

Checklist de planejamento

▼ Os objetivos

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

▼ A empresa

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

▼ Os produtos

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

▼ O mercado

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

▼ A concorrência

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

▼ O público

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

▼ Os canais

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

▼ O conteúdo

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

▼ O orçamento

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

▼ O plano de ação

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

▼ Outros

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