

Plano de Negócios



ByteWise

**Escola Secundária Dr. João Carlos Celestino
Gomes**

Matheus Cavalcanti Barbosa

11.º E2, N.º15

Ílhavo, Maio de 2023

Orientado pelo Professor Sérgio Heleno

Índice

Índice

1 Sumário executivo	2
1.1 Nome da Startup	2
1.2 Ideia	2
1.3 Modelo de negócio	2
1.4 Concorrência, SWOT	2
1.5 logotipo	2
1.6 cartão de visita	2
1.7 Estrutura organizacional	2
1.8 Plano de marketing	2
1.9 Finanças	2
1.10 Onde está localizada a startup?	2
1.11 Onde está o mercado/clientes?	2
1.12 Por que precisa de empréstimo?	2
1.13 Como será empregue o dinheiro pedido?	2
1.14 De quanto dinheiro necessita?	2
1.15 Como se dará o retorno sobre o investimento?	2
1.16 Quando haverá retorno sobre o investimento?	2
2 Conceito do negócio	2
2.1 Segmento de Clientes	2
2.2 Proposta de Valor	2
2.3 Características do Produto ou Serviço	3
2.4 Missão	3
2.5 Visão	3
2.6 Recursos Necessários	4
2.7 Aspectos Legais	4
3 Conclusão	4

1 Nome da Startup

ByteWise

2 Ideia/Modelo de negócio

ByteWise é uma empresa voltada para a parte da tecnologia, na área de gaming.

3 Segmento de Clientes

Homens ou mulheres de 20 a 45 anos de classe B ou C que utilizam smartphone com 4G.

4 Missão

Qual a razão de existir do Negócio? Para que serve?

ByteWise - Organizar as informações do mundo todo e torná-las acessíveis e úteis em caráter universal, empresa focada em inovação e qualidade, a ByteWise cria produtos e experiências que fazem parte do cotidiano das pessoas.

5 Finanças/Recursos Necessários

ByteWise					
Maio de 2023					
Matheus Barbosa					
18 de maio de 2023					
Investimento	valor	Entrada	Mês	Saída	Total
Escritório	400	venda de produtos 1	3 100,00 €	Renda do espaço	550,00 €
Mobiliário	500	venda de produtos 2	3500	Gás, água, luz	300,00 €
Computadores	2300	venda de produtos 3	4100	Internet	65,00 €
Impressoras	350			Ordenados	20,00 €
Papel	15			Manutenção página web	45,00 €
Limpeza	120			Contabilista	70,00 €
Total	3 685,00 €	Total	10 700,00 €	Total	1 050,00 €
				Saldo Mensal	9 650,00 €

6 Localização da startup

Rua de Camões 68 Ílhavo, Portugal, Aveiro

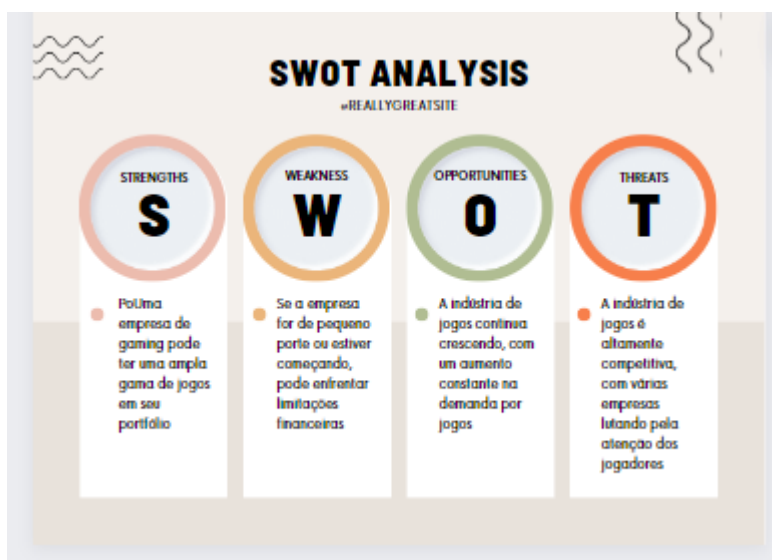
7 Aspectos Legais

Limitações ou facilitações que os aspectos legais impõem sobre o seu negócio, incluindo regulamentação ou legislação que o negócio está sujeito.

Como limites temos a competição acirrada, pois o mercado de jogos é altamente competitivo, com várias empresas disputando a atenção dos jogadores, e como outra limitação temos as demandas de recursos, pois para Desenvolver jogos de alta qualidade requer investimentos significativos em recursos, como equipes talentosas, tecnologia avançada e marketing eficaz.

Como facilitações temos a comunidade de jogadores apaixonados: A indústria de jogos tem uma base de fãs dedicada e apaixonada, o que facilita a criação de uma comunidade engajada em torno da marca e como principal facilidade temos o alcance global: A natureza digital dos jogos permite que empresas de gaming alcancem um público global sem as restrições geográficas das empresas tradicionais. Isso proporciona oportunidades de crescimento e expansão além das fronteiras.

8 Análise SWOT



9 Logotipo



10 Cartão de visita



11 Estrutura organizacional

Alta Administração:

CEO (Diretor Executivo): Responsável por liderar a empresa e tomar decisões estratégicas.

CTO (Diretor de Tecnologia): Responsável por supervisionar a tecnologia e a inovação na empresa.

CFO (Diretor Financeiro): Responsável pelas finanças e planejamento financeiro da empresa.

COO (Diretor de Operações): Responsável pela gestão das operações diárias e pela eficiência operacional.

Departamentos Principais:

Desenvolvimento de Jogos: Equipe responsável pela criação e desenvolvimento de jogos.

Design de Jogos: Equipe encarregada de projetar a jogabilidade, os gráficos e os recursos dos jogos.

Programação: Equipe de programadores que desenvolvem e mantêm o código do jogo.

Arte e Design: Equipe de artistas que criam os elementos visuais dos jogos, como gráficos, animações e efeitos especiais.

Áudio: Equipe responsável pela criação e implementação de trilhas sonoras, efeitos sonoros e dublagens nos jogos.

Teste de Qualidade: Equipe dedicada a testar e identificar problemas e bugs nos jogos antes do lançamento.

Suporte e Operações:

Atendimento ao Cliente: Equipe responsável por fornecer suporte e assistência aos jogadores e solucionar problemas técnicos.

Operações Online: Equipe que gerencia a infraestrutura de servidores, rede e segurança online dos jogos.

Gerenciamento de Comunidade: Equipe encarregada de interagir com a comunidade de jogadores, responder perguntas, gerenciar fóruns e mídias sociais.

Marketing e Vendas:

Marketing Digital: Equipe responsável por criar estratégias de marketing online, campanhas publicitárias, mídias sociais e gerenciamento de marca.

Vendas e Parcerias: Equipe encarregada de estabelecer parcerias com outras empresas e gerenciar a distribuição e venda dos jogos.

Recursos Humanos e Administração:

Recrutamento e Seleção: Equipe responsável por contratar talentos e gerenciar o processo de recrutamento.

Gestão de Pessoas: Equipe encarregada do desenvolvimento dos funcionários, treinamento, avaliação de desempenho e programas de retenção de talentos.

Finanças e Contabilidade: Equipe responsável pela contabilidade, gestão financeira e controle de custos da empresa.

12 Plano de marketing

Análise de Mercado:

Pesquisa de mercado: Realize pesquisas para entender o perfil do seu público-alvo, suas preferências de jogos, comportamentos de compra e concorrência no mercado de gaming.

Definição de Objetivos:

Estabeleça objetivos de marketing claros e mensuráveis, como aumentar o reconhecimento da marca, aumentar a base de jogadores, aumentar as vendas ou melhorar o engajamento da comunidade de jogadores.

Segmentação de Mercado:

Identifique segmentos de mercado específicos com base em critérios demográficos, comportamentais ou psicográficos. Isso permitirá direcionar suas estratégias e mensagens de marketing de forma mais eficaz.

Posicionamento da Marca:

Defina a proposta de valor da sua marca e destaque o que a torna única e atraente para os jogadores. Comunique claramente os benefícios e diferenciais competitivos da sua empresa de gaming.

Estratégias de Marketing:

Marketing de Conteúdo: Crie e compartilhe conteúdo relevante e interessante relacionado aos jogos, como análises, guias, vídeos e artigos em blogs, mídias sociais e plataformas de compartilhamento de conteúdo.

Influenciadores e Parcerias: Colabore com influenciadores digitais e criadores de conteúdo que tenham audiências relevantes no mundo dos jogos. Isso pode incluir patrocínios, parcerias de co-criação de conteúdo ou participação em eventos.

Eventos e Competições: Organize ou patrocine eventos de gaming, torneios ou competições para promover seus jogos e envolver a comunidade de jogadores.

Campanhas Publicitárias: Utilize anúncios online, seja por meio de redes sociais, plataformas de jogos, sites especializados ou canais de vídeo, para aumentar o conhecimento da marca e direcionar o tráfego para seu site ou loja online.

Engajamento nas Redes Sociais: Mantenha uma presença ativa nas redes sociais relevantes para os jogadores, interaja com a comunidade, compartilhe atualizações, notícias e promoções, além de responder às dúvidas e comentários dos jogadores.

Marketing de Relacionamento:

Crie programas de fidelidade, ofertas exclusivas e recompensas para incentivar a participação contínua dos jogadores e desenvolver relacionamentos duradouros com eles.

Monitoramento e Análise:

Acompanhe e analise os resultados das suas campanhas de marketing, utilize ferramentas de análise para medir o desempenho, entender o engajamento dos jogadores e fazer ajustes estratégicos conforme necessário.

Atualização e Inovação:

Mantenha-se atualizado com as tendências e avanços tecnológicos no mundo dos jogos, e esteja disposto a inovar e adaptar suas estratégias de marketing para permanecer relevante no mercado em constante evolução.

13 Conclusão

O plano de negócios para uma empresa de gaming apresenta uma visão clara das estratégias e ações necessárias para alcançar o sucesso nesse setor altamente competitivo. Ao longo deste plano, foram identificadas as oportunidades e desafios do mercado de jogos, definidos os objetivos de negócios e delineadas as estratégias de marketing para alcançá-los.

Com base na análise de mercado, ficou evidente que a indústria de gaming está em constante crescimento, com uma base de jogadores ávida por experiências inovadoras. Através da segmentação do mercado e da compreensão das preferências dos jogadores, a empresa foi capaz de posicionar sua marca e destacar os diferenciais competitivos que a tornam atrativa para o público-alvo.

As estratégias de marketing delineadas neste plano, como o marketing de conteúdo, parcerias com influenciadores, eventos e competições, campanhas publicitárias e engajamento nas redes sociais, visam aumentar a visibilidade da marca, atrair novos jogadores e cultivar relacionamentos duradouros com a comunidade de jogadores.

A análise contínua do desempenho e o monitoramento dos resultados das campanhas de marketing são cruciais para fazer ajustes estratégicos e garantir o sucesso a longo prazo. Além disso, a empresa deve permanecer atualizada com as tendências e inovações tecnológicas no setor de gaming, buscando constantemente melhorar a qualidade de seus jogos e oferecer experiências envolventes para os jogadores.