LFS CANVAS - FLUXO LÓGICO DA ESTRATÉGIA

ENGENHARIA REVERSA DAS ESCOLHAS

1 - Enquadre a escolha | 2 - Gere possibilidadesestratégicas | 3 - Especifique as condições | 4 - Identifique os obstáculos à escolha | 5 - Projete testes válidos | 6 - Realize testes | 7 - Escolha

FLUXO LÓGICO DA ESTRATÉGIA

ANÁLISE DA INDÚSTRIA	ANÁLISE DO VALOR PARA O CLIENTE	ANÁLISE DA POSIÇÃO RELATIVA	ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA
Segmentação O que precisamos acreditar que são segmentos estrategicamente distintos?	**Canal** O que devemos acreditar que o canal valoriza?	**Competências** Como acreditar que nossas competências se compara com as dos concorrentes?	**Previsão**
Estrutura O que precisamos acreditar sobre a atratividade visada?	**Consumidor final** O que devemos acreditar que os clientes finais valorizam?	**Custos** Como devemos acreditar que nossos custos se comparam com os dos concorrentes?	Como devemos acreditar que nossos concorrentes reagem a nossas ações?

Possibilidade estratégica **01**

FLUXO LÓGICO DA ESTRATÉGIA

ANÁLISE DA INDÚSTRIA	ANÁLISE DO VALOR PARA O CLIENTE	ANÁLISE DA POSIÇÃO RELATIVA	ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA
Segmentação O que precisamos acreditar que são segmentos estrategicamente distintos?	**Canal** O que devemos acreditar que o canal valoriza?	**Competências** Como acreditar que nossas competências se compara com as dos concorrentes?	**Previsão**
Estrutura O que precisamos acreditar sobre a atratividade visada?	**Consumidor final** O que devemos acreditar que os clientes finais valorizam?	**Custos** Como devemos acreditar que nossos custos se comparam com os dos concorrentes?	Como devemos acreditar que nossos concorrentes reagem a nossas ações?

Possibilidade estratégica **02**

FLUXO LÓGICO DA ESTRATÉGIA

ANÁLISE DA INDÚSTRIA	ANÁLISE DO VALOR PARA O CLIENTE	ANÁLISE DA POSIÇÃO RELATIVA	ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA
Segmentação O que precisamos acreditar que são segmentos estrategicamente distintos?	**Canal** O que devemos acreditar que o canal valoriza?	**Competências** Como acreditar que nossas competências se compara com as dos concorrentes?	**Previsão**
Estrutura O que precisamos acreditar sobre a atratividade visada?	**Consumidor final** O que devemos acreditar que os clientes finais valorizam?	**Custos** Como devemos acreditar que nossos custos se comparam com os dos concorrentes?	Como devemos acreditar que nossos concorrentes reagem a nossas ações?

Possibilidade estratégica **03**

DESENVOLVIDO POR: David Alpa | B4B - Soluções Estratégicas Integradas - www.b4b.group

Baseado no livro: Playing to win - A.G. Lafley e Roger L. Martin

LFS Canvas - É permitida a redistribuição e o uso para fins comerciais e não comerciais, contanto que a obra seja redistribuída sem modificações e completa, e que os créditos sejam atribuídos ao autor.