



**STRENGTHS (PONTOS FORTES)**

**OPPORTUNITIES (OPORTUNIDADES)**

**CHALLENGES (DESAFIOS)**

**KNOWLEDGE (CONHECIMENTO)**

**STAKEHOLDERS (GRUPOS DE INTERESSE)**

## **STRENGTHS (PONTOS FORTES)**

Refere-se às vantagens de que você dispõe no núcleo de organização do projeto. Geralmente diz respeito a atributos e vantagens sobre os quais você pode ter algum controle durante o desenho e implementação do projeto. A análise dos seus pontos fortes deve permitir a você responder a perguntas como “O que faz com que *VOCE* seja a pessoa/organização certa para executar esta iniciativa de mudança neste momento?”

## **OPPORTUNITIES (OPORTUNIDADES)**

Refere-se às circunstâncias externas que tenham o potencial de gerar motivação ou afetar positivamente os resultados da estratégia proposta. Embora você possa não ter controle sobre elas, pode ser possível utilizar essas circunstâncias para maximizar as chances para o sucesso da iniciativa. Ao desenvolver um completo entendimento das oportunidades mais relevantes existentes, pode ser que você consiga “ajustar” o desenho ou o cronograma do seu plano estratégico para aproveitá-lo da melhor maneira possível.

## **CHALLENGES (DESAFIOS)**

Refere-se aos fatores que podem criar dificuldades na implementação da sua estratégia, ou às circunstâncias que podem influenciar os resultados de modo adverso. A identificação antecipada da origem potencial e impacto desses desafios lhe permitirá adaptar as estratégias para abordá-los.

## **KNOWLEDGE (CONHECIMENTO)**

Aquilo que já se conhece ou que já foi feito pode proporcionar não apenas uma justificativa convincente para a adoção de uma estratégia em particular, como também um alicerce sólido sobre o qual ela pode ser desenvolvida. Aprender com a experiência prévia dos outros é uma das melhores estratégias que você pode adotar para minimizar erros dispendiosos e retrocessos, como também para permitir uma reflexão sobre como aumentar a eficiência na implementação.

## **STAKEHOLDERS (GRUPOS DE INTERESSE)**

Inclui qualquer pessoa que tenha um interesse no seu projeto, será afetado por seu projeto ou é necessário para que ele possa ser desenvolvido.. Para cada interessado principal ou grupo de pessoas interessadas, é necessário ter um plano que inclua a identificação de 1) Quem são essas pessoas, 2) O que você precisa deles, 3) Por que eles devem querer dar a você (aquilo de que eles *precisam*), e 4) A sua estratégia para obter o que quer.