****

**MODELO DE PLANO DE MARKETING DE NEGÓCIOS**

PLANO DE MARKETING

NOME DA EMPRESA

Endereço de rua

Cidade, Estado e CEP

webaddress.com

Versão 0.0.0

00/00/0000

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| PREPARADO POR | TÍTULO | DATA |
|  |  |  |
| EMAIL | TELEFONE |
|  |  |
| APROVADO POR | TÍTULO | DATA |
|  |  |  |

tabela de conteúdo

[1.RESUMO DE NEGÓCIOS3](#_Toc22552680)

[1.1OUR COMPANY3](#_Toc22552681)

[1.2 DECLARAÇÃO DEMISSÃO3](#_Toc22552682)

[1.3VISION STATEMENT3](#_Toc22552683)

[2.O DESAFIO3](#_Toc22552684)

[2.1PROBLEM3](#_Toc22552685)

[2.2PORTUNITY3](#_Toc22552686)

[3.ANÁLISE SITUACIONAL3](#_Toc22552687)

[ANÁLISE 3.15C3](#_Toc22552688)

[3.1.1COMPANY3](#_Toc22552689)

 [3.1.2COLLABORATORS3](#_Toc22552690)

[3.1.3CUSTOMERS3](#_Toc22552691)

[3.1.4COMPETITORS3](#_Toc22552692)

[3.1.5CLMATE3](#_Toc22552693)

[3.2SWOT ANÁLISE3](#_Toc22552694)

[4.CAPACIDADES PRINCIPAIS3](#_Toc22552695)

[4.1CAPABILITY ONE3](#_Toc22552696)

[4.2CAPABILITY TWO3](#_Toc22552697)

[4.3CAPABILITY THREE3](#_Toc22552698)

[5.RECURSOS DE MARKETING3](#_Toc22552699)

[5.1CAPABILITY ONE3](#_Toc22552700)

[5.2CAPABILITY TWO3](#_Toc22552701)

[5.3CAPABILITY THREE3](#_Toc22552702)

[6.GOLS3](#_Toc22552703)

[6.1BUSINESS GOALS3](#_Toc22552704)

[6.2SALES GOLS3](#_Toc22552705)

[6.3 FINANCIALAL GOALS3](#_Toc22552706)

[6.4 METAS DE COMUNICAÇÃO3](#_Toc22552707)

[7.MERCADO ALVO3](#_Toc22552708)

[7.1 COLETA DE DESINFORMAÇÃO3](#_Toc22552709)

[7.2PAIN POINTS3](#_Toc22552710)

[7.3SOLUÇÕES3](#_Toc22552711)

[7.4BUYER TERE3](#_Toc22552712)

[8.ESTRATÉGIA DE MARKETING3](#_Toc22552713)

[8.1BUYER 'S BUYING CYCLE3](#_Toc22552714)

[8.2UNIQUE VENDA DE PROPOSITURA (USP) 3](#_Toc22552715)

[8.3MARKETING MIX – 4Ps3](#_Toc22552716)

[8.3.1PRODESTO](#_Toc22552717)

[8.3.2PRICE3](#_Toc22552718)

[8.3.3PLACE3](#_Toc22552719)

[8.3.4PROMOTION3](#_Toc22552720)

[8.4 CANAIS DE MARKETING3](#_Toc22552721)

[8.5BUDGET3](#_Toc22552722)

[9.PADRÕES DE DESEMPENHO E MÉTODOS DE MEDIÇÃO3](#_Toc22552723)

[9.1PADRÕES DE DESEMPENHO3](#_Toc22552724)

[9.2BENCHMARKS3](#_Toc22552725)

[9.3 MÉTRICAS DE MERCADO PARA MEDIR O SUCESSO3](#_Toc22552726)

[9.4 MÉTODOS DE MENSURAÇÃO3](#_Toc22552727)

[10.RESUMO FINANCEIRO3](#_Toc22552728)

[10.1VEVEÇÕES FINANCEIRAS3](#_Toc22552729)

[10.2BREAK-EVEN ANALYSIS3](#_Toc22552730)

[10.33 INSTRUÇÕES FINANCEIRAS3](#_Toc22552731)

[10.3.1INCOME DECLARAÇÃO3](#_Toc22552732)

[PROJEÇÃO DE FLUXO DE 10,3,2CASH3](#_Toc22552733)

[10.3.3BALANCE SHEET3](#_Toc22552734)

 [11.APÊNDICEX3](#_Toc22552735)

[11.1RESEARCH RESULTADOS3](#_Toc22552736)

 [11.2PRODUTOS AND IMAGENS3](#_Toc22552737)

# RESUMO DE NEGÓCIOS

## NOSSA EMPRESA

|  |
| --- |
|  |

## DECLARAÇÃO DE MISSÃO

|  |
| --- |
|  |

## DECLARAÇÃO DE VISÃO

|  |
| --- |
|  |

# O DESAFIO

## PROBLEMA

|  |
| --- |
|  |

## OPORTUNIDADE

|  |
| --- |
|  |

# ANÁLISE SITUACIONAL

## ANÁLISE 5C

### EMPRESA

|  |
| --- |
|  |

### COLABORADORES

|  |
| --- |
|  |

### CLIENTES

|  |
| --- |
|  |

### CONCORRENTES

|  |
| --- |
|  |

### CLIMA

|  |
| --- |
|  |

## ANÁLISE DE SWOT

|  |
| --- |
| FATORES INTERNOS |
| PONTOS FORTES (+) | FRAQUEZAS (-) |
|  |  |
| FATORES EXTERNOS |
| OPORTUNIDADES (+) | AMEAÇAS (-) |
|  |  |

# CAPACIDADES PRINCIPAIS

### RECURSO UM

|  |
| --- |
|  |

### CAPACIDADE DOIS

|  |
| --- |
|  |

### RECURSO TRÊS

|  |
| --- |
|  |

# RECURSOS DE MARKETING

## RECURSO UM

|  |
| --- |
|  |

## CAPACIDADE DOIS

|  |
| --- |
|  |

## RECURSO TRÊS

|  |
| --- |
|  |

# OBJETIVOS

## METAS DE NEGÓCIOS

|  |
| --- |
|  |

## METAS DE VENDAS

|  |
| --- |
|  |

## METAS FINANCEIRAS

|  |
| --- |
|  |

## METAS DE COMUNICAÇÃO

|  |
| --- |
|  |

# MERCADO DE DESTINO

## COLETA DE INFORMAÇÕES

|  |
| --- |
|  |

## PONTOS DE DOR

|  |
| --- |
|  |

## SOLUÇÕES

|  |
| --- |
|  |

## PERSONAGEM DA PERSONAGEM.

|  |
| --- |
|  |

# ESTRATÉGIA DE MARKETING

## O CICLO DE COMPRA DO COMPRADOR

|  |
| --- |
|  |

## OFERTA EXCLUSIVA DE VENDAS (USP)

|  |
| --- |
|  |

## MIX DE MARKETING – 4Ps

### PRODUTO

|  |
| --- |
|  |

### PREÇO

|  |
| --- |
|  |

### LUGAR

|  |
| --- |
|  |

### PROMOÇÃO

|  |
| --- |
|  |

## CANAIS DE MARKETING

|  |
| --- |
|  |

## ORÇAMENTO

|  |
| --- |
|  |

# PADRÕES DE DESEMPENHO E MÉTODOS DE MEDIÇÃO

## PADRÕES DE DESEMPENHO

|  |
| --- |
|  |

## BENCHMARKS

|  |
| --- |
|  |

## MÉTRICAS DE MARKETING PARA MEDIR O SUCESSO

|  |
| --- |
|  |

## MÉTODOS DE MEDIÇÃO

|  |
| --- |
|  |

# RESUMO FINANCEIRO

## PREVISÕES FINANCEIRAS

|  |
| --- |
|  |

## ANÁLISE DE EQUILÍBRIO

|  |
| --- |
|  |

## DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS

### DEMONSTRAÇÃO

|  |
| --- |
|  |

### PROJEÇÃO DE FLUXO DE CAIXA

|  |
| --- |
|  |

### BALANÇO

|  |
| --- |
|  |

# APÊNDICE

## RESULTADOS DA PESQUISA

|  |
| --- |
|  |

## ESPECIFICAÇÕES DE PRODUTO AND IMAGENS

|  |
| --- |
|  |

|  |
| --- |
| **DISCLAIMER**Todos os artigos, modelos ou informações fornecidos pelo Smartsheet no site são apenas para referência. Embora nos esforcemos para manter as informações atualizadas e corretas, não fazemos representações ou garantias de qualquer tipo, expressas ou implícitos, sobre a completude, precisão, confiabilidade, adequação ou disponibilidade em relação ao site ou às informações, artigos, modelos ou gráficos relacionados contidos no site. Qualquer dependência que você deposita em tais informações está, portanto, estritamente em seu próprio risco. |