

## Parceiros 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

## Propostas 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  
 Acessibilidade  
 Conveniência

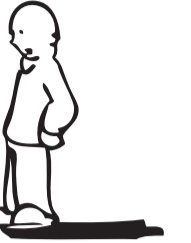
## Relacionamento com os Clientes



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

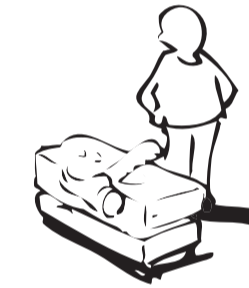
## Segmentos de Clientes



Para quem estamos criando valor?  
 Quem são nossos clientes mais importantes?

Mercado de massa  
 Nicho de mercado  
 Segmentado  
 Diversificado  
 Plataformas Multifacetadas

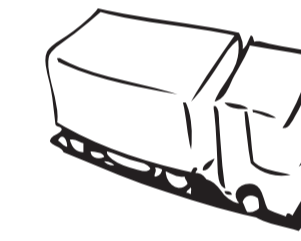
## Recursos Chave



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

## 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 compreem 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?)

## Estrutura de Custo

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 de 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

## Fluxo 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

