2 - O Produto

2.1 - Qual o produto ou serviço?

Em primeiro lugar, terás que definir quais os produtos que vais vender ou os serviços que vais prestar. Deverás escolher um produto/serviço que satisfaça uma necessidade da população, de forma a angariar clientes, assim como deverás optar por um negócio que seja possível desenvolver, em vez de escolheres um negócio que dificilmente saia do papel.

2.2 - Quais as formas de comercialização do produto/serviço?

Uma das questões mais importantes num negócio é a forma como vais vender o teu produto/serviço junto dos potenciais clientes, ou seja, se vais vendê-lo directamente numa loja, através da Internet, do telefone (telemarketing), através de parceiros (intermediários), etc.

Localização Geográfica (Onde vais instalar o negócio?)

Caso escolhas um local físico deves indicar a área geográfica (Funchal, Machico, Porto Santo, diversos pontos da Ilha da Madeira, Portugal Continental).

Se optares por um serviço on-line deverás definir como farás chegar o teu produto ao consumidor (ex. Express Mail). Caso pretendas estabelecer parcerias com intermediários, deverás identificá-los e indicar a sua localização geográfica.

Deverás também justificar todas as tuas opções para que o júri perceba melhor a forma que seleccionaste para chegar aos teus clientes.

3 - Os Clientes

3.1 - Quem são?

A razão de ser de qualquer negócio é o cliente. Sem clientes, qualquer grande ideia falha. Milhares de boas ideias perdem-se por todo o mundo porque não conseguem atingir os clientes. Neste ponto, deverás definir quem são os clientes-alvo do teu negócio, a faixa etária, o sexo, o poder de compra, entre outros aspectos que possam ser relevantes.

Exemplo: Tanto a Mercedes como a Fiat vendem carros, mas os clientes são diferentes, pois comprar um carro por 15.000 euros é diferente de comprar um carro por 50.000 euros.

Se o cliente de um Fiat Punto pode ser um jovem com 22 anos acabado de sair da universidade, o cliente de um Mercedes pode ser um empresário ou um director de uma grande empresa, na faixa etária dos 40 anos.

3.2 - Porque é que os clientes irão comprar os teus produtos / serviços?

Para que o teu negócio possa ser desenvolvido, tens de ter um produto ou serviço que satisfaça as necessidades dos teus potenciais clientes, assim como tens que fazer um esforço para conhecer essas mesmas necessidades.

Ao definires o teu negócio, deves auscultar o maior número de pessoas, saber se comprariam aquilo que queres desenvolver. Após essa pesquisa, deverás explicar por que é que pensas que os clientes irão comprar os teus produtos/serviços.

Resumindo, deves associar as características do teu produto (que já identificaste no ponto 2) com as características/ necessidades dos teus possíveis clientes.

4 - O Mercado

4.1 - Qual a dimensão do mercado?

Nesta fase (após teres definido o perfil dos teus clientes), já és capaz de pesquisar alguns dados estatísticos que servem para sustentar o teu plano de negócio..

Podes recorrer às seguintes fontes:

- Instituto Nacional de Estatística : www.ine.pt
- Direcção Regional de Estatística da Madeira: http://estatistica.gov-madeira.pt/

Exemplo: Se o teu produto é destinado aos turistas, deves analisar o número de turistas que visitam Madeira, o número de dias que permanecem na ilha, a sua nacionalidade, etc…

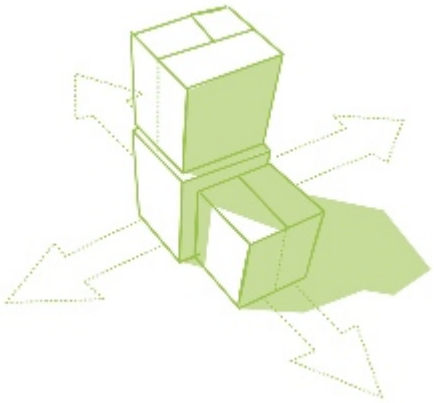
4.2 - Quem são os concorrentes?

Tendo em conta a localização do teu negócio, deverás identificar os possíveis concorrentes (directos e indirectos). Faz também uma listagem dos pontos

fortes e fracos dos teus concorrentes. Resumindo, a análise da concorrência deverá identificar:

- os concorrentes directos (aqueles que têm como alvo os mesmos segmentos de mercado que tu) e os concorrentes indirectos
- os bens ou serviços oferecidos pela concorrência
- as vendas efectuadas pelos concorrentes
- os pontos fortes e fracos da concorrência

Com este exercício aprenderás com os erros cometidos pela concorrência e ganharás tempo para amadurecer o projecto, aumentando assim as probabilidades de sucesso do negócio.



4.3 - Quais são as tuas vantagens competitivas?

Neste ponto deverás reflectir sobre as necessidades que o teu produto/serviço satisfaz para que o possas diferenciar da concorrência.

Nesse sentido, é essencial que listes as vantagens competitivas do teu negócio em relação aos outros (preço, qualidade do produto, rapidez de execução, conhecimento, localização do negócio, notoriedade, etc.), para que os elementos do júri possam aperceber-se da tua mais-valia, permitindo assim uma melhor avaliação.