

# Checklist de planejamento

## ▼ Os objetivos

<input type="checkbox"/>	<b>1.</b> Introdução	Etapa introdutória do projeto, onde você explica o objeto do planejamento.
<input type="checkbox"/>	<b>2.</b> Objetivos tangíveis	São as metas específicas e facilmente mensuráveis do seu projeto.
<input type="checkbox"/>	<b>3.</b> Objetivos intangíveis	São metas muito subjetivas ou abstratas, difíceis de mensurar.

## ▼ A empresa

<input type="checkbox"/>	<b>1.</b> Estado atual	É onde você vai descrever o marco zero, os indicadores de onde você está partindo.
<input type="checkbox"/>	<b>2.</b> Essência e pilares	Significado ou propósito da marca e as características fundamentais que a sustentam.
<input type="checkbox"/>	<b>3.</b> Norteadores estratégicos	Princípios e diretrizes que orientam a tomada de decisão da empresa.
<input type="checkbox"/>	<b>4.</b> Posicionamento	Definição de como a marca é percebida pelo público-alvo.

## ▼ Os produtos

<input type="checkbox"/>	<b>1.</b> Análise BCG	Definição estratégica de quais produtos tem maior participação no negócio.
<input type="checkbox"/>	<b>2.</b> Job to be Done	Entendimento das reais necessidades dos clientes ao tomar decisões de compra.
<input type="checkbox"/>	<b>3.</b> Percepção de valor vs excelência	Entendimento de quais partes do produto/serviço tem maior valor para o cliente.
<input type="checkbox"/>	<b>4.</b> Análise SWOT	Avaliar as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças do projeto/produto/empresa.
<input type="checkbox"/>	<b>5.</b> SWOT cruzada	Entender como as características internas e externas se sobrepõe.

## ▼ O mercado

<input type="checkbox"/>	<b>1.</b> Micro e Macroambiente	Ter uma visão clara dos personagens do mercado que podem influenciar a empresa.
<input type="checkbox"/>	<b>2.</b> Análise de mercado	Pesquisas, levantamentos e números sobre o mercado como um todo.
<input type="checkbox"/>	<b>3.</b> Estratégia adotada	Com base nas informações anteriores, definir a estratégia adotada pela empresa.

## ▼ A concorrência

<input type="checkbox"/>	<b>1.</b> Benchmark	Análise de empresas na mesma indústria ou com características semelhantes.
<input type="checkbox"/>	<b>2.</b> Concorrentes diretos e indiretos	Definição de quem concorre direta e indiretamente com a empresa.
<input type="checkbox"/>	<b>3.</b> Radares de concorrência	Comparação direta entre os principais concorrentes, medindo diferentes características.
<input type="checkbox"/>	<b>4.</b> Curva de valor	Identificação dos reais diferenciais da empresa e quanto eles são relevantes no mercado.
<input type="checkbox"/>	<b>5.</b> Posições competitivas	Definição de como a empresa é vista em comparação com seus rivais.

## ▼ O público

<input type="checkbox"/>	<b>1.</b> Buyer personas	Representações fictícias dos principais clientes de uma empresa.
<input type="checkbox"/>	<b>2.</b> Jornada de compra	Processo pelo qual um cliente passa até a finalização da compra.
<input type="checkbox"/>	<b>3.</b> Perfil de cliente ideal	Características demográficas e comportamentais dos clientes ideais de uma empresa.

## ▼ Os canais

<input type="checkbox"/>	<b>1.</b> Estado atual	Descrição de como a empresa utilizará cada canal de comunicação com os clientes.
--------------------------	------------------------	--

## ▼ O conteúdo

<input type="checkbox"/>	<b>1.</b> Arquétipo	Identificar características de uma marca através de representações fictícias.
<input type="checkbox"/>	<b>2.</b> Tom de voz	Estabelecer a personalidade e o estilo de comunicação da marca.
<input type="checkbox"/>	<b>3.</b> Referências	Adicionar referências visuais e textuais de conteúdo, que funcionem no projeto.
<input type="checkbox"/>	<b>4.</b> Pilares de conteúdo	Definição das principais linhas editoriais da empresa.
<input type="checkbox"/>	<b>5.</b> Matriz de conteúdo	Quais formatos de conteúdo serão utilizados para alcançar determinados objetivos.
<input type="checkbox"/>	<b>6.</b> Sugestão editorial	Tabela com sugestões de possíveis conteúdos que podem ser trabalhados.

## ▼ O orçamento

<input type="checkbox"/>	<b>1.</b> Centro de custos	Identificar e medir os custos de diferentes áreas/atividades do projeto.
--------------------------	----------------------------	--

## ▼ O plano de ação

<input type="checkbox"/>	<b>1.</b> Sugestões de ações	Compilado de ideias (5W2H) definidas para alcançar os objetivos do planejamento.
<input type="checkbox"/>	<b>2.</b> Roadmap	Plano sequencial detalhado para alcançar os objetivos previstos no planejamento.
<input type="checkbox"/>	<b>3.</b> Gantt	Outra maneira (mais visual) de demonstrar o plano sequencial de ações.

## ▼ Outros

<input type="checkbox"/>	<b>1.</b> Considerações finais	Conclusão sobre o seu planejamento e quais as dificuldades e desafios da execução.
<input type="checkbox"/>	<b>2.</b> Glossário	Espaço para que você explique termos técnicos para quem vai ler seu projeto.