****

**MODELO DE PLANEJAMENTO
ESTRATÉGICO DE MARKETING
para Microsoft Word**

PLANO DE MARKETING

NOME DA EMPRESA

Endereço físico

Cidade, estado e CEP

endereçodosite.com

Versão 0.0.0

DD/MM/20XX

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ELABORADO POR | TÍTULO | DATA |
| Nome | Título | DD/MM/AA |
| E-MAIL | TELEFONE |
| Endereço de e-mail |  |
| APROVADO POR | TÍTULO | DATA |
| Nome | Título | DD/MM/AA |

índice

[1. RESUMO DO NEGÓCIO 4](#_Toc183276689)

[1.1 NOSSA EMPRESA 4](#_Toc183276690)

[1.2 DECLARAÇÃO DA MISSÃO 4](#_Toc183276691)

[1.3 DECLARAÇÃO DA VISÃO 4](#_Toc183276692)

[2. O DESAFIO 5](#_Toc183276693)

[2.1 PROBLEMA 5](#_Toc183276694)

[2.2 OPORTUNIDADE 5](#_Toc183276695)

[3. ANÁLISE SITUACIONAL 6](#_Toc183276696)

[3.1 ANÁLISE 5C 6](#_Toc183276697)

[3.1.1 EMPRESA 6](#_Toc183276698)

[3.1.2 COLABORADORES 6](#_Toc183276699)

[3.1.3 CLIENTES 6](#_Toc183276700)

[3.1.4 CONCORRENTES 6](#_Toc183276701)

[3.1.5 CLIMA 6](#_Toc183276702)

[3.2 ANÁLISE SWOT 7](#_Toc183276703)

[4. CAPACIDADES PRINCIPAIS 8](#_Toc183276704)

[4.1 CAPACIDADE UM 8](#_Toc183276705)

[4.2 CAPACIDADE DOIS 8](#_Toc183276706)

[4.3 CAPACIDADE TRÊS 8](#_Toc183276707)

[5. CAPACIDADES DE MARKETING 9](#_Toc183276708)

[5.1 CAPACIDADE UM 9](#_Toc183276709)

[5.2 CAPACIDADE DOIS 9](#_Toc183276710)

[5.3 CAPACIDADE TRÊS 9](#_Toc183276711)

[6. METAS 10](#_Toc183276712)

[6.1 METAS EXECUTIVAS 10](#_Toc183276713)

[6.2 METAS DE VENDAS 10](#_Toc183276714)

[6.3 METAS FINANCEIRAS 11](#_Toc183276715)

[6.4 METAS DE COMUNICAÇÃO 11](#_Toc183276716)

[7. MERCADO-ALVO 12](#_Toc183276717)

[7.1 COLETA DE INFORMAÇÕES 12](#_Toc183276718)

[7.2 DEFICIÊNCIAS 12](#_Toc183276719)

[7.3 SOLUÇÕES 13](#_Toc183276720)

[7.4 PERSONA DE COMPRA 13](#_Toc183276721)

[8. ESTRATÉGIA DE MARKETING 14](#_Toc183276722)

[8.1 CICLO DE COMPRA DO CLIENTE 14](#_Toc183276723)

[8.2 PROPOSTA ÚNICA DE VENDA 14](#_Toc183276724)

[8.3 MIX DE MARKETING – 4 Ps 15](#_Toc183276725)

[8.3.1 PRODUTO 15](#_Toc183276726)

[8.3.2 PREÇO 15](#_Toc183276727)

[8.3.3 LOCAL 15](#_Toc183276728)

[8.3.4 PROMOÇÃO 15](#_Toc183276729)

[8.4 CANAIS DE MARKETING 16](#_Toc183276730)

[8.5 ORÇAMENTO 17](#_Toc183276731)

[9. MÉTODOS DE MEDIÇÃO E PADRÕES DE DESEMPENHO 18](#_Toc183276732)

[9.1 PADRÕES DE DESEMPENHO 18](#_Toc183276733)

[9.2 REFERÊNCIAS 18](#_Toc183276734)

[9.3 MÉTRICAS DE MARKETING PARA MEDIR O SUCESSO 19](#_Toc183276735)

[9.4 MÉTODOS DE MEDIÇÃO 19](#_Toc183276736)

[10. RESUMO FINANCEIRO 20](#_Toc183276737)

[10.1 PREVISÕES FINANCEIRAS 20](#_Toc183276738)

[10.2 ANÁLISE DE RENTABILIDADE 20](#_Toc183276739)

[10.3 DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS 21](#_Toc183276740)

[10.3.1 DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO 21](#_Toc183276741)

[10.3.2 PROJEÇÃO DE FLUXO DE CAIXA 21](#_Toc183276742)

[10.3.3 BALANÇO PATRIMONIAL 21](#_Toc183276743)

[11. ANEXO 22](#_Toc183276744)

[11.1 RESULTADOS DA PESQUISA 22](#_Toc183276745)

[11.2 ESPECIFICAÇÕES E IMAGENS DO PRODUTO 22](#_Toc183276746)

# RESUMO DO NEGÓCIO

## NOSSA EMPRESA

|  |
| --- |
|  |

## DECLARAÇÃO DA MISSÃO

|  |
| --- |
|  |

## DECLARAÇÃO DA VISÃO

|  |
| --- |
|  |

# O DESAFIO

## PROBLEMA

|  |
| --- |
|  |

## OPORTUNIDADE

|  |
| --- |
|  |

# ANÁLISE SITUACIONAL

## ANÁLISE 5C

### *EMPRESA*

|  |
| --- |
|  |

### *COLABORADORES*

|  |
| --- |
|  |

### *CLIENTES*

|  |
| --- |
|  |

### *CONCORRENTES*

|  |
| --- |
|  |

### *CLIMA*

|  |
| --- |
|  |

## ANÁLISE SWOT

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

# CAPACIDADES PRINCIPAIS

## CAPACIDADE UM

|  |
| --- |
|  |

## CAPACIDADE DOIS

|  |
| --- |
|  |

## CAPACIDADE TRÊS

|  |
| --- |
|  |

# CAPACIDADES DE MARKETING

## CAPACIDADE UM

|  |
| --- |
|  |

## CAPACIDADE DOIS

|  |
| --- |
|  |

## CAPACIDADE TRÊS

|  |
| --- |
|  |

# METAS

## METAS EXECUTIVAS

|  |
| --- |
|  |

## METAS DE VENDAS

|  |
| --- |
|  |

## METAS FINANCEIRAS

|  |
| --- |
|  |

## METAS DE COMUNICAÇÃO

|  |
| --- |
|  |

# MERCADO-ALVO

## COLETA DE INFORMAÇÕES

|  |
| --- |
|  |

## DEFICIÊNCIAS

|  |
| --- |
|  |

## SOLUÇÕES

|  |
| --- |
|  |

## PERSONA DE COMPRA

|  |
| --- |
|  |

# ESTRATÉGIA DE MARKETING

## CICLO DE COMPRA DO CLIENTE

|  |
| --- |
|  |

## PROPOSTA ÚNICA DE VENDA

|  |
| --- |
|  |

## MIX DE MARKETING – 4 Ps

### *PRODUTO*

|  |
| --- |
|  |

### *PREÇO*

|  |
| --- |
|  |

### *LOCAL*

|  |
| --- |
|  |

### *PROMOÇÃO*

|  |
| --- |
|  |

## CANAIS DE MARKETING

|  |
| --- |
|  |

## ORÇAMENTO

|  |
| --- |
|  |

# MÉTODOS DE MEDIÇÃO E PADRÕES DE DESEMPENHO

## PADRÕES DE DESEMPENHO

|  |
| --- |
|  |

## REFERÊNCIAS

|  |
| --- |
|  |

## MÉTRICAS DE MARKETING PARA MEDIR O SUCESSO

|  |
| --- |
|  |

## MÉTODOS DE MEDIÇÃO

|  |
| --- |
|  |

# RESUMO FINANCEIRO

## PREVISÕES FINANCEIRAS

|  |
| --- |
|  |

## ANÁLISE DE RENTABILIDADE

|  |
| --- |
|  |

## DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS

### *DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO*

|  |
| --- |
|  |

### *PROJEÇÃO DE FLUXO DE CAIXA*

|  |
| --- |
|  |

### *BALANÇO PATRIMONIAL*

|  |
| --- |
|  |

# ANEXO

## RESULTADOS DA PESQUISA

|  |
| --- |
|  |

## ESPECIFICAÇÕES E IMAGENS DO PRODUTO

|  |
| --- |
|  |

|  |
| --- |
| **AVISO DE ISENÇÃO DE RESPONSABILIDADE**Os artigos, os modelos ou as informações disponibilizados pela Smartsheet no site são apenas para referência. Nós nos esforçamos para manter as informações atualizadas e corretas, mas não damos garantia de qualquer natureza, seja explícita ou implícita, a respeito da integridade, precisão, confiabilidade, adequação ou disponibilidade do site ou das informações, dos artigos, dos modelos ou dos gráficos contidos no site. Portanto, toda confiança que você depositar nessas informações será estritamente por sua própria conta e risco. |