

Módulo I -
MONTANDO O
NEGÓCIO



JORNADA NEGÓCIO HOLÍSTICO

APRENDA A MONTAR E GERIR O SEU NEGÓCIO HOLÍSTICO DE
FORMA RÁPIDA E SIMPLES

DESENVOLVIDO POR:

Luis Henrique de Souza



EQUILÍBRIO
EMPREENDEDOR

**QUALQUER COISA
PODE VIRAR UM NEGÓCIO.**

**EU DISSE
QUALQUER COISA!**



A close-up of a hand with a gold ring on the ring finger, pointing the index finger downwards. The background is a solid teal color.

VOCÊ ESTÁ PRONTO PARA COMEÇAR O SEU NEGÓCIO?

MUITOS FRACASSAM

- 50% dos novos negócios fecham em 4 anos. *

AS CAUSAS

- Não conseguem vender efetivamente;
- Não conseguem gerenciar as finanças;
- Não conseguem se diferenciar, inovar, e se adaptar.

*Levantamento SEBRAE 2015



QUEM É LUIS HENRIQUE DE SOUZA

○○○○○●

CRIADOR DO EQUILÍBRIO EMPREENDEDOR®

Administrador formado pela PUCRS, atua com Empreendedorismo e Desenvolvimento Pessoal.

Já capacitou mais de 1000 empreendedores ao redor do Brasil.

Criador do Equilíbrio Empreendedor®.

Tenho três grandes paixões na minha vida, empreender, criar e desenvolver pessoas.





O QUE É O



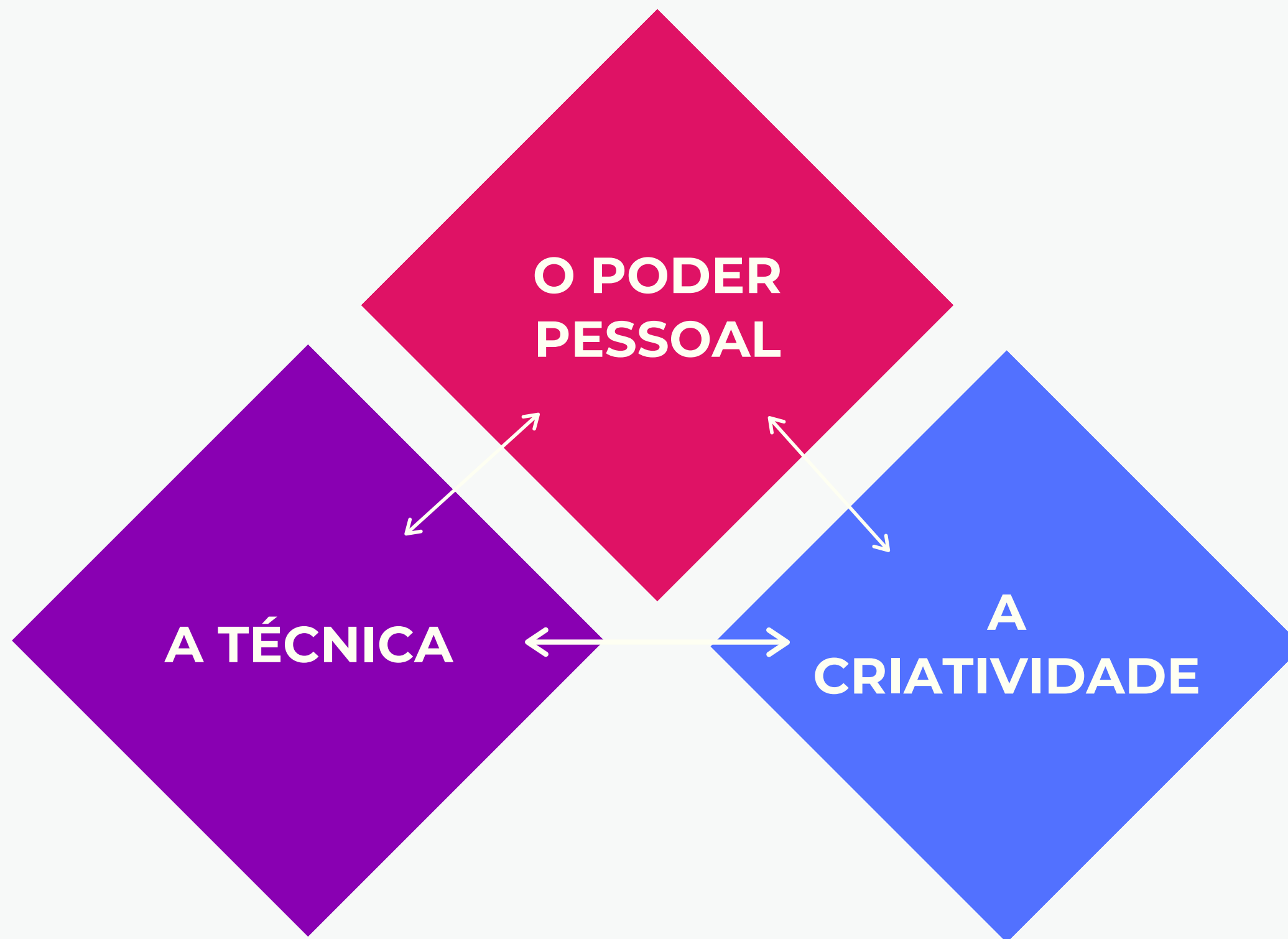
**EQUILÍBRIO
EMPREENDEDOR®**

UMA NOVA VISÃO DE NEGÓCIOS PARA UM NOVO MUNDO

- CONSCIÊNCIA COLETIVA: HOMEM & NATUREZA;
- EQUILÍBRIO: ENTRE A TÉCNICA, A CRIATIVIDADE E O PODER PESSOAL;
- CONEXÃO: COM A INTELIGÊNCIA DA VIDA;



É NECESSÁRIO EQUILÍBRIO ENTRE





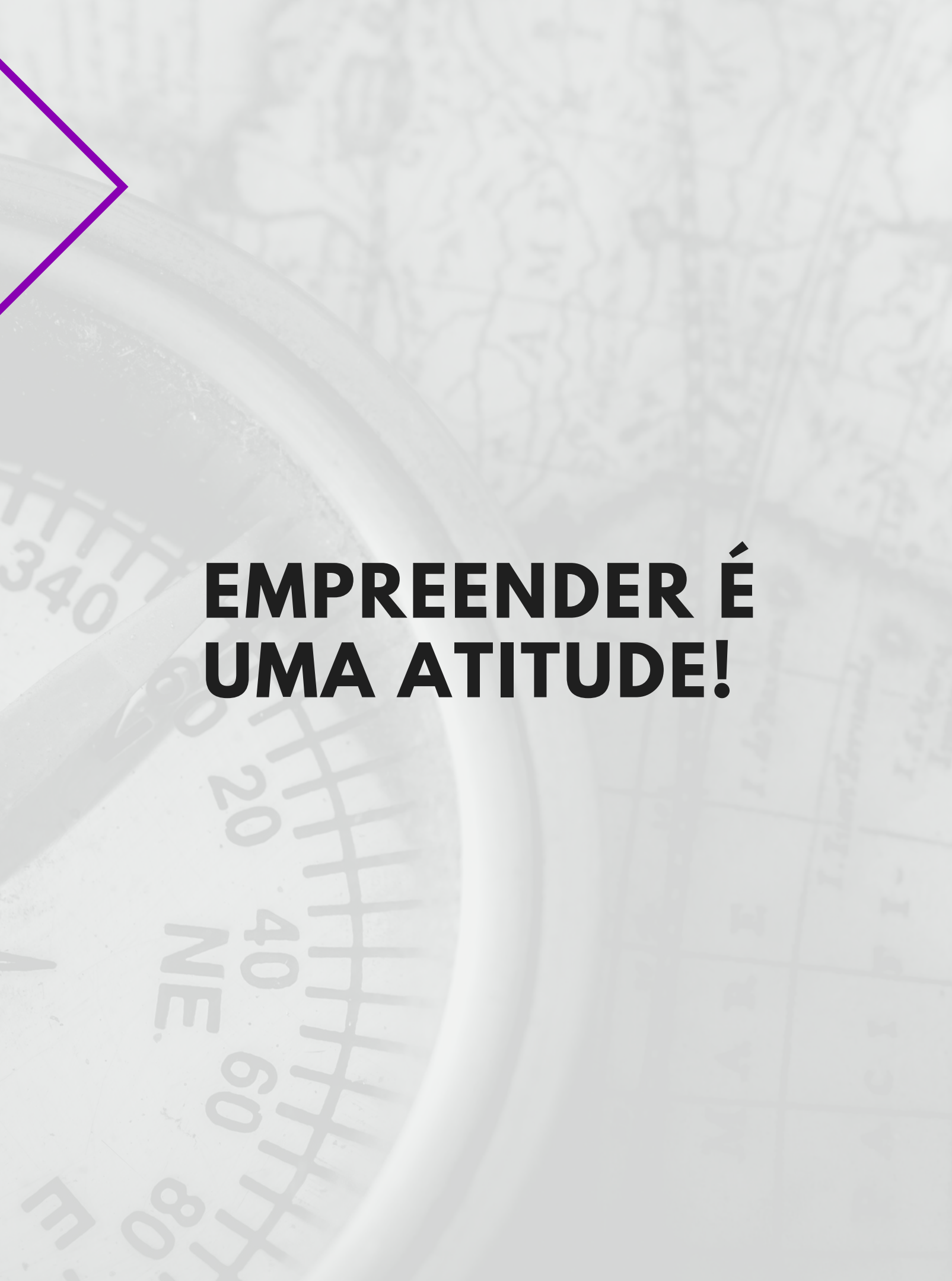
PODER PESSOAL

O QUE É O PODER PESSOAL

É o conjunto das competências e características pessoais físicas, emocionais, mentais e espirituais que uma pessoa tem.

E O SEU PODER PESSOAL QUE IRÁ LEVÁ-LO
ADIANTE EM SEU EMPREENDIMENTO.



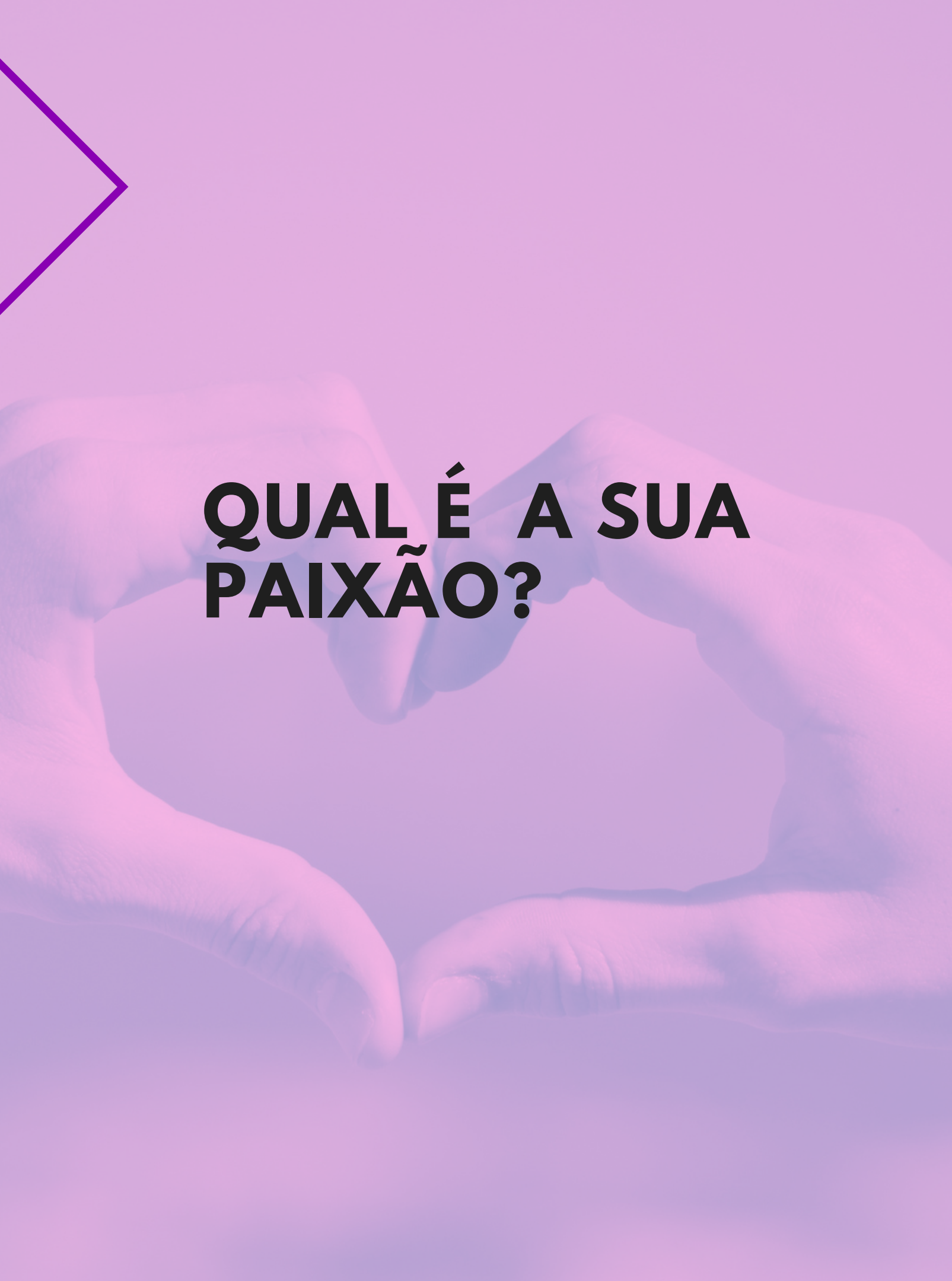


EMPREENDER É UMA ATITUDE!

O QUE É SER EMPREENDEDOR?

O empreendedor é aquela pessoa que consegue transformar uma ideia inovadora em um serviço, produto, negócio ou organização.





QUAL É A SUA PAIXÃO?

EMPREENDEDOR É AQUELE QUE
TEM PAIXÃO POR TRANSFORMAR
IDEIAS EM REALIDADE.

O Empreendedor:

- Faz acontecer;
- Suja as Mãos;
- Descobre maneiras de realizar;
- Busca caminhos inexplorados;
- Tem Espírito Empreendedor;
- Tem paixão pelo que faz.

*SEU NICHOS DEVE ESTAR LIGADO A ELA





Exercício 1 - Sua Paixão e Seu Sonho

1

QUAL É A SUA PAIXÃO?

2

QUAL É O SEU MAIOR SONHO?



AUTOCONHECIMENTO



**AVANÇAR SEM SABER A ONDE VOCÊ QUER
CHEGAR É REALMENTE IR PARA FRENTE?**

O empreendedor, ao não se autoconhecer, toma uma série de decisões erradas e acaba fracassando.

“Quem conhece os outros é sábio. Quem
conhece a si mesmo é iluminado.”

- Lao-Tsé
Antigo filósofo e escritor chinês



EM
2022



JORNADA DO PODER PESSOAL

SEJA O QUE VOCÊ VEIO SER!

DESENVOLVIDO POR:

Luis Henrique de Souza



EMPREENDER EM UM MUNDO DIGITAL E QUÂNTICO



EXISTEM DUAS GRANDES TRANSFORMAÇÕES EM ANDAMENTO

A TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

- O MUNDO CADA VEZ MAIS DIGITAL;
- NOVAS TECNOLOGIAS A TODO O MOMENTO;
- COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR MUDANDO;
- TECNOLOGIAS A BAIXO CUSTO;

FICOU IMPOSSÍVEL FICAR DE FORA

Como o meu negócio vai se posicionar no Mundo Digital?



JAN
2021

OVERVIEW OF INTERNET USE

KEY INDICATORS OF INTERNET ADOPTION AND USE

⚠ USER NUMBERS NO LONGER INCLUDE DATA SOURCED FROM SOCIAL MEDIA PLATFORMS, SO VALUES ARE **NOT COMPARABLE** WITH PREVIOUS REPORTS



BRAZIL

TOTAL NUMBER
OF INTERNET USERS
(ANY DEVICE)



160.0
MILLION

INTERNET USERS AS
A PERCENTAGE OF
TOTAL POPULATION



75.0%

ANNUAL CHANGE
IN THE NUMBER
OF INTERNET USERS



+6.4%
+9.6 MILLION

AVERAGE DAILY TIME USERS
AGED 16 TO 64 SPEND
USING THE INTERNET



10H 08M

PERCENTAGE OF USERS
ACCESSING THE INTERNET
VIA MOBILE DEVICES



96.1%

SOURCES: KEPIOS (JAN 2021) BASED ON EXTRAPOLATIONS OF DATA PUBLISHED BY: THE ITU; LOCAL GOVERNMENT BODIES; GWI; GSMA INTELLIGENCE; EUROSTAT; APIII; CNNIC; THE UNITED NATIONS. DATA FOR TIME SPENT AND MOBILE INTERNET SHARE FROM GWI (Q3 2020). SEE [GLOBALWEBINDEX.COM](https://globalwebindex.com) FOR MORE DETAILS. ⚠ **COMPARABILITY ADVISORY:** SOURCE AND BASE CHANGES. INTERNET USER NUMBERS NO LONGER INCLUDE DATA SOURCED FROM SOCIAL MEDIA PLATFORMS. FIGURES ARE **NOT COMPARABLE** WITH DATA PUBLISHED IN PREVIOUS REPORTS.



DESTRUIÇÃO CRIATIVA

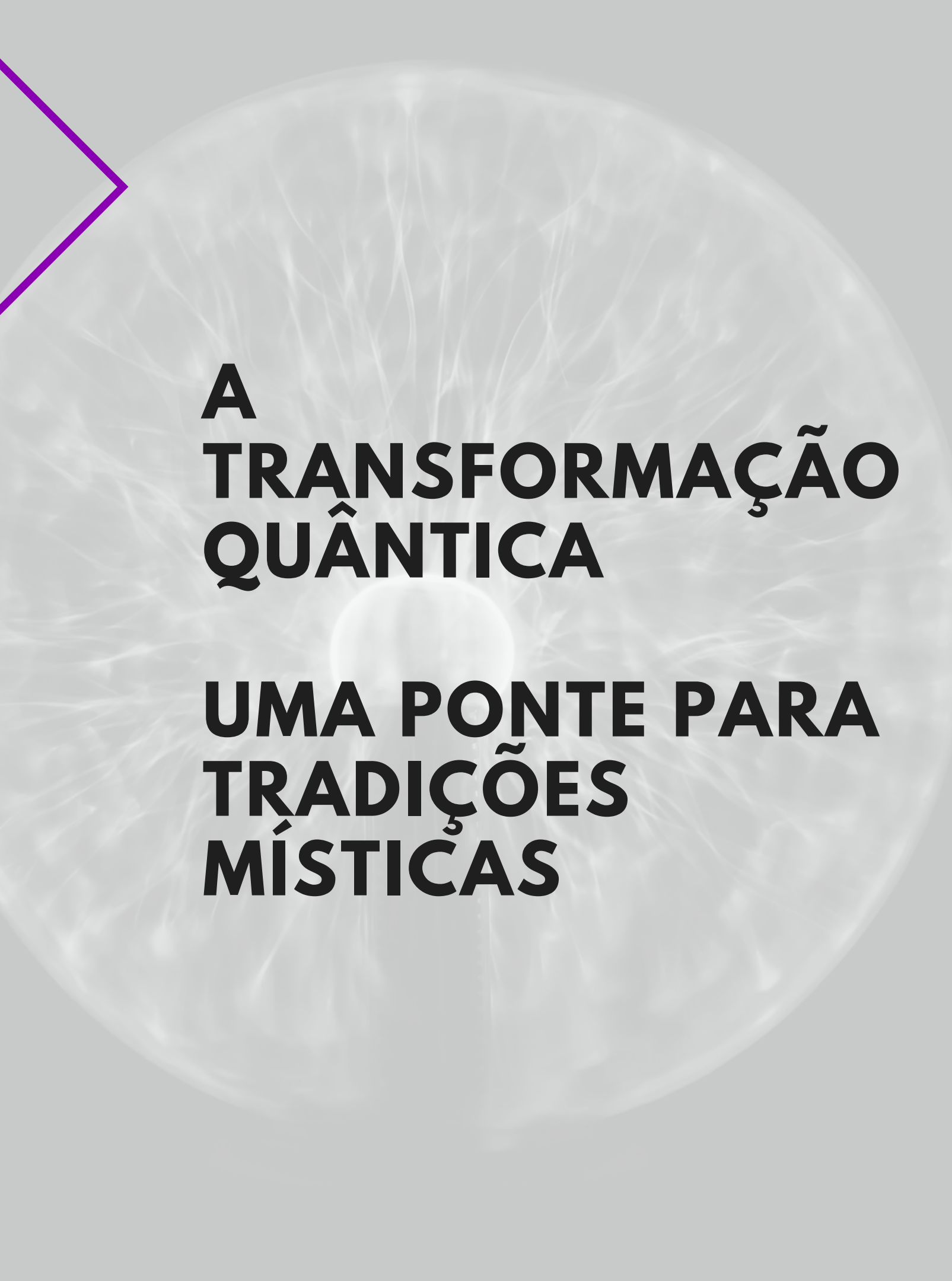
É A INOVAÇÃO DISRUPTIVA

A destruição criativa é a responsável pela renovação do mercado, cai o antigo para a vinda do novo.

O seu negócio deve estar pronto para se adaptar às mudanças.







A TRANSFORMAÇÃO QUÂNTICA

UMA PONTE PARA TRADIÇÕES MÍSTICAS

DO ESTRANHO MUNDO QUÂNTICO
NASCEM TEORIAS CIENTÍFICAS QUE
AFIRMAM QUE TUDO ESTÁ CONECTADO.

NOVOS CIENTISTAS CONCLUEM:

- Tudo é Onda e Matéria ao mesmo tempo;
- Existe inteligência em vários níveis de consciência;
- Os Pensamentos e Emoções refletem na "realidade".
(Efeito Placebo - Dr. Joe Dispenza);
- Somos seres Eletromagnéticos, e essas ondas afetam os átomos ao nosso redor (Gregg Braden);
- A Consciência é o fundamento de todo ser (Dr. Amit Goswami)
- Átomos tem consciência: Energia e Informação;
- Tudo e Todos estão conectados.



**NOSSA ENERGIA, EMOÇÕES,
PENSAMENTOS E CRENÇAS AFETAM O
NOSSO NEGÓCIO.**





A TÉCNICA

CRIANDO E GERINDO
NEGÓCIOS

EMPREENDER TAMBEM É ADMINISTRAR



BUSCANDO OPORTUNIDADES



QUE OPORTUNIDADES EU ENXERGO NO MERCADO?

**QUE OPORTUNIDADES SE ENCAIXAM COM MINHAS
FORÇAS, RECURSOS E TALENTOS?**

MINHA PAIXÃO GERA QUAIS OPORTUNIDADES?

“Nos negócios, as oportunidades são como um ônibus, há sempre um outro vindo.”

- Richard Branson,
fundador do grupo Virgin



“A vida está cheia de desafios que, se aproveitados de forma criativa, transformam-se em oportunidades.”

- Maxwell Maltz
Médico e pesquisador



Exercício 2 - Minhas Oportunidades

1

Liste três ideias de negócio que você poderia começar nesse momento.





Exercício 3 - Meu Negócio

- 1) Descreva o seu Negócio em uma frase:
- 2) Qual é o seu Produto ou Serviço Principal?
- 3) Por que Você quer iniciar esse Negócio?
- 4) Por que o seu Cliente vai Comprar de Você?
- 5) Qual é o seu Diferencial?
- 6) Como você imagina seu Negócio daqui 3 anos?





SUA MARCA



“Marketing é um concurso para obter a atenção das pessoas”

- Seth Godin
Guru do Marketing

SUA MARCA PRECISA SER VISTA
E LEMBRADA.

MARCA

Nome e símbolo representando uma organização, produto ou serviço.

LOGOTIPO

É a parte escrita de uma marca.

SLOGAN

Frase de efeito, fácil de memorizar que resume as características do produto ou negócio.



EXEMPLOS DE MARCAS, LOGOTIPOS E SLOGANS ○○○○○●



JUST DO IT.



PUCRS
VIVA ESSE MUNDO



EXEMPLOS DE MARCAS, LOGOTIPOS E SLOGANS ○○○○○●



EMOÇÕES E CORES NAS MARCAS





Exercício 4 - Sua marca, logotipo e slogan

- 1 Qual é o nome do seu negócio?
- 2 Crie sua marca e seu logotipo.
- 3 Vamos definir o seu slogan.

* Você pode criar um esboço gratuito da sua marca nos sites:
<https://www.freelogoservices.com/pt/>
<https://www.logaster.com.br/>

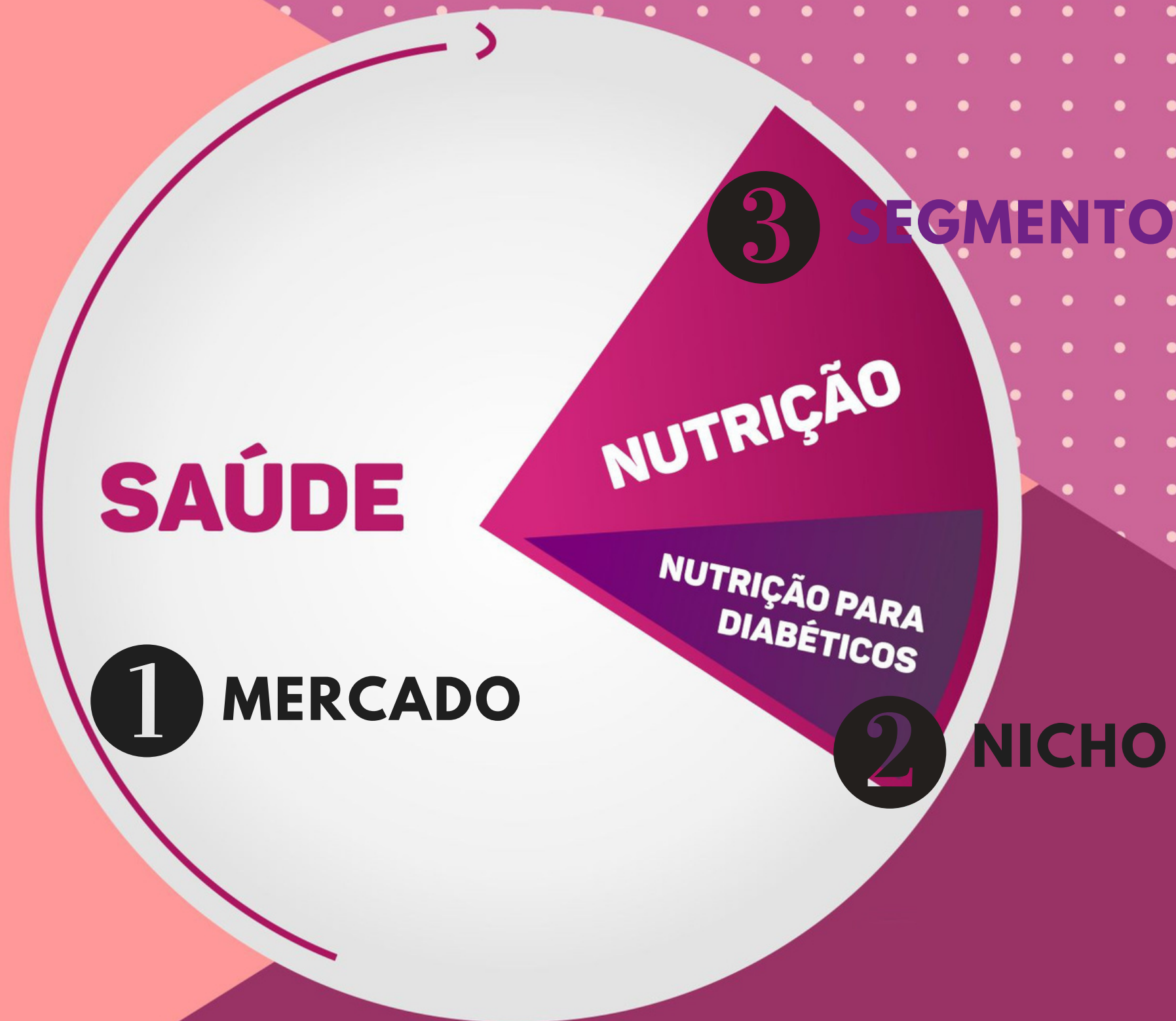


MERCADO, SEGMENTO E NICHO

NICHO DE MERCADO

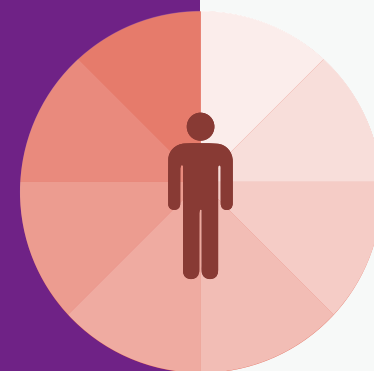
Ter um Nicho é ser apaixonado em resolver um problema de um grupo específico de pessoas.

Ter um nicho envolve abdicar de outras áreas para se especializar em uma, é duro mas muito válido, pois isso agrega valor em sua solução e facilita a percepção do cliente.





A PERSONA



PERSONA

Representação semi fictícia de um consumidor ideal de um negócio. Vai a fundo nos fatores psicológicos do seu cliente, e assim, é possível entender melhor os seus desafios e dores.

EXEMPLO: RAQUEL MORAES

Tem 24 anos e sonha em se tornar Médica, mas precisa trabalhar o dia todo para se sustentar. Teme a violência urbana e não atingir seu sonho. Não tem muito tempo para se dedicar aos estudos, pois passa em média 3 horas em trânsito e 10hrs no trabalho. Gosta de comprar roupas bonitas e com bom preço em grandes lojas.





Exercício 5 - Nicho e Persona

1) Qual é o NICH0 do seu Negócio?

1) DADOS PRINCIPAIS (Nome, idade, hábitos, onde mora, trabalho, estudo)

2) ESTILO DE VIDA (hábitos pessoais e de trabalho, tecnologias que usa, compras, hobbies)

3 SONHOS (futuro, esperanças, crenças)

4) PROBLEMAS (medos e dores)





A MATRIZ SWOT

UMA FERRAMENTA ESTRATEGICA PARA ANÁLISE DO CENÁRIO DO NEGÓCIO.

NO AMBIENTE INTERNO

Olhamos para tudo aquilo que conseguimos controlar (Forças e Fraquezas)

NO AMBIENTE EXTERNO

Olhamos para tudo aquilo que não conseguimos controlar (Oportunidades e Ameaças).

“Trabalhe suas fraquezas até que elas se tornem suas forças”

- Knute rockne
Jogador e técnico de futebol americano



A MATRIZ SWOT



AMBIENTE INTERNO E AMBIENTE EXTERNO

AMBIENTE INTERNO

FORÇAS:

- Seus pontos positivos;
- Seus recursos;
- Sua vantagem competitiva.

FRAQUEZAS:

- O que pode melhorar;
- Recursos que faltam;
- Por que os clientes escolhem o concorrente.

AMBIENTE EXTERNO

OPORTUNIDADES:

- Oportunidades de mercado;
- Tendências favoráveis ao negócio.

AMEAÇAS:

- Ameaças que podem prejudicar o seu negócio;
- Os concorrentes e suas ações.



A MATRIZ SWOT



FATORES ECONÔMICOS

crise, dólar, preço da gasolina

FATORES DEMOGRÁFICOS E SOCIOCULTURAIS

cultura, renda, moradia

FATORES POLÍTICOS E LEGAIS

leis, política, eleições

AMBIENTE EXTERNO

FATORES AMBIENTAIS

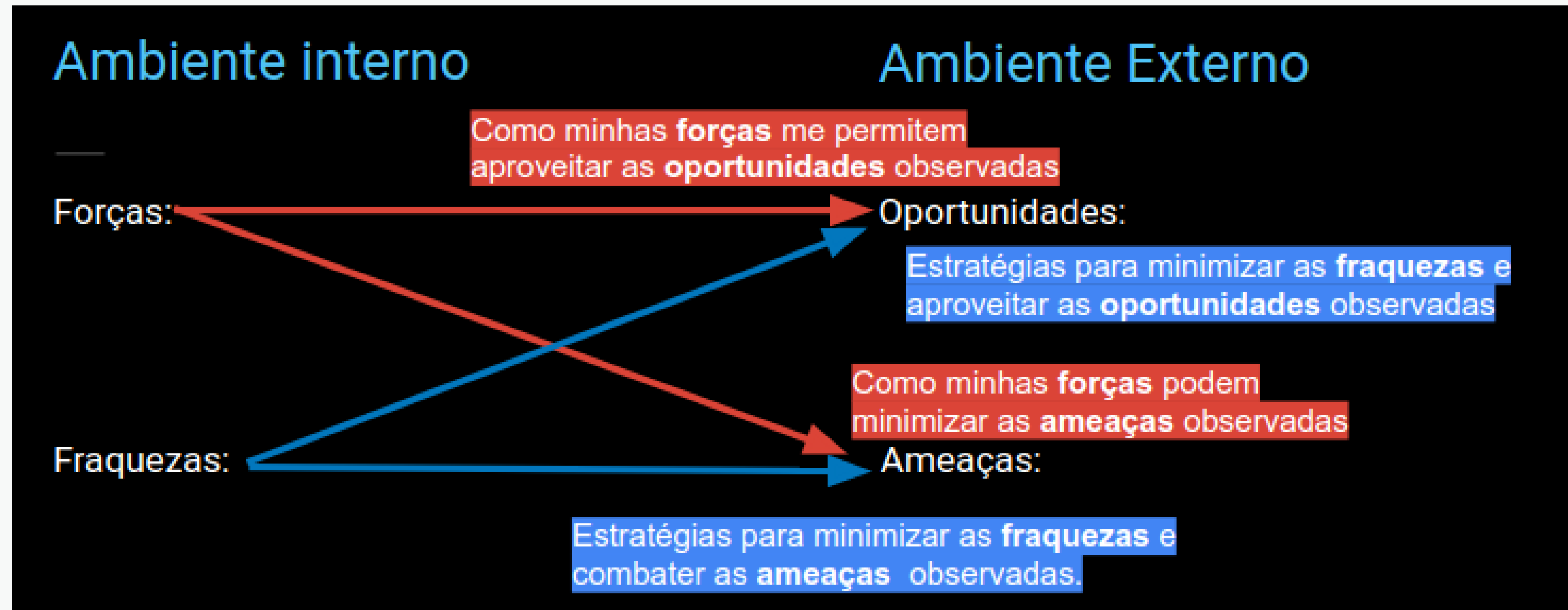
clima, calor, chuva, morro, vegetação

FATORES TECNOLÓGICOS

computadores, celulares, redes sociais,
WhatsApp



CONSTRUINDO ESTRATÉGIAS COM O CRUZAMENTO DA MATRIZ



FORÇAS + OPORTUNIDADES

Devem ser priorizados na comunicação como Diferenciais Competitivos.

FRAQUEZAS + AMEAÇAS

Devem ser priorizados em um Plano de Ação.





Exercício 6 - Minha SWOT

AMBIENTE INTERNO

FORÇAS:

AMBIENTE EXTERNO

OPORTUNIDADES:

FRAQUEZAS:

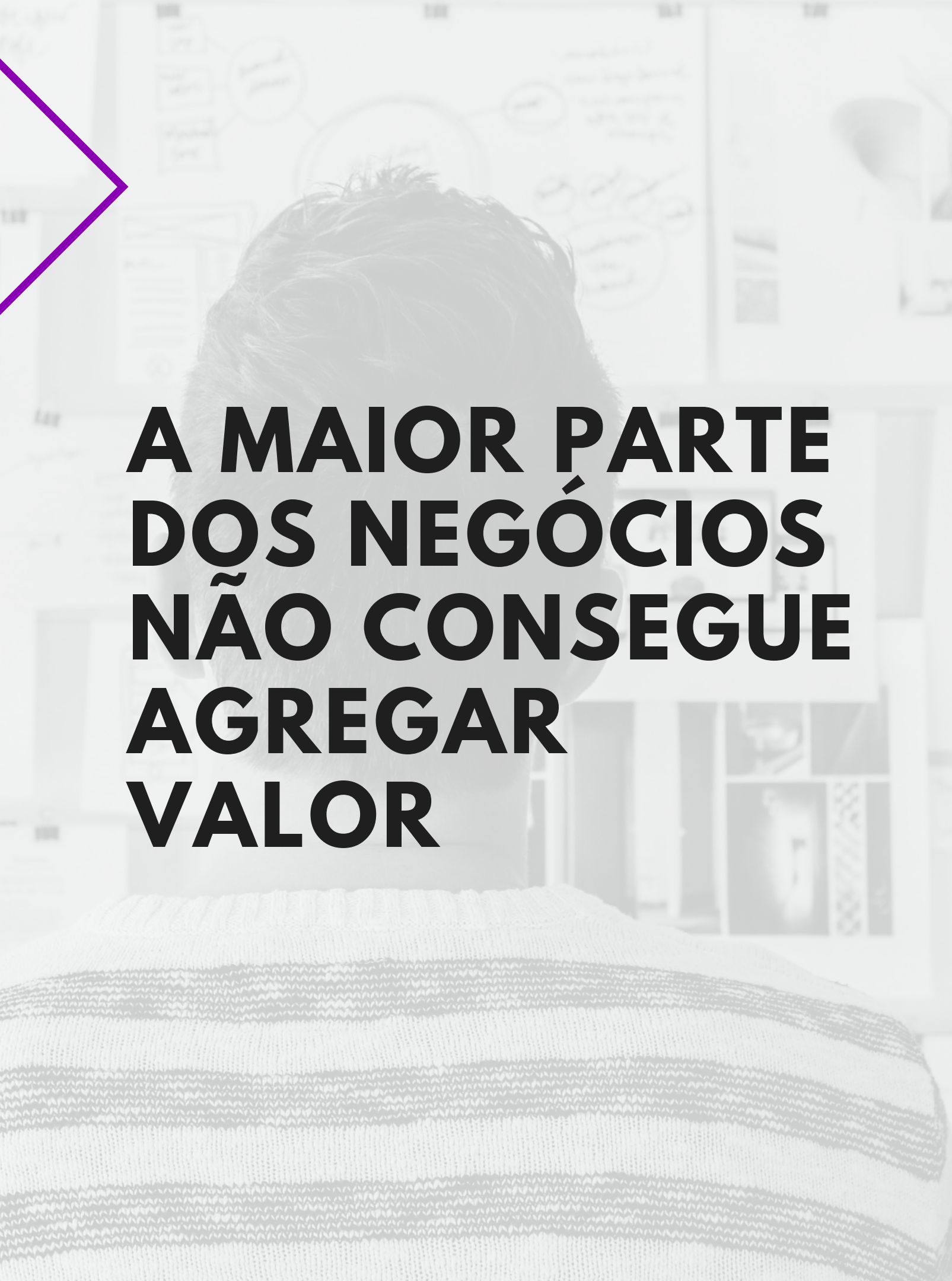
AMEAÇAS:



GERAR VALOR

Quanto mais o cliente PERCEBE valor no que estamos ofertando, mais chances temos dele estar disposto a pagar por isso.





**A MAIOR PARTE
DOS NEGÓCIOS
NÃO CONSEGUE
AGREGAR
VALOR**

ELES APENAS CLONAM
OUTROS NEGÓCIOS



o o o o o ●

O GRANDE PROBLEMA DOS CLONES



ELES ENFRENTAR MUITA CONCORRÊNCIA.

É NECESSÁRIO GERAR MAIS VALOR:

- É NECESSÁRIO INOVAR;
- É NECESSÁRIO SE DIFERENCIAR.





PROSPERA NEGÓCIO

CHEGOU A HORA DO SEU NEGÓCIO PROSPERAR

DESENVOLVIDO POR:

Luis Henrique de Souza



EQUILÍBRIO
EMPREENDEDOR



Exercício 7 - Matriz de Concorrência:

	CONCORRENTE A	CONCORRENTE B	CONCORRENTE C	SEU NEGÓCIO
Nome				
Solução				
Diferencial Principal				
Preço				



TESTAR O QUE FUNCIONA

**Vamos testar os nossos negócios
através da mentalidade da Lean
Startup.**

**Aprendendo na prática, da forma mais
rápida e barata possível.**



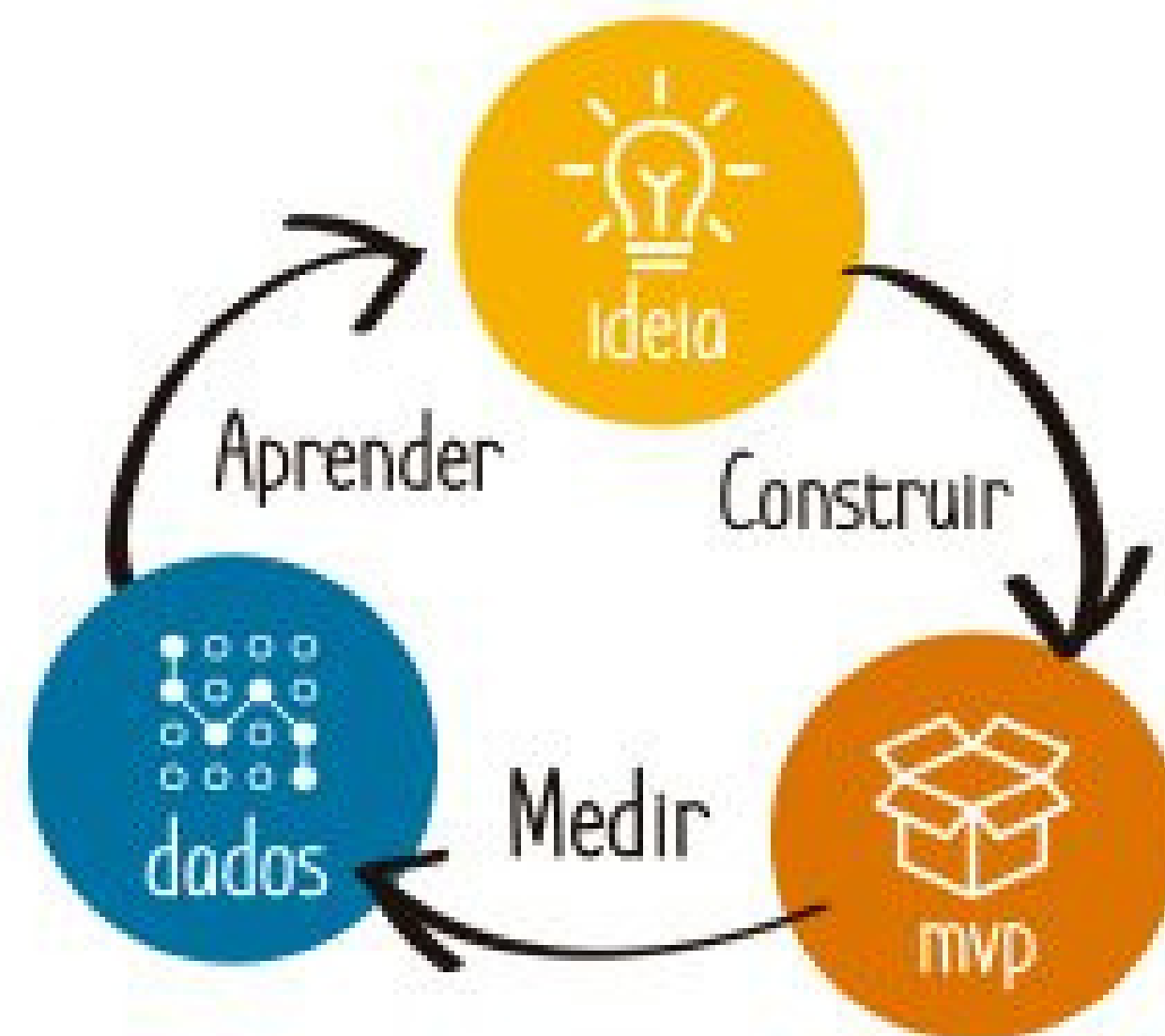
○ ○ ○ ○ ○ ●

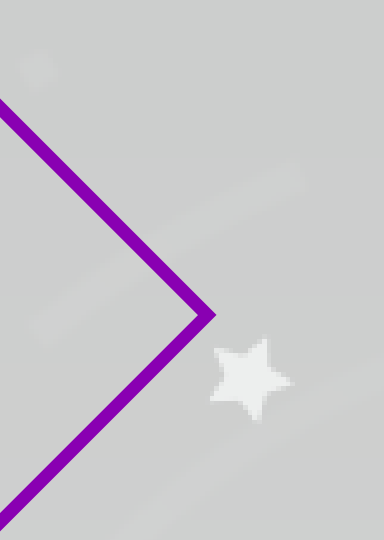
LEAN STARTUP



A STARTUP ENXUTA

Uma mentalidade para a criação de inovação, baseada na validação de ideias com testes práticos:





MVP - PRODUTO MÍNIMO VIÁVEL

PRECISAMOS TESTAR/VALIDAR O NOSSO NEGÓCIO

Em vez de produzir algo complexo, caro e trabalhoso, vamos testar nossas ideias da forma mais rápida e barata possível.

- Queremos testar se nosso negócio gera VALOR;
- Precisamos testar nossas ideias com clientes reais;
- Se funcionar seguimos em frente.





- PROTÓTIPO
- MAQUETE
- MÁGICO DE ÓZ
- SINGLE FEATURE
- ENTREVISTAS
- LISTA DE EMAIL
- LANDING PAGES
- PÁGINA DE RESERVA
- VÍDEOS
- A/B TESTE

TIPOS DE MVP

Minimum Viable Product

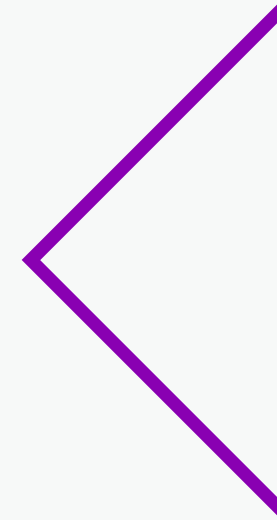


Product Vision





Exercício 8 - Meu MVP



- 1 O que é fundamental ser testado nesse momento? (O que você precisa descobrir)
- 2 Como será o seu MVP?
- 3 Quais são os resultados esperados?

