1. **Público Alvo (conhecer)**

* Para maior desenvolvimento e planejamento de estratégias, definimos nosso público-alvo em duas etapas distintas:

* **Primeira etapa: Empresas/órgãos educacionais e motoristas;**

Nesta fase inicial, o foco está em atender as Secretarias de Educação, órgãos responsáveis pelo transporte escolar e empresas terceirizadas, bem como os motoristas de ônibus escolares. Esses atores são responsáveis diretos pela operação e gerenciamento das rotas de transporte dos alunos.

* **Segunda etapa: Alunos e órgãos de administração escolar**

Esse público é formado por estudantes, seus pais ou responsáveis e os gestores escolares, como diretores e coordenadores. Eles fazem parte da comunidade escolar que utiliza e acompanha o serviço de transporte, sendo fundamentais para o bom funcionamento e monitoramento das rotas realizadas diariamente.

* **Perfis demográfico, psicográfico e comportamental(Empresas/Órgãos Educacionais e Motoristas):**
* Demográfico: Gestores de transportes escolares e empresas do setor, com idades de 30-55 anos, em áreas urbanas.
* Psicográfico: Valorizam soluções eficientes, seguras e tecnológicas para a otimização das rotas e redução de custos.
* Comportamental: Buscam inovação e resultados mensuráveis, com uso regular das ferramentas e serviços.
* **Perfis demográfico, psicográfico e comportamental (Alunos e Órgãos de Administração Escolar):**
* Demográfico: Alunos de 6-18 anos, pais, responsáveis e gestores escolares.
* Psicográfico: Buscam segurança, confiabilidade e conveniência, com ênfase na segurança dos alunos e gestão eficaz das rotas.
* Comportamental: Usam o serviço diariamente, com pais influenciando a escolha e as escolas priorizando a eficiência operacional.
  1. **Identificar o público-alvo da startup com base nas informações coletadas nas etapas anteriores.**
  2. **Definir o perfil demográfico, psicográfico e comportamental dos clientes ideais da startup.**

1. **Análise da Concorrência**

* Moovit, Life360, Glympse
  1. Identificar os principais concorrentes da startup e analisar suas estratégias de negócio.
  2. Identificar as vantagens competitivas da startup em relação aos concorrentes.
  3. Identificar as oportunidades de mercado que ainda não foram exploradas pelos concorrentes.