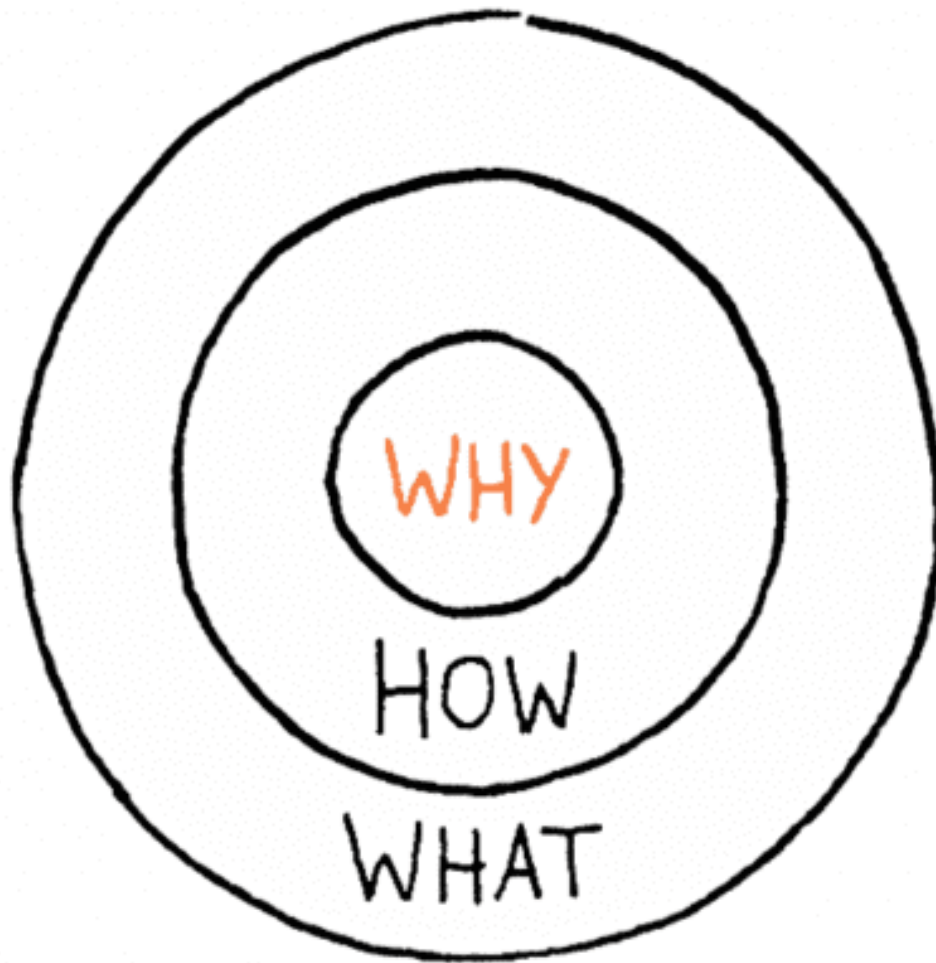


Aula 05: Avançando na proposição de valor das equipes

O que é marketing?

Para Kotler e Keller:

Marketing envolve a identificação e a satisfação das necessidades humanas e sociais.



WHY

Durante muito tempo o propósito e o porque devemos fazer algo se dissipava a medida que uma ideia evoluia para um projeto. O porque é o início e deve nos acompanhar sempre como baliza.

HOW

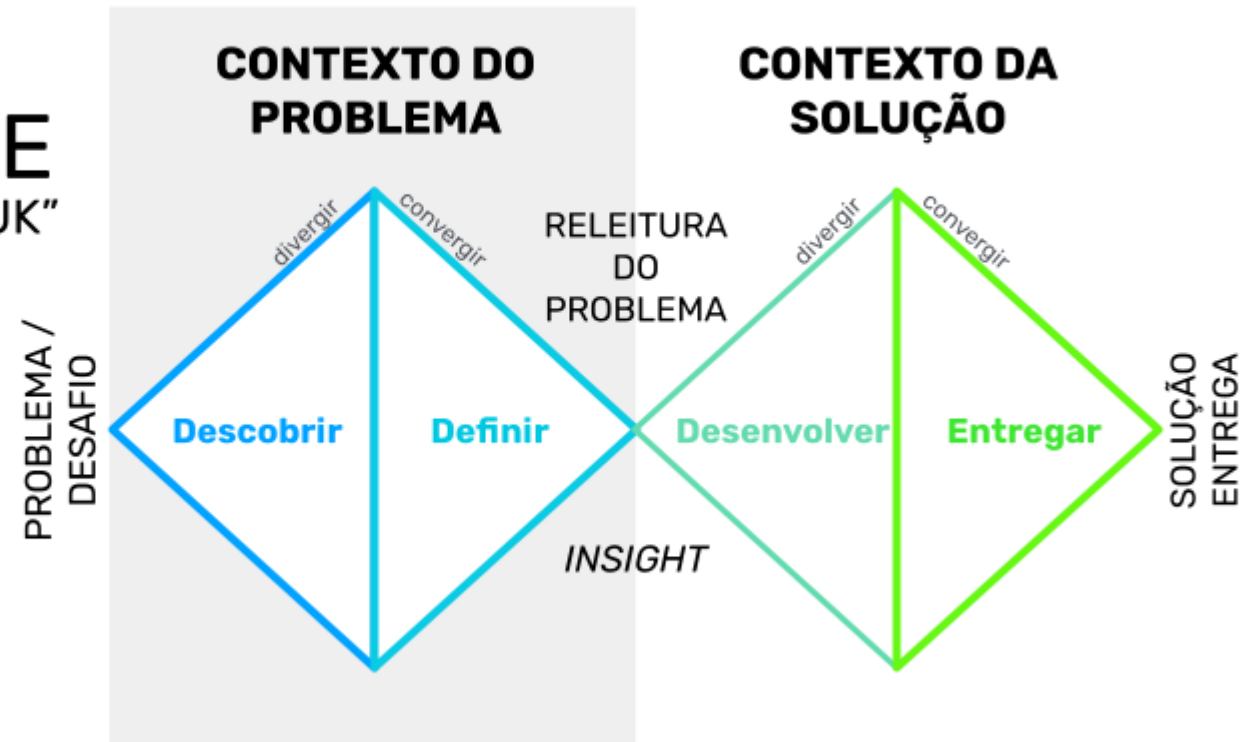
A partir do propósito, é preciso então estabelecer com clareza o como algo deve ser feito. Isto pode e deve nos tornar únicos, nos diferenciar, aproveitando nossas competências e paixão em fazer.

WHAT

Negócio, produtos, serviços ou processos, este é o que fazemos, é a consequência. Cada organização ou pessoa com um propósito (porque) e competência (como) é capaz de criar e manter soluções.

T A ABORDAGEM DO DESIGN THINKING

**DUPLO
DIAMANTE**
"Design Council, UK"



<https://blog.somostera.com/ux-design/double-diamond>

**Design Thinking - Solucionando problemas
complexos | Ricardo Ruffo | TEDxObjetivoSorocaba**



https://www.youtube.com/watch?v=7fcqb2a5_ok

Como utilizar o Golden Circle no planejamento

Léo - Da marmitta ao Tal do Restaurante

É muito fácil planejar utilizando o Project Model Canvas

Consultoria Empresarial

O que?

Por que a empresa foi criada, com quais públicos pode se identificar? Qual é seu propósito? Qual é a causa? Qual é a sua crença? Por que você sai da cama de manhã? E por que alguém deveria se importar? O porquê da existência antecede a elaboração dos produtos e serviços, e como estes serão entregues aos clientes.

- Preocupação e alimentação saudável
- Gestão de rotina
- Pedidos dos colegas
- Proporcionar saúde aos colegas
- Estrutura de atendimento

Como sua empresa busca atingir o seu objetivo? Quais estratégias está usando para realizar o plano? Considere suas crenças e valores, isso poderá ser usado para colocar a frente da concorrência e transformará o seu negócio em uma empresa inspiradora.

- Curiosidade e estudo
- Ajudar de uma nutricionista
- Desenvolv. parceiros
- Produtos de época
- Técnicas p/ preparo e acondicion.

Conclua o preenchimento com o que você faz. É o produto final, a parte concreta do seu negócio. Aqui é onde se define os produtos e serviços produzidos e que serão vendidos.

- Sucesso da primeira tentativa restaurante
- O Tal do restaurante
- Camisa de retalho
- Variadas variedades de pratos

Como utilizar o Golden Circle no planejamento

Rogério Nunes
361 inscritos

Inscrição-se

191

Compartilhar

Download

Clipe

<https://www.youtube.com/watch?v=fW8-h8tyjAE>

Onde estamos para onde vamos?!

Continuando plano de vôo de Gind 2023

N. FASE 1: Entrega 5_Definição 'dor' / Propósito equipe

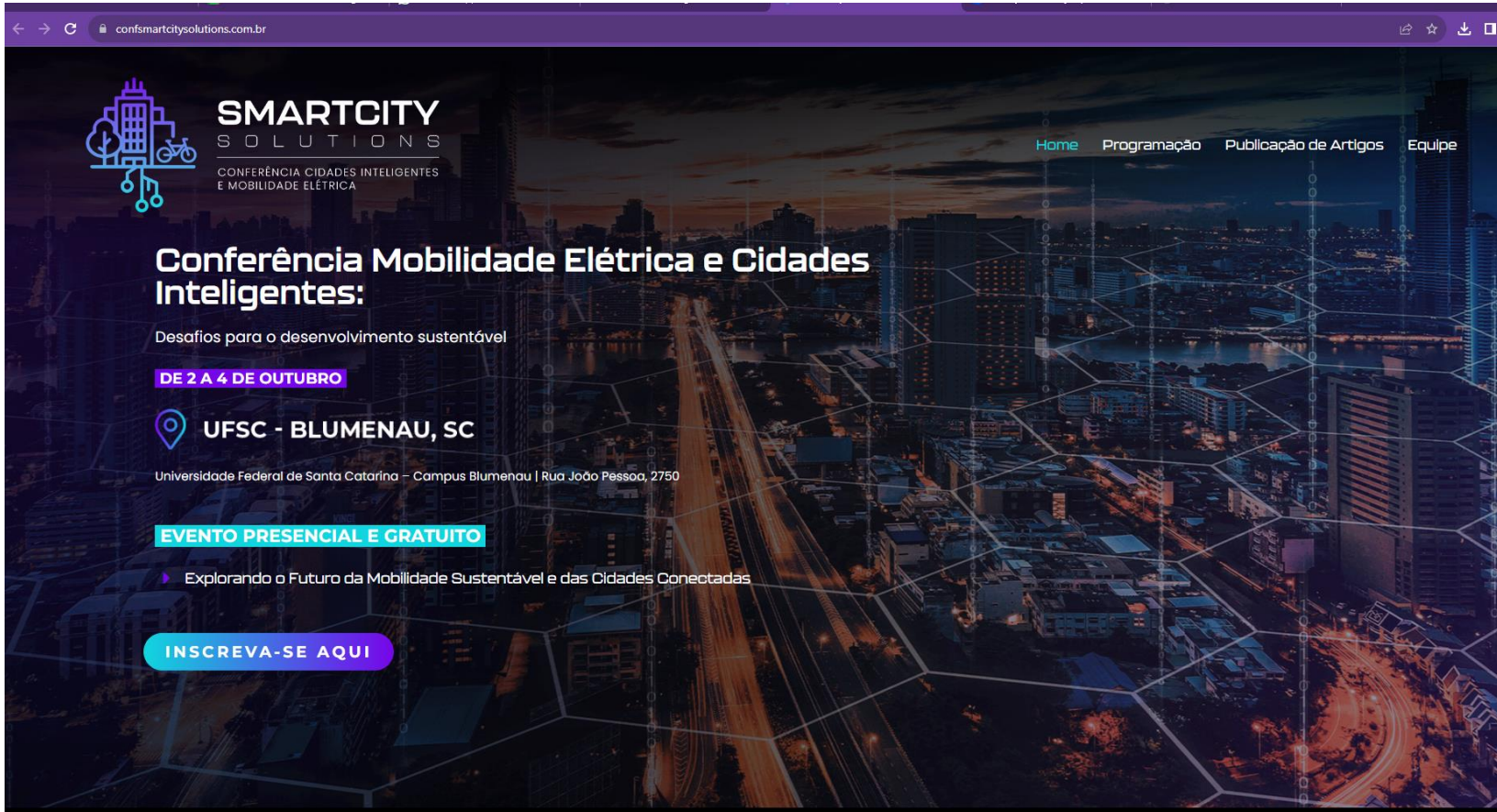
- O.** • Composição times
- M.** • Identificação ODS Convergentes
Árvore Problema (Consequências, Problemática, Causas)
- E.** • Research desk (Literatura / CIENTÍFICA! E benchmarking)
- PROPÓSITO

E. FASE 2: Refinando Propósito

- Q.** • Golden cicle: 'Por quê? Como? O que?'
- U.** • Apresentação *persona* e Proposta inicial 4P's (Hipóteses)
- I.** • ***Entrega dia 20, Submissão no evento Cidades inteligentes***

P. FASE 3: EM BREVE

- E.** • Validação, teste empatia (1ª semana de outubro: IMERSÃO)



Valerá como P1. A ser submetido 2 no Moodle e na plataforma do Congresso

03. OUT, 12:00H – 14:00H
Apresentação dos trabalhos acadêmicos da comunidade acadêmica

<https://confsmartcitysolutions.com.br/>

SUBMISSAO: Ideia inovadora (sem limite de páginas)
TEMPLATE ESPECIAL

Valerá como P1. A ser submetido 2 x Moodle e na plataforma do Congresso

- *Template especial ajustado para a turma de disciplina de Gestão Industrial (ZEA0864) / FZEA/USP.*
- *Tamanho do papel: A4. Fonte: Time New Roman ou Arial, tamanho 12, espaçamento 1,5. Margens: superior, inferior, esquerda e direita (pelo menos) 2 cm. Tamanho do resumo expandido: no máximo 4 páginas.*
- **NOME DA EQUIPE:**
- **NOME DOS INTEGRANTES:**
- **TÍTULO DA PROPOSTA DE VALOR:**
- **RESUMO EXPANDIDO – Ideia inovadora**
- *Por que vocês se lançaram nesta trilha? Qual propósito os move neste projeto?*
- *Como vocês se lançam nesta trilha? Quais são seus diferenciais, beneficiando-se de suas competências e paixões pela causa?*
- *Quem é seu cliente (público-chave)? Defina a persona que os inspira. Trazendo insights sobre como pensa, age, se comporta.*
- *O que vocês, então, propõe como proposta de solução? Produto/Serviço, Promoção/Comunicação, Preço/Monetização e Ponto de venda?*
- *Quais limitações e ajustes estão na mira de vocês para a continuidade da proposta de valor que está sendo moldada?*