

PLANEJANDO SEU NEGÓCIO EM 8 PASSOS SIMPLES



MÁRLEY NOLETO

Sobre o livro

O objetivo deste e-book é orientar ao empreendedor de que é possível planejar seu negócio de forma rápida e fácil e com baixo custo, e, com isto, ajudá-lo a conseguir ter sucesso com seu empreendimento.

Prefácio

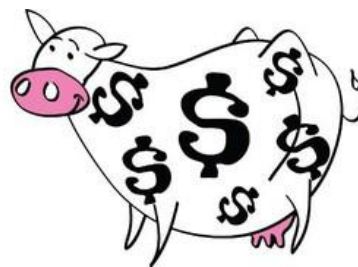
Todos sabem que para que um negócio tenha sucesso é preciso planejar.

No entanto muitos pensam que para planejar é preciso investir rios de dinheiro em consultorias especializadas. Verá neste livro que isto é um mito e que é possível planejar sem custos exuberantes.

Passo 1- Defina quais serão suas fontes de receita

Qual produto ou serviço você quer oferecer ou oferece para o mercado? Relacione estes produtos ou serviços e defina o preço de venda de cada um. Também é importante saber se o produto ou serviço é uma vaca-leiteira ou se ele é um produto estrela.

Vaca-leiteira: este tipo produto ou serviço gera uma receita recorrente que ajuda a cobrir os custos fixos do negócio.



de

Exemplo: contratos de prestação de serviço de telefonia

Estrela: um produto estrela é um produto que exige um esforço e investimento maior do seu negócio para que este seja vendido. O custo deste produto ou serviço é maior que um produto ou serviço que gera uma receita recorrente.



Exemplo: produto de prateleira

Passo 2 - Defina seu público alvo

“Faça a seguinte pergunta: *Quem compraria meu produto ou serviço?*”

Depois de definir qual é o produto ou serviço que irá oferecer ao mercado, precisa descobrir quem tem interesse no seu produto ou serviço e se ele é atrativo para o mercado. Para isto é possível fazer pesquisas com aqueles que você tem relacionamento. Como fazer isto de forma prática e rápida? Você pode por exemplo utilizar de ferramentas gratuitas disponibilizadas pelas as próprias redes sociais ou sites como por exemplo formulários de pesquisa do Google ou posts do Facebook.

Google Drive: com esta ferramenta do Google você tem acesso a criação de um formulário de pesquisa on-line que pode ser disparada para vários e-mails e depois analisar as respostas. É necessário que você tenha uma conta de e-mail no Gmail apenas. (Veja figura 1)

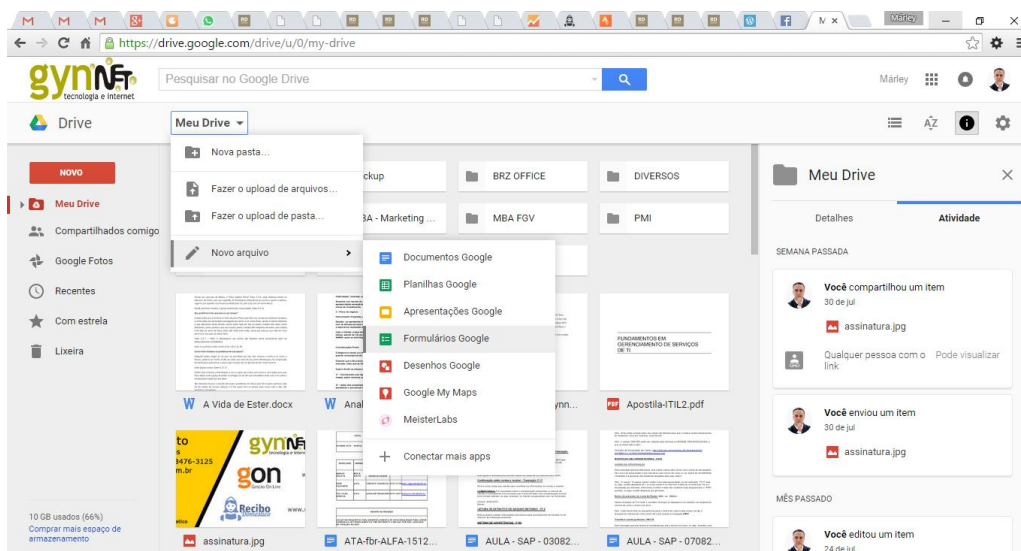


Figura 1. Tela do Google Drive com Formulário de pesquisa

Facebook: com o Facebook você pode criar um post com uma imagem do seu produto e um breve texto explicativo e com a seguinte pergunta: Você compraria este produto ou serviço? Se sim curta senão comente porque não gostou. Então basta monitorar a quantidade de curtidas e a quantidade de comentários, que terá uma estatística de quantas pessoas gostaram de seu produto ou serviço. (Veja figura 2)



Figura 2. Tela do post no Facebook com pesquisa

Passo 3 - Defina qual o valor que seu público alvo quer receber

Que valor seu negócio vai gerar para seus clientes? Para definirmos este valor precisamos saber primeiramente o que é valor.

“Valor é o que é percebido pelo seu cliente e que está agregado à sua marca.”

Valor não é apenas preço. Você pode por exemplo aumentar a percepção do valor de sua marca ao executar um pós-venda eficiente mostrando ao cliente que se preocupa com ele. Também pode entregar valor ao seu cliente tendo um ótimo atendimento, ou a disponibilizar ao seu cliente acesso fácil para resolução de problemas, mas claro, também é preciso resolver de forma rápida e que ele fique satisfeito.

Exemplos de formas de se gerar percepção de valor ao seu cliente:

- Estreitar o relacionamento ao lembrar datas de aniversário
- Permitir acesso fácil ao dono. Temos um grande exemplo de uma empresa que vende eletrodomésticos e móveis à população, que faz isto muito bem.
- Cumprir com os compromissos assumidos como prazos de entrega
- Transparência nas negociações
- Honestidade

“Os consumidores comprarão da empresa que lhes entregar o maior valor!”

Passo 4 - Defina com quais meios sua empresa se relacionará com seu público alvo

“Faça a seguinte pergunta: *Como meu cliente irá se relacionar com minha empresa?* ”

Hoje temos muitos meios disponíveis no mercado além dos meios tradicionais como telefone e e-mail veja abaixo alguns:

- Site
- Chat online
- Fan page no Facebook
- Página no LinkedIn
- Página no Google+

Hoje em dia existem ferramentas em que você pode criar um site gratuito com apenas alguns cliques, basta você pesquisar na internet como por exemplo: wordpress.com e wix.com

Passo 5 - Defina quais são as atividades chave do seu negócio

“Faça a seguinte pergunta: *Quais as tarefas diárias precisam ser executadas para a perfeita operação do meu negócio?*
”

Atividades chaves são as atividades operacionais do seu negócio como por exemplo: vender, comprar, estocar, entregar, etc. Através desta atividade você conseguirá definir quais pessoas, colaboradores ou parceiros que seu negócio precisará possuir para que seu ciclo operacional se concretize.

Passo 6 - Defina quais são seus canais de entrega do seu produto

“Faça a seguinte pergunta: *Como
minha empresa entregará nosso produto ou
serviço?* ”

O tipo da entrega varia dependendo do seu tipo de produto ou serviço. Vejamos abaixo alguns tipos de entrega e seus respectivos tipos de produtos

Produto de Prateleira:

Entrega por: transportadora, no balcão da loja local, transporte próprio da loja em caso de frota própria.

Produto vendido pela internet:

Entrega por: Transportadora, correios ou transporte próprio em caso de frota própria

Serviços:

Entrega por: transporte próprio

Serviços On-line (internet):

Entrega por: download, cloud-computing, navegador, Email.

Passo 7 - Defina quais são os recursos chave que lhe ajudarão a realizar suas atividades chave

“Recurso chave: *é aquele envolvido, interna ou externamente, com a operação do seu negócio. ”*

Com base no que você definiu no passo (4), você definirá quem serão as pessoas ou empresas que te ajudarão a realizar as operações do seu negócio. Com base nos exemplos que definimos no passo (4) podemos dizer que teremos: vendedor, comprador, estoquista, transportadora, e se decidiu ter um site como meio de relacionamento você precisará por exemplo de um provedor de internet para hospedar este site.

Passo 8 - Defina qual o custo da sua estrutura de negócio

“Faça a seguinte pergunta:
Quanto custa manter o meu negócio? ”

Com base em todas as informações na relação dos recursos chave definidos no passo (7) você já pode levantar os custos destes através de pesquisa de mercado utilizando a própria internet para orçar fornecedores ou até mesmo valores de salários através de pesquisas salariais prontas através de sites de emprego ou até mesmo através dos sites dos sindicatos de cada categoria de colaborador que seu negócio possuirá. Porém você precisa conhecer as categorias de custo.

Os custos podem ser fixos ou variáveis. Veja alguns exemplos de custos:

“Faça a seguinte pergunta: *Quais são as contas que terei que pagar mensalmente? ”*

Custos Fixos

Custos fixos são aqueles que se repetem mensalmente independentemente do valor.

Água, Luz, Salários dos Funcionários, Pró-labore do sócio (seu salário), honorário do contador, taxa de manutenção de sua conta corrente, telefone, provedor de internet, encargos trabalhistas, aluguel, vale-transporte, etc.

Custos Variáveis

“Faça a seguinte pergunta: *Quais as despesas que são geradas com a venda de meu produto ou serviço?* ”

Custos variáveis são custos que surgem ou de custos com a venda do produto como: impostos e fretes, comissão e marketing e propaganda. Eles não se repetem mensalmente. Exemplos:

Impostos como ICMS, PIS, COFINS ou IPI para produtos industrializado ou importados, comissão sobre as vendas, frete pago pelo emitente, etc.

“Os custos também podem ser diretos e indiretos, mas o que é isto? ”

Custos Indiretos:

São os custos que não estão diretamente ligados à produção ou venda do seu produto ou serviço. Exemplo: salários do pessoal administrativo, material de escritório da administração, aluguel, dentre outros.

Custos diretos:

São custos que estão diretamente ligados à produção ou venda de seu produto ou serviço, ou seja, se não existir o produto ou serviço o custo não existe. Exemplo: impostos, comissão, custos da produção no caso de indústria, embalagem do produto, dentre outros.

Sobre o Autor



Pós-graduado no curso MBA Executivo em Gestão de Projetos pela FGV - Fundação Getúlio Vargas, com 16 anos de experiência na área de T.I. construída em empresas de pequeno, médio e grande porte. Iniciou sua carreira em 1997 como gerente de informática na Makro Service

Materiais Elétricos, onde gerenciou implantações de software ERP. Em 2002 ingressou como desenvolvedor de software na empresa LG Informática participando de projetos de customização de software para empresas como Telemar, Rede Globo e Ambev, após 2004, como empreendedor, atuou como consultor em empresas como: Hypermarchas S/A no projeto HyperSAP, Grupo José Alves, Politec S/A, Rede Marajó S/A.

Direitos Autorais

Autor

Márley Nolêto

Editor

Márley Nolêto

Copirraite © 2015 Márley Nolêto

Primeira publicação usando Papyrus, 2013

ISBN : 07082015