

*Antonio Dias*



**PARTE 1**



**Como  
colocar  
sua  
ideia no  
papel?**

# Como colocar sua ideia no papel?

Antonio Dias

## ATENÇÃO

Você está recebendo este e-book em seu e-mail ou whatsapp gratuitamente, portanto ele é pessoal e intransferível.

Caso queira que outras pessoas também tenham acesso a este conteúdo por sua relevância para o mundo dos negócios não compartilhe, mas oriente-as a participarem das minhas lives como você o fez, a fim de que também o recebam gratuitamente.

Isso vai me ajudar a manter as lives no ar e contribuir com o sucesso de mais pessoas.

Grato.

Antonio Dias

Projeto Editorial

Capa

Diagramação

Imagens

Infográficos

Conteúdo

Antonio Dias

Revisão ortográfica

Anderson Joel Simões Porto

Dias, Antonio

Como Colocar Sua Ideia no Papel Parte 1 [livro eletrônico] /  
Antonio Dias. -- Camaçari, BA : Ed. do Autor, 2020. PDF

Bibliografia.

1. Empreendedorismo 2. Ideias inovadoras – negócios 3.  
Inovação tecnológica 4. Administração 5. Marketing 6.  
Planejamento estratégico 7. Tecnologia I. Título



# Apresentação

Este livro nasceu a partir da observação do quão é difícil para uma pessoa colocar suas ideias no papel de forma estruturada.

Quantos projetos maravilhosos e que poderiam resolver inúmeros problemas da humanidade nem chegaram a ir para a gaveta?

Então eu peguei a minha ideia e a coloquei no papel para que outros pudessem seguir essa trilha, onde deixei marcações para que os passantes pudessem se orientar e sair do labirinto mental, do emaranhado de caminhos que, na maioria das vezes, não levam a lugar algum.

# Sumário

Ideia

Passo 1 – Rabisque 09

Passo 2 –Estruture 12

– Segmento de Clientes 15

– Proposta de Valor 17

– Canais e Distribuição 19

– Relacionamento com Clientes 21

– Modelos de Receitas 23

– Principais Recursos 25

– Principais Atividades 27

– Principais Alianças 29

– Estrutura de Custos 31

Passo 3 – Validação 33

Case de Sucesso: Nespresso 45

Plano de Negócios 51

Delivery de Guerra 52

Sobre o autor 53



# Ideia

Ideia... Quem já não teve pelo menos trezentas mil? Aquela em que você ficaria rico da noite para o dia; aquela que “todo mundo está querendo esse produto e...”; aquela que um amigo está fazendo e ganhando muito dinheiro; aquela que se tivesse dinheiro agora você “se jogaria”; tem aquela também que um amigo te chamou mas você não levou fé e ele agora está ganhando muito dinheiro; e, pra finalizar porque a lista é longa, tem aquela que você pensou anos atrás, não levou adiante e alguém também pensou recentemente na mesma coisa, implantou e está “podre de rico” agora. Veja esse case a seguir.



“Fundador da Brasil Uniformes, Edimilson quase que precisou fechar as portas de seu negócio. Mesmo

faturando por volta de R\$350mil por mês, o empresário devia a muita gente e não conseguia arcar com as dívidas da empresa.

O seu erro, segundo o próprio, foi **não ter feito um bom planejamento de negócio** que se encaixasse com sua realidade de empreendedor.

Para não fechar as portas, precisou utilizar todas as opções de crédito disponíveis e, finalmente, conseguiu dar a volta por cima. Atualmente a Brasil Uniformes fatura mais de R\$ 1 milhão, com todos os prazos e dívidas em dia”.

Fonte:<https://financeone.com.br/5-empresarios-que-fracassaram-antes-de-ter-sucesso/>. Acesso em 18/08/2020.

Veja também: [www.brasiluniformes.com.br](http://www.brasiluniformes.com.br)



**PLANEJE!**  
Nunca vá  
de Vez.

Antonio Dias



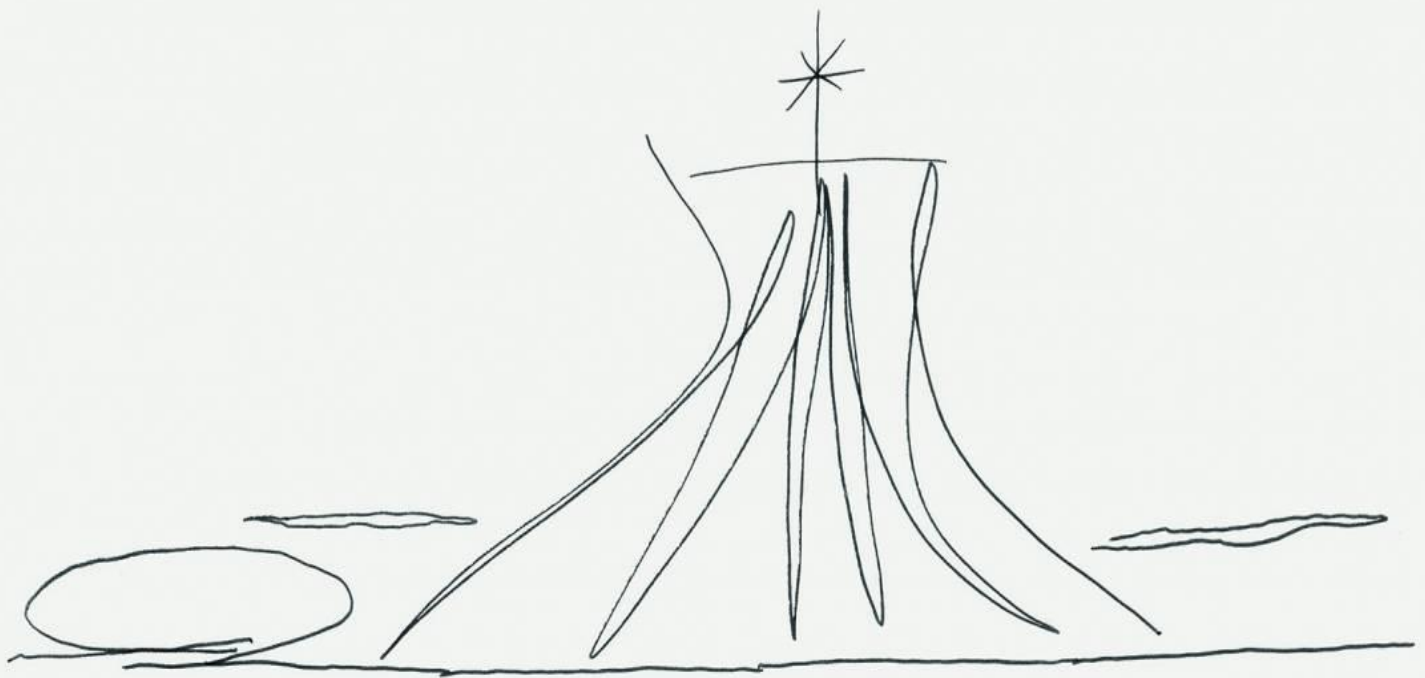


# Passo 1 – Rabisque

Sim, faça rabiscos, mesmo que só façam sentido pra você, como uma criança faz sua “garatujas” sem maiores compromissos com estética ou com quem está olhando. Você não é desenhista, pô! Apenas estará tentando expressar sua ideia graficamente.

Explore a folha de papel A4, o branco dela quer dizer que você pode ser e escrever o que quiser, o importante é que você entenda, neste momento, só você.

Na página seguinte vou te mostrar do que é capaz um gênio, (que todos temos um dentro de nós) com um simples rabisco.



Oscar Niemeyer

Catedral de Brasília: Oscar Niemeyer



Pegou a visão?!

No primeiro momento você precisa apenas organizar minimamente suas ideias; depois você constrói o monumento que está pensando.

Mas poucas pessoas (ou quase nenhuma) vai lhe entender. Podem até lhe criticar e dizer que é loucura ou que não vai dar certo.

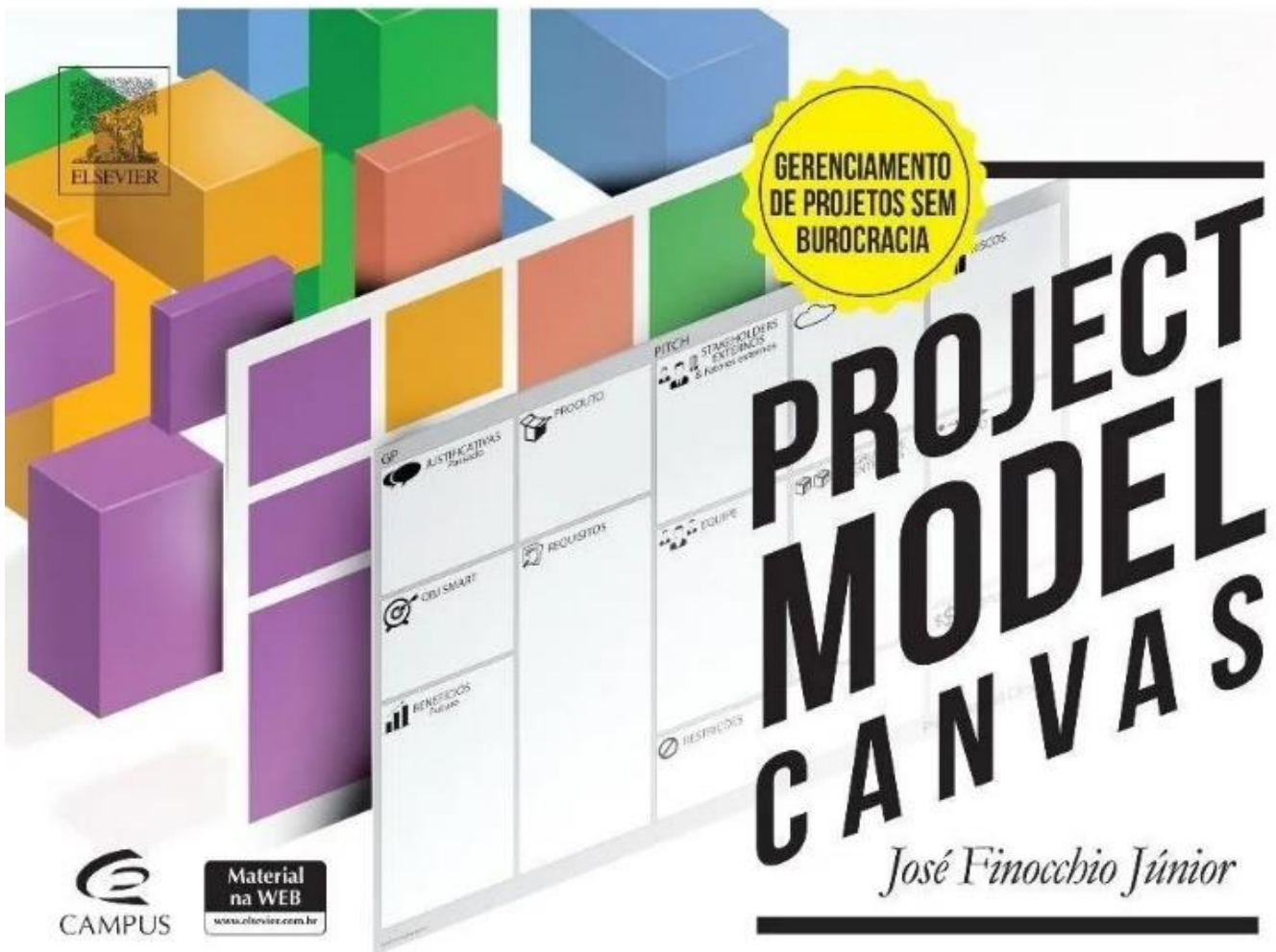
Outros dirão que “já existe isso no mercado” como só coisas totalmente inéditas pudessem dar certo.

Mas lá dentro do seu íntimo tem uma voz. Ouça-a com atenção e siga seu coração, mas sem abrir mão da razão.



## Passo 2 - Estruture

O segundo passo para o sucesso de uma ideia de negócio é a sua estruturação.



Você sabia que existe um modelo simples para a elaboração de projetos que cabe em uma folha de papel A4?

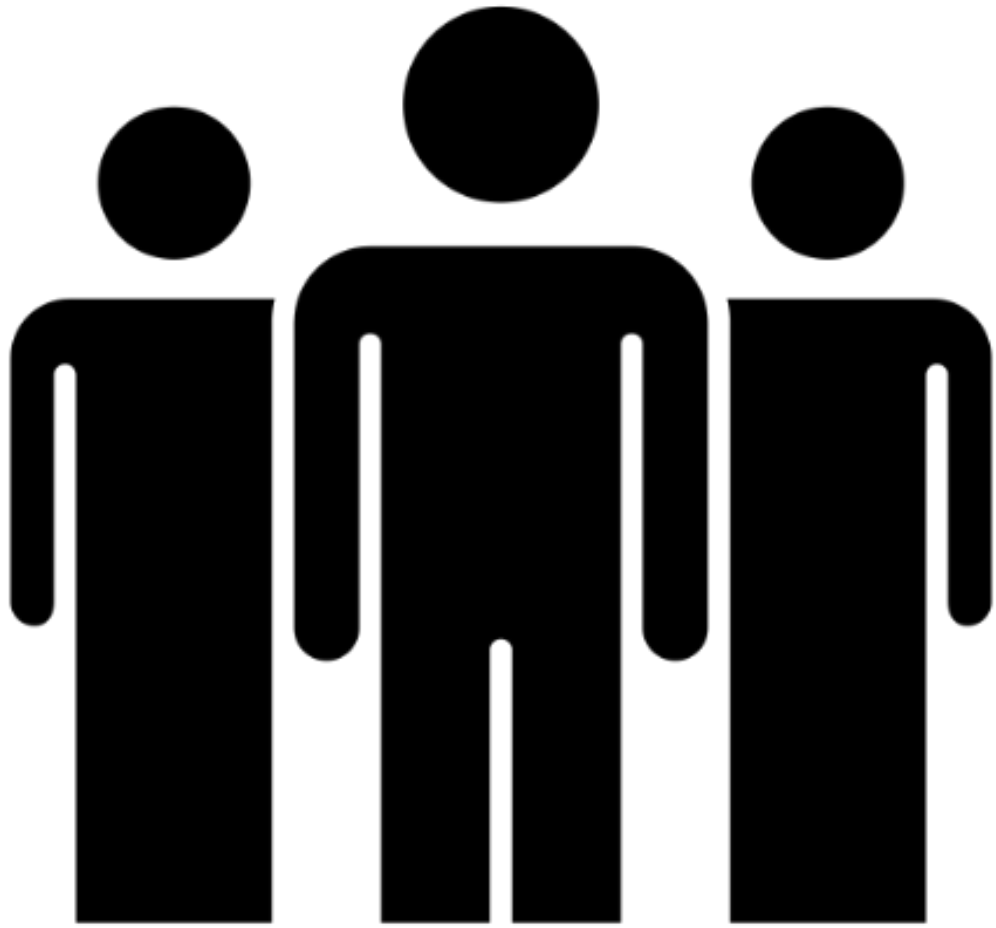
Existe, sim, e ele se chama *Project Model Canvas*, ou simplesmente o Canvas. Neste modelo é possível estruturar uma ideia completa em apenas 9 etapas.

O Canvas é adaptável a diversos tipos de projetos, inclusive em relação aos seus 9 tópicos, pois alguns planejadores preferem contextualizá-los melhor com a realidade do negócio que estão desenvolvendo.

Veja o exemplo da Nescafé Dolce Gusto, uma máquina de fazer café, da Nestlé que entrou no mercado no ano 2000, sofreu com fracassos mais se transformou em um dos produtos mais rentáveis da Nestlé.



Esse Canvas está voltado para um equipamento, não para uma cafeteria com ponto físico, ou seja, este modelo de negócio prevê a venda de máquinas de cafés, as cápsulas e os acessórios para que possa ser feito em casa. Vamos ver o passo a passo?



## **SEGMENTO DE CLIENTES**

**1**





Observe que primeiro você parte da necessidade a ser atendida e só depois você desenvolve os valores que pretende entregar. Essa necessidade se encontra no grupo de clientes-alvos, sendo que o próprio cliente irá fazer o seu café. Cabe à empresa dar a eles a condição necessária para isso através de suas máquinas, cápsulas e acessórios.

O segmento tem a ver com hábitos, situação sócioeconômica, formação educacional, faixa etária, bairro onde mora, profissão e outros fatores.

Então, esse produto está voltado para o consumo familiar (se tornou muito utilizado em escritórios também) e para um público de classe média.



## **PROPOSTA DE VALOR**

**2**

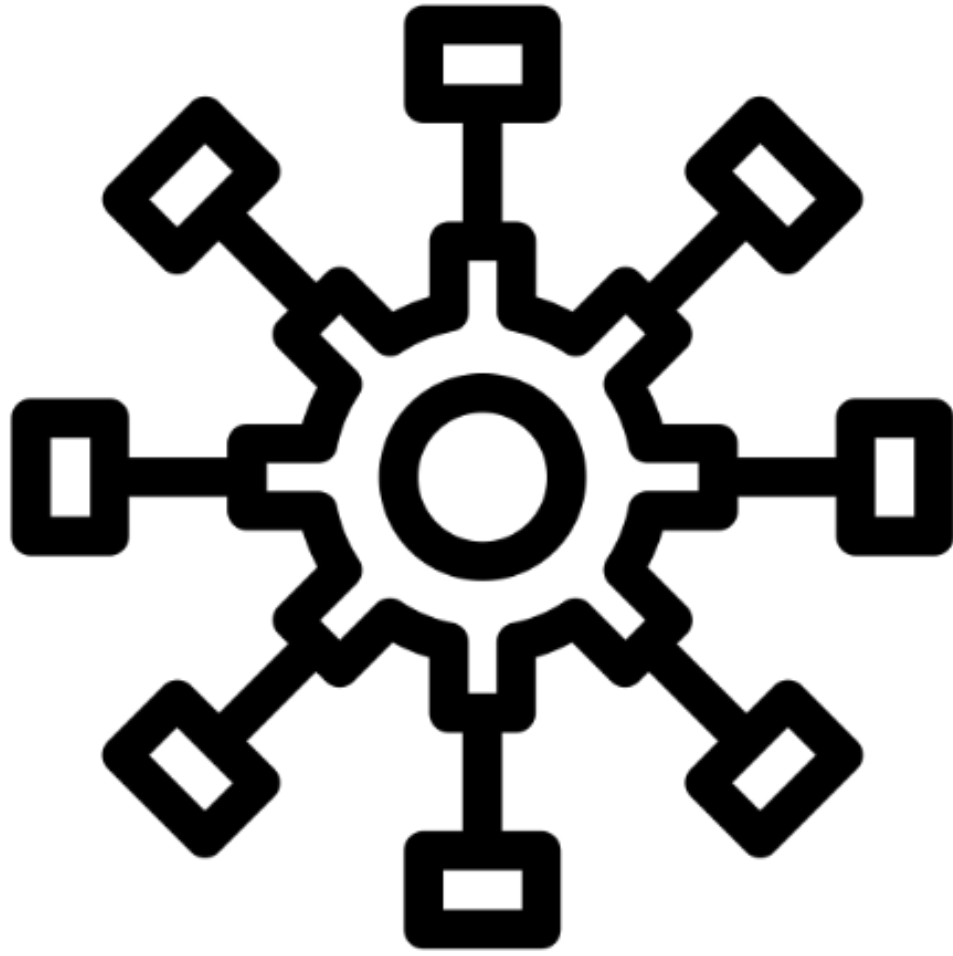


Esse é um dos principais pontos de sua preocupação e competência, ou seja, o que você se propõe a entregar para atender às necessidades identificadas nos clientes?

Esse “valor” precisa ser, antes de tudo, algo que os clientes reconheçam como importante, que atenda ou supere suas expectativas.

Lembrando que preço é diferente de valor. Preço é o que o cliente paga; valor é o que ele leva através de um produto ou serviço. Neste exemplo a empresa se propõe a entregar:

- ✓ Café expresso de qualidade para ser preparado em casa;
- ✓ De baixo custo;
- ✓ Com design inovador.



## **CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO**

**3**

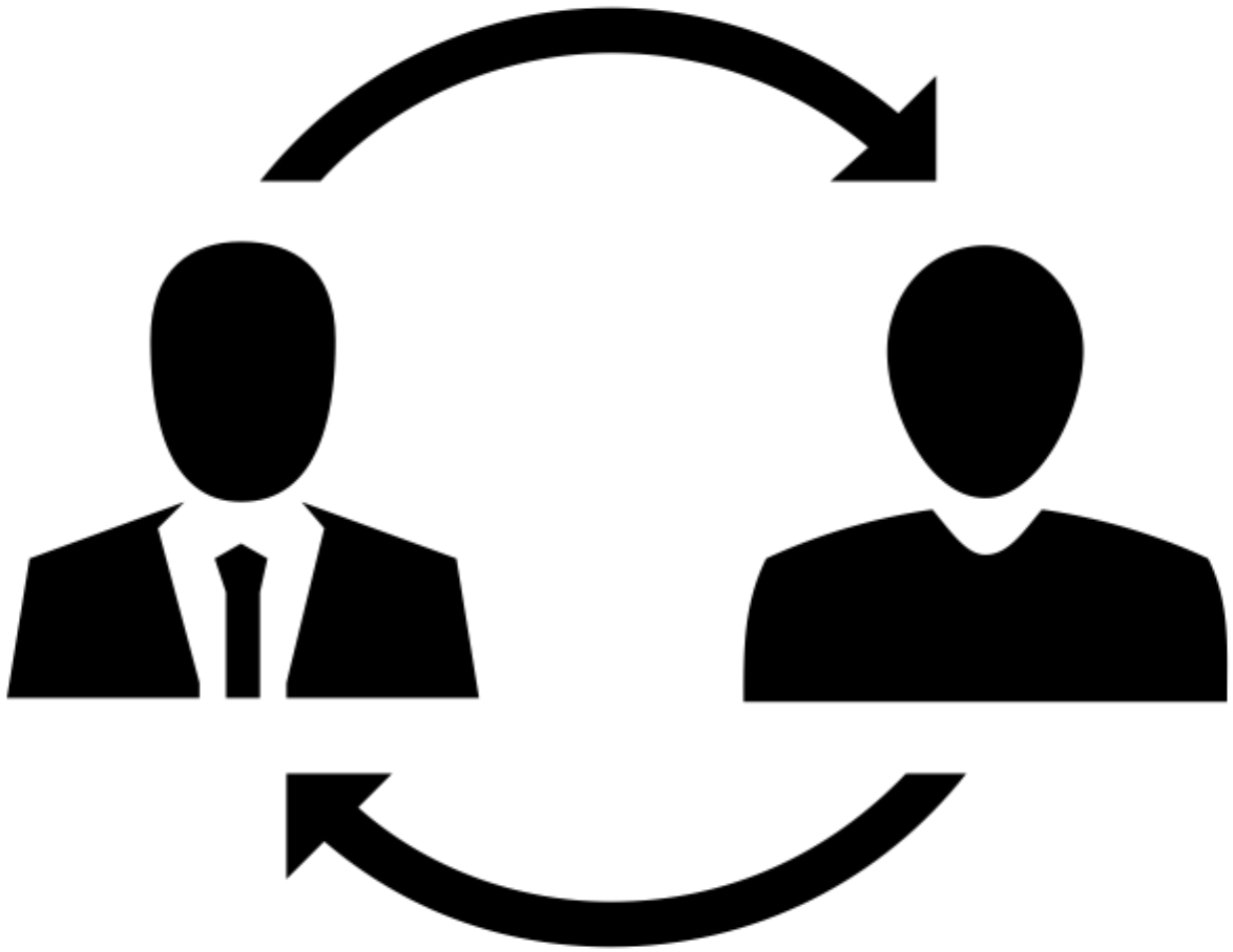


Quais serão os canais onde serão disponibilizados esses produtos para venda? Ou seja, em que locais os clientes poderão encontrar esses produtos para a compra?

- ✓ Supermercados
- ✓ Lojas de eletrodomésticos
- ✓ E também no portal de vendas [nescafe-dolcegusto.com.br](http://nescafe-dolcegusto.com.br)

Ao definir os canais de distribuição automaticamente é preciso pensar na logística para que os produtos cheguem até esses pontos físicos ou sejam visto no portal de vendas, comprados e entregues.

Neste último, que se trata de um portal próprio, é preciso criar todo um sistema para recepção dos pedidos, processamento e envio aos clientes.



## **RELACIONAMIENTO COM CLIENTES**

**4**

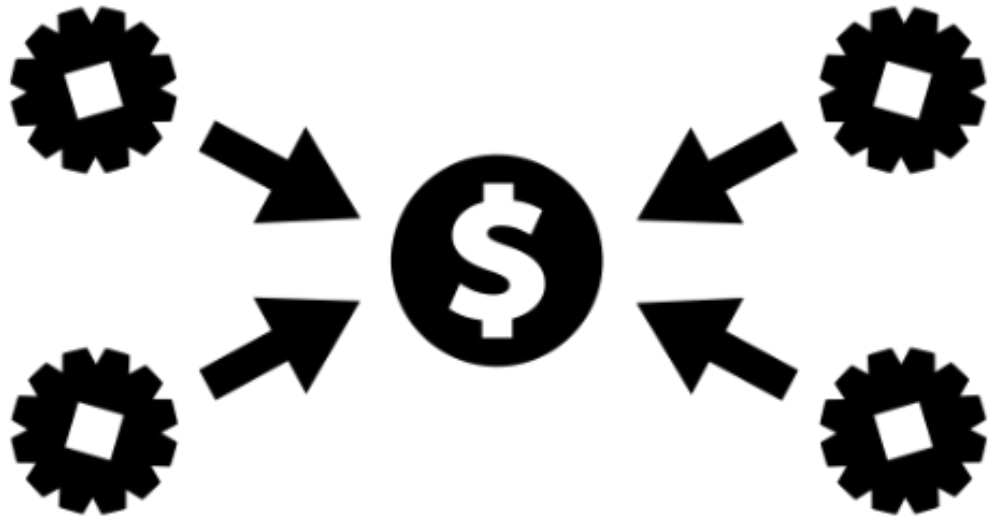


Quais serão os canais de relacionamento a serem disponibilizados para comunicação e interatividade com os clientes?

- ✓ SAC;
- ✓ Redes sociais;
- ✓ Pontos de Fidelidade.

Seus clientes poderão precisar entrar em contato, bem como você poderá comunicar informações relevantes para eles, por exemplo, para trocas ou informações sobre produtos; comentários nas redes sociais positivos ou negativos a respeito de atendimento e produtos; informações sobre campanhas de fidelidade do cliente como cupons, pontuação etc.

O pós-vendas também poderá entrar aqui fortemente através desses canais.



## **MODELO DE RECEITAS**

5

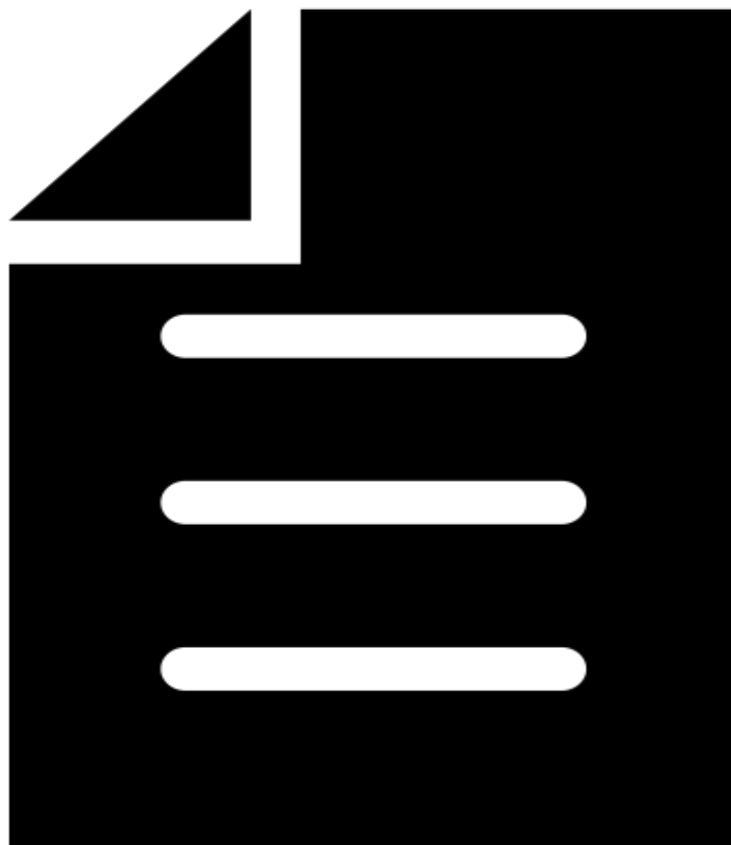




As receitas, ou seja, o dinheiro que irá entrar no caixa da empresa para pagar as contas e obtenção de lucros será proveniente de onde e a que preços?

Esse item se torna muito importante pois, neste exemplo de negócio em que há mais de um produto e/ou serviço, é de fundamental importância fazer a gestão financeira e até de marketing de forma que seja avaliado o desempenho de cada um e se possa tomar decisões para não perder de vista as metas individuais de desempenho de vendas estabelecidas.

- ✓ Da venda de máquinas (R\$349,99);
- ✓ Da venda de cápsulas (R\$23,66 p/ 23 cápsulas);
- ✓ Da venda de acessórios (variável).



## **PRINCIPAIS RECURSOS**

**6**

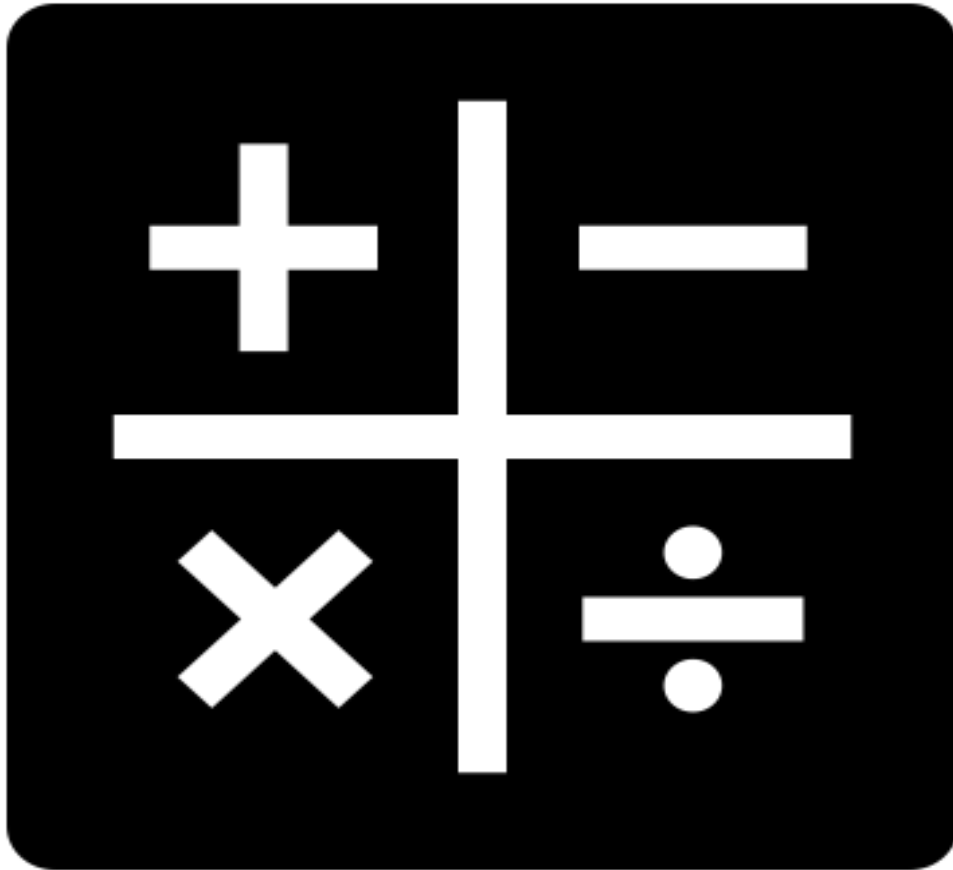


Quais os principais recursos a serem priorizados para que esta estratégia funcione no sentido de atrair e converter em vendas? Quais elementos do negócio serão trabalhados para criar um posicionamento de mercado?

Neste exemplo da Nescafé Dolce Gusto optou-se por aplicar recursos, estratégias e energias nos canais de distribuição a fim de que não faltem os produtos, uma vez que os clientes tomem a decisão de compras; e na marca Doce Gusto.

Assim haverá um forte trabalho de logística e marketing a fim de se posicionar na mente dos clientes. Eu, particularmente, ressaltaria também a qualidade dos produtos.

- ✓ Os canais de distribuição;
- ✓ A marca.



## **PRINCIPAIS ATIVIDADES**

7

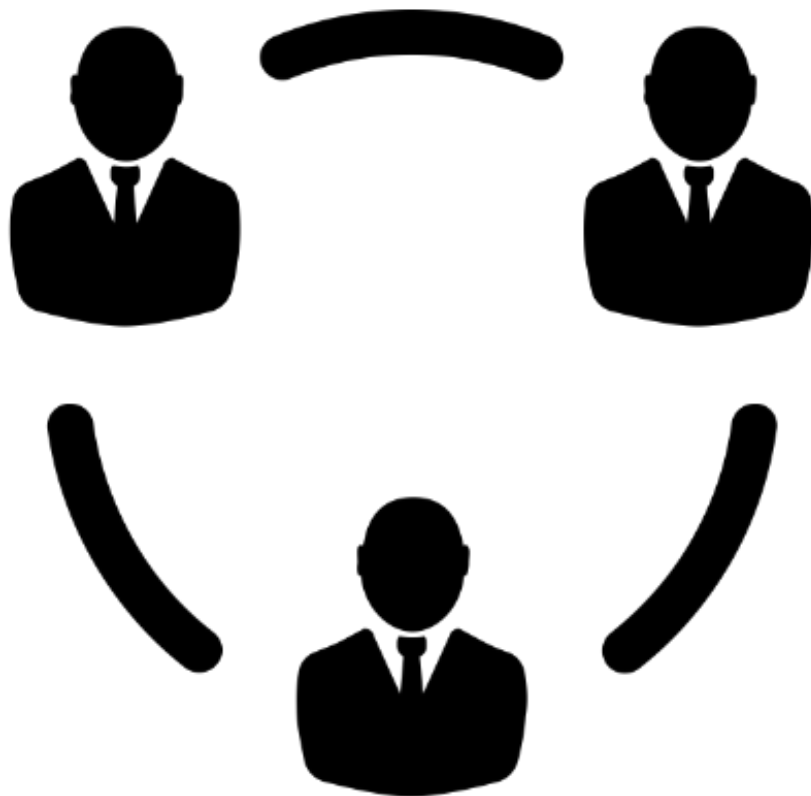


Quais serão as principais atividades que eu devo me concentrar para que esse plano dê certo?

À época, como se tratava de um produto novo, houve um forte trabalho de comunicação de marketing para que o público-alvo soubesse de sua existência.

Seria preciso garantir que eles fossem disponibilizados nos Pontos de Vendas (PDV), ao passo que o foco em pesquisa e inovação garantiria sempre sua modernidade diante da concorrência, fortalecendo seu posicionamento de mercado.

- ✓ Divulgação;
- ✓ Fabricação;
- ✓ Pesquisa e inovação.



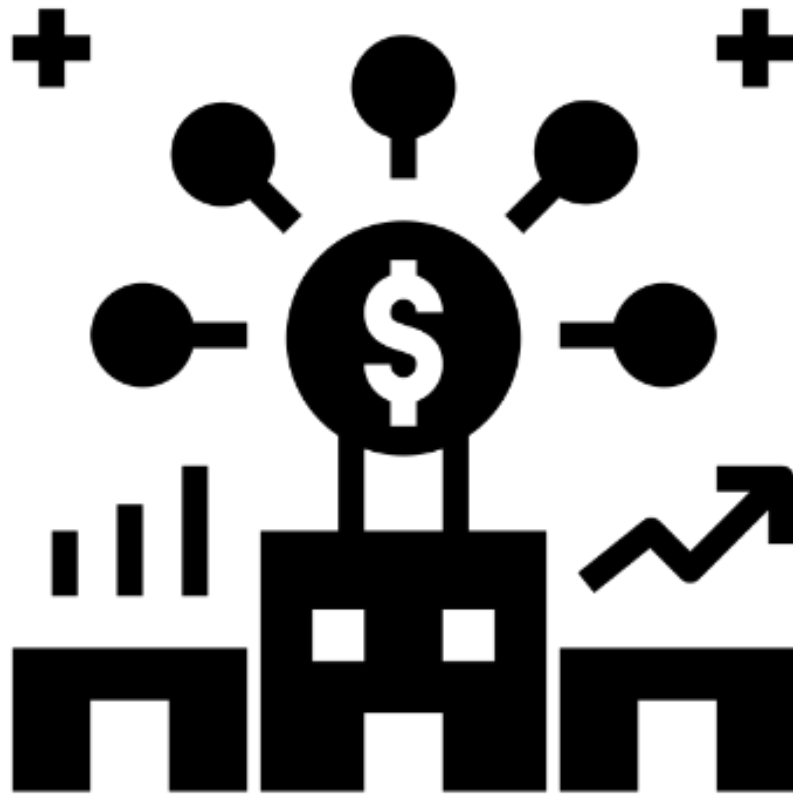
## **PRINCIPAIS ALIANÇAS**

8

Para isso a Nestlé Dolce Gusto concluiu que precisaria de parceiros de mercado a fim de que a ajudassem a colocar o plano em prática com maior probabilidade de sucesso, como:

- ✓ A empresa ARNO, para distribuição nos PDV e pela assistência técnica;
- ✓ Os alemães e os chineses ficariam com a fabricação das máquinas e das cápsulas.

Terceirizar as operações mais complexas e de maior custo foi a opção da Nestlé para esse projeto, ao invés dela mesma ter o custo e o tempo de aprendizado, foi melhor contar com parceiros de mercado especializados, o que proporcionalmente também reduziria seus custos, obtendo assim maiores lucros para os acionistas.



## **ESTRUTURA DE CUSTOS**

9





Quais as principais variáveis onde terei maior investimento para que tudo funcione conforme o planejado?

- ✓ Marketing;
- ✓ Fabricação; e
- ✓ Canais de distribuição.

Ou seja, quais os Fatores Críticos de Sucesso (FCS) desse negócio?

O marketing teria a função de criar estratégias competitivas de mercado;

A fabricação garantiria que não faltassem produtos nos PDVs para aquisição pelos clientes;

Os canais de distribuição poderiam ser alimentados baseados na fabricação e logística.



## Passo 3 - Validação

Você consegue perceber a dimensão que aquela ideia inicial de criar uma máquina de café tomou? Ficou mais clara do ponto de vista comercial? Você já consegue perceber o negócio tomando forma?

Mas tem um terceiro passo fundamental, pois todas as ideias são maravilhosas até que alguém compre o produto ou serviço que ela contém.

Bem, se você quer montar uma cafeteria com ponto físico, mesas, cadeiras, iluminação, pratos, xícaras, talheres e funcionários para o atendimento, não dá pra

começar ainda a partir apenas da estruturação da ideia, concorda?

O projeto teria ainda que passar pela **parte 2** desta série, que é o **Plano de Negócio**, o qual irá definir sua Viabilidade Técnica e Econômica, o plano de marketing, a estrutura física, a análise de mercado dentre outros fatores, bem como o ROI, Retorno sobre seu Investimento; a TIR, Taxa que o negócio remunera seu capital investido e o VPL, Valor Presente Líquido, um dos principais índices de análise financeira do negócio no longo prazo. Mas isso é conversa para a **parte 2**, em outro livro que lançarei.

Por ora, a grande pergunta é: **a minha ideia de negócio é boa mesmo?**

Sim, porque até então ela é sua filha querida, intocável, a coisa mais linda do mundo... Mas será que alguém se interessaria em comprá-la nas condições em que foi pensada e estruturada?

Essa é a grande questão e, pra resolver isso é preciso validar sua ideia. Não estou me referindo à ideia da Nestlé, não, mas a sua ideia, qualquer que seja ela. O exemplo de cafeteria física é apenas para permanecer no contexto, ok?

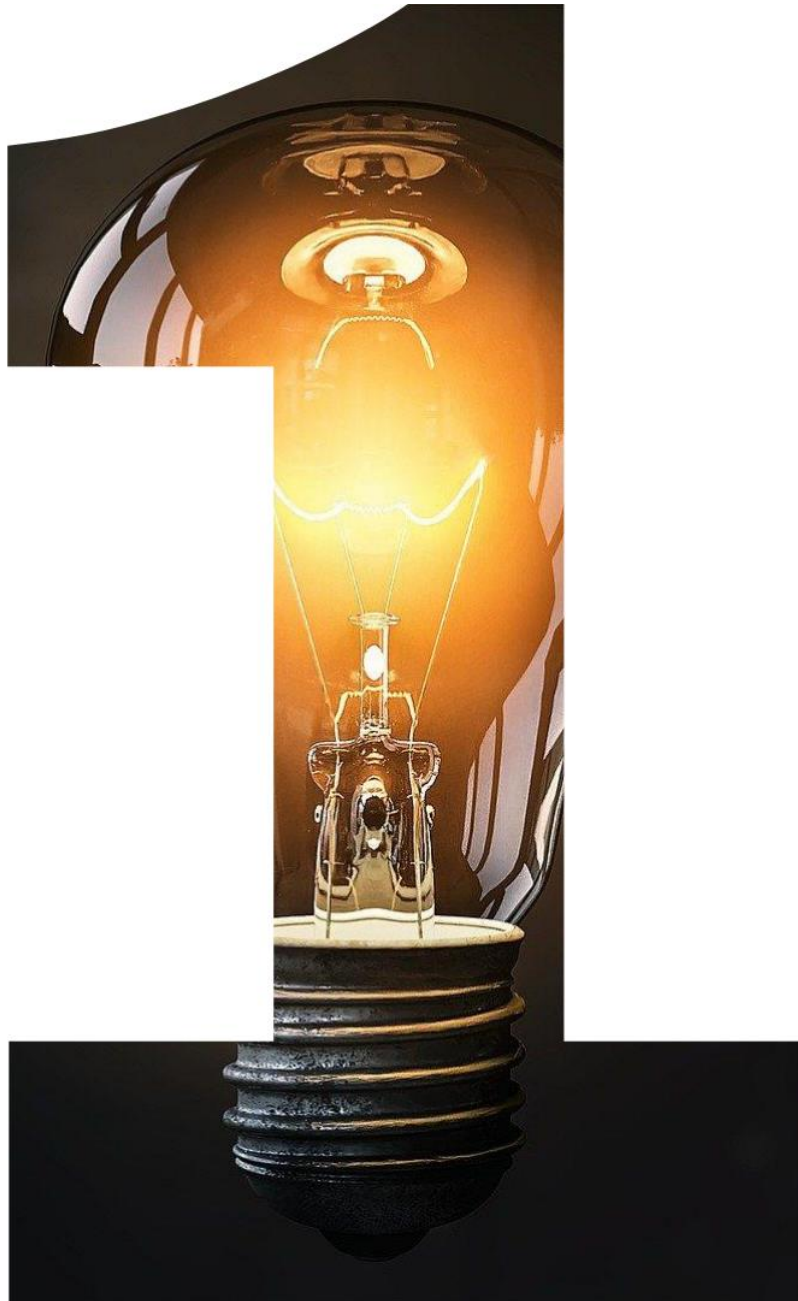
Bem, não existe uma fórmula para validação de ideias, tão pouco a maneira como ela vai ser validada será exata, matemática, garantidora do sucesso. O que se faz é ouvir a opinião de quem a comprará, seja diretamente do seu “piloto”; seja através de pesquisas.

Através do seu projeto piloto, a que me refiro, implica em você adquirir ou fabricar uma ou pouquíssimas unidades do seu produto ou mesmo aplicar seu serviço, tentar vender e avaliar as reações dos clientes.

## **Por que é importante tentar vender?**

Por que se for uma simples degustação, experimentação ou teste drive a resposta pode não ser verdadeira, já que não houve o sacrifício do investimento por parte de quem o adquiriu, principalmente se for ofertado a amigos e parentes.

A pessoa, que não é do seu convívio, precisará de fato perceber os valores implícitos nos produtos ou serviços que você pretende colocar no mercado, a ponto de pagar por eles. Aí sim, estará validado. Vejamos:



Se sua ideia for um produto ou serviço inovador, por exemplo, obviamente nada impede que você faça alguns testes de usabilidade junto a parentes, amigos e desconhecidos preferencialmente, pois

dessa forma você poderá verificar algumas falhas de funcionamento e colher outras opiniões valiosas, mas isso não é a validação, viu?! Quero deixar bem claro.

Exemplos:

- ✓ Máquina caseira de fazer cerveja artesanal;
- ✓ Uma nova fórmula de cosmético;
- ✓ Um sabor exótico de pizza;
- ✓ Atendimento domiciliar para banho e tosa de pets de grandes portes; e
- ✓ Cartão de crédito para alunos do ensino fundamental e médio para uso exclusivo dentro das escolas.

Depois dos ajustes preliminares, o próximo passo será tentar vender uma pequena quantidade com o mínimo de estrutura e baixíssimo investimento.



Se for um produto já existente ficará um pouco mais fácil porque já existem informações bem claras de mercado de quem os comercializa e de quem os compra.



Por exemplo:

- ✓ Pizzaria com Delivery;
- ✓ Só Delivery de alimentos;
- ✓ Loja de cosméticos;
- ✓ Loja de artigos femininos;
- ✓ Pet Shop;
- ✓ Mercadinho;
- ✓ Salão de beleza;
- ✓ Óticas, e muito mais.

Um simples passeio pelos locais onde já existem esses negócios já podem lhe dar uma dimensão de sua viabilidade, ainda que superficial. O ideal é entrar, comprar, experimentar, avaliar e anotar tudo o que existe, como atendem, como fazer, cores, layout, marketing, preços... Tudo.

Quer melhor pesquisa do que essa para começar a entender a viabilidade de sua ideia?

Mas você precisa validar a sua iniciativa, né?

- ✓ Se possui um restaurante, implante o Delivery com poucos clientes e ajuste depois;
- ✓ Se não possui Delivery e quer uma alternativa econômica, comece em casa;
- ✓ Se quer abrir uma loja de cosméticos, venda para alguma empresa primeiro;
- ✓ Se quer abrir uma loja de artigos femininos, idem, ou seja sacoleira, ou anuncie poucas peças nas redes sociais para venda (e-commerce);
- ✓ Se quer abrir um Pet Shop, e não é veterinário(a), é importante ter pelo menos um pet, cuidar dos pets de amigos, fazer compras nas lojas, e, se possível, trabalhar num estabelecimento por algum tempo;
- ✓ Se quer abrir um mercadinho, também é importante atuar em um estabelecimento

para ver toda a dinâmica de compras, mix de produtos, giro, vendas etc.;

- ✓ Se o negócio for um salão de beleza seja usuária primeiro, converse com as clientes e procure saber de suas necessidades, trabalhe em um, veja a quantidade de concorrentes numa área geográfica em que pretende atuar;
- ✓ Se quer abrir uma ótica, obviamente você precisará entender do assunto com propriedade, mas não necessariamente ser oftalmologista. Faça um curso de optometria, que vai lhe dar toda a base técnica.

**IMPORTANTE:** estas são apenas algumas sugestões para sua validação, sendo que alguns itens sugeridos para outra ideia podem ser utilizados na sua.



Se for um infoproduto, aqueles que são virtuais e vendidos pela internet como e-books, softwares, aplicativos etc. ele é inovador e cabe o dito anteriormente, mas sua validação de verdade vai se dar na

infovia, ou seja, na internet. Desenvolva um minimamente viável (não precisa ser perfeito) e coloque na rede pra vender utilizando os diversos canais como Whats App, Facebook, Instagram e Google, apenas para citar os principais do momento.

O infoproduto tem uma característica incomum e que o torna uma das melhores opções de negócios para iniciantes, porque ele possui um custo mais baixo de produção e implantação, bem como é escalável. Sabe o que isso quer dizer? Quer dizer que você pode vender o mesmo produto para um ou para um milhão de clientes ao mesmo tempo e para qualquer lugar do mundo.

Isso é o que faz com que uma pessoa se torne milionária muito mais rapidamente e com bem menos custos e riscos do que comercializando produtos físicos.





O Modelo de Negócio da Nespresso é do tipo **Isca e Anzol**, pois oferta máquinas e cápsulas de café dependentes entre si, mas com margens de preços distintas. A máquina de espresso é vendida com baixíssima margem de lucro ou até mesmo com prejuízo (a Isca), e as cápsulas de café são vendidas com alta margem de lucro (o Anzol).

A Nespresso foi criada pela **Nestlé** e começou suas operações em 2000 para

levar o modelo de Isca e Anzol ao mercado de cafés. Ao identificar que a preparação de café espresso era algo trabalhoso e complicado para o usuário doméstico, a Nespresso vislumbrou a mesma oportunidade identificada pela Gillette, HP, entre outras.

Ao invés de ter que lidar com pó de café, máquinas complexas e muito caras, a Nespresso trouxe ao mercado máquinas com design moderno, preço acessível, e excelente conveniência e facilidade de uso por meio de um sistema de cápsulas.

A partir do momento em que se compra uma máquina da Nespresso vendida com baixíssima margem, você fica preso a um formato patenteado de cápsulas que possui altas margens de lucro para a empresa.

A empresa vem sofrendo com a quebra da patente de suas cápsulas e com a crescente



crítica sobre a poluição causada pelo descarte incorreto das cápsulas de alumínio. Mesmo assim, segue como um produto desejado por muitas pessoas, graças a sua marca forte e contínua inovação de máquinas e sabores.

## **O Sucesso Depois de Anos de Fracasso**

Com receitas de mais de US\$4 bilhões, a Nespresso é um dos produtos mais rentáveis da Nestlé com margens brutas de 85%, ou mais, de acordo com um ex-executivo.

Durante anos, a Nespresso foi um ralo de dinheiro considerável na Nestlé ... e a divisão quase saiu do mercado porque seu primeiro modelo de negócios não funcionou.

Eles falharam com exatamente a mesma máquina de café expresso e sistema de cápsulas que é um negócio multimilionário hoje. Isso porque uma ótima idéia por si só

não era suficientemente boa ... eles precisavam de outro modelo de negócios.

Então, como eles passaram de quase falência para criar e dominar o segmento de mais rápido crescimento do mercado de café?

1) Em vez de vender para os mercados de restaurantes e escritórios ([b2b](#)), eles começaram a vender diretamente ao consumidor ([b2c](#)).

2) Transformaram um negócio transacional (vendendo café através de varejo) em um com receitas recorrentes (vendendo cápsulas proprietárias através de canais diretos).

A viagem da Nespresso do fracasso ao sucesso levou mais de sete anos, e uma enorme quantidade de dinheiro.

# Como a Nespresso Ganha Dinheiro?

Cada cápsula de Nespresso contém 5-6 gramas de pó de café e prepara uma única xícara de café. O valor médio de uma cápsula é de R\$ 2,20, o que faz com que o preço do quilo de café Nespresso seja R\$440,00.

Se considerarmos que 1kg de café comum custa cerca de R\$22,00 no mercado, estamos falando de um valor 20 vezes acima do valor de mercado.

Mesmo considerando o valor do alumínio e das embalagens de papelão, ainda podemos afirmar que a margem é altíssima.

A empresa vende máquinas via varejistas parceiros, mas detém a exclusividade da venda direta das cápsulas, o que garante sua margem alta.

Fonte: Manoe Pereira.

<https://analistamodelosdenegocios.com.br/modelo-de-negocio-da-nespresso/>



Depois que sua ideia estiver devidamente organizada no papel e com a cara de um negócio de verdade, este será o seu próximo passo: **fazer um Plano de Negócio.**

Esta é a **PARTE 2** de uma boa ideia. É um mapa do negócio que te conduzirá ao sucesso do seu empreendimento com menor risco de quebrar, pois, atualmente mais de 30% das micro e pequenas empresas quebram antes de completarem 1 ano de abertas, (sem contar a quebradeira provocada pela COVID-19) e você não vai querer fazer parte dessa estatística, vai?



Agora, se a sua ideia tem possibilidade de venda através do **Delivery**, você tem que adquirir esse e-book imediatamente. Nele você encontrará todas as informações necessárias a fim de implantá-las com maior probabilidade de sucesso.

São 12 capítulos abordando temas como:

Planejamento, Produtos, Embalagens, Equipes, Atendimento, Vendas, Marketing, Concorrência, Logística, Tecnologia, Finanças, Estratégias de Guerra e Estratégia do Oceano Azul, além de cases de sucesso.

Acesse: <http://deliverydeguerra.mobirisesite.com>



Antonio Dias

Administrador de Empresas (CRA 12012), Especialista em Marketing e Metodologia do Ensino Superior.

Atuou no Sebrae e na Federação das Indústrias do Estado da Bahia-FIEB/IEL por mais de 15 anos atendendo a milhares de empresas de todos os portes e segmentos no Brasil.

É criador do DEVI, uma metodologia exclusiva de reestruturação empresarial, Consultor de Empresas e Diretor da VIAMETA

CONSULTORIA EMPRESARIAL há 17 anos, realizando muitas soluções através de Planejamento Estratégico, e Empresarial, Plano de Negócios, Marketing, Vendas, Gestão Financeira, Gestão de R.H. e outras.

Obras do autor:

- Delivery de Guerra
- Plano de Negócios para uma boa ideia
- Como colocar sua ideia no papel

Contatos:



[atendimento@viameta.com.br](mailto:atendimento@viameta.com.br)



[@antonioidias.viameta](https://www.instagram.com/antonioidias.viameta)



[antonioidias.viameta](https://www.facebook.com/antonioidias.viameta)



[antonioidias-viameta](https://www.linkedin.com/company/antonioidias-viameta)



[www.viameta.com.br](http://www.viameta.com.br)



(71) 98604-7718