



SIIMKT
SOLUÇÕES EM MARKETING

Ebook

**7 PASSOS PARA
ESTRUTURAR UM
PLANO DE
NEGÓCIOS DE
SUCESSO**

www.siimkt.com.br

Errar no papel é bem melhor do que errar no mercado. Prepare-se para elaborar um plano de negócios. O documento descreve por escrito os objetivos e quais caminhos devem ser seguidos para alcançá-los, diminuindo riscos e incertezas. Esse planejamento vai demonstrar se o seu negócio é viável, considerando estratégia, mercado, operações e gestão financeira. Planejar-se é um dos passos mais importantes para o empreendedor e pode definir o sucesso de sua empresa ou projeto. Com o plano em mãos, o empreendedor tem a oportunidade de antecipar-se aos possíveis erros e conhecer os pontos fracos e fortes do negócio. Poderá chegar ao mercado com mais segurança e conhecimento.

Passo 1: Análise do mercado

Analisar o mercado é uma das etapas para a elaboração do plano de negócios. Saber quem são os clientes, concorrentes e fornecedores, além de detalhar quais são os produtos ou serviços que vai oferecer. Identificar o público-alvo de seu empreendimento é fundamental. Parece óbvio, mas é importante lembrar: sem clientes, não há como uma empresa existir. Buscar informações detalhadas sobre quem é esse cliente, onde ele se encontra, se ele é pessoa física ou jurídica, como ele se comporta e o que ele busca no mercado. O levantamento dessas informações pode ser feito por meio da elaboração de questionários, entrevistas e conversas com clientes potenciais, ou por análise da concorrência. As informações coletadas vão traçar um retrato do mercado e indicar se a empresa está indo na direção do que desejam os futuros clientes.

Os resultados vão ditar as ações de promoção e marketing para a empresa conquistar o público logo no início da atuação. O empresário pode buscar empresas especializadas para realizar essa tarefa. Caso não disponha de recursos para contratar institutos estabelecidos, ele pode buscar empresas juniores ou startups em universidades. O custo pode ser mais baixo.

Após traçar o perfil do público-alvo, é importante pensar no posicionamento do produto. Como ele será visto pelo mercado: por exemplo, um item de qualidade e com bom custo-benefício. Quanto mais dados específicos sobre o mercado o empreendedor tiver, ele terá conhecimento e subsídios suficientes para desenvolver, por exemplo, um plano de marketing e aplicá-lo em benefício do novo negócio.

Passo 2: Operacional x financeiro

Concluídas as etapas de amadurecimento da ideia do negócio, é hora de saber a melhor maneira para executá-la: entra em cena a elaboração dos planos operacional e financeiro. O plano operacional descreve como a empresa está estruturada: localização, instalações físicas e equipamentos. O empresário também faz estimativas acerca da capacidade produtiva ou de quantos clientes consegue atender por mês, além de traçar quantos serão os funcionários e as tarefas de cada um. É importante descobrir se o negócio é financeiramente viável. No plano financeiro, o empreendedor terá noção do quanto deve investir para concretizar a empresa. O documento deve conter, basicamente, as estimativas de custos iniciais, de despesas e receitas, capital de giro e fluxo de caixa e de lucros. Nos dois planos, é imprescindível apresentar cada item com detalhes, etapa por etapa, para oferecer um panorama inicial de operacionalização do negócio, a fim de evitar desperdícios e otimizar as rotinas. Planejar o investimento do negócio é parte desse processo, por isso, o plano financeiro também é importante. Os custos pré-operacionais devem ser projetados, identificando o que será necessário adquirir para que a empresa seja aberta, como aluguel e reforma do espaço e as taxas de registro. A lista de equipamentos, ferramentas e veículos, elementos dos quais a empresa dependerá para funcionar, entram no grupo dos investimentos fixos. Nesse momento, deve ser observada a necessidade imediata de cada item ou até mesmo se alguns deles podem ser alugados ou terceirizados. Além disso, estipular o capital de giro, que é o montante de recursos para garantir o funcionamento normal da empresa, principalmente para as despesas e receitas.

Passo 3: Posicionamento de marca

Como você gostaria que o seu público entendesse quem você é?

Quais as palavras que você quer deixar na mente da sua persona?

Quais os valores, a missão, essência, visão, propósito da sua marca?

Para que a sua marca existe?

Talvez antes disso você precise criar a sua persona, qual será o seu público. O que essas pessoas gostam, qual sua dor?

Quando você descobre o seu cliente, ele se torna ideal pois terá exatamente a dor do que você soluciona.



Passo 4: Qualidade x custo benefício

Depois de traçar o perfil do público-alvo, é importante pensar no posicionamento do seu produto. Como ele será visto pelo mercado? É um produto de boa qualidade e com bom custo-benefício? De qualidade e com um preço acima da média? É importante saber o valor que o seu produto carrega, tanto no preço quanto na qualidade, para tomar decisões específicas quando for anunciá-lo. Conhecer o que está vendendo ajuda a convencer outras pessoas a comprá-lo.

Passo 5: Divulgação e Marketing

Defina uma estratégia, um plano de marketing que funcione e que você vai cumprir pelo menos nos 3 meses do seu negócio. Nunca esqueça que sua empresa precisa estar no instagram e facebook, precisa ter um site. Se importe com o seu público, entregue conteúdo de valor para ele sem esperar nada em troca. esteja no dia a dia com ele em suas dores. Você vender para ele de fato será uma consequência depois de um período de relacionamento, Não vai adiantar um plano de marketing com muitas ferramentas se hoje você está começando. Passos claros e sem parar. Isso vai te levar ao sucesso.

Algumas ferramentas básicas e estratégias que pode ser boa para o seu negócio:

1. Mídias sociais;
2. Site
3. Adswords anúncios
4. E-mail marketing
5. Midia pelo whatsapp
6. Publicidade online e offline
7. Promoções e eventos

Passo 6: Comercial

Agora que você já definiu quais as estratégias vai usar no seu negócio, como será o processo comercial, para fazer com que o seu negócio chegue as mãos dos seu clientes? Você terá vendedores ou representantes? Precisa desenvolver um portfólio ou material que tenha de forma clara os seus produtos ou serviços, preço, descrição, forma de pagamento e tudo que seu cliente precisa saber para comprar sem restar dúvidas.

Qual será o processo que seu representante vai usar assim que receber um pedido de orçamento? Será por ligação, e-mail? Como será a continuidade desse relacionamento até a compra efetiva do seu produto ou serviço?

E quando o cliente comprar? Quem fará a pós venda e como será esse processo?

Você vai ter alguém para fazer o acompanhamento dessas vendas ou será você mesmo? Muito importante ser alguém com o espírito empreendedor também, comercial, que motive a equipe de vendas, trazendo ferramentas para motivar e fazer a equipe vestir a camisa da empresa.

Passo 7: Parcerias e relacionamentos

As parcerias são de grande importância, ainda mais nesse início ou se você quer reestruturar a sua empresa. Busque parceiros que tenham a ver com o seu tipo de negócio e que vai ter tanto interesse quanto você na parceria.

Ex: se você é um espaço de estética, busque parceiros de produtos e marcas que você usa no seu negócio.

Nesse início, faça bastante networking, converse com as pessoas, trabalhe com indicação, esteja em eventos ligados a sua área. Participe de grupos, mesmo que para você isso possa parecer chato demais.



Somos a Siimkt!

Criamos estratégias para que empresas, pessoas, Igrejas e Instituições construa seu potencial maior de crescimento, através de **soluções em marketing**. Nosso olhar é voltado para as questões que eventualmente possam estar impedindo o seu crescimento, e de forma criativa trabalhamos fornecendo as ferramentas que a sua empresa precisa para fidelizar seus clientes, e alcançar metas e excelência empresarial. Nosso foco é voltado em ações com **estratégias de marketing digital, e-mail marketing, ações promocionais, parcerias com o mercado, comunicação interna**. Nossa missão é inspirar e ajudar pessoas, negócios e Instituições na construção do seu potencial maior de crescimento, através de soluções e estratégias de marketing, planejamento, organização, rotina, empreendedorismo. Temos o propósito de inspirar as pessoas a fazer o que nos inspira.



siimkt



siimkt



www.siimkt.com.br

Sou Simone Silva, fundadora da Siimkt

Casada, mãe da Esther de 5 anos, e há 15 anos atuo na área marketing, com foco em planejamento integrado na comunicação. Sou formada em marketing, tenho pós graduação em gestão empresarial, e diversos cursos em marketing digital. Durante a minha vida profissional, fiz muitos cursos, comecei, recomecei, caí e levantei por algumas vezes. Mas foi assim que me reencontrei. Eu descobri um modo de usar algo que amo muito que é o meu propósito, que é inspirar e ajudar pessoas, negócios e Instituições na construção do seu potencial maior de crescimento, através de soluções e estratégias de marketing, planejamento, organização, rotina, empreendedorismo e comunicação.

**Você aceita ser ajudado
por mim?**

