


# Data Science Canvas

Projetos, Portfólio e Personal Branding

Nome

Início do DSNP

|   |   |   |  |   |
|---|---|---|--|---|
| <div>IDENTIDADE</div> <div>O que te torna único?</div> <div></div>  | <div>OFERTA</div> <div>O que você oferece?</div> <div></div>                    | <div>SKILLS</div> <div>O que você pode fazer?</div> <div></div> | <div>POSICIONAMENTO</div> <div>Por que você?</div> <div></div>         | <div>AUDIÊNCIA</div> <div>Quem precisa saber?</div> <div></div> |
|   | <div>CREDIBILIDADE</div> <div>Por que devo acreditar em você?</div> <div></div> |   | <div>COMUNICAÇÃO</div> <div>Como eles conhecem você?</div> <div></div> |   |
| <div>INVESTIMENTOS</div> <div>O que você precisa?</div> <div></div> |   |   | <div>RESULTADOS</div> <div>O que você ganha?</div> <div></div>         |   |

 sigmoidal

# Data Science Canvas

Projetos, Portfólio e Personal Branding

Nome

Início do DSNP

|  |   |  |  |   |  |
|--|---|--|--|---|--|
| <div><div>IDENTIDADE</div><div>O que te torna único?</div><div><div></div></div><div><p>O que te faz uma pessoa especial, na perspectiva da sua audiência?</p><ul style="list-style-type: none"><li>Idade</li><li>Traços de personalidade</li><li>Popularidade, network, relações de influência</li><li>Senso de humor</li><li>Crenças pessoais e religiosas</li><li>Cultura</li><li>Ambições</li><li>Valores</li><li>Propósito</li><li>Visão</li><li>Idiosincrasia</li><li>Pontos negativos</li></ul></div></div>                   | <div><div>OFERTA</div><div>O que você oferece?</div><div><div></div></div><div><p>Qual serviço ou produto relevante você oferece? Quais as features ou capacidades que sua audiência enxerga valor?</p><ul style="list-style-type: none"><li>Job title</li><li>Abordagem (especializado em, focado em, multidisciplinar)</li><li>Tipo de contrato (CLT, PJ)</li><li>Vendas e pagamentos</li></ul></div></div> <div><div>CREDIBILIDADE</div><div>Por que devo acreditar em você?</div><div><div></div></div><div><p>O que transmite credibilidade para a sua audiência?</p><ul style="list-style-type: none"><li>Curriculum, Portfólio, track record</li><li>Certificações, diplomas</li><li>Atividades pro bono</li><li>Papel em alguma associação</li><li>Depoimentos no LinkedIn</li><li>Carta de recomendação do orientador</li><li>Publicações científicas ou capítulos de livros.</li><li>Artigos em newsletters e blogs</li><li>Entrevistas em podcasts de Tecnologia</li><li>Palestras em eventos</li><li>Conquistas financeiras</li></ul></div></div> | <div><div>SKILLS</div><div>O que você pode fazer?</div><div><div></div></div><div><p>Quais talentos, habilidades e know-how?</p><ul style="list-style-type: none"><li>Talentos inatos</li><li>Habilidades técnicas relacionadas a sua oferta</li><li>Inteligência emocional, organização, social</li><li>Know-how e expertise adquirida com experiências anteriores (sobrevivência na selva, pilotagem de aeronaves militares)</li></ul></div></div> | <div><div>POSICIONAMENTO</div><div>Por que você?</div><div><div></div></div><div><p>Qual é o elemento distinto que você enfatiza, e que é considerado pela sua audiência? Escolha o mais relevante e importante.</p><ul style="list-style-type: none"><li>Valores (especiais e ideais inspiracionais, que podem influenciar na sua crença e em tudo o que faz)</li><li>Recursos (equipamentos e tecnologias quase que exclusivas, que outros não possuem)</li><li>Habilidade (algo que você é muito bom mesmo)</li><li>Público Alvo ou organizações muito específicas (bandeiras, movimentos)</li></ul></div></div> <div><div>COMUNICAÇÃO</div><div>Como eles conhecem você?</div><div><div></div></div><div><p>Como as pessoas te conheceram? Como você cria relacionamentos fortes com sua audiência? Quais elementos de comunicação (verbal, visual, etc)?</p><ul style="list-style-type: none"><li>Identidade visual (logo, paleta de cores, bordões)</li><li>Identidade verbal (bio, CV, slogan)</li><li>Tom da voz</li><li>Storytelling</li><li>Eventos e apresentações</li><li>Videos e Reels</li></ul></div></div> | <div><div>AUDIÊNCIA</div><div>Quem precisa saber?</div><div><div></div></div><div><p>Qual é o grupo de pessoas mais importante para você atingir seus objetivos? Quem os influencia? Quais locais, redes sociais ou comunidades eles frequentam?</p><ul style="list-style-type: none"><li>Clientes, clientes dos clientes</li><li>Professores</li><li>Gerentes, colegas e companheiros de graduação</li><li>Recrutadores e headhunters</li><li>Seus contatos pessoais</li><li>Usuários, seguidores e fãs</li><li>Comunidades de tecnologia</li><li>Associações</li><li>Opinião pública</li><li>Influenciadores (jornalistas, blogueiros, formadores de opinião)</li></ul></div></div> |  |
| <div><div>INVESTIMENTOS</div><div>O que você precisa?</div><div><div></div></div><div><p>Em quais atividades, recursos ou equipamentos, você deve investir (tempo ou dinheiro, para melhorar sua marca pessoal?)</p><ul style="list-style-type: none"><li>Comunicação e marketing (frequência de posts e artigos no mês)</li><li>Treinamentos, educação e cursos (oratória, teatro, programação, matemática)</li><li>Consultoria e mentorias</li><li>Condicionamento físico (disposição, combater a depressão)</li></ul></div></div> |   |  | <div><div>RESULTADOS</div><div>O que você ganha?</div><div><div></div></div><div><p>Quais resultados você obtém por meio do Personal Branding?</p><ul style="list-style-type: none"><li>Ser conhecido</li><li>Ser compreendido</li><li>Perceberem meu valor</li><li>Ser considerado para posições como cientista de dados</li><li>Ser escolhido em entrevistas de emprego</li><li>Passar a ser percebido como autoridade no LinkedIn e conseguir contratos de consultoria (ou freelance)</li><li>Ser recomendado no boca a boca</li></ul></div></div>  |   |  |