|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **PONTOS FORTES** | **OPORTUNIDADES** | **ESTRATÉGIA DE CRESCIMENTO** | **OBJETIVO** |
| **Expansão de Serviços em Novos Mercados** | Locais bem movimentados, com um crescimento considerável de novos bares e restaurantes, com uma economia local bem equilibrada, tendo assim uma demanda muito alta de clientes. | Desenvolver pontos estratégicos para captação de clientes. | Gerar destaque aos nossos clientes, fazendo com que eles consigam se destacar no mercado, aumentando entre 9% a 15% sua receita até o terceiro mês. |
| **Oferecer Treinamentos e Workshops Corporativos** | Crescimento do mercado, gerando uma alta demanda de profissionais voltado a área de dados, e seus respectivos setores, juntamente com a qualidade de ensino que muitas universidades disponibilizam. | Aproveitar o crescimento do mercado em análise de dados para lançar programas de capacitação e treinamento, posicionando a InsightLab como um hub de inovação e aprendizado, em parcerias com universidades. | Desenvolver profissionais em diversas áreas da ciência de dados, e correlativas, para suprimento de mão-de-obra especializada, e crescimento em estimativa de 25% ao ano. |
| **Expertise Especializada em bares e restaurantes** | De acordo com a Abrasel (Associação Brasileira de Bares e Restaurantes), até o fim de 2024, a projeção é de que o setor fature cerca de R$ 428 bilhões, um crescimento 3,3% em relação ao ano passado. | Aproveitar a localização estratégica em Sorocaba e expandir sua base de clientes para cidades vizinhas e grandes centros urbanos, oferecendo soluções personalizadas. | Fechar contratos com 5 clientes até o final de 2024. |

ESTRATÉGIA DE CRESCIMENTO

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **PONTOS FORTES** | **AMEAÇAS** | **ESTRATÉGIA DE ENFRENTAMENTO** | **OBJETIVO** |
| **Expansão de Serviços em Novos Mercados** | Forte concorrência de outras empresas em análise de dados, visto que muitas das vezes não é necessário um atendimento presencial. | Estudo de território, não somente físico, mas também networkings, garantindo estar à frente da concorrência. | Aumentar nossa capacidade de atendimento em pelo menos 15% ao ano, para que possamos crescer progressivamente, e no máximo 25%, para evitar uma alta demanda na qual não conseguiríamos suprir. |
| **Oferecer Treinamentos e Workshops Corporativos** | Baixa procura nos cursos e treinamentos oferecidos pela InsightLab, dificultando o recrutamento de futuros profissionais. | Focar em gestão de tráfego, oferecendo um marketing persuasivo, apresentando ao público as vantagens de adquirir tais conhecimentos oferecidos pela empresa. | Formar na média de 2 equipes anualmente, oferecendo estágios, e avaliando desempenho para futuras efetivações, tanto na InsightLab, quanto em empresas parceiras. |
| **Expertise Especializada em bares e restaurantes** | O aumento na renda familiar brasileira é um dos principais motivos que contribuem para a alta no movimento dos bares e restaurantes (Abrasel) | Oferecer análises de dados que identifiquem oportunidades para cortar custos e aumentar a eficiência. | Reduzir em 10% seus custos operacionais por meio da otimização de estoque e escalas de funcionários, utilizando análises de dados preditivas. |

ESTRATÉGIA DE ENFRENTAMENTO

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **PONTOS FRACOS** | **OPORTUNIDADES** | **ESTRATÉGIA DE MELHORIA** | **OBJETIVO** |
| **Dependência de ferramentas externas somada a parceria com desenvolvedores de software** | Alto índice de crescimento do mercado tecnológico, e uma forte oferta de novos softwares que oferecem melhora de desempenho em diversificados setores. | Utilizar a ferramenta de terceiros a partir de uma parceria estratégica com desenvolvedores de softwares voltadas ao setor de logística, atendimento e fluxo de informações. | Garantir a qualidade do serviço prestado pela InsightLab, mantendo fortes parcerias com pelo menos 3 fornecedores de produtos ou serviços, de cada setor da empresa. |
| **Recursos limitados alinhado a um atendimento a rede de franquias** | Grandes franquias que dependem de uma análise minuciosa de dados para alavancar vendas, fidelizar clientes, melhorar processos logísticos e manter-se forte no mercado. | Com os recursos limitados para o atendimento a grandes redes com grandes contratos, faremos um atendimento progressivo, para evitar um choque na qualidade do serviço prestado. | Ganhar cada vez mais espaço em redes e franquias, garantindo a transparência no atendimento e serviço prestado, tornando no mínimo 60% dos clientes, recorrentes em um período de 3 anos em média. |
| **Vulnerabilidade a crises econômicas** |  |  |  |

ESTRATÉGIA DE MELHORIA

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **PONTOS FRACOS** | **AMEAÇAS** | **ESTRATÉGIA DE DEFESA** | **OBJETIVO** |
| **Dependência de ferramentas externas somada a parceria com desenvolvedores de software** |  |  |  |
| **Recursos limitados alinhado a um atendimento a rede de franquias** |  |  |  |
| **Vulnerabilidade a crises econômicas** | Crises econômicas, desastres naturais, pandemias, surtos de violência, entre outros fatores, podem fazer com que o nosso público-alvo se resguarde economicamente, cortando gastos e serviços. | Durante uma crise econômica, a empresa pode ter dificuldades em atrair novos clientes, pois bares cortam gastos e a consultoria pode não ser uma prioridade. Sendo assim, uma alternativa é oferecer planos flexíveis. | Manter os clientes que já consomem nossos serviços, dando a eles a oportunidade de ver nossa empresa com mais valor, tentando garantir ao máximo que não percam consumidores para que também não sejamos prejudicados em um efeito dominó. |

ESTRATÉGIA DE DEFESA