**Plano de Negócios - MKT.co**

1. **Canvas**

**Parcerias Chaves**

* Canais de divulgação
* Plataforma

**Atividades Chaves**

* Desenvolver plataforma digital
* Desenvolver plano de marketing
* Divulgar o aplicativo para os pequenos negócios
* Melhoria contínua na plataforma
* Conversão de usuários gratuitos em usuários pagos

**Recursos Chaves**

* Plataforma Digital

**Proposta de valor**

* Marketing Compartilhado
* Diluição de Custo
* Anúncio Compartilhado
* Fomentar a economia local
* Transformação do mercado para a economia compartilhada
* Validação do crescimento através do QR Code

**Relacionamento**

* Fidelizar o cliente através dos recursos do QR Code: relatórios mostrando o alcance de cada número, a sua evolução
* Atendimento premium
* Baixo nível de complexidade da plataforma para criar um anúncio

**Canais**

* Elevadores
* Relógios de Rua
* Metrô
* Mídia Indoor
* Outdoor
* Cinemas
* Feiras de empreendedorismo
* Indicação dos próprios clientes
* Módulo SEBRAE

**Segmento de Clientes**

* ME e Empresas de pequeno porte
* Cidade de SP
* Usuários gratuitos e usuários pagos
* Estabelecimentos e restaurantes de serviços de alimentação e bebidas
* Cabelereiros e outras atividades de treinamento de beleza
* Comércio varejista de artigos do vestuários e acessórios

**Estrutura de Custos**

* Manutenção da plataforma
* Equipe
* Divulgação dos anúncios
* Aluguel
* Taxa com cartão de crédito/débito
* Esforços de Marketing

**Fonte de Recursos**

* Mensalidade
* Gratuito
* Investimento através de investidores

1. **Sumário Executivo**

Marketing Compartilhado

* O estado de SP tem aproximadamente 3 milhões de pequenos empreendedores;
* 1 a cada 4 empresas fecha antes de completar 2 anos no mercado;
* Dificuldade em atingir o público alvo por diversos motivos, dentre eles, por não investirem em marketing.

1. **Analisando o mercado**

* Problema
  + Ajudar os pequenos empreendedores a crescerem usando as tecnologias emergentes
  + Marketing digital é inacessível para pequenos empreendedores
    - Custo
    - Dificuldade em criar a arte dos anúncios
* Persona
  + ME e Empresas de pequeno porte
  + Cidade de SP
  + Estabelecimentos e restaurantes de serviços de alimentação e bebidas (155.646);
  + Cabelereiros e outras atividades de treinamento de beleza (146.488).

Potencial de mercado no estado de SP: 509.318 empreendedores

Representatividade da cidade de SP: 34%

Potencial de mercado na cidade de SP: 173.168 empreendedores

* Concorrência
  + Agência de Marketing

1. **Plano de Marketing**

* Diferenciais do Produto
  + Marketing Compartilhado
  + Menor Custo (diluição de custos)
  + Relatórios mostrando o alcance do produto através do QR Code
  + Marketing Localizado
  + Fomentar a economia local
  + Tendência do mercado para esse nicho
* Evolução do Produto
  + Modelo Freemium: oferece um produto ou serviço social gratuito como forma de atrair um alto volume de usuários, mas com objetivo de convertê-los em usuários pagantes através de uma opção premium com mais recursos
  + Produtos com planos diferentes
    - Plano Free
    - Plano Básico
    - Plano Médio
    - Plano Super
  + Ofertar primeiramente os canais de divulgação que necessite de um valor baixo de capital de giro/inicial.
* Estratégias de Marketing
  + Produto
    - Acesso ao marketing digital
    - Custo acessível, fácil acesso
    - Plataforma Digital
    - Aplicativo de fácil navegação
    - MKT.co
  + Praça
    - Aplicativo
    - Parcerias, contratos
    - Indicação de amigos, internet, módulo SEBRAE e feiras de empreendedorismo
  + Preço
    - Mensalidade variável, depende do plano
    - Não existe referência na área
    - O cliente é sensível ao preço
    - Indicadores de desempenho para avaliar o crescimento e a precificação
  + Promoção
    - Anunciar em redes sociais e nos canais de distribuição
    - Promover o produto imediatamente por causa do conceito de economia compartilhada
    - Mercado do microempreendedor e de pequenos negócios (serviços de alimentação e bebidas, cabelereiros e tratamento de beleza e varejistas de vestuários)

1. **Análises e expectativas**

* Metas
  + Prospecção de clientes
  + RL
  + % de usuários free que se tornaram pagantes
  + Crescimento do alcance do cliente
  + Aumento de Market Share
* Análise Financeira
  + Aproximação do público alvo
    - Atingir 8% do potencial de mercado da cidade de SP em dois anos
    - Estimar a taxa de crescimento do negócio ao longo do tempo
    - Aumento progressivo de clientes e RL em 6 meses
    - A partir do 6° mês, taxa de crescimento de 15% em relação ao mês anterior
    - Em 24 meses, RL de R$ 1 MM

Preços Estimados:

* Elevadores: R$ 150/monitor, mínimo 15 monitores por 1 mês
* Relógio de rua: R$ 3500/face, mínimo 10 faces por 1 semana
* Outdoors: R$ 2000/painel, mínimo 1 painel por 2 semanas
* TV Metrô: R$ 250/inserção, mínimo 40 inserções ao dia
* TV ônibus: R$ 688/inserção, mínimo 54 inserções ao dia
* Cinemas: R$ 5000/sala, mínimo 1 sala por 1 semana
* Mídia Indoor: R$ 150/monitor, mínimo 15 monitores por 1 semana
  + Projeção de Custos e Investimentos
    - Custos Fixos e Variáveis: (R$ 70 K/mês)
      * Aluguel, salários, manutenção da plataforma, taxa de cartão de crédito/débito, canal de distribuição dos anúncios
  + Análise de Indicadores
    - Payback: 16 meses