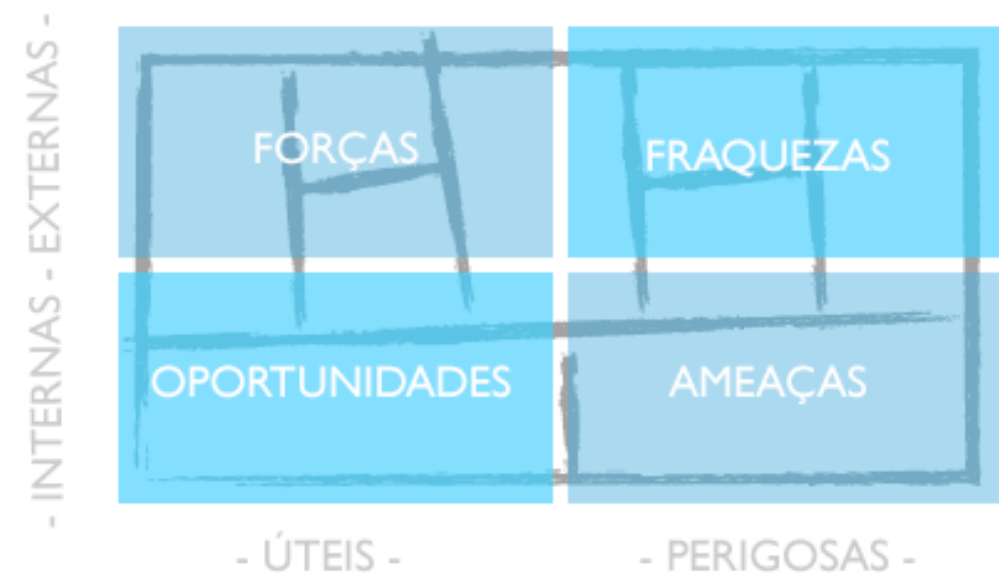
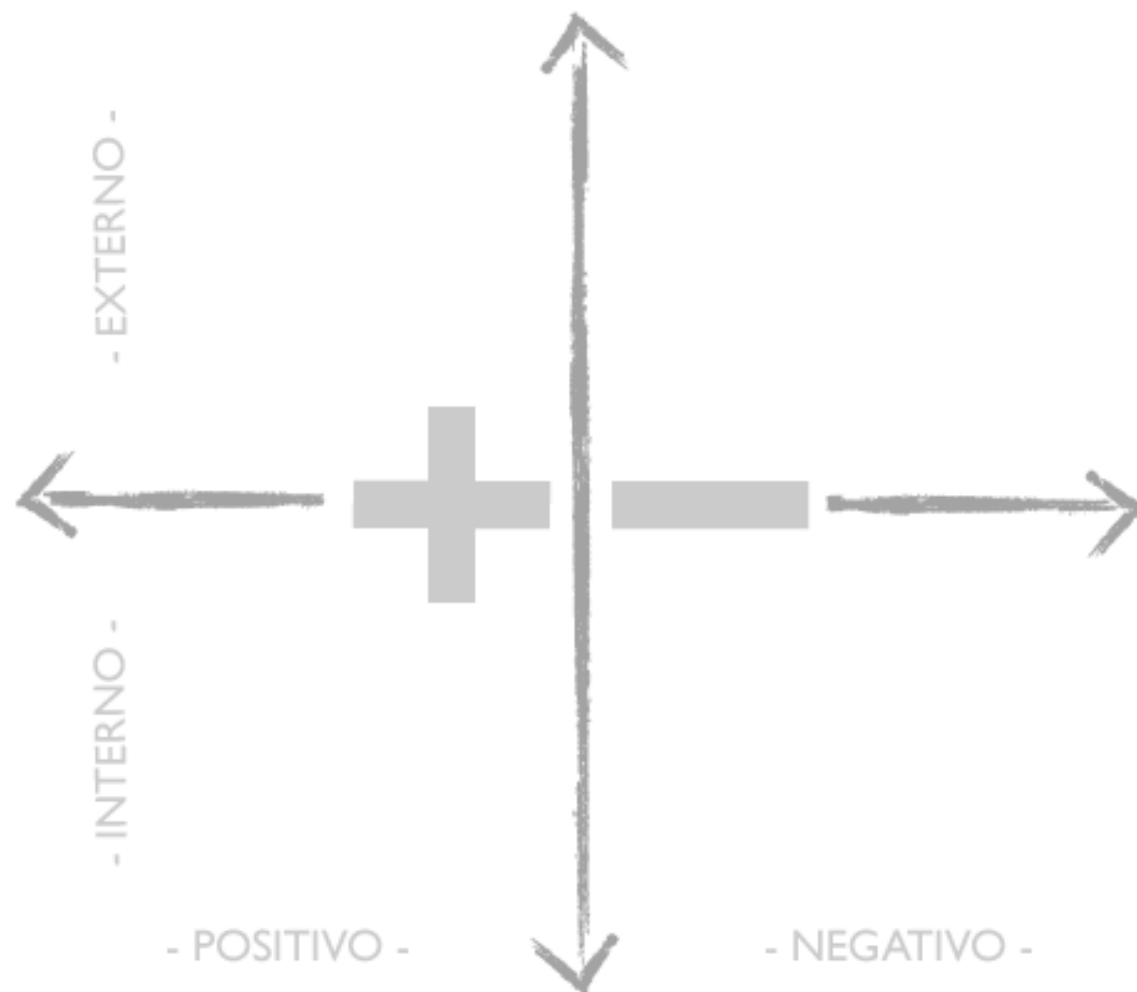
Faça o mapa do seu ambiente externo, o contexto do seu negócio, para influenciar em escolhas de design melhor fundamentadas.





# AVALIANDO MODELOS DE NEGÓCIOS

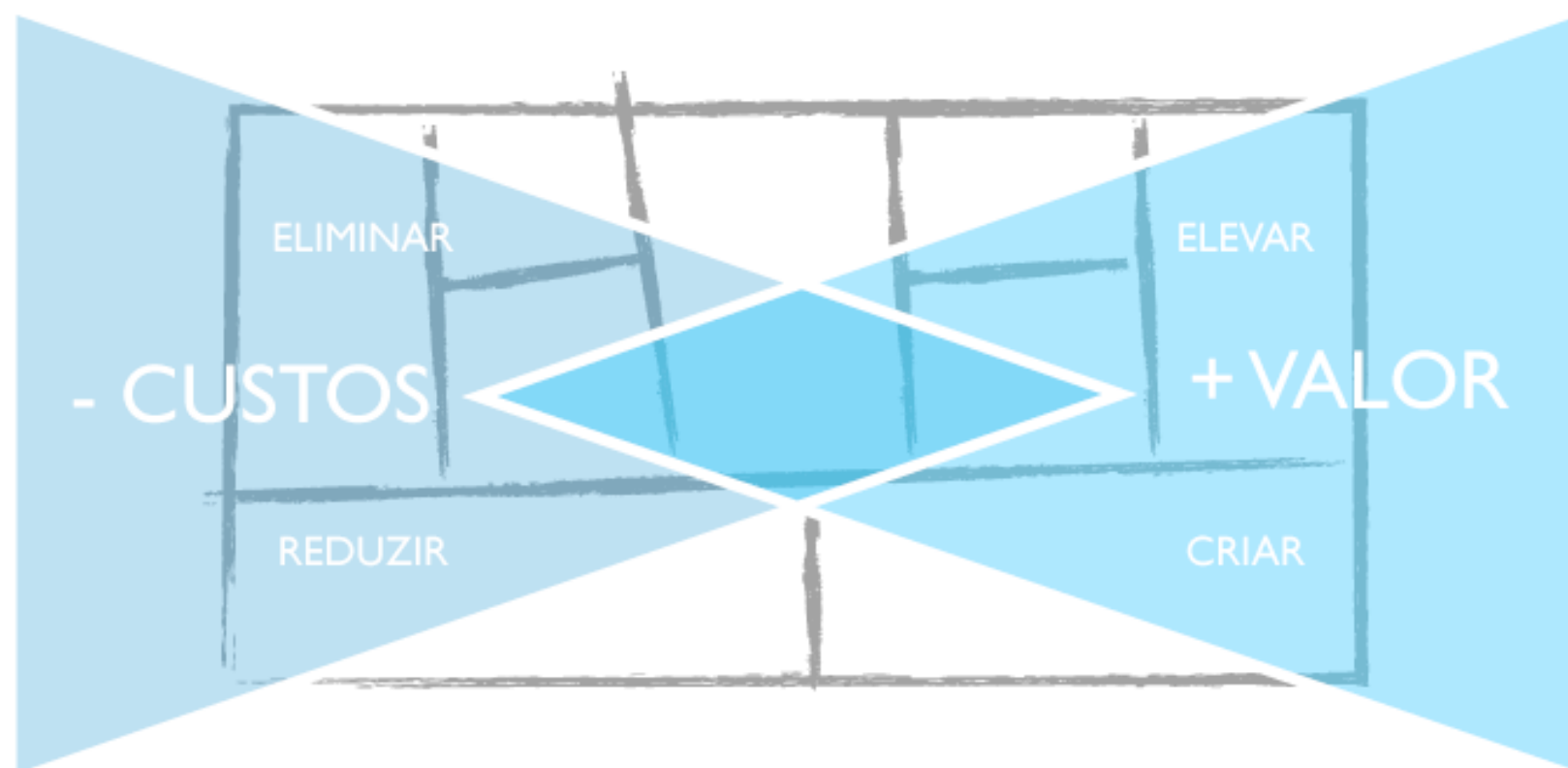
Agora vamos avaliar o modelo de negócio de dentro para fora com o uso da análise SWOT combinada com o quadro, primeiro no geral e depois para cada grupo envolvido.





# OCEANO AZUL SOB A ÓTICA DO MODELO DE NEGÓCIOS

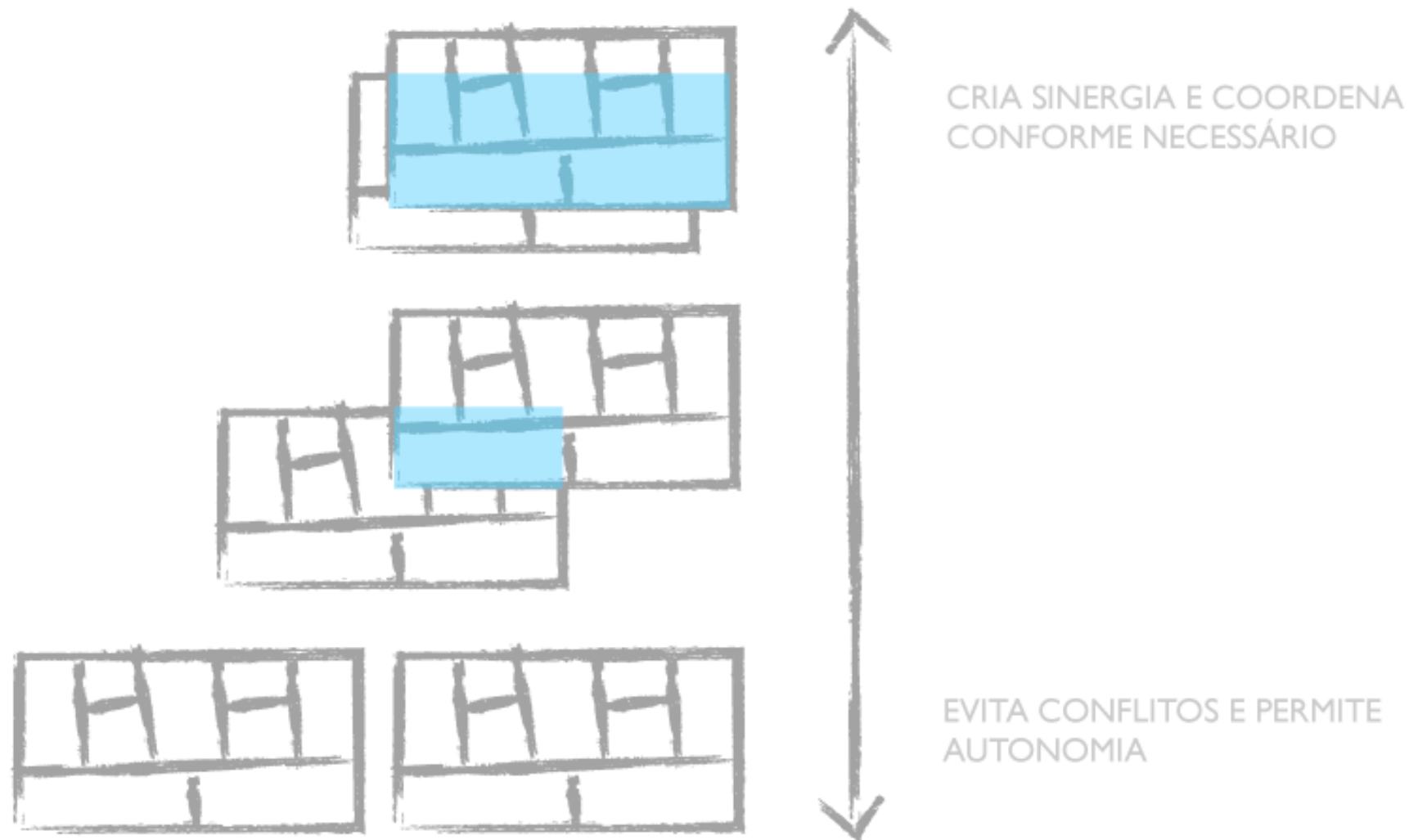
Simule elevar o valor enquanto reduz custos, questione: [1] que fatores motivos de concorrência você pode eliminar, [2] que fatores acima dos padrões você deve elevar, [3] que fatores reduzir abaixo dos padrões e [4] que fatores nunca oferecidos você pode criar.





## GERENCIANDO MÚLTIPLOS MODELOS DE NEGÓCIOS

Veja onde posicionar novos modelos de negócios dentro de outros:



# *Processo*

(JÁ ESTÁ ACABANDO :)

1

# O EMARANHADO DO DESIGN

INCERTEZA

CLAREZA/FOCO



PESQUISA & COMPREENSÃO

DESIGN DE PROTÓTIPOS DE  
MODELOS DE NEGÓCIOS

IMPLEMENTAÇÃO DO DESIGN  
DE MODELOS DE NEGÓCIOS

\*DAMIEN NEWMAN

# 2 5 FASES

O processo raramente é linear, compreensão e design tendem a acontecer em paralelo e a prototipação pode começar ainda na fase de compreensão, como forma de rascunhos, sempre podendo exigir mais pesquisa, pra compreender ou validar ideias.



**GOSTOU ?**

Não deixe de se inscrever em  
nossa lista VIP quando sair  
novidades te avisamos  
**[www.kronedesign.com.br](http://www.kronedesign.com.br)**