

PLANEJAMENTO

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO EM TEMPOS DE CRISE



SEBRAE

SUMÁRIO

Como avaliar a situação do seu negócio e as ações a serem tomadas durante a pandemia	3
Use o poder do planejamento estratégico	5
Principais vantagens de criar um planejamento estratégico para a sua empresa	8
Elaborando uma análise estratégica de mercado	9
Faça uso de ferramentas estratégicas	10
Esteja pronto para readaptar o planejamento da empresa e mantenha uma liderança firme	11

COMO AVALIAR A SITUAÇÃO DO SEU NEGÓCIO E AS AÇÕES A SEREM TOMADAS DURANTE A PANDEMIA



Poucas empresas reservaram tempos anteriores para planejar como lidar com uma crise semelhante a esta causada pela pandemia do Coronavírus. Sabemos que os desdobramentos são imprevisíveis, mas, com certeza, exigirão respostas rápidas e acertadas de todos nós, sobretudo no universo empresarial.

Nesse momento, entender como avaliar o contexto de sua empresa diante do atual cenário é imprescindível. Portanto, compreender a importância de priorizar as ações urgentes e de traçar um planejamento correto de gestão durante a pandemia, torna-se essencial para a manutenção dos negócios.

É hora de controlar a ansiedade. Ser assertivo nas decisões nesse momento, implica em avaliar com muita cautela e minúcia o cenário atual e como ele impacta no seu negócio e na sua gestão.

Antes de tomar qualquer decisão, é importante considerar todas as variáveis envolvidas em sua atividade. Observe e entenda desde o comportamento do consumidor, até as medidas tomadas diariamente por governos, instituições financeiras, sindicatos, entre outras, e que afetam direta ou indiretamente o seu negócio. Estudar o cenário constantemente é fundamental, principalmente diante do momento que estamos vivendo.

É provável que tenhamos que enfrentar um cenário econômico bastante adverso pelos próximos meses, diante do cenário da pandemia do Coronavírus. E planejar estrategicamente todas as ações de sua empresa será o melhor caminho para lidar com a crise e com os seus desdobramentos futuros.



USE O PODER DO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO



Ainda que sua empresa tenha estruturado um grupo específico de gerenciamento de crise e esteja fazendo todo o possível para manter a segurança da equipe e o controle do negócio, lidando com as incertezas em meio a um cenário de enormes e incontrolláveis mudanças, não será o suficiente - é preciso fazer muito mais.

Flexibilidade e capacidade de adaptabilidade são os conceitos-chave desse momento.

Os cenários de mercado traçados globalmente a partir da sequência da pandemia que se propaga com uma velocidade extraordinária, mostram que iremos passar pelo maior choque econômico desde a Segunda Guerra Mundial.

E não se trata apenas de um choque econômico: trata-se de um choque no comportamento do consumidor e nos modelos de negócios. Desse modo, naturalmente, os desafios associados a esse conjunto de crises terão uma ordem de grandeza maior do que a que os empresários estão acostumados a lidar.

Assim, o planejamento estratégico segue sendo a melhor saída para enfrentar esta e toda e qualquer crise. Portanto:

- » Trace cenários para a sua empresa;
- » Tenha um plano;
- » Execute o plano;
- » Monitore o plano;
- » Revise o plano;
- » Repita tudo outra vez.

Para que o planejamento estratégico de ações contra a crise ganhe os holofotes necessários para este momento, há duas iniciativas práticas que podem ser tomadas:

- » Criar uma equipe de planejamento antecipado para adiantar-se à próxima etapa da crise.
- » Orientar essa equipe a trabalhar em vários horizontes de tempo, usando diferentes esquemas estratégicos.

Essa equipe de planejamento antecipado ajudará a ampliar sua perspectiva, indo além da resposta diária gerenciada pela equipe de crise. Sua equipe de planejamento antecipado deve encarregar-se de coletar dados de inteligência com vistas ao futuro, desenvolver cenários e identificar as opções e ações necessárias para agir de forma tática e estratégica.

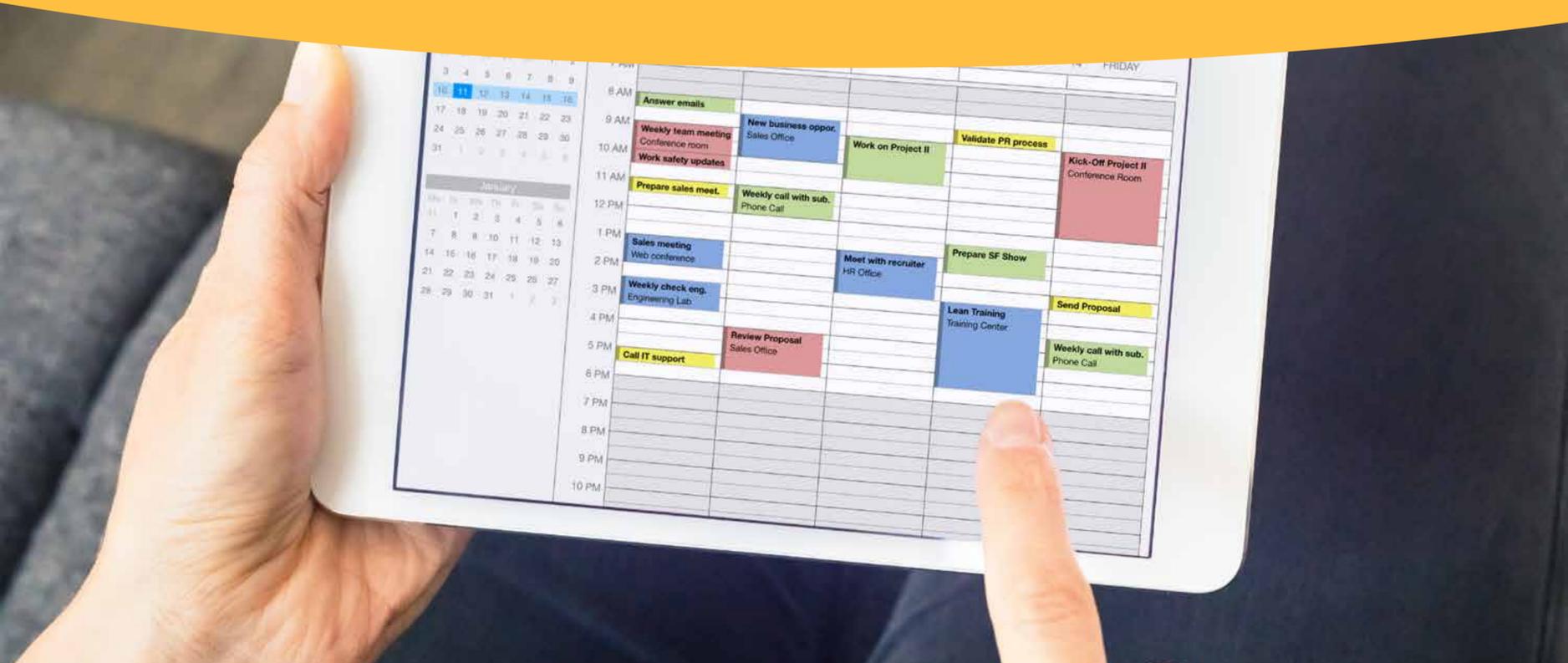


Pensar em diferentes horizontes de tempo é fundamental para ter um planejamento dinâmico traçado que possa ser facilmente remodelado. Portanto, vale traçar planos de dois, quatro e sete dias; duas e quatro semanas; um e dois trimestres; um e dois anos; além de pensar no que virá a ser o próximo normal.

Isso permitirá que sua empresa mantenha algum controle dos problemas crescentes e das decisões que precisa tomar neste período de alto nível de incertezas.

Independente do modelo de negócio da sua empresa, a assertividade do planejamento estratégico ajudará no direcionamento de suas energias e atenção a atividades e ações que o ajudem a crescer na direção desejada.

PRINCIPAIS VANTAGENS DE CRIAR UM PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO PARA A SUA EMPRESA



Definindo os caminhos a serem percorridos para se chegar aonde deseja, o planejamento estratégico economiza recursos, ajuda a internalizar informações importantes, aponta e convence de estratégias viáveis e facilita o processo de tomada de decisões, reduzindo conflitos e, conseqüentemente, criando valor para a organização, ampliando a sua vantagem competitiva.

Entre as principais vantagens, estão:

- ▶ Promoção do alinhamento de expectativas entre sócios e diretores;
- ▶ Redução do desperdício de dinheiro e recursos valiosos;
- ▶ Maior agilidade no processo decisório e de delegação;
- ▶ Geração de engajamento e comprometimento entre os colaboradores;
- ▶ Maximização da geração de valor;
- ▶ Desenvolvimento do pensamento estratégico entre aqueles que ocupam funções gerenciais;
- ▶ Beneficia a empresa pela vantagem da visão ampla e externa.

ELABORANDO UMA ANÁLISE ESTRATÉGICA DE MERCADO

Antes de aprender na prática como elaborar uma análise de mercado é necessário entender que esta análise é um processo de obtenção de informações do mercado onde a sua empresa ou ideia de negócio atua ou pretende atuar, englobando os fatores que impactam diretamente sobre o sucesso ou fracasso do empreendimento.

Trata-se, portanto, de um processo, onde serão obtidos dados sobre o público alvo, fornecedores e concorrência. Entre os principais aspectos a serem levantados na análise de mercado estão:



Clientes

Informações sobre idade, o gênero, a classe social e ocupação do público alvo ajudam na definição do perfil e preferências;



Concorrência

Identificar pontos fortes e fracos dos seus concorrentes, bem como a parcela do mercado que ainda não é suprida pelos serviços/produtos disponíveis é fundamental para definir o posicionamento da sua empresa;



Fornecedores

Localização, prazos de entrega, frete e custos até as condições de pagamento e qualidade dos insumos e mercadorias devem ser considerados na definição desses parceiros essenciais no desempenho do seu empreendimento. Outros fatores como credibilidade e estabilidade também devem ser considerados, para se pensar numa parceria duradoura.

FAÇA USO DE FERRAMENTAS ESTRATÉGICAS

Algumas ferramentas podem ajudar na realização de uma análise de mercado mais assertiva, viabilizando o planejamento estratégico e futuros ajustes. Entre elas estão:



Análise 360° de oportunidades

Realizada em duas etapas que avaliam o aspecto externo da ideia, sendo este a sua relação com o mercado e ainda o aspecto interno, como a relação da proposta relacionado ao seu perfil empreendedor;



Análise SWOT

Consistindo na análise dos pontos: Fortes (*Strengths*), Fracos (*Weaknesses*), Oportunidades (*Opportunities*) e nas Ameaças (*Threats*) de uma empresa;



As 5 forças de Porter

Realizando a análise do ambiente em que a empresa está inserida, definindo o melhor posicionamento frente aos concorrentes. Através da análise, avaliação e reflexão sobre os concorrentes, produtos e serviços substitutos, possibilita o aprimoramento nas negociações e gestão de fornecedores e clientes;



Matriz BCG

Por se tratar de uma análise gráfica, atua analisando o portfólio de produtos e/ou de unidades de negócio baseado no conceito de ciclo de vida do produto, relacionando-os com variáveis externas e internas;



Matriz Ansoff

Essa ferramenta possui duas dimensões: produtos e mercados. De um lado são posicionados os produtos novos; e do outro, os existentes. Essa combinação forma quatro estratégias para o crescimento e o desenvolvimento da empresa, são elas o desenvolvimento do mercado, a penetração, a diversificação e o desenvolvimento do produto.

ESTEJA PRONTO PARA READAPTAR O PLANEJAMENTO DA EMPRESA E MANTENHA UMA LIDERANÇA FIRME



A liderança representa um papel de grande importância na execução de qualquer planejamento estratégico. Dessa forma, o responsável por guiar a equipe na execução do planejamento deve ser um profissional organizado, criativo, resiliente e dotado de senso crítico para análises.

A definição do planejamento estratégico deve garantir a criação de processos que viabilizem decisões técnicas, direcionamento estratégico e engajamento. Os resultados desejados devem ser claros, mensuráveis e as ações para alcançá-los deve ter início, meio e fim pré-determinados, permitindo o acompanhamento tanto das ações como dos responsáveis pelo cumprimento de sua execução.

Um planejamento de qualidade deve ainda contar com dinâmicas de monitoramento. Assim, é imprescindível que haja espaço para analisar e observar o andamento das ações e medidas propostas, certificando-se de que seus resultados levam a empresa na direção desejada. Para além disso, o acompanhamento é fundamental para que, diante de um cenário incerto com tantos imprevistos, as modificações cabíveis sejam feitas no planejamento.



Quer saber mais?
Acesse o site do Sebrae e conheça outros conteúdos.

www.sebrae.com.br **0800 570 0800**



Sebrae