

Desenhado para:

Desenhado por:

Data:

Versão:

Parcerias Chave Quem são os nossos principais parceiros? Quem são os nossos principais fornecedores? Recursos-chave que estamos adquirindo de parceiros? Principais Atividades que os parceiros realizam? Motivações para parcerias: Otimização e economia Redução de risco e incerteza Aquisição de recursos especiais e atividades	Atividades Chave Que atividades-chave a nossa Proposta de Valor exige? Nossos Canais de Distribuição? Relacionamento com o cliente? Fontes de receita? Categorias: Produção Resolução de problemas Plataforma / Rede Recursos Chave Quais recursos-chave nossa Proposta de Valor requer? Nossos canais de distribuição? Relacionamento com os Clientes? Fontes de receita? Tipos de recursos: Físico Intelectual (Patentes de marcas, direitos autorais, dados privilegiados) Humano Financeiro	Proposta de Valor Que valores nós entregamos ao Cliente? Que problemas dos nossos clientes estamos ajudando a resolver? Que pacotes de produtos e serviços oferecemos a cada Segmento de Cliente? Quais necessidades dos clientes estamos satisfazendo? Categorias: Novidade Execução Personalização "Realizando os Trabalhos" Projeto Preço Redução de Custos Redução de Risco Acessibilidade Conveniência	Relacionamento Que tipo de relacionamento temos com nossos clientes? O que os segmentos esperam que possamos estabelecer e manter com eles? Quão caros eles são? Exemplos: Assistência pessoal Assistência Pessoal Dedicada Self-Service Serviços Automatizados Comunidades Co-criação Canais Através de quais canais atingimos nossos Segmentos de Clientes? Gostariamos de atingir? Como podemos alcançá-los agora? Como estão integrados os nossos canais? Quais funcionam melhor? Quais tem melhor custo-benefício? Como estamos integrando-os às rotinas do cliente? Fases do Canal: 1. Conscientização (Como podemos aumentar a conscientização sobre os nossos produtos e serviços?) 2. Avaliação (Como podemos ajudar os clientes a avaliar a Proposta de Valor da nossa organização?) 3. Compra (Como podemos permitir que os clientes comprem produtos e serviços específicos?) 4. Entrega (Como entregaremos uma proposta de valor para nossos clientes?) 5. Pós-venda (Como podemos oferecer suporte pós-venda aos nossos clientes?)	Segmento de Clientes Para quem estamos criando valor? Quem são nossos clientes mais importantes? Mercado de massa Nicho de mercado Segmentado Diversificado Plataformas Multifacetadas
Estrutura de Custos Quais são os custos mais importantes inerentes ao nosso modelo de negócio? Quais os recursos-chave mais caros? Quais as atividades-chave mais caras? Seu negócio é mais: Guiado por custos (estrutura de custo mais enxuta, proposta de valor d' baixo preço, máxima automação, terceirização extensiva) Guiado por valor (focada na criação de valor, proposta de valor premium) Exemplos de Características: Custos fixos (salários, aluguéis, serviços públicos) Custos Variáveis Economias de escala Economias de escopo		Fontes de Receita Por quais valores nossos clientes estão realmente interessados em pagar? Por quais eles pagam atualmente? Como eles estão pagando atualmente? Como eles gostariam de pagar? Como cada fluxo de receita contribui para a receita global? Tipos: Venda de ativos Taxa de utilização Taxas de inscrição Empréstimos / Aluguel / Arrendamento Licenciamento Taxas de corretagem Publicidade Preços fixos: Preço de tabela Produtos dependentes Segmentos de Clientes dependentes Volumes dependentes Precificação dinâmica: Negociação (barganha) Gestão de Rendimentos Mercado em Tempo Real		

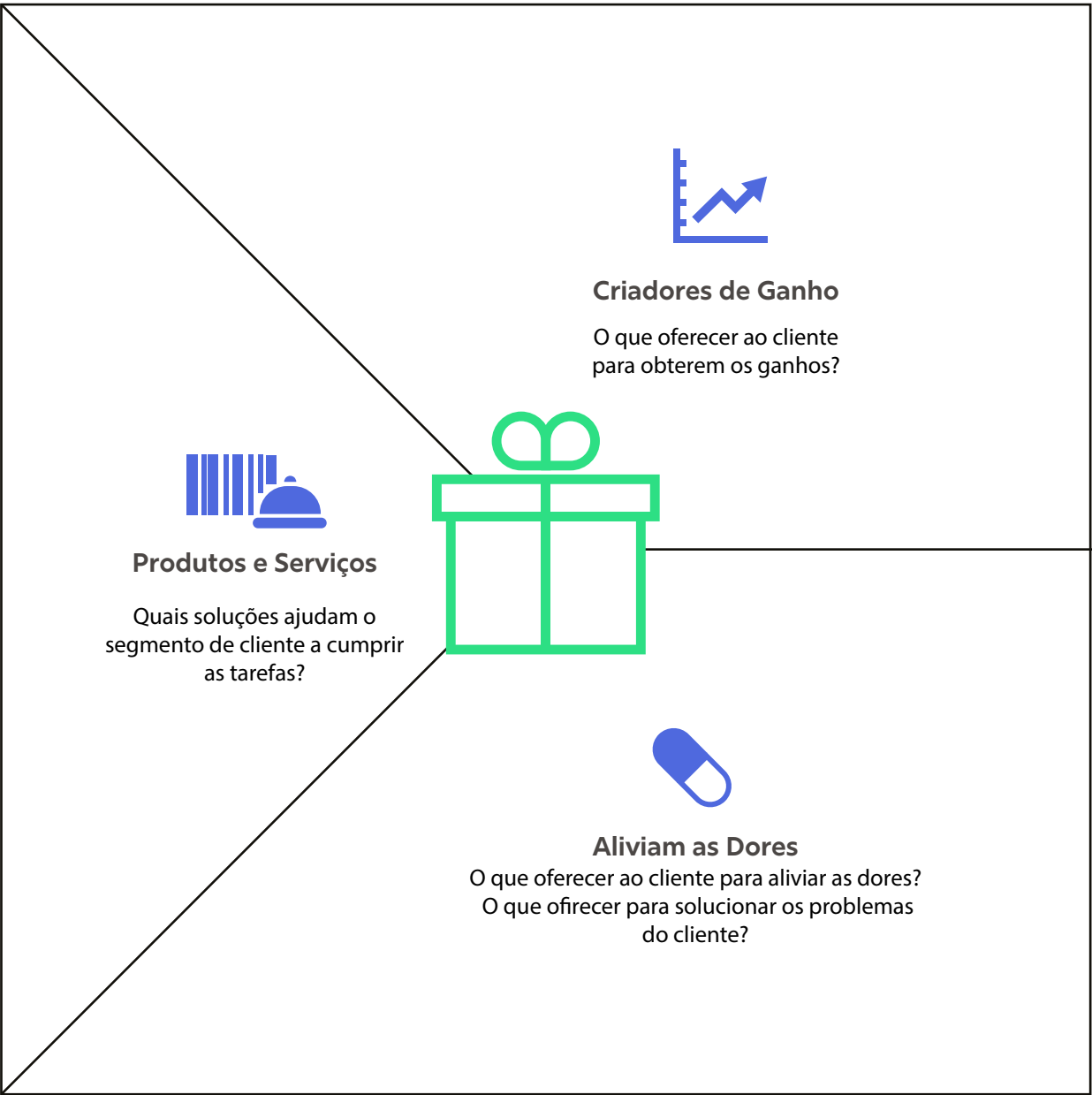
Desenhado para:

Desenhado por:

Data:

Versão:

Solução



Cliente

