

COMO FAZER UM PLANO DE EXPANSÃO PARA A SUA EMPRESA





COMO FAZER UM PLANO DE EXPANSÃO PARA A SUA EMPRESA



COMO FAZER UM PLANO DE EXPANSÃO PARA A SUA EMPRESA

Nenhuma empresa começa pelo topo! Qualquer empreendimento inicia de forma mais tímida e, com o tempo, vai crescendo e ampliando a sua participação no mercado. É para isso que existe o plano de crescimento ou expansão empresarial: um documento que relata as expectativas do empreendedor para o seu negócio em médio e longo prazos e, principalmente, as estratégias para alcançá-las. Veja a seguir, como elaborar esse plano que vai ser extremamente útil para orientar as suas próximas ações.





Defina o seu conceito de crescimento

Dizer que você quer que a sua empresa cresça é algo muito abstrato e não funciona para traçar estratégias. Em outras palavras, isso vai acabar ficando só no campo das idealizações. O primeiro passo, portanto, é definir o conceito de crescimento dentro do seu negócio. Pode ser alcançar um faturamento X em determinado período de tempo; tornar-se líder do seu segmento na sua região em cinco anos; ou conquistar X clientes.

Esse conceito depende das suas perspectivas e também do seu segmento de negócio. Por exemplo: para uma empresa do setor varejista, pode fazer mais sentido associar o crescimento ao faturamento em si. Para uma prestadora de serviços, talvez pensar em um número “ideal” de contratos fechados seja mais viável. Em resumo, você deve pensar no que faz sentido para o seu empreendimento.





Estabeleça metas específicas

Agora que você já sabe exatamente qual é o patamar de crescimento que pretende atingir, é hora de estabelecer os degraus para que isso aconteça. Por exemplo: se o seu grande objetivo é atingir um faturamento de R\$ X em cinco anos, quanto esse faturamento deve aumentar a cada ano para chegar nisso?

Essas metas específicas devem, de preferência, seguir a metodologia SMART, ou seja:

S - specific - específica

M - measurable - mensurável

A - attainable - atingível

R - relevant - relevante

T - time based - temporal

Se as metas intermediárias tiverem todas essas características, você vai perceber que é mais fácil traçar estratégias e até analisar durante o processo se essas estratégias são assertivas ou se é melhor mudar a abordagem. E quando elas forem atingidas, naturalmente você vai chegar ao seu maior objetivo de crescimento.

Fique atento a essas cinco características que tornam uma meta clara, objetiva e, consequentemente, atingível.





Plano de ação

Para cada meta SMART definida, você pode criar um plano de ação que nada mais é do que o passo a passo para que ela seja atingida. Esse plano deve contemplar pontos como:

- Quais pessoas serão envolvidas nesse projeto?
- O que exatamente elas deverão fazer, passo a passo?
- Quanto a empresa vai precisar investir?
- Quais indicadores serão usados para mensurar se as medidas adotadas estão sendo efetivas?
- Como vamos saber que o plano foi concluído, ou seja, o que terá que acontecer para que a missão seja considerada finalizada?

Quando uma meta segue a metodologia SMART, ela já está muito mais pronta para responder a todas essas questões e outras que possam surgir.





Crie um planejamento financeiro

Sem investimentos, a empresa dificilmente consegue ampliar a sua atuação e, assim, ao contrário de crescer, ela acaba ficando estagnada. Ou seja: investir recursos financeiros é uma necessidade e, portanto, deve estar prevista no seu plano de crescimento.

Converse com o seu contador, faça pesquisas e levante quanto você vai ter que investir para alcançar suas metas. Se perceber que o valor é maior do que o esperado, reveja tais metas, prorrogue prazos, prefira um crescimento mais gradual. Isso com certeza é melhor do que correr o risco de dar um “passo em falso” e iniciar um plano de ação que não tem como se sustentar financeiramente.

Por isso, lembre-se: planejamento financeiro sempre deve caminhar lado a lado das suas metas no seu plano de crescimento.





Avalie o mercado

Independente da definição de crescimento que você escolheu, direta ou indiretamente significa ampliar a sua participação no mercado. Pois bem: como está esse mercado? Como a sua concorrência vem se posicionando? Quais são as demandas que o seu cliente está apresentando? Quais são os padrões de compra e comportamento de consumo vigentes nesse momento?

Isso vai ajudar você a compreender se o mercado pode absorver o seu crescimento dessa forma que ele está sendo planejado. Vamos supor que a sua meta de crescimento seja vender X unidades do seu produto por ano em um prazo de cinco anos. Você já pesquisou se a vida útil do seu produto é condizente com isso? Se não existe uma outra solução começando a ser apresentada aos consumidores que possa substituir aquilo que a sua empresa tem a oferecer de maneira mais eficiente?

O plano de expansão exige um olho para dentro da empresa e outro para fora! Afinal, embora as ações sejam pensadas e realizadas internamente, é a recepção do mercado que vai determinar o seu nível de sucesso.





Projete cenários

Por maior que seja o planejamento, situações externas podem interferir. Às vezes, uma crise política e econômica impacta diretamente nas atividades da sua empresa. Uma grande crise de saúde que modifica a forma como as pessoas consomem e outros eventos similares.

Quando passamos por instabilidades dessas naturezas, quem sai na frente são os empreendimentos que, com antecedência, foram capazes de projetar diferentes cenários e se planejar sobre como agir em cada um deles. Como se adaptar a possíveis novas realidades mantendo a sustentabilidade do seu plano de crescimento.

E como fazer isso? Olhar para trás pode ser a melhor forma de projetar cenários futuros. Pense sobre todas as crises que já aconteceram nos últimos anos e que surpreenderam muitos empreendedores que estavam totalmente despreparados para elas. Se já aconteceu, pode acontecer de novo, por isso, vale a pena dedicar um tempo pensando nisso na construção do seu plano de crescimento.





Olhe para a sua trajetória

Recorra aos registros que mostram como a sua empresa vem crescendo nos últimos anos, como o faturamento tem variado, qual a média de novos clientes conquistados ano a ano, como ela tem melhorado a sua relação com os clientes e com o mercado como um todo. Isso serve como base para o seu plano de crescimento.

Se quer saber se o seu negócio é capaz de crescer X% em dez anos, observe o quanto ele já cresceu até hoje, as metas que já foram atingidas e expectativas superadas.

A melhor forma de se ter um plano de crescimento consistente é aliando o histórico da empresa e as perspectivas do mercado. Ou seja, passado e futuro devem se unir para que os seus objetivos sejam sólidos e realistas. Assim, cada recurso investido nessa empreitada certamente será válido!





Dê espaço para a gestão de riscos

Se a sua empresa vai sofrer mudanças para atender às metas de crescimento, certamente existem riscos atrelados a elas. Por mais conscientes que sejam essas transformações, mesmo baseadas em um bom planejamento estratégico, o risco existe, mesmo quando é mínimo. Por isso, a gestão de riscos também deve fazer parte de um bom plano de crescimento.

Com base nas suas metas e estratégias traçadas, calcule quais são os riscos possíveis e, principalmente, como a sua empresa pode minimizá-los. Mais do que isso: caso esses riscos venham a se tornar realidade, como eles podem ser contornados a tempo para não afetar - pelo menos não de forma significativa - o plano de expansão que estará em andamento.





Prepare a sua empresa para o crescimento

Quando a sua grande meta de crescimento for atingida, a realidade interna da sua empresa terá mudado. A pergunta é: o empreendimento está preparado para essa mudança? Porque se não estiver, esse crescimento infelizmente pode não se sustentar.

Por isso, coloque na ponta do lápis tudo que vai ser diferente quando a sua empresa atingir esse patamar tão desejado:

- A produção vai ter aumentado em quantos %?
- Será necessário contar com mais colaboradores? Quantos? Em quais setores?
- Quais processos deverão ser automatizados para ganharem maior eficiência?
- Como os colaboradores que já atuam na empresa atualmente deverão ser preparados para essa nova realidade?
- Será viável terceirizar algumas funções? Quais?



- O regime de tributação vai ser alterado com esse novo faturamento?
- Pensar nessas questões já no plano de crescimento é essencial para que a empresa já vá adotando as medidas de adaptação necessárias no decorrer do processo. Assim, quando o crescimento desejado se tornar realidade, todo o time estará preparado para começar a operar nesse novo cenário.

Mais do que isso, você precisa pensar que esse crescimento vai ser gradual e, por consequência, as mudanças atreladas a eles também. Por exemplo: se a tecnologia vai ser a principal aliada para fazer o empreendimento crescer, é crucial que os colaboradores sejam treinados para trabalhar com ela desde já.

Se você vai ter que aumentar o time de colaboradores, também é preciso começar a pensar em toda a logística para que isso seja possível.

Por fim, seja transparente com o seu time: leve esse plano de crescimento a conhecimento de todos, deixando claro qual é o papel de cada um para que ele seja possível. Isso vai compor uma equipe mais engajada e comprometida com o grande objetivo!





www.sebrae.com.br

0800 570 0800

