

# Gestão de Projetos Escaláveis

Benchmarking



Plataforma completa de aprendizado  
contínuo em programação.

**#BoostingPeople**

[rocketseat.com.br](https://rocketseat.com.br)

Todos os direitos reservados © Rocketseat S.A.

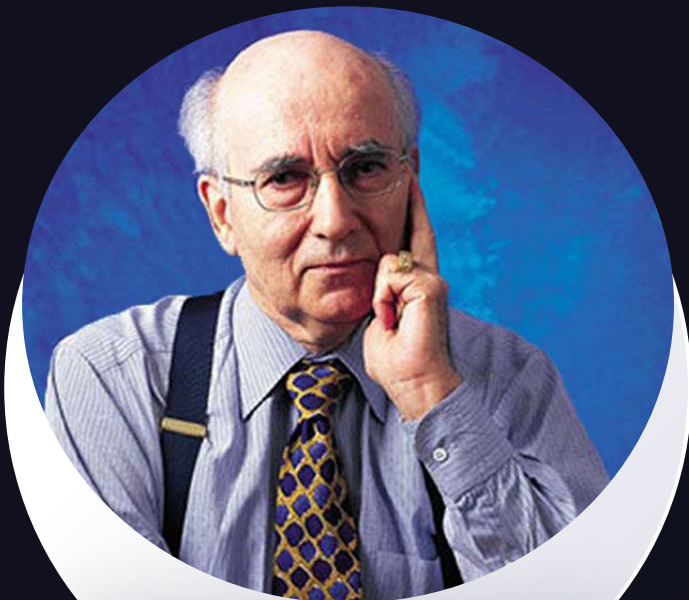
# Aula 11

Benchmarking

Benchmark ou análise de mercado e concorrência é fundamental para o sucesso de qualquer produto.

Através dessa análise, os times podem **entender o mercado em que atuam, identificar seus concorrentes e tomar decisões estratégicas para se destacar.**





**Philip Kotler**

*“Mercado é um conjunto de pessoas e organizações que estão dispostas a trocar produtos ou serviços por valor, seja esse valor na forma de dinheiro, tempo, atenção ou qualquer outra forma de troca.”*

# O que é análise de mercado?

# Análise de Mercado e Concorrência

A análise de mercado e concorrência é um **processo que visa coletar e analisar informações sobre o mercado em que uma empresa atua e seus principais concorrentes**. Essa análise pode ser realizada de forma qualitativa e quantitativa, utilizando diversas ferramentas e métodos.

# Análise de Mercado e Concorrência

- Permite entender as necessidades e desejos dos consumidores.
- Ajuda a identificar oportunidades e ameaças no mercado.
- Fornece informações para tomar decisões estratégicas sobre produtos, preços, distribuição e marketing.
- Possibilita se destacar da concorrência e conquistar market share.

# Análise de Mercado e Concorrência

Uma análise de mercado bem sucedida deve aproximar seu produto e sua empresa de conhecer com mais profundidade as necessidades dos seus clientes.

**O cliente deve estar no centro, não os concorrentes!**





**Jeff Bezos**

*“Se você está focado na competição, você terá que esperar até que um competidor faça algo. Se você está focado nos clientes, poderá ser pioneiro.”*

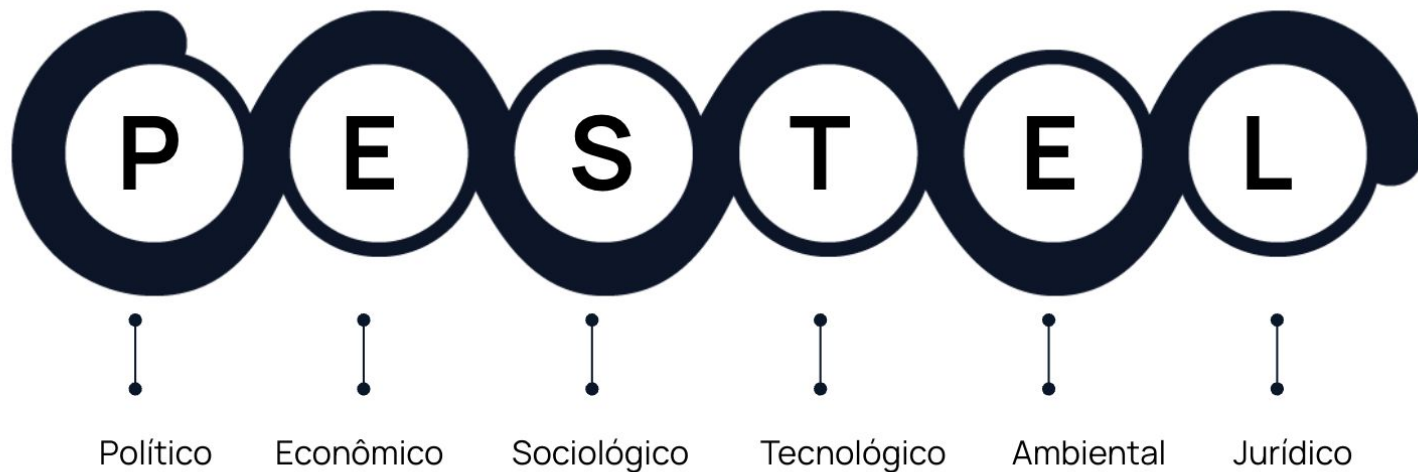
# Análise SWOT



# Análise SWOT

- **Forças:** O que o produto faz bem? Quais são os seus recursos e capacidades únicos?
- **Fraquezas:** Onde o produto pode melhorar? Quais são os seus pontos fracos?
- **Oportunidades:** Quais são as tendências de mercado que o produto pode aproveitar?
- **Ameaças:** Quais são os obstáculos que o produto enfrenta? Como os concorrentes podem reagir?

# Análise PESTEL



# Análise PESTEL

- **Político:** Políticas governamentais, estabilidade política.
- **Econômico:** Condições econômicas, taxas de juros, inflação.
- **Social:** Mudanças demográficas, culturais e sociais.
- **Tecnológico:** Inovações tecnológicas, infraestrutura.
- **Ecológico:** Questões ambientais, sustentabilidade.
- **Legal:** Leis e regulamentos, conformidade.

# Modelo das 5 Forças de Porter



# Modelo das 5 Forças de Porter

Para cada um dos cinco agentes, você precisa avaliar o quão forte é o seu poder de barganha e como isso impacta a sua empresa.

Isso envolve analisar fatores como:

- **Concentração do mercado:** Quantas empresas operam no setor?
- **Diferenciação de produtos:** Quão diferentes são os produtos ou serviços oferecidos pelas empresas?
- **Custos de troca:** Quão fácil é para os clientes trocarem de fornecedor?
- **Poder de barganha dos fornecedores:** Quão concentrados são os fornecedores? Quão essenciais são seus insumos?

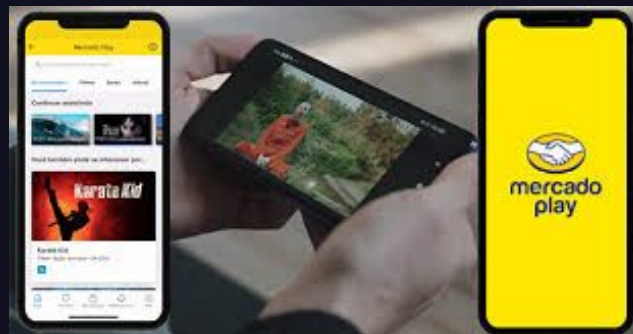
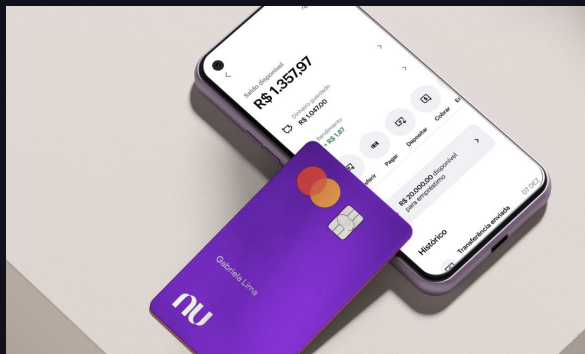
# Modelo das 5 Forças de Porter

- **Poder de barganha dos compradores:** Quão concentrados são os compradores? Quão sensíveis são ao preço?
- **Ameaça de novos entrantes:** Quão difícil é entrar no setor? Quais são as barreiras de entrada?
- **Ameaça de produtos substitutos:** Quão viáveis são os produtos substitutos? Quão próximos são do seu produto em termos de preço e desempenho?



# Fique atento aos concorrentes não óbvios!





# Formas de acompanhar o que seus concorrentes estão fazendo

# Monitoramento online

- **Ferramentas de monitoramento de mídia social:** Utilize ferramentas como Mention e Brand24 para monitorar o que seus concorrentes estão publicando nas redes sociais, quais hashtags estão usando e como estão interagindo com seu público.
- **Alertas do Google:** Configure alertas do Google para receber notificações por email sempre que um concorrente for mencionado online ou publicar novo conteúdo em seu site.
- **Ferramentas de análise da web:** Utilize ferramentas como SimilarWeb e SEMrush para analisar o tráfego do site dos seus concorrentes, as palavras-chave que estão rankeando e as fontes de tráfego mais importantes.

# Análise de Concorrência

- **Realize pesquisas de mercado:** Contrate uma empresa de pesquisa de mercado para realizar um estudo aprofundado sobre seus concorrentes, incluindo seus pontos fortes e fracos, suas estratégias de marketing e vendas e sua participação no mercado.
- **Participe de eventos do seu segmento:** Participe de conferências, feiras e workshops do seu setor para se conectar com outros profissionais e obter insights sobre as últimas tendências e os produtos e serviços dos seus concorrentes.
- **Analise os produtos e serviços dos seus concorrentes:** Compre os produtos e serviços dos seus concorrentes e analise-os em detalhes. Isso lhe dará uma boa ideia de seus pontos fortes e fracos e como você pode se diferenciar no mercado.

# Formas de acompanhar o que seus clientes estão pensando/sentindo

# Análise de Clientes

- **Realize pesquisas de satisfação do cliente:** Realize pesquisas com seus clientes para saber o que eles pensam sobre seus produtos e serviços e como você se compara aos seus concorrentes.
- **Monitore as avaliações online:** Monitore as avaliações online de seus produtos e serviços e dos seus concorrentes para identificar áreas em que você pode melhorar.
- **Converse com seus clientes:** Converse com seus clientes para saber quem são seus principais concorrentes e por que eles escolhem seus produtos ou serviços em vez dos da concorrência.



**Michael Porter**

*“A competição não é sobre ser melhor que os outros; é sobre ser diferente dos outros.”*



# OBRIGADO! :)