

## **Passo 1 – Dados sobre a empresa**

- Histórico da empresa;
- Posicionamento da marca;
- Cases de sucesso;
- Políticas internas e externas;
- Faturamento;
- Recursos disponíveis em caixa;
- Atual e potencial dimensão da marca.

## **Passo 2 – Informações sobre o produto**

- Nome e características do produto;
- Como ele é produzido e distribuído?
- Qual a capacidade de produção?
- Quais os diferenciais?
- Quais são os prós e contras?
- Qual a percepção do mercado sobre o produto?
- Qual o custo e a rentabilidade?

## **Passo 3 – Conhecendo o público-alvo**

- Faixa de idade;
- Classe social/renda média;
- Escolaridade;
- Localização;
- Profissão;
- Hábitos de consumo (motivações, frequência, periodicidade, quantidade, preferências etc.).

## **Passo 4 – Dados sobre o mercado de atuação**

- Qual o atual tamanho do mercado?
- Qual parcela do mercado a sua empresa domina?
- Houve evolução do mercado nos últimos anos?
- A dinâmica do mercado se dá sob quais influências? (política, econômica, ambiental, regional, sazonal, demográfica, entre outros).

## **Passo 5 – Informações sobre a concorrência**

- Quem são os seus concorrentes diretos e indiretos?
- Qual é a política de preço adotada por seus concorrentes?
- Quais as principais estratégias de marketing e comunicação da concorrência?
- Como os seus concorrentes se posicionam no mercado?

## **Passo 6 – Definição dos objetivos**

- Aumentar a participação no mercado;
- Intensificar as vendas;
- Lançar um produto ou serviço novo;
- Ser mais lembrada pelo público;
- Reforçar a imagem da marca;
- Estabelecer um posicionamento.

### **Passo 7 – Definição do orçamento**

- Qual a quantidade de verba disponível para a execução do projeto?
- Quanto vai custar cada uma das ações previstas?

### **Passo 8 – Definição do cronograma**

- Qual é o prazo para a finalização do projeto?
- Quais etapas são mais urgentes e precisam ser executadas primeiro?
- Quanto tempo será necessário para a entrega de cada etapa?