



ANÁLISE SWOT + ICP

(Ideal Customer Profile)

Análise estratégica
e foco no cliente certo

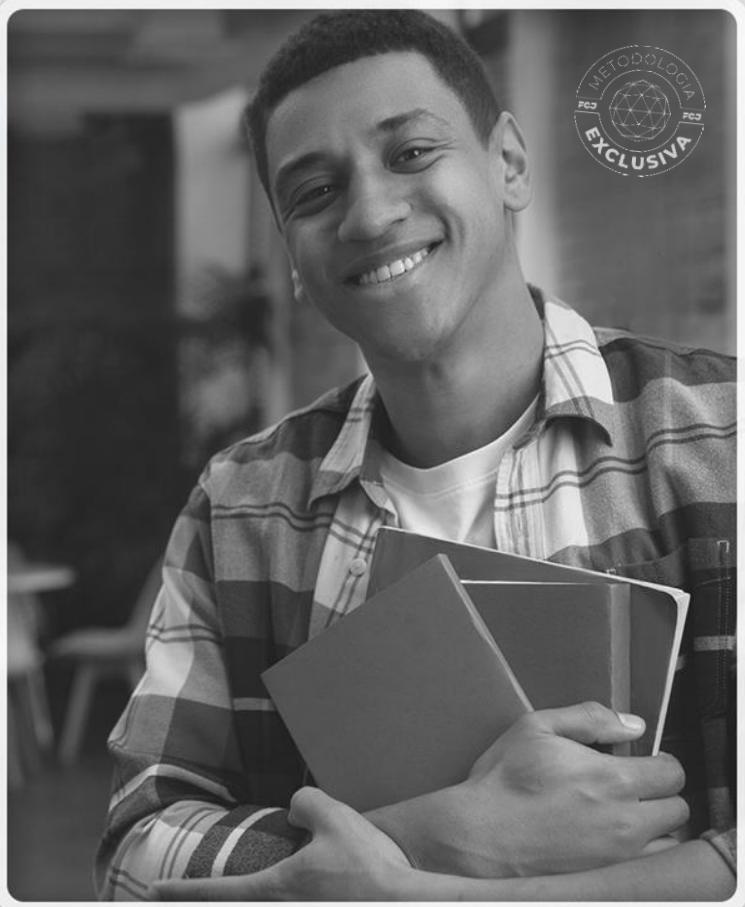


POR QUE ESSA AULA AGORA?

Vamos entender onde estão suas vantagens e quem realmente deve ser o alvo da sua tração.

Na aula anterior, mapeamos a situação atual da sua startup. Agora, vamos aprofundar:

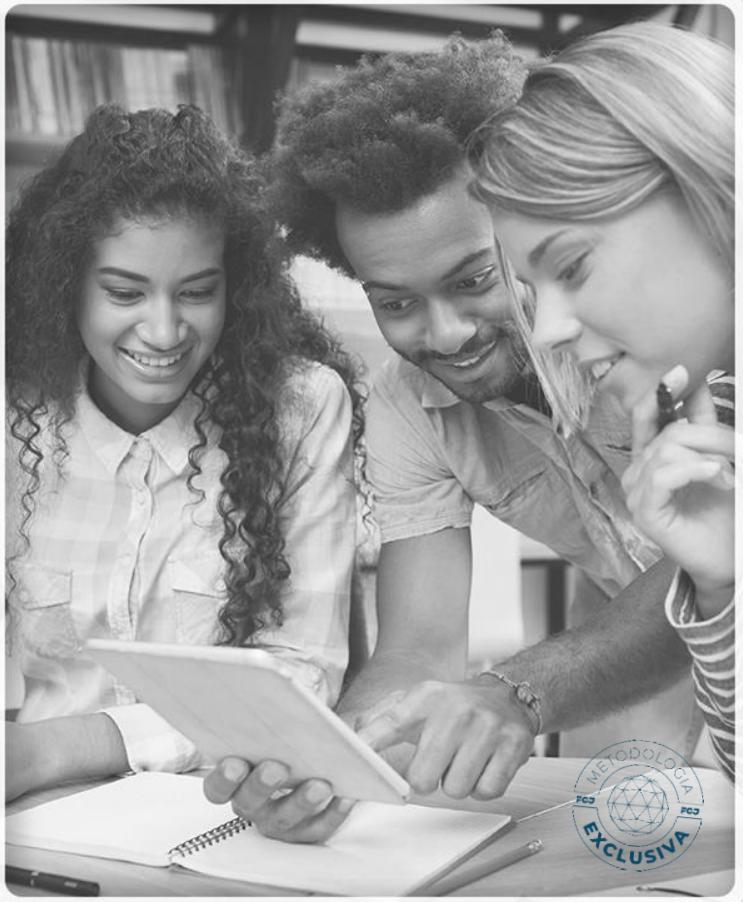
- O que sua startup tem de vantagem real?
- Onde estão os riscos e os gargalos?
- E quem é o perfil de cliente certo para crescer com eficiência?



QUAIS OS OBJETIVOS DA AULA

O que vamos trabalhar:

- Analisar as forças e vulnerabilidades do negócio com clareza (**SWOT**).
- Identificar oportunidades e ameaças externas no mercado.
- Definir o **ICP (Ideal Customer Profile)** com base em dados e contexto.
- Priorizar os clientes certos para escalar com eficiência.



ANÁLISE SWOT

FCJ
TR4CTION



ANÁLISE SWOT

Por que a SWOT ainda importa?

Ela não é só uma ferramenta de MBA:

Quando adaptada para startups, ela mostra:

- Onde sua startup pode competir melhor
- Onde ela pode quebrar se não olhar direito
- Quais são os ativos reais que para alavancar
- Quais tendências ou movimentos externos você precisa aproveitar (ou se proteger)



ANÁLISE SWOT

FORÇAS (Strengths)

Ambiente Interno (controlável)

O que você já tem que impulsiona o crescimento?

- Diferenciais, ativos, recursos
- Experiência do time, tecnologia
- Rede de contatos, autoridade

OPORTUNIDADES (Opportunities)

Ambiente Externo (não controlável diretamente)

O que o ambiente externo está abrindo para você?

- Tendências de mercado, gaps da concorrência
- Mudanças regulatórias favoráveis
- Novos comportamentos de consumo



ANÁLISE SWOT

FRAQUEZAS (Weaknesses)

Fatores Externos

O que está te *limitando hoje e precisa ser melhorado?*

- Falta de processos ou recursos
- Time sobrecarregado
- Canal de aquisição único

AMEAÇAS (Threats)

Fatores Externos

O que pode te *impactar negativamente de fora pra dentro?*

- Concorrentes maiores com verba de marketing
- Mudanças regulatórias negativas
- Alta dependência de uma tecnologia



ANÁLISE SWOT

Ferramenta: template

Análise SWOT

Você vai preencher no mínimo:

- 4 Forças
- 4 Oportunidades
- 4 Fraquezas
- 4 Ameaças

[**ACESSAR**](#)



ICP

IDEAL CUSTOMER PROFILE



ICP

Por que definir um ICP?

Você não consegue crescer tentando falar com todo mundo.

- Custo alto, mensagem genérica, equipe sobrecarregada.
- Com foco, você cria campanhas melhores, conteúdo certo e um produto mais valioso.

ICP = quem realmente vale a pena perseguir.



ICP

O que é o ICP na prática?

É o perfil de cliente com maior potencial de sucesso, retenção e retorno.

- Tem o problema que você resolve
- Vê valor no seu produto
- Consegue pagar
- Costuma ter um ciclo de vendas viável
- É quem você quer atrair *mais e mais*



O que vamos analisar no ICP:

- Segmento / Nicho
- Cargo / Tomador de decisão
- Dores reais
- Estágio de maturidade
- Orçamento disponível
- Ciclo de decisão
- Canais onde estão



ICP

Ferramenta: template ICP

Dicas:

- Use dados das vendas, entrevistas, atendimentos, pesquisas anteriores.
- Se tiver um cliente que representa bem o seu ICP, inspire-se nele.
- Use verbos de ação e substantivos claros.

[**ACESSAR**](#)



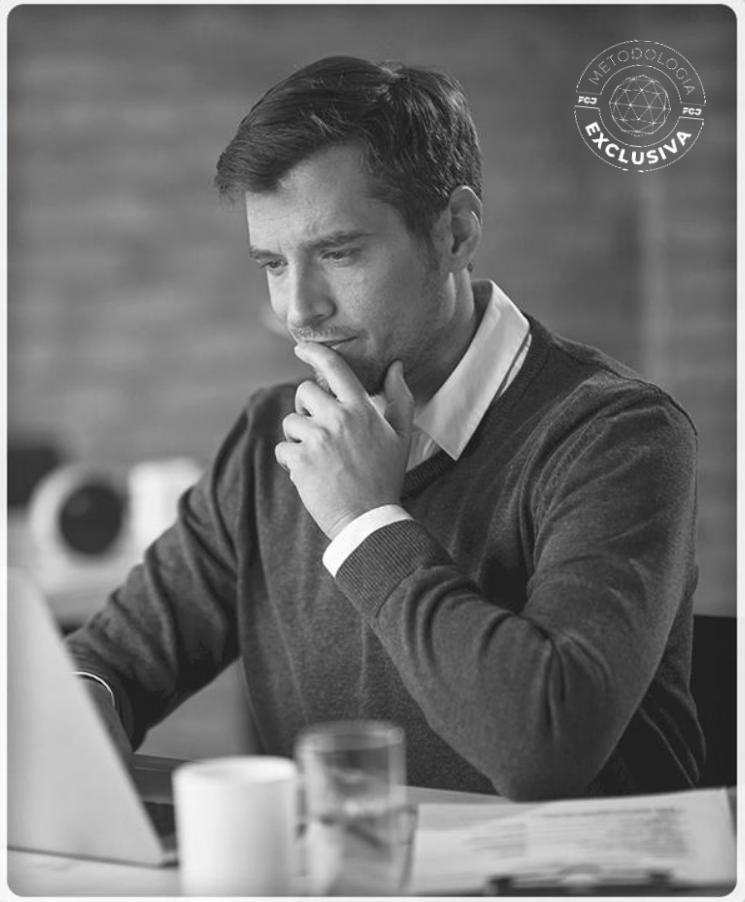
ANÁLISE FINAL E DÚVIDAS



REFLEXÃO FINAL DA AULA

Com base na SWOT e no ICP:

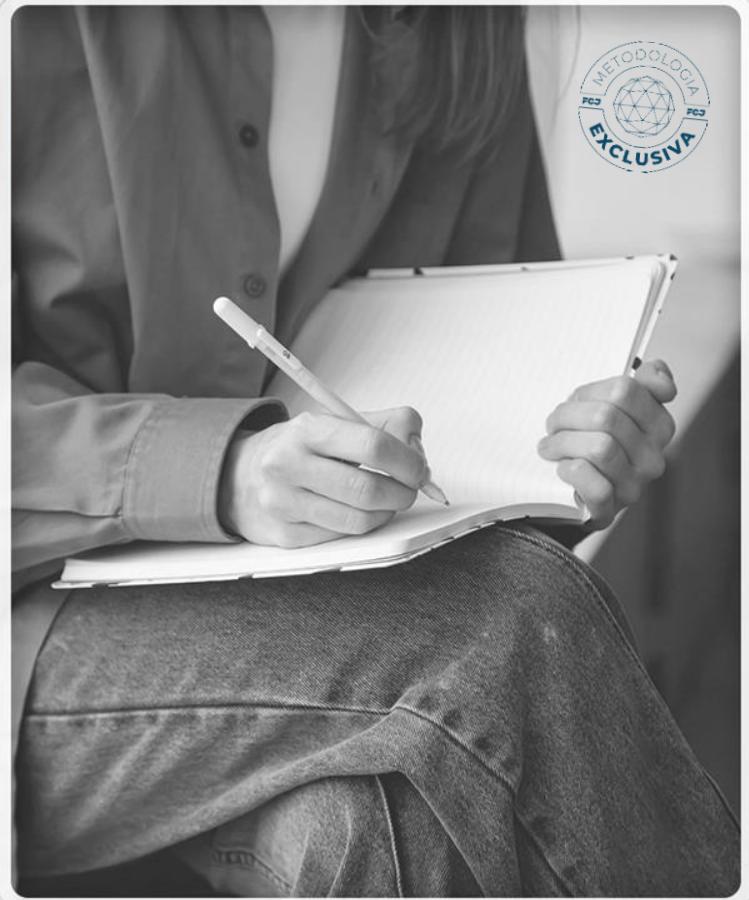
- Quais oportunidades você pode ativar nos próximos 30 dias?
- Que tipo de cliente você precisa dizer "não" a partir de agora?
- O que você precisa ajustar para atrair mais do seu ICP?



ENTREGÁVEIS E PRÓXIMOS PASSOS

Entregáveis:

- SWOT preenchida.
- ICP claro e alinhado com o momento da startup.
- Lista com 1 a 3 aprendizados aplicáveis.
- Prazo: até a próxima aula.

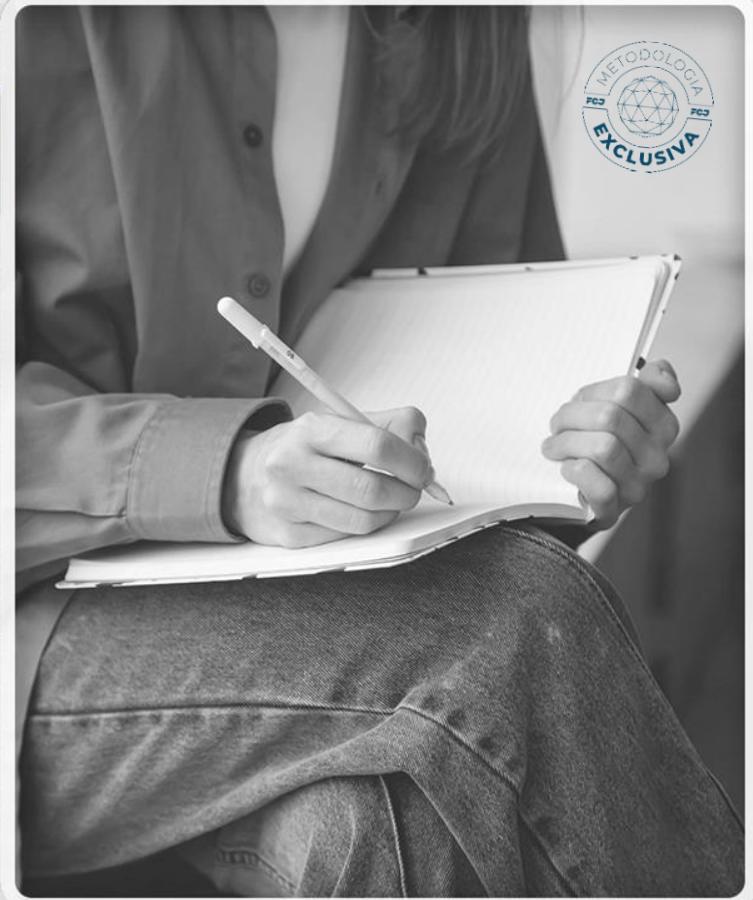


ENTREGÁVEIS E PRÓXIMOS PASSOS

Na próxima aula vamos:

- Entender a real motivação do cliente com o **JTBD Canvas**;
- Construir a **Persona estratégica** com base no ICP;
- Mapear a **Jornada de Compra** com clareza e precisão.

Mais do que entender **quem compra**, vamos entender **por que, como e quando**.



PERGUNTAS, DÚVIDAS, INSIGHTS?

Espaço para perguntas, trocas entre startups,
aprendizados em comum.

"O que ficou mais claro pra você hoje?"





OBRIGADO!

*"Crescer não é fazer mais.
É fazer o certo."*

Nos vemos na próxima aula!

