

PLANO EMPREENDEDOR

Transformando Ideias em Ações

ESTRATEGIA DE NEGOCIOS **VAMOS COMEÇAR?**

Empreender é transformar sonhos em ação.

É acreditar em uma ideia e ter coragem de colocá-la no mundo.

Mais do que vender, é construir.

E toda construção exige gestão: planejar, organizar e liderar
com propósito.

Aqui começa a jornada do seu sonho, agora coloque em prática!

DETERMINE SEU VALOR

QUAL É O OBJETIVO DO SEU NEGÓCIO

COMO SEU SERVIÇO/PRODUTO ATENDE SEU CLIENTE IDEAL? COMO ISSO OS AJUDA?

QUE GAP NO MERCADO VOCÊ PODERÁ PREENCHER?

ANÁLISE DO CONCORRENTE

Esta tarefa é muito eficaz ao reanalisar seu próprio negócio ou quando você está apenas começando.

Sugiro que selecione cinco concorrentes do mesmo nicho que você e os analise.

Esses concorrentes devem ser negócios de sucesso que o inspirem e que tenham o mesmo perfil de cliente ideal que o seu.

ANOTE AS CINCO COISAS A SEGUIR EM CADA NEGÓCIO QUE VOCÊ ANALISA:

- 1 Marketing:** Veja como outras empresas estão comercializando seus produtos. Foque principalmente em estratégias de marketing online, como websites, e-mail marketing e plataformas de mídias sociais além do whatsapp. Verifique se elas possuem um canal no YouTube ou uma página no Facebook e observe como estão promovendo seus negócios nesses canais. Elas oferecem brindes, opt-ins, entre outros incentivos?
- 2.Site:** Como o seu site foi projetado? Ele funciona mais como um blog ou uma loja virtual? Quais outros tópicos ou áreas ele aborda? Como são as páginas específicas, como a página "Sobre Nós" e a página inicial? Faça uma lista dos melhores recursos que o seu site oferece.
- 3. Presença nas Mídias Sociais:** Eles possuem uma forte presença de marca nas redes sociais? Faça anotações sobre como eles estão se saindo nas plataformas de mídia social. Como estão se comunicando com seus clientes, estão respondendo as perguntas? Como está o engajamento de suas publicações? Registre o que eles podem estar fazendo para obter esse engajamento.
- 4.Como Eles Atendem Seus Clientes:** O que eles estão oferecendo aos seus clientes que agrega valor? Eles se concentram em atender a uma necessidade específica ou abrangem várias necessidades?
- 5. Preços de Produtos e Serviços:** Como os seus produtos são precificados e qual é o preço médio deles? Quais são as estratégias de precificação que eles utilizam? Lembre-se: é sempre mais fácil reduzir um preço do que aumentá-lo.

PESQUISA DE MERCADO

Análise de Concorrentes: O objetivo desta análise é identificar os pontos fortes e fracos dos concorrentes no seu mercado, assim como as estratégias que podem proporcionar uma vantagem competitiva. Também é importante considerar as barreiras que podem ser criadas para dificultar a entrada de novos concorrentes e quaisquer fraquezas existentes. Lembre-se de escolher dois concorrentes que atuem no mesmo nicho que o seu e ofereçam produtos muito semelhantes, se não os mesmos.

ANALISAR	MINHA EMPRESA	CONCORRENTE 1	CONCORRENTE 2
FORÇAS			
FRAQUEZAS			
PRODUTO			
VANTAGEM			
AMEAÇAS			

PESQUISA DE MERCADO

Análise de Concorrentes: O objetivo desta análise é identificar os pontos fortes e fracos dos concorrentes no seu mercado, assim como as estratégias que podem proporcionar uma vantagem competitiva. Também é importante considerar as barreiras que podem ser criadas para dificultar a entrada de novos concorrentes e quaisquer fraquezas existentes. Lembre-se de escolher dois concorrentes que atuem no mesmo nicho que o seu e ofereçam produtos muito semelhantes, se não os mesmos.

ANALIZAR	CONCORRENTE 3	CONCORRENTE 4	CONCORRENTE 5
FORÇAS			
FRAQUEZAS			
PRODUTO			
VANTAGEM			
AMEAÇAS			

PLANO DE NEGÓCIOS

NOME DA EMPRESA _____

CONTATO

EMAIL: _____

TELEFONE: _____

SOCIAL MIDIA

FACEBOOK - _____

LINKEDIN - _____

INSTAGRAM - _____

PINTEREST - _____

TIKTOK - _____

WHATSAPP - _____

RESUMO DO PRODUTO

Forneça uma breve descrição dos seus produtos, juntamente com informações sobre o nicho de mercado em que você atua.

QUAL PROBLEMA VOCÊ RESOLVE?

Identifique a dor ou o problema que seu produto ou serviço resolve na vida do seu cliente ideal.

QUAL É A SUA SOLUÇÃO?

Como seu produto resolve esta dor ou problema específico?

Vamos criar a sua missão

- O QUE VOCÊ FAZ
- O QUE VOCÊ ESTÁ FAZENDO?
- COMO VOCÊ FAZ E O VALOR QUE VOCÊ FORNECE?
- QUAL O PROBLEMA QUE VOCÊ RESOLVE?
- POR QUE VOCÊ FAZ O QUE FAZ?
- QUE PONTO DE DOR VOCÊ PRETENDE RESOLVER?
- QUEM VOCÊ QUER AJUDAR E QUEM SEU NEGÓCIO ATENDERÁ?
- PELO QUE VOCÊ É APAIXONADO NO SEU NEGÓCIO?
- O QUE TE LEVA A CONTINUAR FAZENDO O QUE FAZ?
- COMO SEUS SERVIÇOS/PRODUTOS ATENDEM SEUS CLIENTES IDEAIS?
- QUE VALORES E CRENÇAS FUNDAMENTAIS VOCÊ TEM NO SEU NEGÓCIO?
- QUE VANTAGEM COMPETITIVA VOCÊ TEM?
- COMO VOCÊ MEDIRÁ O SUCESSO E CONTINUARÁ A CRESCER?

DECLARAÇÃO

[illegible]

CHECKLIST DA MARCA

CHECK LIST DA MARCA

- | | |
|--|-----------------------------|
| ☐ DEFINIÇÃO DE OBJETIVOS CLAROS | ☐ _____ |
| ☐ MISSÃO, VISÃO E VALORES | ☐ _____ |
| ☐ CLIENTE IDEAL | ☐ _____ |
| ☐ HISTÓRIA DA MARCA E POR QUE MEU NEGÓCIO EXISTE | ☐ _____ |
| ☐ VALORES PRINCIPAIS | ☐ _____ |
| ☐ PERSONALIDADE DA MARCA E VOZ DA MARCA | ☐ _____ |
| ☐ LOGOTIPO | ☐ _____ |
| ☐ PALETA DE CORES | ☐ _____ |
| ☐ TIPOGRAFIA E FONTES | ☐ _____ |
| ☐ PADRÕES E TEXTURAS | ☐ _____ |
| ☐ FOTOS DOS PRODUTOS | ☐ _____ |
| ☐ TAGLINE | ☐ _____ |
| ☐ MÍDIA SOCIAL | ☐ _____ |
| ☐ FORMULÁRIO DE PEDIDO | ☐ _____ |
| ☐ CABEÇALHO DE PAPELARIA | ☐ _____ |
| ☐ CARTÕES DE VISITA | ☐ _____ |
| ☐ EMBALAGEM | ☐ _____ |
| ☐ ERP EMISSÃO DE NF | ☐ _____ |
| ☐ LISTAS DE PREÇOS | ☐ _____ |
| ☐ CABEÇALHO DE EMAIL | ☐ _____ |
| ☐ ASSINATURA DE E-MAIL | ☐ _____ |
| ☐ PROJETO DE NEWSLETTER DE E-MAIL | ☐ _____ |

ANOTAÇÕES

CHECKLIST LOGOMARCA

CHECKLIST LOGOMARCA

- | | |
|---|-----------------------------|
| ☐ MEU LOGOTIPO REPRESENTA CLARAMENTE MINHA MARCA? | ☐ _____ |
| ☐ MEU LOGOTIPO NÃO CONTÉM MAIS DE 3 CORES E 3 FONTES? | ☐ _____ |
| ☐ MEU LOGOTIPO É SIMPLES E NÃO ESTÁ MUITO OCUPADO COM MUITA COISA ACONTECENDO? | ☐ _____ |
| ☐ AS CORES E AS FONTES SÃO DIRETADAS AO MEU CLIENTE IDEAL? | ☐ _____ |
| ☐ MEU LOGOTIPO ESTÁ EM FORMATO VETORIAL (NÃO PIXELARÁ NEM PERDERÁ QUALIDADE QUANDO AMPLIADO)? | ☐ _____ |
| ☐ TENHO UMA VERSÃO PRETO E BRANCO E FUNCIONA BEM (É BOM TER UMA VERSÃO COLORIDA E PRETO E BRANCO DO SEU LOGOTIPO)? | ☐ _____ |
| ☐ O LOGOTIPO É FÁCIL DE LER E ENTENDER? | ☐ _____ |
| ☐ MEU LOGOTIPO FUNCIONARÁ NO TAMANHO DA MINIATURA? | ☐ _____ |
| ☐ TENHO UM LOGOTIPO ALTERNATIVO? | ☐ _____ |
| ☐ TENHO SUBMARCA? | ☐ _____ |
| ☐ O EQUILÍBRIO E AS PROPORÇÕES ESTÃO CORRETOS? ESTÁ LIVRE DE DETALHES MUITO FINOS QUE NÃO SERÃO VISTO SE FOR MUITO PEQUENO? | ☐ _____ |
| ☐ AINDA SERÁ APROPRIADO EM 5 ANOS? | ☐ _____ |
| ☐ MEU LOGOTIPO ME DIFERENCIA DOS MEUS CONCORRENTES? | ☐ _____ |

ANOTAÇÕES

MANUAL DA MARCA

LOGO

LOGO ALTERNATIVA



LOGO PRINCIPAL



SUB LOGO



FORTE

TÍTULO 1

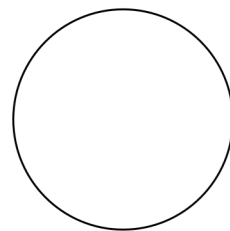
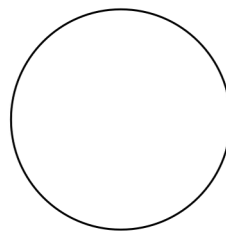
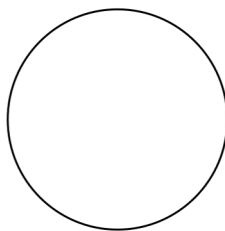
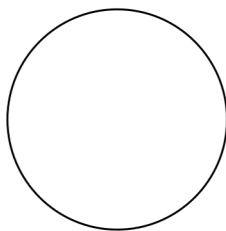
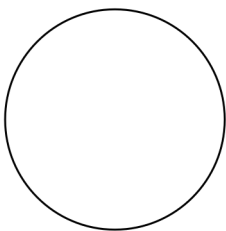


TÍTULO 2



TÍTULO 3

COR



ELEMENTO



ÍCONES SOCIAL MÍDIA



TEXTURAS



VISUALIZE SUA EMPRESA

VISUALIZE COMO SERÁ SUA EMPRESA AQUI.

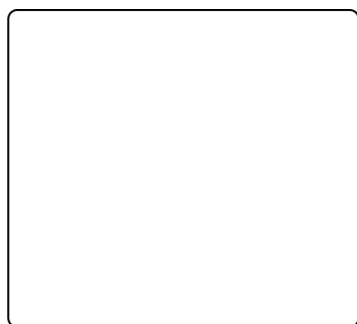
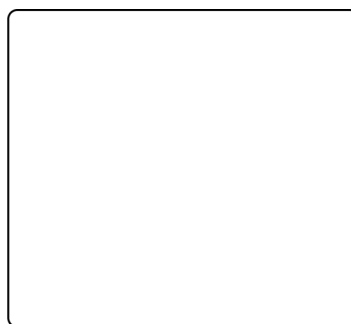
BANNER

A large rectangular box with a thin black border, intended for a banner image.

NOME DA LOJA

NOME E FOTO DO PROPRIETÁRIO

LOGOTIPO DA LOJA

A square box with a thin black border, intended for the owner's photo.A square box with a thin black border, intended for the store logo.

ANÚNCIO DA LOJA

VISÃO GERAL

PORQUE ESCOLHI ESTE NOME

VALORES DA MINHA EMPRESA

QUAL É A MISSÃO DA EMPRESA

QUEM FAZ PARTE DO TIME

PONTOS FORTES

OPORTUNIDADES FUTURAS PARA MEU NEGÓCIO

ANÚNCIOS/DESCRIÇÃO DA LOJA

IDEIAS DE ANÚNCIO

NOVIDADES DA LOJA

SEÇÃO SOBRE MIM - DESCRIÇÃO DA LOJA

POLÍTICA DA EMPRESA

ENVIO E MANUSEIO

TEMPO DE PROCESSAMENTO

DEVOLUÇÕES E TROCAS

OUTROS

PERGUNTAS FREQUENTES

PERGUNTA

RESPOSTA

PERGUNTA

RESPOSTA

PERGUNTA

RESPOSTA

PERGUNTA

RESPOSTA

PRODUTIVIDADE & METAS

ANTONIO FOGAÇA

Licenciado para:
pamyndia@gmail.co
21967386897

LISTA DE PRIORIDADES

DATA DE INÍCIO

DATA FINAL

RECURSOS

DESAFIOS

ESTRATÉGIA

ALTA PRIORIDADE

BAIXA PRIORIDADE

☐ _____	☐ _____
☐ _____	☐ _____
☐ _____	☐ _____
☐ _____	☐ _____
☐ _____	☐ _____
☐ _____	☐ _____
☐ _____	☐ _____
☐ _____	☐ _____
☐ _____	☐ _____

ANOTAÇÕES

PLANNER DIÁRIO

DATA:

S / T / Q / Q / S / S / D

AGENDA

6:00
7:00
8:00
9:00
10:00
11:00
12:00
1:00
2:00
3:00
4:00
5:00
6:00
7:00
8:00
9:00

FOCO DE HOJE

PRIORIDADES

ATIVIDADES

ALIMENTAÇÃO E HUMOR

CAFÉ DA MANHA

ALMOÇO

JANTAR

LANCHE

ÁGUA



HUMOR



COISAS POSITIVAS

COISAS PARA MELHORAR

ANOTAÇÕES

SEMANA:

PLANNER SEMANAL

	DOMINGO	SEGUNDA	TERÇA
PRIORIDADES			
ATIVIDADES			
HABILIDADE/HÁBITO/TAREFAS			
		CONEXÃO	

QUARTA	QUINTA	SEXTA	SÁBADO

ANOTAÇÕES

MÊS:

PLANNER MENSAL

DOMINGO	SEGUNDA	TERÇA	QUARTA	QUINTA	SEXTA	SÁBADO

ANOTAÇÃO

ATIVIDADE

FOCO PRINCIPAL

DATA DE INÍCIO

DATA FINAL

FOCO PRINCIPAL

ALTA PRIORIDADE

BAIXA PRIORIDADE

☐ _____	☐ _____
☐ _____	☐ _____
☐ _____	☐ _____
☐ _____	☐ _____
☐ _____	☐ _____
☐ _____	☐ _____
☐ _____	☐ _____
☐ _____	☐ _____
☐ _____	☐ _____

ANOTAÇÕES

LISTA DE ATIVIDADES

ALTA PRIORIDADE

☐	_____
☐	_____
☐	_____
☐	_____
☐	_____
☐	_____
☐	_____
☐	_____
☐	_____
☐	_____
☐	_____
☐	_____
☐	_____
☐	_____
☐	_____
☐	_____
☐	_____
☐	_____
☐	_____
☐	_____
☐	_____
☐	_____

BAIXA PRIORIDADE

☐	_____
☐	_____
☐	_____
☐	_____
☐	_____
☐	_____
☐	_____
☐	_____
☐	_____
☐	_____
☐	_____
☐	_____
☐	_____
☐	_____
☐	_____
☐	_____
☐	_____
☐	_____
☐	_____
☐	_____
☐	_____
☐	_____

META SEMANAL

1ª SEMANA

PRAZO FINAL REALIZADO ☐

ATIVIDADES

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

2ª SEMANA

PRAZO FINAL REALIZADO ☐

ATIVIDADES

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

3ª SEMANA

PRAZO FINAL REALIZADO ☐

ATIVIDADES

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

4ª SEMANA

PRAZO FINAL REALIZADO ☐

ATIVIDADES

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

META MENSAL

JANEIRO

PRAZO FINAL REALIZADO ☐

ATIVIDADES

1

2

3

4

5

FEVEREIRO

PRAZO FINAL REALIZADO ☐

ATIVIDADES

1

2

3

4

5

MARÇO

PRAZO FINAL REALIZADO ☐

ATIVIDADES

1

2

3

4

5

ABRIL

PRAZO FINAL REALIZADO ☐

ATIVIDADES

1

2

3

4

5

META MENSAL

MAIO

ATIVIDADES

PRAZO FINAL REALIZADO ☐

1

2

3

4

5

JUNHO

ATIVIDADES

PRAZO FINAL REALIZADO ☐

1

2

3

4

5

JULHO

ATIVIDADES

PRAZO FINAL REALIZADO ☐

1

2

3

4

5

AGOSTO

ATIVIDADES

PRAZO FINAL REALIZADO ☐

1

2

3

4

5

META MENSAL

SETEMBRO

PRAZO FINAL REALIZADO ☐

ATIVIDADES

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

OUTUBRO

PRAZO FINAL REALIZADO ☐

ATIVIDADES

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

NOVEMBRO

PRAZO FINAL REALIZADO ☐

ATIVIDADES

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

DEZEMBRO

PRAZO FINAL REALIZADO ☐

ATIVIDADES

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

META ANUAL

JANEIRO

FEVEREIRO

MARÇO

ABRIL

MAIO

JUNHO

JULHO

AGOSTO

SETEMBRO

OUTUBRO

NOVEMBRO

DEZEMBRO

ESTABELECENDO METAS

METAS

DEADLINE

ACHIEVED

ATIVIDADES

1

2

3

4

5

METAS

DEADLINE

ACHIEVED

ATIVIDADES

1

2

3

4

5

METAS

DEADLINE

ACHIEVED

ATIVIDADES

1

2

3

4

5

METAS

DEADLINE

ACHIEVED

ATIVIDADES

1

2

3

4

5

META SMART

INSTRUÇÕES

ESPECÍFICO - SABER O QUE DEVE SER ALCANÇADO E AS AÇÕES QUE SERÃO NECESSÁRIAS PARA CHEGAR LÁ

MENSURÁVEL - TER INDICADORES PARA MENSURAR O PROGRESSO DA META

ATINGÍVEL - L?

RELEVANTE - DEFINIR AS METAS QUE PODEM SER REALMENTE ATINGIDAS, LEVANDO EM CONSIDERAÇÃO OS RECURSOS
DISPONÍVEIS DA EMPRESA

TEMPORAL - EM QUANTO TEMPO VOCÊ PRETENDE CONCLUIR ESTA META?

ESPECÍFICO

MENSURÁVEL

ATINGÍVEL

RELEVANTE

TEMPORAL

PRIORIDADE

INSTRUÇÕES

LISTA TODAS AS TAREFAS QUE VOCÊ PRECISA REALIZAR NA MATRIZ DE PRIORIDADES ABAIXO. COMECE PELO MAIS IMPORTANTE E URGENTE. A MATRIZ DE PRIORIDADES AJUDARÁ VOCÊ A DETERMINAR O QUE PRECISA SER FEITO AGORA E COMO VOCÊ PODE EQUILIBRAR MELHOR TODAS AS TAREFAS QUE PRECISA FAZER.

	FAZER AGORA	FAZER DEPOIS
IMPORTANTE	FAÇA ISSO (Importante e urgente)	AGENDE (Importante - não urgente)
POUCA IMPORTANCIA	DELEGUE (Quem mais pode fazer isso)	ELIMINE-O (não é importante, nem urgente - exclua)