

**Para ir além no planejamento**

# Business Model Canvas

## A tela de modelo de negócios

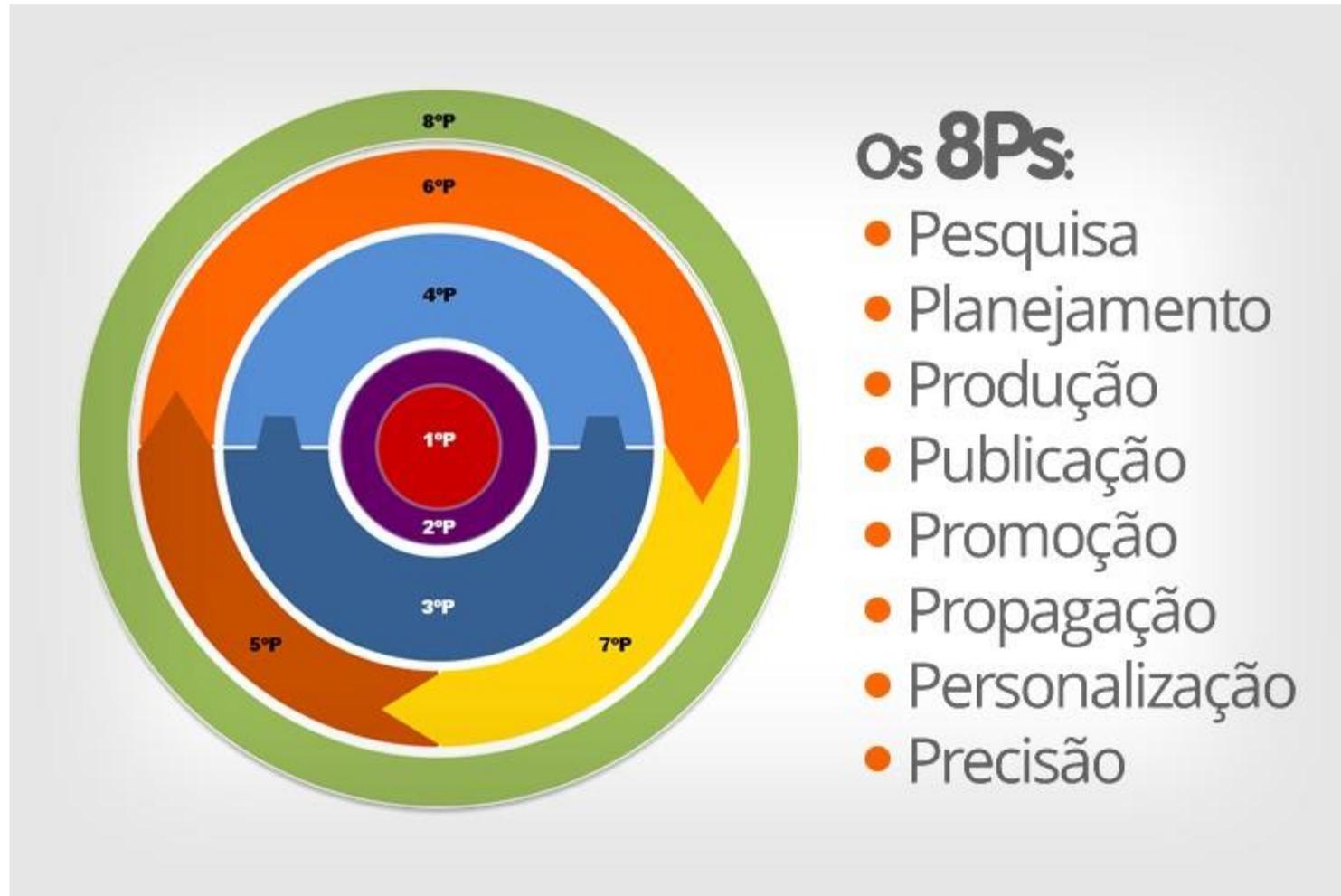
<p><b>Parcerias Chave</b> </p> <p>Quem são nossos parceiros chave?          Quem são nossos provedores chave?          Que recursos chave adquirimos de nossos parceiros?          Que atividades chave realizamos nossos parceiros?</p> <p><b>IMPORTÂNCIA PARA A INOVAÇÃO</b>          Otimização de recursos          Redução de risco e custos          Acesso às redes e atividades pertencentes</p>	<p><b>Atividades Chave</b> </p> <p>Que atividades chave requerem nossas propostas de valor?          Nossos canais de distribuição?          Relações com clientes?          Fontes de renda?</p> <p><b>CANALIZADORES</b>          Plataformas          Distribuição          "Onde e quando/onde"          Design          Marca/Estilo          Preço          Modelo de custos          Modelo de receita          Atividade          Governança/Qualificação</p>	<p><b>Proposta de valor</b> </p> <p>Que valor proporcionamos aos nossos clientes?          Que problema de nossos clientes ajudamos a solucionar?          Que pacotes de produtos ou serviços oferecemos a cada segmento de mercado?          Que necessidades dos clientes satisfazemos?</p> <p><b>VALORES ÚNICOS</b>          Novidade          Desempenho          Customização          "Onde e quando/onde"          Design          Marca/Estilo          Preço          Modelo de custos          Modelo de receita          Atividade          Governança/Qualificação</p>	<p><b>Relações com clientes</b> </p> <p>Que tipo de relação esperamos os diferentes segmentos de mercado?          Que tipo de relações temos estabelecido?          Qual é o custo destas relações?          Como estão integradas em nosso modelo de negócio?</p> <p><b>INSTRUMENTOS</b>          Atendimento pessoal          Atendimento pessoal automatizado          Autoatendimento          Serviços automatizados          Comunidade          Co-criação</p>	<p><b>Segmentos de mercado</b> </p> <p>Para quem criamos valor?          Quais são os nossos clientes mais importantes?</p> <p><b>Modelos de receita</b>          Modelo de custo          Segmentos          Canais/Atividade          Propriedade/Recursos-chave</p>
	<p><b>Recursos Chave</b> </p> <p>Que recursos chave requerem nossas propostas de valor?          Nossos canais de distribuição? Relações com clientes?          Fontes de renda?</p> <p><b>TIPOS DE RECURSOS</b>          Física          Intelectual (patentes de marcas, direitos autorais, dados)          Humanos          Financeiros</p>		<p><b>Canais</b> </p> <p>Que canais preferem nossos segmentos de mercado?          Como estabelecemos atualmente o contato com os clientes?          Como se conjugam nossos canais?          Quais têm melhores resultados?          Quais são mais rentáveis?          Como se integram nas atividades diárias dos clientes?</p> <p><b>TIPOS DOS CANAIS</b>          1. Parceria          Como fazemos com que o nosso negócio seja percebido?          2. Aplicação          Como ajudamos ao cliente a obter nosso produto de valor?          3. Comércio          Como garantimos que o cliente compre o produto e/ou serviço desejado?          4. Entrega          Como entregamos nossa proposta de valor ao cliente?          5. Retenção          Como fazemos ao cliente voltar após a compra?</p>	
<p><b>Estrutura de custos</b> </p> <p>Quais são os custos mais importantes inerentes ao nosso modelo de negócio?          Quais são os recursos chave mais caros?          Quais são as atividades chave mais caras?</p> <p><b>É O SEU MÍNIMO VÁLIDO</b>          Dirigido por custos (estrutura de custos mais simples, propostos de valor de preço baixo, automação máxima, terceirização extensiva)          Dirigido por valor (focado em criação de valor, propostas de valor premium)</p> <p><b>CARACTERÍSTICAS DE EXEMPLO:</b>          Custos fixos altos, custos variáveis baixos          Custos variáveis          Economias de escala          Economias de escopo</p>		<p><b>Fontes de renda</b> </p> <p>Por que valor estão dispostos a pagar nossos clientes?          Por que pagam atualmente?          Como pagam atualmente?          Como eles gostariam de pagar?          Quanto geram as diferentes fontes de renda ao total da renda?</p> <p><b>TIPOS</b>          Preço de venda          Taxa de uso          Taxa de assinatura          Leasing/Financiamento/Leasing          Licenciamento          Taxa de broker          Anúncios</p> <p><b>PREÇOS FIXOS</b>          Preço por unidade          Dependente de características do produto          Dependente do segmento de cliente          Dependente do volume</p> <p><b>PREÇOS DINÂMICOS</b>          Baseado no desempenho          Não negociável          Não negociável          Não negociável          Não negociável</p>		

# 4 Ps

## Os 4 Ps do marketing



## 8 Ps



### Os 8Ps:

- Pesquisa
- Planejamento
- Produção
- Publicação
- Promoção
- Propagação
- Personalização
- Precisão

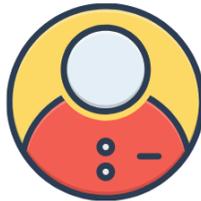
# Segmentações de mercado

## Segmentação de Mercado



### **Piscográfica**

Estilo de Vida  
Interesses  
Opiniões  
Ética  
Personalidade  
Valores  
Atitude  
...



### **Demográfica**

Idade  
Renda  
Escolaridade  
Status  
Profissão  
Sexo  
Família  
...



### **Geográfica**

País  
Cidade  
Densidade  
Idioma  
Clima  
Área  
População  
...



### **Comportamental**

Benefícios  
Compra  
Uso  
Objetivo  
Ocasião  
Status  
Ciclo de Vida  
...

# Análise PEST

## Fatores políticos

- Estabilidade e regime político (democracia, autocracia, regime totalitário, etc.)
- Leis trabalhistas
- Legislação tributária / comercial / tarifária
- Leis de proteção do consumidor
- Regulamentação antitruste
- Nível de burocracia e corrupção

## Fatores economicos

- Taxas de crescimento da economia
- Fatores fiscais (inflação e taxas de juros)
- Regulamentos e restrições de moeda estrangeira
- Custos de mão de obra
- Renda média disponível dos clientes

## Fatores sócio-culturais

- Números da população (taxa de crescimento, idade)
- Liberdades do mercado de trabalho
- Tendências profissionais e escolhas de estilo de vida
- Crenças e valores sociais
- Tabus sociais

## Fatores tecnológicos

- Taxas de tecnologização
- Disponibilidade de Internet
- Custos de P&D e comunicação
- Regulamentos de transferência de tecnologia
- Regulamentos de direitos autorais e propriedade intelectual

# Métrica pirata (AARRR)





# Análise MoSCoW



# Fatores críticos de sucesso

## Leve o primeiro homem à Lua em 10 anos



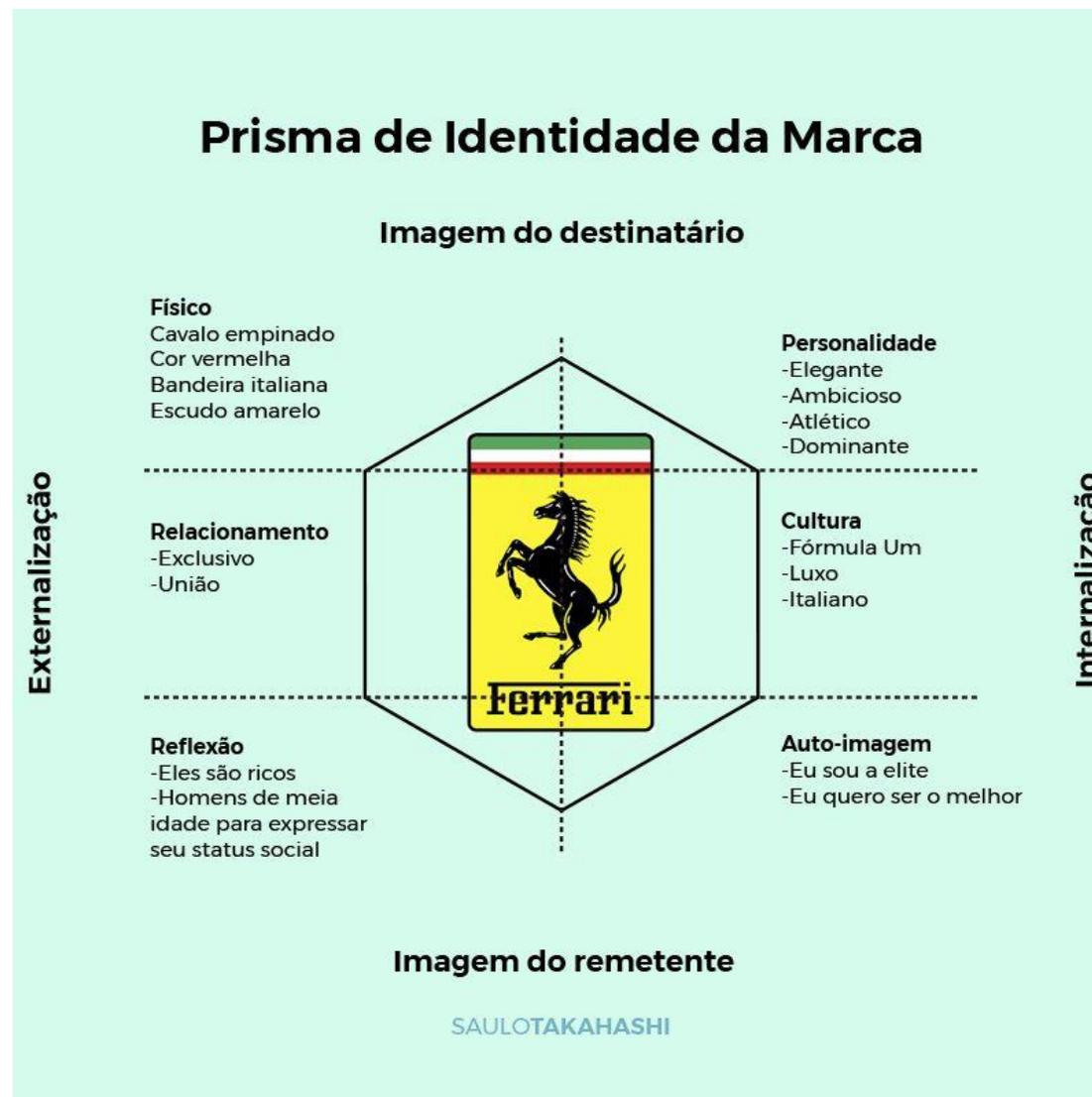
# Matriz de Ansoff

MATRIZ DE ANSOFF - MCDONALD'S

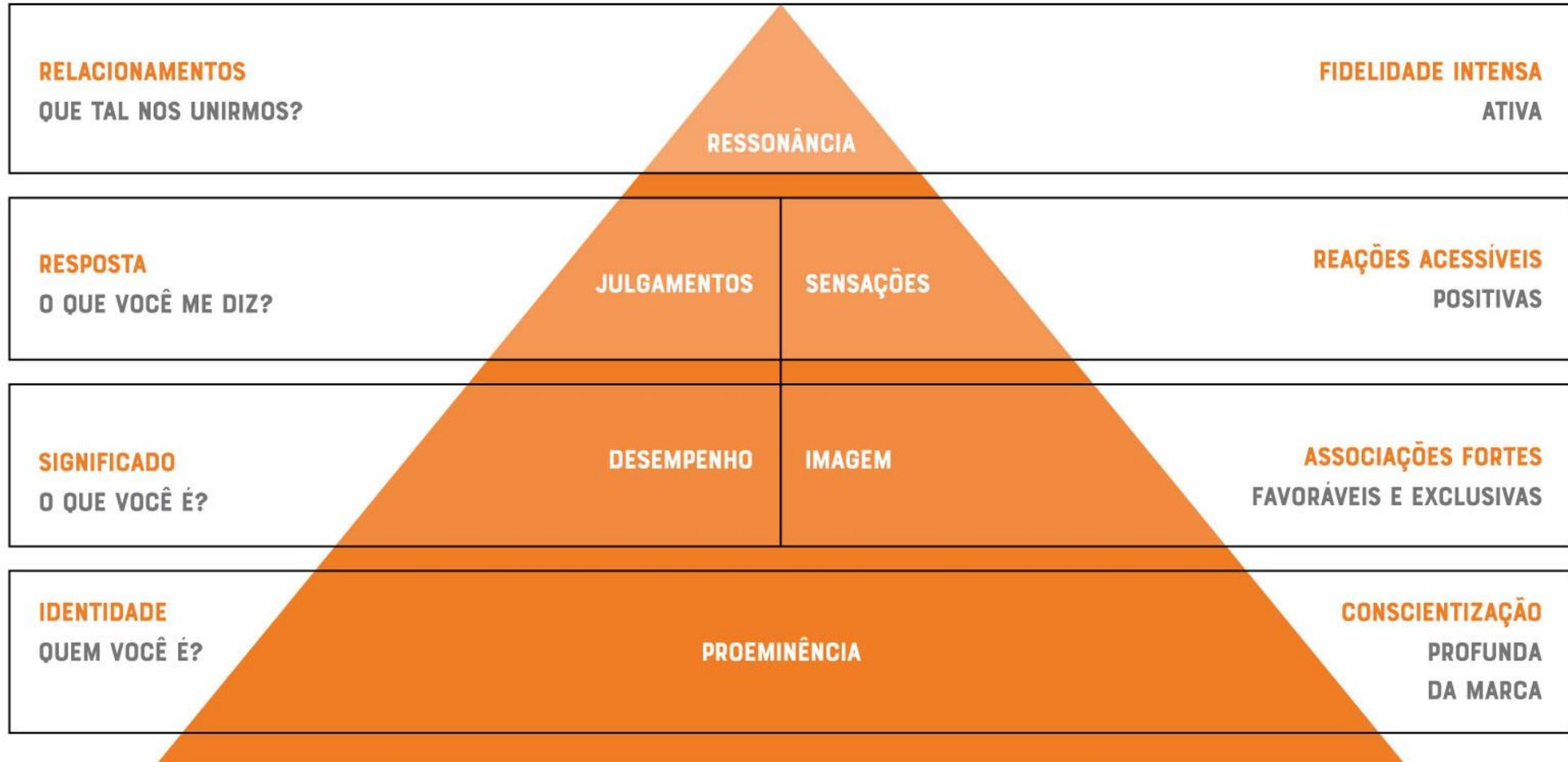
		PRODUTOS	
		EXISTENTES	NOVOS
MERCADOS	EXISTENTES	<b>PENETRAÇÃO DE MERCADO</b>  - MELHOR PRECIFICAÇÃO - MC LANCHE FELIZ - DRIVE TROUGH, - APP DO MCDONALD'S	<b>DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS</b>  COMO PARTE SIGNIFICATIVA DA POPULAÇÃO DA ÍNDIA É VEGETARIANA, O CARDÁPIO NO PAÍS INCLUI MCSPAGHETTI E MCPIZZA
	NOVOS	<b>DESENVOLVIMENTO DE MERCADO</b>  TEM PRESENÇA EM 121 PAÍSES E ESTÁ PLANEJANDO ABRIR NA NIGÉRIA, TUNÍSIA E ARMÊNIA.	<b>DIVERSIFICAÇÃO</b>  <b>RELACIONADA:</b> MC COFFE  <b>NÃO RELACIONADA:</b> GOLDEN ARCH HOTEL (HOTEL DO MCDONALD NA SUÍÇA)



# Prisma de identidade de marca



# Pirâmide de Keller



## Pirâmide da lealdade

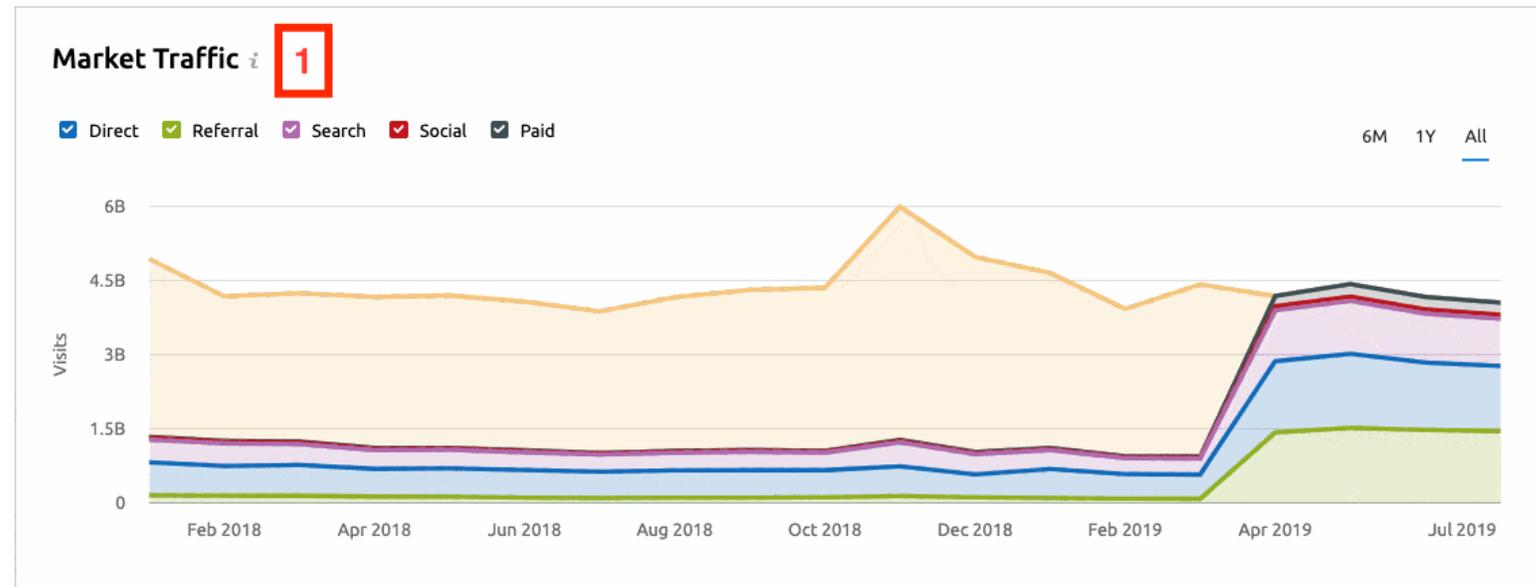


# Market Explorer

Date: July 2019 | Location: All regions

Overview Relevant Sites soon

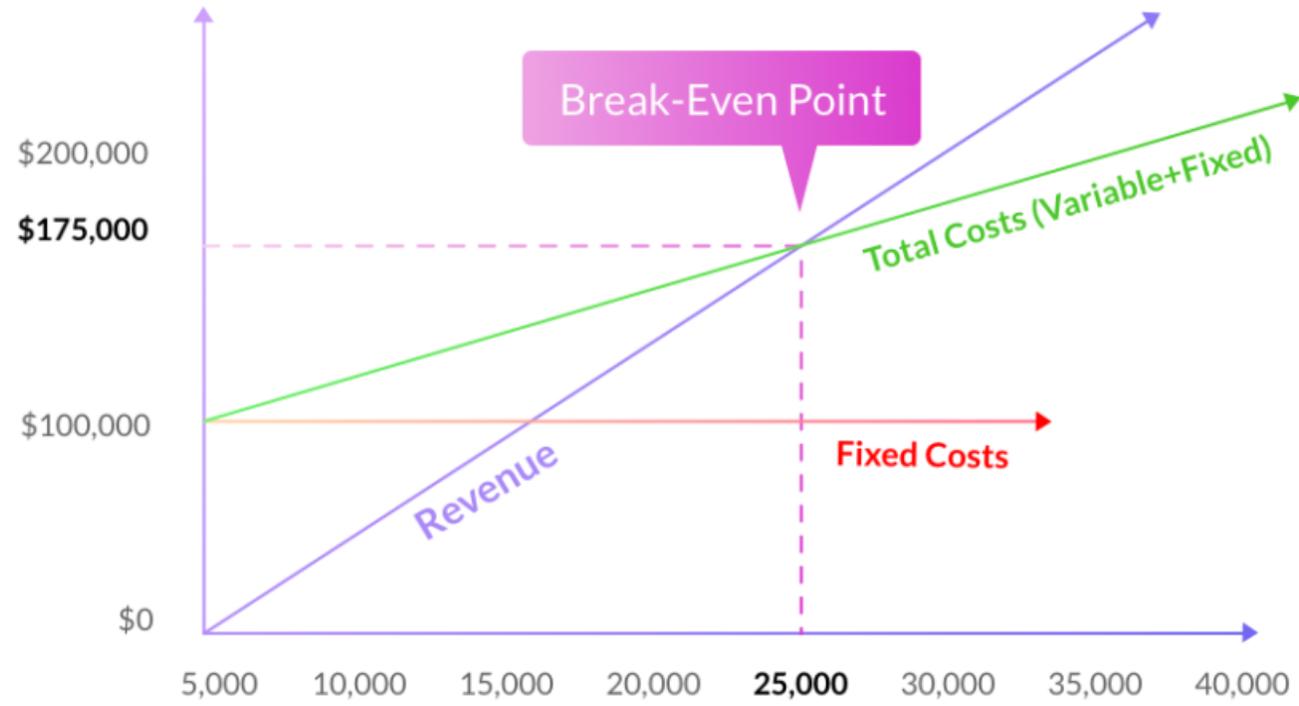
## Market overview based on 29144 domains



# Matriz de análise de risco

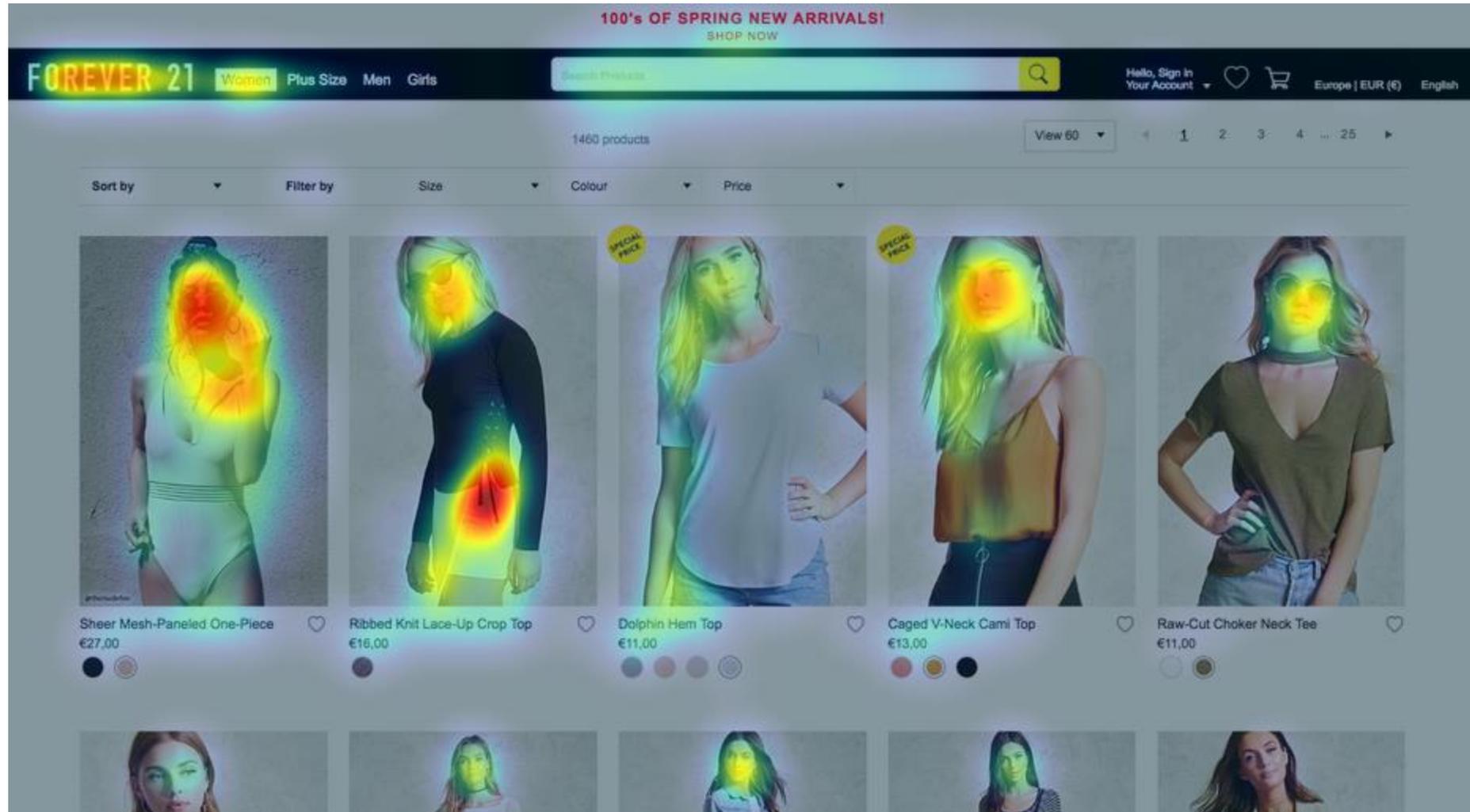
Probabilidade	90%	Média	Média	Alta	Alta	Alta
	70%	Baixa	Média	Média	Alta	Alta
	50%	Baixa	Baixa	Média	Alta	Alta
	30%	Baixa	Baixa	Média	Média	Alta
	10%	Baixa	Baixa	Baixa	Baixa	Média
		Muito Baixo	Baixo	Moderado	Alto	Muito Alto
Impacto						

# Análise de Break Even





# Website heatmap



# Análise de S.E.O.

## TOP SEO OPPORTUNITIES BETA

We've analyzed your site and found your top SEO opportunities. Work through these optimizations to improve your rankings and traffic.

1	KEYWORD OPPORTUNITY   EXISTING CONTENT <b>This page</b> <a href="#">↗</a> has potential to rank higher for the keyword, <b>"emojis twitter"</b> . <a href="#">Why optimize for this keyword?</a> Language and location: Portuguese / Brazil	SEO Difficulty: <b>HARD (89)</b>
2	KEYWORD OPPORTUNITY   EXISTING CONTENT <b>This page</b> <a href="#">↗</a> has potential to rank higher for the keyword, <b>"onde fica o rascunho do instagram"</b> . <a href="#">Why optimize for this keyword?</a> Language and location: Portuguese / Brazil	SEO Difficulty: <b>HARD (74)</b>
3	KEYWORD OPPORTUNITY   EXISTING CONTENT <b>This page</b> <a href="#">↗</a> has potential to rank higher for the keyword, <b>"priming"</b> . <a href="#">Why optimize for this keyword?</a> Language and location: Portuguese / Brazil	SEO Difficulty: <b>MODERATE (58)</b>
4	KEYWORD OPPORTUNITY   EXISTING CONTENT <b>This page</b> <a href="#">↗</a> has potential to rank higher for the keyword, <b>"rascunho do instagram"</b> . <a href="#">Why optimize for this keyword?</a> Language and location: Portuguese / Brazil	SEO Difficulty: <b>MODERATE (68)</b>

# Análise de performance



Ferramenta de Análise de Site

## Ferramenta de Análise de Site

Quanto mais otimizado um site, maiores as chances de crescer no digital e conquistar novas oportunidades. Faça uma análise de site gratuita para verificar:

- ✓ Persuasão
- ✓ SEO
- ✓ Responsividade
- ✓ Velocidade



## Faça grátis sua análise de site

É rápido e não precisa cadastrar cartão de crédito

Email Corporativo\*

vinicius@agenciadebolso.com

- Ao preencher o formulário, concordo \* em receber comunicações de acordo com meus interesses.
- Ao informar meus dados, eu concordo com a [Política de privacidade](#).

\* Você pode alterar suas permissões de comunicação a qualquer tempo.

FAÇA A ANÁLISE

Passo 1

Feedback



## SEO

Confira se o site está de acordo com boas práticas de SEO e o que falta para atingir o ideal



## Persuasão

Ofereça ao visitante informações claras e que o convençam a clicar e continuar na página



## Velocidade

Entenda se o site tem tudo o que é necessário para carregar as informações com rapidez