Nome

Início do DSNP

Projetos, Portfólio e Personal Branding

IDENTIDADE

O que te torna único?

OFERTA

O que você oferece?

SKILLS

O que você pode fazer?



POSICIONAMENTO

Por que você?



AUDIÊNCIA

Quem precisa saber?

CREDIBILIDADE

Por que devo acreditar em você?



COMUNICAÇÃO

Como eles conhecem você?



INVESTIMENTOS

O que você precisa?



RESULTADOS

O que você ganha?



🔰 sigmoidal

sandro.caetano.cwb - sandro.caetano.cwb@gmail.com - IP: 186.210.115.4

Data Science Canvas

Projetos, Portfólio e Personal Branding

IDENTIDADE

O que te torna único?

O que te faz uma pessoa especial, na perspectiva da sua audiência?

- Idade
- Traços de personalidade
- Popularidade, network, relações de influência
- Senso de humor
- Crenças pessoais e religiosas
- Cultura
- Ambições
- Valores
- Propósito
- Visão Idiossincrasia
- Pontos negativos



OFERTA

O que você oferece?

Qual serviço ou produto relevante você oferece? Quais as features ou capacidades que sua audiência enxerga valor?

- Job title
- Abordagem (especializado em, focado em, multidisciplinar)
- Tipo de contrato (CLT, PJ)
- Vendas e pagamentos



CREDIBILIDADE

Por que devo acreditar em você?

O que transmite credibilidade para a sua audiência?

- · Curriculum, Portfólio, track record
- Certificações, diplomas
- Atividades pro bono
- Papel em alguma associação
- Depoimentos no LinkedIn
- Carta de recomendação do orientador
- Publicações científicas ou capítulos de
- Artigos em newsletters e blogs
- Entrevistas em podcasts de Tecnologia
- Palestras em eventos
- Conquistas financeiras

SKILLS

Nome

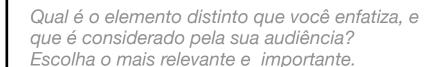
O que você pode fazer?

Quais talentos, habilidades e know-how?

- Talentos inatos
- Habilidades técnicas relacionadas a sua
- Inteligência emocional, organização, social
- Know-how e expertise adquirida com experiências anteriores (sobrevivência na selva, pilotagem de aeronaves militares)



Por que você?



- Valores (especiais e ideais inspiracionais, que podem influenciar na sua crença e em tudo o que faz)
- Recursos (equipamentos e tecnologias quase que exclusivas, que outros não possuem)
- Habilidade (algo que você é muito bom
- Público Alvo ou organizações muito específicas (bandeiras, movimentos)

COMUNICAÇÃO

Como eles conhecem você?

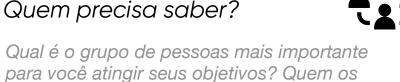
Como as pessoas te conheceram? Como você cria relacionamentos fortes com sua audiência? Quais elementos de comunicação (verbal, visual, etc)?

- Identidade visual (logo, paleta de cores, bordões)
- Identidade verbal (bio, CV, slogan)
- Tom da voz
- Storytelling
- Eventos e apresentações
- Videos e Reels

AUDIÊNCIA

Início do DSNP

Quem precisa saber?



• Clientes, clientes dos clientes

comunidades eles frequentam?

- Professores
- Gerentes, colegas e companheiros de graduação

influencia? Quais locais, redes sociais ou

- Recrutadores e headhunters
- Seus contatos pessoais
- Usuários, seguidores e fãs
- Comunidades de tecnologia
- Associações

- Opinião pública
- Influenciadores (jornalistas, blogueiros, formadores de opinião)

INVESTIMENTOS

O que você precisa?

Em quais atividades, recursos ou equipamentos, você deve investir (tempo ou dinheiro, para melhorar sua marca pessoal?

- Comunicação e marketing (frequência de posts e artigos no mês)
- Treinamentos, educação e cursos (oratória, teatro, programação, matemática)
- Consultoria e mentorias
- Condicionamento físico (disposição, combater a depressão)





RESULTADOS

O que você ganha?

Quais resultados você obtém por meio do Personal Branding?

- Ser conhecido
- Ser compreendido
- Perceberem meu valor
- Ser considerado para posições como cientista de dados
- Ser escolhido em entrevistas de emprego
- Passar a ser percebido como autoridade no LinkedIn e conseguir contratos de consultoria (ou freelance)
- Ser recomendado no boca a boca

