

Plano de Negócios

1. Sumário Executivo

O sumário executivo é muito importante dentro de um plano de negócios por que é uma das primeiras interações entre empreendedor e investidores. O sumário executivo é como um portal, pois se for convincente, levará o investidor a querer saber mais sobre a empresa. Caso contrário, a empresa será descartada pelo investidor.

O sumário executivo deve ser breve e direto e não deve conter todos os detalhes sobre a empresa. Sugerimos a seguinte estrutura para o sumário executivo:

- A missão da empresa, a oportunidade de que a empresa tira proveito e a necessidade dos clientes que a empresa resolverá.
- A solução, produto ou serviço a ser vendido e entregue.
- O cliente que possui esta necessidade e o mercado a ser endereçado.
- As vantagens competitivas da sua empresa e por que ela é melhor do que todas as outras para resolver esta necessidade do cliente.
- Estágio de desenvolvimento da empresa, quais objetivos já foram atingidos e quais os próximos objetivos a serem atingidos no curto prazo.
- Pontos principais das projeções financeiras, como margem bruta, volume de vendas e tempo para break even e investimento necessário.
- Integrantes da equipe e o papel de cada um.

2. A Oportunidade e o Propósito do Negócio

Defina em uma frase o propósito da sua empresa.

Descreva de forma direta o problema que a empresa se propõe a resolver e as necessidades não atendidas dos clientes serão solucionadas.

Argunte por que esta empresa deve existir e como pode beneficiar seus clientes e consumidores. Descreva quais necessidades dos clientes a sua empresa resolverá.

Por que e como a empresa, seus produtos e serviços melhoram a vida de seus consumidores e clientes?

3. O Cliente

Descreva quem é o cliente que possui esta necessidade. Mostre por que resolver esta questão é muito importante para o cliente e descreva por que este cliente pagaria pelo produto ou serviço.

Pesquisas e conversas com estes clientes podem ser muito úteis nesta sessão. Depoimentos de clientes reais descrevendo suas necessidades também podem ser significativos.

Se a sua empresa já tiver uma base de clientes, aqui é o lugar para contar cases reais e descrever a sua base de clientes atual.

4. A Solução

Apresente a sua solução, o seu produto ou serviço. Descreva por que e como a sua solução torna a vida dos seus clientes muito melhor.

Descreva por que a proposta de valor e oferta da sua empresa são melhores do que as propostas e ofertas das demais empresas. Mostre como a sua solução é diferente das demais soluções de mercado.

Apresente o seu produto ou serviço, suas características principais, funcionalidades, forma de funcionamento e propriedade intelectual se for o caso.

Se a sua empresa já possui uma solução, produto ou serviço pronto ou sendo vendido a mercado, descreva em detalhes e de preferência faça uma demonstração. Caso contrário, procure usar protótipos e meios audio visuais de comunicação ao apresentar o desenho da sua solução.

5. Análise do Mercado

Quanto maior o mercado, melhor. Mostre que o mercado em questão é grande ou que pelo menos é grande o suficiente para que a sua empresa cresça e ganhe escala.

Análise as dimensões do mercado de forma “*top down*” e “*bottom up*”.

Análise “*top down*”. Baseado em análises de mercado, relatórios de pesquisa, estudos socioeconômicos e demográficos.

Análise “*bottom up*”. Baseado em cálculos a partir do número de possíveis usuários, preço por usuário e recorrência de compra no tempo.

Mostre que existe potencial de crescimento no seu mercado.

6. Modelo de Negócio

Apresente como a sua empresa ganhará dinheiro e descreva suas fontes de receita principais. Procure analisar os modelos de negócio existentes e analise em quais a sua empresa melhor se adequa.

Se a sua empresa já está em operação, apresente os modelos de negócio já comprovados por transações já realizadas.

Prove que a receita com uma transação é menor do que o custo de entrega desta transação. A receita unitária ser maior do que o custo variável é condição necessária para a viabilidade do negócio.

7. Vantagens competitivas

Descreva as suas vantagens competitivas, por que você e a sua empresa são os melhores para entregar o que se propõem a entregar, o que os torna especiais e únicos e o que fará com que você e a sua empresa tenham sucesso.

Se a sua empresa já está em estágio de faturamento e possui clientes, descreva os principais elementos de sucesso do serviço ao cliente, por que estes consumidores estão comprando o seu produto ou serviço e o feedback que você e a sua empresa têm recebido.

8. Estratégia de Marketing e Comercial

Apresente as estratégias da empresa para capturar parte do mercado em questão. Descreva como o produto ou serviço será introduzido no mercado, as estratégias de marketing e vendas no nível tático. Mostre o entendimento sobre vendas diretas e canais de distribuição do produto ou serviço.

Apresente a sua estratégia de preços e, se for o caso, apresente a sua estratégia de lançamento.

Descreva o processo de aquisição de clientes de forma específica apresentando as táticas a serem adotadas. Mostre claramente que o custo de aquisição de um cliente é significativamente menor do que a receita a ser obtida com um cliente.

9. Concorrência

Forneça uma visão geral da concorrência que a sua empresa enfrenta.

Mostre que você conhece o seu cenário competitivo e que sabe como enfrentá-lo.

Investidores querem saber quem a sua empresa estará enfrentando e se o empreendedor tem uma boa visão do cenário competitivo.

A melhor é construir um gráfico que mostre o que a sua empresa pode fazer que seus concorrente não conseguem fazer e vice-versa, o que a sua empresa não consegue fazer que seus concorrentes conseguem. Por fim, mostre táticas para derrotar a sua concorrência.

10. Equipe

Um dos elementos principais de análise por parte de investidores está relacionada à equipe e sua capacidade de executar o plano de negócio ou de fazer qualquer alteração de curso na empresa em resposta a mudanças do mercado.

Apresente a sua equipe e o papel de cada um na empresa.

Se sua empresa possui um conselho, apresente também os membros deste conselho.

Faça um vídeo com cada integrante se apresentando, comunicando suas credenciais e descrevendo seu papel na equipe.

11. Projeções Financeiras

Construa as projeções financeiras de sua empresa para os próximos 3 anos a partir do ponto em que sua empresa se encontra no momento.

Apresente o fluxos de evolução de base de clientes, receita, custos variáveis e fixos e lucro ou prejuízo.

Monte as principais demonstrações financeiras como Demonstração de Resultados, Balanço e Demonstrativo de Fluxo de Caixa e calcule o Valor Presente Líquido (Valuation) da empresa explicitando as premissas adotadas.

Por fim, apresente a sua proposta ao investidor. Qual a sua necessidade de investimento, em que estes recursos serão investidos dentro da sua estratégia de crescimento e qual a participação no negócio que está disposto a negociar.