

O que você está vendendo?	Mercado-alvo	Estratégia de lançamento	Pós-lançamento
<p>Está sendo desenvolvido um sistema de automação inteligente de estoque, integrado a um circuito composto por Arduino e sensores responsáveis por captar peso, umidade do ar, temperatura e luminosidade.</p> <p>O sistema apresenta essas informações em tempo real por meio de uma interface interativa, permitindo que o usuário monitore e ajuste parâmetros remotamente.</p> <p>O objetivo é automatizar processos de controle de estoque, reduzir perdas e otimizar o gerenciamento ambiental de produtos sensíveis</p>	<p>O público-alvo da ControLAP são franqueados de médio porte dos setores varejista e alimentício, especialmente entre 30 e 40 anos, com renda mensal de R\$ 25 a 40 mil. Esse grupo busca maior autonomia, eficiência e modernização de seus processos.</p> <p>Proposta de Valor</p> <p>A ControLAP oferece um sistema de automação de estoque inteligente, baseado em Arduino e sensores que medem peso, temperatura, umidade e luminosidade. A solução permite monitoramento em tempo real e tomada de decisões à distância, eliminando a necessidade da presença física do gestor.</p>	<p>O lançamento será dividido em três etapas principais:</p> <p>Etapa 1 – Pré-lançamento: Desenvolvimento do MVP (Produto Mínimo Viável); Criação de identidade visual, logotipo e site; Geração de conteúdo digital (demonstrações e vídeos explicativos).</p> <p>Etapa 2 – Lançamento: Divulgação nas redes sociais e grupos empresariais; Demonstrações para empresas-alvo; Parcerias com instituições de ensino e incubadoras tecnológicas.</p> <p>Etapa 3 – Expansão: Formalização de contratos B2B; Implantação em ambientes reais de teste (clientes-piloto); Coleta de feedbacks para melhorias e novas versões.</p>	<p>30 dias: Monitorar feedbacks iniciais e ajustar a interface e sensores.</p> <p>60 dias: Implementar atualizações no software e iniciar campanhas de pós-venda.</p> <p>90 dias: Avaliar métricas de satisfação, número de clientes ativos e preparar versão 2.0.</p>
<p>Quem está comprando?</p> <p>O público comprador são empresas de pequeno e médio porte que desejam implantar soluções de automação em suas operações, especialmente em estoques, depósitos e armazéns.</p> <p>Essas empresas buscam aumentar a eficiência operacional, reduzir custos com falhas humanas e modernizar seus processos.</p>	<p>A estratégia de distribuição será B2B (Business-to-Business) com os seguintes canais: Venda direta por meio do site institucional e redes sociais corporativas (LinkedIn, Instagram e WhatsApp Business); Parcerias com empresas de tecnologia e integradores de sistemas; Demonstrações presenciais e online para potenciais clientes; Participação em feiras de inovação e tecnologia para promover a solução</p>	<p>Distribuição</p> <p>Os principais concorrentes são: Sistemas de automação industrial completos (como Siemens, Schneider e Rockwell), com alto custo e foco em grandes indústrias; Soluções de IoT independentes (como kits de sensores e softwares livres), que exigem conhecimento técnico para integração</p> <p>Concorrentes</p>	
	<p>Suposições/Riscos</p> <p>Premissas: As empresas possuem interesse crescente em automação e IoT; A equipe técnica é capaz de manter suporte remoto e atualizações contínuas.</p> <p>Riscos: Concorrência de grandes empresas do setor; Resistência cultural à adoção de novas tecnologias; Custos iniciais de produção e manutenção dos kits de sensores.</p>	<p>Métricas</p> <p>As principais métricas de acompanhamento serão:</p> <p>Número de clientes ativos; Crescimento mensal de contratos; Taxa de satisfação dos clientes; Retorno sobre investimento (ROI); Tempo médio de resposta do sistema; Redução de erros de controle de estoque reportados pelos clientes.</p>	