

NEGÓCIOS DIGITAIS

www.darcideborba.com.br

Elementos
Fundamentais

Livro Digital - Negócios Digitais

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO AOS NEGÓCIOS DIGITAIS.....	2
1.1.	VISÃO GERAL	2
1.2.	CARACTERÍSTICAS DOS NEGÓCIOS DIGITAIS	4
1.3.	COMO OS NEGÓCIOS DIGITAIS TRANSFORMARAM A ECONOMIA	7
1.4.	CONCLUSÃO	9
2.	MODELOS DE NEGÓCIOS DIGITAIS.....	10
2.1.	VISÃO GERAL.....	10
2.2.	PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DOS MODELOS DE NEGÓCIOS TRADICIONAIS.....	12
2.3.	PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DOS MODELOS DE NEGÓCIOS DIGITAIS	13
2.4.	ESCOLHENDO O MODELO DE NEGÓCIOS ADEQUADO PARA UM NEGÓCIO DIGITAL	15
2.5.	CONCLUSÃO	17
3.	CONSTRUINDO O NEGÓCIO DIGITAL.....	19
3.1.	VISÃO GERAL.....	19
3.2.	IDENTIFICAÇÃO DE OPORTUNIDADES DE NEGÓCIOS DIGITAIS	20
3.3.	VALIDAÇÃO DA IDEIA	22
3.4.	DESENVOLVIMENTO DO PLANO DE NEGÓCIOS.....	23
3.5.	CONCLUSÃO	26
4.	MARKETING DIGITAL	28
4.1.	VISÃO GERAL.....	28
4.2.	ESTRATÉGIAS DE MARKETING DIGITAL	28
4.3.	COMO DEFINIR A ESTRATÉGIA DE MARKETING DIGITAL ADEQUADA PARA O NEGÓCIO	31
4.4.	CONCLUSÃO	32
5.	EMPREENDEDORISMO DIGITAL	33
5.1.	VISÃO GERAL.....	33
5.2.	GESTÃO DE UM NEGÓCIO DIGITAL	34
5.3.	COMO DESENVOLVER AS HABILIDADES NECESSÁRIAS PARA SER UM EMPREENDEDOR DIGITAL BEM-SUCEDIDO	36
5.4.	CONCLUSÃO	37
6.	APLICAÇÃO PRÁTICA.....	39
6.1.	VISÃO GERAL.....	39
6.2.	APLICAÇÃO PRÁTICA DAS ESTRATÉGIAS DE MARKETING DIGITAL	41
6.3.	APLICAÇÃO PRÁTICA DAS HABILIDADES DE EMPREENDEDORISMO DIGITAL	43
6.4.	CONCLUSÃO E PASSO-A-PASSO.....	44
	GLOSSÁRIO	46
	REFERÊNCIAS	49

1. Introdução aos Negócios Digitais

Neste módulo você deverá compreender o que são negócios digitais e suas características principais

1.1. Visão geral

Os negócios digitais vêm se tornando cada vez mais importantes para o mundo dos negócios, à medida que a tecnologia se desenvolve e se torna mais acessível. Como explica (ROGERS, 2017), a transformação digital está mudando a maneira como as empresas operam, com a introdução de novas tecnologias e modelos de negócios. Nesta parte, abordaremos o que são os negócios digitais e suas principais características.

A pandemia de COVID-19 acelerou ainda mais a transformação digital, tornando-a uma necessidade para muitas empresas que precisaram se adaptar rapidamente ao ambiente virtual para continuar operando. Com o aumento da demanda por produtos e serviços digitais, os negócios digitais se tornaram ainda mais relevantes e essenciais para o sucesso das empresas. Aqueles que souberam aproveitar as oportunidades oferecidas pelo ambiente digital conseguiram manter e até mesmo expandir seus negócios, enquanto as empresas que não se adaptaram tiveram que enfrentar dificuldades e até mesmo fechar suas portas (AL-DEBEI; EL-HADDADEH; AVISON, 2008).

Compreender os negócios digitais e suas características é essencial para as empresas que desejam se manter competitivas e inovadoras em um mercado cada vez mais digital (ROGERS, 2017)

Contudo, os negócios digitais também apresentam desafios, como a necessidade de lidar com questões de privacidade e segurança na internet, além da concorrência acirrada em um ambiente global. Por isso, é importante que as empresas entendam as características e oportunidades dos negócios digitais, bem como os desafios e riscos envolvidos, para aproveitar ao máximo as possibilidades oferecidas pelo ambiente digital (EL SAWY; PEREIRA, 2013).



GLOSSÁRIO

A **Transformação Digital** é um processo de mudança estratégica e cultural que ocorre nas organizações, onde são utilizadas tecnologias digitais para melhorar a eficiência, inovação e qualidade de produtos e serviços, com o objetivo de atender às novas demandas do mercado. Esse processo envolve a integração de tecnologias digitais em todas as áreas da organização, incluindo operações, marketing, vendas, atendimento ao cliente e gestão de recursos humanos. A Transformação Digital é considerada uma estratégia essencial para as empresas que desejam permanecer competitivas e relevantes no mercado atual, que é cada vez mais influenciado pelas tecnologias digitais. A implementação da Transformação Digital é um processo complexo e contínuo, que exige uma mudança cultural e estratégica das organizações (DĄBROWSKA et al., 2022; VERHOEF et al., 2021).

De acordo com PAKES (2015), as principais características dos negócios digitais são:

1. **Escalabilidade:** a capacidade de crescer rapidamente sem grandes aumentos de custos fixos;
2. **Flexibilidade:** a capacidade de se adaptar rapidamente às mudanças nas demandas do mercado;
3. **Baixo custo de entrada:** a possibilidade de iniciar um negócio digital com baixo investimento inicial;
4. **Alta capacidade de inovação:** a capacidade de inovar continuamente em termos de produtos, serviços e modelos de negócios;
5. **Possibilidade de alcance global:** a capacidade de alcançar um grande público globalmente por meio da internet;
6. **Foco no usuário e na experiência do cliente:** a priorização do cliente em todas as decisões e processos de negócios, com o objetivo de fornecer uma excelente experiência do cliente.

Os negócios digitais têm transformado a economia global, impulsionando o crescimento econômico e gerando novas oportunidades de emprego e negócios, mas também apresentam desafios e riscos que precisam ser levados em consideração. Eles se diferenciam dos negócios tradicionais por utilizarem a internet e outras tecnologias para se comunicar com clientes, fornecedores e parceiros, além de adotarem modelos de negócios inovadores e escaláveis. Alguns exemplos de

negócios digitais de sucesso incluem Amazon, Google, Airbnb e Uber (IRAWAN, 2021; PAKES, 2015).

Em resumo, os negócios digitais são negócios que utilizam a tecnologia digital para criar, entregar e capturar valor, por meio de modelos de negócios inovadores e escaláveis. Suas características distintas permitem que as empresas atuem de forma mais ágil e eficiente, além de oferecerem novas oportunidades de negócios.

1.2. Características dos negócios digitais

A transformação digital promovida pelos negócios digitais tem sido um tópico cada vez mais discutido em vários setores e áreas de pesquisa, devido ao seu potencial de impactar profundamente a forma como as empresas operam e os clientes interagem com elas. Ela abrange uma ampla gama de tecnologias e práticas, incluindo inteligência artificial, análise de dados, automação de processos e experiência do cliente digital, entre outras. Essa transformação tem o potencial de gerar inúmeras oportunidades para as empresas, mas também apresenta desafios significativos (DĄBROWSKA *et al.*, 2022; VERHOEF *et al.*, 2021).

Conforme tratado na seção anterior, os negócios digitais apresentam seis características principais, que são: 1) Escalabilidade; 2) Flexibilidade; 3) Baixo custo de entrada; 4) Alta capacidade de inovação; 5) Possibilidade de alcance global; e 6) Foco no usuário e na experiência do cliente. Nos parágrafos a seguir, serão detalhadas cada uma delas.

A **escalabilidade** é uma das características mais importantes dos negócios digitais. De acordo com (TRISCHLER; LI-YING, 2022), a escalabilidade é a capacidade de crescer rapidamente sem grandes aumentos de custos fixos. Isso significa que os negócios digitais podem aumentar sua capacidade de produção ou de atendimento aos clientes sem precisar investir em mais recursos físicos ou humanos. A escalabilidade é essencial para os negócios digitais, pois permite que eles cresçam rapidamente em resposta às mudanças no mercado e às oportunidades de negócios.

A **flexibilidade** é outra característica importante dos negócios digitais. Conforme destaca Rogers (2017), a tecnologia digital permite que as empresas se adaptem rapidamente às mudanças nas demandas do mercado. Por exemplo, uma empresa que atua no comércio eletrônico pode alterar rapidamente seu mix de produtos em resposta às mudanças nas preferências dos clientes ou na concorrência. Essa capacidade de adaptação é fundamental para o sucesso dos negócios digitais, que precisam estar sempre atentos às mudanças no mercado e às necessidades dos clientes.

O **baixo custo de entrada** é outra característica distintiva dos negócios digitais. Al-Debei, El-Haddadeh e Avison (2008) destacam que muitos negócios digitais podem ser iniciados com um baixo investimento inicial, em comparação com os negócios tradicionais. Isso se deve em parte à disponibilidade de ferramentas e plataformas digitais de baixo custo ou gratuitas, que permitem que empreendedores e pequenas empresas entrem no mercado sem precisar investir em grandes infraestruturas.

FIQUE ATENTO

Embora os negócios possam iniciar com baixo custo, existem exemplos de negócios digitais altamente escaláveis que requerem investimentos significativos. Por exemplo, empresas de tecnologia como a **Uber** e a **Airbnb**, embora sejam negócios digitais, exigiram investimentos significativos para se tornarem líderes em seus setores. Essas empresas precisaram investir em tecnologia de ponta, marketing agressivo e expansão global para competir com empresas estabelecidas e conquistar uma fatia significativa de mercado. Além disso, mesmo que um negócio digital possa ser iniciado com baixo custo, isso não significa necessariamente que ele possa ser escalado sem investimentos significativos. À medida que o negócio cresce, podem surgir desafios de escalabilidade que exigem investimentos em infraestrutura, recursos humanos e tecnologia para atender à demanda crescente dos clientes.

A **alta capacidade de inovação** é outra característica fundamental dos negócios digitais. Segundo Pakes (2015), os negócios digitais têm a capacidade de inovar continuamente em termos de produtos, serviços e modelos de negócios. Isso ocorre em parte porque a tecnologia digital permite que as empresas coletem e analisem dados sobre seus clientes e operações em tempo real, o que pode fornecer informações valiosas para a inovação. A capacidade de inovação é fundamental para

os negócios digitais, que precisam estar sempre procurando novas formas de atender às necessidades dos clientes e se diferenciar da concorrência.

A **possibilidade de alcance global** é outra característica única dos negócios digitais. Conforme destaca El Sawy e Pereira (2013) (2013), a tecnologia digital permite que as empresas alcancem um grande público globalmente por meio da internet. Isso significa que os negócios digitais têm a possibilidade de atuar em mercados globais, sem precisar investir em uma presença física em cada país. Essa capacidade de alcance global pode fornecer enormes oportunidades de crescimento e expansão para os negócios digitais.

Por fim, o **foco no usuário** e na experiência do cliente é uma característica essencial dos negócios digitais. Conforme destaca Trischler e Li-Ying (2022), os negócios digitais priorizam o cliente em todas as decisões e processos de negócios, com o objetivo de fornecer uma excelente experiência do cliente. Isso se deve em parte à possibilidade de coletar e analisar dados sobre os clientes em tempo real, o que pode fornecer informações valiosas para melhorar a experiência do cliente. A experiência do cliente é fundamental para os negócios digitais, pois a concorrência é alta e os clientes têm cada vez mais opções para escolher. Os negócios digitais precisam fornecer uma experiência excepcional do cliente para diferenciarem-se da concorrência e fidelizarem os clientes. Uma das principais ferramentas que ajudam os negócios digitais a entender seus clientes e oferecer as melhores opções, é o Big Data Analytics.

BUSQUE POR MAIS

Se você está interessado em como as empresas podem usar o Big Data Analytics para oferecer uma experiência excepcional do cliente, recomendamos o vídeo "[O que é Big Data?](#)" do CanalTech. Neste vídeo, o apresentador explica de forma clara e simples o que é Big Data, como ele é coletado e armazenado, e como as empresas e outras organizações podem usar Big Data para obter insights valiosos e tomar decisões melhores e mais informadas. Se você é novo no assunto de Big Data, este vídeo é uma ótima opção para começar a entender o que é e como ele pode ser usado em diferentes contextos.

Em resumo, as características dos negócios digitais lhes permitem operar de forma diferente dos negócios tradicionais, com a capacidade de crescer rapidamente, se adaptar rapidamente às mudanças no mercado e oferecer uma experiência excepcional do cliente. Essas características são essenciais para o sucesso dos negócios digitais, que precisam estar sempre inovando e se adaptando para se manterem competitivos em um mercado em constante mudança.

1.3. Como os negócios digitais transformaram a economia

Conforme já foi mencionado ao longo deste material, os negócios digitais transformaram a economia de diversas maneiras. Eles impulsionam a economia global, criando oportunidades para empresas de todos os tamanhos e indústrias. A digitalização permitiu que empresas expandissem para novos mercados, alcançassem novos públicos e oferecessem novos serviços e produtos. A transformação digital também permitiu que as empresas oferecessem uma melhor experiência do cliente, aumentando a fidelidade e o engajamento (KOTTLER; KARTAJAYA; SETIAWAN, 2017).

A Indústria 4.0 é um dos exemplos mais impactantes da transformação digital, e está mudando radicalmente a maneira como produzimos e consumimos bens e serviços. A adoção de tecnologias como Internet das Coisas (IoT), Inteligência Artificial (IA) e Big Data Analytics está permitindo que as empresas sejam mais ágeis, eficientes e flexíveis, ao mesmo tempo em que oferecem produtos e serviços mais personalizados e adaptados às necessidades individuais dos clientes (MARTÍN *et al.*, 2021).

Q BUSQUE POR MAIS

Para entender melhor o conceito da Indústria 4.0, a revolução tecnológica que está transformando a maneira como produzimos e consumimos, é fundamental conhecer suas principais características e exemplos de aplicação na prática. Nesse sentido, o documentário "[Indústria 4.0](#)" é uma excelente fonte de informação e inspiração. O documentário explora as mudanças que a Indústria 4.0 está trazendo para o mundo dos negócios e da produção, apresentando casos reais de empresas que estão implementando soluções tecnológicas inovadoras para aumentar sua eficiência, reduzir custos e melhorar a qualidade de seus produtos. Além disso, o documentário discute as implicações da Indústria 4.0 para a economia global e para a sociedade em geral, destacando os desafios e oportunidades que surgem com a digitalização.

Além disso, a digitalização tem tido um impacto significativo na sociedade. Os negócios digitais estão mudando a maneira como as pessoas trabalham, compram, aprendem e se relacionam. No entanto, também há preocupações com o impacto da digitalização na desigualdade social e no acesso à tecnologia (DĄBROWSKA *et al.*, 2022).

A transformação digital também está transformando setores tradicionais, como o varejo, o turismo e a indústria automotiva. Verhoef *et al.* (2021) afirmam que a digitalização está criando oportunidades de negócios em todos os setores, permitindo que as empresas melhorem sua eficiência operacional, reduzam custos e criem modelos de negócios.

Além disso, a digitalização está permitindo que empresas de diferentes setores colaborem e inovem juntas, criando soluções mais inovadoras e eficazes. Por exemplo, a indústria automotiva estão se unindo com empresas de tecnologia para desenvolver carros autônomos, enquanto empresas de varejo estão usando a inteligência artificial para personalizar as experiências de compra dos clientes (SANTOS *et al.*, 2021).

Contudo, é importante reconhecer a lidar com os desafios que estão presentes no contexto dos negócios digitais, tais como:

- Lidar com a **complexidade e a volatilidade** do ambiente digital, que exige uma abordagem ágil e adaptativa para lidar com mudanças constantes (DĄBROWSKA *et al.*, 2022).
- Equilibrar a **privacidade do cliente** com a coleta e uso de dados para personalização e melhorias de experiência (VERHOEF *et al.*, 2021).
- Equilibrar a **integração da tecnologia com as habilidades humanas**, e de desenvolver habilidades digitais em todos os níveis da empresa (KOTTLER; KARTAJAYA; SETIAWAN, 2017).
- Definir e implementar um modelo de negócios que seja **sustentável a longo prazo**, uma vez que os negócios digitais enfrentam concorrência intensa e constantes mudanças tecnológicas (AL-DEBEI; EL-HADDADEH; AVISON, 2008).

- Definir com **clareza os modelos de negócios digitais** e suas inovações para evitar a confusão de conceitos e práticas (TRISCHLER; LI-YING, 2022).

Em resumo, os negócios digitais estão transformando a economia e a sociedade em muitos aspectos, desde a criação de novas oportunidades de negócios até a transformação de setores tradicionais e a melhoria da experiência do cliente. A digitalização está impulsionando a inovação e permitindo que empresas de todos os tamanhos e setores alcancem novos mercados e ofereçam novos produtos e serviços. No entanto, também é importante lembrar os desafios e preocupações relacionados à digitalização, como a desigualdade social e o acesso à tecnologia.

1.4. Conclusão

Por fim, esta Parte apresentou uma definição dos negócios digitais e suas principais características, incluindo escalabilidade, flexibilidade, baixo custo de entrada, alta capacidade de inovação, possibilidade de alcance global e foco no usuário e na experiência do cliente. Também foi discutido como os negócios digitais transformaram a economia, destacando sua importância para o crescimento econômico, o impacto na sociedade e a transformação de setores tradicionais pela tecnologia.

É importante destacar que, embora os negócios digitais ofereçam muitas oportunidades, eles também apresentam desafios, como a concorrência acirrada, a segurança de dados e a necessidade de adaptar-se rapidamente às mudanças do mercado. Portanto, para que as empresas tenham sucesso nesse cenário, é necessário manter-se atualizado e atento às tendências tecnológicas e às demandas dos clientes.

Em resumo, os negócios digitais representam uma mudança significativa na forma como as empresas operam e têm o potencial de revolucionar a economia global. Aqueles que se adaptarem e inovarem nesse cenário serão os que terão sucesso no futuro dos negócios.

2. Modelos de Negócios Digitais

Nesta aula você deverá compreender a diferença entre modelos de negócios tradicionais e digitais, além dos principais modelos de negócios digitais

2.1. Visão Geral

O modelo de negócios é uma estrutura que define **como uma empresa gera valor para seus clientes** e, ao mesmo tempo, **gera retornos para si**. Com a ascensão do digital, os modelos de negócios tradicionais precisaram ser repensados e novos modelos de negócios surgiram para se adaptar às mudanças do mercado.

De acordo com Al-Debei, El-Haddadeh e Avison (2008), o modelo de negócios digital é uma maneira inovadora de se pensar a gestão de uma empresa, com a utilização da tecnologia e a adaptação às novas demandas do mercado. Por isso, é fundamental que as empresas que atuam no meio digital entendam as diferenças entre os modelos tradicionais e digitais. O modelo de negócios é composto por diversos elementos, como **proposta de valor, segmento de clientes, canais de distribuição, fontes de receita**, entre outros (SANTOS *et al.*, 2021).

Os modelos tradicionais costumam ser mais estáveis e menos flexíveis do que os modelos digitais. Modelos tradicionais são baseados em uma visão de produção em massa e em um mercado pouco conectado, enquanto os modelos digitais são mais voltados para a personalização e a conexão com o cliente (KOTTLER; KARTAJAYA; SETIAWAN, 2017). Enquanto os modelos digitais são caracterizados pela utilização da tecnologia, pela disponibilidade de dados e pela conexão entre os usuários. Como resultado, os modelos digitais são mais dinâmicos, adaptáveis e inovadores do que os modelos tradicionais.

De acordo com El Sawy e Pereira (2013), escolher o modelo de negócios adequado é fundamental **para o sucesso de uma empresa digital**. Isso porque a escolha errada pode levar a problemas como baixa rentabilidade, falta de inovação e desalinhamento com as demandas do mercado. Por isso, é importante que as empresas que atuam no meio digital estudem e compreendam as características dos

modelos de negócios disponíveis, para escolher aquele que melhor se adapta às suas necessidades e objetivos.

Os modelos de negócios tradicionais são caracterizados por serem baseados em produção em massa, com um foco maior na eficiência e na redução de custos. Alguns exemplos de modelos tradicionais são o modelo de produção em massa, o modelo de vendas diretas e o modelo de franchising (PAKES, 2015).

No entanto, com a ascensão do digital, muitas empresas tradicionais precisaram repensar seus modelos de negócios para se adaptar às novas demandas do mercado. Algumas empresas, inclusive, criaram modelos de negócios, como é o caso da **Amazon**, que criou um modelo de negócios baseado em *marketplaces*, em que a empresa atua como intermediária entre vendedores e compradores.



BUSQUE POR MAIS

A Amazon é um dos exemplos mais bem sucedidos de negócio digital em todo o mundo. Fundada em 1994 por Jeff Bezos, a empresa começou como uma loja online de livros, mas rapidamente se expandiu para se tornar uma gigante do comércio eletrônico, oferecendo tudo, desde eletrônicos a produtos de beleza, roupas e alimentos. Uma das razões para o sucesso da Amazon é o seu foco implacável no cliente. A empresa trabalha incansavelmente para oferecer uma experiência de compra perfeita, com um catálogo abrangente, preços competitivos, entrega rápida e um serviço ao cliente excepcional. Além disso, a Amazon investiu pesadamente em tecnologia, construindo sistemas sofisticados de recomendação e personalização que ajudam a direcionar os consumidores para produtos relevantes. Além disso, a Amazon tem uma visão de longo prazo, e Jeff Bezos sempre enfatizou que o objetivo da empresa é construir algo duradouro, em vez de maximizar os lucros a curto prazo. Isso permitiu que a Amazon investisse em áreas como a infraestrutura de nuvem, onde a empresa se tornou líder de mercado com o Amazon Web Services (AWS), e em expandir para novos mercados e categorias de produtos. No vídeo "[Como a Amazon está revolucionando a entrega de produtos?](#)", do Canal Elementar é explicado como a Amazon está revolucionado o mercado do varejo online com entregas cada vez mais rápidas.

Outro exemplo de empresa tradicional que se adaptou ao meio digital é a **Nike**, que criou um modelo de negócios baseado em conteúdo, em que a empresa produz conteúdo relevante e engajador para seus clientes, além de investir em tecnologias que permitem uma experiência de compra personalizada e diferenciada.

Em suma, os modelos de negócios tradicionais ainda são importantes e utilizados por diversas empresas, mas é fundamental que as empresas que atuam no meio digital estejam atentas às diferenças e particularidades desses modelos, para que possam escolher o mais adequado para seus negócios e objetivos. Além disso, a adaptação e a criação de novos modelos de negócios é uma prática cada vez mais importante e necessária para as empresas que desejam se manter competitivas no mercado.

2.2. Principais características dos modelos de negócios tradicionais

Os modelos de negócios tradicionais geralmente têm estruturas mais rígidas e menos adaptáveis (KEEN; WILLIAMS, 2013). Envolvem a venda de produtos ou serviços físicos em lojas físicas, com menos foco na inovação tecnológica. Alguns exemplos de modelos de negócios tradicionais incluem varejo de tijolo e argamassa, produção em massa e distribuição e serviços profissionais.

Os modelos de negócios tradicionais são aqueles que se desenvolveram em um ambiente anterior à era digital, e que ainda hoje são amplamente utilizados por empresas em diversos setores. Esses modelos são caracterizados pela venda de produtos ou serviços físicos, bem como pela presença física em estabelecimentos comerciais. Em geral, as empresas que adotam esses modelos possuem estruturas organizacionais hierárquicas, com pouca flexibilidade para a inovação e a adaptação rápida a mudanças do mercado (TRISCHLER; LI-YING, 2022).

Entre os exemplos de modelos de negócios tradicionais mais comuns, estão as **empresas de varejo**, que vendem produtos em **lojas físicas**, e as empresas de serviços, como as instituições financeiras e de saúde. Em geral, **esses modelos são caracterizados pela presença de intermediários** entre o produtor e o consumidor final, como distribuidores e revendedores, que encarecem o produto. Além disso, essas empresas muitas vezes enfrentam dificuldades para se adaptar a novas tecnologias e mudanças nas preferências do consumidor (AL-DEBEI; EL-HADDADEH; AVISON, 2008).

Os modelos de negócios tradicionais também são marcados pela **concentração de poder** nas mãos dos proprietários e altos executivos da empresa, que tomam

decisões estratégicas importantes sem necessariamente consultar seus funcionários. Isso pode levar a uma falta de engajamento por parte dos colaboradores e a uma resistência a mudanças que possam ameaçar a estabilidade da empresa (EL SAWY; PEREIRA, 2013).

Por fim, é importante ressaltar que, embora os modelos de negócios tradicionais ainda sejam amplamente utilizados, muitas empresas estão buscando inovar e se adaptar às mudanças do mercado através de novos modelos de negócios. Isso pode incluir a **adoção de tecnologias digitais para aprimorar a experiência do cliente** ou a reorganização da estrutura organizacional para permitir maior flexibilidade e engajamento dos colaboradores, tornando assim a estrutura híbrida, mas não um negócio digital, propriamente dito (WEILL; WOERNER, 2013).

Em resumo, os modelos de negócios tradicionais são aqueles que se desenvolveram em um ambiente anterior à era digital e ainda hoje são amplamente utilizados por empresas em diversos setores. Eles são caracterizados pela venda de produtos ou serviços físicos, pela presença física em estabelecimentos comerciais, e pela concentração de poder nas mãos dos proprietários e altos executivos da empresa. No entanto, muitas empresas estão buscando inovar e se adaptar às mudanças do mercado através de novos modelos de negócios.

2.3. Principais características dos modelos de negócios digitais

Modelos de negócios digitais são caracterizados por sua **flexibilidade, escalabilidade e capacidade de inovação** (AL-DEBEI; EL-HADDADEH; AVISON, 2008). Alguns exemplos bem-sucedidos de modelos de negócios digitais incluem e-commerce, onde produtos ou serviços são vendidos online (EL SAWY; PEREIRA, 2013); marketplaces, que conectam compradores e vendedores em uma plataforma online (IRAWAN, 2022); modelos de assinatura, que oferecem acesso contínuo a produtos ou serviços por uma taxa recorrente (WEILL; WOERNER, 2013); modelos de publicidade, onde a receita é gerada através da exibição de anúncios para os usuários (WEILL; WOERNER, 2013); e modelos freemium, que oferecem acesso gratuito a recursos básicos, com a opção de pagar por recursos adicionais (ZAHEER; BREYER; DUMAY, 2019)

Exemplos de modelos de negócios digitais bem-sucedidos:

- **E-commerce:** é um modelo de negócio digital em que as transações comerciais ocorrem exclusivamente pela internet. O e-commerce é caracterizado pela venda de produtos ou serviços por meio de lojas virtuais, que funcionam como um canal direto de venda para o consumidor final. As lojas virtuais podem ser criadas por empresas ou indivíduos e funcionam 24 horas por dia, 7 dias por semana, permitindo que os consumidores comprem produtos ou serviços de qualquer lugar do mundo, a qualquer hora. Alguns exemplos de empresas que utilizam esse modelo de negócio são a Amazon, Mercado Livre e Submarino.
- **Marketplace:** é um modelo de negócio digital em que uma plataforma online conecta compradores e vendedores. É uma espécie de shopping center virtual que reúne diferentes lojas em um único lugar. Os marketplaces geralmente cobram uma taxa dos vendedores para a utilização da plataforma e também oferecem serviços de pagamento, logística e atendimento ao cliente. Entre os exemplos de marketplaces de sucesso estão o Mercado Livre, Amazon Marketplace e a plataforma de compras coletivas Groupon. O modelo de marketplace tem se popularizado nos últimos anos, principalmente em países como os Estados Unidos e a China, onde a gigante Alibaba é a maior empresa do setor.
- **Assinatura:** é bastante popular na era digital, principalmente na indústria de mídia e entretenimento. Esse modelo se baseia em oferecer conteúdo exclusivo ou acesso ilimitado a um determinado serviço mediante o pagamento de uma taxa recorrente. Um exemplo bem-sucedido de negócio que utiliza esse modelo é a plataforma de streaming Netflix, que oferece uma ampla variedade de filmes, séries e documentários por meio de planos de assinatura mensais.
- **Publicidade:** é baseado em publicidade consiste em oferecer serviços ou conteúdo gratuitos aos usuários, enquanto se gera receita por meio da exibição de anúncios. Esse modelo é bastante comum em sites de notícias, redes sociais e mecanismos de busca, como o Google. A plataforma de vídeos do YouTube também utiliza esse modelo, permitindo que os criadores de conteúdo gerem receita por meio da exibição de anúncios em seus vídeos.

- **Freemium:** é uma combinação dos modelos de negócio baseados em assinatura e publicidade. Esse modelo permite que os usuários tenham acesso a uma versão gratuita de um serviço ou produto, enquanto a versão premium com recursos adicionais está disponível mediante pagamento de uma taxa. O modelo freemium é amplamente utilizado em jogos para dispositivos móveis, onde o jogo é gratuito para download, mas os recursos adicionais, como níveis extras, são pagos.

Os modelos de negócios digitais se distinguem dos tradicionais pela sua natureza digital e inovação tecnológica. As principais características desses modelos incluem a oferta de produtos e serviços pela internet, a utilização de dados e algoritmos para gerar valor aos clientes e a utilização de tecnologias emergentes como a inteligência artificial e a realidade aumentada. Esses modelos **são altamente escaláveis e capazes de atingir uma audiência global**, além de oferecerem novas possibilidades de interação com o cliente (DĄBROWSKA *et al.*, 2022).

Em resumo, os modelos de negócios digitais se caracterizam pela sua natureza digital e inovação tecnológica, utilizando dados, algoritmos e tecnologias emergentes para gerar valor aos clientes. Entre os exemplos bem-sucedidos, destacam-se o e-commerce, marketplace, assinatura, publicidade online e freemium, cada um com suas particularidades e estratégias específicas para atender às demandas do mercado digital.

2.4. Escolhendo o modelo de negócios adequado para um negócio digital

Ao escolher o modelo de negócios adequado para um negócio digital, é importante considerar fatores como a natureza do produto ou serviço, o segmento de mercado, a capacidade de monetização e a concorrência (TRISCHLER; LI-YING, 2022). É fundamental validar o modelo de negócios escolhido antes de investir recursos significativos, por meio de pesquisas de mercado, testes e feedback dos clientes (VERHOEF *et al.*, 2021).

Fatores a serem considerados na escolha do modelo de negócios adequado, incluindo:

- **Natureza do produto ou serviço:** se refere a entender se o produto ou serviço é algo que pode ser facilmente digitalizado e oferecido no ambiente online. Por exemplo, produtos físicos como alimentos frescos podem ter mais dificuldades para serem vendidos online devido à necessidade de logística e transporte adequados. Já produtos digitais como softwares ou conteúdos digitais, podem ter mais facilidade em serem vendidos e distribuídos online. É importante, portanto, avaliar se o modelo de negócios escolhido é adequado para a natureza do produto ou serviço oferecido.
- **Segmento de mercado:** é necessário conhecer as necessidades, desejos e comportamentos dos clientes do segmento de mercado escolhido, para adaptar o modelo de negócios de acordo com essas características. Por exemplo, se o segmento de mercado é composto por consumidores que priorizam a comodidade e rapidez na compra, é importante escolher um modelo de negócios que ofereça uma experiência de compra online rápida e fácil. É importante, portanto, adaptar o modelo de negócios de acordo com as características do segmento de mercado escolhido.
- **Capacidade de monetização:** é necessário avaliar se o modelo de negócios escolhido é capaz de gerar receita suficiente para manter o negócio em funcionamento e para garantir o retorno sobre o investimento. É importante considerar que alguns modelos de negócios podem levar mais tempo para gerar receita do que outros, e que é necessário ter uma estratégia clara para monetização. Além disso, é importante avaliar se o modelo de negócios escolhido é escalável, ou seja, se é possível aumentar a receita sem aumentar proporcionalmente os custos.
- **Competição:** é importante avaliar como os concorrentes estão se posicionando no mercado e quais são os modelos de negócios que estão sendo utilizados. É necessário identificar oportunidades e diferenciais competitivos que possam ser explorados no modelo de negócios escolhido. Além disso, é importante avaliar como o modelo de negócios pode ser adaptado e evoluído ao longo do tempo para continuar sendo competitivo no mercado.

FIQUE ATENTO

Como validar o modelo de negócios escolhido antes de investir recursos significativos? Para validar o modelo de negócios escolhido antes de investir recursos significativos, é importante realizar testes e experimentos para avaliar a aceitação do mercado e a viabilidade do modelo de negócios. Isso pode ser feito através de pesquisas de mercado, prototipagem, testes de usabilidade e feedback dos clientes. É importante, portanto, ter uma abordagem de teste e aprendizagem para iterar e ajustar o modelo de negócios de acordo com os resultados obtidos nos testes.

Em resumo, a escolha do modelo de negócios adequado para um negócio digital é fundamental para o sucesso. Vários fatores devem ser considerados, incluindo a natureza do produto ou serviço, o segmento de mercado, a capacidade de monetização e a concorrência. Validar o modelo de negócios antes de investir recursos significativos pode ajudar a minimizar riscos e aumentar as chances de sucesso.

2.5. Conclusão

Nesta Parte, discutimos sobre a importância da escolha do modelo de negócios adequado para o sucesso de um negócio digital. A escolha do modelo de negócios é essencial para estabelecer a estratégia de longo prazo de uma empresa, e para isso é necessário considerar diversos fatores que influenciam nessa escolha. Dentre esses fatores, a natureza do produto ou serviço, o segmento de mercado, a capacidade de monetização e a competição são alguns dos mais importantes.

É fundamental que os empreendedores tenham uma compreensão clara dos conceitos relacionados aos modelos de negócios digitais, como inovação em modelos de negócios e arquiteturas de valor, para que possam escolher o modelo de negócios mais adequado para o seu negócio. É importante ter um entendimento claro dos fatores que influenciam a escolha do modelo de negócios, e para isso, é necessário realizar pesquisas para validar as hipóteses sobre o modelo escolhido antes de investir recursos significativos (DĄBROWSKA *et al.*, 2022).

A escolha do modelo de negócios adequado para um negócio digital é crucial para o sucesso do empreendimento, pois um modelo de negócios inadequado **pode levar**

ao fracasso do negócio. A definição de estratégias de marketing adequadas para a transformação digital é um fator fundamental para que o modelo de negócios digital possa ser bem sucedido (KOTTLER; KARTAJAYA; SETIAWAN, 2017).

Por fim, é importante ressaltar que a escolha do modelo de negócios adequado para um negócio digital deve ser feita com cuidado e considerando as particularidades do mercado em que o empreendimento está inserido. Os modelos de negócios digitais são complexos e multifacetados, e as empresas devem estar atentas aos desafios e oportunidades que esses modelos apresentam. É essencial que as empresas considerem fatores como a capacidade de monetização e a competição, e realizem pesquisas para validar as hipóteses sobre o modelo de negócios escolhido antes de investir recursos significativos (TRISCHLER; LI-YING, 2022).

3. Construindo o Negócio Digital

Nesta aula você deverá aprender a como identificar de oportunidades de negócios digitais e validar uma ideia.

3.1. Visão Geral

A identificação de oportunidades de negócios digitais é um passo crucial para a construção de um negócio de sucesso na era digital. Os negócios digitais têm o poder de alcançar um grande público de forma rápida e eficiente, mas isso só é possível se a ideia do negócio for sólida e bem fundamentada. Por isso, é importante que o empreendedor **realize uma pesquisa de mercado para entender o público-alvo** e identificar as necessidades que podem ser atendidas pelo seu negócio (PAKES, 2015).

Após a identificação de uma oportunidade de negócio digital, é importante validar a ideia antes de investir recursos significativos. A **validação da ideia é fundamental para minimizar riscos e maximizar as chances de sucesso do negócio**. Isso pode ser feito por meio de testes de protótipos, pesquisas de opinião, análise de concorrência e outras estratégias que ajudem a confirmar a viabilidade do negócio (SANTOS *et al.*, 2021).

Para construir um negócio digital de sucesso, é preciso considerar vários aspectos, como a definição do modelo de negócios e a criação de uma estratégia de marketing digital eficiente. É importante **entender os diversos canais de marketing digital** disponíveis e escolher aqueles que melhor se adequam ao negócio (MARQUES, 2021). Além disso, é importante desenvolver uma estratégia de conteúdo que engaje e cative o público-alvo, tornando-o fiel à marca (FAUSTINO, 2019).

A transformação digital tem impactado profundamente a forma como as empresas fazem negócios e se relacionam com seus clientes. No caso de transformação de um modelo tradicional para um modelo digital, é preciso repensar o modelo de negócio para a era digital, criando fontes de receita e entregando valor para os clientes por meio de soluções inovadoras. Nesse contexto, a digitalização dos processos internos

e externos é fundamental para garantir a eficiência operacional e a agilidade necessárias para competir no mercado (ROGERS, 2017).

Por fim, o empreendedorismo digital tem se mostrado uma alternativa viável para pequenas empresas que desejam se estabelecer no mercado. A criação de um negócio digital pode reduzir os custos operacionais e aumentar a visibilidade da marca, além de permitir a venda de produtos e serviços em escala global. No entanto, é importante que o empreendedor esteja atento às particularidades do mercado digital e saiba como explorar as oportunidades de forma eficiente (SHEN; LINDSAY; XU, 2018).

3.2. Identificação de oportunidades de negócios digitais

Identificar oportunidades de negócios digitais é um processo complexo que requer uma análise cuidadosa do mercado e das tendências em evolução. A **identificação de necessidades não atendidas** é uma das principais maneiras de encontrar oportunidades de negócios digitais. Isso pode ser feito através da análise do comportamento do consumidor e das lacunas existentes na oferta de produtos ou serviços no mercado (PAKES, 2015).

Além disso, a **criação de soluções inovadoras** também é fundamental para encontrar novas oportunidades. É importante explorar as ferramentas de marketing digital para entender melhor o público-alvo e criar estratégias de marketing eficazes para produtos e serviços digitais (FAUSTINO, 2019).

A **identificação de nichos de mercado** é outra maneira de encontrar oportunidades de negócios digitais. Identificar nichos de mercado que ainda não foram explorados ou atendidos adequadamente, pode ser uma tarefa minuciosa que deve ser realizada através de uma análise cuidadosa do mercado e do comportamento do consumidor (SANTOS *et al.*, 2021).

No entanto, identificar oportunidades **não é suficiente**. É importante avaliar a viabilidade de uma oportunidade de negócios digital antes de investir tempo e recursos nela. Os empreendedores digitais devem levar em consideração fatores como o

tamanho do mercado, a concorrência e a estratégia de monetização para avaliar a viabilidade de uma oportunidade de negócios digital (IRAWAN, 2021). Da mesma forma, é crucial construir um modelo de negócio sólido e adaptável para garantir a sustentabilidade e o sucesso a longo prazo do negócio digital (FAUSTINO, 2019).

Na identificação de oportunidades, é importante estar atendo às tendências de mercado que têm um grande impacto nos negócios digitais e podem ser identificadas por meio de análises de mercado e tendências (PAKES, 2015). Algumas tendências para te inspirar:

- **Crescente demanda por produtos e serviços digitais:** como resultado da transformação digital em curso em todos os setores da economia. Isso inclui a adoção de tecnologias emergentes, como inteligência artificial e internet das coisas, que estão criando oportunidades de negócios e mudando a forma como as empresas operam.
- **Personalização e a experiência do cliente:** os clientes estão cada vez mais buscando produtos e serviços que atendam às suas necessidades específicas e ofereçam uma experiência personalizada. Empresas que conseguem fornecer experiências personalizadas e excepcionais são mais propensas a se destacar em um mercado cada vez mais competitivo.
- **Empreendedorismo digital:** cada vez mais pessoas estão buscando criar seus próprios negócios digitais, aproveitando as oportunidades oferecidas pela transformação digital. Isso está levando a um aumento no número de startups digitais e uma mudança no panorama empresarial global. Logo, há riscos no que diz respeito à possível saturação, no entanto, desenvolver serviços para ajudar estes empreendedores é uma grande oportunidade.
- **Marketing digital:** as empresas estão cada vez mais usando o marketing digital como uma ferramenta para alcançar e engajar seus clientes. Isso inclui o uso de técnicas de marketing de conteúdo, SEO, redes sociais e outras ferramentas de marketing digital para aumentar a visibilidade e a presença online de uma empresa. Logo, ajudar empreendedores a viabilizar estratégias, pode ser uma boa oportunidade.

Em resumo, a identificação de oportunidades de negócios digitais envolve uma análise cuidadosa do mercado, tendências e necessidades não atendidas, bem como a criação de soluções inovadoras e a identificação de nichos de mercado. No entanto, a viabilidade da oportunidade deve ser avaliada antes de investir recursos significativos na ideia. Um modelo de negócio sólido e adaptável também é fundamental para garantir o sucesso a longo prazo do negócio digital.

3.3. Validação da ideia

A validação da ideia de um negócio digital é um processo fundamental para o sucesso de um empreendimento. Uma das primeiras etapas é realizar uma **pesquisa de mercado**. Isso permite ao empreendedor entender o mercado em que está inserido, identificar as necessidades e desejos dos consumidores, assim como as tendências do setor. Uma pesquisa de mercado bem-feita fornece informações valiosas para a criação de um negócio digital, pois é a base para a definição do público-alvo e da estratégia de marketing (PAKES, 2015).

Q BUSQUE POR MAIS

A pesquisa de mercado é uma etapa fundamental no processo de validação de uma ideia de negócio digital. Por meio dela, é possível entender as necessidades e desejos dos potenciais clientes e avaliar a viabilidade da proposta de valor do negócio. Existem diversas técnicas de pesquisa de mercado, como entrevistas, questionários, análise de concorrência e estudos de comportamento do consumidor. É importante definir um público-alvo claro e escolher as técnicas mais adequadas para obter dados precisos e relevantes. Para entender melhor como realizar uma pesquisa de mercado eficiente, sugiro o vídeo "[Marketing - Como fazer pesquisa de mercado](#)" do canal Sebrae. Outro vídeo que pode ajudar é "[Como criar um questionário ou enquete online?](#)".

A criação de um **MVP** (Minimum Viable Product) é outra etapa importante na validação da ideia. O MVP é um produto ou serviço com o mínimo de recursos e funcionalidades necessárias para testar a aceitação do mercado (TRISCHLER; LI-YING, 2022). Ele permite que os empreendedores obtenham feedback dos usuários e testem sua ideia sem comprometer grandes recursos financeiros. A criação do MVP também ajuda a identificar possíveis problemas que precisam ser resolvidos antes do lançamento do produto.

O **teste de mercado** é uma etapa crucial na validação da ideia de um negócio digital. Ele permite avaliar a aceitação do produto pelo público-alvo e verificar se a ideia tem potencial para se tornar um negócio viável (SANTOS *et al.*, 2021). O teste de mercado pode ser feito de várias formas, como a criação de um site ou aplicativo simples e a divulgação nas redes sociais, ou a realização de testes beta com um grupo selecionado de usuários.

O **feedback dos usuários** é um componente essencial na validação da ideia de um negócio digital. O feedback permite ao empreendedor entender as necessidades dos consumidores e fazer ajustes no produto ou serviço. Além disso, o feedback também ajuda a estabelecer uma relação de confiança com o cliente, o que é fundamental para o sucesso do negócio digital (FAUSTINO, 2019).

Com base na **validação da ideia**, é importante que o empreendedor faça ajustes no seu produto ou serviço para torná-lo mais atraente para o mercado. O ajuste da ideia deve ser feito com base no feedback dos usuários e na análise do mercado. O empreendedor deve estar sempre disposto a ouvir as sugestões dos usuários e a adaptar seu produto ou serviço para atender às suas necessidades (MARQUES, 2021).

Em resumo, a validação da ideia é um processo fundamental para o sucesso de um negócio digital. É importante realizar uma pesquisa de mercado, criar um MVP, testar o mercado, obter feedback dos usuários e ajustar a ideia com base na validação. A validação da ideia permite ao empreendedor identificar as necessidades do mercado e fazer os ajustes necessários para tornar seu negócio digital um sucesso.

3.4. Desenvolvimento do plano de negócios

O desenvolvimento de um plano de negócios é fundamental para garantir o sucesso de um negócio digital. O plano de negócios é um documento que **descreve detalhadamente o empreendimento**, suas perspectivas e possibilidades. Para isso, é necessário definir o público-alvo e segmento de mercado, identificando as necessidades e desejos dos consumidores (DORNELAS, 2008).

Outro passo importante é a definição do modelo de negócios, que deve ser **inovador** e adequado às especificidades do ambiente digital (BAIERL; BEHRENS; BREM, 2019). É importante considerar a análise da concorrência, com o objetivo de identificar as forças e fraquezas dos competidores.

Além disso, é fundamental definir as estratégias de marketing e venda, que devem ser baseadas em um plano de marketing digital bem estruturado (MARQUES, 2021). Esse plano deve abranger ações de SEO, marketing de conteúdo, redes sociais, e-mail marketing, entre outras.

Outro aspecto crucial para o desenvolvimento do plano de negócios é a projeção financeira e a viabilidade do negócio. É necessário realizar uma **análise detalhada** dos custos, despesas, receitas, margens de lucro e fluxo de caixa, a fim de garantir a sustentabilidade do negócio (DORNELAS, 2008).

BUSQUE POR MAIS

O Sebrae elaborou uma cartilha para auxiliar na elaboração do plano de negócios. Ela tem como objetivo fornecer um guia para empreendedores que desejam planejar, implementar e gerenciar um negócio de sucesso. A cartilha do Sebrae apresenta uma metodologia prática e simples para a criação de um plano de negócios, que inclui análise de mercado, definição de público-alvo, estratégias de marketing, análise financeira e muito mais. Além disso, o material traz diversos exemplos e dicas para ajudar o empreendedor a estruturar e desenvolver o seu plano de negócios de forma eficaz. Há um vídeo explicativo do Sebrae que orienta e linhas gerais e elaboração do Plano de Negócios "[Como elaborar um plano de negócio](#)". E a cartilha do Sebrae pode ser acessada no [site](#) da instituição.

O plano de negócios é uma ferramenta importante para quem deseja empreender, pois é um documento que serve como guia para a gestão do negócio. Ele apresenta uma estrutura básica que pode ser adaptada para o contexto de um negócio digital. Essa estrutura inclui a definição do público-alvo e segmento de mercado, a definição do modelo de negócios, a análise da concorrência, a definição das estratégias de marketing e venda, e a projeção financeira e viabilidade do negócio (DORNELAS, 2008).

Outra ferramenta que pode ser utilizada para planejar um negócio digital é o CANVAS. É uma **forma visual de representar** um modelo de negócios, que permite analisar de forma clara e objetiva os principais aspectos que compõem um negócio (OSTERWALDER; PIGNEUR, 2010).

O CANVAS é composto por **nove blocos**:

- **Proposta de Valor:** neste bloco, é preciso definir qual é a proposta de valor da empresa, ou seja, qual é o valor que ela oferece aos clientes e como ela se diferencia da concorrência.
- **Segmentos de Clientes:** aqui, é necessário identificar quem são os clientes da empresa, ou seja, qual é o público-alvo, quais são as suas necessidades e como a empresa pode atendê-los de forma eficaz.
- **Canais de Distribuição:** neste bloco, deve-se definir como a empresa irá alcançar os seus clientes, ou seja, quais serão os canais de distribuição utilizados para comercializar os produtos ou serviços oferecidos.
- **Relacionamento com Clientes:** aqui, é preciso definir como a empresa irá se relacionar com os seus clientes, ou seja, qual será a abordagem adotada para atender às necessidades dos clientes e manter um bom relacionamento com eles.
- **Fontes de Receita:** neste bloco, é preciso identificar as principais fontes de receita da empresa, ou seja, como ela irá gerar receita por meio da venda de produtos ou serviços.
- **Recursos Principais:** aqui, deve-se definir quais são os principais recursos necessários para a empresa operar e oferecer os seus produtos ou serviços, como tecnologia, infraestrutura, equipe, entre outros.
- **Atividades Principais:** neste bloco, é preciso definir quais são as atividades principais da empresa, ou seja, quais são as atividades-chave que a empresa precisa realizar para cumprir a sua proposta de valor.
- **Parcerias Principais:** aqui, é necessário identificar as principais parcerias da empresa, ou seja, quais são as empresas ou fornecedores que a empresa precisa se associar para garantir o sucesso do seu negócio.
- **Estrutura de Custos:** neste bloco, é preciso identificar quais são os principais custos envolvidos na operação da empresa, ou seja, quais são os custos fixos e

variáveis que a empresa precisa gerenciar para garantir a sua sustentabilidade financeira.

Com o Canvas, é possível visualizar de forma clara e objetiva todos os aspectos que compõem o modelo de negócio da empresa, permitindo que sejam feitos análises e ajustes mais precisos e eficazes (OSTERWALDER; PIGNEUR, 2010).

⚠️ FIQUE ATENTO

Ao comparar as estruturas de um plano de negócios e de um CANVAS, é possível perceber que existem algumas semelhanças entre as duas ferramentas. Tanto o plano de negócios quanto o CANVAS incluem a definição do público-alvo e segmento de mercado, a definição do modelo de negócios, a análise da concorrência e a projeção financeira e viabilidade do negócio. No entanto, o CANVAS apesar de apresentar uma abordagem mais visual e simplificada, não substitui o Plano de Negócios em determinadas situações, dado o maior grau de detalhamento deste último. É comum utilizar ambas as ferramentas em uma reunião para captação de investimentos. Você inicia com o plano geral do CANVAS e depois detalha com o Plano de Negócios.

Em resumo, o desenvolvimento de um plano de negócios para um negócio digital requer uma análise detalhada do público-alvo, modelo de negócios, concorrência, estratégias de marketing e venda, projeção financeira e viabilidade do negócio.

3.5. Conclusão

Nesta Parte, abordamos conceitos importantes sobre a identificação de oportunidades de negócios digitais e a validação de ideias para o sucesso de um empreendimento digital. Vimos que a era digital proporciona um ambiente fértil para a criação de novos negócios, mas que é necessário identificar oportunidades de mercado e validar a ideia de negócio antes de investir recursos.

Destacamos a importância de se realizar uma pesquisa de mercado, que permita compreender as necessidades do público-alvo e a concorrência, e assim definir uma proposta de valor atraente e diferenciada. Além disso, enfatizamos a importância de se desenvolver um plano de negócios sólido, que inclua a definição do público-alvo e segmento de mercado, modelo de negócios, análise da concorrência, estratégias de marketing e vendas, projeção financeira e viabilidade do negócio.

Também discutimos sobre a importância da validação da ideia de negócio antes de investir recursos, por meio da realização de testes e experimentos. Isso permite ajustar a ideia e o modelo de negócio de forma a aumentar as chances de sucesso.

Por fim, concluímos que a identificação de oportunidades de negócios digitais e a validação da ideia são fundamentais para o sucesso de um empreendimento digital. É necessário estar atento ao mercado, compreender as necessidades dos clientes, inovar e estar disposto a testar e experimentar. Com uma ideia validada e um plano de negócios sólido, é possível transformar uma ideia em um negócio digital de sucesso.

4. Marketing Digital

Nesta aula você deverá aprender as estratégias de marketing digital para negócios digitais

4.1. Visão Geral

No contexto dos negócios digitais, o marketing digital é uma das áreas mais importantes a serem exploradas pelos empreendedores. É por meio dessa estratégia que é possível **promover e divulgar o negócio digital** para um público maior e atrair novos clientes. Dessa forma, é fundamental que os empreendedores estejam familiarizados com as principais estratégias de marketing digital e saibam como aplicá-las de forma eficiente.

Entre as principais estratégias de marketing digital, podemos destacar o SEO, a publicidade online, o marketing de conteúdo, as redes sociais e o e-mail marketing. Cada uma dessas estratégias apresenta vantagens e desvantagens, e é importante avaliar qual delas é a mais adequada para o seu negócio digital. Além disso, é fundamental ter uma visão holística das estratégias de marketing digital, de forma a criar uma estratégia integrada e coesa para promover o negócio digital.

4.2. Estratégias de marketing digital

O marketing digital é uma estratégia essencial para o sucesso de um negócio digital. Ele inclui um conjunto de atividades que têm como **objetivo atrair, converter e fidelizar** clientes na internet. Algumas das principais estratégias de marketing digital são: SEO (Search Engine Optimization), Marketing de Conteúdo, E-mail Marketing, Redes Sociais, Publicidade Online, Influenciadores Digitais, Analytics e Monitoramento.

- **SEO (Search Engine Optimization):** é uma das principais estratégias de marketing digital, que consiste na otimização do site e do conteúdo produzido, visando melhorar o seu ranqueamento nos mecanismos de busca, como o Google. A utilização de técnicas de SEO pode aumentar a visibilidade da marca na internet, gerando mais tráfego orgânico para o site (FALCÃO, 2022). Além disso, a estratégia permite que a empresa alcance pessoas interessadas em seus produtos

ou serviços, aumentando a possibilidade de conversão em vendas (TORRES, 2018).

- **Marketing de Conteúdo:** é uma estratégia de destaque no meio digital, que se baseia na criação e compartilhamento de conteúdo relevante e útil para o público-alvo, com o objetivo de atrair e fidelizar clientes (KOTTLER; KARTAJAYA; SETIAWAN, 2017). O marketing de conteúdo é uma maneira eficiente de estabelecer a empresa como uma referência em seu mercado de atuação, além de contribuir para o engajamento do público e para o aumento da autoridade e da visibilidade da marca (MARQUES, 2021).
- **E-mail Marketing:** é uma estratégia importante no marketing digital, consistindo no envio de mensagens de e-mail com conteúdo relevante para os clientes ou potenciais clientes da empresa (FAUSTINO, 2019). Essa estratégia pode ser utilizada para diversos fins, como promoção de produtos, divulgação de conteúdo, relacionamento com clientes, entre outros (KOTTLER; KARTAJAYA; SETIAWAN, 2017).
- **Redes Sociais:** permitem a aproximação da empresa com o seu público, além da criação de um canal direto de comunicação e interação (MARQUES, 2021). As redes sociais também podem ser utilizadas para divulgação de produtos e serviços, promoção de campanhas e ofertas especiais, além de contribuir para a construção da imagem da empresa (FALCÃO, 2022).
- **Publicidade Online:** consiste na veiculação de anúncios em plataformas online, como Google Ads, Facebook Ads, Instagram Ads, entre outros (FALCÃO, 2022). Essa estratégia permite que a empresa alcance um público mais amplo e segmentado, além de proporcionar resultados mais rápidos e mensuráveis (FAUSTINO, 2019).
- **Influenciadores Digitais:** consiste na parceria da empresa com personalidades das redes sociais para a promoção de produtos e serviços (KOTTLER; KARTAJAYA; SETIAWAN, 2017). Essa estratégia pode ser eficaz para alcançar um público mais segmentado e engajado, além de contribuir para a construção da imagem da marca (FALCÃO, 2022).
- **Analytics e Monitoramento:** é a utilização de ferramentas de analytics e monitoramento é essencial para avaliar os resultados das estratégias de marketing digital e para identificar oportunidades de melhoria (FAUSTINO, 2019). O

monitoramento permite que a empresa acompanhe o desempenho do seu site e das suas campanhas de marketing, além de obter informações valiosas (TORRES, 2018). Com ferramentas como o Google Analytics, é possível rastrear o tráfego do site, o comportamento do usuário e o desempenho de campanhas de publicidade online. Essas informações permitem que os profissionais de marketing digital ajustem suas estratégias e otimizem sua eficácia.

BUSQUE POR MAIS

Inbound Marketing é uma estratégia de marketing digital que visa atrair o público-alvo por meio de conteúdos relevantes e personalizados, em vez de abordagens invasivas e pouco segmentadas. Essa abordagem permite que as empresas estabeleçam um relacionamento mais próximo com seus potenciais clientes, criando uma conexão mais genuína e duradoura. O objetivo final do Inbound Marketing é atrair visitantes, convertê-los em leads, nutri-los com conteúdo relevantes e, por fim, convertê-los em clientes fiéis e defensores da marca. É uma estratégia cada vez mais importante para empresas de todos os tamanhos, especialmente em um contexto de mercado altamente competitivo e digital. Para uma introdução mais detalhada sobre o conceito de Inbound Marketing, recomendo o vídeo "[O que é Inbound Marketing?](#)" do canal da Viver de Blog.

É importante lembrar que as estratégias de marketing digital **podem ser combinadas** e adaptadas de acordo com as necessidades e objetivos específicos de cada negócio digital. Por exemplo, uma estratégia de SEO forte pode ser combinada com um bom conteúdo de marketing para obter um melhor alcance orgânico, enquanto o uso de influenciadores digitais pode ser mais adequado para negócios com uma forte presença nas redes sociais.

Em suma, o marketing digital é essencial para o sucesso de um negócio digital. As estratégias de marketing digital, como SEO, marketing de conteúdo, e-mail marketing, redes sociais, publicidade online, influenciadores digitais e analytics e monitoramento, permitem que os negócios digitais alcancem seu público-alvo de maneira eficaz e construam relacionamentos duradouros com seus clientes. A combinação de diferentes estratégias pode ser ajustada de acordo com as necessidades e objetivos específicos de cada negócio digital.

4.3. Como definir a estratégia de marketing digital adequada para o negócio

Para definir uma estratégia de marketing digital adequada para o negócio, é necessário realizar uma análise do público-alvo. A definição do público-alvo é um dos passos mais importantes para garantir o sucesso do marketing digital. É preciso entender suas necessidades e comportamentos de compra para criar uma abordagem que realmente engaje e converta leads em clientes (MARQUES, 2021).

Outra etapa importante é a análise da concorrência. É fundamental analisar o que a concorrência está fazendo no ambiente digital e buscar formas de se destacar. É importante observar as estratégias de marketing utilizadas, a linguagem utilizada para se comunicar com o público-alvo e a forma como apresentam seus produtos ou serviços (KOTTLER; KARTAJAYA; SETIAWAN, 2017).

Definir objetivos e metas claras também é essencial para criar uma estratégia de marketing digital efetiva. Os objetivos devem ser específicos, mensuráveis, atingíveis, relevantes e com prazo determinado. Com metas claras, é possível medir o sucesso da estratégia e tomar decisões com base em dados (FALCÃO, 2022).

! FIQUE ATENTO

A **segmentação por comportamento de compra** é uma estratégia de marketing que tem se mostrado cada vez mais eficaz para as empresas. Ao contrário da segmentação por dados demográficos, que se baseia em informações como idade, gênero e localização geográfica dos consumidores, a segmentação comportamental se concentra em como os consumidores agem e interagem com a marca. Ao entender as preferências e hábitos de compra dos clientes, é possível criar campanhas de marketing altamente direcionadas e personalizadas, o que aumenta significativamente as chances de conversão. Além disso, a segmentação comportamental permite que as empresas se concentrem em grupos de consumidores que compartilham os mesmos interesses e necessidades de compra, em vez de simplesmente agrupá-los com base em suas características demográficas.

Por fim, é importante definir um plano de ação. O plano de ação detalha todas as atividades necessárias para implementar a estratégia de marketing digital, incluindo as tarefas, os responsáveis e os prazos. É fundamental que todas as etapas estejam

bem definidas e documentadas para garantir a efetividade da estratégia (FAUSTINO, 2019).

Lembrando que essas etapas não precisam ser realizadas em ordem linear e podem se retroalimentar, permitindo ajustes ao longo do caminho. É possível combinar diferentes estratégias e ferramentas para criar um plano de marketing digital eficiente e que gere resultados para o negócio.

4.4. Conclusão

A parte abordou a importância do marketing digital para o sucesso de um negócio digital e as principais estratégias que podem ser adotadas para alcançar resultados positivos. Discutimos a importância de compreender o público-alvo e a concorrência, estabelecer objetivos e metas claros e definir um plano de ação eficaz.

Também destacamos a necessidade de avaliar regularmente os resultados e fazer ajustes na estratégia, a fim de garantir que o investimento em marketing digital esteja gerando o retorno esperado.

Em suma, para que um negócio digital tenha sucesso é fundamental investir em uma estratégia de marketing digital bem definida e alinhada aos objetivos da empresa. É importante compreender que as estratégias de marketing digital podem ser combinadas e personalizadas de acordo com as características do negócio e do público-alvo.

A análise dos resultados e a busca constante por aprimoramento são essenciais para garantir que a estratégia de marketing digital esteja alinhada com as expectativas e necessidades do mercado. Dessa forma, a empresa poderá conquistar novos clientes, aumentar a sua base de fãs e gerar receitas crescentes a longo prazo.

5. Empreendedorismo Digital

Nesta aula você vai aprender as características do empreendedor digital e gestão de um negócio digital

5.1. Visão Geral

O empreendedorismo digital é uma área em constante expansão, que vem ganhando cada vez mais espaço no mercado. O **empreendedorismo digital** pode ser definido como a aplicação das práticas empreendedoras às atividades relacionadas às tecnologias digitais, como a criação de produtos e serviços inovadores, a criação de empresas com modelo de negócios escaláveis e a utilização de ferramentas e estratégias de marketing digital. O empreendedorismo digital é um fenômeno recente, mas que vem se consolidando como uma tendência de mercado cada vez mais forte. O desenvolvimento de novas tecnologias, a popularização da internet e o aumento do acesso à informação têm sido alguns dos principais fatores que impulsionam o crescimento do empreendedorismo digital (SANTOS *et al.*, 2021).

O empreendedor digital é caracterizado por apresentar algumas **habilidades e competências** específicas. Entre elas, podemos destacar a capacidade de inovar, a criatividade, a capacidade de adaptação às mudanças do mercado, a capacidade de gerenciar riscos e a habilidade para lidar com a incerteza (ALLEN, 2005-). O empreendedor digital também deve estar **atualizado** e atento às novas tendências tecnológicas, além de ser capaz de identificar novas oportunidades de negócios e de criar soluções inovadoras para problemas existentes (IRAWAN, 2021). O empreendedor digital deve ser capaz de utilizar de forma estratégica as ferramentas digitais e as tecnologias disponíveis para criar novas oportunidades de negócios e para otimizar os processos de gestão e marketing (BAIERL; BEHRENS; BREM, 2019). E, ter a consciência e desprendimento necessário para entender momentos em que é necessário pivotar.

⚠ FIQUE ATENTO

Pivotar é um conceito chave na abordagem Lean Startup, referindo-se ao processo de mudança de direção do negócio, baseada em informações coletadas durante os testes de MVP e feedback dos clientes (RIES, 2011). Pivotar é uma maneira de fazer ajustes estratégicos no modelo de

negócio, produto ou serviço, a fim de melhor atender às necessidades do mercado e garantir o sucesso da empresa. É uma decisão consciente de mudar a estratégia do negócio, mantendo-se fiel à visão e missão da empresa, ao mesmo tempo em que se adapta às condições reais do mercado (RIES, 2011).

Em resumo, o empreendedorismo digital é uma área em constante crescimento e consolidação, que demanda habilidades e competências específicas por parte dos empreendedores digitais. Para atuar nesse mercado, é importante estar atualizado e atento às novas tendências tecnológicas, além de ser capaz de utilizar de forma estratégica as ferramentas e tecnologias digitais disponíveis. É fundamental também a capacidade de inovar e de criar soluções inovadoras para os desafios do mercado digital. Com isso, o empreendedor digital pode criar negócios de sucesso, contribuindo para o desenvolvimento da economia e para a criação de empregos e oportunidades de trabalho.

5.2. Gestão de um negócio digital

O empreendedor digital tem um papel fundamental na gestão do negócio, sendo responsável por identificar oportunidades, planejar, executar e avaliar as estratégias adotadas. Ele deve ter habilidades em áreas como tecnologia, marketing, finanças e gestão de pessoas, além de possuir uma visão ampla e estratégica do negócio. É importante ressaltar que a **gestão de um negócio digital apresenta desafios específicos** que exigem do empreendedor digital flexibilidade e adaptabilidade (SANTOS *et al.*, 2021).

Um dos principais desafios na gestão de um negócio digital é a **concorrência acirrada** no mercado digital. O empreendedor digital precisa estar atento às tendências e às ações dos concorrentes para se manter competitivo. É fundamental que o empreendedor digital conheça bem o seu mercado, identificando nichos e oportunidades de diferenciação, bem como desenvolva estratégias para se destacar e ganhar visibilidade (ALLEN, 2005-).

Outro desafio importante na gestão de um negócio digital é a constante **evolução tecnológica** e as **mudanças no comportamento do consumidor**. O empreendedor

digital estar sempre atualizado em relação às tendências tecnológicas e de mercado, bem como investir em inovação e melhorias contínuas no produto ou serviço oferecido (IRAWAN, 2021-).

Para se destacar no mercado digital, é essencial que o empreendedor digital desenvolva estratégias efetivas de marketing digital, que envolvem desde a produção de conteúdo relevante até a utilização de técnicas de SEO e anúncios pagos. É importante que o empreendedor digital tenha um **conhecimento aprofundado** das ferramentas e plataformas disponíveis para a promoção do negócio, bem como que saiba analisar os resultados e ajustar as estratégias de acordo com o feedback do público (BAIERL; BEHRENS; BREM, 2019-).

A realização de diferentes atividades é comum no cotidiano de um empreendedor digital, e a gestão de tempo se torna uma habilidade essencial para lidar com essas tarefas de forma eficiente. É preciso saber **priorizar as atividades de maior importância**, bem como identificar aquelas que podem ser delegadas para outras pessoas ou até mesmo eliminadas. Além disso, é fundamental estabelecer uma rotina produtiva, que permita a realização de todas as tarefas necessárias sem prejudicar a qualidade do trabalho (PAKES, 2015).

A Startup Enxuta (Lean Startup) é uma abordagem para o desenvolvimento de novos negócios que busca minimizar os riscos e maximizar o aprendizado por meio de ciclos rápidos de experimentação e iteração (RIES, 2011). Esta metodologia preconiza a criação de um Produto Mínimo Viável (MVP), que é uma versão básica do produto ou serviço, o suficiente para testar as hipóteses do negócio e obter feedback dos clientes. O foco é no aprendizado contínuo e na adaptação às mudanças do mercado.

A gestão de tempo também é importante para **evitar o estresse e a sobrecarga**, fatores que podem afetar a saúde física e mental do empreendedor digital. A falta de organização e planejamento pode levar a procrastinação e a perda de prazos, o que pode gerar um acúmulo de atividades e, consequentemente, um desequilíbrio na rotina (SHEN; LINDSAY; XU, 2018-).

BUSQUE POR MAIS

Uma dica importante para a gestão de tempo é a utilização de ferramentas e técnicas que ajudem a otimizar o trabalho, como a técnica **Pomodoro**, que consiste em dividir o tempo de trabalho em blocos de 25 minutos, intercalados por pausas de 5 minutos. Além disso, a automação de tarefas rotineiras também pode ajudar a economizar tempo, permitindo que o empreendedor dedique mais tempo às atividades estratégicas. Assista este [vídeo](#) que explica de forma ilustrada como funciona a técnica.

Em suma, a gestão de um negócio digital apresenta desafios específicos que exigem do empreendedor digital habilidades e competências diversas. É fundamental que o empreendedor digital esteja atento ao mercado, à concorrência e às tendências tecnológicas, bem como que desenvolva estratégias efetivas de marketing digital para se destacar no mercado e garantir o sucesso do negócio.

5.3. Como desenvolver as habilidades necessárias para ser um empreendedor digital bem-sucedido

Para ser um empreendedor digital bem-sucedido, é necessário possuir um conjunto de habilidades que vão desde a **habilidade técnica até habilidades gerenciais**. O empreendedor digital precisa ter habilidades em tecnologia da informação, conhecimentos sobre negócios e empreendedorismo, além de habilidades sociais, como a capacidade de liderança e trabalho em equipe. Essas habilidades são essenciais para que o empreendedor possa desenvolver, implementar e gerenciar suas estratégias de negócio digital (SANTOS *et al.*, 2021).

Para desenvolver essas habilidades, é preciso investir em formação e treinamento. Cursos de formação em tecnologia da informação, marketing digital e gestão de negócios, podem contribuir com o desenvolvimento do empreendedor. Além disso, é importante buscar **mentoria e networking** para adquirir conhecimentos e experiências práticas no mundo dos negócios digitais. O empreendedor digital deve estar constantemente atualizado e informado sobre as novas tecnologias e tendências de mercado, para poder se manter competitivo (ALLEN, 2005-).

Outra forma de desenvolver habilidades é através da prática e do aprendizado pela experiência. **O aprendizado na prática** é fundamental para desenvolver habilidades empreendedoras. O empreendedor deve estar disposto a correr riscos e aprender com seus erros, para poder desenvolver habilidades de tomada de decisão e resolução de problemas (BAIERL; BEHRENS; BREM, 2019-).

A **automotivação** também é uma habilidade importante para o empreendedor digital, que muitas vezes trabalha sozinho e enfrenta desafios diários. É uma habilidade que pode ser desenvolvida através da definição de objetivos claros, estabelecimento de prazos e planejamento do trabalho diário. O empreendedor digital precisa ser organizado e disciplinado para conseguir lidar com as diferentes tarefas do negócio digital (SHEN; LINDSAY; XU, 2018-).

Por fim, é importante destacar que as habilidades do empreendedor digital estão em constante evolução. A **adaptação às mudanças** é uma habilidade fundamental no mundo dos negócios digitais. O empreendedor deve estar sempre preparado para aprender coisas novas, se adaptar às mudanças e buscar inovações constantemente para se manter competitivo no mercado digital (DORNELAS, 2008).

5.4. Conclusão

Nesta parte, abordamos o empreendedorismo digital e as habilidades necessárias para ser um empreendedor bem-sucedido. Iniciamos com a definição de empreendedorismo digital e suas características. Em seguida, destacamos o papel do empreendedor digital na gestão do negócio, bem como os desafios que ele enfrenta e como lidar com a concorrência e se destacar no mercado digital. Além disso, discutimos a importância da gestão adequada do tempo e como desenvolver as habilidades necessárias para se tornar um empreendedor digital bem-sucedido.

Ao longo desta parte, destacamos a importância das habilidades do empreendedor digital e da gestão adequada para o sucesso de um negócio digital. A gestão é essencial para garantir o sucesso de qualquer negócio, e isso é especialmente verdadeiro para empresas digitais, que enfrentam desafios únicos. Como discutimos,

os empreendedores digitais precisam ser capazes de gerenciar o tempo e as diferentes atividades envolvidas na gestão de um negócio digital.

Além disso, a análise das habilidades necessárias para ser um empreendedor digital bem-sucedido mostrou que é preciso desenvolver uma série de competências, incluindo habilidades técnicas e habilidades pessoais. O empreendedor digital precisa ter habilidades técnicas, como conhecimentos em marketing digital e análise de dados, bem como habilidades pessoais, como liderança e capacidade de adaptação.

Portanto, podemos concluir que o empreendedorismo digital exige um conjunto único de habilidades e competências, e a gestão adequada dessas habilidades é essencial para o sucesso de um negócio digital. Como empreendedor digital, é importante estar sempre aprendendo e desenvolvendo novas habilidades para se adaptar ao ambiente em constante mudança do mundo digital.

6. Aplicação Prática

Nesta aula você irá aprender como aplicar os conceitos e estratégias

6.1. Visão Geral

A aplicação prática dos conceitos e estratégias aprendidos em um curso é crucial para o sucesso de qualquer empreendedor digital. Conhecer os conceitos teóricos é importante, mas a habilidade de aplicá-los na prática é o que diferencia um empreendedor digital de sucesso. A ascensão do empreendedorismo digital em pequenas empresas se deve à aplicação prática de conceitos e estratégias digitais. Para isso, é necessário elaborar um plano de ação para aplicar essas estratégias e conceitos.

Tudo começa na elaboração de um plano de negócios para o empreendimento digital. O plano de negócios serve como um guia para a empresa, auxiliando na definição de metas e objetivos, na identificação de oportunidades e ameaças, e na definição de estratégias para alcançar esses objetivos (DORNELAS, 2008). Além disso, é importante desenvolver habilidades empreendedoras, como a criatividade, liderança e gestão de riscos, para o sucesso de um empreendedor digital (ALLEN, 2005-).

Uma forma de se organizar com todas as atividades necessárias, é criar um plano de ação 5W2H. O plano de ação 5W2H é uma ferramenta que auxilia na elaboração de um planejamento estratégico, permitindo que as ações sejam planejadas de forma eficiente e eficaz. A sigla 5W2H é composta pelos seguintes campos:

- **What (O quê?):** Nesse campo, é definido o que será feito. É importante que seja uma definição clara e objetiva, para que não haja dúvidas sobre qual é a ação a ser executada.
- **Why (Por quê?):** Aqui, é preciso justificar o motivo pelo qual a ação será realizada. Deve-se deixar claro qual é o objetivo que se espera atingir, para que a ação não seja realizada sem um propósito claro.
- **Where (Onde?):** Nesse campo, é definido onde a ação será realizada. Deve-se especificar se a ação será realizada em um local físico ou virtual, por exemplo.

- **When (Quando?)**: Aqui, é definido quando a ação será realizada. É importante estabelecer um prazo para que a ação seja concluída, para que se possa mensurar o progresso do plano de ação.
- **Who (Quem?)**: Nesse campo, é definido quem será responsável por realizar a ação. Deve-se especificar claramente quem são as pessoas ou equipes responsáveis por cada etapa do plano de ação.
- **How (Como?)**: Aqui, é definido como a ação será realizada. Deve-se especificar as etapas do processo e as ferramentas ou recursos necessários para realizar a ação.
- **How much (Quanto?)**: Nesse campo, é definido o custo da ação. Deve-se especificar quanto será gasto para realizar a ação, para que se possa avaliar o retorno do investimento.

Ao utilizar o plano de ação 5W2H, é possível definir com clareza as ações necessárias para alcançar os objetivos propostos, garantindo que a equipe saiba exatamente o que precisa ser feito, quem é responsável por cada etapa do processo, e quais são os prazos e custos envolvidos.

Outro ponto crucial para a aplicação prática de conceitos e estratégias é a compreensão dos modelos de negócios digitais. A inovação no modelo de negócios é fundamental para o sucesso de um empreendimento digital. A compreensão de como os negócios digitais geram valor para o cliente e para a empresa é essencial para o desenvolvimento de um modelo de negócios eficaz (OSTERWALDER; PIGNEUR, 2010).

Por fim, é importante ressaltar a importância do marketing digital na aplicação prática de conceitos e estratégias empreendedoras. É importante criar uma estratégia de marketing digital para promover negócios ou produtos na internet (FAUSTINO, 2019). Para isso, é necessário compreender as ferramentas e estratégias de marketing digital, como as estratégias de customer experience e a importância de alinhar o propósito do negócio com o modelo de negócios (QUARTIERO, 2018).

6.2. Aplicação prática das estratégias de marketing digital

A aplicação prática das estratégias de marketing digital é essencial para o sucesso de um negócio digital. É fundamental **definir objetivos e metas claras** para que a empresa possa escolher as estratégias adequadas para atingi-los (FALCÃO, 2022). Nesse sentido, a escolha das estratégias de marketing digital deve ser baseada em uma análise criteriosa do público-alvo e do mercado em que a empresa atua (TORRES, 2018).

Após a definição dos objetivos e metas, é preciso implementar as estratégias de marketing digital escolhidas. Para tanto, é importante levar em consideração **aspectos técnicos e de conteúdo**, visto a necessidade de se produzir conteúdo relevantes e atraentes para o público-alvo, e de se utilizar técnicas de SEO (Search Engine Optimization) para aumentar a visibilidade do conteúdo nas plataformas de busca (MARQUES, 2021).

Com as estratégias de marketing digital implementadas, é preciso avaliar e analisar os resultados obtidos. Isso pode ser feito por meio de **ferramentas de análise de dados**, como o Google Analytics, que permitem acompanhar o desempenho das campanhas e identificar pontos de melhoria (FAUSTINO, 2019).

BUSQUE POR MAIS

A cartilha de [**Plano de Marketing do SEBRAE**](#) é uma ferramenta essencial para empreendedores que desejam elaborar um plano de marketing eficaz para suas empresas. Ela apresenta conceitos e ferramentas de forma simples e objetiva, além de trazer exemplos práticos e exercícios para aplicação dos conceitos na prática. Com a utilização da cartilha, é possível elaborar um plano de marketing completo e eficaz para alcançar os resultados esperados.

A partir da análise dos resultados, é possível ajustar as estratégias de marketing digital de forma a otimizar o desempenho da empresa. É importante ter **flexibilidade** para se adaptar às mudanças do mercado e às novas tendências do setor. Dessa forma, é possível manter a competitividade e garantir a eficácia das estratégias de marketing digital (KEEN; WILLIAMS, 2013).

Além disso, a aplicação prática das estratégias de marketing digital também está relacionada à criação de uma boa experiência do cliente. O uso de estratégias de **Customer Experience** é fundamental para que o cliente se sinta satisfeito com o atendimento e com os serviços prestados pela empresa, o que contribui para fidelizá-lo e para aumentar a reputação da marca no mercado (QUARTIERO, 2018).

É importante destacar que a aplicação prática das estratégias de marketing digital requer uma **abordagem multidisciplinar** e uma visão integrada dos processos de negócios da empresa. A transformação digital exige uma reflexão sobre os modelos de negócios da empresa e a adoção de uma postura estratégica e orientada para a inovação (VERHOEF *et al.*, 2021).

Dessa forma, a aplicação prática das estratégias de marketing digital requer um esforço contínuo e **uma visão estratégica da empresa**. É preciso definir objetivos claros, escolher as estratégias adequadas, implementá-las, avaliar e analisar os resultados, ajustar as estratégias de acordo com as mudanças do mercado, garantir uma boa experiência do cliente e adotar uma postura orientada para a inovação e para

A implementação das estratégias de marketing digital deve ser cuidadosamente planejada e executada. É necessário **definir um cronograma e uma equipe** responsável pelas ações de marketing, além de garantir que o orçamento destinado seja suficiente para alcançar os objetivos definidos (FALCÃO, 2022). É importante também monitorar os resultados e fazer ajustes nas estratégias conforme necessário. Para isso, é recomendável utilizar ferramentas de análise e métricas como o Google Analytics para acompanhar o desempenho do site e das campanhas de marketing (FAUSTINO, 2019).

Por fim, a avaliação e análise de resultados é uma etapa crucial para medir o sucesso das estratégias de marketing digital e identificar oportunidades de melhoria. É importante definir indicadores de desempenho (KPIs) para medir o sucesso das ações de marketing digital, como taxa de conversão, número de visitantes do site, taxa de abertura de e-mails, entre outros. Com base nesses indicadores, é possível avaliar o desempenho das campanhas e fazer ajustes nas estratégias para melhorar os resultados (TRISCHLER; LI-YING, 2022).

6.3. Aplicação prática das habilidades de empreendedorismo digital

A aplicação prática das habilidades de empreendedorismo digital é fundamental para o sucesso de um negócio digital. É necessário desenvolver as habilidades necessárias para gerir um negócio digital, como habilidades técnicas, gerenciais e comerciais (SANTOS *et al.*, 2021).

Existem diversas ferramentas disponíveis para auxiliar o empreendedor digital no desenvolvimento e aplicação dessas habilidades. Por exemplo, o Google Analytics é uma ferramenta essencial para avaliar o desempenho de um site, permitindo a análise do tráfego, comportamento dos usuários e taxa de conversão (OSTERWALDER; PIGNEUR, 2010). Outra ferramenta útil é o SEMrush, que permite a análise de SEO, pesquisa de palavras-chave, monitoramento de concorrentes e rastreamento de backlinks (FAUSTINO, 2019).

Além disso, a aplicação das habilidades de empreendedorismo digital requer uma constante avaliação e análise de resultados. É necessário monitorar o desempenho do negócio, avaliar as estratégias implementadas e identificar oportunidades de melhorias (DORNELAS, 2008). Nesse sentido, ferramentas como o Trello podem ajudar na gestão de projetos, permitindo a organização de tarefas, priorização de atividades e acompanhamento do progresso (TRISCHLER; LI-YING, 2022).

BUSQUE POR MAIS

Outra ferramenta importante é o Canvas do Modelo de Negócios, que permite a visualização e análise de todos os aspectos do negócio digital, como segmento de clientes, proposta de valor, canais de distribuição e fontes de receita. Essa ferramenta pode auxiliar na definição de objetivos e metas, escolha das estratégias adequadas e implementação das ações necessárias para alcançar os resultados desejados. Assista este [vídeo](#) que ensina como usar o Canvas e desenhe seu Canvas com a ajuda desta [ferramenta](#) online.

Portanto, a aplicação prática das habilidades de empreendedorismo digital requer o desenvolvimento das habilidades necessárias, a aplicação dessas habilidades na gestão do negócio digital e a constante avaliação e análise de resultados. Para auxiliar nesse processo, existem diversas ferramentas disponíveis, como o Google Analytics,

SEMrush, Trello e Canvas do Modelo de Negócios, que podem ajudar no planejamento, execução e monitoramento das estratégias de empreendedorismo digital (DĄBROWSKA *et al.*, 2022).

6.4. Conclusão e passo-a-passo

Criar um negócio digital do zero pode parecer um processo complexo, mas seguindo um passo-a-passo pode tornar o processo mais fácil e direcionado. Aqui está uma sugestão de passos que podem ser seguidos:

1. **Identifique uma oportunidade de negócio:** É fundamental identificar uma oportunidade de negócio, algo que seja viável e possua demanda no mercado. É importante conhecer o nicho em que deseja atuar e a concorrência existente. Para isso, pode-se utilizar ferramentas como o Google Trends e a análise de redes sociais para avaliar a demanda pelo produto ou serviço.
2. **Defina o modelo de negócios:** Uma vez identificada a oportunidade, o próximo passo é definir o modelo de negócios. Isso inclui a estruturação do negócio, como ele irá funcionar, o público-alvo, os produtos e serviços a serem oferecidos, a forma de monetização, entre outros. O livro "Business Model Generation" de Osterwalder e Pigneur pode ser uma ferramenta útil para a definição do modelo de negócios.
3. **Desenvolvimento do Produto ou Serviço:** Agora que você já validou sua ideia de negócio digital, é hora de desenvolver seu produto ou serviço. Nessa etapa, você pode usar ferramentas de desenvolvimento de protótipos, como o Figma ou o Adobe XD, para criar a interface do usuário e planejar a funcionalidade do produto ou serviço. Depois de criar o protótipo, você pode testá-lo com um grupo de usuários beta para coletar feedback e fazer melhorias.
4. **Crie um plano de negócios:** O plano de negócios é um documento que define a estratégia e as etapas a serem seguidas para atingir os objetivos definidos no modelo de negócios. Ele deve incluir uma análise de mercado, a definição da estratégia de marketing, a descrição dos produtos e serviços, a projeção de receitas e despesas, entre outros aspectos. A cartilha de Plano de Marketing do SEBRAE pode ser uma ferramenta útil para a elaboração do plano de negócios.
5. **Desenvolva o site:** Um site é uma ferramenta essencial para um negócio digital. Ele deve ser estruturado de forma que possa ser facilmente acessado e navegado

pelos usuários. Pode-se utilizar plataformas como o WordPress e o Wix para criar um site.

6. **Crie conteúdo:** Para atrair e engajar clientes, é fundamental criar conteúdo relevante e de qualidade. Isso pode incluir artigos, vídeos, infográficos, entre outros formatos. Ferramentas como o Google Keyword Planner e o BuzzSumo podem ajudar a identificar os temas mais relevantes para o público-alvo.
7. **Defina a estratégia de marketing digital:** Uma estratégia de marketing digital eficaz inclui uma série de ações que visam alcançar o público-alvo de forma direcionada. Isso pode incluir a otimização para mecanismos de busca, publicidade online, marketing de conteúdo, e-mail marketing, entre outras. O livro "Marketing 4.0" de Kotler, Kartajaya e Setiawan pode ser uma ferramenta útil para a definição da estratégia de marketing digital.
8. **Analise os resultados:** A análise dos resultados é essencial para avaliar o desempenho do negócio e fazer ajustes necessários. Pode-se utilizar ferramentas como o Google Analytics e o SEMrush para monitorar o tráfego do site, o desempenho das campanhas de marketing digital e a interação do público com o conteúdo.
9. **Gestão do Negócio:** Finalmente, para garantir o sucesso do seu negócio digital, é importante gerenciá-lo de forma eficaz. Isso inclui monitorar as finanças, gerenciar a equipe, manter um bom relacionamento com os clientes e estar sempre atento às tendências e mudanças do mercado. Ferramentas como o Trello, o Asana e o QuickBooks podem ajudar na gestão de tarefas, finanças e equipe.

Criar um negócio digital do zero pode ser um desafio, mas seguindo esses passos e utilizando as ferramentas adequadas, você pode transformar sua ideia em um negócio digital de sucesso. Lembre-se de que a chave é se manter focado, perseverante e sempre disposto a aprender e se adaptar às mudanças do mercado.

Glossário

Aqui está um glossário com alguns dos termos mais comuns relacionados a negócios digitais:

1. Afiliado: Um parceiro que promove produtos ou serviços de outra empresa em troca de uma comissão por cada venda gerada.
2. Analytics: Ferramentas e técnicas utilizadas para coletar, analisar e interpretar dados de sites e aplicativos, a fim de otimizar o desempenho e tomar decisões informadas.
3. B2B (Business-to-Business): Refere-se a transações e relacionamentos comerciais entre empresas.
4. B2C (Business-to-Consumer): Refere-se a transações e relacionamentos comerciais entre empresas e consumidores.
5. Big Data: Conjunto de dados extremamente grandes e complexos que são difíceis de analisar e processar usando métodos tradicionais de gerenciamento de dados.
6. Branding: Processo de construção e gestão da identidade e reputação de uma marca no mercado.
7. Chatbot: Um programa de computador que simula conversas humanas e interage com os usuários por meio de mensagens de texto ou interfaces de voz.
8. CMS (Content Management System): Um sistema de software que permite criar, gerenciar e modificar conteúdo em um site sem a necessidade de codificação.
9. Conversão: Ação desejada que um usuário realiza em um site ou aplicativo, como uma compra, inscrição ou download.
10. CRM (Customer Relationship Management): Ferramentas e estratégias para gerenciar e analisar as interações e relacionamentos entre uma empresa e seus clientes.
11. CRO (Conversion Rate Optimization): Processo de otimizar a experiência do usuário em um site ou aplicativo para aumentar a taxa de conversão.
12. E-commerce: Compra e venda de produtos ou serviços pela internet.

13. Freemium: Modelo de negócios que oferece serviços básicos gratuitos e recursos adicionais ou avançados mediante pagamento.
14. Inbound Marketing: Abordagem de marketing que atrai clientes por meio de conteúdo relevante e útil, em vez de publicidade intrusiva.
15. KPI (Key Performance Indicator): Indicadores-chave de desempenho que ajudam a medir e avaliar o sucesso de uma estratégia ou campanha.
16. Landing Page: Página da web criada especificamente para uma campanha de marketing, com o objetivo de converter visitantes em leads ou clientes.
17. Lead: Um usuário que demonstrou interesse em um produto ou serviço e pode se tornar um cliente em potencial.
18. Marketplace: Plataforma online que conecta compradores e vendedores, permitindo a transação de produtos e serviços.
19. Mobile App: Aplicativo projetado para ser executado em dispositivos móveis, como smartphones e tablets.
20. MVP (Minimum Viable Product): Produto com recursos mínimos necessários para testar e validar hipóteses
21. Omnichannel: Abordagem integrada de vendas e marketing que proporciona uma experiência unificada e consistente aos clientes em todos os canais de comunicação e pontos de contato.
22. Outbound Marketing: Técnicas tradicionais de marketing, como publicidade, telemarketing e mala direta, que visam atrair clientes por meio de mensagens diretas e interrupções.
23. Pay-per-click (PPC): Modelo de publicidade online em que os anunciantes pagam uma taxa cada vez que um de seus anúncios é clicado.
24. Plataforma: Um ambiente digital, como um site ou aplicativo, que permite que empresas e indivíduos desenvolvam e ofereçam produtos e serviços.
25. Retenção: Estratégias e práticas para manter clientes existentes e incentivá-los a continuar usando um produto ou serviço.
26. ROI (Return on Investment): Medida do desempenho financeiro de um investimento, calculada como o lucro obtido em relação ao custo do investimento.

27. SEO (Search Engine Optimization): Conjunto de técnicas e práticas para melhorar a visibilidade e o posicionamento de um site nos resultados dos mecanismos de busca.
28. Social Media Marketing: Uso de plataformas de mídia social, como Facebook, Instagram e Twitter, para promover e expandir a presença de uma marca, produto ou serviço.
29. Startup: Empresa em estágio inicial que busca desenvolver um produto ou serviço inovador e escalável, geralmente em um mercado de alto crescimento.
30. Target Audience: Grupo específico de pessoas para quem uma empresa direciona seus produtos, serviços ou mensagens de marketing.
31. UI (User Interface): Conjunto de elementos visuais e interativos de um site ou aplicativo que permite aos usuários interagir com o sistema.
32. UX (User Experience): Experiência geral e percepções de um usuário ao interagir com um site, aplicativo ou produto.
33. Viral Marketing: Estratégia de marketing que busca aproveitar o compartilhamento entre usuários nas mídias sociais e outros canais online para aumentar a exposição e o alcance de uma marca ou mensagem.
34. Webinar: Seminário ou apresentação online transmitidos ao vivo ou gravado, geralmente usado para fins educacionais ou de marketing.
35. Website: Um conjunto de páginas da web relacionadas e vinculadas sob um único domínio na internet.
36. White Hat SEO: Práticas éticas e legítimas de otimização para mecanismos de busca, em conformidade com as diretrizes estabelecidas pelos mecanismos de pesquisa, como o Google.

Referências

- AL-DEBELI, Mutaz M.; EL-HADDADEH, Ramzi; AVISON, David. Defining the business model in the new world of digital business. **14th Americas Conference on Information Systems, AMCIS 2008**, [s. l.], v. 3, p. 1551–1561, 2008. Disponível em: <https://aisel.aisnet.org/cgi/viewcontent.cgi?article=1350&context=amcis2008>. Acesso em: 28 mar. 2023.
- ALLEN, Jonathan. **Digital entrepreneurship**. 1. ed. San Francisco, USA: Routledge, 2005-. ISSN 07446616. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?hl=en&lr=&id=xcaHDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT6&dq=%22Digital+Entrepreneurship%22+book&ots=lqv2sAstyb&sig=OeTh41TF1Wps9ZkwPglz87Yajfc>.
- BAIERL, Ronny; BEHRENS, Judith; BREM, Alexander. **Digital Entrepreneurship: Interfaces Between Digital Technologies and Entrepreneurship**. [S. l.]: Springer, 2019-. ISSN 23646926. Disponível em: <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007/978-3-030-20138-8.pdf>. Acesso em: 28 mar. 2023.
- DĄBROWSKA, Justyna et al. Digital transformation, for better or worse: a critical multi-level research agenda. **R and D Management**, [s. l.], v. 52, n. 5, p. 930–954, 2022. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/radm.12531>. Acesso em: 28 mar. 2023.
- DORNELAS, José. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 8. ed. São Paulo: Empreende, 2008. E-book. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?hl=en&lr=&id=WEtgEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=dornelas+plano+de+negócios&ots=L3gZ-d3RY&sig=INuUBmnGXybNgEJThAFdjboO0c>. Acesso em: 1 abr. 2023.
- EL SAWY, Omar A.; PEREIRA, Francis. Digital Business Models: Review and Synthesis. In: **BUSINESS MODELLING IN THE DYNAMIC DIGITAL SPACE**. [S. l.]: Springer, 2013. p. 13–20. E-book. Disponível em: https://link.springer.com/10.1007/978-3-642-31765-1_2. Acesso em: 28 mar. 2023.
- FALCÃO, Paulo Alves. **Marketing Digital**. 2. ed. [S. l.]: Actual, 2022. E-book. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?hl=en&lr=&id=v7o8BQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT38&dq=%22Marketing+Digital%22+livro&ots=bhyYBhi2EU&sig=4nyXc8FrQqadySb3wDsxeYASXNI>. Acesso em: 28 mar. 2023.
- FAUSTINO, Paulo. **Marketing digital na prática: Como criar do zero uma estratégia de marketing digital para promover negócios ou produtos**. [S. l.: s. n.], 2019. E-book. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?hl=en&lr=&id=xxKdDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP9&dq=%22Ferramentas+de+Marketing+Digital%22&ots=ACsIKNqlwc&sig=v2c4kbyxXENzXmbVCXf0y63802s>. Acesso em: 28 mar. 2023.
- IRAWAN, Nico. **Digital Entrepreneurship: Impact on Business and Society**. 1. ed. Cham, Switzerland: Springer Cham, 2021-. ISSN 0896-3568.(Future of Business and Finance). v. 27 Disponível em: <https://library.oapen.org/handle/20.500.12657/47272>. Acesso em: 28 mar. 2023.
- KEEN, Peter; WILLIAMS, Ronald. Value architectures for digital business: Beyond the business model. **MIS Quarterly: Management Information Systems**, [s. l.], v. 37, n. 2, p. 643–647, 2013. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/43825929>. Acesso em: 28 mar. 2023.
- KOTTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 4.0 Do Tradicional ao Digital**. 1. ed. [S. l.]: Editora Sextante, 2017. v. 4 E-book. Disponível em: https://www.academia.edu/41900956/Marketing_4.0_Do_Tradicional_ao_Digital_Philip_Kottler. Acesso em: 28 mar. 2023.
- MARQUES, Vasco. **Marketing Digital de A a Z**. [S. l.: s. n.], 2021. E-book. Disponível em: https://books.google.com.br/books?hl=en&lr=&id=_cgQEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA26&dq=%22Marketing+Digital%22+livro&ots=P4RyX7AMuT&sig=4cInV7Etj-Xvu41JoX4iA5wrRq4. Acesso em: 28 mar. 2023.
- MARTÍN, Mercedes Grijalvo et al. New business models from prescriptive maintenance strategies aligned with sustainable development goals. **Sustainability (Switzerland)**, Basel, v. 13, n. 1, p.

- 1–26, 2021. Disponível em: <https://www.proquest.com/scholarly-journals/new-business-models-prescriptive-maintenance/docview/2474521425/se-2>.
- OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. **Business Model Generation: A handbook for visionaries, game changers and challengers**. 1. ed. [S. I.]: John Wiley & Sons, 2010. E-book. Disponível em: <https://www.academia.edu/download/33336102/BMG.pdf>. Acesso em: 1 abr. 2023.
- PAKES, Alan. **Negócios digitais: aprenda a usar o real poder da internet nos seus negócios**. 10. ed. [S. I.]: Gente, 2015. E-book. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?hl=en&lr=&id=pT1mCgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT5&dq=%22Neg%C3%B3cios+Digitais%22&ots=CgH69nC50w&sig=sCDQQSsqFY7QcSNbeEax39QeSeul>. Acesso em: 28 mar. 2023.
- QUARTIERO, Luiza. Estratégias de Customer Experience em negócios digitais: o caso Nubank. **Lume - UFRGS**, [s. I.], p. 43, 2018. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/195010>. Acesso em: 28 mar. 2023.
- RIES, Eric. **The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses**. [S. I.]: Crown Business, 2011. v. 29
- ROGERS, David L. **Transformação Digital: repensando o seu negócio para a era digital**. 1. ed. Columbia: Autêntica Business, 2017. E-book. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?hl=en&lr=&id=emkvDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT34&dq=Transforma%C3%A7%C3%A3o+Digital&ots=ZTyjyLhJz5&sig=Y3kYAJoPWkKCRdHzCOICjN5kBos>. Acesso em: 28 mar. 2023.
- SANTOS, MB dos et al. A ascensão do empreendedorismo digital em pequenas empresas. **biamah.com.br**, [s. I.], p. 127–140, 2021. Disponível em: <https://biamah.com.br/index.php/biomah/article/view/11>. Acesso em: 28 mar. 2023.
- SHEN, K.N.; LINDSAY, V.; XU, Y.C. **Empreendedorismo Digital**. [S. I.: s. n.], 2018-. ISSN 13501917.v. 28 Disponível em: <http://doi.wiley.com/10.1111/isj.12219>. Acesso em: 28 mar. 2023.
- TORRES, Claudio. **A Bíblia do Marketing Digital: Tudo o que você queria saber sobre marketing e publicidade na internet**. 2. ed. [S. I.]: Novatec Editora, 2018. E-book. Disponível em: https://books.google.com.br/books?hl=en&lr=&id=uDN7DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT4&dq=%22Marketing+Digital%22+livro&ots=79W277RLI6&sig=6H3c1OhckgBdvUDxo0UfrSD_1Ac. Acesso em: 28 mar. 2023.
- TRISCHLER, Matthias Fabian Gregersen; LI-YING, Jason. Digital business model innovation: toward construct clarity and future research directions. **Review of Managerial Science**, [s. I.], 2022.
- VERHOEF, Peter C. et al. Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda. **Journal of Business Research**, [s. I.], v. 122, p. 889–901, 2021. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0148296319305478>. Acesso em: 28 mar. 2023.
- WEILL, Peter; WOERNER, Stephanie L. Optimizing your digital business model. **MIT Sloan Management Review**, [s. I.], v. 54, n. 3, p. 71–78, 2013. Disponível em: <https://sloanreview.mit.edu/article/optimizing-your-digital-business-model/>. Acesso em: 28 mar. 2023.
- ZAHEER, Hasnain; BREYER, Yvonne; DUMAY, John. Digital entrepreneurship: An interdisciplinary structured literature review and research agenda. **Technological Forecasting and Social Change**, [s. I.], v. 148, 2019. Disponível em: https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0040162518309594?casa_token=PUfBuDJIXrwAAAAAA:6P_HiBmqpM4VrBXtsa6USwxk8QM01_fcl3JKVPrBt28_6Tode1PZ21kdWw6oQpz6hMMxWuoMNLU. Acesso em: 28 mar. 2023.