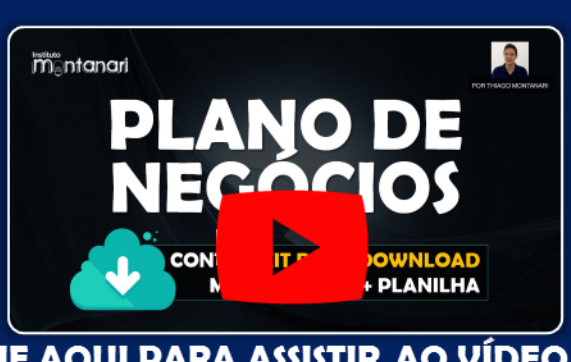
Instituto Montanari

Visite: http://institutomontanari.com.br/



CLIQUE AQUI PARA ASSISTIR AO VÍDEO

DICA

SE O PLANO DE NEGÓCIOS SERÁ APRESENTADO PARA OUTRAS PESSOAS COM A FINALIDADE DE CAPTAÇÃO DE RECURSOS, É RECOMENDÁVEL QUE VOCÊ PROCURE SABER O QUE O SEU POTENCIAL INVESTIDOR QUER VER. SE ESTA RECOMENDAÇÃO NÃO FOR SEGUIDA, CORRE-SE O RISCO DE O SEU PLANO TER PONTOS DESNECESSÁRIOS OU DE ESTAR INCOMPLETO, NA VISÃO DO INVESTIDOR.

OBSERVAÇÃO IMPORTANTE

EXISTEM DIVERSAS METODOLOGIAS PARA O DESENVOLVIMENTO DE PLANOS DE NEGÓCIOS. NO NOSSO CASO, ESTAMOS ADOTANDO UM MODELO ADAPTADO DO BUSINESS MODEL GENERATION, TAMBÉM CONHECIDO COMO CANVAS, QUE FOI DESENVOLVIDO POR ALEXANDER OSTERWALDER.S.

Iniciando a abordagem de cada um dos tópicos, começamos com dois itens opcionais, mas que consideramos importantes, já que facilitam a conversão do seu plano de negócios no planejamento estratégico da empresa, de modo que ele fique mais próximo da execução. Além disso, esses pontos ainda contam com a vantagem de deixar claro e registrada a pegada do empreendedor quanto ao negócio que ele está pretendendo criar.

ITEM 01
MISSÃO

A missão da empresa é o seu motivo de existir. Procure responder as seguintes perguntas para definir a missão:

- Por que o negócio está sendo criado?
- Qual é a principal razão para a sua criação?

ITEM 02
OBJETIVOS

É interessante registrar todos os objetivos, definido prazos para se alcançar cada um deles, considerando o início das operações do negócio.

Em seguida, temos os seguintes itens essenciais:

ITEM 03
PÚBLICO-ALVO

A caracterização do público-alvo e a segmentação de clientes são elementos essenciais para todo e qualquer negócio. O empreendedor precisa definir quem ele quer atingir para trabalhar com um foco previamente determinado.

Dentre as muitas técnicas existentes para esta caracterização, podemos citar o mapeamento do comportamento e dos hábitos desses potenciais clientes, bem como a forma como pensam, a sua personalidade, preferências...

Não é recomendável fazer caracterizações genéricas, sob pena de se gastar muitos recursos para se atingir quem realmente interessa.

Este item abre margem para a realização de pesquisas quanto a aceitação do produto ou serviço nos públicos e segmentos especificados.

ITEM 04
DIFERENCIAL DE MERCADO

Hoje em dia, é quase inconcebível que alguém venha a lançar um produto ou serviço sem pensar na diferenciação. Caso isso não seja feito, seu produto ou serviço tendem a se posicionar em um mercado já congestionado, conde existem muitos concorrentes.

Assim sendo, pense no diferencial de mercado do seu negócio, produtos ou serviços.

ITEM 05
CANAIS DE VENDA

A pergunta aqui é: como você pretende alcançar o seu público-alvo?

É preciso especificar os canais de venda, de comunicação e de relacionamento com os clientes e com os potenciais clientes. São esses canais que levarão a sua mensagem ao seu público-alvo.

Este item é muito importante para reduzir os custos com a comunicação, de modo que o negócio já nasce com a previsão estratégica do que precisa ser feito para levar o produto ou o serviço ao cliente.

Do mesmo modo, esta especificação ainda permite a realização de testes de performance prévios quanto aos canais, antes de o negócio passar a existir de fato. Isso deixará claro quais canais são mais interessantes e eficientes.

Por fim, não se esqueça de pensar nos canais de relacionamento, que são essenciais para a sustentabilidade do negócio. Pense além da prospecção!

ITEM 06
FORNECEDORES E PARCEIROS

Registrar a lista de parceiros e fornecedores é uma parte trivial do negócio!

Aproveite a sua lista e vá além... Faça contato com todos eles e descubra as suas condições e requisitos, como quantidade mínima, formas de pagamento, valor mínimo, tempo para a entrega, preço, bônus, descontos e tudo o que for pertinente ao seu negócio.

Se estiver com dúvidas quanto à qualidade do que eles oferecem, ligue para alguns dos clientes deles e peça recomendações.

ITEM 07
INFORMAÇÕES FINANCEIRAS

As informações financeiras do negócio costumam ser o item mais badalado em todo e qualquer plano de negócios.

Sobre estas informações, recomendamos que você divida este item em duas partes: a estrutura de custos e as expectativas de receita.

No primeiro caso (custos), pense em todos os gastos e despesas para montar e manter o negócio até que ele atinja o ponto de equilíbrio. Já no segundo caso (receitas), pense nas expectativas de venda, sempre lembrando que o que for previsto neste tópico se converterá necessariamente em metas operacionais para viabilizar o negócio.