

## ANEXO II

### Proposta de estrutura do Plano de Negócios:

#### 1. Sumário executivo

- a. Qual o nome do negócio e a sua área de atividade?
- b. Qual a missão?
- c. Qual o âmbito do negócio e o mercado potencial para os seus produtos?
- d. Porque constitui uma proposta inovadora e vencedora?
- e. Quais os pontos fortes e os pontos fracos do projeto?
- f. Quais as suas referências e a sua experiência relevante para o projeto concreto?

#### 2. O histórico da empresa e/ou promotores

- a. Como é que o projeto surgiu?
- b. É uma empresa nova ou não, e se sim, porque é que decidiu criar uma?
- c. De que forma é que a experiência passada dos promotores pode contribuir para o sucesso do projeto?
- d. Têm experiência de gestão? Conhecem em profundidade a área de negócio?
- e. Quais são os pontos fracos do projeto na ótica dos seus promotores?

#### 3. O mercado subjacente

- a. Fundamentar a viabilidade base da ideia/produto em causa;
- b. Traduzir o conhecimento específico dos promotores sobre o mesmo.

#### 4. O Projeto / Produto / Ideia

- a. Resumo do projeto e sumário das atividades a serem desenvolvidas;
- b. Motivação e objetivos dos intervenientes no processo;
- c. Pontos críticos no desenvolvimento do projeto;
- d. O produto/serviço e o seu mercado (descrição das características do produto com destaque para a componente inovadora, data de lançamento no mercado);
- e. Os recursos físicos e de produção necessários.

#### 5. Estratégia Comercial

- a. A identificação de potenciais clientes;
- b. A criação de seguimentos de clientes alvo;
- c. Desenvolvimento dos elementos de Imagem e Comunicação;
- d. Desenvolvimento de uma estratégia de vendas eficaz, antecipando argumentos contra as resistências e as objeções;
- e. Montagem e formação das forças de vendas;
- f. Identificação das ações de marketing relevantes.