

Trilha da Inovação

the SebraeUp way



ESTA PROGRAMAÇÃO PODERÁ SER ALTERADA

EFFECTUATION



PÁSSARO NA MÃO - OS EMPREENDEDORES DE SUCESSO COMEÇARAM COM O QUE POSSUÍAM TANTO NO QUESITO MATERIAL COMO NO QUESITO DE HABILIDADES E COMPETÊNCIAS. BASTA SABER USÁ-LAS.



PERDAS SUPORTÁVEIS - DEFINIR O QUANTO ESTÁ DISPOSTO A INJETAR NO NEGÓCIO DE TAL FORMA QUE, MESMO QUE DÊ ERRADO, ISSO NÃO DESTRUA A ESTABILIDADE DO EMPREENDEDOR.



COLCHA DE RETALHOS – É NECESSÁRIO “COSTURAR”, EM SEUS NEGÓCIOS, AS OPORTUNIDADES QUE VÃO APARECENDO PELO CAMINHO.



LIMÃO LIMONADA - POR MAIS QUE UM EMPREENDEDOR SE PREPARE OS IMPREVISTOS EXISTIRÃO. É AÍ QUE ENTRA A HABILIDADE CRIATIVA E A FLEXIBILIDADE PARA APROVEITAR OS OBSTÁCULOS E NÃO SE DEIXAR ABALAR POR ELES.



PILOTO DA AERONAVE - DELEGAR É NECESSÁRIO, MAS É O PILOTO O GRANDE RESPONSÁVEL PELO SUCESSO OU FRACASSO DE UM VOO. POR MELHOR QUE SEJA A EQUIPE DE UMA EMPRESA, É O DECISOR QUE FAZ AS COISAS ACONTECEREM E QUE ESTABELECE OS RUMOS DO NEGÓCIO.



LEAN STARTUP

CONSOLIDAÇÃO DO MODELO DE NEGÓCIO

- ✓ BUSINESS MODEL CANVAS
- ✓ AVALIAÇÃO DO MODELO DE NEGÓCIOS, ANALISANDO SE O MODELO DE NEGÓCIOS ESTÁ ADEQUADO
- ✓ ANÁLISE SWOT
- ✓ QUAIS ALTERAÇÕES/ADAPTAÇÕES SÃO NECESSÁRIAS NO NEGÓCIO
- ✓ COMO AGEM OS COMPETIDORES E CONCORRENTES
- ✓ QUAL O TAMANHO DO MERCADO
- ✓ QUEM SÃO OU SERÃO OS CLIENTES



PITCH

COMO APRESENTAR SUA IDEIA

- ✓ INTRODUÇÃO A ORATÓRIA
- ✓ DIFERENÇAS ENTRE A LINGUAGEM VERBAL E A NÃO-VERBAL
 - ROUPA
 - POSTURA
 - GESTOS
 - VOZ



BRANDING

CONSTRUÇÃO DA MARCA

- ✓ DEFINIÇÕES: O QUE É UMA MARCA. A MARCA COMO UM ATIVO DA EMPRESA E SUA IMPORTÂNCIA NO CRESCIMENTO DOS NEGÓCIOS
- ✓ ELEMENTOS DE FORÇA DE UMA MARCA. CONSTRUÇÃO DA MARCA DE DENTRO PARA FORA. POSICIONAMENTO E SIGNIFICADO, DNA E PROPÓSITO DA MARCA
- ✓ DNA: ATIVIDADE COM AS EMPRESAS PARA IDENTIFICAR A ESSÊNCIA DA MARCA



ALINHAMENTO ENTRE SÓCIOS E SEU PAPEL NA EMPRESA

- ✓ MAPEAMENTO DAS CARACTERÍSTICAS DOS SÓCIOS, SEUS EXCESSOS E SUAS FALTAS
- ✓ ANÁLISE DOS IMPACTOS QUE ESTILOS IDENTIFICADOS PODEM TER NO DESENVOLVIMENTO DA STARTUP
- ✓ ESTIMULO À REFLEXÃO SOBRE A RELAÇÃO ENTRE OS SÓCIOS E SOBRE O ALINHAMENTO DE SEUS PAPÉIS E RESPONSABILIDADES
- ✓ ALINHAMENTO DE VISÃO DE FUTURO, PRINCÍPIOS E PROPÓSITOS (PESSOAIS X STARTUP/EMPRESA)
- ✓ PLANO DE DESENVOLVIMENTO ORGANIZACIONAL



QUESTÕES LEGAIS PARA STARTUPS

- ✓ TIPOS DE FORMALIZAÇÃO E CATEGORIAS EMPRESARIAIS
MEI, LTDA E S/A (DE CAPITAL FECHADO)
- ✓ ENQUADRAMENTO POR PORTE
ESCOLHA ESTRATÉGICA DO REGIME DE TRIBUTAÇÃO (SIMPLES, LUCRO PRESUMIDO OU REAL)
- ✓ INSTRUMENTOS JURÍDICOS
 - NDA/NCA
 - CARTA DE INTENÇÕES E MEMORANDO DE ENTENDIMENTO
 - TERMO DE USO E POLÍTICA DE PRIVACIDADE
 - PRESTAÇÃO DE SERVIÇO VS LICENÇA DE USO DE SOFTWARE
- ✓ MODALIDADES DE INVESTIMENTO EM STARTUPS
 - DUE DILIGENCE, TIPOS DE INVESTIDOR/INVESTIMENTO, MODALIDADES DE INVESTIMENTO (SCP, MÚTUO CONVERSÍVEL EM AÇÕES, INVESTIMENTO DIRETO, DEBÊNTURES E CROWDFUNDING)



BRANDING

POSICIONAMENTO

- ✓ POSICIONAMENTO: ATIVIDADE COM AS EMPRESAS PARA DEFINIR O PÚBLICO, VANTAGENS COMPETITIVAS E DIFERENCIACÃO DE CONCORRENTES
- ✓ PROPOSTA DE VALOR E SIGNIFICADO: ATIVIDADE PARA DEFINIR COM AS EMPRESAS COMO A MARCA SERÁ RELEVANTE E O QUE VAI SIGNIFICAR PARA PÚBLICO
- ✓ ESTRATÉGIA DE PUBLICIDADE



PITCH

PREPARAÇÃO DE CONTEÚDO PARA APRESENTAÇÃO AOS INVESTIDORES

- ✓ CONSTRUÇÃO DO CONTEÚDO
 - STORYTELLING
 - SUMÁRIO EXECUTIVO
 - PREPARAÇÃO PARA APRESENTAÇÃO À UMA BANCA DE INVESTIDORES
- ✓ PRÁTICA: MONTAGEM DO PITCH
 - OS PARTICIPANTES SÃO CONVIDADOS A MONTAREM UM PITCH NOS MOLDES ESTABELECIDOS



ELABORAÇÃO DE INDICADORES PARA STARTUPS

- ✓ ESTRUTURA DOS INDICADORES
 - COMO CRIA-LOS
 - COMO UTILIZÁ-LOS DA FORMA CORRETA
 - PRINCIPAIS PROBLEMAS E ARMADILHAS PARA STARTUPS
- ✓ ARVORE DE DUPONT
- ✓ CORRELAÇÃO ENTRE INDICADORES E ESTRATÉGIA
- ✓ CORRELAÇÃO ENTRE METAS E INDICADORES
- ✓ CUIDADO COM A CORRELAÇÃO ENTRE TANGÍVEIS E INTANGÍVEIS



GROWTH HACKING

ALAVANCANDO A BASE DE USUÁRIOS

- ✓ ENTENDENDO O CONCEITO E O CONTEXTO DO GROWTH HACKING
- ✓ SITES, LANDING PAGES E SERPS DE MECANISMOS DE BUSCA
 - SEO
 - DESIGN RESPONSIVO
 - CANAIS DE DIVULGAÇÃO / FERRAMENTAS PARA ALCANÇAR O PÚBLICO E GANHAR RELEVÂNCIA
- ✓ REDES SOCIAIS
 - A IMPORTÂNCIA DA DEFINIÇÃO CORRETA DE PÚBLICOS
 - RELACIONAMENTO
 - DIFERENÇA ENTRE VISITANTES, LEADS, OPORTUNIDADES E CLIENTES
- ✓ REMARKETING
 - TESTES MÚLTIPLOS E SUA IMPORTÂNCIA
 - SISTEMAS, INTEGRAÇÕES E AUTOMAÇÕES
 - MONITORAMENTO E ANÁLISE DE DADOS

