

ESTRATÉGIA AMPLIFICADA

Como a IA potencializa as maiores metodologias de gestão para líderes.

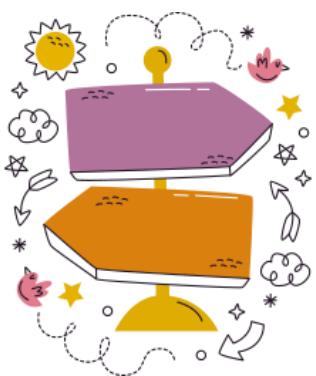
Templates Estratégicos para IA

Autor: Odemir Depieri Jr

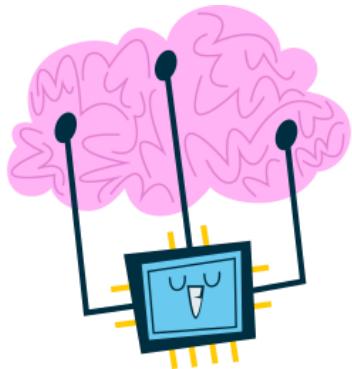
2025

Introdução

Para onde você direciona sua atenção quando tudo parece urgente e importante?



A vida de um líder é um exercício constante de tomada de decisão sob incerteza. Você é inundado por dados, demandas e oportunidades, mas o que realmente falta muitas vezes não é informação, e sim clareza, foco e um processo confiável para transformar essa complexidade em ação.



Este e-book não é sobre inteligência artificial. É sobre inteligência estratégica amplificada.

Este e-book mostra como **combinar metodologias consagradas com a Engenharia de Prompt**. Use a IA como um consultor para análises rápidas e profundas, e foque sua expertise no que realmente importa: decidir

Cada capítulo deste guia é dedicado a uma dessas ferramentas essenciais.

SWOT
Porter
CRISP-DM
OKRs
Análise de Stakeholders
Matriz de Eisenhower



Quando combinadas com o poder da IA, vão recalibrar a sua produtividade, aprofundar a sua visão estratégica e capacitar você a liderar com mais confiança e impacto.

Como utilizar esse e-book

1. IDENTIFIQUE seu desafio

(ex: decisão estratégica, priorização, planejamento)

2. SELECIONE o método correspondente

 <p>Para decidir: SWOT</p>	 <p>Para analisar o mercado: Porter</p>	 <p>Para executar: OKR</p>
 <p>Para priorizar: Eisenhower</p>	 <p>Para engajar pessoas: Stakeholders</p>	 <p>Para dados em decisão: CRISP-DM</p>

3. PREENCHA o template de prompt

(com seu contexto específico)

4. COLE na ferramenta de IA

Gemini



deepseek



OpenAI



Copilot



Claude

5. EXECUTE o plano gerado

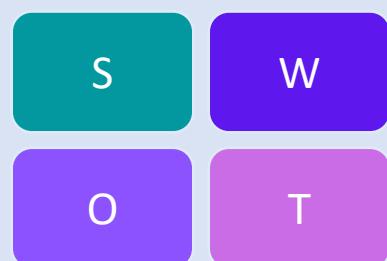
(com adaptações para sua realidade)

Metodologias

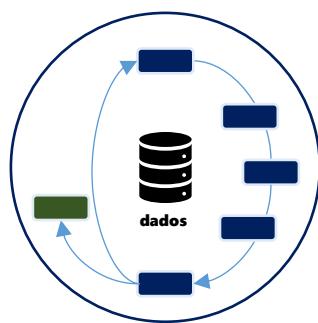
Porter: Quando precisar entender seu mercado e a concorrência.



SWOT: Quando precisar decidir o caminho estratégico.



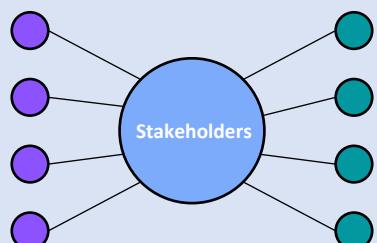
CRISP-DM: Quando precisar transformar dados em decisão.



OKR: Quando precisar alinhar e executar a estratégia.



Stakeholders: Quando precisar conduzir mudanças e gerir expectativas.



Eisenhower: Quando precisar priorizar o que realmente importa.



Estratégia Competitiva com IA

Metodologia: 5 Forças de Porter

Desenvolvida por Michael E. Porter da Harvard Business School, esta ferramenta analisa a intensidade competitiva e a atratividade de um mercado. Ela examina **cinco forças** que moldam toda a indústria:

1. **Rivalidade entre os concorrentes:** O número e a capacidade dos seus concorrentes diretos.
2. **Poder de barganha dos fornecedores:** A capacidade dos fornecedores de aumentar preços ou reduzir qualidade.
3. **Poder de barganha dos clientes:** A capacidade dos clientes de negociar preços mais baixos ou exigir mais qualidade.
4. **Ameaça de novos entrantes:** A facilidade com que novas empresas podem entrar no seu mercado.
5. **Ameaça de produtos ou serviços substitutos:** A existência de alternativas fora do seu setor que podem satisfazer a mesma necessidade do cliente.

Ao entender essas forças, um gestor pode identificar pontos de vantagem competitiva, fraquezas estruturais e avaliar o potencial de lucratividade do setor.

InSTRUÇÕES PARA A IA:

prompt

Atue como um consultor estratégico sênior. Sua missão é realizar uma análise detalhada das **5 Forças de Porter** com base no contexto fornecido.

(Preencha os campos abaixo)

Empresa/Setor: [Ex: Varejo de moda sustentável]

Produto/Serviço Principal: [Ex: Venda de roupas recicladas via e-commerce]

Mercado Geográfico: [Ex: Brasil]

Diretrizes:

1. Estruture a análise em 5 seções, uma para cada força.
2. Para cada força, inclua:
 - Análise Contextualizada: Como ela se manifesta no setor atual.
 - Intensidade: Classifique como Baixa, Média, Alta ou Muito Alta.
 - Justificativa: Liste 3 fatores-chave que explicam a intensidade.
3. Conclusão Estratégica:
 - Avalie a atratividade do setor (Pouco Atrativo a Muito Atrativo).
 - Destaque 2 oportunidades prioritárias e 2 ameaças críticas.

Requisitos:

- Seja metódico e específico.
- Evite generalidades.
- Baseie-se em dados e tendências recentes.
- Foque em insights açãoáveis para a liderança.

Decisões Estratégicas com IA



Metodologia: Análise SWOT

Ferramenta clássica que combina análise interna (Forças e Fraquezas) e externa (Oportunidades e Ameaças) para orientar decisões.

- **Forças (Strengths):** Atributos internos e positivos que você controla e que dão uma vantagem sobre a concorrência. (Ex.: equipe talentosa, marca forte, tecnologia proprietária).
- **Fraquezas (Weaknesses):** Atributos internos e negativos que estão sob seu controle, mas que colocam você em desvantagem. (Ex.: falta de capital, processos defasados, alta dependência de poucos clientes).
- **Oportunidades (Opportunities):** Fatores externos e positivos que você pode explorar para ganhar vantagem. (Ex.: novas tendências de mercado, mudanças regulatórias favoráveis, lacunas não atendidas pela concorrência).
- **Ameaças (Threats):** Fatores externos e negativos que estão fora do seu controle e que podem representar riscos para o negócio. (Ex.: novos concorrentes, crise econômica, mudanças no comportamento do consumidor).

O objetivo da SWOT é cruzar essas informações para formular estratégias que usem as Forças para explorar Oportunidades, minimizar Fraquezas e se defender de Ameaças.

Instruções para a IA:

prompt

Atue como um consultor especializado em estratégia empresarial. Sua tarefa é realizar uma **análise SWOT detalhada**, crítica e açãoável, com base no contexto acima.

Empresa/Projeto: [Nome ou descrição breve]

Setor de Atuação: [Ex.: Tecnologia, Varejo, Saúde]

Objetivo Estratégico: [Ex.: Expansão para o mercado Y]

Etapas da Análise:

1. Matriz SWOT Contextualizada

- Para cada quadrante (Forças, Fraquezas, Oportunidades, Ameaças), liste de 3 a 5 itens específicos e relevantes.
- Justifique brevemente cada item e destaque os 2 mais críticos em cada categoria.

2. Cruzamento Estratégico

- Proponha ações concretas com base nos cruzamentos:
- SO (Forças + Oportunidades): Como explorar oportunidades usando nossas forças?
- ST (Forças + Ameaças): Como usar nossas forças para defender contra ameaças?
- WO (Fraquezas + Oportunidades): Como aproveitar oportunidades para reduzir fraquezas?
- WT (Fraquezas + Ameaças): Como minimizar riscos defensivamente?

Conclusão Executiva

- Resuma as 3 principais implicações estratégicas.
- Indique 3 recomendações prioritárias de ação para a liderança.

Requisitos:

- Seja realista e crítico.
- Evite generalidades; foque no contexto fornecido.
- Gere insights práticos e açãoáveis.



Metodologia: CRISP-DM para Gestores

O CRISP-DM é um processo padrão e cíclico para projetos de mineração de dados e ciência de dados. Sua grande vantagem é ser metódico e garantir que o foco permaneça no objetivo de negócio, não apenas na tecnologia. Para o gestor, as fases mais importantes são as iniciais e as finais:

- Entendimento do Negócio:** A fase mais crítica. Define-se qual é o problema, os objetivos, os critérios de sucesso e os requisitos do ponto de vista do negócio.
- Entendimento dos Dados:** Identifica quais dados são necessários e estão disponíveis para responder à pergunta do negócio.
- Preparação dos Dados:** O processo de limpeza, transformação e enriquecimento dos dados para análise.
- Modelagem:** Aplicação de técnicas de machine learning e estatística para encontrar padrões e construir modelos.
- Avaliação:** Analisa-se se o modelo construído atende aos objetivos de negócio definidos na primeira fase. "O resultado é válido e útil?"
- Implantação:** Coloca-se o modelo em produção para gerar valor real, e planeja-se o monitoramento contínuo dos resultados.

Instruções para a IA:

prompt

Atue como um consultor **especialista em CRISP-DM**. Com base no contexto acima, elabore um plano executivo para o projeto de dados:

Empresa/Setor: [Ex: Varejo de Eletrodomésticos]

Objetivo Estratégico Macro: [Ex: Reduzir custos operacionais]

Problema de Negócio Específico: [Ex: Alta taxa de churn (25% mensal) impactando a receita]

Pergunta-Chave para a Análise: [Ex: Quais fatores mais influenciam o churn nos primeiros 90 dias?]

Critério de Sucesso: [Ex: Reduzir churn em 30% em 6 meses]

1. Entendimento do Negócio

- Resuma o objetivo e a métrica de sucesso.

2. Dados Necessários

- Liste 3-5 fontes de dados críticas (ex: dados de uso, transações, suporte).

3. Abordagem Analítica

- Sugira 2-3 técnicas (ex: análise de coorte, modelo de classificação).

4. Implantação e Próximos Passos

- Como avaliar os resultados? (métricas)
- Como implantar os insights? (ex: lista de clientes em risco)
- Próximos passos imediatos para a equipe.

Requisitos:

- Linguagem clara e direta (evite jargões técnicos).
- Foco em soluções açãoáveis para o negócio.

Alinhamento Perfeito



Metodologia: OKR

OKR (Objectives and Key Results) é um framework de definição de metas criado na Intel e popularizado pelo Google. Ele é composto por dois elementos centrais:

- **Objective (O)**: A direção, o "onde queremos chegar". É uma descrição qualitativa, ambiciosa e inspiradora do que se deseja alcançar em um ciclo (ex.: trimestre). Deve ser significativo, claro e motivador.

Exemplo: "Dominar o mercado de [seu nicho] no Brasil."

- **Key Results (KRs)**: As métricas, o "como sabemos que estamos chegando lá". São 3 a 5 resultados-chave quantitativos e mensuráveis que, se alcançados, comprovam que o Objective foi cumprido. Eles devem ser específicos, agressivos mas realistas, e baseados em dados.

***Exemplo**: "Aumentar a Receita Mensal Recorrente (MRR) em 30%", "Alcançar uma taxa de satisfação do cliente (NPS) de +50", "Capturar 15% de market share."*

A magia do OKR está no alinhamento: os KRs da diretoria se desdobram em Os dos departamentos, criando uma cadência de execução focada e transparente em toda a organização.

Instruções para a IA:

prompt

Atue como um consultor **especialista em OKRs**. Com base no contexto acima:

(Preencha os campos abaixo)

Empresa/Área: [Ex: Departamento de Vendas]

Ciclo: [Ex: 4º Trimestre de 2024]

Meta de Alto Nível: [Ex: Expandir para o mercado B2B]

Objective (O)

- Proponha 1 objetivo inspirador e ambicioso.

Key Results (KRs)

- Defina 3-4 resultados-chave mensuráveis e desafiadores.
- Inclua métrica atual e meta para cada KR.

Validação

Os KRs comprovam o Objective?

- Há equilíbrio entre métricas de resultado (lag) e de processo (lead)?

Próximos Passos

- Sugira 1-2 iniciativas por KR.

Requisitos:

- Linguagem clara e orientada a ação.
- Foco em resultados quantificáveis.

Mapeando o Ecossistema



Metodologia: Análise de Stakeholders

Análise de Stakeholders (ou Partes Interessadas) é um processo sistemático de identificar, categorizar e estrategizar a comunicação com todos os indivíduos, grupos ou organizações que são impactados por ou podem impactar um projeto, decisão ou iniciativa da empresa.

- **Objetivo:** Compreender expectativas, construir apoio e mitigar riscos de forma proativa.
- **Foco:** Alinhamento estratégico, não manipulação.
- **Resultado:** Gestão de mudanças mais eficaz e previsível.

Para que serve:

- Evitar surpresas e resistências durante implementações.
- Priorizar comunicação e engajamento.
- Transformar opositores em aliados potenciais.

Projetos falham muitas vezes por relações mal geridas, não por problemas técnicos. Esta análise é seu "mapa relacional" para navegar em mudanças complexas.

Instruções para a IA:

prompt

Atue como um consultor sênior em **gestão de mudanças**. Com base no contexto acima:

(Preencha os campos abaixo)

Nome do Projeto/Iniciativa: [Ex: Implementação do novo ERP]

Objetivo Principal: [Ex: Unificar sistemas e processos]

Escopo/Área de Impacto: [Ex: Áreas de Finanças e Operações]

1. Identifique os principais stakeholders (internos/externos).

2. Classifique cada um usando:

- Poder: Alto/Médio/Baixo (influência no projeto).
- Interesse: Alto/Médio/Baixo (impacto/engajamento).
- Posição: Apoiador/Neutro/Opositor.

3. Estratégia de Engajamento

- Sugira abordagens específicas por grupo (ex: comunicação direta para alto poder/alto interesse).

4. Plano de Ação

- Principais riscos e oportunidades.
- 3-5 ações de comunicação prioritárias.

Requisitos:

- Análise estratégica e açãoável.
- Linguagem clara e direta.

Priorização Estratégica



Metodologia: Matriz de Eisenhower

Popularizada pelo Presidente dos EUA Dwight D. Eisenhower, essa matriz é uma ferramenta simples mas profundamente eficaz para priorizar tarefas com base em dois critérios: Importância e Urgência. Para o gestor, ela vai além da lista de afazeres; é uma ferramenta estratégica para decidir onde focar seu tempo, sua energia e os recursos da sua equipe. Ela categoriza as atividades em quatro quadrantes:

- **Quadrante 1** (Importante & Urgente): Crises, problemas críticos. (Fazer agora).
- **Quadrante 2** (Importante & Não Urgente): Planejamento estratégico, prevenção de problemas, desenvolvimento. (Agendar para fazer).
- **Quadrante 3** (Não Importante & Urgente): Interrupções, algumas reuniões, distrações. (Delegar).
- **Quadrante 4** (Não Importante & Não Urgente): Atividades triviais, perda de tempo. (Eliminar).

A chave para a efetividade estratégica está em maximizar o tempo gasto no Quadrante 2.

Instruções para a IA:

prompt

Atue como um consultor em produtividade executiva. Use a [Matriz de Eisenhower](#) para priorizar os itens acima:

Área de Foco: [Ex: Portfólio de Projetos de TI]

Objetivo Estratégico: [Ex: Consolidar infraestrutura tecnológica]

Itens para Priorizar: [Ex: Migrar servidores para nuvem], [Ex: Treinar equipe em novo software]

1. Classifique cada item nos quadrantes:

- Q1 (Fazer agora): Importante + Urgente
- Q2 (Agendar): Importante + Não Urgente
- Q3 (Delegar): Não Importante + Urgente
- Q4 (Eliminar): Não Importante + Não Urgente
- Inclua breve justificativa por item.

2. Análise Estratégica

- Qual quadrante tem mais itens? O que isso indica?
- Quais itens do Q2 são críticos mas negligenciados?

3. Plano de Ação

- Q1: Ação imediata para o item mais crítico.
- Q2: Item para agendar com recursos.
- Q3: Sugestão de delegação por item.
- Q4: Itens para eliminar.

Entregáveis:

- Tabela resumo com classificação.
- Recomendações objetivas e açãoáveis.

Autor



Fundador @DataV

Escola ciência de dados com mais de 50 mil alunos

Analytics Lead @Itaú

Passagens: Seguros, Operações, Atendimento, Jurídico, Planejamento e Veículos

Palestrante, Professor e Especialista em IA.

 **@Odemir Depieri Jr**

Acesse nosso site para ficar por dentro

Exec-ia.com.br