

COMO FAZER UM PLANO DE NEGÓCIO

de Candice Pascoal



Como Fazer um Plano de Negócio

SUMÁRIO

1. Qual é o problema que você está resolvendo?	1
2. Qual é o seu produto ou serviço?	1
3. O Mercado e a concorrência	2
4. Hora de fazer o famoso 4Ps de seu Plano de Negócio!	3
5. Time, parceiros e proprietários	4
6. Preencha seu Business Model Canvas	4
7. Plano de Execução	5
8. Análise SWOT	6
9. Escopo financeiro	7
10. Conclusão	8

Como Fazer um Plano de Negócio

Seus projetos terão maior chance de sucesso se você organizar as suas ideias e pensar nos detalhes necessários para que ele saia do papel. Para isso, na Kickante, utilizamos um Plano de Negócio.

A Kickante quer que mais pessoas tirem seus projetos do papel e com sucesso. Por isso, criamos abaixo o passo a passo do Plano de Negócio para que você possa analisar todas as minúcias de seu produto ou serviço e, ao final de cada item, por em prática o que foi passado. Quando finalizar o e-book, o Plano de Negócio ajudará a responder a seguinte pergunta: “qual a melhor maneira de abrir, manter ou ampliar o negócio?”¹

1. Qual é o problema que você está resolvendo?

“Se tivesse uma hora para salvar o planeta, usaria 59 minutos para definir o problema e um para resolvê-lo”, esta frase atribuída a Albert Einstein define bem a importância de se pensar detalhadamente no problema antes de partir para a execução.

Infelizmente, com o crescimento de Cotia/SP em ritmo acelerado, a cidade nos rodeia e nos pressiona, deixando os animais em situação de vulnerabilidade. Para que possamos dar continuidade à nossa missão de salvar vidas, necessitamos, o quanto antes, mudar para outra região. Após muita procura, encontramos o local ideal na **Serra da Mantiqueira** para acolher o **Rancho dos Gnomos** e oferecer aos animais **morada em meio à natureza**.

Veja abaixo o texto da [campanha Santuário Animal](#) cujo objetivo era custear a compra de um novo terreno para os 230 animais que lá viviam. Lendo, descobrimos que o problema não é o tamanho atual do terreno e sim a cidade que cresce ao redor e pressiona o Santuário. A solução era comprar um novo terreno, um local mais adequado para os animais. E, para arrecadar fundos, utilizou-se o crowdfunding.

Uma técnica muito utilizada para identificar a raiz do problema é a “*5 porquês*”, criada pela Toyota, na década de 70, a fim de melhorar a eficiência e a qualidade de seus produtos. A técnica consiste em, após definido o problema, questionar o porquê por cinco vezes, até que se encontre sua verdadeira causa².

Feito o exercício acima, descreva exatamente qual é o problema (ou os problemas) que está resolvendo e quem você é resolvendo isso. Apresente as diferentes perspectivas sobre o problema (ou seja, quem são os usuários, pagadores, influenciadores ...).

2. Qual é o seu produto ou serviço?

Ao definir o produto ou serviço oferecido, é preciso ter em mente qual o perfil de público que sua empresa quer atingir. Entender o que seu mercado-alvo valoriza será importante para identificar mais detalhadamente o que analisar em seus concorrentes e qual deve ser o posicionamento de marketing de sua empresa³.

Por exemplo, os criadores do kickante [3 TOROS - A Bike Elétrica Mais Top do Mercado](#), antes de criarem a bicicleta, analisaram qual era o desejo do público e o que poderiam fazer para supri-lo. Veja abaixo o texto do kickante:

Como Fazer um Plano de Negócio

3. Porquê a General Wings escolheu a 3 TOROS e não outra bicicleta para reduzir custos?

Uma bike como a 3 TOROS era a mais pedida pelos ciclistas que já usam bikes elétricas de pedal assistido (PEDELECS). Uma bike mais forte e mais rápida, compatível com a tecnologia já disponível no mundo. Mas que no entanto ainda eram muito caras pro Brasil.

Ao fazer este plano para o seu negócio, tenha em mente:

- Descreva o produto/serviço oferecido.
- Como o cliente se beneficia do seu produto? Como é desenvolvido o produto/serviço? Quais são os próximos estágios?
- Descreva quaisquer patentes, proteção IP e quaisquer problemas.

3. O Mercado e a concorrência

Ofereça dados concretos sobre o mercado atual e futuro. Aqui não é o momento de supor, mas de buscar, para você mesmo, o real tamanho do seu mercado com dados e números concretos. Quanto mais realista você for, mais chance de sucesso terá.

Inclua o potencial de mercado futuro e internacional.

Ao falar da sua concorrência, vá além dos seus concorrentes diretos. Pense também nas empresas que não vendem exatamente o mesmo produto ou serviço, mas indiretamente podem suprir a demanda de seu público.

Por exemplo, no caso da Kickante, nossos maiores concorrentes diretos não são as outras plataformas de crowdfunding, mas as empresas oferecendo empréstimos a valores desleais. Se você é um escritor, um concorrente indireto poderá ser um blogueiro que oferece informação ao seu consumidor. Entender seu concorrente, sem filtros, te ajudará a identificar seu valor real e a mensagem do seu diferencial a ser passado ao seu futuro cliente.

Um outro ótimo ponto é identificar possíveis parceiros, prestadores de serviços e fabricantes de produtos, que são importantes para o desenvolvimento de seu negócio. Por exemplo, se você é um escritor, influenciadores e sites de conteúdo podem ajudá-lo a disseminar seus artigos; se você pensa em abrir uma loja de roupas, fábricas de confecção e costureiras podem ser suas parceiras⁴.

¹ <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-elaborar-um-plano-de-negocio,37d2438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>

² <http://hbrbr.uol.com.br/voce-esta-resolvendo-o-problema-certo/>

³ <https://exame.abril.com.br/pme/como-identificar-os-pontos-fortes-dos-seus-concorrentes/>

4. Hora de fazer o famoso 4Ps de seu Plano de Negócio!

Esta é mais uma das estratégias mais famosas de marketing e que deve ser utilizada em seu plano de negócio. Dependendo do livro, os 4Ps do Marketing também podem ser chamados de Marketing Mix e são eles: Produto, Preço, Praça e Promoção.

Em equilíbrio, estes 4Ps tendem a fazer com que você atinja e conquiste um determinado público-alvo⁵.

Produto:

- Qual seu maior diferencial
- O que é o mínimo que precisa oferecer?
- Descreva seu produto no formato ideal, seu sonho.
- Nome e aparência

Preço:

- Qual o preço de mercado (consumidor final e/ou atacado)
- Qual preço dos concorrentes principais

Por exemplo, em sua campanha de crowdfunding, o cantor [Esteban Tavares](#) argumentou que quem contribuísse teria duas vantagens: menor preço e exclusividade:

Adquira meu novo disco pagando mais barato que o preço de mercado e o receba em casa antes de todos!

Praça:

- Onde o cliente busca comprar o que você oferece?
- A venda será com corpo de vendas nas ruas, por telefone ou online?
- A venda digital está contemplada? (recomendação que sim)
- Conseguiria distribuidores ou parceiros para seu produto?
- Existe mercado fora do Brasil para o seu produto?

Promoção:

- Como pretende promover seu produto?

⁵ <https://endeavor.org.br/4-ps/>

Como Fazer um Plano de Negócio

5. Time, parceiros e proprietários

Gestão:

- Descreva os fundadores, a equipe de gestão e os conhecimentos e habilidades profissionais do conselho consultivo.
- Descreva qualquer outro pessoal e conselheiros que também sejam importantes para o sucesso do negócio e quais habilidades são fundamentais. Que habilidades adicionais são necessárias para o negócio curto, médio e longo prazo tanto em gestão e em áreas tecnológicas?
- Incluir biografias curtas das pessoas a equipe

Propriedade: Descreva a propriedade do negócio e quem está envolvido em Essa propriedade.

6. Preencha seu Business Model Canvas

O Business Model Canvas, mais conhecido como Canvas, é uma ferramenta de planejamento estratégico, que permite estruturar seu modelo de negócio e saber se é viável ou não.

É um mapa visual pré-formatado contendo nove blocos, são eles:



Retirado do site <http://www.sebraepr.com.br/Por...>

Como Fazer um Plano de Negócio

Proposta de valor: como o produto ou serviço que você vai oferecer oferece valor ao seu usuário final;

Segmento de clientes: além de clientes diretos, pode ser que seu produto ou serviço supra uma necessidade não planejada de um cliente indireto. Digamos, ao listar que o seu evento trará benefícios ao seu cliente indireto, os bares ao lado da casa de show, você pode pensar em parcerias como os mesmos. Da mesma maneira, todo e qualquer negócio que fizer, beneficia clientes indiretos na cadeia de comércio. Percorra a história de compra do seu produto ou serviço para identificar os seus;

Os canais: como o cliente compra e recebe seu produto e serviço;

Relacionamento com clientes: após ter identificado cada segmento de cliente, é hora de escrever como sua empresa se relacionará com cada segmento: online, offline, via mídia paga, influenciadores e qualquer outro meio aplicável;

Atividade-chave: quais são as atividades essenciais para que seja possível entregar a Proposta de Valor;

Recursos principais: são os recursos necessários para realizar as atividades-chave, aqui liste não apenas recursos financeiros, como tecnológicos e intangíveis (como seu network de mentores ou fãs, por exemplo);

Parcerias principais: são as atividades-chave realizadas de maneira terceirizada e os recursos principais adquiridos fora da empresa;

Fontes de receita: são as formas de obter receita por meio de propostas de valor, pré-venda ou financiamento coletivo via <https://www.kickante.com.br/criar> também é uma forma de fonte de receita.

Estrutura de custos: São os custos relevantes necessários para que a estrutura proposta possa funcionar. Listar custos fixos, temporários e intangíveis.

7. Plano de Execução

Esta é a parte mais importante. O mundo está cheio de ideias, mas são aqueles que executam ideias que ouvimos falar nos jornais, revistas e televisão. Esta parte do plano te ajudará a ser um deles.

- Faça um plano de 3 a 5 anos, dependendo do ciclo comercial do segmento
- Use este [modelo online de plano de ação](#) para fazer uma projeção do seu plano de ação para o desenvolvimento da sua ideia.

Como Fazer um Plano de Negócio

Agora complete o seu SWOT:

	Positivas	Negativas
Interno (relacionado ao que você pode influenciar diretamente)	Forças	Fraquezas
Externo (relacionado ao mercado)	Oportunidades	Riscos

9. Escopo financeiro

Explique o tempo e dinheiro necessários para esta etapa do seu desenvolvimento.

Providencie previsões de fluxo de caixa e dê uma visão geral do balanço futuro estrutura. Forneça uma projeção financeira de 3 anos para ter uma visibilidade maior de oportunidades e riscos.

E o mais importante, tenha um planejamento pessimista, neutro, otimista e fundo do poço (situação em que você precisa mudar o rumo ou fechar a empresa). Você precisará se preparar para qualquer situação revisando sempre suas métricas de maneira crua.

- Em qual momento o negócio deverá ser lucrativo?
- Quanto de investimento pessoal do(s) fundador(es) está no negócio agora?
- E quais investimentos adicionais estão planejados, se houver?
- Que fundos adicionais estão sendo planejados?

Detalhar os custos de seu negócio fará com que você tenha uma visão macro de quanto de dinheiro seu negócio precisa para ser saudável.

Um planejamento financeiro pode ser simples, de acordo com um projeto independente, como fez o músico [Esteban Tavares](#) ao planejar quanto precisaria para gravar e produzir seu CD:

Como Fazer um Plano de Negócio

DESCRIÇÃO	VALOR
Pré-produção: ensaios, gravação das demos (incluso custos de logísticas)	R\$ 10.400,00
Custos de Fotografias e making off	R\$ 4900,00
Gravação + Mixagem + Músicos + Estúdio	R\$ 23.300,00
Produção do Encarte: criação da arte do encarte + capa do cd + concepção de novo logo do Esteban	R\$ 5.700,00
Fabricação e envio dos CDs – 1000 unidades	R\$ 17.900,00
Show de lançamento (apenas custos de transporte + alimentação + hospedagem + equipe técnica) Porto Alegre e São Paulo:	R\$ 8.340,00
Custos Kickante (aproximadamente)	R\$ 8.464,80
TOTAL	R\$ 51.660,00

Ou completo, abrangendo um negócio como um todo. Acesse [Escopo Financeiro Completo](#) e baixe o modelo abaixo:

	ATUAL MENSAL	ANO 1	ANO 2	ANO 2
Receitas				
<i>Crescimento das vendas %</i>				
Custo das vendas				
Lucro bruto				
Despesas operacionais				
Vendas				
Marketing				
Distribuição				
Geral / Administrativo				
Despesas Operacionais Totais				

Para conseguir fundos, você pode optar por uma pré-venda dos seus produtos, assim como captação via recorrente ou crowdfunding via Kickante, clicando aqui Kickante.com.br/criar.

10. Conclusão

Para finalizar o seu plano de negócio, é importante você refletir no porquê de estar se engajando neste projeto; Quão importante ele é para você; E por que você acredita que é financeiramente sustentável.

Para finalizar, leia o best-seller Seu Sonho tem Futuro (www.seusonhotemfuturo.com.br) e siga os passos para achar o seu propósito. Empreendedorismo requer persistência e planejamento. Com as ferramentas certas, você saberá os passos a tomar para transformar seu projeto em sucesso.

Sucesso!