

MODELO DE NEGÓCIO

NELSON NAIBERT



Conceito 1

O QUE É MODELO DE NEGÓCIO?

Um Modelo de Negócio descreve a lógica de:



Conceito 2

OS 9 COMPONENTES DE UM MODELO DE NEGÓCIO

Nove componentes cobrem as quatro áreas principais de um negócio:



CLIENTES

Segmentos de
Clientes



OFERTA

Proposta de
Valor
Canais



INFRAESTRUTURA

Relacionamento
Atividades-Chave
Parcerias



VIABILIDADE FINANCEIRA

Recursos Principais
Estrutura de Custo
Fontes de Receita



Conceito 3

**MODELO DE
NEGÓCIO**

(FLEXÍVEL)

Permite **planejar** e **executar** com maior velocidade e menor investimento.



**PLANO DE
NEGÓCIO**

(RÍGIDO)

Demora meses para ser completado, muitas vezes contendo **informações** desatualizadas.



Conceito 3

MODELO DE NEGÓCIO



PLANO DE NEGÓCIO

Um modelo de negócio define:

QUEM são os clientes;
O QUE é a solução;
COMO executam as tarefas;
PORQUE o negócio é viável.

Um bom modelo de negócio cria e entrega valor para seus clientes e atrai valor para sua empresa.

Pode ser utilizado tanto por quem busca abrir uma empresa, quanto por quem já possui uma e pretende melhorar o modelo utilizado

Utiliza objetivos e metas como base em análise.

Se aproxima muito de um plano de ação.

Por ter uma solidez em sua base de planejamento e não aceitar muitas mudanças, torna-se uma estratégia de difícil adaptabilidade.



LÓGICA DO MODELO DE NEGÓCIO

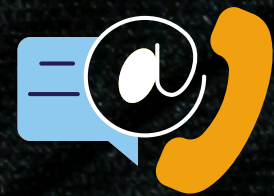


LÓGICA DO MODELO DE NEGÓCIO



PARA QUEM

Define o Mercado e o Público-alvo do negócio, identificando suas dores, problemas ou necessidades.



CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO

Permitir ao cliente conhecer a proposta de valor;
Permitir que o público-alvo conheça seus produtos e serviços.



O QUÊ

Produto/serviço, suas características e formas. Define qual é a Proposta de Valor do negócio.
De que forma a sua solução resolve uma Dor, Problema ou necessidade do cliente.



COMO

Define as principais tarefas da operação;
Aqui se definem os parceiros e os custos do negócio.



RECURSOS

Físicos
Financeiros
Intelectuais
Humanos



QUANTO

Aqui se desenvolve o confronto entre Custos/Despesas com a Receita.
Define o resultado do negócio.
Fluxo de Caixa



3 FERRAMENTAS

QUE VÃO TE AJUDAR

1

**MODELO DE NEGÓCIO
PLANEJAMENTO**

2

**FLUXO DE CAIXA
CONTROLE**

3

**PLANO DE AÇÃO
EXECUÇÃO**



**NÃO ENTRE
PARA A ESTATÍSTICA!**

De cada 10 empresas,
3 fecham no primeiro ano.



3 ESTÁGIOS

PARA ALCANÇAR O POTENCIAL DE RESULTADOS

1

EQUILÍBRIO

2

CRESCIMENTO

3

TRAÇÃO



NÃO TEM ATALHO!



3 ESTÁGIOS

PARA ALCANÇAR O POTENCIAL DE RESULTADOS

1 EQUILÍBRIO

O ponto de equilíbrio ocorre quando a empresa consegue cobrir todos seus custos/despesas com a receita gerada.

Após o equilíbrio vem o lucro.

Dessa forma, a apuração do ponto de equilíbrio é importante para se evitar o prejuízo.



3 ESTÁGIOS

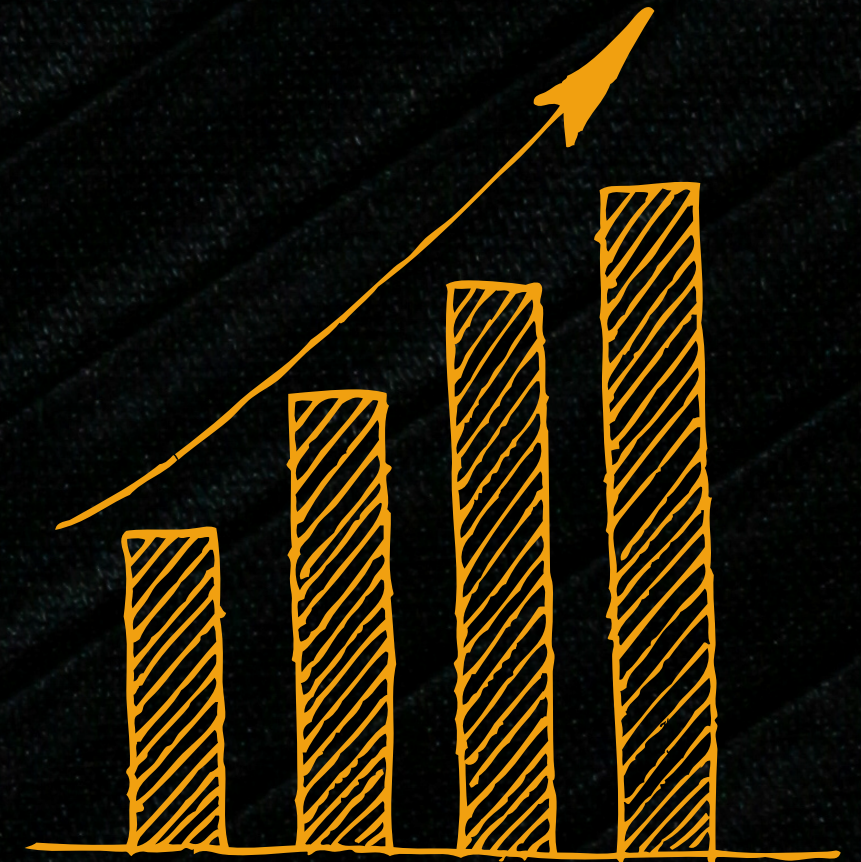
PARA ALCANÇAR O POTENCIAL DE RESULTADOS

2

CRESCIMENTO

O planejamento estratégico é o principal enfoque na busca do crescimento.

Junto do amadurecimento e da curva de aprendizado do negócio.

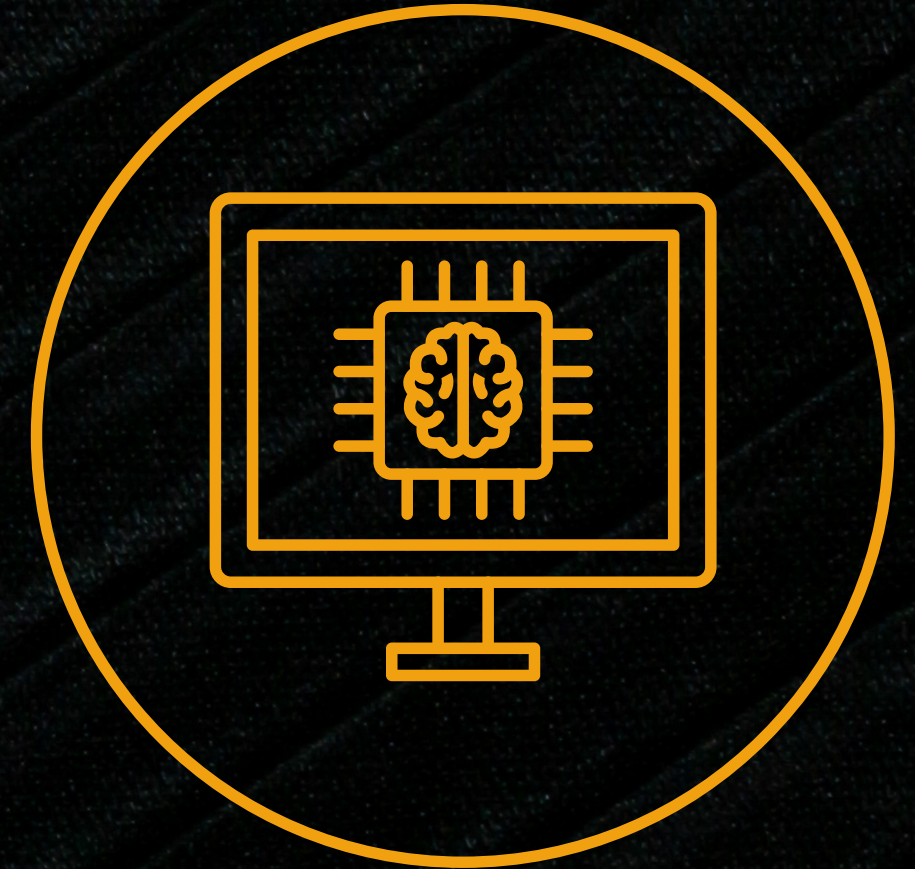


3 ESTÁGIOS

PARA ALCANÇAR O POTENCIAL DE RESULTADOS

3 TRAÇÃO

Tração é quando a curva de aprendizado já está bastante entendida e existe demanda para impulsionar o negócio.





PARA QUEM

1 **MERCADO** → ENDEREÇÁVEL

2 **PADRÃO** [DOR
NECESSIDADE
PROBLEMA

3 **TAMANHO**

4 **CONCORRÊNCIA**

5 **LOCALIZAÇÃO** [Município
Estado
Nacional
Internacional



Qual o potencial de
crescimento?

Quanto quero
atingir dele?





O QUÊ

**PRODUTO / SERVIÇO
(SOLUÇÃO)**

CARACTERÍSTICAS

1 Capacidade de Fornecer

2 Forma de Entrega

3 Preço

4 Proposta de Valor

5 Dor ➡ Elimino ou Diminuo

6 Problema ➡ Resolvo ou Mitigo

7 Necessidade ➡ Satisfaço

Precisa mostrar o benefício através
das dificuldades do cliente.





O QUÊ

**PRODUTO / SERVIÇO
(SOLUÇÃO)**

Ao desenvolver a proposta de valor é importante que a solução comunique exatamente como ajuda o cliente com seu problema e em suas **tarefas diárias**:

1

Funcional



Objetiva

2

Social



Status e Empoderamento

3

Emocional



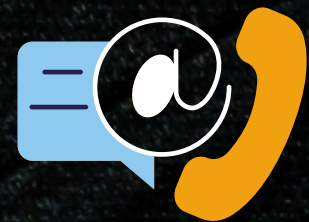
Dores e problemas que afetam



entregas afetivas, trabalho e vida

Precisa mostrar o benefício através das dificuldades do cliente.





CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO

Como se comunica a proposta de valor?

Canais de Comunicação



1 Redes Sociais

2 Google

3 Outros...

Onde estiver o cliente

Canais de Entrega



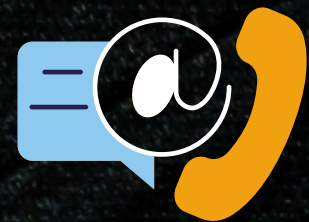
1 Físico

2 Digital / online

3 Físico e Digital/online

Como você entrega a proposta de valor e o produto/serviço





CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO

Como se comunica a proposta de valor?

Relacionamento

- 1 Conquistar o Cliente
- 2 Reter o Cliente
- 3 Vender novamente para o Cliente

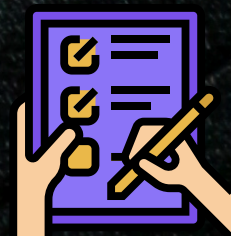
Em média gastamos 6X mais para reconquistar um ex-cliente.



Existem ferramentas

Automatizadas
Digitais
Pessoais





COMO

Execução das tarefas para produzir e entregar o produto/serviço.

Parcerias

1 Operacional → Ajuda no produto/serviço

2 Marketing → Agência

3 Comercial → Venda

**1 Recursos
Custos/Despesas**

Atividades

1 Empresa ADM

2 Desenvolvimento

3 Marketing e Venda





QUANTO

Resultado



1

Custos / Despesas

2

Receitas (Preço x Quantidade)

3

Resultados





RESULTADOS

Indicadores

1 CAC

2 LTV

3 Churn

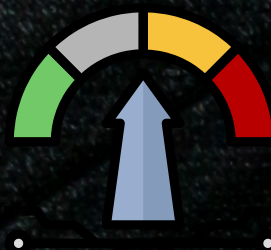
4 Burn Rate

5 Cashback

6 Cash in

7 Cash out





INDICADORES

CAC: CUSTO DE AQUISIÇÃO DO CLIENTE

$$\frac{\text{CUSTO TOTAL PARA AQUISIÇÃO DE CLIENTES}}{\text{TOTAL DE NOVOS CLIENTES}}$$

LTV: LIFETIME VALUE (EM INGLÊS)

$$\text{TICKET MÉDIO} \times \text{MÉDIA DE COMPRAS POR CLIENTE A CADA ANO} \times \text{MÉDIA DE TEMPO DE RELACIONAMENTO}$$

TOTAL DE NOVOS CLIENTES

CHURN: TOTAL DE CLIENTES CANCELADOS

$$\frac{\text{QUANT. DE CLIENTES QUE PERDEU ATÉ O FINAL DO PERÍODO}}{\text{TOTAL DE NOVOS CLIENTES}}$$

BURN RATE: "TAXA DE QUEIMA" O GASTO MENSAL DE UMA EMPRESA PARA MANTER SEU FUNCIONAMENTO

$$\text{DESPESAS} - \text{RECEITAS}$$

CASHBACK:

É UM MODELO DE COMPRAS, QUE EM INGLÊS, SIGNIFICA LITERALMENTE "DINHEIRO DE VOLTA". NO BRASIL, VEM GANHANDO FORÇA COMO UMA FORMA DE ECONOMIZAR E RECUPERAR PARTE DO DINHEIRO GASTO EM DETERMINADAS MERCADORIAS.

CASH IN: SERIA DINHEIRO DENTRO (RECEBIMENTO) PODE SER CONSIDERADO TAMBÉM "DEPÓSITO"

CASH OUT: SERIA DINHEIRO FORA (PAGAMENTO) PODE TAMBÉM SER ENTENDIDO COMO "SAQUE"

RUNAWAY: REPRESENTA O QUANTO DE DINHEIRO A SUA STARTUP AINDA POSSUI ATÉ A NECESSIDADE DE ENTRADA DE NOVOS RECURSOS

ROI: (RETORNO SOBRE INVESTIMENTO)

MARGEM LÍQUIDA:
$$\frac{\text{LUCRO LÍQUIDO PÓS IMPOSTOS}}{\text{RECEITA TOTAL}} \times 100$$

MARGEM CONTRIBUIÇÃO:
$$\text{FATURAMENTO} - (\text{CUSTOS VARIÁVEIS} + \text{DESPESAS VARIÁVEIS})$$

PONTO DE EQUILÍBRIO
$$\frac{\text{CUSTOS E DESPESAS FIXAS}}{\text{ÍNDICE DA MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO}}$$





VALUATION

Você sabe quanto vale sua empresa?

2 Momentos de análise:

1 Fluxo de Caixa Descontado

2 A Empresa

- O que é hoje
- Como vai ficar (Plano de Investimento)

É a partir dessa avaliação que se define a participação a oferecer para o investidor





PITCH DECK

Quais os elementos de um pitch de sucesso?

1 **Track Record** → Quem está por trás do negócio [Currículos

2 **Problema** [DOR
NECESSIDADE
PROBLEMA

3 **Mercado** → Endereçável [Tamanho, Participação
Concorrência
Espaço para entrada
Quanto conquistará nos próximos anos

4 **Solução** → Proposta de Valor e Forma de Aplicação

5 **Plano de Investimento** → O que será feito com o investimento?

6 **Valuation**



RECOMENDAÇÃO DE LEITURA

