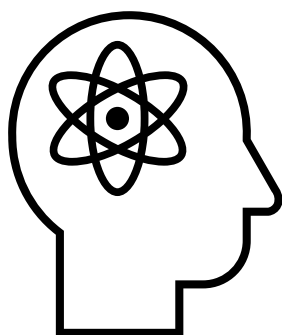


Plano de Negócios

CyberMind



OBJETIVO

O objetivo desse documento é apresentar as informações referentes ao produto digital *CyberMind*, apresentando informações sobre o segmento de mercado, o cliente, os concorrentes, sobre a estrutura no qual foi organizado, as estratégias de marketing, precificação e serviços prestados por todos os envolvidos.

Sumário

1	RESUMO	4
2	CONCEITO DO NEGÓCIO	5
2.1	O negócio CyberMind	5
2.2	Produto	5
3	EQUIPE DE GESTÃO	6
4	MERCADO	8
4.1	Análise de mercado	8
4.2	Estudo do cliente.....	8
4.2.1	Persona.....	8
4.2.2	Necessidades do cliente	8
4.2.3	Proposta de valor	9
4.3	Estudo dos concorrentes	9
5	PLANO DE MARKETING	9
5.1	Descrição dos principais produtos	9
5.2	Estratégias promocionais.....	10
5.2.1	Estratégias de parcerias	10
5.3	Estrutura de comercialização.....	10
5.4	Preço.....	11
6	ESTRUTURA E ORGANIZAÇÃO	12
6.1	Organograma funcional.....	12
6.2	Serviços	12
6.2.1	<i>Pantheons</i>	12
6.2.2	FATEC	13
6.2.3	Edygio	13
7	ESTRATÉGIA DE CRESCIMENTO	13
7.1	Análise SWOT	13
8	ORÇAMENTO	14
8.1	Custos.....	14
8.1.1	Hospedagem do site	14
8.1.2	Domínio.....	16
8.1.3	Produção.....	16
8.2	Estimativa de lucro.....	17
9	MODELO DE NEGÓCIO	18

1 RESUMO

O *E-commerce*, ou comércio eletrônico, são vendas realizadas pela internet através de ferramentas online. Atualmente, uma empresa que deseja entrar no ramo comercial, seja focada em B2B (*business-to-business*) ou B2C (*business-to-consumer*), deve sempre considerar os ganhos que se tem aderindo também esse modelo de comércio, ou até mesmo, fazendo negócio apenas através desse modelo, não existindo mais o meio físico. A *CyberMind* optou pelo modelo totalmente online de B2C, focado no Brasil.

A missão da *CyberMind* é proporcionar a melhor experiência ao usuário, para que o aprendizado seja efetivo. Para isso, foram utilizadas técnicas de usabilidade, assim como responsividade, para que independente do dispositivo pelo qual o site é acessado, a performance seja sempre a mesma. Além disso, optamos por um design minimalista e moderno, sendo azul e branco as cores predominantes, já que estão relacionadas a educação.

2 CONCEITO DO NEGÓCIO

2.1 O negócio CyberMind

O *E-commerce*, ou comércio eletrônico, são vendas realizadas pela internet através de ferramentas online. Atualmente, uma empresa que deseja entrar no ramo comercial, seja focada em B2B (*business-to-business*) ou B2C (*business-to-consumer*), deve sempre considerar os ganhos que se tem aderindo também esse modelo de comércio, ou até mesmo, fazendo negócio apenas através desse modelo, não existindo mais o meio físico. A *CyberMind* optou pelo modelo totalmente online de B2C, focado no Brasil.

A missão da *CyberMind* é proporcionar a melhor experiência ao usuário, para que o aprendizado seja efetivo. Para isso, foram utilizadas técnicas de usabilidade, assim como responsividade, para que independente do dispositivo pelo qual o site é acessado, a performance seja sempre a mesma. Além disso, optamos por um design minimalista e moderno, sendo azul e branco as cores predominantes, já que estão relacionadas a educação.

Com o conteúdo gratuito, os clientes podem ter uma primeira experiência de aprendizagem na plataforma, antes de aderirem os planos de acesso. E esses planos são feitos para que se adequam com os períodos escolares universitários, sendo disponibilizados em diversos modelos de duração como mensal, trimestral e semestral. Além da possibilidade de aderir somente um conteúdo, de acordo com a necessidade do cliente.

O diferencial da *CyberMind* é a sua forma de ensinar. Para se adequar a todas as formas de aprendizagem, é disponibilizado para os clientes conteúdo escrito, vídeos, e até mesmo jogos referentes aos cursos. Os instrutores são todos da área de Tecnologia da Informação, visando cada vez mais se aproximar da realidade dos clientes. Além de que, pensando no quanto as tecnologias crescem e se desenvolvem, os conteúdos são atualizados a cada três meses a fim de sempre entregar coisas novas aos aderentes.

2.2 Produto

O site *CyberMind* foi desenvolvido com tecnologia *HTML5*, *CSS3*, *JavaScript*, *Bootstrap*, *PHP*, banco de dados *SQL*. O principal objetivo da equipe de

desenvolvedores foi a obtenção de um produto funcional, fácil compreensão e atrativo para o público-alvo.

Nesse quesito, o *Layout* é responsivo se adequando tanto ao uso em diferentes dispositivos, tanto desktop quanto dispositivos móveis.

O site contém três secções diferentes: a página *Home*, a página do Aluno e a página do Administrador.

Secção *Home*: é a página inicial do site, disponível para todos. Lá os clientes irão ter acesso a informações sobre os serviços disponíveis pela plataforma, informações e preços sobre o plano de acesso, sobre os conteúdos oferecidos, e sobre quem é a *CyberMind*, contatos e formulário de dúvidas e/ou sugestões. Através dessa página poderá ser efetuado o *Login* e/ou cadastro do cliente.

Secção Aluno: na página do aluno é disponível para aqueles que fazem cadastro na plataforma. Estará disponível os cursos de acordo com o plano de acesso que o cliente aderiu, podendo ser acessado a qualquer momento pelo mesmo. Através das abas laterais, o cliente poderá acessar jogos, seu histórico de compras, editar informações sobre seu perfil, acessar o catálogo de cursos para efetuar mais compras.

Secção Administrador: a página do administrador é disponível apenas para o administrador do site. Contém o relatório de vendas mensal e anual com extração, os materiais adicionados e a possibilidades de adicionar novos materiais.

3 EQUIPE DE GESTÃO

A empresa *Pantheons*, responsável pelo desenvolvimento do produto, é eclética, possuindo conhecimentos desse a parte técnica de desenvolvimento de sites, até a parte de desenvolvimento de conteúdo educacional, além de experiência em tecnologia da informação. A empresa utiliza a metodologia Scrum, sendo composta pelos seguintes integrantes:

Jean Gomes dos Santos (*Scrum Master*)

Educação: Análise e Desenvolvimento de Sistemas – FATEC Prof. Jessen Vidal

Objetivo:

- ✓ Gerenciamento do projeto
- ✓ Desenvolvimento do conteúdo educacional

Ana Livia Pascoal da Silva Araújo (*Development Team*)

Educação: Análise e Desenvolvimento de Sistemas – FATEC Prof. Jessen Vidal

Objetivo:

- ✓ Programação e Desenvolvimento Front-End
- ✓ Gerenciamento do GitHub

André Luís da Silva e Silva (*Development Team*)

Educação: Análise e Desenvolvimento de Sistemas – FATEC Prof. Jessen Vidal

Objetivo:

- ✓ Desenvolvimento do conteúdo educacional
- ✓ Desenvolvimento dos jogos

Diogo Luiz Troyli Pedrozo de Souza (*Development Team*)

Educação: Análise e Desenvolvimento de Sistemas – FATEC Prof. Jessen Vidal

Objetivo:

- ✓ Desenvolvimento do conteúdo educacional

Gabriele Gonçalves Vieira (*Development Team*)

Educação: Análise e Desenvolvimento de Sistemas – FATEC Prof. Jessen Vidal

Objetivo:

- ✓ Programação e Desenvolvimento *Front-End*
- ✓ Edição do conteúdo em vídeo
- ✓ Documentação do plano de negócios

Renato Hidalgo Santos (*Development Team*)

Educação: Análise e Desenvolvimento de Sistemas – FATEC Prof. Jessen Vidal

Objetivo:

- ✓ Desenvolvimento do conteúdo educacional

Sarah da Boa Viagem Santana (*Development Team*)

Educação: Análise e Desenvolvimento de Sistemas – FATEC Prof. Jessen Vidal

Objetivo:

- ✓ Desenvolvimento do conteúdo educacional

Stephani Soares Junqueira (*Development Team*)

Educação: Análise e Desenvolvimento de Sistemas – FATEC Prof. Jessen Vidal

Objetivo:

- ✓ Programação e Desenvolvimento *Front-End*
- ✓ Desenvolvimento dos jogos

Vitor Luiz Rodrigues de Lima (*Development Team*)

Educação: Análise e Desenvolvimento de Sistemas – FATEC Prof. Jessen Vidal

Objetivo:

- Programação e Desenvolvimento *Back-End*

4 MERCADO

4.1 Análise de mercado

4.2 Estudo do cliente

O público-alvo do site *CyberMind* são estudantes da área tecnologia que buscam uma forma de melhorar seus estudos, aprender e se aprofundar em novas tecnologias.

4.2.1 Persona

Foi definido a seguinte persona como base para nosso nicho de mercado consumidor:

Diego, 20 anos, solteiro, estudante de Análise e Desenvolvimento de Sistemas. Buscando primeiro emprego na área. Gosta de novidades e inovações, principalmente na área tecnológica. Não tem muito tempo disponível. Ele procura um lugar que ele possa se aprofundar em algumas matérias estudadas em seu curso, já visando fazer provas de concursos futuramente, além da ajuda na faculdade. Seus desafios são a dificuldade para gestão de tempo, orçamento para investir e disciplina, porque ele prefere algo mais dinâmico.

4.2.2 Necessidades do cliente

4.2.2.1 Tarefas

- Melhorar o rendimento na faculdade
- Conhecer tecnologias do mercado
- Se sentir mais confiante
- Se aprofundar nos assuntos da área de TI

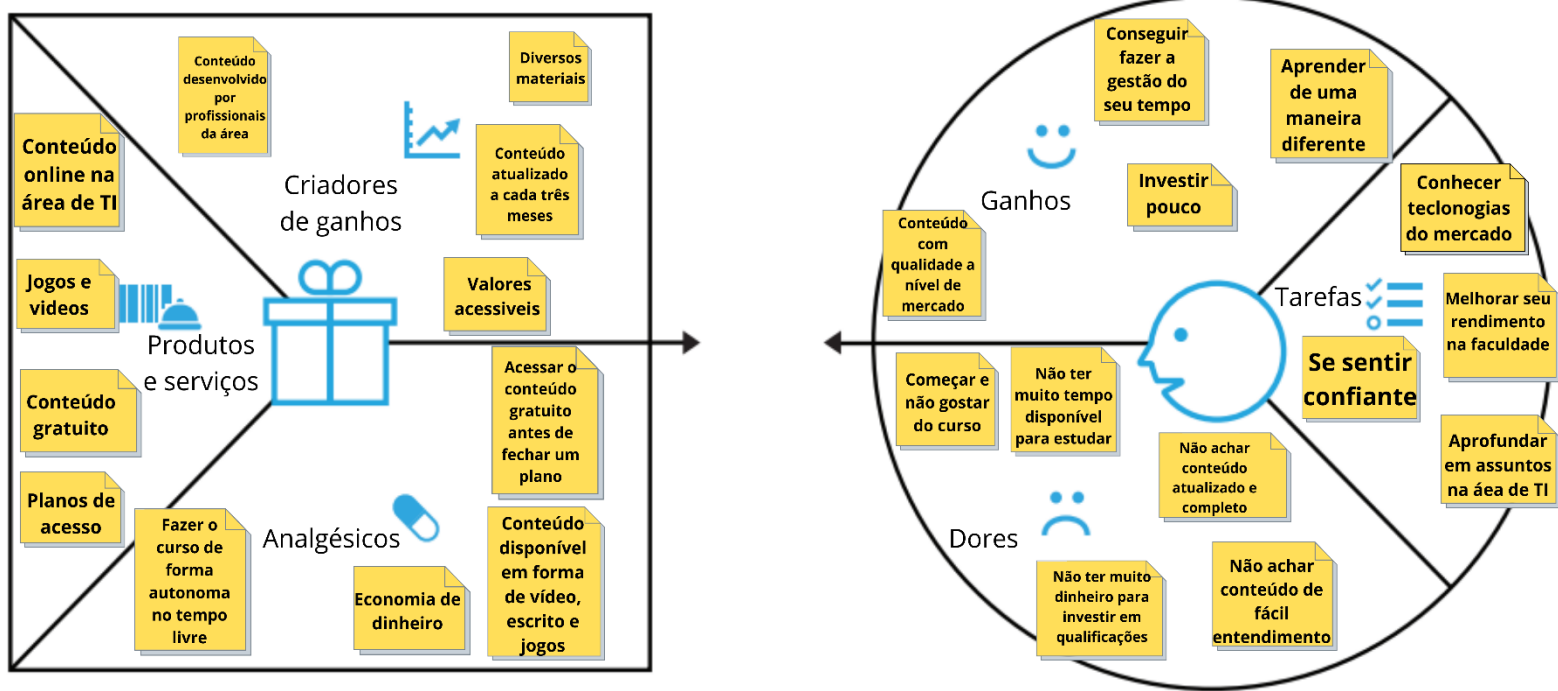
4.2.2.2 Ganhos

- Conseguir adequar seus estudos de acordo com seu tempo livre
- Aprender de uma maneira diferente e dinâmica
- Investir pouco
- Achar conteúdo com qualidade a nível de mercado

4.2.2.3 Dores

- Começar e não gostar do curso
- Não dar conta do tempo para estudar
- Não achar conteúdos atualizados e completos
- Não ter muito dinheiro para investir
- Não achar conteúdo de fácil entendimento

4.2.3 Proposta de valor



4.3 Estudo dos concorrentes

	Nosso	ALURA	UDEMY
Tipo de comércio	Comércio eletrônico	Comércio eletrônico	Comércio eletrônico
Custo Instrutor e Analista de sistemas	R\$ 1757,97	R\$ 5.515,00	R\$ 8.000,00
Custo Marketing (mensal)	R\$ 2950,00	R\$ 5.500,00	R\$ 7.259,00
Custo estrutura web (servidor, etc), (mensal)	R\$ 410,99	R\$ 3.250,00	R\$ 10.830,00
Custo fixo total	R\$ 5118,96	R\$ 14.265,00	R\$ 26.089,00

5 PLANO DE MARKETING

5.1 Descrição dos principais produtos

O principal produto oferecido pela *CyberMind* é o conteúdo educacional.

Os materiais disponíveis são:

- **Algoritmos e Lógica de Programação**

“Aprenda o que são variáveis, funções, instruções e muito mais. Você se tornará apto para escrever os seus próprios programas.”

- **Hardware**

“Aprenda a fazer manutenções, reparos e diagnósticos, como manusear de forma correta os componentes, protocolos de segurança, como funciona redes de computadores e boas práticas.”

- **Arquitetura e Organização de Computadores**

“Aprenda a estrutura e organização do hardware, como funciona um computador, memórias e registradores e sistemas numéricos.”

- **Inglês**

“Aprenda os tempos verbais, vocabulário, como se apresentar e conversação”

- **Matemática Discreta**

“Aprenda lógica matemática, como montar tabela da verdade e o que são grafos.”

- **Português**

“Aprenda concordância nominal e verbal, o que são substantivos e adjetivos e pontuação.”

Todos os materiais contêm vídeo aulas, material inscrito, e jogos. Os materiais escritos não estarão disponíveis para download.

O conteúdo foi feito por profissionais na área de Tecnologia da Informação, a fim de buscar veracidade e qualidade do conteúdo.

5.2 Estratégias promocionais

Será utilizado as redes sociais para promover o *CyberMind*, visando que são locais onde mais se encontra o público-alvo da plataforma. O produto será divulgado por meio das páginas da própria plataforma no *Facebook*, *Instagram* e *Twitter*, por meio de postagens diárias, testemunhos de clientes, interação com seguidores, e apresentação dos serviços da plataforma. O foco principal é aumentar a quantidade de aderentes e vendas de conteúdo.

5.2.1 Estratégias de parcerias

Com a parceria feita com a Faculdade de Tecnologia de São José dos Campos, além de utilizarmos as grades universitárias como base para produção de conteúdo, a plataforma será divulgada aos alunos e será apoiadora em eventos estudantis a fim de divulgação.

5.3 Estrutura de comercialização

O objetivo principal das vendas é conseguir vender o maior número de conteúdo. Por isso a estratégia de vendas em formas de planos de acesso é mais eficaz, pois o cliente irá comprar um número maior de conteúdos através dos planos. Sendo assim, ficou definido as seguintes formas de planos:

- **Conteúdo único:** o cliente compra um único conteúdo específico e tem o acesso liberado durante um mês após a compra e acesso ao fórum de dúvidas.
- **Plano mensal:** o cliente compra o acesso a todos os conteúdos durante um mês e acesso ao fórum de dúvidas. Os conteúdos saem por um valor abaixo, com desconto.
- **Plano trimestral:** o cliente compra o acesso a todos os conteúdos durante três meses e acesso ao fórum de dúvidas. Os conteúdos saem por um valor abaixo, com desconto.
- **Plano semestral:** o cliente compra o acesso a todos os conteúdos durante seis meses e acesso ao fórum de dúvidas. Os conteúdos saem por um valor abaixo, com desconto.

Visando a persona como estudantes, os planos foram baseados em trimestres e semestres para encaixar seguindo a programática de provas e duração de períodos universitários.

Ao aderirem os planos, os clientes vão ter a possibilidade de parcelamento do valor total, além de poder acessar o conteúdo em um período maior.

A *CyberMind* aposta nos planos de acesso por ser mais atrativo para o cliente. Para a plataforma a vantagem é garantir a entrada de capital garantida por um período maior.

5.4 Preço

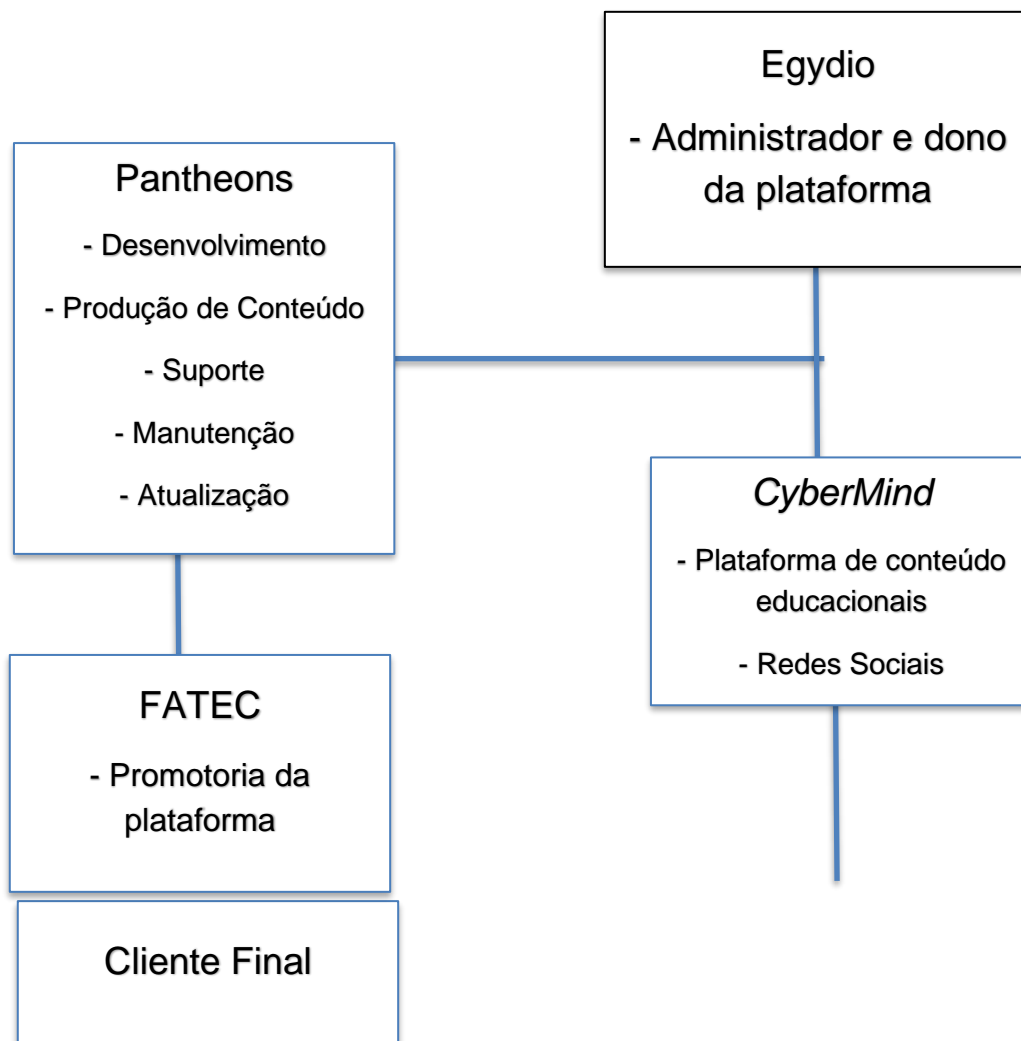
O objetivo principal da *CyberMind* é oferecer um conteúdo barato e acessível ao público-alvo. Essa é aposta para ser um diferencial e assim conseguir entrar e crescer no mercado. Os valores dos conteúdos serão iguais, visando uma maior comercialização.

Os preços estão representados a seguir:

Tabela de Preços	
Produto	Preço
Conteúdo Individual	R\$ 24.99
Plano Mensal	R\$ 139.44
Plano Trimestral	R\$ 47.06/mensal
Plano Semestral	R\$ 23.66/mensal

6 ESTRUTURA E ORGANIZAÇÃO

6.1 Organograma funcional



6.2 Serviços

6.2.1 *Pantheons*

A empresa de desenvolvimento *Pantheons* ficou responsável pelo desenvolvimento completo da plataforma. Os serviços prestados são:

- Desenvolvimento *Web*
- Desenvolvimento do *Layout*
- Produção do conteúdo (Vídeo aulas, jogos e conteúdo escrito)
- Desenvolvimento do Plano de Negócios
- Manutenção fixa a cada 6 meses
- Atualização de conteúdo a cada 3 meses
- Suporte técnico sempre que for necessário e/ou a pedido do administrador da plataforma

6.2.2 FATEC

A parceria com a Faculdade de Tecnologia foi feita através da empresa *Pantheons*, cabe a mesma promover a plataforma entre os alunos, enquanto a *CyberMind* estará apoiando eventos da instituição através de divulgações nas redes sociais da plataforma e para clientes já cadastrados.

6.2.3 Egydio

Cabe a equipe administradora gerenciar a plataforma e as redes sociais, e reportar a empresa *Pantheons* as necessidades referentes ao suporte técnico.

7 ESTRATÉGIA DE CRESCIMENTO

7.1 Análise SWOT

FORÇAS	FRAQUEZAS
<ul style="list-style-type: none">○ Custo-benefício○ Conteúdo desenvolvido por profissionais da área○ Planos de acesso que se adequam aos períodos escolares○ Conteúdo em vários formatos (Texto, vídeo e jogos)○ Conteúdo Gratuito	<ul style="list-style-type: none">○ Tempo de mercado dos concorrentes○ Quantidade de conteúdo disponível
OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
<ul style="list-style-type: none">○ Aumento na procura por conteúdo de estudos online○ Crescimento do mercado de Tecnologia	<ul style="list-style-type: none">○ Conteúdo Gratuito no <i>Youtube</i> e em outras plataformas da internet

8 ORÇAMENTO

8.1 Custos

Custos de Criação	
Criação do site (<i>Layout + Des. Web</i>)	R\$ 2950,00
Produção de conteúdo	R\$ 1757.97
Custos Gerais	
Domínio “.br”	R\$ 40,00/ano
Hospedagem do Site " <i>HostGator</i> "	R\$ 370,99/mês
Segurança/SSL	gratuito
Manutenção/Suporte	R\$ 120,00/hora
Custo Total	
Valor total*	R\$ 5118.96

**O valor total é dado pela soma dos custos de criação mais a soma dos custos gerais*

Os custos de criação, que são os que incluem o desenvolvimento do site e do conteúdo, serão pagos uma única vez, enquanto os custos gerais, que são os custos do serviço de suporte, hospedagem e domínio do site, serão pagos periodicamente, sendo o Domínio anualmente, Hospedagem mensalmente, e serviços de suporte de acordo com as suas ocorrências, como já descrito no item 6.2.1

8.1.1 Hospedagem do site

Hospedagem de site é um serviço online que permite a publicação de um site ou aplicação na internet, necessário para começar qualquer tipo de site. A *CyberMind* utiliza Hospedagem Dedicada, eficaz para o tipo de produto.

Foi contratada a empresa *HostGator* que fornece esse tipo de serviço. Ela foi escolhida por conta das avaliações e custo-benefício, sendo a mais confiável para se fechar o negócio. O plano aderido foi o plano *Black*, com as seguintes especificações:

Configurações dos servidores

Sistema operacional: *Windows* 2016

Servidor web: IIS 10

Processador Intel® Xeon® D-1541 2.1 GHz: 4 vCPU

Memória RAM DDR4 (2667MHz): 16 GB

Armazenamento: 2 TB HDD

Acesso total: Acesso Root, desktop remoto RDP 64-bit, agendamento de tarefas e mais.

SSL gratuito (Let's Encrypt): Criptografia de RSA de 2048 a 4096

Softwares Compatíveis

Linguagens de programação:

- ASP 10
- ASP.NET 3.5 e ASP.NET 4.7
- PHP 7.1+
- Perl
- Python
- Curl
- GD LibraryMVC 3.0
- LINQ
- Entre outros

Painéis de controle: Plesk Onyx 17.8

Outros Recursos: URL Rewrite 2.0

Banco de Dados ilimitados:

- MSSQL 2017 Express
- Microsoft Access DB Engine 2016
- MySQL 5.7 com Acesso ao phpMyAdmin

Data Center

Conexões de rede: Com redundância plena e sem Single Point of Failure (Ponto Único de Falha)

Infraestrutura: Múltiplos geradores de energia e unidades HVAC

Banda larga: AboveNet, ATT, Comcast, Global Crossing, Level (3), NTT e outros

Segurança: Múltiplas camadas de segurança de rede

Recursos de E-mail

Contas de Email: Número ilimitado de contas POP3 e IMAP

Webmail: MailEnable Client

Proteção anti-SPAM: SpamAssassin com classificação de e-mails por grau de tolerância

Outros recursos: Número ilimitado de listas de e-mail, autoresponders e redirecionamentos de e-mails

8.1.2 Domínio

Um domínio de site, também chamado de endereço do site, endereço da web ou ainda domínio de internet, é o endereço que as pessoas digitam em um navegador para acessar um site. A *CyberMind* optou pelo domínio “.com.br” por já ser mais conhecido, facilitando a divulgação da plataforma. Foi comprado com o *Registro.br*, o registrador oficial.

8.1.3 Produção

O preço para a produção do conteúdo foi utilizado para a sua precificação. Abaixo está especificado os preços cobrados pela empresa *Pantheons* para o desenvolvimento do site e dos conteúdos educacionais:

	Quantidade	Preço	Total
Páginas	25	-	
Conteúdo			
Jogos	6	R\$ 10.00/unidade	R\$ 60.00
Vídeos	3036	R\$ 0,10/segundo	R\$ 303.60
Conteúdo Escrito	46479	R\$ 0,03/palavra	R\$ 1394.37
Desenvolvimento Web	-	R\$ 1300,00	R\$ 1300.00
Layout	11	R\$ 150,00/página	R\$ 1650.00

Produtos

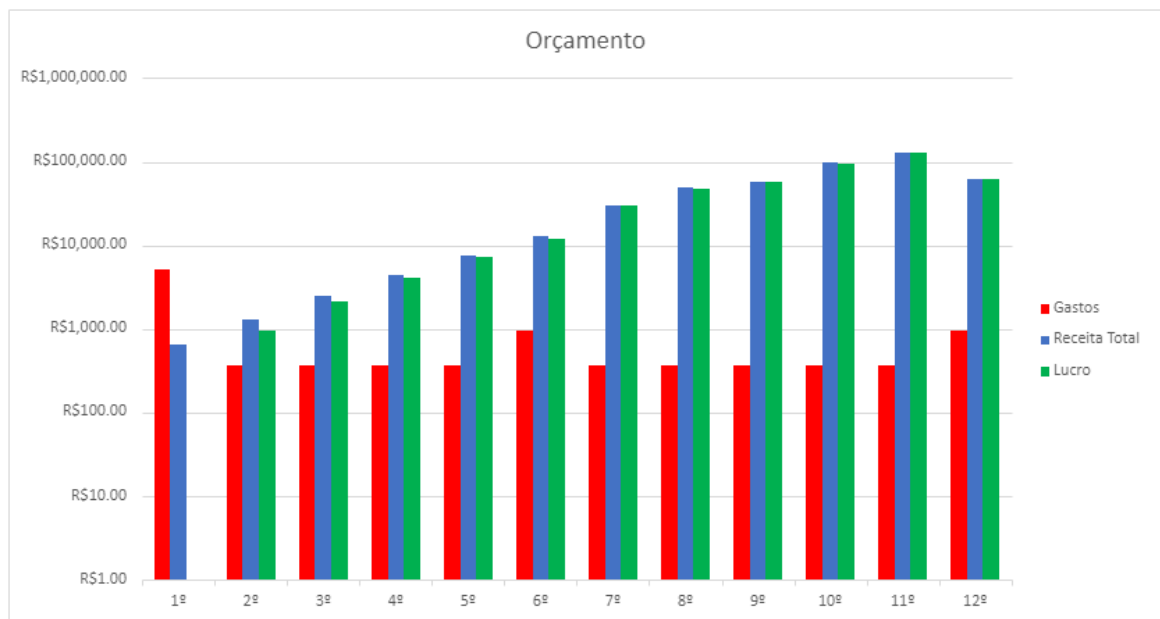
Precificação	
Preço Total - Produção de Conteúdo	R\$ 1757.97
Preço Por Unidade - Conteúdo	R\$ 293.00
Valor por unidade abate na venda de aproximadamente**	12 conteúdos
Valor total abate na venda de aproximadamente**	70 conteúdos

**O valor abatido é o custo para a produção do conteúdo, no caso R\$ 1717.97, não está incluso o desenvolvimento do site, para o abate do valor total será necessário a venda aproximada de 200 conteúdos.

8.2 Estimativa de lucro

Abaixo está uma estimativa de lucros e gastos nos primeiros 12 meses. São valores variáveis, estimando um aumento de 50% nas vendas em cada mês.

Mês	Gastos	Receita Total	Lucro	Margem de Lucro
1º	R\$5,118.96	R\$660.14	-R\$4,458.82	-675.44%
2º	R\$370.99	R\$1,320.27	R\$949.28	71.90%
3º	R\$370.99	R\$2,498.61	R\$2,127.62	85.15%
4º	R\$370.99	R\$4,384.64	R\$4,013.65	91.54%
5º	R\$370.99	R\$7,686.07	R\$7,315.08	95.17%
6º	R\$970.99	R\$12,877.04	R\$11,906.05	92.46%
7º	R\$370.99	R\$30,068.25	R\$29,697.26	98.77%
8º	R\$370.99	R\$48,529.42	R\$48,158.43	99.24%
9º	R\$370.99	R\$57,042.82	R\$56,671.83	99.35%
10º	R\$370.99	R\$96,639.02	R\$96,268.03	99.62%
11º	R\$370.99	R\$128,265.95	R\$127,894.96	99.71%
12º	R\$970.99	R\$62,470.85	R\$61,499.86	98.45%



9 MODELO DE NEGÓCIO

CYBERMIND				
Parceiros Chaves	Atividades Chaves	Proposta de valor	Relação com cliente	Segmento de Mercado
FATEC	Marketing e Suporte	Conteúdo gratuito	Redes sociais	<i>Persona:</i> Diego, 20 anos, solteiro, estudante de Análise e Desenvolvimento de Sistemas. Buscando primeiro emprego na área. Gosta de novidades e inovações, principalmente na área tecnológica. Não tem muito tempo disponível. Ele procura um lugar que ele possa se aprofundar em algumas matérias estudadas em seu curso, já visando fazer provas de concursos futuramente, além da ajuda na faculdade. Seus desafios são a dificuldade para gestão de tempo, orçamento para investir e disciplina, porque ele prefere algo mais dinâmico.
	Desenvolvimento e manutenção da plataforma	Jogos e vídeos		
	Recursos Chaves	Planos de acesso acessíveis e Diferenciados	Canais	
	Equipe para suporte e manutenção de dados Equipe de Marketing e suporte Computador, acesso à internet Servidor e hospedagem de site	Conteúdo sempre atualizado	Site próprio Redes sociais	
Estrutura de custos			Fontes de renda	
Domínio e Hospedagem do site Manutenção e atualização do site Internet Marketing Desenvolvimento do site Produção de conteúdo			Vendas de conteúdo	