**MODELO DE PLANO DE NEGÓCIOS RUBRICO **

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **TÍTULO DO PLANO** |  |  |  | **DATA** |
|  |  |  |  |   |
| **NOME DO REVISOR** |  |  |  |  |  |
|   |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
| **RUBRICA** | **PONTUAÇÃO** |  | **ESCALA DE PONTUAÇÃO** | **TOTAL** |
| Expectativas superadas | **4** |  | **EXEMPLAR** | **25 – 28** |
| As expectativas atendidas | **3** |  | **ACEITÁVEL** | **21 – 24** |
| Diretrizes atendidas | **2** |  | **NECESSIDADES DE MELHORIA** | **16 – 20** |
| Diretrizes um pouco atendidas | **1** |  | **INADEQUADA** | **0 – 15** |
| Incompleto; Informações não disponíveis | **0** |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
| **CRITÉRIOS** | **4** | **3** | **2** | **1** | **0** |
| **RESUMO** |  |  |  |  |  |
| Isso fornece uma visão geral concisa e minuciosa e descreve efetivamente os principais pontos do plano. |  |  |  |  |  |
| **DESCRIÇÃO DO NEGÓCIO** |  |  |  |  |  |
| Isso transmite claramente a idéia de negócio. Ele inclui um motivo detalhado para o lançamento, bem como uma descrição detalhada do serviço / do produto oferecido. Ele descreve a visão, missão, foco e valor da empresa.  |  |  |  |  |  |
| **ANÁLISE DO SETOR** |  |  |  |  |  |
| Isso identifica o tamanho, os segmentos, a maturidade, as tendências e as perspectivas da indústria; detalha as possibilidades, ameaças e possíveis barreiras à entrada. Fornece uma análise competitiva abrangente. Define o mercado-alvo e a demografia dos consumidores. Também oferece as vantagens competitivas e exclusivas. |  |  |  |  |  |
| **PLANO DE GERENCIAMENTO** |  |  |  |  |  |
| Isso define a forma de propriedade da empresa e fornece o motivo do formulário escolhido. Também fornece um gráfico organizacional com nomes, funções e qualificações de membros. Ele define as partes interessadas adicionais e os serviços profissionais solicitados. |  |  |  |  |  |
| **PLANO DE MARKETING** |  |  |  |  |  |
| Isso transmite claramente a estratégia geral de marketing e fornece o orçamento. Também fornece planos para as seguintes áreas: preço, distribuição, promoção, propaganda, mídia, RELAÇÕES públicas, vendas e gerenciamento de vendas. |  |  |  |  |  |
| **PLANO OPERACIONAL** |  |  |  |  |  |
| Isso descreve e aborda todas as necessidades de recursos humanos, instalações e infraestrutura de tecnologia. Ele identifica todas as necessidades logísticas e de distribuição. Também fornece cronogramas de implementação e processos de monitoramento de progresso. |  |  |  |  |  |
| **PLANO FINANCEIRO** |  |  |  |  |  |
| Isso inclui um relatório abrangente de custos de inicialização. Ele também identifica possíveis fontes de financiamento inicial. Fornece as previsões de vendas, projeções de renda, demonstrações financeiras pro forma, análises de equilíbrio e orçamento de capital. |  |  |  |  |  |
| **TOTAIS DE COLUNAS** |  |  |  |  |  |
| **PONTUAÇÃO TOTAL** |  |   |   |   |   |

|  |
| --- |
| **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. |