



CRESCENDO JUNTAS NAS AMÉRICAS

DESAFIO DE TRANSFORMAÇÃO DIGITAL PARA
INTERNACIONALIZAÇÃO



Bem-vindas de volta!

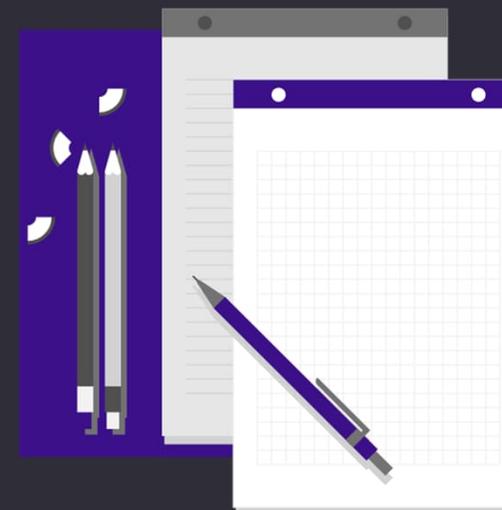
No dia de hoje, começaremos com um novo tema: **Modelo de negócio**

Objetivo: Compreender a importância de colocar o cliente no centro da construção de produtos/serviços e como encontrar oportunidades para o negócio através da **geração de valor e do desenvolvimento de relações com a concorrência..**

Aulas:

- 1
Nivelamento: Proposta de valor


 Estamos aqui –
Terça-feira, 19 de abril
- 2
Inovação: Canvas e plataformas de modelo de negócio
- 3
Transformação: Agregando valor no modelo operacional
- 4
Ferramenta: Mapa de modelo de negócio disruptivos



Agenda

1. Anúncios importantes
2. Proposta de valor
3. Indicadores para alterar a proposta de valor
4. Adaptar a proposta de valor
5. Q&A
6. Feedback: Desafio Individual - Tema 1 "Gerador de estratégia para rede de clientes".



Anúncios importantes



O prazo para o desafio em grupo foi prorrogado até **Sexta-feira, 22 de Abril**



Utilize a sessão de **Q&A (perguntas e respostas)** para fazer perguntas.



Lembre-se que **na Academia ConnectAmericas** na sessão Tema 3, Aula 1 este material está disponível em Inglês, Espanhol e Português.



O **chat** está reservado para os comentários que desejar compartilhar. Lembre-se de que estamos lendo suas contribuições!



Se você tiver algum problema, por favor, entre em contato conosco: creciendojuntas@connectamericas.com



Caso você tenha feito a pesquisa de diagnóstico IMD, você encontrará na ConnectAmericas Academy na seção “Bem-vinda!”, o **relatório IMD e seus resultados individuais**



Este é um ambiente de aprendizado, viemos para aprender, para cometer erros, para refletir, para mudar nossas mentes, e **está tudo bem!**

Agenda

1. Anúncios importantes
2. Proposta de valor
3. Indicadores para mudar a proposta de valor
4. Adaptar a proposta de valor
5. Q&A
6. Feedback: Desafio Individual - Tema 1 "Gerador de estratégia para rede de clientes".



Mateo De Los Ríos

Diretor Executivo – Business Consulting

Mateo é Economista e Administrador de Empresas com Mestrado em Finanças Aplicadas.

Ele tem mais de 15 anos de experiência em consultoria, estruturação de projetos, parcerias público-privadas, bancos de investimento e riscos financeiros.

Ele ocupou cargos de alta gerência no setor privado e público.

Ele se caracteriza por suas habilidades comerciais, ênfase nos detalhes e espírito empreendedor.



A fim de aproveitar nossas relações com nossos concorrentes, **devemos primeiro definir claramente qual é a nossa proposta de valor**

¿Qué es la propuesta de valor?

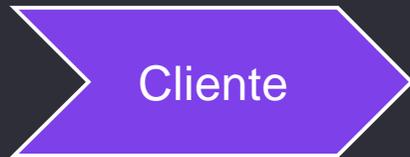
“Descreva os **benefícios**, que os clientes podem *esperar* dos produtos e serviços que a empresa oferece” Alex Osterwalder & Yves Pigneur

Conceptos de mercado que ayudan a construir la propuesta de valor



Producto

Minivan



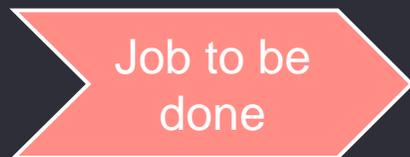
Cliente

Pais com filhos pequenos



Caso de uso

Levar crianças para a escola



Job to be done

Transportando crianças confortavelmente e com segurança de um lugar para outro



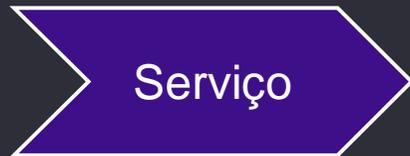
Proposta de valor

- Transporte confiável
- Acomoda vários passageiros
- Alta segurança em caso de acidentes
- Personalização (ex. Clima, áudio)
- Entretenimento para passageiros (ex. vídeo ou Wi-Fi)

Qual é a proposta de valor?

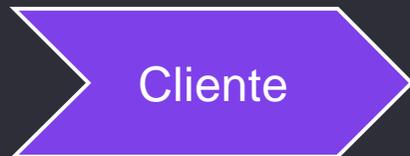
“Descreva os **benefícios**, que os clientes podem **esperar** dos produtos e serviços que a empresa oferece.” **Alex Osterwalder & Yves Pigneur**

Conceitos de mercado que ajudam a construir a proposta de valor



Serviço

Treinamento em Marketing Digital



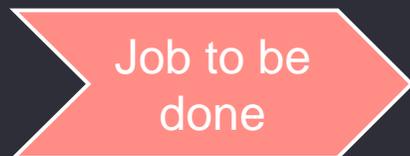
Cliente

Pequenas empresas – funcionários que não conhecem o assunto



Caso de uso

Gerar vendas através de redes sociais



Job to be done

Ofereça um curso simples e eficaz para se aventurar no marketing digital



Proposta de valor

- Personalizada
- Curto e fácil de entender
- Apresenta ferramentas gratuitas
- Ênfase nas redes sociais

Qual é a proposta de valor?

Características

- Definido para um segmento de mercado específico – **centrado no cliente**
- Gera **valor agregado**, benefícios e lucros ao cliente
- Permite avaliar **ameaças** e criar **inovações**



No final do dia, a proposta de valor deve ser tratada como uma estratégia de marketing que visa:

- Transmitir de forma objetiva e direta como meu produto ou serviço agrega valor para um segmento de mercado específico
- Gerar um valor diferenciado entre meus produtos e serviços com relação à concorrência

Agenda

1. Anúncios importantes
2. Proposta de valor
3. Indicadores para mudar a proposta de valor
4. Adaptar a proposta de valor
5. Q&A
6. Feedback: Desafio Individual - Tema 1 "Gerador de estratégia para rede de clientes".



Indicadores para mudar a proposta de valor



Novas
tecnologias



Mudanças nas
necessidades
dos clientes

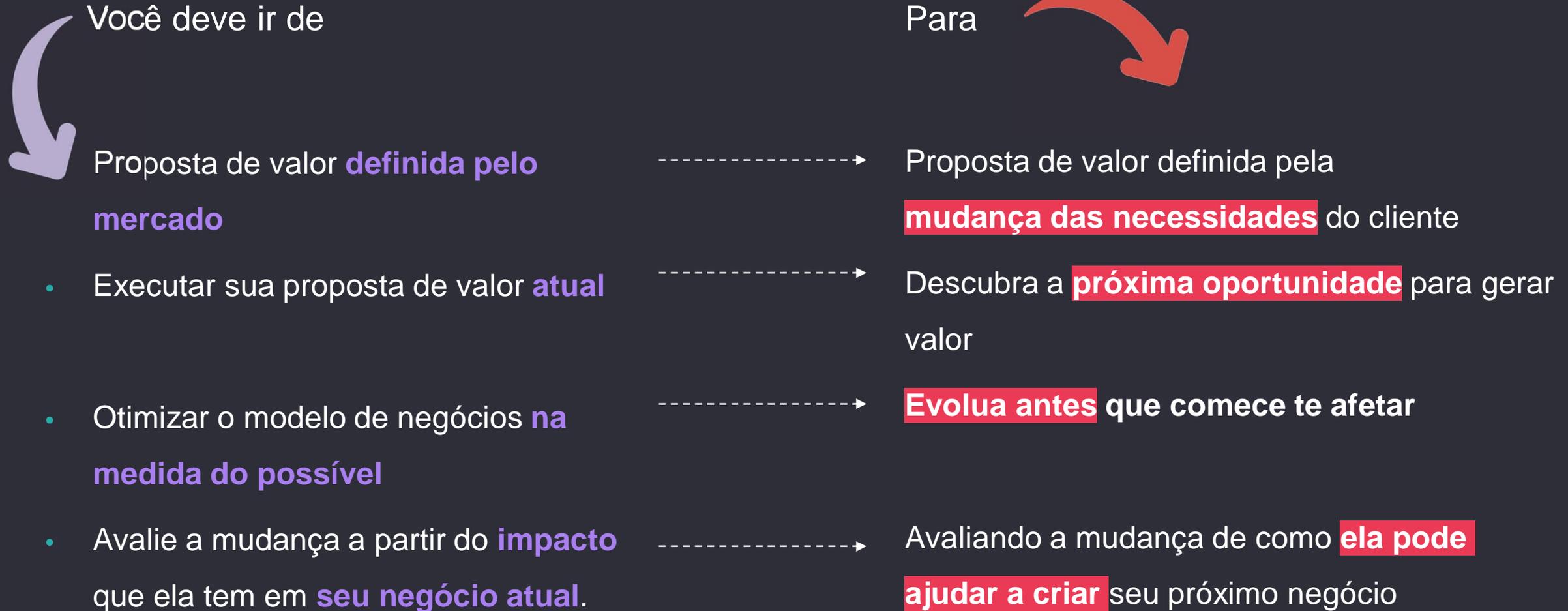


Surgimento
de substitutos



Declínio na relevância do
produto ou serviço

Repensando o negócio... é repensar a proposta de valor



Exemplos

Existem muitas pequenas e médias empresas que identificaram as necessidades de clientes e mercados que as levaram a mudar **sua proposta de valor** e abrir as fronteiras de seus negócios.

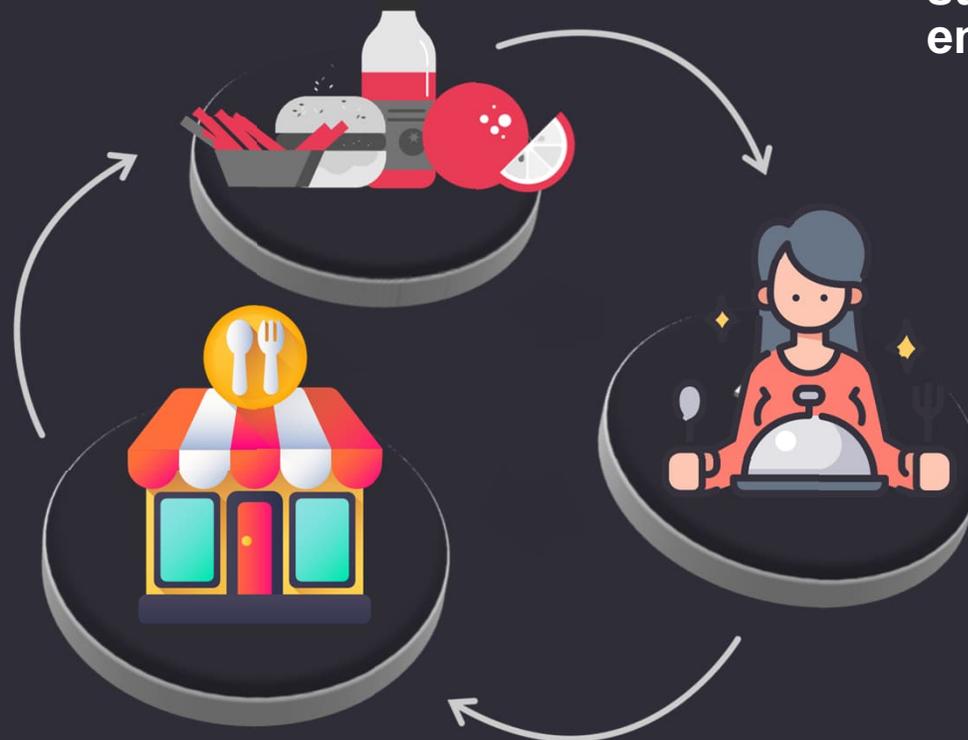
Quem diria que até mesmo o negócio de corrientazos (restaurantes de comida caseira) teria que se adaptar?





Como funciona?

3. Quando estiver pronto, devolva o Reusabol em qualquer restaurante da nossa rede



1. No restaurante, peça sua comida para viagem em um Reusabol

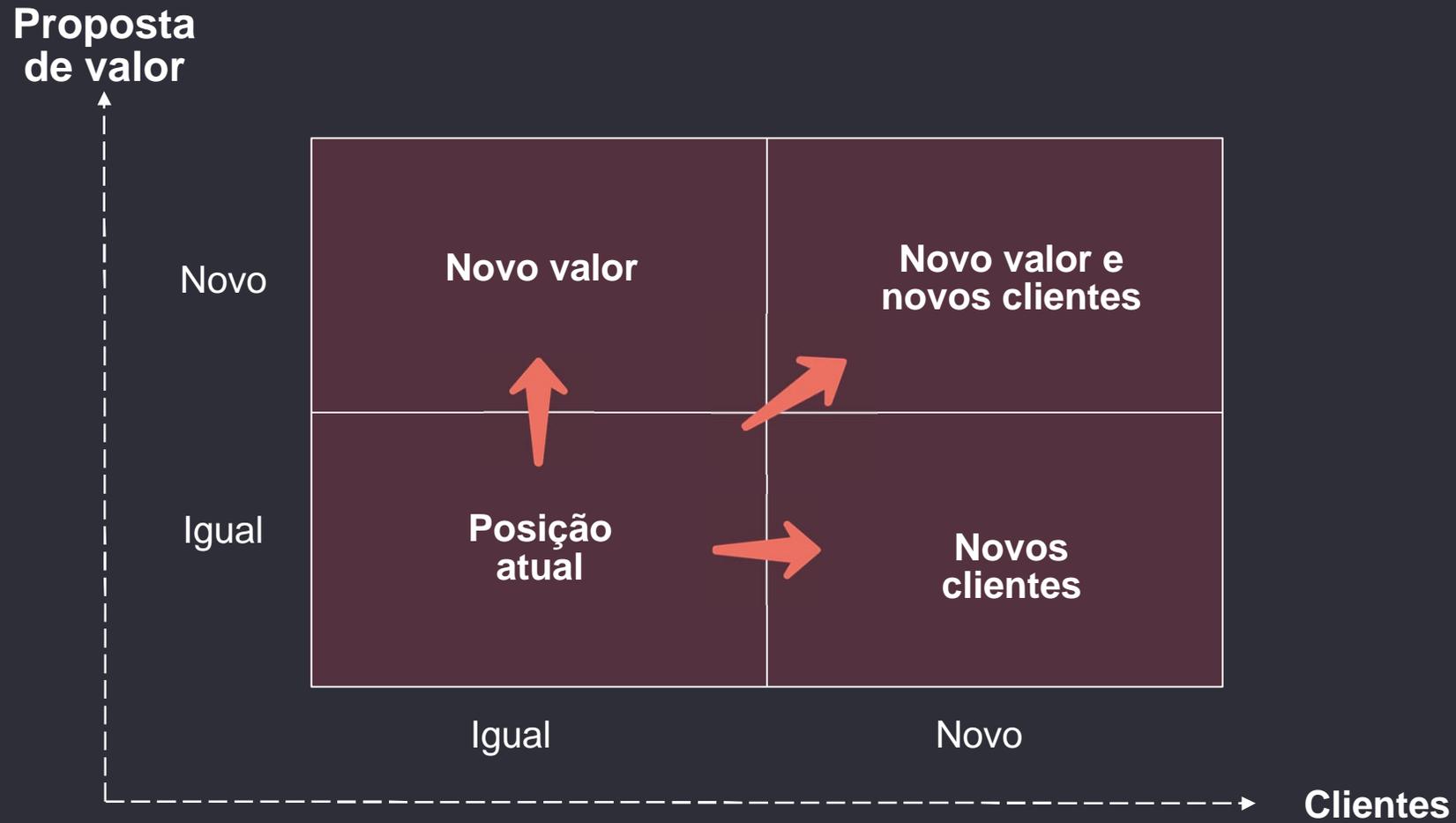
2. Aproveite sua refeição onde e quando quiser

Agenda

1. Anúncios importantes
2. Proposta de valor
3. Indicadores para cambiar a proposta de valor
4. Adaptar a proposta de valor
5. Q&A
6. Feedback: Desafio Individual - Tema 1 "Gerador de estratégia para rede de clientes".



Adapte a proposta de valor



Adapte a proposta de valor

Novos clientes

O pensamento criativo pode **identificar um novo cliente ou novo modo de uso** pelo mesmo valor que sua empresa está oferecendo atualmente.



Fábrica de
papel



Estúdios de
Fotografia

Adaptar a proposta de valor

Novo valor

Adaptar sua proposta de valor requer que uma empresa esteja disposta a se afastar do que lhe deu sucesso no passado. Diante de um declínio na relevância e demanda por suas ofertas, uma empresa deve se perguntar: **Como posso ser tão valioso para meus clientes como antes, ou mais?**



Loja de roupas



Livros



Kindle

Adaptar a proposta de valor

Novo valor + Novos clientes

Normalmente, isso pode ocorrer quando uma **mudança drástica na proposta de valor** consegue **atrair um novo mercado de clientes**.



Comics



Películas

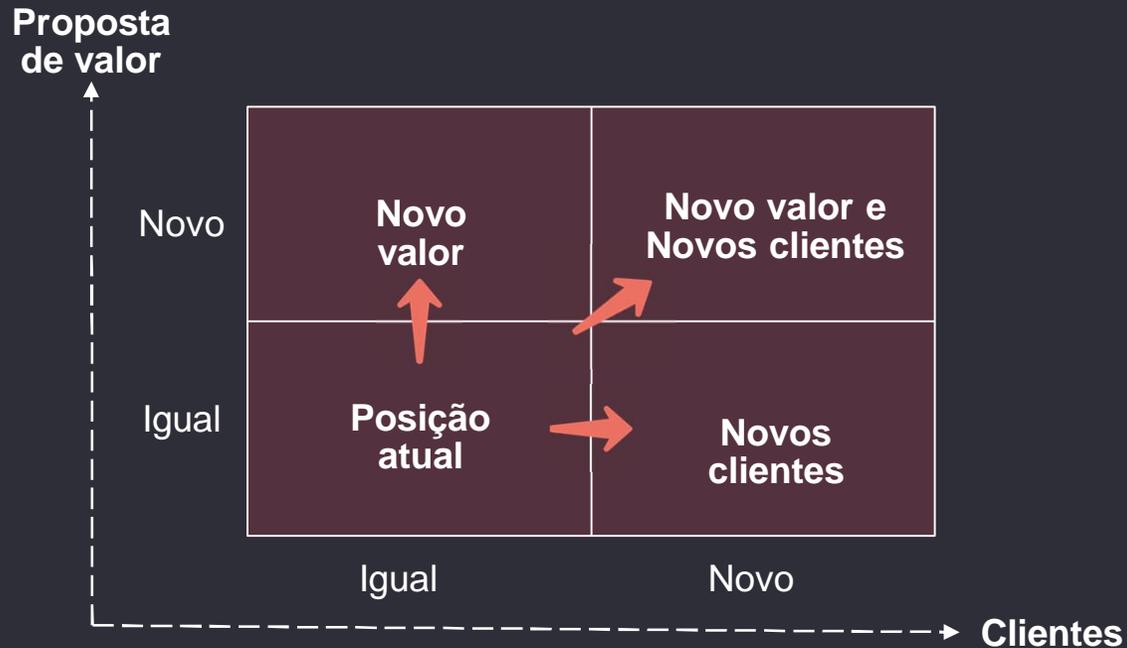


Arcade



Casinos –
maquinas
tragamonedas

Adaptar a proposta de valor



Mãos à obra!



Tempo de duração: 15 min
Submissão voluntária: 10 min

Considerando o que você viu no item 2. A experiência do usuário e o que aprendemos na aula de hoje, defina:

1. **Segmento de cliente** para o qual você deseja alterar sua proposta de valor
2. **Proposta de valor atual** para este segmento de cliente
3. Estratégia para **adaptar** tua proposta de valor (Novos clientes, novo valor o ambos)

Q & A

Vamos compartilhar!

Neste espaço buscamos destacar os melhores desafios individuais do Tópico 1. Imersão Digital

Tempo: 10 minutos



OBRIGADA!

Nos vemos na próxima terça-feira



Por favor, acesse este link e complete a pesquisa de feedback da aula:

<https://forms.office.com/r/6Z8HPki2x9>

Sua opinião é muito importante para nós.