

Empreendedorismo

Professores:

Henrique Cukierman

Luiz Valter Brand Gomes

Aula 9

Professores:

Henrique Cukierman
Luiz Valter Brand Gomes

Modelo de Plano de Negócios - Parte 3

Conteúdo:

- 5. Estratégia de Negócio
 - 5.1 Ameaças e Oportunidades
 - 5.2 Pontos fortes e fracos
 - 5.3 Objetivos
 - 5.4 Estratégias
- 6. Plano de marketing
 - 6.1 Estratégias de Vendas
 - 6.2 Diferencial Competitivo do produto
 - 6.3 Distribuição

Estratégia de Negócio

- ➡ Neste item, o empreendedor deve despertar para o fato de que para que sua empresa obtenha êxito, não basta ter um bom produto.
- ➡ É preciso ter um negócio.
- ➡ Produtos não geram receita por si só; negócios geram receita.
- ➡ E para que se tenha um negócio, é preciso ter uma estratégia e uma estrutura que permitam posicionar o produto em seu mercado.
- ➡ É comum empresas que possuem um bom produto "morrerem" porque não conseguiram encontrar uma maneira de posicionar este produto no mercado.

Estratégia de Negócio

- ➡ Alguns exemplos para ilustrar este conceito:
- ➡ Não basta uma empresa ter um produto tecnologicamente revolucionário, se o preço dele está acima do que seu cliente pode pagar;
- ➡ Não basta ter um produto "quentíssimo", que pode gerar receita a curto prazo para a empresa, se os empreendedores não identificaram outros espaços no mercado para explorar depois que este espaço inicial estiver esgotado.

Estratégia de Negócio

- ➡ (uma empresa não nasce para viver por apenas dois ou três anos - deve ter perspectiva de vida indeterminada e crescer continuamente);
- ➡ Não adianta uma empresa ter o produto ideal para seu cliente, se não for encontrada uma maneira viável de fazer este produto chegar até ele;
- ➡ Não adianta ter um produto interessante mas sem diferencial, que qualquer empresa possa fazer igual, sem dificuldade; e assim por diante.

Estratégia de Negócio

Estime a capacidade instalada para o primeiro ano de atividade

Para evitar ociosidade ou até mesmo desperdício de recursos, é importante que a empresa faça um dimensionamento de suas instalações, volume de atendimento, número de funcionários, dentre outras variáveis que poderão fazer parte desta análise.

Estratégia de Negócio

- ➡ Portanto, o empreendedor deverá planejar seu negócio.
- ➡ A partir da análise já feita nos itens anteriores, deve identificar as oportunidades e as ameaças que o ambiente lhe apresenta;
- ➡ Identificar os pontos fortes e fracos de sua empresa;
- ➡ Definir objetivos a alcançar;
- ➡ Identificar estratégias que permitirão atingir estes objetivos e
- ➡ Encontrar maneiras de colocar estas estratégias em prática.

Estratégia de Negócio: Ameaças e Oportunidades

- ➡ Com base no que pesquisou e escreveu até o momento, e evidentemente com base em tudo o que sabe sobre seu negócio, o empreendedor deve ter identificado um conjunto de oportunidades que poderá explorar para crescer e ter sucesso, bem como um conjunto de ameaças, que deverá administrar adequadamente para resguardar sua empresa do fracasso.
- ➡ Vale ressaltar aqui que oportunidades não identificadas ou não aproveitadas devidamente, podem se transformar em ameaças.
- ➡ E ameaças bem administradas podem ser transformadas em oportunidades.

Estratégia de Negócio: Ameaças e Oportunidades

- ➡ Portanto, este item merece atenção especial do empreendedor que está planejando seu negócio.
- ➡ Na identificação das ameaças e oportunidades o empreendedor deve olhar para fora de sua empresa e buscar os mais diversos aspectos que podem afetar seu negócio: concorrentes, mercado consumidor, legislação, tecnologia, etc.

Estratégia de Negócio: Pontos fortes e fracos

- ➡ Neste item, o empreendedor deve olhar para dentro de sua empresa :
 - disponibilidade de recursos, disponibilidade de pessoal, qualificação do pessoal, rede de parcerias, etc.
- ➡ Quais são os pontos fortes e os pontos fracos desta estrutura interna?

Estratégia de Negócio: Estratégias

- ➡ Levando em consideração as ameaças e oportunidades que já identificou em seu ambiente de negócio e os pontos fortes e fracos que identificou internamente na sua empresa, o empreendedor deverá identificar e definir as estratégias, ou seja, os caminhos que irá trilhar para chegar aos objetivos propostos.
- ➡ As estratégias afetam a empresa como um todo e definem sua postura perante o mercado.
- ➡ Estão relacionadas ao longo prazo.

Estratégia de Negócio: Estratégias

- ➡ É em função das estratégias aqui definidas que serão elaborados os planos operacionais (sugeridos nos itens a seguir).
- ➡ Os planos detalham, sob a ótica operacional, a estratégia; definem como traduzi-la em ações e implementá-la.
- ➡ Estão relacionados com o curto prazo.

Estratégia de Negócio: Estratégias

- ➡ Alguns aspectos nos quais o empreendedor deverá refletir ao definir as estratégias são:
- ➡ Os investimentos para implantação e crescimento da empresa serão feitos com recursos próprios ou será buscado recurso externo?
- ➡ No caso de recursos externos, que tipo de recurso o empreendedor vislumbra obter?
- ➡ Quais parcerias serão estabelecidas para a decolagem do negócio?
- ➡ Qual segmento do mercado será explorado
(a empresa irá se posicionar inicialmente frente a um determinado público identificado ou irá atacar em diversas frentes)?

Estratégia de Negócio: Estratégias

- ➡ A empresa irá se diferenciar de seu concorrente em função de preço ou qualidade?
- ➡ E outras questões que correspondam a fatores críticos ao sucesso do negócio em questão, segundo a percepção do empreendedor.
- ➡ Aqui ele tem a oportunidade de mostrar sua "visão" do negócios.

Estratégia de Negócio:

ESTRATÉGIA COMPETITIVA

- ➡ Defina uma estratégia competitiva com base nas variáveis: liderança no custo e diferenciação.
- ➡ Definir uma estratégia é fundamental para traçar um direcionamento do seu negócio.
- ➡ Essa estratégia pode ser alcançada através de um controle efetivo dos custos ou até mesmo buscar um diferencial no que se refere a qualidade dos produtos/serviços, atendimento, tecnologia, marketing, etc.

Plano de marketing

- ➡ O Plano de Marketing apresenta como o empreendedor pretende vender seu produto/serviço e conquistar seus clientes, manter o interesse dos mesmos e aumentar a demanda, sempre de acordo com a estratégia definida anteriormente acerca do posicionamento da empresa no mercado.
- ➡ Deve abordar seus métodos de comercialização, diferenciais do produto/serviço para o cliente, política de preços, projeção de vendas, canais de distribuição e estratégias de promoção/comunicação e publicidade.

Plano de marketing: Estratégias de Vendas

- ➡ Descreve-se aqui qual o público-alvo ao qual o produto/serviço será dirigido e como será apresentado para venda.
- ➡ Aqui o empreendedor deve explicitar o argumento central de venda que irá adotar, ou seja, o que será enfatizado em seu produto/serviço como ponto forte para que ele seja atrativo a seu público alvo.
- ➡ Por exemplo, pode-se enfatizar o fator preço, qualidade, marca, garantia/assistência técnica, benefícios potenciais ao cliente etc.

Plano de marketing: Diferencial Competitivo do produto

- ➡ O empreendedor deve deixar claro qual o valor ou benefícios adicionais que seus clientes obtêm quando escolhem sua empresa em lugar da concorrência.
- ➡ Toda empresa deve concentrar esforços para alcançar desempenho superior em uma determinada área de benefício para o consumidor; pode esforçar-se para ser líder em serviços, em qualidade, em estilo, em tecnologia etc.
- ➡ O empreendedor deve identificar a vocação de sua empresa e enfatizá-la, porque é muito difícil liderar em todas as áreas.

Plano de marketing: Distribuição

- ➡ Aqui deve-se identificar e determinar os possíveis canais de distribuição para disponibilizar o produto/serviço, no local, tempo e quantidade certos, para melhor atender às necessidades do consumidor.
- ➡ A distribuição deve ser feita de maneira adequada para que seja possível dominar o seu nicho no mercado, através da maximização das vendas, alavancar a sua marca, valor agregado, satisfação e lealdade dos clientes.

Plano de marketing: PLANO DE MARKETING E COMERCIALIZAÇÃO

- ➡ Quais as estratégias de comunicação que serão utilizadas por você na divulgação de seu negócio e/ou produtos/serviços?
- ➡ Devem ser analisados os meios de comunicação (rádio, TV, mala direta, internet, carro de som, "rádio poste", faixas, jornal, telemarketing) que sua empresa irá utilizar, sua frequência e custo.
- ➡ Descreva quais os canais de distribuição que você pretende utilizar.
- ➡ A forma com que você vai levar o produto/serviço ao mercado irá influir no alcance do seu cliente potencial, na sua capacidade de atingir novos mercados e no seu dimensionamento.
- ➡ A empresa pode adotar uma série de canais para isso, como: vendedores internos e externos, representantes, franquias, internet, etc.

Plano de marketing: Defina uma marca para sua empresa e/ou produtos/serviços

- ➡ Uma marca bem trabalhada pode contribuir de forma efetiva para o sucesso de seu negócio.
- ➡ Ela está associada a qualidade de seu produto/serviço, a credibilidade da empresa junto aos clientes, enfim, consolida uma imagem no mercado.
- ➡ Você deve estar atento para sua facilidade de pronúncia e de memorização, para fácil lembrança e associação com o produto/serviço.

Plano de marketing: Defina uma estratégia de posicionamento/imagem em relação ao mercado

- ➡ A ação visa buscar uma afinidade com o seu cliente potencial.
- ➡ Pretende direcionar todo esforço de marketing no sentido de associar o seu negócio às diversas características que são atribuídas ao mercado.
- ➡ Exemplo: "empresa tradicional", "empresa jovem", "empresa de vanguarda", etc.

Modelo de Plano de Negócios - Parte 3

Na próxima aula abordaremos o Plano de Negócios contemplando ainda o Plano de Marketing, o Planejamento e Desenvolvimento do Projeto e uma análise sobre o Plano Financeiro.