

Daniela Milani de Oliveira



+ + +

+ + +

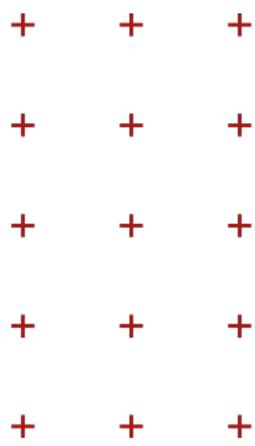
EU SOU

Um guia prático para quem quer
começar o seu negócio pessoal do zero

+ + +

+ + +

Daniela Milani de Oliveira



EU SOU

Um guia prático para quem quer
começar o seu negócio pessoal do
zero



Argentina 2020

+ + +
+ + +
+ + +
+ + +
+ + +

"Você nunca é tão velho para ter
uma nova meta ou para sonhar um
novo sonho..."

-CS Lewis-

+ + +
+ + +
+ + +
+ + +
+ + +

INTRODUÇÃO

Em algum momento da sua vida você decidiu começar uma nova carreira. Não tenho ideia do que o traz aqui, mas acho que você fez o mesmo que eu.

Você voltou a estudar, ou estudou, precisou mudar de rumo na sua vida e entendeu que suas habilidades em determinado assunto são suficientes para começar a arrecadar ou gerar dinheiro com isso, certo?

Mas em um mundo digital onde posso ter clientes em todo o mundo, (mas também tenho concorrência em todo o mundo), ter um público bem definido, objetivos, metas, produtos ou a mensagem que quero transmitir bem definidos e com clareza é essencial para ter sucesso e alcançar seus objetivos mais rapidamente.

Em um planeta super interconectado como o de hoje, mesmo que você seja o melhor na sua área, o mais experiente, o que tem melhor custo benefício, se você não souber comunicar-se de forma eficiente com seus clientes, não terá sucesso. Decidi usar minha experiência para ajudá-lo neste começo. O processo para o seu negócio virtualmente e offline é semelhante, todas as etapas explicadas aqui são usadas para ambos os casos.

Desejo do fundo da minha alma que você alcance um negócio pessoal de sucesso. Que as informações aqui contidas o levem a mais um passo em sua profissão e o ajudem a começar do zero.

Abraços e muitos sucessos!





+ + +
+ + +
+ + +
+ + +
+ + +

Para a maioria das empresas, você precisa criar um plano de negócios extenso para começar. No entanto, criar um plano de negócios, ainda que curto, irá oferecer vários benefícios que superam em muito o investimento de tempo, mesmo para carreiras autônomas ou negócios pessoais, ter essa clareza é essencial para economizar tempo e dinheiro. Aqui ensinarei, uma parte crucial do seu plano de negócios: a idealização do seu cliente e a forma correta e eficaz de comunicar-se com eles.

- O processo de pensar e escrever o plano fornece clareza sobre o negócio e seu cliente ideal.
- Se houver necessidade de investimento de fontes externas, os investidores desejarão ver um plano que demonstre uma compreensão e visão sólidas do negócio e de sua carreira.
- O plano ajudará a priorizar as tarefas mais importantes.
- Não há como começar um negócio, principalmente se as suas bases forem online, sem ter uma ideia clara de quem são os nossos clientes.
- O plano deixará bem claro que tipo de comunicação devo ter para alcançar meu cliente ideal.

Com este plano poderá iniciar o seu negócio do zero com qualidade de forma eficaz e sem cometer, ou ao menos, minimizar os erros.

A ideia desse roteiro é poder te ajudar a traçar o esboço de sua nova carreira profissional, para que você não se perca e não cometa o erro de buscar informações e ajudas erradas que vão desperdiçar tempo e dinheiro

Para começar, temos que ter clareza sobre quem somos, quais são nossas principais características, nossos valores, o que gostamos de fazer e, se existisse um mundo ideal, onde existisse dinheiro ou limitações, que tipo de clientes eu gostaria de ter?

+ + +
+ + +
+ + +
+ + +
+ + +

Este modelo é organizado em sete subplanos ou seções que devem ser concluídas.

1. Valores
2. Roda da vida
3. Por que
4. Para quê
5. Gerador de Pessoas
6. Concorrência
7. Resumo

RECOMENDA-SE COMPLETAR O PLANO DE AÇÃO AO FINAL, UMA VEZ QUE AS DEMAIS SEÇÕES TENHAM SIDO CONCLUÍDAS. À MEDIDA QUE AS INFORMAÇÕES SÃO PREENCHIDAS, A IDEIA É QUE VOCÊ CONTE A HISTÓRIA DA MOTIVAÇÃO E DA VISÃO POR TRÁS DE SUA ATIVIDADE. CERTIFIQUE-SE DE INCLUIR O QUE TORNARÁ O NEGÓCIO BEM-SUCEDIDO, COMO O SUCESSO SERÁ ALCANÇADO E COMO SERÁ MEDIDO.



1 Valores



VALORES, O QUÊ SÃO?

São todas as características que considera essenciais e sobre as quais constrói a sua vida e as suas relações com os outros. Eles são uma combinação de valores familiares, socioculturais e o que você vem agregando com suas experiências ao longo da vida.

Em tudo o que fazemos existe um motivo e é para nos sentirmos melhor ou sermos felizes. O que dá sentido ao que fazemos são os valores, é o que nos move a fazer o que fazemos.

Eles servem como uma bússola para sabermos que direção tomar porque, ao honrá-los, você sempre se sentirá totalmente integrado consigo mesmo.

VALORES

Não há como definir ou criar um negócio se isso não estiver de acordo com seus valores pessoais. Pense consigo mesmo, como vou trabalhar com algo que está em desacordo com a minha personalidade? Como serei uma pessoa verdadeiramente grata em meu setor de trabalho se não trabalhar de acordo com meus valores.

Já que você está começando, a pergunta mais importante nesta fase é: quais são os seus valores?

Os valores pessoais são as coisas que são importantes para nós, as características e comportamentos que nos motivam e orientam as nossas decisões.

Cada um de nós tem diferentes valores humanos e entre os mais importantes estão:

- A honestidade. Assuma-se que, como pessoas, devemos sempre dizer a verdade. ...
- A sensibilidade. Devemos ser sensíveis às outras pessoas. ...
- Gratidão. ...
- A humildade. ...
- Prudência. ...
- O respeito. ...
- A responsabilidade.

NÃO TEM RESPOSTA CORRETA, PENSE E ESCREVA EM UM CADERNO QUAIS SÃO OS SEUS, AO LONGO DA VIDA ISSO PODE MUDAR, PORTANTO, O IDEAL DE VEZ EM QUANDO É REVISAR E VER SE CONTINUAMOS PENSANDO DA MESMA FORMA E FAZER OS AJUSTES NECESSÁRIOS.

+ + +

+ + +

+ + +

+ + +

+ + +

VALORES

Aqui estão algumas perguntas para você responder:

1. Lembre-se de um momento particularmente feliz em sua vida. O que você estava fazendo? Quem estava com você? Perceba os elementos importantes que o fizeram ou o fizeram feliz.
2. Olhe, daqui a 20 anos ... você está em uma platéia em um palco onde alguém fará um discurso sobre você. O que quer que eu diga?
3. Pense em uma ou duas pessoas que você realmente admira: que aspectos da personalidade delas você admira?
4. O que é que te incomoda muito e te irrita? Encontre o valor que está sendo pisado nessa situação ...
5. Se você fosse abrir sua própria empresa, que tipo de pessoa contrataria?
6. Quais são suas ambições ou seus sonhos na vida?

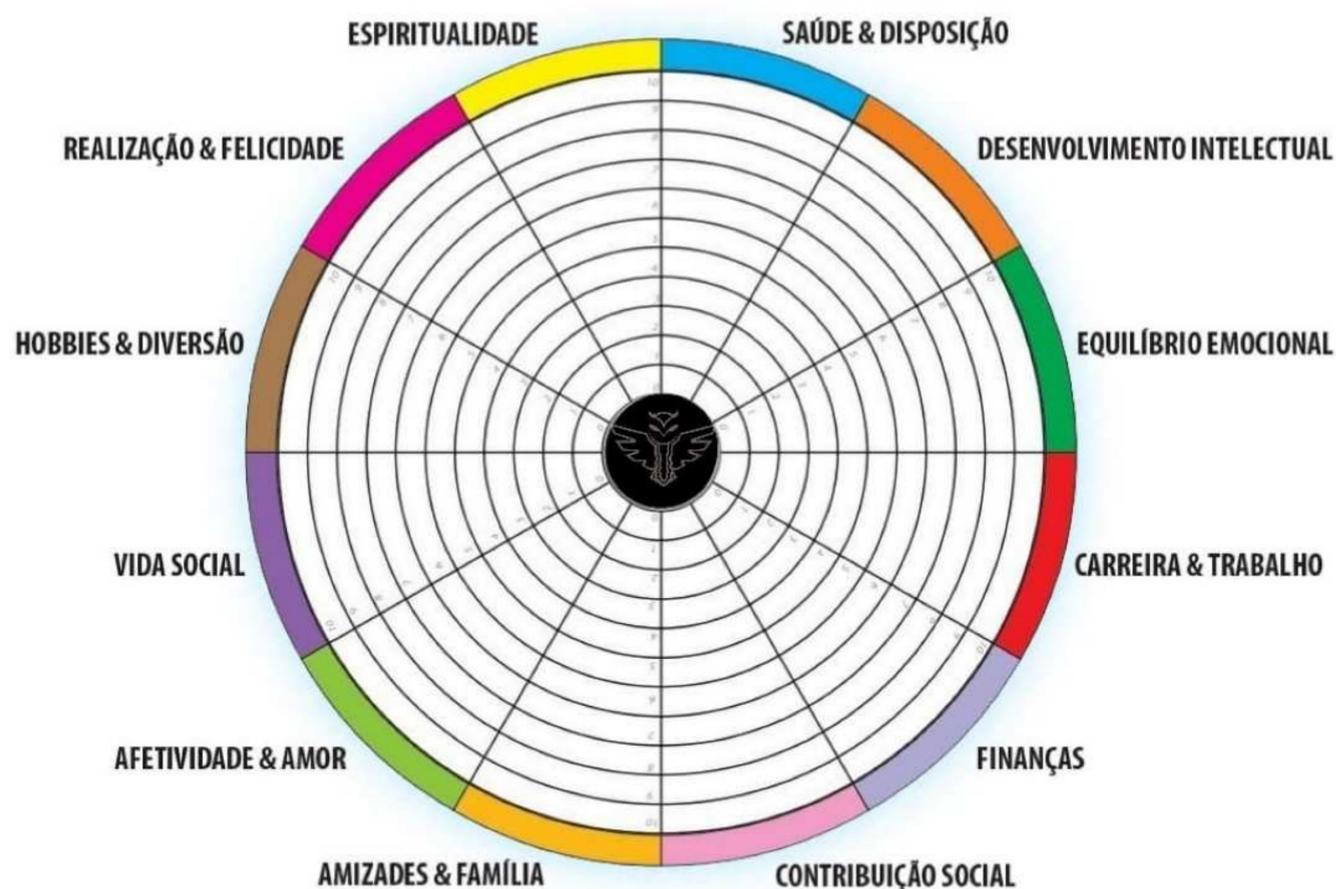
Releia suas respostas e colete aquelas palavras que ressoam com você, que são muito importantes para você e que você não poderia viver sem.

"SEUS VALORES DEFINEM QUEM VOCÊ REALMENTE É. SUA VERDADEIRA IDENTIDADE É A SOMA TOTAL DE SEUS VALORES"

Assegid Habtebold

+ + +
+ + +
+ + +
+ + +
+ + +

2 Roda da vida



+ + + **A RODA DA VIDA É NORMALMENTE USADA PARA**
+ + + **IDENTIFICAR A QUAIS ÁREAS DE SUA VIDA VOCÊ DESEJA**
+ + + **MELHORAR OU ÀS QUAIS SE DEDICAR MAIS. AQUI,**
+ + + **PROponHO UMA ABORDAGEM DIFERENTE PARA AJUDÁ-**
+ + + **LO A ENCONTRAR ALGUNS DE SEUS VALORES.**

A roda da vida é uma ferramenta muito eficaz para identificar áreas de sua vida que parecem importantes para você e o equilíbrio de sua vida. Normalmente a utilizamos para identificar graficamente as áreas de sua vida nas quais você tem que dedicar mais energia e mais trabalho, e em quanto tempo. Também ajuda a entender onde você precisa definir um limite. Mas hoje proponho que marque na roda o que considera importante na sua vida, e com que intensidade. Assim ajudo você a ter uma ideia de quais são seus valores e como poderá levá-los em consideração para iniciar o seu negócio.

É importante dizer que as categorias podem ser alteradas de acordo com os valores que você tem ou

3 Por que?

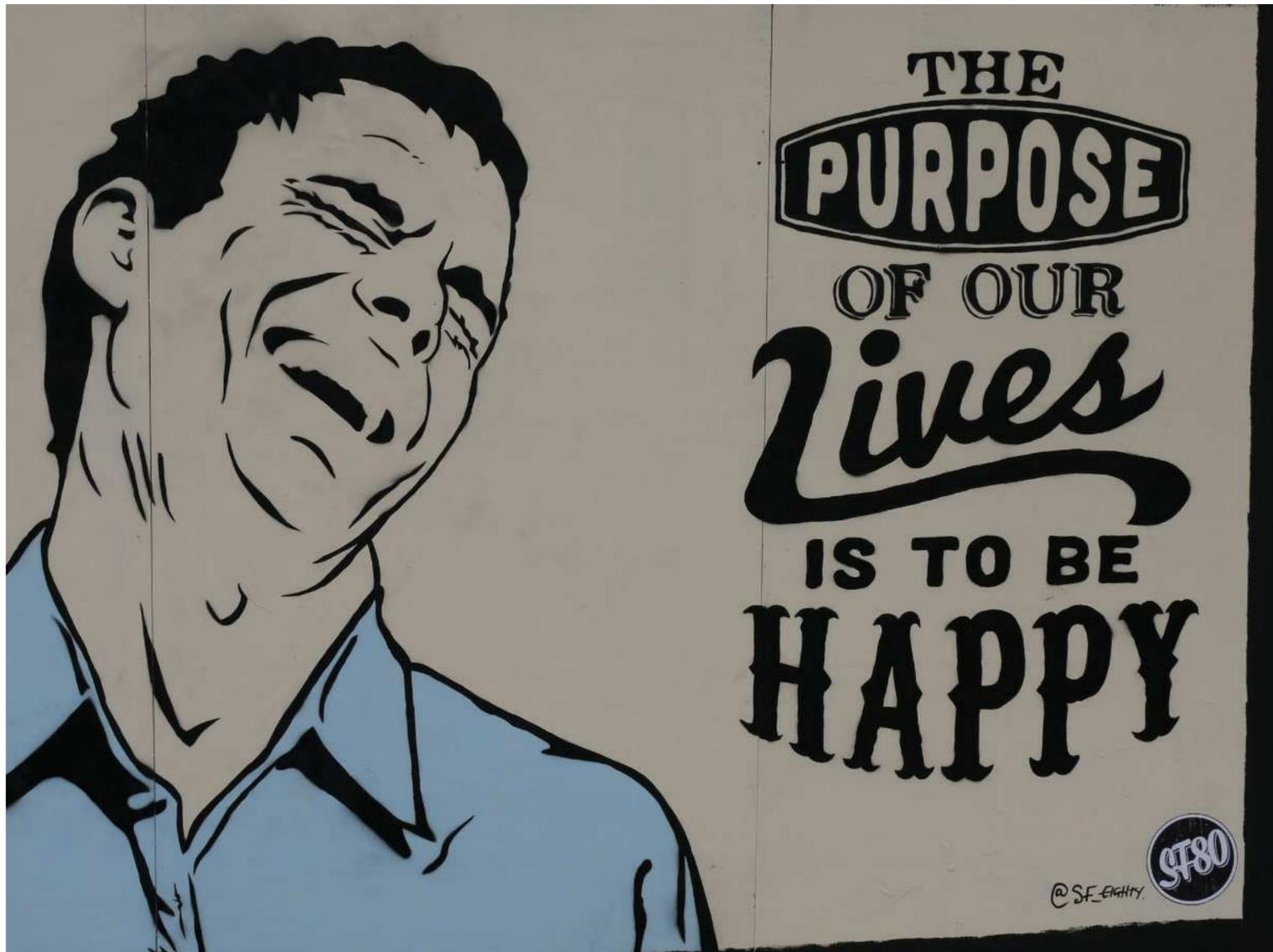


O PORQUÊ VAI TE AJUDAR A ENCONTRAR O SEU PROPÓSITO E TE DAR FORÇA NOS MOMENTOS DE DIFICULDADE, NÃO COLOQUE LIMITES NOS SEUS MOTIVOS, AGORA É A HORA DE EXPRESSAR E ESCREVER TODOS OS SEUS SONHOS NO PAPEL, DO MAIS SIMPLES AO MAIS IMPOSSÍVEL.

- Por que você quer trabalhar com isso?
- Quais objetivos você deseja alcançar?
- Por que você escolheu essa carreira?
- Por que você acha que é capaz de trabalhar com isso?
- Por que seus clientes escolheriam você?
- Qual é o seu diferencial?
- O que você tem que o torna especial?
- Seu cliente compraria de você novamente, por quê?

+ + +
+ + +
+ + +
+ + +
+ + +

4 Para que?



OBSERVE QUE AS PERGUNTAS SÃO DIFERENTES, A ANTERIOR ERA POR QUE (GERALMENTE A RESPOSTA VOLTA PARA VOCÊ MESMO) AGORA A PERGUNTA É PARA QUÊ? E A RESPOSTA GERALMENTE LEVA VOCÊ PARA FORA, PARA GERAR BEM-ESTAR, PROGRESSO, CONSCIÊNCIA, SEJA O QUE FOR QUE SEU NEGÓCIO CONTRIBUA PARA O OUTRO.

- Para curar a fome no mundo
- Para mudar a maneira de pensar
- Para melhorar o relacionamento interpessoal
- Para criar uma consciência universal
- Ajudar a melhorar a qualidade de vida das donas de casa
- Para

+ + +
+ + +
+ + +
+ + +
+ + +

Quando o
porquê encontra o
para que
você encontra o
seu propósito

E SERÁ INVENCÍVEL

5 Gerador de personas



Para iniciar qualquer definição de negócio, precisamos saber quem somos, e quem é o nosso cliente ideal. A persona deve ter em sua descrição o máximo de características possíveis para que o desenvolvimento do nosso negócio seja mais fácil.

Persona é um perfil semi-funcional que representa o cliente ideal de uma empresa, criado para ajudar seu negócio a entender melhor quem é o cliente e do que ele precisa.

Através delas podemos criar estratégias de marketing mais precisas. O conceito se tornou-se popular e é utilizado em praticamente todas as áreas tanto online quanto offline.

Uma persona é, como o nome sugere, um personagem criado para ajudar sua empresa a entender melhor quem é o cliente e do que ele precisa. As aplicações deste conceito são inúmeras, mas, para quem trabalha com marketing e, que em suas ramificações esteja o marketing de conteúdo, para a captação de clientes, apenas uma interessa: personas bem definidas significam que sua estratégia tem potencial para se tornar mais eficaz.

Uma boa persona, deve ser aquela pessoa perfeita para adquirir o seu produto ou serviço.

Qual é a diferença entre personas e público-alvo?

Gestores de marketing entre 30-45 anos que residem nas capitais do Brasil. Eles trabalham em grandes empresas e não passam muito tempo na internet por lazer. Sua média salarial mensal é de R \$ 5.000 a R \$ 30.000.

Claramente, esta é a descrição de um público-alvo. Percebe o quão amplo é não fala sobre hábitos ou características de uma pessoa específica. O que está faltando é exatamente o segredo de uma boa persona!

Precisa ser tão real quanto uma pessoa real, afinal de contas, é para isso que você o criou. Para representar uma pessoa real.

Um público-alvo não fornece informações, dados e insights suficientes para que uma boa estratégia de marketing digital seja criada. Simplesmente porque não há informações boas ou suficientes para dar uma ideia sobre qual conteúdo criar, qual rede social usar, etc, etc.

"O OBJETIVO DO MARKETING É CONHECER E ENTENDER O CONSUMIDOR TÃO BEM QUE O PRODUTO OU SERVIÇO SE ADAPTE A ELE COMO UMA LUVA E POSSA SER VENDIDO POR SI SÓ"

-Peter Drucker



Como criar uma persona

As personas não podem ser criadas por meio de intuições ou suposições.

Para que o produto final seja de qualidade, é necessário a realização de pesquisas, entrevistas e coleta de dados sistematizada com clientes e prospectos.

A lista de perguntas que podem ser feitas é extensa e varia de acordo com o segmento que você vai atuar. Mais importante ainda, para criar uma persona de qualidade, é importante conhecer o seu cliente. Sim, você ainda não tem clientes, mas imagine que eles já existem. Quem seria este cliente, o que come? Onde vive? Quanto ganha?

Você pode criar mais de uma pessoa, mas existe aquela que é perfeita para o seu negócio, o cliente que você gostaria de ter na sua empresa todos os dias.

Para saber quem é, é necessário conhecer o seu próprio negócio e os hábitos de compras, desejos, problemas dos seus clientes atuais. Portanto, uma pessoa é uma representação de seu cliente ideal. Assim, com uma análise rápida, você pode identificar características frequentes entre seus clientes em potencial e, assim, personalizar sua comunicação com eles.

"NÃO ATIRE NO MUNDO, MIRE NO PATO"

-Franck Scipion

+ + +
+ + +
+ + +
+ + +
+ + +

Como criar uma persona

QUE NECESITAMOS SABER SOBRE A PERSONA?

Para criar nossa persona, precisamos descobrir:

- Quem é seu cliente potencial? (as características físicas e psicológicas da pessoa responsável pela compra)
- Em que tipo de tópicos ele estaria interessado sobre o seu setor?
- Quais são as atividades mais comuns que a pessoa realiza em seu dia a dia? (tanto pessoal quanto profissional)
- Qual é o seu nível de educação? Quais são seus desafios e obstáculos?
- Que tipo de informação ele consome e em quais canais (redes sociais, blogs, vídeos, etc.)?
- Como você pode ajudá-lo?
- Qual a TRANSFORMAÇÃO você irá apresentar a este cliente?

CARACTERÍSTICAS PESSOAIS

Sexo:	Qual restaurante frequenta:
Idade:	Qual academia frequenta:
Profissão:	Em quais lojas compra:
Endereço:	Que carro dirige:
Renda:	Que esportes pratica:
Para onde viaja:	Qual clube frequenta:
Onde estuda \ estudou:	Quais são os seus hobbies:
Estado civil:	Quais são suas dores? Seus problemas:
Em que país vive:	Que transformação está procurando:
Cidade:	Quais são seus medos:
	Quem quer ser:

+ + +

+ + +

+ + +

+ + +

+ + +

Gerador de Personas



ANÁLISE DE CONCORRÊNCIA

1. Saiba onde e com quem você realmente compete: não confie na primeira impressão, é sempre aconselhável ir um pouco mais fundo para identificar seus concorrentes mais notáveis e principalmente saber quem está fazendo bem, quem não está e o quais são as tendências de mercado. Neste ponto, é importante fazer a si mesmo uma série de perguntas cujas respostas fornecerão as informações que você deseja coletar. Mesmo para você que está mudando de profissão e ainda não a veja como um negócio, é muito importante procurar essas informações. Lembre-se de que, se sua carreira pode ter um foco online, você deve levar em consideração os grandes players do mercado e também a concorrência.
2. Identificar oportunidades de negócios: é difícil, mas você pode identificar um nicho de mercado mal servido pela concorrência.
3. Detectar elementos para se diferenciar: se você entrar em um mercado onde outros concorrentes já estão presentes, você terá que oferecer algo diferente e inovador para que seus clientes decidam ir com você.

"NO NOVO JOGO DOS NEGÓCIOS, OS VENCEDORES NÃO SÃO OS MELHORES, MAS SIM AQUELES QUE DOMINAM O JOGO"

-Roberto Serra

Plano de Ação

De acordo com os exercícios anteriores, vamos às notas iniciais do seu negócio e do seu cliente ideal para que, a partir daí, comecemos a trabalhar as suas redes sociais, a sua publicidade e etc.

Quem sou eu?

Quais são meus valores?

Qual é o meu diferencial?

Por que?

Para que?

Cliente Ideal:

Quais são suas dores?

A transformação que você está procurando e que eu posso te ajudar?

Como vou fazer isso?

Meu objetivo pessoal:

- Curto prazo

Como vou contabilizar e medir a conquista?

- Médio prazo

Como vou contabilizar e medir a conquista?

- Longo prazo

Como vou contabilizar e medir a conquista?

"O OBJETIVO DO MARKETING É FAZER COM QUE OS CONSUMIDORES CONHEÇAM, AMEM E CONFIEM EM VOCÊ",



Para Pensar

*Não precisamos, e nunca
teremos, todas as
respostas antes de
agirmos ...*

*Muitas vezes, é por meio
da ação que podemos
descobrir algumas delas*

CHARLOTTE BUNCH