****

**MODELO DE PLANO DE PROJETO DE MARKETING**

**PARA NEGÓCIOS DE STARTUPS**

PLANO DE PROJETO 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 EXECUTIVO4](#_Toc22671329)

[2.MISSÃO STATEMENT5](#_Toc22671330)

[3.VISÃO STATEMENT5](#_Toc22671331)

[4.ANÁLISE SITUACIONAL6](#_Toc22671332)

[ANÁLISE 4.15C6](#_Toc22671333)

[4.1.1COMPANY6](#_Toc22671334)

 [4.1.2COLLABORATORS6](#_Toc22671335)

[4.1.3CUSTOMERS6](#_Toc22671336)

[4.1.4COMPETITORS6](#_Toc22671337)

[4.1.5CLAMMATE6](#_Toc22671338)

[4.2SWOT ANALYSIS7](#_Toc22671339)

[5.CAPACIDADES PRINCIPAIS8](#_Toc22671340)

[6.GOLS9](#_Toc22671341)

[6.1SHORT-TERM GOALS9](#_Toc22671342)

[6.1.1 FINANCIALAL9](#_Toc22671343)

[6.1.2PRODUTO9](#_Toc22671344)

 [6.1.3DEDESCURSOS9](#_Toc22671345)

[6.1.4MARKETING9](#_Toc22671346)

[6.2 METAS DE LONGO PRAZO10](#_Toc22671347)

[6.2.1 FINANCIALAL10](#_Toc22671348)

[6.2.2PRODESTO10](#_Toc22671349)

[6.2.3NOSSEDE DE RECURSOS10](#_Toc22671350)

[6.2.4MARKETING10](#_Toc22671351)

[7.MERCADO ALVO11](#_Toc22671352)

[7.1 COLETA DE DESINFORMAÇÃO11](#_Toc22671353)

[7.2PAIN PONTOS11](#_Toc22671354)

 [7.3SOLUÇÕES12](#_Toc22671355)

[7.4BUYER PERSONA12](#_Toc22671356)

[8.ESTRATÉGIA DE MARKETING13](#_Toc22671357)

[8.1BUYER 'S BUYING CYCLE13](#_Toc22671358)

[8.2UNIQUE VENDA DE PROPOSITURA (USP) 13](#_Toc22671359)

[8.3BRANDING14](#_Toc22671360)

[8.4MARKETING MIX – 4Ps14](#_Toc22671361)

[8.4.1PRODESTO14](#_Toc22671362)

[8.4.2PRICE14](#_Toc22671363)

[8.4.3PLACE15](#_Toc22671364)

[8.4.4PROMOTION15](#_Toc22671365)

[8.5 CANAIS DE MARKETING15](#_Toc22671366)

 [8.6BUDGET16](#_Toc22671367)

[9.PADRÕES DE DESEMPENHO E MÉTODOS DE MEDIÇÃO17](#_Toc22671368)

[9.1PADRÕES DE DESEMPENHO17](#_Toc22671369)

 [9.2BENCHMARKS17](#_Toc22671370)

[9.3 MÉTRICAS DE MERCADO PARA MEDIR O SUCESSO18](#_Toc22671371)

[9.4 MÉTODOS DE MENSURAÇÃO18](#_Toc22671372)

[10.RESUMO FINANCEIRO19](#_Toc22671373)

[10.1VEVEÇÕES FINANCEIRAS19](#_Toc22671374)

[10.2BREAK-EVEN ANALYSIS19](#_Toc22671375)

[10.33 INSTRUÇÕES FINANCEIRAS20](#_Toc22671376)

[10.3.1INCOME INSTRUÇÃO20](#_Toc22671377)

[PROJEÇÃO DE FLUXO DE 10,3,2CASH20](#_Toc22671378)

[10.3.3BALANCE SHEET20](#_Toc22671379)

[11.ANEXOX21](#_Toc22671380)

[11.1RESEARCH RESULTADOS21](#_Toc22671381)

[11.2PRODUTOS AND IMAGENS21](#_Toc22671382)

# RESUMO

|  |
| --- |
|  |

# DECLARAÇÃO DE MISSÃO

|  |
| --- |
|  |

# DECLARAÇÃO DE VISÃO

|  |
| --- |
|  |

# 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

|  |
| --- |
|  |

# OBJETIVOS

## METAS DE CURTO PRAZO

### FINANCEIRA

|  |
| --- |
|  |

### PRODUTO

|  |
| --- |
|  |

### RECURSOS HUMANOS

|  |
| --- |
|  |

### MARKETING

|  |
| --- |
|  |

## METAS DE LONGO PRAZO

### FINANCEIRA

|  |
| --- |
|  |

### PRODUTO

|  |
| --- |
|  |

### RECURSOS HUMANOS

|  |
| --- |
|  |

### MARKETING

|  |
| --- |
|  |

# 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)

|  |
| --- |
|  |

## MARCA

|  |
| --- |
|  |

## 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. |