

FRAMEWORK DE

PLANEJAMENTO

ESTRATÉGICO

4blue

Este documento contém o passo a passo para realizar um planejamento estratégico estruturado.

Recomendamos que você imprima este documento e faça o preenchimento de todos os campos.

Dedique-se a este exercício e veja a mágica acontecer :)

SOBRE A 4BLUE

A 4blue está no mercado desde 2009; já atendeu mais de +55 mil clientes em Cursos, Consultorias e Ferramentas.

Nosso carro-chefe é a Gestão Financeira para Pequenas Empresas.

Estimamos que mais de +3 milhões empreendedores já foram impactados por nossos conteúdos gratuitos.

Prestamos Consultorias e Treinamentos focados em pequenas empresas de todo o Brasil.

Esperamos que tanto este material, quanto o Workshop como um todo te ajudem a enxergar um novo caminho lucrativo para sua empresa!

Renan Kaminski e Aleksander Avalca
Sócios criadores da 4blue



1 Olhe para dentro

1.1 O que conquistamos e o que aprendemos.
De forma subjetiva, analise o que deu certo, o que poderia ser melhor em seu negócio. Coloque todos os colaboradores para contribuir.

1.2 análise de indicadores

Levante os principais números de cada área da empresa. Os números sempre têm coisas importantes a dizer

1.3 Ideias de ações

A partir das discussões, vá listando as ideias de ações, mas por enquanto não é para colocar nada em prática ;)

1.4 A Base de tudo

Avalie e discuta sobre sua Missão, Propósito e Valores. Esta base conceitual é o que vai nortear o diferencial e a estratégia do seu negócio

1.1 O Que conquistamos e o que aprendemos?

O que nós aprendemos?

O que precisa ser melhorado?

O que funcionou?

O que foi memorável?

1.2 Indicadores - Comercial

Excepcional

Bom

Ruim

Qual história esses números nos contam?

1.2 Indicadores - Financeiro

Excepcional

Bom

Ruim

Qual história esses números nos contam?

1.2 Indicadores - Marketing

Excepcional

Bom

Ruim

Qual história esses números nos contam?

1.2 Indicadores - Área:

Excepcional

Bom

Ruim

Qual história esses números nos contam?

1.2 Indicadores - Área:

Excepcional

Bom

Ruim

Qual história esses números nos contam?

1.3 Ideias de ações

Excepcional

Bom

Ruim

Qual história esses números nos contam?

A base de tudo

Propósito

Visão

Valores

2. Olhe para fora

2.1 Benchmarking

Aprenda com seus concorrentes e com empresas que se destacam em outros setores

2.2 Forças de mercado

Quais são as mudanças e tendências que estão acontecendo no mercado? Como isso pode impactar o seu negócio?

2.3 Análise SWOT

Quais são as forças e fraquezas internas do negócio? E quais são as oportunidades e ameaças externas à empresa?



2.1 - Bench 1

Excepcional

Bom

Ruim

Qual história esses números nos contam?

2.1 - Bench 2

Excepcional

Bom

Ruim

Qual história esses números nos contam?

2.1 - Bench 3

Excepcional

Bom

Ruim

Qual história esses números nos contam?

Forças de mercado (externas)

Tecnologia

Mercado

Gestão

Comportamento

Economia

Ideias de ações

ANÁLISE SWOT

Fatores positivos

Fatores negativos

Fatores internos

FORÇAS

FRAQUEZAS

Fatores externos

OPORTUNIDADES

AMEAÇAS

3. Coração da estratégia

3.1 Ver o mundo pelos olhos do cliente

Quem é seu cliente? Quais suas dores e quais suas ambições? Quanto mais você entender a mente do seu cliente, mais persuasivo e assertivo você será na comunicação

3.2 Product market fit

Aqui você busca o encaixe ideal da sua solução versus as demandas do cliente. Se você não encontrar um real diferencial, sempre continuará brigando por preço contra a concorrência.

3.1 Ver o mundo pelos olhos do cliente

O problema que ele quer
resolver

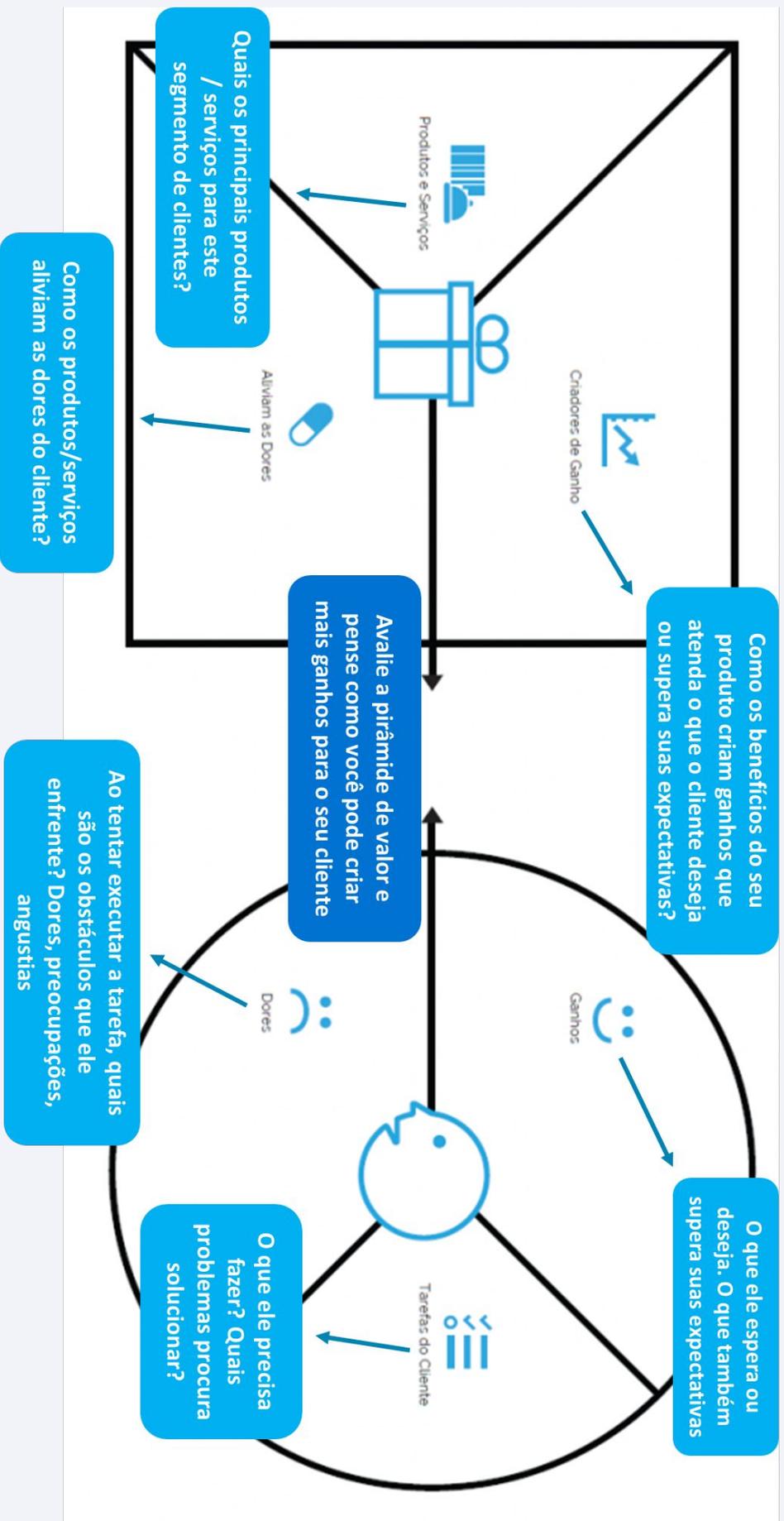
O que ele valoriza

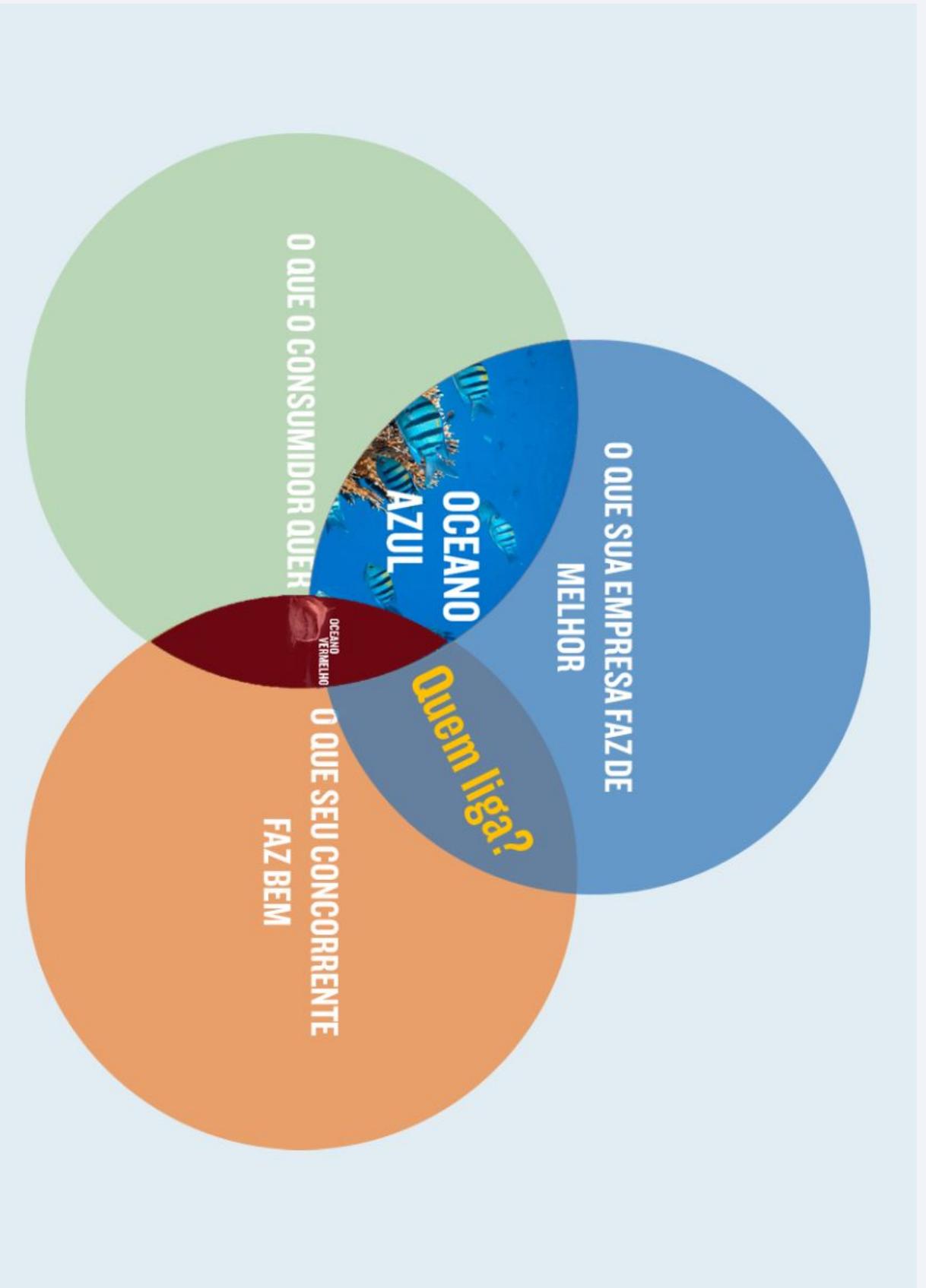
O que supera as expectativas
dele

O que ele sente

O que ele tem medo

Onde o seu cliente está





NECESSIDADES MAL ATENDIDAS

Encaixe de produto e mercado

1° PASSO

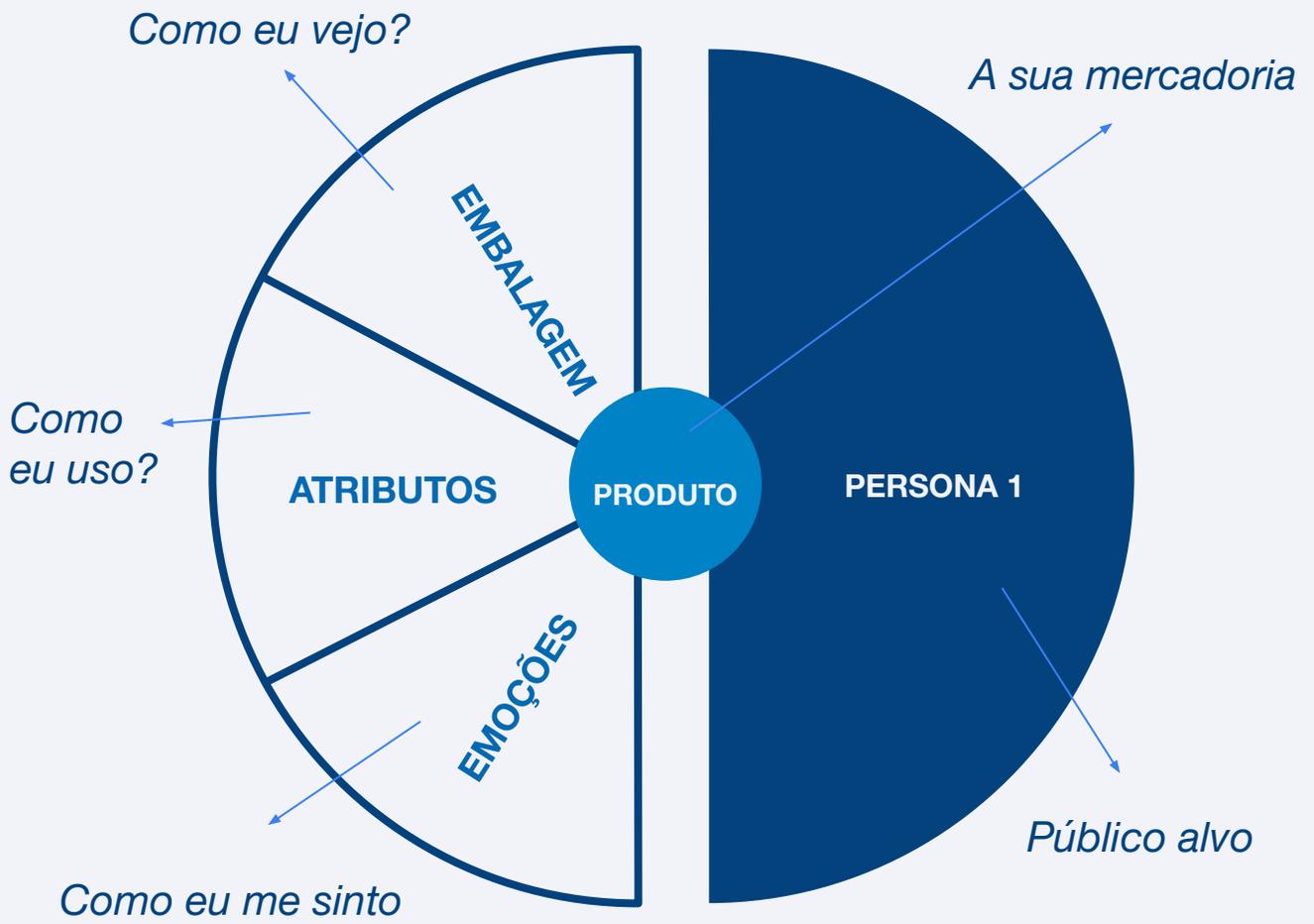
é olhar para tudo que você já mapeou do seu cliente: olhar o mundo pelos olhos do cliente.

2° PASSO

é pensar no que você vende (mercadoria).

3° PASSO

é entender que o seu produto não é apenas o que você vende, mas é toda a experiência do cliente: Embalagem, atributos e emoções



3.2 Product market fit - Persona 1



Prós

Contras

3.2 Product market fit - Persona 2



Prós

Contras

3.2 Product market fit - Persona 3



Prós

Contras

IDEIAS DE AÇÕES

4. Foco

4.1 Sonho Grande

Qual o sonho grande do negócio? Qual sua visão de futuro?

4.2 Grande desafio

Qual o grande desafio dos próximos 12 meses?

4.3 Definição de indicadores

Quais as 3 grandes metas da empresa? Quais são os objetivos e metas de cada área e como isso vai contribuir com as metas macro do negócio?

4.4 Mapa de ações

Quais projetos precisam ser executados para atingirmos todas nossas metas?

4.1 SONHO GRANDE

4.2 GRANDE DESAFIO

As 3 grandes metas

Meta de Vendas:

Meta de Recebimento:

Meta de Lucro:

4.3 INDICADORES COMERCIAIS

OBJETIVO

INDICADORES

PROJETOS / AÇÕES

4.3 INDICADORES FINANCEIROS

OBJETIVO

INDICADORES

PROJETOS / AÇÕES

4.3 INDICADORES MARKETING

OBJETIVO

INDICADORES

PROJETOS / AÇÕES

4.3 INDICADORES ÁREA:

OBJETIVO

INDICADORES

PROJETOS / AÇÕES

4.3 INDICADORES ÁREA:

OBJETIVO

INDICADORES

PROJETOS / AÇÕES

4.4 Mapa de ações

PROJETOS

JAN

FEV

MAR

ABR

MAI

JUN

4.4 Mapa de ações

PROJETOS

JUL

AGO

SET

OUT

NOV

DEZ

**Em poucas palavras, resuma
a estratégia e as metas do
negócio para este ciclo:**

Essa é sua melhor chance de
participar do...



MÁQUINA DE LUCROS

E FAZER SUA EMPRESA
CRESCER MAIS, VENDER MAIS
E LUCRAR MAIS

**POR MENOS QUE O SALÁRIO
DE UM FUNCIONÁRIO**

(e que entrega muitooo mais: mentoria, treinamento, software)!

[CLIQUE AQUI](#)

