



# Inovação e Empreendedorismo na QUARENTENA



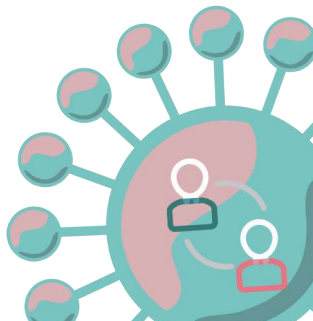
## Encontro 1

# O que estamos fazendo aqui?

# O Modelo

|                                                                                                                                                                          |                        |                        |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|------------------------|
| <b>Riscos</b>                                                                                                                                                            | <b>Projeto Negócio</b> | <b>Projeto Produto</b> |
|                                                                                                                                                                          | <b>O que?</b>          |                        |
| <div><div><div><b>Como?</b><br/>Negócio</div><div><div><div><b>Por quê?</b></div><div><b>Para quem?</b></div></div></div></div><div><b>Como?</b><br/>Entrega</div></div> |                        |                        |

|                                                                                  |                 |        |
|----------------------------------------------------------------------------------|-----------------|--------|
| <div>Como?<br/>Entrega</div> <div><div>Por quê?</div><div>Para quem?</div></div> |                 | O que? |
| <div>Como?<br/>Negócio</div>                                                     |                 |        |
| Projeto Negócio                                                                  | Projeto Produto |        |
| Riscos                                                                           |                 |        |



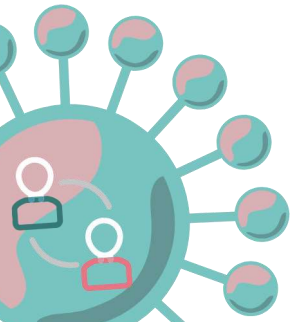
# Sou Sustentável?

Econômico

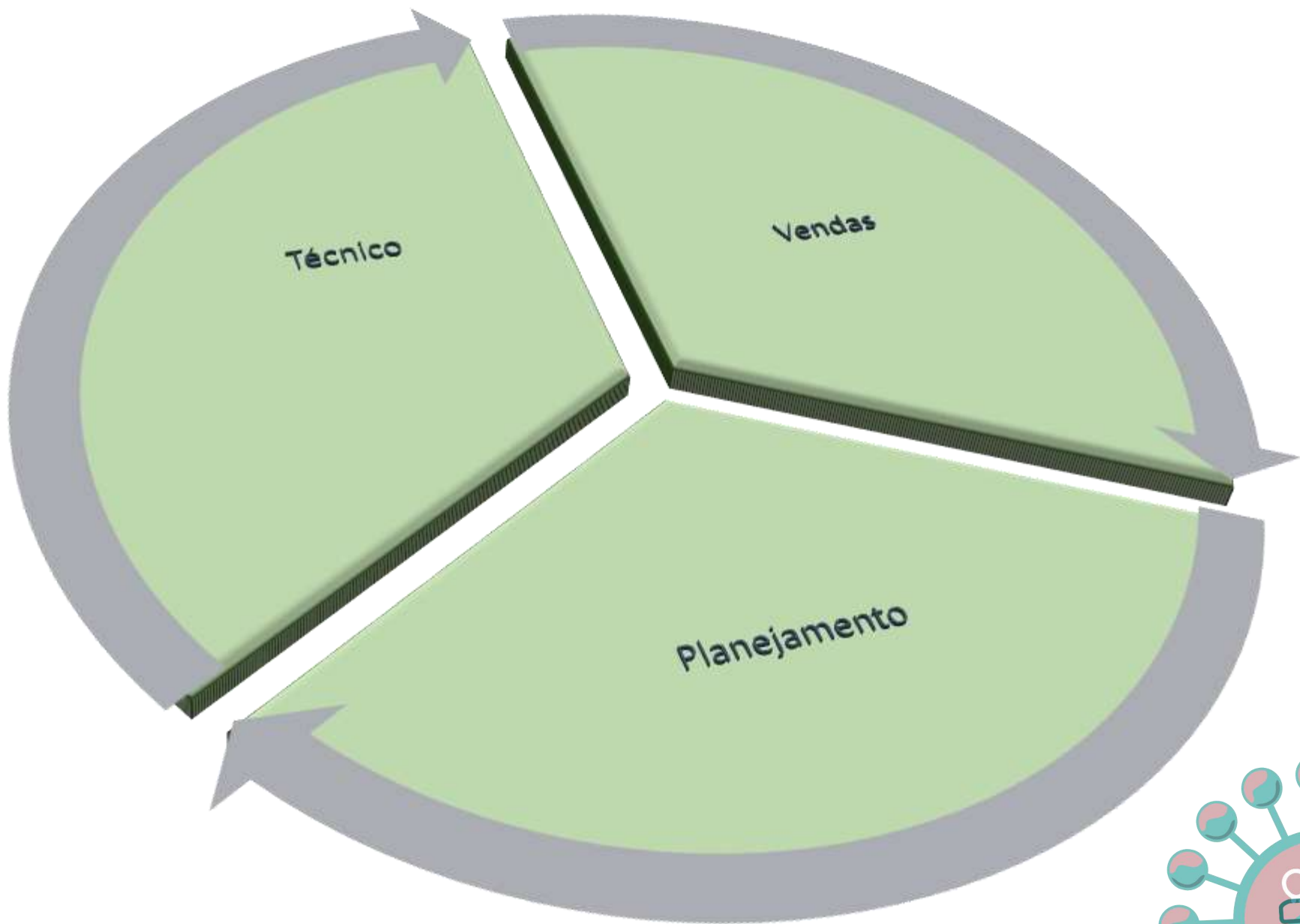
Ecológico

Social

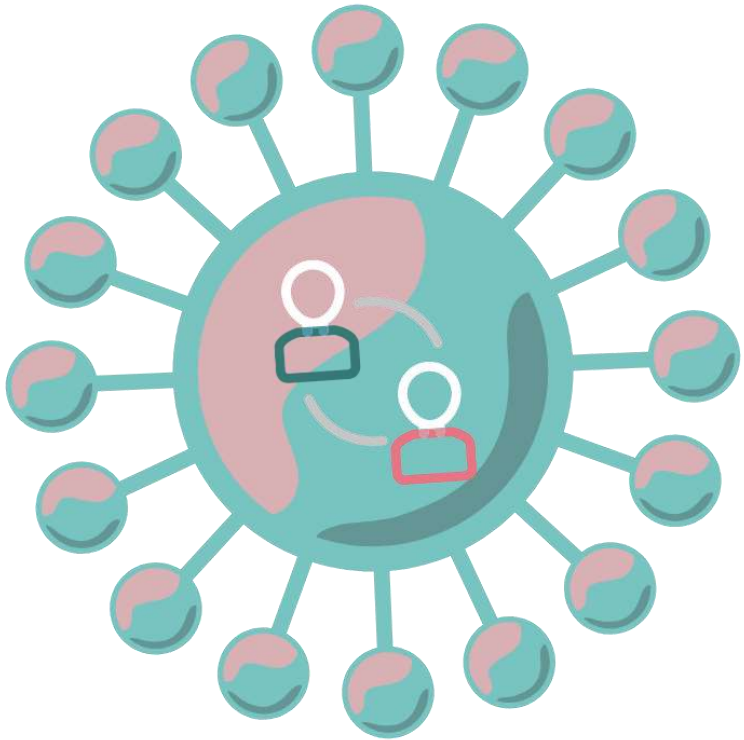
## Posso e quero ser sustentável?



# Minha Equipe



# Propósito

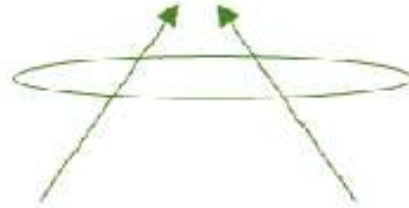


Então...



Se...

Então...



Se...



E...

Então...

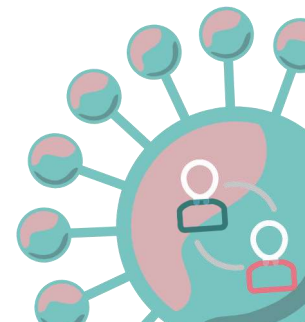


Se...

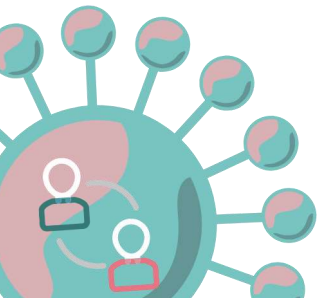


Ou...

# Árvore da Realidade Atual



**Qual problema  
estou  
resolvendo?**



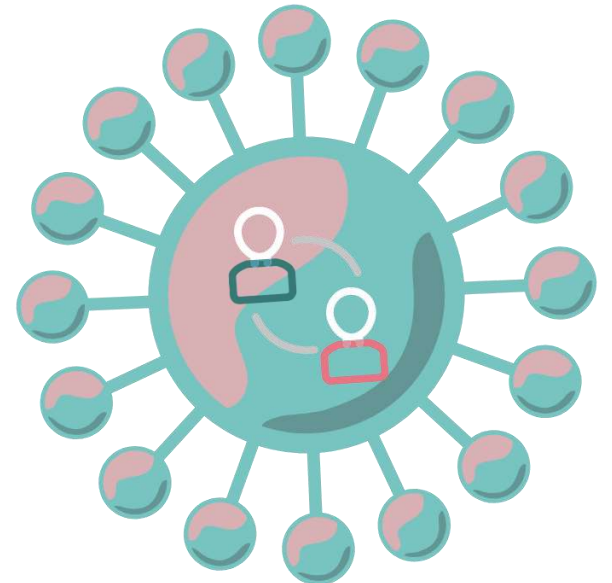
**Para quem?**

| Forças                                                                                                                                                                                                                                                   | Fraquezas                  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                          |                            |
| Oportunidades                                                                                                                                                                                                                                            | Ameaças                    |
|                                                                                                                                                                                                                                                          |                            |
| <b>Concorrentes:</b><br>O que está sendo ofertado ao usuário<br>A qualidade do produto ou serviço entregue<br>O preço<br>A localização<br>As condições de pagamento<br>O atendimento prestado<br>Os serviços disponibilizados<br>As garantias oferecidas | <b>Diferenciais:</b> + e - |



# Tarefas para o próximo encontro:

- ✓ Templates
- ✓ Pesquisa de Mercado
- ✓ Estruturar Entrevista
- ✓ Protótipo





# Inovação e Empreendedorismo na QUARENTENA



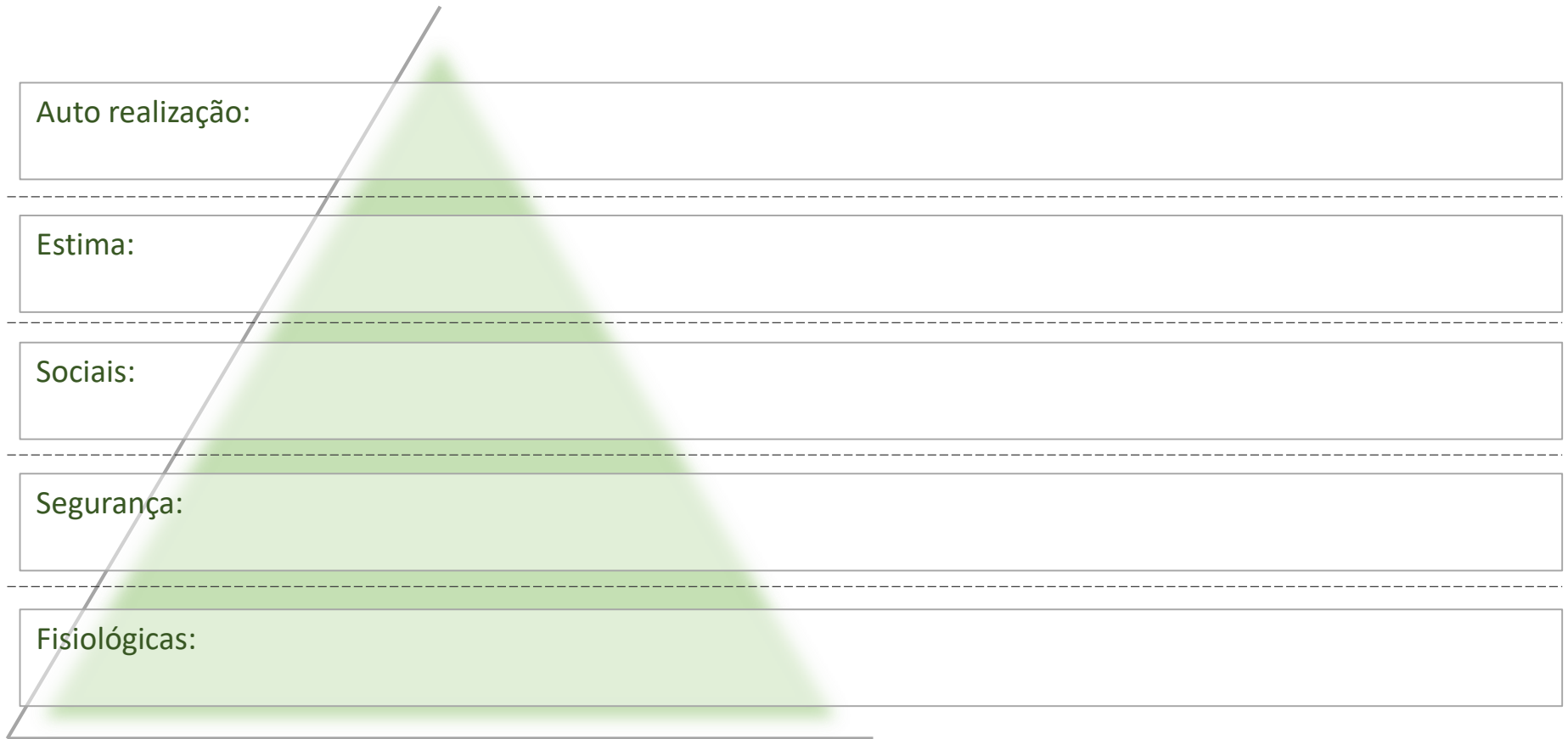
## Encontro 2 Para quem devo vender?

Perfil dos respondentes

Hipóteses Validadas

Números

Destaques



# Pirâmide das Necessidades

# Segmentação de Clientes

Faixa etária:

Gênero:

Estrutura familiar:

Trabalho:

Quanto ganha:

Escolaridade:

Onde vive:

Do que gosta:

Como se sente:

Quais as suas necessidades:

Expectativas e dores:

## *Decisão de compra*

Preço   Qualidade   Prazo de entrega   Prazo de pagamento   Atendimento

Quantidade que compra

Frequência de compra

Local onde compra

O quanto pagam

CURTIDAS

CRÍTICAS

QUESTÕES

IDEIAS

# 5 Fatores Humanos

|                                  |  |
|----------------------------------|--|
| Descrição da situação observada: |  |
| Fatores Sociais                  |  |
| Fatores Físicos                  |  |
| Fatores Cognitivos               |  |
| Fatores Culturais                |  |
| Fatores Emocionais               |  |

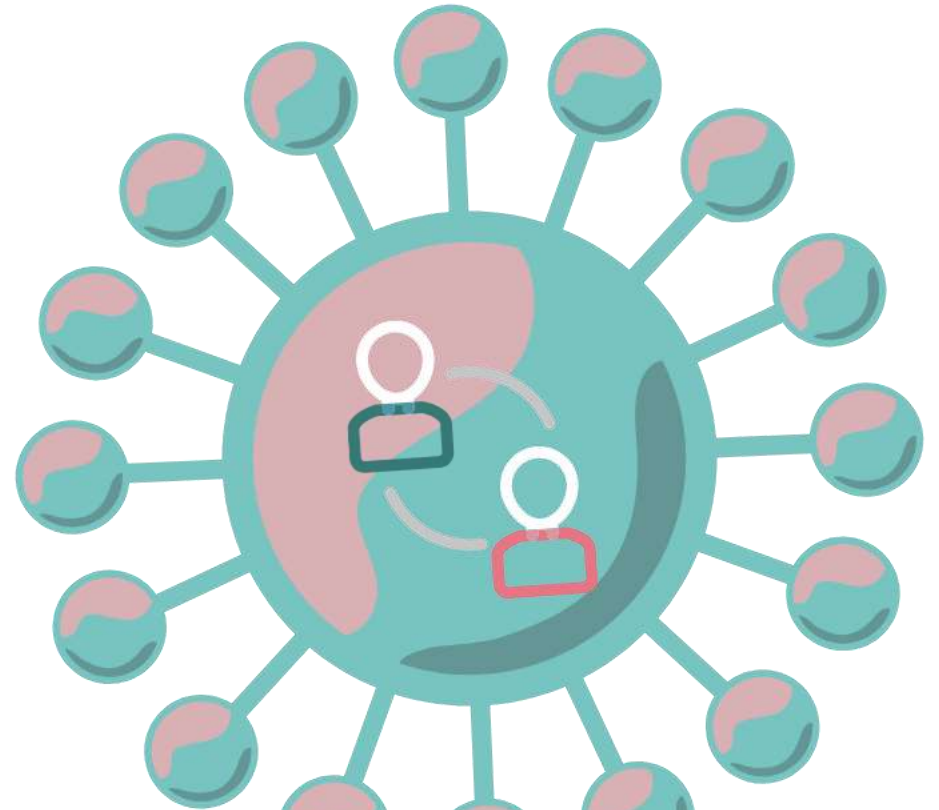
|  |
|--|
|  |
|--|

|                |               |
|----------------|---------------|
| Nome:          |               |
| Idade:         |               |
| Profissão:     |               |
| Onde mora:     |               |
| Personalidade: |               |
| O que pensa:   | O que faz:    |
| O que sente:   | Dificuldades: |
| Necessidades:  |               |

# Persona + Mapa da Empatia

# Tarefas para o próximo encontro:

- ✓ Templates





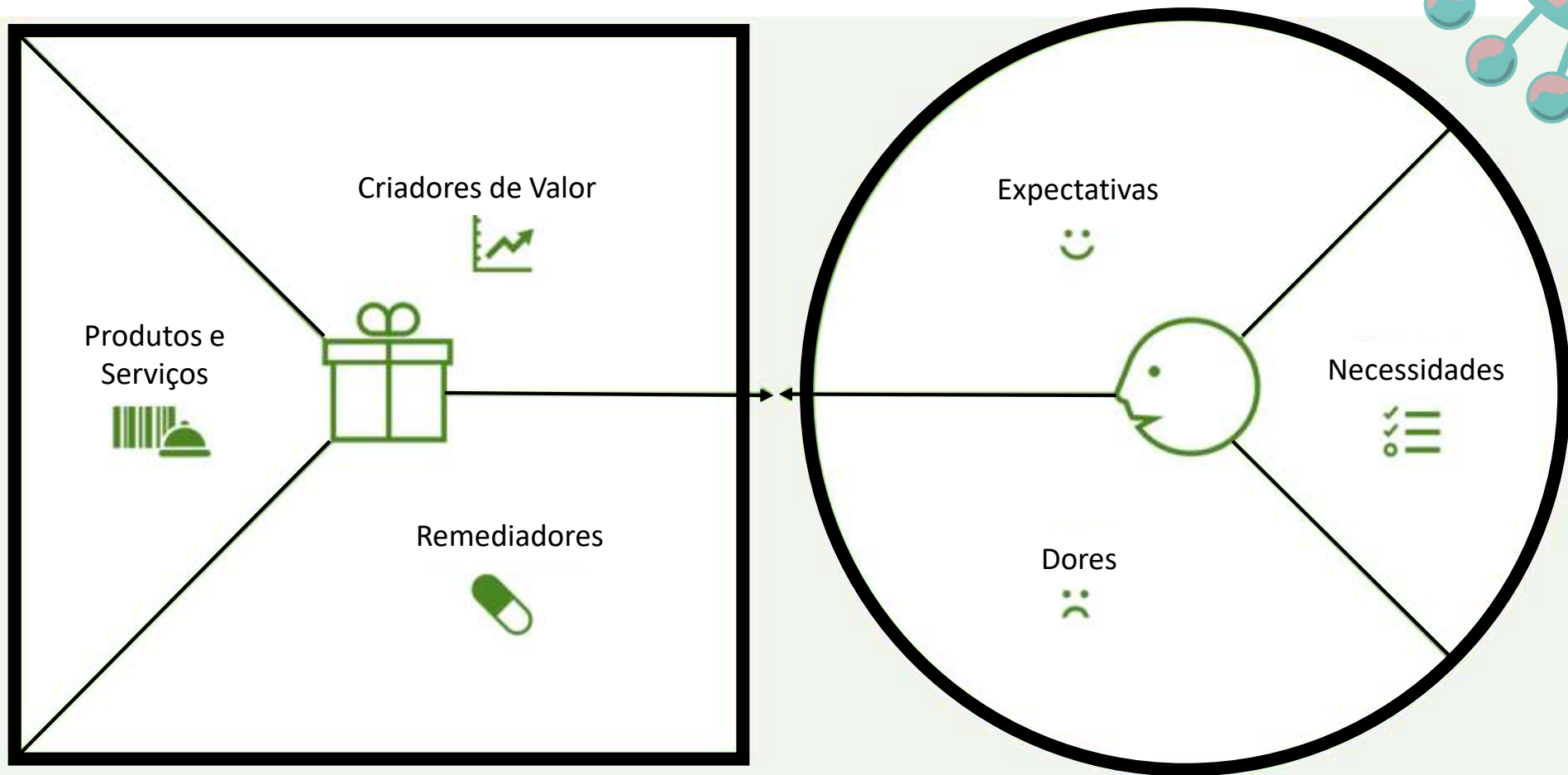
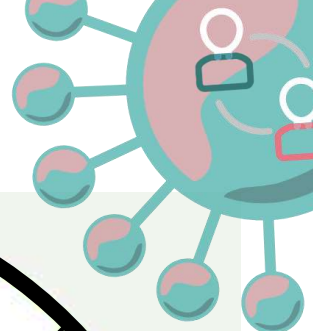
# Inovação e Empreendedorismo na

# QUARENTENA



## Encontro 3

## O que estou entregando?

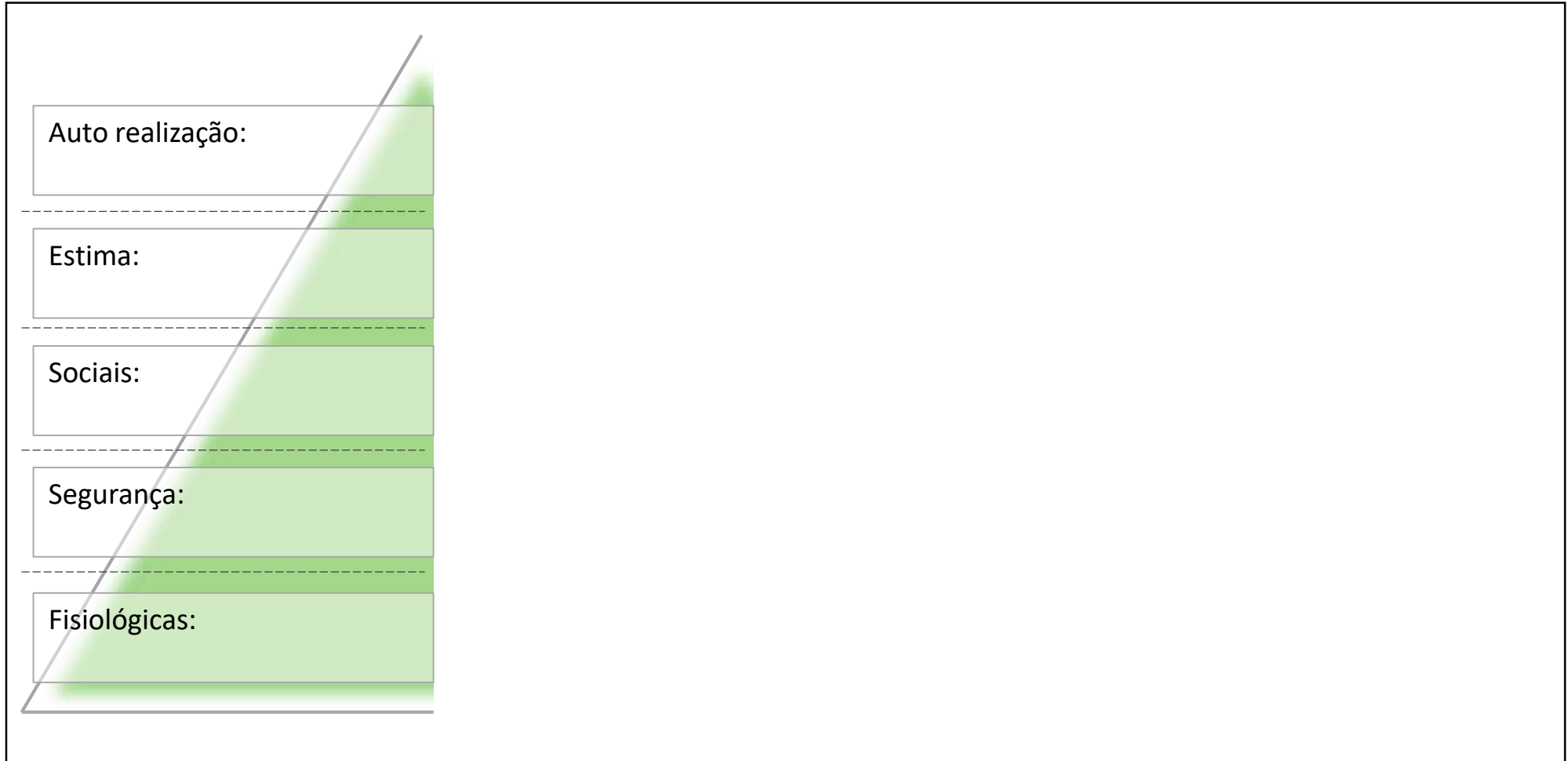


# Canvas da Proposta de Valor

| <b>Seu negócio</b>                                           | <b>X</b>                         | <b>Concorrentes</b>                         |                                 |                                      |
|--------------------------------------------------------------|----------------------------------|---------------------------------------------|---------------------------------|--------------------------------------|
| Quais os benefícios o seu produto / serviço está entregando? | Como se diferenciara dos outros? | O que faz ser mais desejável que os outros? | Por que é melhor que os outros? | Por que não será facilmente copiado? |
|                                                              |                                  |                                             |                                 |                                      |
|                                                              |                                  |                                             |                                 |                                      |
|                                                              |                                  |                                             |                                 |                                      |
|                                                              |                                  |                                             |                                 |                                      |
|                                                              |                                  |                                             |                                 |                                      |
|                                                              |                                  |                                             |                                 |                                      |
|                                                              |                                  |                                             |                                 |                                      |
|                                                              |                                  |                                             |                                 |                                      |

# Análise da Proposta de Valor

# Oferta de Valor

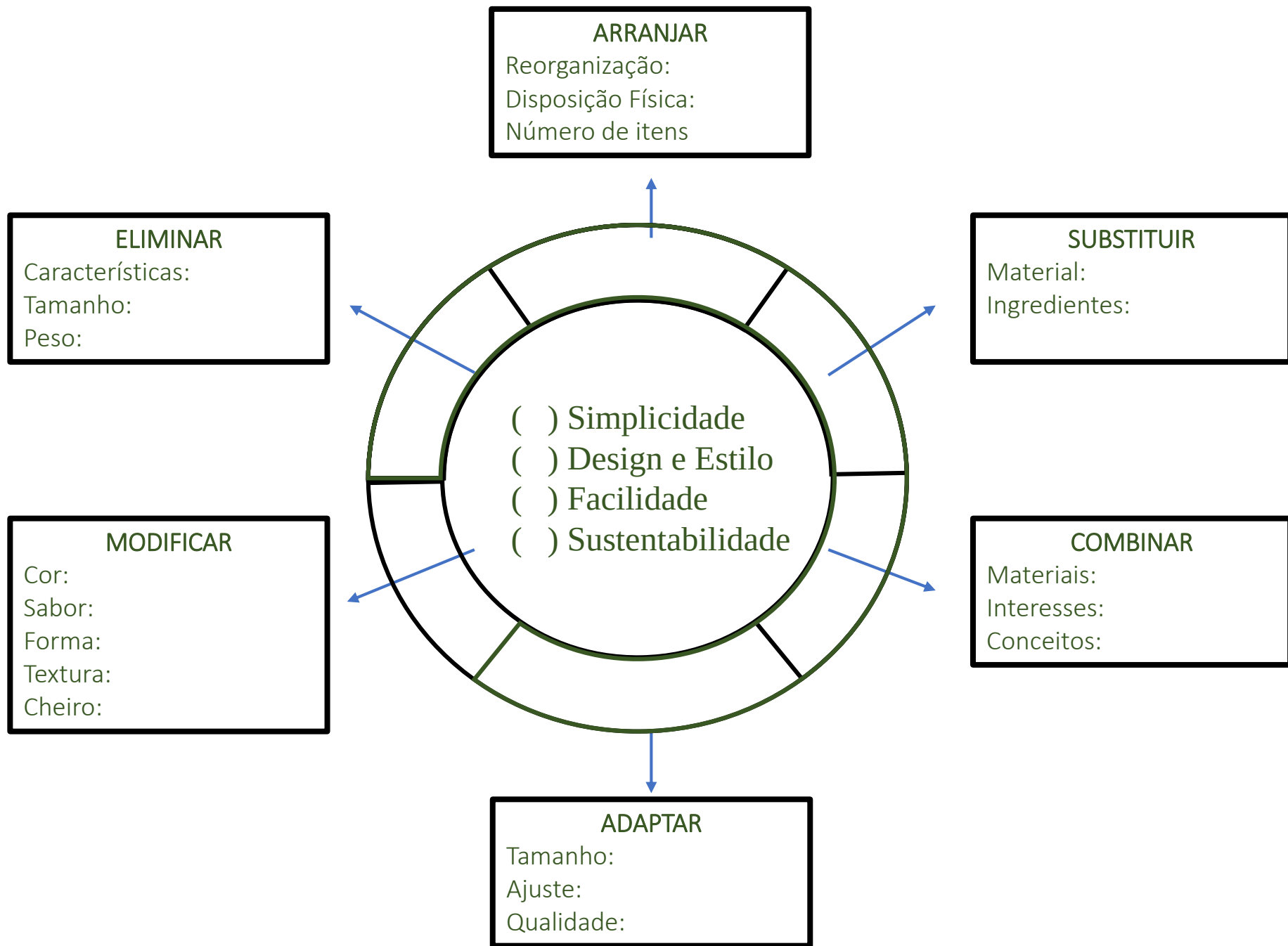


# Agregação de Valor

# Radar da Inovação

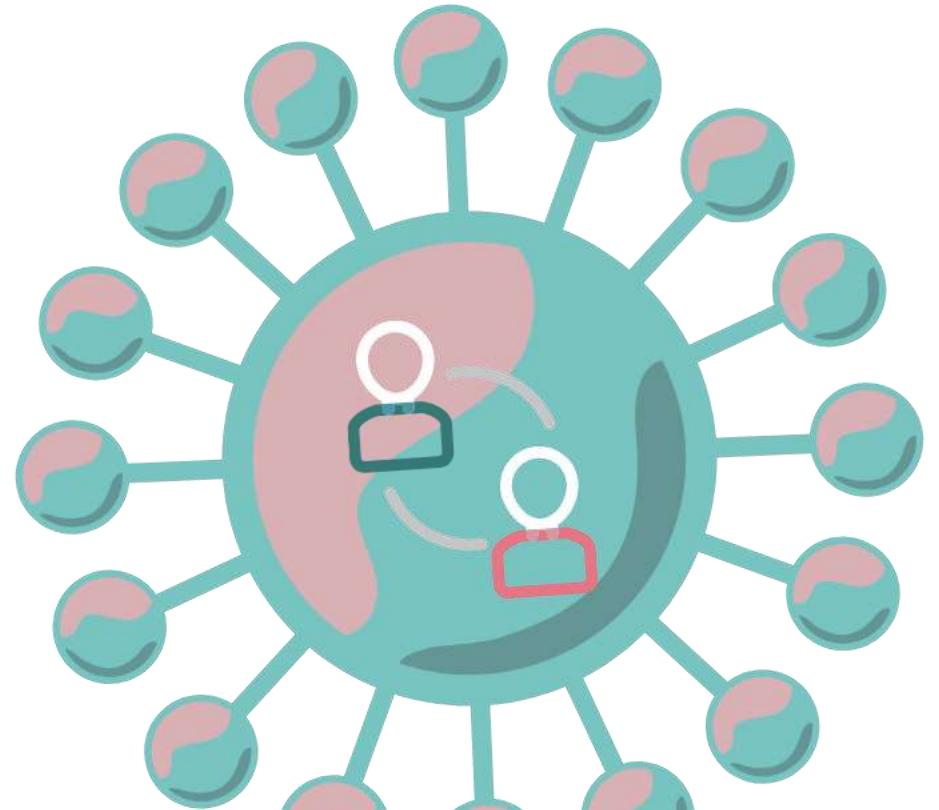


# Mapa de Melhorias



# Tarefas para o próximo encontro:

- ✓ Templates





# Inovação e Empreendedorismo na QUARENTENA



## **Encontro 4** **Como vou entregar?**

| Questões                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Anotações e Observações | Você | Parceiro | Canal |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|------|----------|-------|
| <b>Informações:</b> quais as informações você deve passar ao seu cliente / usuário; quais as informações você quer coletar?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                         |      |          |       |
| <b>Promoções:</b> como você fará a divulgação?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                         |      |          |       |
| <b>Contato:</b> você possui o contato com o cliente / usuário ou deve buscar alguém que tenha esse contato? Não seria mais vantajoso ter um parceiro que reduzisse esse caminho até o cliente?                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                         |      |          |       |
| <b>Localização:</b> seja você ou um parceiro, é de fácil acesso ao seu público alvo? É compatível com o posicionamento da marca? É necessário loja física? Pode ser uma loja virtual? Se for loja física, será uma loja própria ou estará em uma loja de departamentos, supermercados, lojas especializadas ou lojas de conveniência? Se for uma loja virtual, será um site, aplicativo, terá apenas uma página de referência, será um perfil em redes sociais (Facebook, Instagram)? |                         |      |          |       |
| <b>Ajuste:</b> o seu produto / serviço requer algum ajuste? Um possível revendedor ou distribuidor poderá assumir essa responsabilidade?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                         |      |          |       |
| <b>Negociação:</b> qual a margem de negociação do seu produto / serviço? Você consegue repassar a um revendedor ou distribuição essa margem sem prejudicar os seus ganhos e ganhos deles?                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                         |      |          |       |
| <b>Experiência:</b> quais as experiências você quer entregar ao seu cliente / usuário? Um parceiro seria capaz de fazer isso?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                         |      |          |       |
| <b>Especialização:</b> qual o grau de especialização necessário para comercializar o seu produto / serviço? Um potencial parceiro teria condições de fornecer toda a assistência necessária para fornecer as informações ao cliente / usuário?                                                                                                                                                                                                                                        |                         |      |          |       |
| <b>Escala operacional:</b> você tem condições de entregar a distribuir para o seu mercado alvo, mantendo níveis de serviço adequados para uma boa experiência do seu cliente / usuário?                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                         |      |          |       |
| <b>Estoque:</b> você terá que ter estoques?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                         |      |          |       |
| <b>Armazenagem:</b> você consegue armazenar o seu produto? O seu parceiro terá condições se armazenar e assumir essa responsabilidade se for necessário?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                         |      |          |       |
| <b>Transporte:</b> quem fará o transporte? Você, seu parceiro ou empresas especializadas?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                         |      |          |       |

# Canais de Distribuição

## Antes da Venda

| Questões                                                                                                                                                                                                                                   | Anotações e Observações | Você | Parceiro | Canal |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|------|----------|-------|
| <b>Distribuição:</b> você será capaz de atender o seu cliente / usuário? Conseguirá entregar para ele mantendo o nível de serviço desejado?                                                                                                |                         |      |          |       |
| <b>Financiamento:</b> quais serão as condições de pagamento que você poderá oferecer ao seu cliente? Um parceiro poderia agregar vantagens que fossem importantes ao seu cliente e que você não tem condições de oferecer?                 |                         |      |          |       |
| <b>Riscos do Canal:</b> você possui condições de assumir os riscos do canal, como o não pagamento do seu produto / serviço pelo seu cliente, sinistros com o produto? Não seria mais vantajoso ter um parceiro que assumisse esses riscos? |                         |      |          |       |

| Escolha dos Canais                                                                                                                                       |                                                                                       |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Canais Diretos:</b><br>a) Venda direta<br>a.1) Vendedor interno<br>a.2) Representante<br>a.3) Loja Própria<br>b) Canal Virtual<br>c) Canal Temporário | <b>Canais Indiretos:</b><br>d) Lojas parceiras<br>e) Atacadistas<br>f) Distribuidores |

# Canais de Distribuição

Pós transação da Venda

# Planejamento dos Canais de Comunicação

Propósito

Proposta de Valor

Objetivos:

☐ liderança por custo

☐ excelência operacional

☐ diferenciação

☐ liderança de produto

☐ foco

☐ intimidade com cliente / usuário

| Categorias                                                                                                                                                       | Ações | Meios   |            |         |        | Experiência Agregada |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|---------|------------|---------|--------|----------------------|
|                                                                                                                                                                  |       | Alcance | Frequência | Impacto | Timing |                      |
| <b>Propaganda</b> forma como as pessoas conhecerão o seu produto/serviço                                                                                         |       |         |            |         |        |                      |
| <b>Promoção de Vendas</b> ação a curto prazo para estimular a compra, como descontos, cupons, pacotes, sorteios, brindes, recompensas, demonstrações, concursos. |       |         |            |         |        |                      |
| <b>Relações Públicas</b> que ajuda na construção da imagem                                                                                                       |       |         |            |         |        |                      |
| <b>Venda Pessoal</b> para ajudar a vender e construir relacionamentos                                                                                            |       |         |            |         |        |                      |
| <b>Marketing Direto</b> mala direta, telefone, TV, e-mail, redes sociais, para comunicar diretamente com o cliente / usuário.                                    |       |         |            |         |        |                      |

# Canais de Comunicação

## Planejamento das Mensagens

### Objetivos:

- |                                          |                                      |                                  |
|------------------------------------------|--------------------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Conscientização | <input type="checkbox"/> Preferência |                                  |
| <input type="checkbox"/> Conhecimento    | <input type="checkbox"/> Convicção   |                                  |
| <input type="checkbox"/> Simpatia        | <input type="checkbox"/> Compra      |                                  |
| <input type="checkbox"/> Informar        | <input type="checkbox"/> Persuadir   | <input type="checkbox"/> Lembrar |

### Conteúdo:

- ☐ Racional
- ☐ Emocional
- ☐ Moral

### Avaliação da mensagem:

- ☐ Clara
- ☐ Atrair a atenção
- ☐ Manter o interesse
- ☐ Despertar desejo
- ☐ Induzir à ação

### Avaliação da Experiência com a Mensagem:

- ☐ Credibilidade
- ☐ Confiança
- ☐ Envolvimento
- ☐ Superação de Expectativa
- ☐ Memorável

# Canais de Comunicação

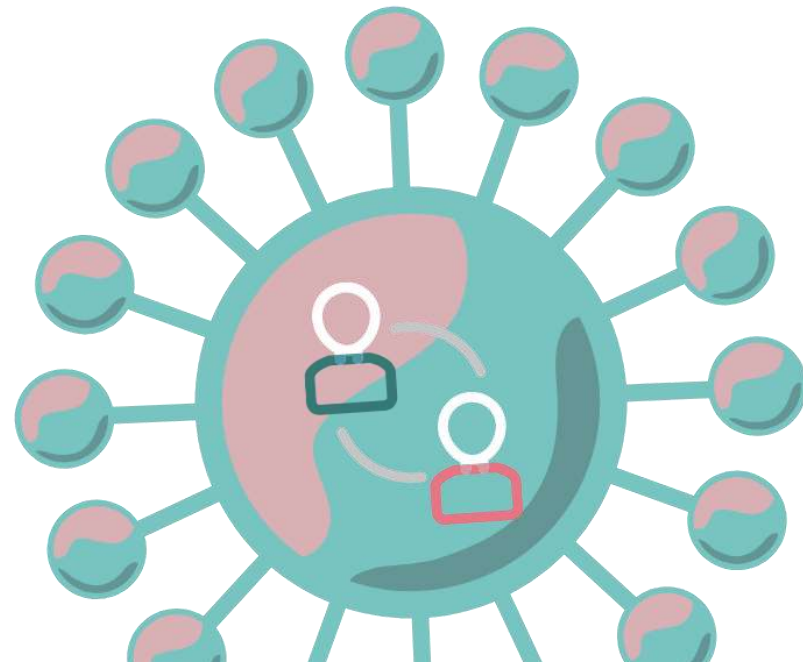
# Planejamento de Ações de Relacionamento

| Categorias                                                                                                                                                                                                                                                                 | Ações / Descrição | Meios para se relacionar | Experiência Agregada |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|--------------------------|----------------------|
| <b>Ações Experienciais com a marca</b> (algumas empresas grandes, como de bebidas, embora não vendam diretamente ao seu consumidor, patrocina grandes eventos de músicas, por exemplo, para que as pessoas associem a marca a um momento de felicidade e prazer)           |                   |                          |                      |
| <b>Informativos Especiais</b> seja por e-mail ou mensagem, valorizando o cliente / usuário que já consome seu produto / serviço                                                                                                                                            |                   |                          |                      |
| <b>Lembrança em Datas Especiais</b> cartões de aniversário, cupons de desconto                                                                                                                                                                                             |                   |                          |                      |
| <b>Pesquisa de Satisfação</b> para verificar e obter feedback da experiência, ponto muito importante para poder medir o impacto das ações                                                                                                                                  |                   |                          |                      |
| <b>Planos de Fidelidade</b> que entreguem benefícios reais que sejam percebidos pelos clientes / usuários                                                                                                                                                                  |                   |                          |                      |
| <b>Atendimento</b> caso você tenha outras pessoas trabalhando com você, é importante garantir que o nível de atendimento sempre será o mesmo e que essas pessoas também sejam captadores de informações que possam ser importantes para melhorias do seu produto / serviço |                   |                          |                      |

# Relacionamento

# Tarefas para o próximo encontro:

- ✓ Templates





# Inovação e Empreendedorismo na

## QUARENTENA



## **Encontro 5**

# **Como constituir meu negócio?**



# Inovação e Empreendedorismo na QUARENTENA



## **Encontro 6** **E a minha marca?**

Propósito

Cliente

O que é importante para ele?

Qual será a conexão com ele?



Marca

Posicionamento – estratégia do negócio:

História que conta:

Pontos de contato com o cliente – experiências:

Nome:

DINÂMICA

Logo:

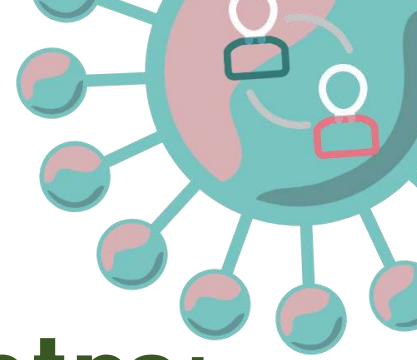
ASPIRACIONAL  
RICA  
CLARA  
CONSISTENTE  
EFICIENTE  
EFETIVA  
FORTE

Dicas:

- Evite a perspectiva de marca limitada;
- Ligue a marca a um benefício funcional convincente;
- Utilize raciocínios que se encaixam e auxiliam (não use somente o que faz sentido);
- Gere um insight profundo no cliente;
- Compreenda os concorrentes;
- Permita múltiplas identidades da marca;
- Faça com que a identidade da marca oriente a execução (ter envolvido quem realmente importa);
- Aprimore continuamente a identidade da marca.

**ATEMPORAL**  
**SIMBÓLICA**  
**SIMPLES**  
**ÚNICA**

Aplicações: cartão de visita, papel timbrado, panfleto, site, stand de vendas, publicações, embalagem, etiqueta, uniforme, produtos promocionais, sinalização, adesivo



## Tarefas para o próximo encontro:

- ✓ Template
- ✓ Definição de Nome
- ✓ Definição de Logo
- ✓ Campanha básica de divulgação
- ✓ Instagram / LinkedIn / Facebook



# Inovação e Empreendedorismo na

# QUARENTENA



## Encontro 7

## Projeto de Produto X Projeto de Negócio

| Atividades | Tempo | Aquisições | Custos | Qualidade | Pessoas     |             |           |          | Projeto | Produto / Serviço |
|------------|-------|------------|--------|-----------|-------------|-------------|-----------|----------|---------|-------------------|
|            |       |            |        |           | Responsável | Aprovar com | Consultar | Informar |         |                   |
|            |       |            |        |           |             |             |           |          |         |                   |
|            |       |            |        |           |             |             |           |          |         |                   |
|            |       |            |        |           |             |             |           |          |         |                   |
|            |       |            |        |           |             |             |           |          |         |                   |
|            |       |            |        |           |             |             |           |          |         |                   |
|            |       |            |        |           |             |             |           |          |         |                   |
|            |       |            |        |           |             |             |           |          |         |                   |
|            |       |            |        |           |             |             |           |          |         |                   |
|            |       |            |        |           |             |             |           |          |         |                   |
|            |       |            |        |           |             |             |           |          |         |                   |
|            |       |            |        |           |             |             |           |          |         |                   |
|            |       |            |        |           |             |             |           |          |         |                   |
|            |       |            |        |           |             |             |           |          |         |                   |
|            |       |            |        |           |             |             |           |          |         |                   |

# Detalhamento do Projeto

|          | Tipos de Riscos                    | Descrição | Probabilidade | Impacto |
|----------|------------------------------------|-----------|---------------|---------|
| Externos | Regulamentações do Governo         |           |               |         |
|          | Ameaças Naturais                   |           |               |         |
|          | Custo do Dinheiro                  |           |               |         |
|          | Mercado                            |           |               |         |
|          | Taxa de Empréstimos                |           |               |         |
|          | Disponibilidade de Matérias Primas |           |               |         |
| Internos | Pessoas                            |           |               |         |
|          | Financeiro                         |           |               |         |
|          | Segurança                          |           |               |         |
|          | Mudança de tecnologia              |           |               |         |
|          | Qualidade do Produto/Serviço       |           |               |         |
|          | Execução do Produto/Serviço        |           |               |         |
|          | Imagem da Marca                    |           |               |         |
|          | Clientes                           |           |               |         |
|          | Tempo para execução                |           |               |         |
|          | Licenças                           |           |               |         |
|          | Direitos de Patentes               |           |               |         |
|          | Processos                          |           |               |         |
|          | Falhas Contratuais                 |           |               |         |

# Análise de Riscos

| Indicadores                            | Metas | Realizado | Ação Necessária |
|----------------------------------------|-------|-----------|-----------------|
| Financeiros                            |       |           |                 |
| Lucros                                 |       |           |                 |
| Crescimento de vendas                  |       |           |                 |
| Participação no mercado                |       |           |                 |
|                                        |       |           |                 |
| Operacionais                           |       |           |                 |
| Custo de desenvolvimento               |       |           |                 |
| Tempo de desenvolvimento               |       |           |                 |
|                                        |       |           |                 |
| Qualidade                              |       |           |                 |
| Grau de aceitação do cliente / usuário |       |           |                 |
| Satisfação do Cliente / Usuário        |       |           |                 |
|                                        |       |           |                 |
| Percebido                              |       |           |                 |
| Satisfação da Equipe                   |       |           |                 |
|                                        |       |           |                 |

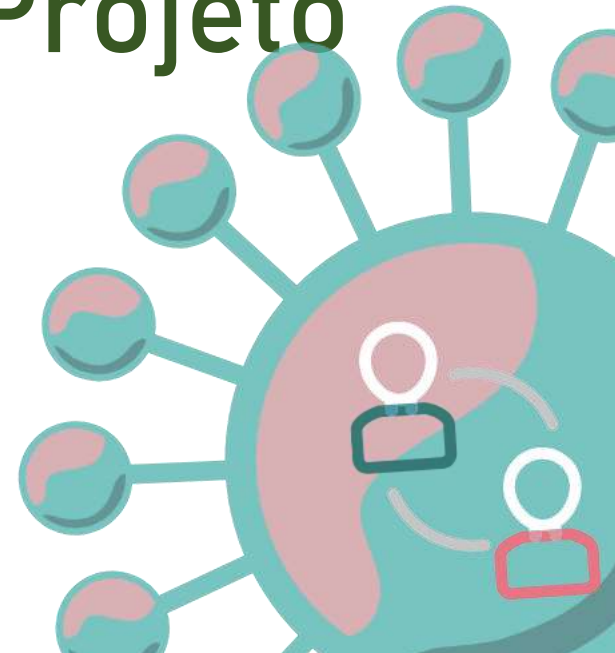
# Indicadores para o negócio

| Indicadores                                             | Metas | Realizado | Ação Necessária |
|---------------------------------------------------------|-------|-----------|-----------------|
| Percentual de gastos em desenvolvimento sobre as vendas |       |           |                 |
| Quantidade de produtos lançados                         |       |           |                 |
| Quantidade de projetos de desenvolvimento ativos        |       |           |                 |
| Percentual de projetos aceitos                          |       |           |                 |
| Percentual de projetos rejeitados                       |       |           |                 |
|                                                         |       |           |                 |
|                                                         |       |           |                 |
|                                                         |       |           |                 |
|                                                         |       |           |                 |
|                                                         |       |           |                 |
|                                                         |       |           |                 |
|                                                         |       |           |                 |
|                                                         |       |           |                 |

# Indicadores para o Produto / Serviço

# Tarefas para o próximo encontro:

- ✓ Templates
- ✓ Service Blueprint (Serviço)
- ✓ Estrutura Analítica do Projeto





# Inovação e Empreendedorismo na

# QUARENTENA

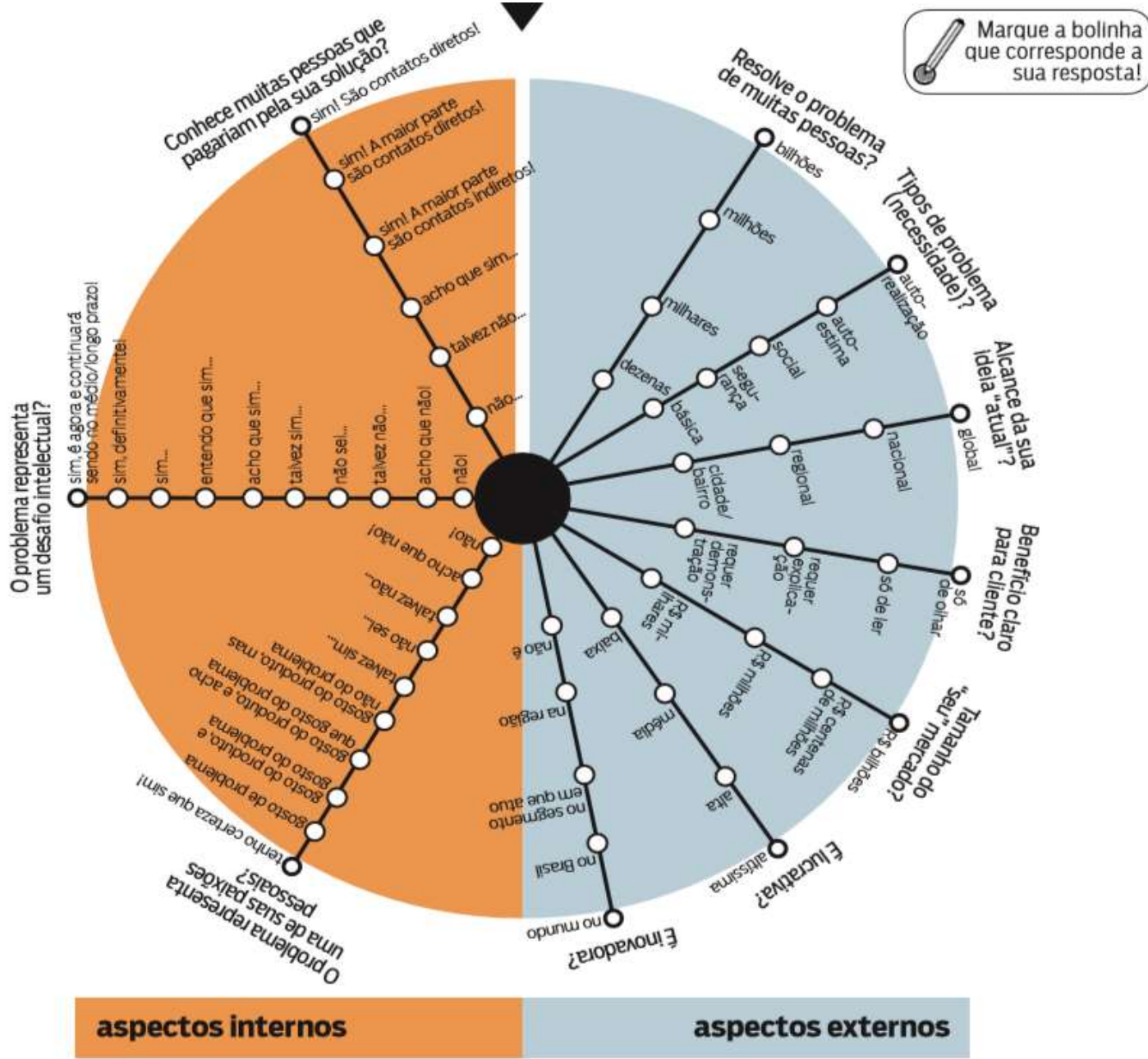


## Encontro 8

## Meu negócio é viável?

| Dimensões               |                                            | Possuo (2) | Não possuo, mas está em desenvolvimento (1) | Não possuo |
|-------------------------|--------------------------------------------|------------|---------------------------------------------|------------|
| Viabilidade de Produto  | Competências                               |            |                                             |            |
|                         | Sei <b>o que</b> fazer?                    |            |                                             |            |
|                         | Sei <b>como</b> fazer?                     |            |                                             |            |
|                         | <b>Quero</b> fazer?                        |            |                                             |            |
|                         | Protótipo                                  |            |                                             |            |
|                         | Protótipo                                  |            |                                             |            |
|                         | MVP                                        |            |                                             |            |
|                         | Testado?                                   |            |                                             |            |
|                         | Custo-alvo                                 |            |                                             |            |
|                         | Está definido?                             |            |                                             |            |
|                         | Tenho capacidade de produzir a esse custo? |            |                                             |            |
|                         | Capacidade Produtiva                       |            |                                             |            |
| Viabilidade Operacional | Condições necessárias                      |            |                                             |            |
|                         | Espaço                                     |            |                                             |            |
|                         | Matéria-prima                              |            |                                             |            |
|                         | Insumos                                    |            |                                             |            |
|                         | Fornecedor                                 |            |                                             |            |
|                         | Equipamentos                               |            |                                             |            |
|                         | Máquinas                                   |            |                                             |            |

# Viabilidade



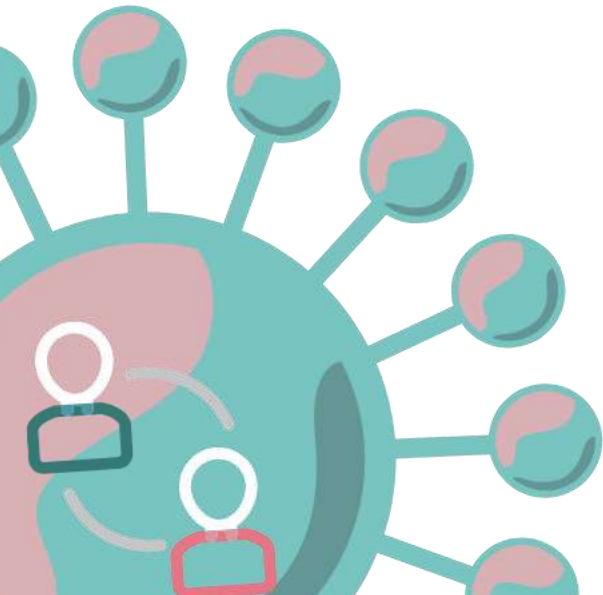
Viabilidade 360°

| Dimensão                                          | Valor | Volume | Entradas | Saídas |       |
|---------------------------------------------------|-------|--------|----------|--------|-------|
| Investimentos                                     |       |        |          |        |       |
| pessoal                                           |       |        |          |        |       |
| custo de teste                                    |       |        |          |        |       |
| custo de fabricação                               |       |        |          |        |       |
| viagem                                            |       |        |          |        |       |
| pesquisa de mercado, entrevista,<br>grupo de foco |       |        |          |        |       |
| teste de produção                                 |       |        |          |        |       |
| atividades de lançamento                          |       |        |          |        |       |
| preparação para vendas                            |       |        |          |        |       |
| Custos e Despesas (rever EAP)                     |       |        |          |        |       |
| Receitas (listar)                                 |       |        |          |        |       |
|                                                   |       |        |          |        |       |
|                                                   |       |        |          |        |       |
|                                                   |       |        |          |        | Total |

# Viabilidade - Ponto de Equilíbrio

# Tarefas para o próximo encontro:

- ✓ Templates
- ✓ Service Blueprint (Serviço)
- ✓ Estrutura Analítica do Projeto





# Inovação e Empreendedorismo na QUARENTENA



**Encontro 9**  
**Quanto custa meu negócio, quanto vale meu produto?**  
**Planilha Excel**



# Inovação e Empreendedorismo na

## QUARENTENA



## **Encontro 10**

# **Como vender minha ideia?**

Tipo de Cliente:

Sentimentos e reações:

O que chama a atenção:

Benefícios:

ÉTICA  
TRANSPARÊNCIA  
CONFIANÇA

Pré-Venda

Pontos de Contato:

Ações:

Venda

Pontos de Contato:

Ações:

Pós-Venda

Pontos de Contato:

Ações:

# Planejamento de Vendas



# Inovação e Empreendedorismo na

# QUARENTENA



**Encontro 11**  
**Vamos preparar o Pitch?**  
**Bate papo**



# Inovação e Empreendedorismo na

## QUARENTENA



**Encontro 12**  
**Como alavancar meu negócio?**  
**Bate papo**



# Inovação e Empreendedorismo na

# QUARENTENA



@sedetec\_ufrgs

## Encontro 13 Pitches