



# **INCUBADORA TECNOLÓGICA DE PRESIDENTE PRUDENTE**

**PLANO DE NEGÓCIO:**

**NOME DA EMPRESA**


**NOME DO FUNDADOR**

**NOME DO FUNDADOR**

Presidente Prudente – Ano.

# MODELO DE NEGÓCIO

Um modelo de negócios descreve a racionalidade de como uma organização cria, entrega, e captura valor. Segue abaixo os nove blocos básicos que mostram a lógica de como a empresa pretende ganhar dinheiro. Estes blocos cobrem as quatro principais áreas de uma empresa: clientes, oferta, infra-estrutura e viabilidade financeira.

Bloco de Construção	Descrição
1.CS	 <p data-bbox="655 618 1366 831"><b>Segmentos de Clientes.</b> Uma organização serve um ou vários segmentos de clientes. O bloco Segmentos de Clientes define os diferentes grupos de pessoas ou organizações que uma empresa pretende alcançar e servir. Questões:</p> <ul data-bbox="703 891 1334 965" style="list-style-type: none"><li>• Para quem estamos criando valor?</li><li>• Quem são nossos clientes mais importantes?</li></ul>
Tipos:	<ul style="list-style-type: none"><li>• Mercado de massa</li><li>• Nicho de mercado</li><li>• Segmentados</li><li>• Diversificados</li><li>• Plataformas multi-face (ou mercados multi-verso)</li></ul>

## 2.VP



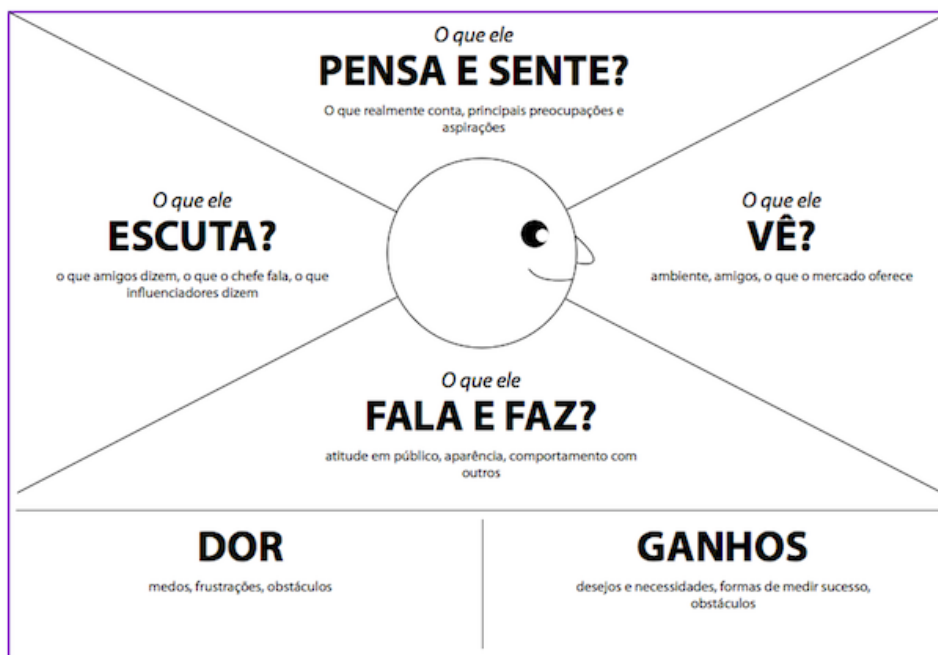
**Proposições de Valor.** Procura-se resolver os problemas e satisfazer as necessidades dos clientes com proposições de valor. São as OFERTAS de Produtos e ou Serviços. Este bloco descreve o pacote de produtos e serviços que criam valor para um segmento de clientes específico. Questões:

Características:

- Novidade
  - Desempenho
  - Personalização
  - Fazer as coisas acontecerem
  - Design
  - Marca / status
  - Preço
  - Redução de custos
  - Redução de riscos
  - Acessibilidade
  - Conveniência / usabilidade
- Qual o valor que nós entregamos para o cliente?
  - Quais os problemas dos nossos clientes que estamos ajudando a resolver?
  - Quais as necessidades dos clientes que estamos satisfazendo?
  - Que pacotes de produtos e serviços que estamos oferecendo para cada segmento de clientes?
  - Quais os diferenciais (características)?

**TEXTO AUXILIAR:** <http://jovemadministrador.com.br/4-diretrizes-para-definir-uma-proposta-de-valor/>

### MAPA DE EMPATIA DO CLIENTE



**VIDEO AUXILIAR:** <https://www.youtube.com/watch?v=TFnhSTHrpsc>

---

### 3.CH



#### Tipos:

- Força de vendas
- Vendas pela Web
- Lojas próprias
- Lojas parceiras
- Atacadista/Distribuidor

**Canais.** As proposições de valor são entregues aos clientes através de canais de **comunicação, distribuição e vendas**. O bloco de construção Canais descreve como uma empresa se comunica com e alcança seus segmentos de clientes para oferecer uma Proposta de Valor. Questões:

- Através de que canais que nossos Segmentos de Clientes querem ser alcançados? Como é que vamos alcançá-los agora?
- Como os nossos canais estão integrados? Quais funcionam melhor?
- Quais têm o melhor custo-benefício? Como estamos integrando-os com as rotinas do cliente?

---

### 4.CR



#### Categorias:

- Assistência pessoal
- Assistência pessoal dedicada
- Auto-serviço
- Serviços automatizados
- Comunidades
- Co-criação

**Relacionamento com Clientes.** Os relacionamentos com os clientes são estabelecidos e mantidos com cada segmento de clientes. O bloco de construção Relacionamento com Clientes descreve os tipos de relacionamentos que uma empresa estabelece com segmentos específicos de clientes. Questões:

- Que tipo de relação que cada um dos nossos Segmentos de Clientes espera de nós para estabelecer e manter com eles?
- Quais estão estabelecidos?
- Quanto eles custam?
- Como eles são integrados com o resto do nosso modelo de negócio?

## 5.R\$



Tipos:

- Venda de ativos
- Taxa de utilização
- Assinaturas
- Empréstimo / Locação / Leasing
- Licenciamento
- Taxas de corretagem
- Publicidade

**Fontes de Receita.** As fontes de receita resultam das propostas de valor oferecidas com sucesso aos clientes. O bloco de construção Fontes de Receita representa o dinheiro que uma empresa gera a partir de cada Segmento de Clientes (custos devem ser subtraídos das receitas para criar lucros). Questões:

- Que valor os nossos clientes estão realmente dispostos a pagar?
- Pelo que eles pagam atualmente? Como eles estão pagando atualmente?
- Como é que eles preferem pagar? Quanto cada Fonte de Receita contribui para as receitas totais?

## 6.KR



Tipos:

- Físicos
- Intelectual
- Pessoas
- Financeiros

**Recursos-chave.** Ativos necessários a oferta e entrega das propostas de valor. O bloco de construção Recursos-chave descreve os ativos mais importantes necessários para fazer o modelo de negócio funcionar. Questões:

- Quais Recursos-chave nossas Proposições de Valor, Canais de Distribuição, Relacionamento com Clientes e Fontes de Receita exigem?

---

**7.KA**

Categorias:

- Produção
- Resolução de problemas
- Plataforma / Rede

**Atividades-chave.** Execução das atividades-chave. O bloco de construção Atividades-chave descreve as coisas mais importantes que uma empresa deve fazer para seu modelo de negócio funcionar. Questões:

- Quais Atividades-chave nossas Proposições de Valor, Canais de Distribuição, Relacionamento com Clientes e Fontes de Receita exigem?

---

**8.KP**

Tipos:

- Alianças estratégicas entre não concorrentes
- Coopetition: parcerias estratégicas entre concorrentes
- Joint ventures para desenvolver novos negócios
- Relações fornecedor-comprador para garantir abastecimento confiável

**Parcerias-Chave.** Algumas atividades envolvem mão de obra terceirizada e alguns recursos são adquiridos fora da empresa. O bloco de construção Parcerias-chave descreve a rede de fornecedores e parceiros que fazem o modelo de negócio funcionar. Questões:

- Quem são os nossos Parceiros-chave? Quem são os nossos principais fornecedores?
- Que Recursos-chave nós estamos adquirindo dos parceiros?
- Quais Atividades-chave os parceiros realizarão?

## 9.C\$



### Classes:

- Dirigidos por custos
- Baseados em valor

### Características:

- Custos fixos
- Custos variáveis
- Economias de escala
- Economias de escopo

**Estrutura de Custos.** Os elementos do modelo de negócio resultam em uma estrutura de custos. A Estrutura de Custos descreve todos os custos incorridos para operar um modelo de negócio.

Questões:

- Quais são os custos mais importantes inerentes ao nosso modelo de negócio?
- Quais Recursos-chave que são mais caros?
- Que Atividades-chave são mais caras?

## MODELO DE NEGÓCIO

1. **Segmento de Clientes:** xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

2. **Proposições de Valor:** xxxxxxxxxxxxxxxxxxx

2.1 Mapa da empatia do Cliente

2.1.1 Pensa e Sente: xxxxxxxxxxxxxxxxxxx

2.1.2 Escuta: xxxxxxxxxxxxxxxxxxx

2.1.3 Vê: xxxxxxxxxxxxxxxxxxx

2.1.4 Fala e Faz: xxxxxxxxxxxxxxxxxxx

2.1.5 Dor: xxxxxxxxxxxxxxxxxxx

2.1.6 Ganhos: xxxxxxxxxxxxxxxxxxx

3. **Canais:** xxxxxxxxxxxxxxxxxxx

4. **Relacionamento com Clientes:** xxxxxxxxxxxxxxxxxxx

5. **Fontes de Receita:** xxxxxxxxxxxxxxxxxxx

6. **Recursos-Chave:** xxxxxxxxxxxxxxxxxxx

7. **Atividades-Chave:** xxxxxxxxxxxxxxxxxxx

8. **Parcerias-Chave:** xxxxxxxxxxxxxxxxxxx

9. **Estrutura de Custos:** xxxxxxxxxxx



## PLANO DE MARKETING

### 1 ANÁLISE SWOT

FORÇAS	FRAQUEZAS
- - -	- - -
OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
- - -	- - -

### 2 CONCORRENTES

EMPRESA	PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS
CONCORRENTE A	- - -	
CONCORRENTE B	- - -	
CONCORRENTE C	- - -	