



REVISÃO DE MODELO DE NEGÓCIO: COMO FAZER NESTA RETOMADA?

A pandemia trouxe profundas demandas de renovação e atualização por parte dos negócios. A necessidade de manter o isolamento social e as normativas para o fechamento de comércios em algumas regiões fizeram com que muitos empreendimentos tivessem de adotar vendas virtuais, entregas em casa e outras alternativas. Aos poucos, novas normas estabelecem reaberturas, com cuidados e restrições.

Assim, a revisão de modelo de negócio na retomada é essencial para garantir a continuidade da empresa diante das condições adversas atuais. Preparamos este conteúdo especial com informações sobre como fazer essa revisão para garantir melhores oportunidades com a reabertura. Ficou interessado? Continue acompanhando para aprender mais sobre o assunto!





O QUE SIGNIFICA REVER O MODELO DE NEGÓCIO E QUANDO ESSA PRÁTICA DEVE SER FEITA?

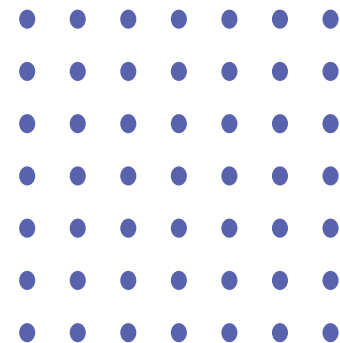
O modelo de negócio de uma corporação é a forma como o empreendimento cria uma cadeia de produção ou prestação de serviço, ou seja, a maneira como ele atua, gera lucro e atende à demanda dos stakeholders. Isso significa a estratégia para ganhar dinheiro, encadear processos e fazer negócios de forma sustentável.

Rever o modelo de negócios pode ser necessário em diversos contextos, principalmente aqueles em que você observa que as estratégias usuais já não estão sendo tão rentáveis. A pandemia de coronavírus trouxe a necessidade de muitos gestores reinventarem-se e repensarem alternativas, devido às necessidades de distanciamento e à grande redução de circulação de pessoas nas cidades.

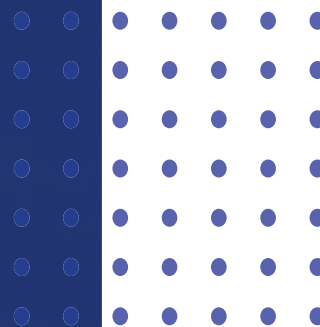
É preciso refletir sobre as funções de cada componente na empresa e como cada parte interage de forma dinâmica na cadeia produtiva. O modelo de negócio precisa ser avaliado diante da pandemia de coronavírus e das demandas por novas estratégias para as atividades.

Essa prática deve ser realizada quando há indicativos de que o modelo atual já não é capaz de atender às demandas e à dinâmica do mercado. Alguns sinais são as quedas nas entradas, vendas e lucros, mesmo havendo bons esforços das vendas e do marketing, estabilização de receita, redução na margem de operações, enfraquecimento da marca, perda de participação no mercado, emergência de competidores com propostas melhores e consolidação de tecnologia disruptiva.





A pandemia trouxe uma grande alteração no comportamento do mercado, demandando que as organizações busquem atualização. O investimento em novas estratégias pode ser auxiliar na manutenção do negócio, mesmo diante do cenário adverso que o coronavírus trouxe para a economia.

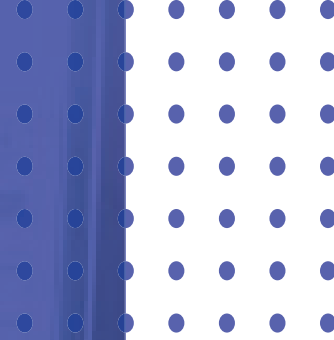


POR QUE A REVISÃO DE MODELO DE NEGÓCIO É IMPORTANTE?

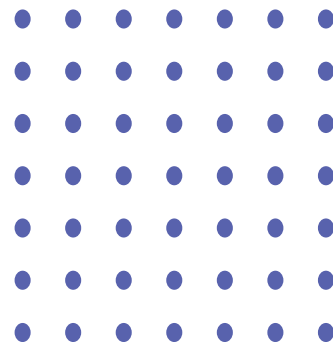
A revisão de modelo de negócio é uma medida muito importante diante de condições desfavoráveis no mercado. É necessário revisar a forma do empreendimento ganhar dinheiro e realizar processos frente ao grande dinamismo da sociedade e do contexto econômico. Isso significa que as estratégias de alguns anos atrás podem não ser efetivas para atender às necessidades da atualidade.

Dessa forma, é preciso revisar o modelo de negócios para criar novas possibilidades diante de demandas que sofreram alterações. Especialmente em um momento de retomada, esse processo é essencial, pois muitas companhias não sabem por onde recomeçar. Com adaptações, avaliações e acompanhamento, é possível criar estratégias para enfrentar os desafios do contexto atual.





Esse processo é muito importante para a longevidade e o sucesso da empresa com o passar dos anos. Torna-se imprescindível para evitar a estagnação e garantir a adaptação necessária ao dinamismo dos contextos socioeconômicos e ambientais.



COMO FAZER A REVISÃO DE MODELO DE NEGÓCIO DE FORMA EFICIENTE?

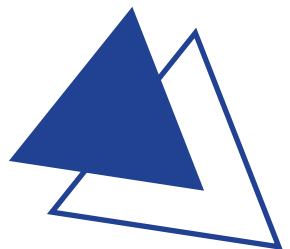
Foi possível compreender por que é tão importante realizar uma boa revisão do modelo de negócio. Agora, apresentaremos diversas possibilidades para realizar esse processo. Veja, a seguir, algumas estratégias para revisar seu modelo de negócio!





REFLITA SOBRE A MISSÃO E A VISÃO DA EMPRESA

A missão, a visão e os valores da empresa são parâmetros importantes para orientar as ações no dia a dia e também para fornecer um direcionamento em momentos de revisão e mudanças. Isso significa que a revisão de modelo de negócio não objetiva que a companhia perca a essência dela. Os caminhos da inovação devem estar abertos, mas a ética corporativa, os objetivos de longo prazo, a razão de existir e os valores não podem ser abandonados.



Dessa forma, ao revisar o modelo de negócio, reflita sobre a missão, a visão e os valores da corporação. Eles foram idealizados no início do empreendimento, e agora é possível observar o caminho que a firma tomou ao longo dos anos.

Os gestores se mantiveram fiéis a esses princípios? A trajetória foi positiva? A gestão está avançando na direção certa? Como agir atendendo às necessidades atuais sem abrir mão dos valores e objetivos? Reflita sobre essas questões e dialogue com sua equipe.





CONSIDERE OS OBJETIVOS NO CURTO, MÉDIO E LONGO PRAZO

Os objetivos são uma importante fonte de orientação para as ações em momentos críticos e de reavaliação dos processos. Eles fornecem um direcionamento para os processos, auxiliando na tomada de decisões.

É preciso estabelecer metas a curto, médio e longo prazo e reavaliá-las na revisão de modelo de negócio. O processo contribui para o alcance de melhores resultados e para delinear medidas para a concretização desses objetivos.



REALIZE O DIAGNÓSTICO DA EMPRESA

Diagnosticar a empresa significa avaliar dados, informações e indicadores para compreender o contexto atual da organização, identificando as potencialidades e tomando consciência das lacunas e dos obstáculos. O objetivo é apurar a realidade do negócio, para então fazer intervenções. Faça um diagnóstico cuidadoso, pois a medida vai auxiliar na tomada de decisão e na montagem de estratégias efetivas.





FAÇA UM PLANEJAMENTO PRECISO

No mundo dos negócios, é preciso sempre planejar qualquer estratégia a ser implementada. A revisão de modelo de negócio pode trazer alterações importantes no modo de realizar as operações, demandando cuidado e planejamento. Com as informações obtidas no diagnóstico, é possível identificar lacunas.

As reduções nas vendas presenciais com a pandemia, por exemplo, podem apontar para a necessidade de adoção de loja online. Assim, é preciso planejar uma série de variáveis, como criação de plataforma, formas de pagamento e sistema de entregas. Planeje adequadamente cada solução, para só então colocar as medidas em prática.



ANALISE O ATUAL CENÁRIO

É preciso avaliar bem o cenário atual, acompanhando notícias e as legislações para a abertura de comércios. Com a pandemia de coronavírus, muitos comerciantes e empresários viram uma queda brusca de receitas nos empreendimentos, o que trouxe importantes complicações. Isso significa que há um cenário de crise generalizada, com grande parte dos negócios em condições desfavoráveis, tentando passar para estratégias digitais.

Destacamos que é preciso, também, avaliar que novas preocupações estão surgindo entre os consumidores com a pandemia. A higiene, a saúde e, principalmente, a responsabilidade ambiental são pontos que passaram a receber mais atenção após a disseminação do coronavírus





OBSERVE A CONCORRÊNCIA

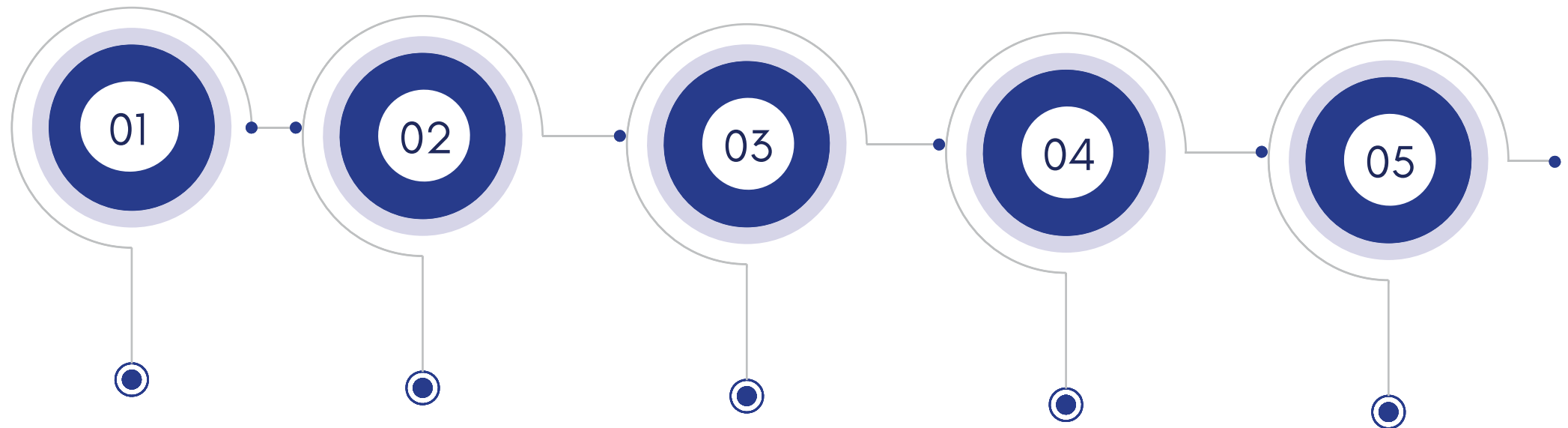
Ter algumas informações sobre a concorrência é importante para delinear as estratégias adequadas para se destacar. No contexto atual, de pandemia, os que se sobressaem são os mais criativos e capazes de inovar com a transformação digital.

Uma ferramenta interessante são as 5 Forças de Porter, metodologia para analisar a concorrência criada em 1979, por Michael Porter, professor da Harvard Business School.

As 5 Forças de Porter estabelecem alternativas para solucionar os problemas encontrados por meio de diferenciação, liderança de custo e foco nos nichos certos. Dessa forma, é um recurso bem completo para fazer análise de concorrência.



AS 5 FORÇAS DE PORTER



RIVALIDADE ENTRE CONCORRENTES

Esse ponto aborda a quantidade de competidores no mercado e os aspectos pelos quais eles competem. É necessário avaliar, por exemplo, se você está em um mercado saturado, se há pouca demanda ou se o produto está ficando obsoleto.

PODER DE BARGANHA DOS FORNECEDORES

Aqui você deve avaliar o quanto a empresa está nas mãos dos fornecedores. Quanto maior o número de fornecedores, mais a sua companhia tem controle e autonomia.

PODER DE BARGANHA DOS CLIENTES

Nesse ponto, observe o ticket médio de cada cliente e o poder que o consumidor tem para ditar termos no empreendimento. A proposta segue o mesmo princípio dos fornecedores, sendo o objetivo aumentar a autonomia da organização.

AMEAÇA DE NOVOS CONCORRENTES

Avalie o nível de dificuldade de abertura de um negócio na sua área. Por exemplo, as empresas que trabalham em plataformas digitais apresentam um baixo índice de investimento inicial. Observe se há incentivos fiscais para abertura, leis, regulamentações e credenciamentos e fatores que fortalecem a sua posição ou não.

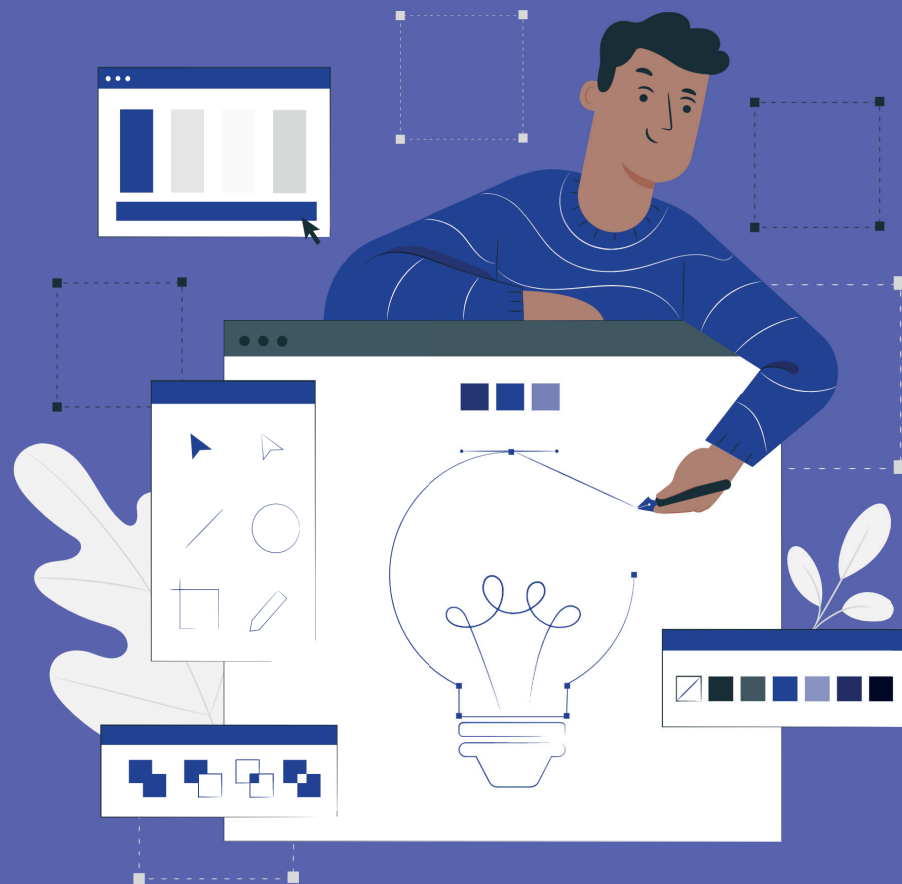
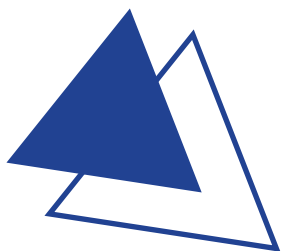
AMEAÇA DE NOVOS PRODUTOS OU SERVIÇOS

O mercado pode lançar soluções que tornam o seu produto ou serviço ultrapassado. Por isso, avalie bem esse risco, pensando se há algum protótipo disponível capaz de ocupar o lugar da sua marca, partes do fluxo operacional que podem ser automatizadas e facilidade para encontrar outras alternativas em relação ao que sua empresa oferece.



IMPLEMENTE BOAS FERRAMENTAS

O mercado conta com boas ferramentas para facilitar o gerenciamento da corporação. Um exemplo é o Canvas, um mapa visual para representar o modelo de negócios por meio de quadros específicos. Esse recurso possibilita avaliar o processo de forma efetiva e objetiva, auxiliando no planejamento de estratégias e contribuindo para revisões mais precisas. Com esse mapa visual, é possível também planejar estratégias mais adequadas ao contexto que a companhia enfrenta





ATUALIZE A PROPOSTA DE VALOR

A proposta de valor é o que registra a forma como o negócio pode ser relevante para o cliente. O empreendimento permanece o mesmo, em essência, mas a proposta de valor pode ser ampliada com o apoio dos meios digitais, por exemplo. Lembre-se de que a proposta de valor é clara, concisa, com imagens, e expressa a ideia da marca em poucas palavras. O objetivo é formar um vínculo, criando um sentimento de empatia, e, ao mesmo tempo, transmitir o básico do produto ou serviço prestado.



A revisão de modelo de negócio é um procedimento muito importante diante da pandemia. A retomada vai exigir criatividade dos empresários, que precisam reinventar-se para criar soluções positivas nesse cenário de adversidade. Oferecemos diversas dicas sobre o assunto e gostaríamos também de sugerir que você aproveite os potenciais da tecnologia. Ela pode facilitar processos e contribuir para melhorar as operações com os clientes. Além disso, outra medida imprescindível é buscar ajuda especializada.

A revisão de modelo de negócio gera diversas contribuições para as atividades e é essencial para fazer uma boa retomada na pandemia.





 (81) 99194-6690

 Central de Relacionamento 800 570 0800

    / sebraepe