

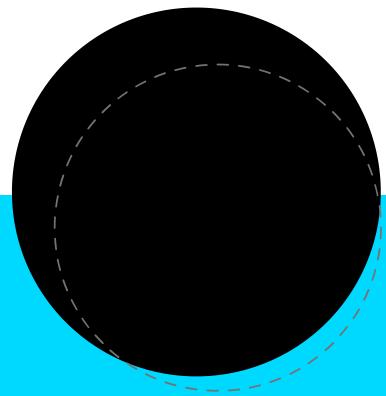
# ANÁLISE DE MERCADO

**TAM, SAM, SOM**

---

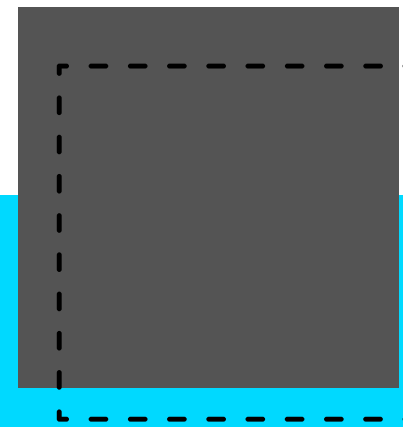


# Perguntas que o TAM, SAM, SOM responde:



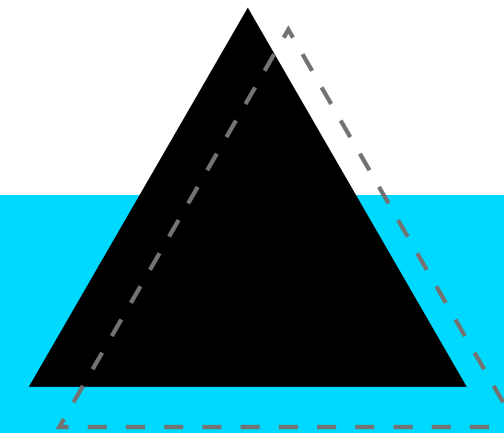
Existe um mercado para minha ideia?

É importante analisar isso antes de começar desenfreadamente qualquer empreendimento!



Qual tamanho desse mercado:

Mas estamos falando de mercado REAL. Para isso, colocamos mais filtros até entender o mercado verdadeiro de atuação.



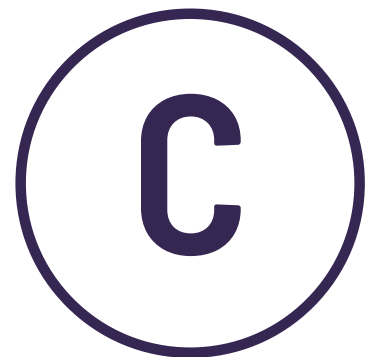
Importante para os investidores:

Todo investidor quer saber: Atingindo o potencial máximo de um negócio, aonde estaremos?



# O que é analisado?

Filtros importantes!



competição

Quais são as empresas daquele setor?  
O que elas fazem? Quais são seus  
diferenciais?



geografia

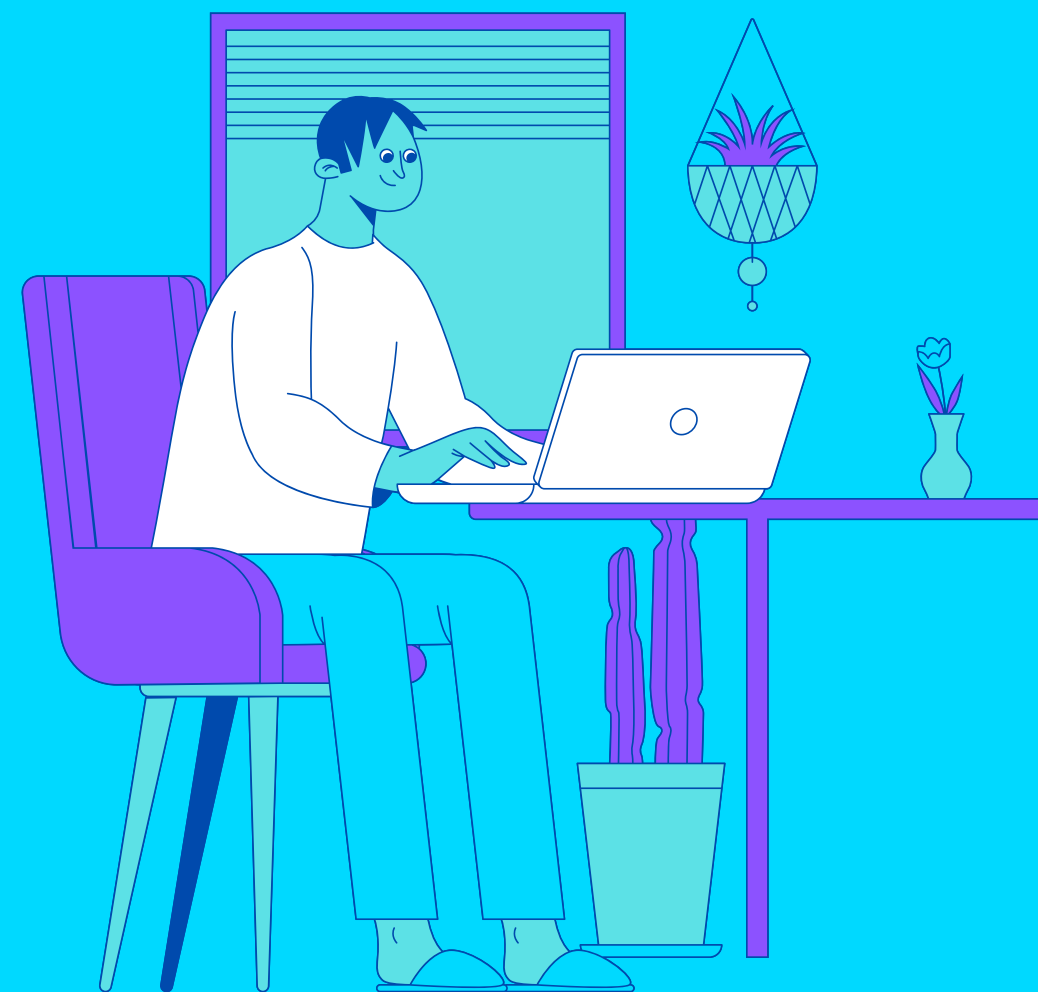
Qual é a região que você consegue colocar  
seu produto? Para quais lugares a sua  
logística está pronta? Qual lugar ainda tem  
espaço para você?



faturamento

Financeiramente, o mercado é quente?  
Qual o valor que movimenta por ano?  
Quantos por cento é de cada empresa?

# TAM - Total available market



## Características:

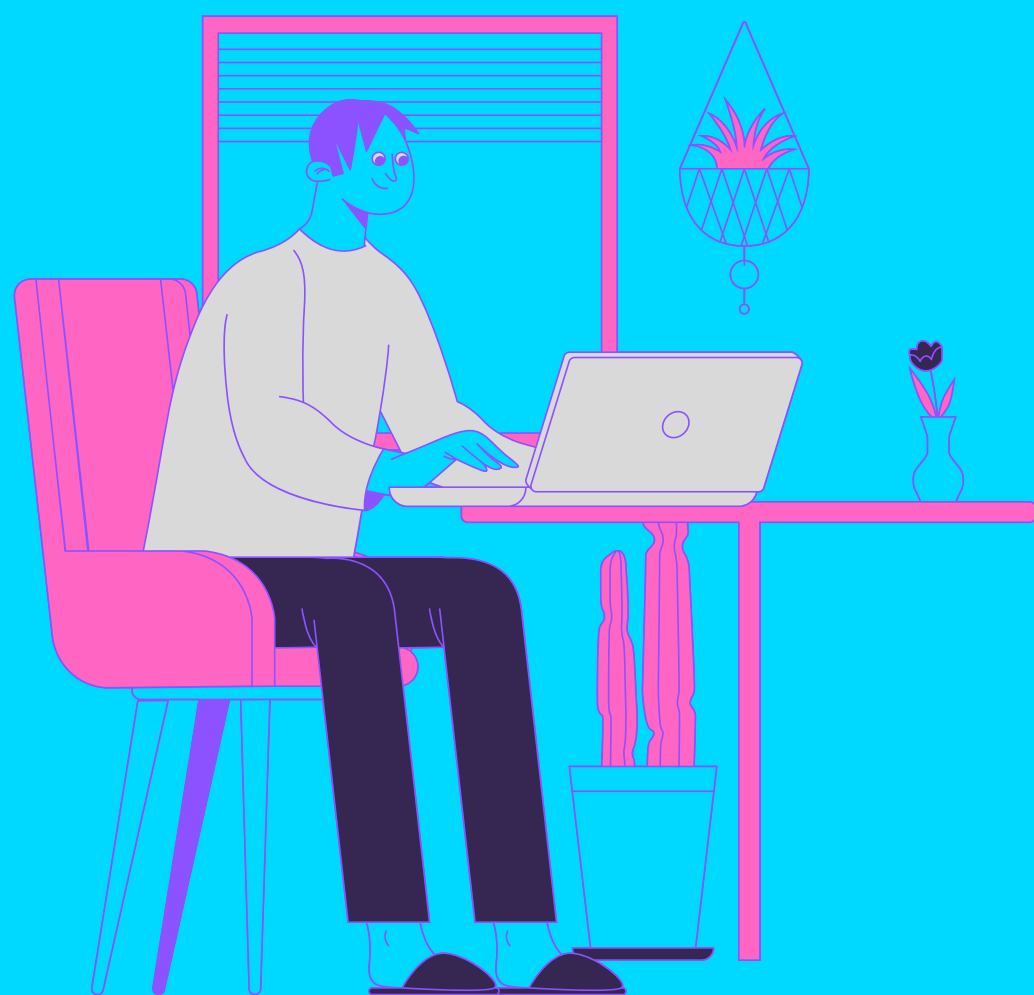
- Mercado total para aquela ideia a nível mundial
- Não se pode considerar alcançável
- Diferentes perfis de clientes
- Diferentes localidades

Exemplo: Se você tem um negócio de construção civil, sabe que é um mercado de bilhões, mas não vai atingi-lo por completo.

**100%**

O TAM seria o mercado potencial a nível mundial.

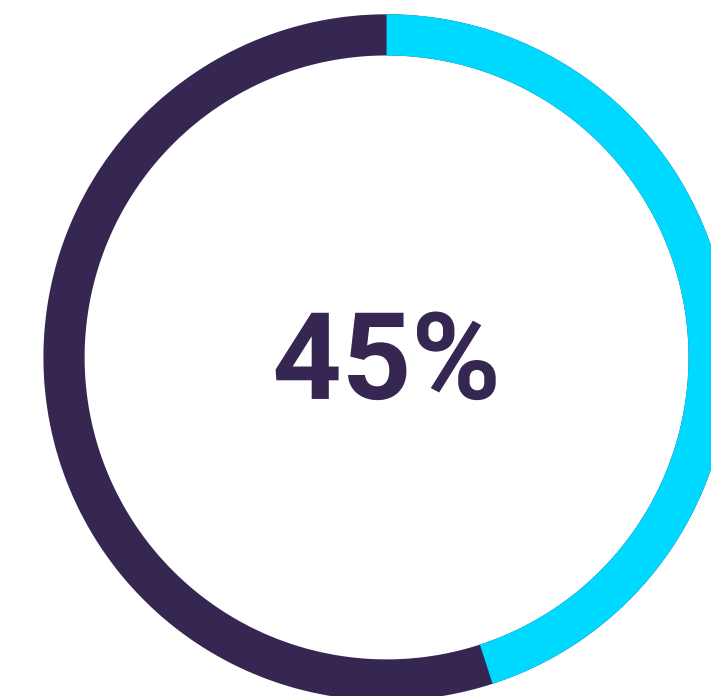
# SAM - Serviceable Available Market



## Características:

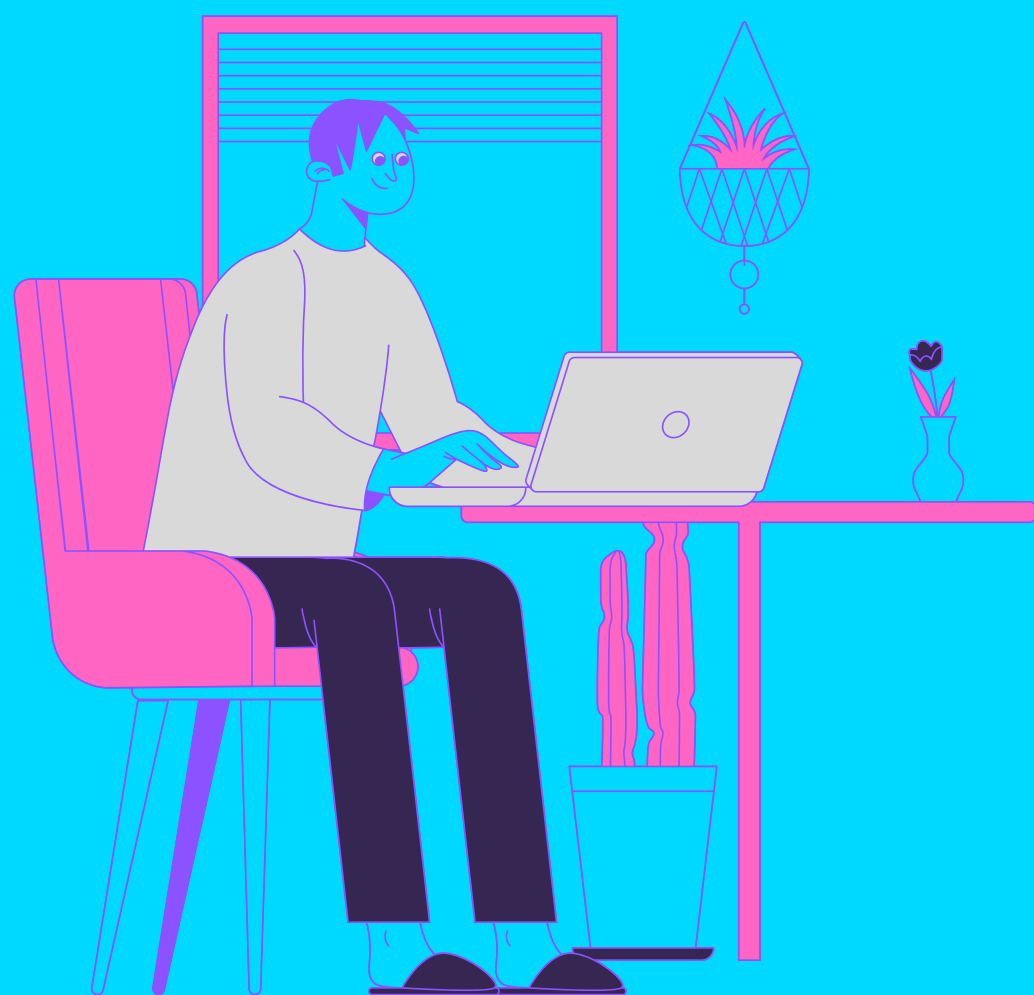
- Primeiro filtro do TAM.
- Alcance geográfico
- Logística
- Médio/Longo prazo (modelo bem desenvolvido e executado)

Exemplo: Na sua área potencial, qual é o mercado que você pode atingir a médio/longo prazo? Até aonde você pode deslocar suas máquinas e sua equipe?



O SAM seria o mercado geograficamente possível

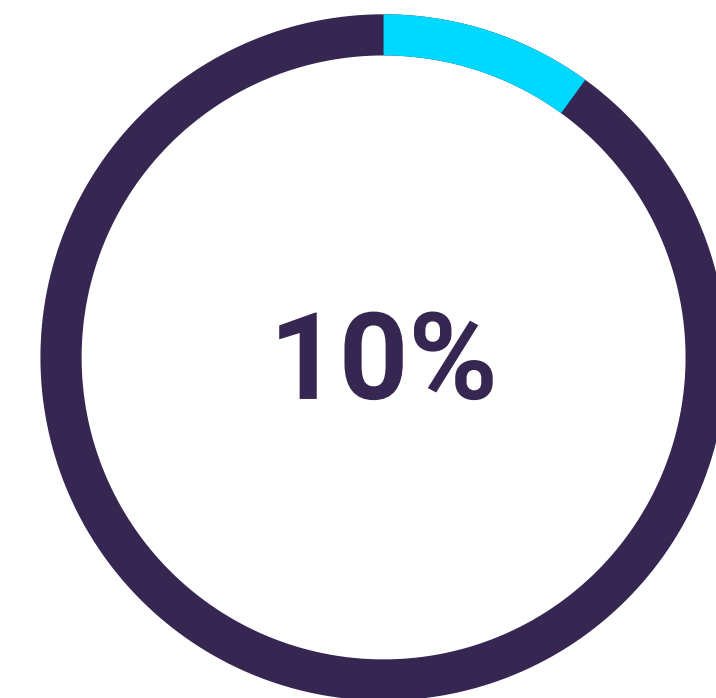
# SOM - Serviceable Obtainable Market



## Características:

- Mercado acessível.
- Realista, mas não fácil
- Bem filtrado
- Posicionamento geográfico
- Concorrência
- Distribuição
- Canais de venda

Exemplo: Você já encontrou sua área potencial, mas nela existem concorrentes, que atendem diferentes perfis. Seu produto tem um perfil, qual fatia do mercado gosta do seu estilo de produto?



O SOM seria a parte do SAM que o seu produto atenderia bem, devido as características dele.

# Outro exemplo de análise de mercado:

Nesse exemplo, vamos supor que um empreendedor quer construir uma rede de fastfoods!

## TAM

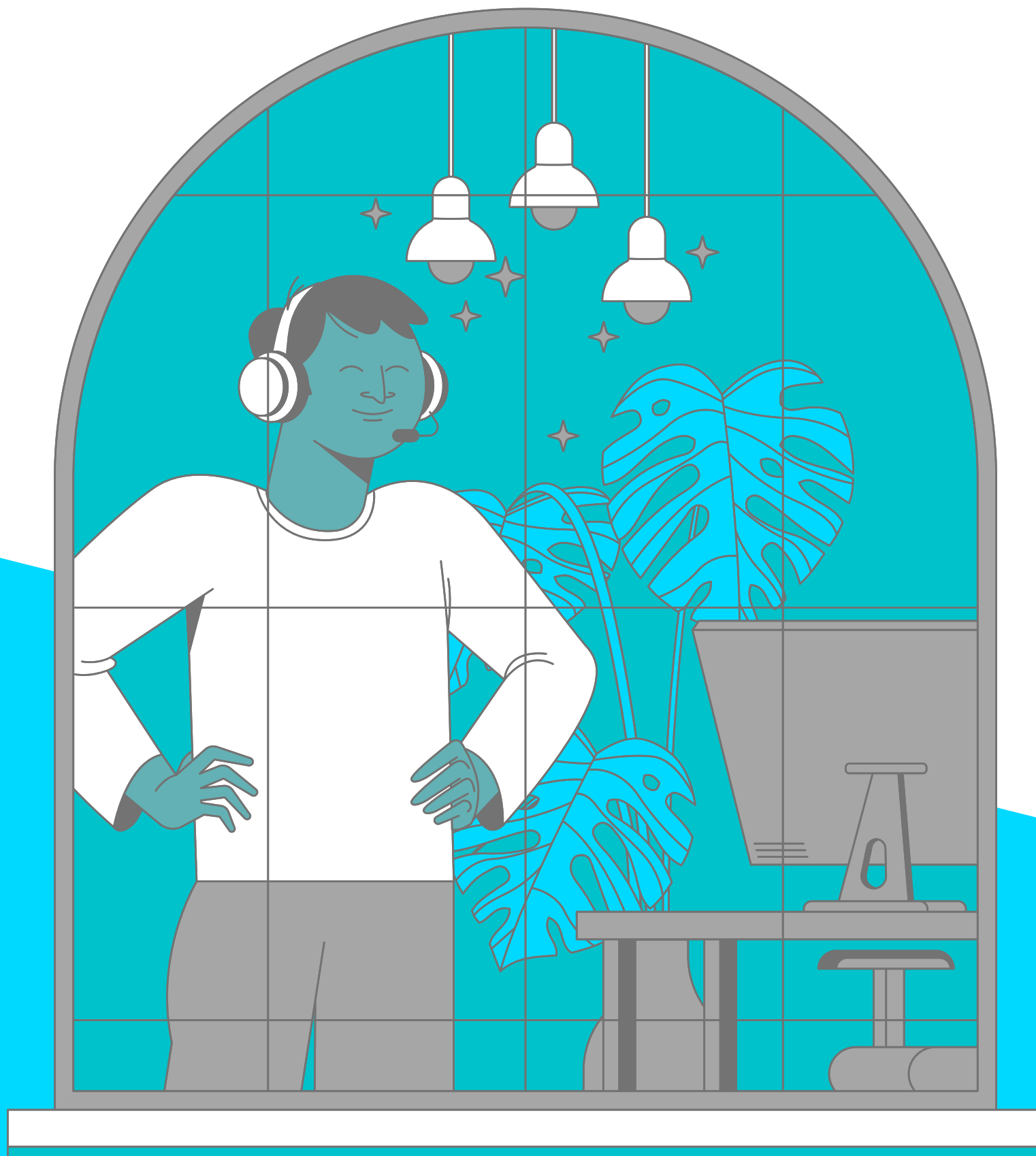
Seu TAM, seria o faturamento global de todas as redes de fast food. E você ficaria muito feliz. MAS, não vai rolar.

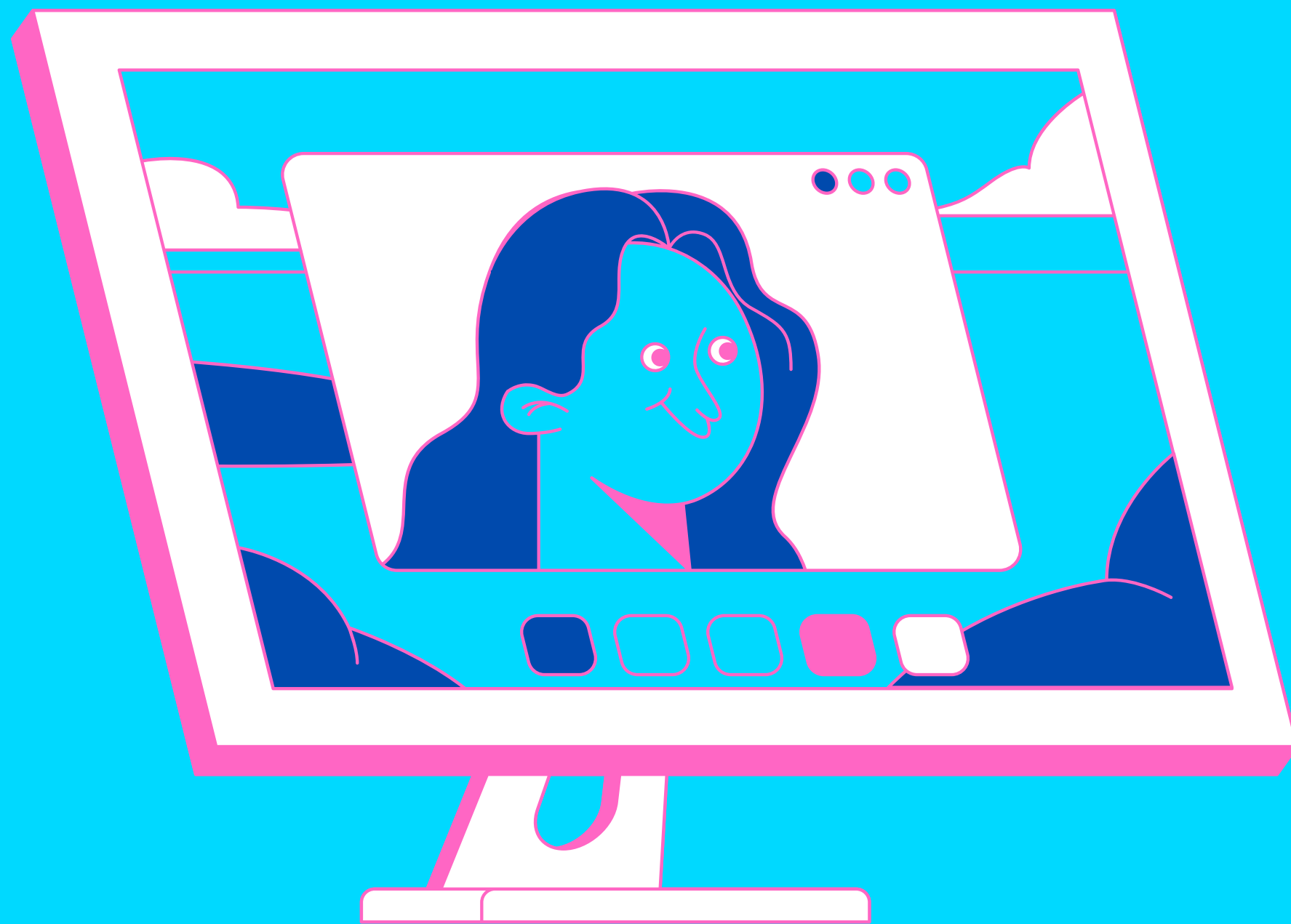
## SAM

Você está começando em sua cidade, consegue atingir também 3 cidades vizinhas. Então você deve analisar: hábitos alimentares, faturamento de restaurantes similares, etc. Agora você conhece a demanda ao seu alcance.

## SOM

Mas você não é a única rede de fast food em sua cidade. Então, sendo realista você pode esperar uma fatia desse mercado. Isso pode ocorrer por proximidade ao restaurante, estilo de comida e etc.





**Lembre-se,  
para o  
investidor:  
TAM, SAM  
e SOM são  
avaliações  
constantes!**

Faça uma análise realista!



# Para ter um **SOM** realista.

Tome cuidado!



**P**

Produto:

Pessoas querendo comprar o que você oferece.

**M**

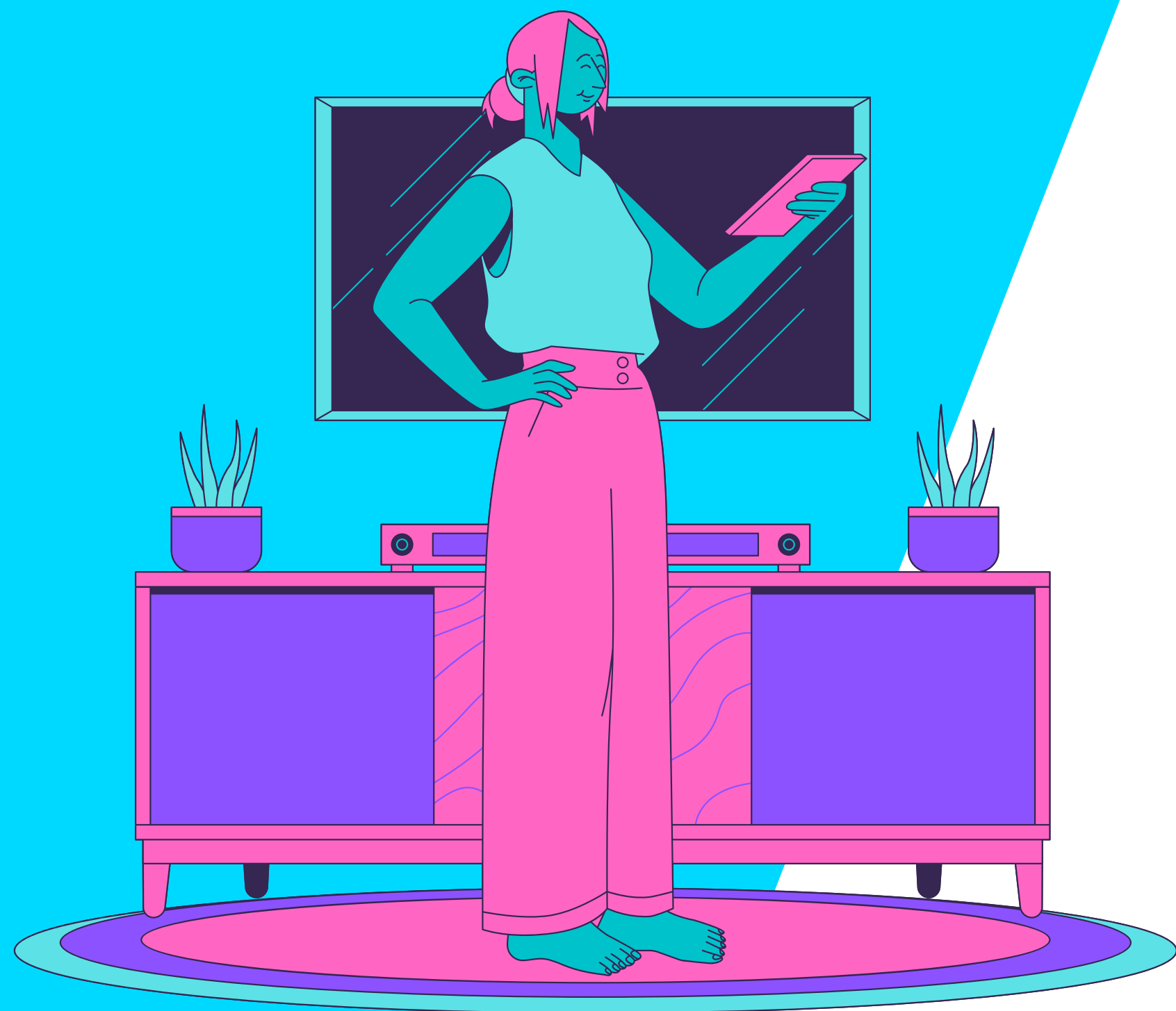
Marketing e distribuição

Tenha um bom plano que possibilite atingir o seu público alvo.

**O**

Parcela do SOM

Você não vai abocanhar seu SAM em 6 meses, nem em 2 anos... Então seu SOM não pode ser 0,0001% do mercado!



# Obtendo informações TAM, SAM, SOM!

Um processo difícil, mas necessário!

- Dados gerais da internet
- Balanços de empresas (somando)
- Deduzindo dados startups
- Dados reais startups (muito difícil)
- E as mais diversas soluções que você pensar.

**Muito  
obrigado!  
Alguma  
dúvida?**