## Whorksheet 2: Análise do Mercado

1.	Qual o valor acrescentado do(s) seu(s) produto(s)/serviço(s) para os seus clientes?
	[porque razão o cliente compra o seu produto? economia de custos, tempo ou preço, qualidade, novas funcionalidades? Recorde a proposta de valor que elaborou na worksheet 1: mantém-se pertinente? Será necessário reformulá-la? O conceito de produto continua adequado?]
2.	De que meios técnicos e humanos necessita para produzir o produto ou serviço?
	[caso esteja a encarar a hipótese de usar facilidades de subcontratação para o fabrico do seu produto, explicite esta situação]
3.	Os clientes tiveram oportunidade de testar um protótipo? Qual foi a reação?
	[deram sugestões para melhoria do(s) produto(s)? compararam-no com produtos concorrentes? o(s) produto(s) satisfaz(em) as suas necessidades imediatas? o(s) produto(s) ultrapassa(m) as expectativas do cliente?]
4.	Há produtos e serviços complementares associados? Porquê? Quais?

5.	Quais as principais necessidades que identificou no mercado potencial?
	[3 a 6 tópicos ordenados por relevância, com explicação]
6.	Qual a dimensão atual desta área do mercado? Qual a evolução esperada nos próximos 3 a 5 anos?
	[use gráficos]
7.	Quem são ou serão os seus principais clientes?
8.	Qual a importância relativa do mercado externo para o negócio?

[numa perspectiva de custo, benefício e de imagem para a sua empresa]

9.	Como estabelece o preço?
	[preço baseado no mercado, preço baseado no custo, descontos de quantidade, preço variável em função do tempo, etc.]
10.	Os preços são competitivos?
	[compare os seus preços com os da concorrência, use gráficos]
11.	Quais os canais de distribuição a utilizar, em função da segmentação de mercado realizada?
	[direta, retalho, grandes armazenistas, corretores, porta a porta, etc.]
12	Caracterize o tipo de distribuidores, representantes, ou OEMs, que vai utilizar
14.	Caracterize o tipo de distribuidores, representantes, ou OEMS, que vai utilizar

3. C	Como vai organizar o serviço pós-venda?	
	[vai garanti-lo diretamente e com meios próprios, vai recorrer, por exemplo, a distribuidores, empresas contratadas para o efeito?]	
4 (	Quais irão ser as formas de promoção do produto/serviço?	
	yamb nao ber ab fermas de premiesae de produce, bervise.	
L		
	[contatos telefónicos, correio, meios de comunicação social, publicações especializadas ou dirigidas a públic	

específicos, apresentações institucionais, eventos especializados]