

01

## Começando o Planejamento

### Transcrição

Falaremos sobre **Planejamento** a partir de sua definição no dicionário.

Ato ou efeito de planejar. Serviço de preparação de um trabalho, de uma tarefa, com o estabelecimento de métodos convenientes, planificação.

É importante adicionar o estabelecimento de **datas** a este conceito para ter mais controle da execução.

Para começar na área de E-commerce, é preciso ter um **produto** a ser vendido. Porém, antes disso, é essencial entender o mercado e sua atuação.

Por exemplo, imaginemos que fôssemos abrir uma loja de acessórios para celulares na Avenida Paulista, e que mais adiante há uma galeria com diversos *boxes* vendendo a mesma mercadoria. Isso significaria uma grande concorrência para nós, sendo necessário realizar uma análise de **quem** e **como** está trabalhando nesta outra empresa, prestando atenção à **precificação** para sabermos como seria composta nossa oferta, o que exige um trabalho extra. No E-commerce, este mesmo tipo de análise é fundamental, pois temos concorrentes diretos e indiretos.

Os **concorrentes diretos** são os que vendem o mesmo produto e podem ser encontrados por palavras-chaves em um buscador, por exemplo. Já os **indiretos** são empresas que também possuem este tipo de oferta mas não estão em concorrência clara, e podem estar presentes no Google Shopping, Market Place, comparador de preços e outros fatores.

Precisamos entender muito bem este mercado para saber como atuaremos; se precisará de mais investimento financeiro, mais tecnologia, plataforma mais robusta, melhor controle de estoque, mais dinheiro para marketing, mais trabalho com cadastro de produto, etc. Ou seja, teremos mais motivos de perguntas corretas para nosso negócio.

É muito mais importante fazer a pergunta certa do que ter a resposta imediata, até para pensar em um motivo de trabalho e como resolvê-lo. O essencial é sabermos **o que queremos resolver** com nosso empreendimento.

De volta ao nosso exemplo dos acessórios para celulares, partimos da premissa que vendemos capinhas para que o cliente proteja seu aparelho da melhor forma possível. Portanto, a preocupação vai além da estética, pois disponibilizamos produtos duráveis e resistentes a danos, o que gera um público alvo mais específico com exigências próprias, uma análise maior da mercadoria e precificação melhor trabalhada com propostas de valores.

Isso nos diferencia dos boxes de galerias que vendem os mesmos produtos de qualidade inferior, nos dando uma maior chance de sucesso no mercado. Afinal, se queremos resolver um problema do cliente de forma eficiente, precisamos nos aprofundar nessas necessidades para entendê-las e explorá-las, listando nossos **diferenciais** de trabalho dentro deste E-commerce.

Logo, precisamos ter uma proposta clara de **percepção de valor** para a consumidora ou consumidor, que também nos distancia dos concorrentes no momento da decisão dos clientes.

A pergunta primordial para nosso negócio que deve ser feita antes de qualquer rascunho é: "**Qual o real motivo? Solução de quais problemas?**". Caso não tenhamos um propósito sólido, seremos apenas mais uma empresa dentre tantas outras que podem não atingir um sucesso.

O método **Canvas** está disponível pelo SEBRAE (<https://www.sebraecanvas.com/#/>) é bastante interessante para começar um empreendimento. Neste material, perguntamos como este problema será resolvido, o que será resolvido, para quem será resolvido e o quanto custa resolver.

Pensando no caso da loja de capinhas de celular, queremos resolver a questão da queda e quebra de celular. Resolveremos oferecendo fabricantes e marcas com certificados de garantia e eficácia. Faremos isso para clientes que se preocupam com essa questão. O custo será um valor maior do que uma capinha convencional mas bem menor do que um valor de reparo.

São essas análises que geram o motivo e nossa estratégia.

A percepção de valores abrange o **pacote de solução e serviços**, bem como o valor que este possui para os clientes. Quando preenchemos estes espaços, temos a clareza do que se trata nossa empresa e nosso E-commerce, o que faz toda a diferença; toda composição e toda resposta para o que for feito de agora em diante estarão pautadas por esta base sólida, fazendo com que saibamos exatamente como será o processo e onde investir.

Isso faz muito mais sentido tanto para a usuária ou usuário quanto para nossas tarefas. Então, quando formos fazer um transporte para nossa loja fictícia por exemplo, não precisaremos nos preocupar tanto com a caixa, pois as capinhas de celular já são mais resistente, e ainda podemos usar esse fator como recurso de marketing.

Assim, poderemos iniciar a estruturação do negócio dentro da metodologia de trabalho. Entenderemos o mercado de atuação, o produto com o qual trabalharemos e todas as questões abordadas na introdução do Projeto sobre os Nove Pilares.

Desta forma, teremos uma maior clareza em todos os sentidos. Com o propósito bem estabelecido, devemos analisar qual mercado e qual seguimento iremos atuar, como o mercado de capinhas para celular e resistência dos materiais de nosso exemplo, respectivamente.

Em seguida, devemos ver a **viabilidade financeira** do empreendimento. Pode ser que gastemos um pouco a mais de dinheiro com estoque, mas seu *ticket* médio - valor médio de venda de produtos - será maior por conta de seu **valor agregado**.

Qual o controle das ações que faremos? Terminamos o planejamento e começaremos a execução em uma plataforma relativamente simples para um projeto simples. É possível também pensar na possibilidade de venda e extensão de garantia ou até seguro de celulares. Assim, podemos começar a desmembrar os pontos primordiais.

Dentro do planejamento, teremos outras etapas de composição de empresa, como abertura de CNPJ, emissão de certificado digital, abertura de conta bancária, criação da identidade visual da empresa e etc. Mas a principal preocupação deve ser a listagem de **diferenças, diferenciais e valores**.

Com todas essas informações, poderemos montar um **plano de ação**. Feito isso, teremos que formular a identidade visual, trazer ar de reputação, segurança e credibilidade, dar entrada no processo de empresa fazendo a projeção do fluxo financeiro contando o quanto gastaremos e o quanto venderemos por um DRE (Demonstrativo de Resultados do Exercício) para ter uma ideia do faturamento.

Se quisermos um faturamento de R\$50 mil por mês por exemplo, levaríamos aproximadamente 12 meses para atingir esta primeira meta. Porém, isso não significa que faturaremos 50x12 neste período, apenas chegaremos neste resultado em um ano de projeção.

Se num primeiro ano faturarmos R\$400 mil, abriremos uma Simples Nacional e não outra classificação fiscal para simplificar nosso negócio. Com isso, já sabemos que não podemos ser Micro Empresa Simples (MEI) por exemplo, e

precisaremos de certificado digital para emitir nota fiscal eletrônica e etc., e assim podemos começar a compôr nosso E-commerce.

Recapitulando cronologicamente no seguimento de Projeto, desenhamos um cronograma de quando queremos colocar o site no ar, iniciamos o planejamento, abrimos a empresa, tiramos os certificados, abrimos a conta bancária, criamos um nome e uma identidade visual da loja, registramos os domínios para os endereços da internet, criamos as contas de e-mail, deixamos clara a área de atuação para o mercado, categoria e segmentação, entendemos quem são os concorrentes diretos e indiretos, estudamos a viabilidade e o terreno que trabalharemos, fizemos uma definição de *budget* com o quanto é possível gastar dentro deste negócio e, feito isso, montamos a lista de diferenciais para fechar a conta.

Feito tudo isso, montamos um plano de ação com as datas, definiremos as **metas** e as **métricas** que serão vistas em um módulo específico, e podemos começar a execução.

Iremos atrás da equipe, sistemas, cadastramento e compra de produtos, registros e logística. No Planejamento é consolidada a ideia principal do negócio e como será montado de fato.

Desta forma, conseguiremos trabalhar e já pensar em um planejamento e execução sólidos.