



Um dos fatores de sucesso das empresas é possuir um bom planejamento. Mas o que é planejamento? Nós planejamos diariamente, planejamos nossas atividades, nossas finanças, até a nossa vida pessoal e familiar. Portanto, podemos dizer que planejar é decidir antecipadamente o que fazer, como fazer, quando fazer e com que recursos.



As 7 Etapas do Planejamento Estratégico





Defina a Missão e a Visão da empresa

Missão

É uma declaração sobre o que a organização é. Define seu propósito, finalidade de sua existência, motivo pela qual foi criada. Diz sobre onde ela está. É a identidade da empresa.

Perguntas facilitadoras:

- Qual a razão da nossa existência? Qual o nosso propósito?
- O que é que a microempresa tem de único ou distinto?
- Que diferenças terão o nosso negócio daqui a três ou cinco anos?
- Quem são ou deveriam ser os nossos principais clientes ou segmentos de mercado?
- Quais são os nossos principais produtos? E quais serão?
- Quais são ou deveriam ser as nossas principais preocupações econômicas?
- Quais são as nossas prioridades?

Exemplos de Missão de algumas empresas:

Lojas Americanas

Realizar os sonhos e atender as necessidades de consumo das pessoas, poupando tempo e dinheiro e superando as suas expectativas.

Fonte: <http://ri.lasa.com.br/a-empresa/visao-geral-da-empresa?id=651>

Mundo Verde

Oferecer qualidade de vida, consumo responsável e sustentabilidade.

Fonte: <http://www.mundoverde.com.br/missao-e-visao/>

Philips

Melhorar a qualidade de vida das pessoas através da introdução, no tempo certo, de inovações tecnologicamente significativas.

Fonte:
[http://www.phillips.com.br/sites/phillipsbr/about/company/global/missionandstrategy/index.page](http://www.philips.com.br/sites/phillipsbr/about/company/global/missionandstrategy/index.page)

Visão

É o futuro para a organização, o que a empresa deseja alcançar. Ao determinar a visão, é necessário ter em mente como queremos que essa seja vista e reconhecida. Diz respeito aonde a empresa deseja chegar.

Perguntas facilitadoras:

- O que queremos ser no futuro?
- Em que direção a empresa pretende seguir?
- Como a empresa deseja ser reconhecida no futuro?

Fórmula base para definição da Missão:

Fazer o quê?

+

Para quem - qual o público?

+

De que forma?

Fórmula base para definição da Visão:

Verbo em perspectiva futura

+

Objetivos desafiadores

+

Até quando?

Exemplo de Visão de algumas empresas:

Arcor

Ser a empresa nº1 de guloseimas e biscoitos da América Latina e consolidar a participação no mercado internacional.

<http://www.arcor.com.br/a-arcor/missao-visao-valores>

CVC

Tornar o Turismo acessível a todas as pessoas, oferecendo produtos, serviços e atendimento de qualidade a preços justos, dedicando-se diariamente a realizar o sonho de cada cliente.

http://cvccorporativo.com/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=22&Itemid=18

Hotel Transamérica São Paulo

Ser reconhecido como o melhor hotel de negócios e de eventos do Brasil e a primeira escolha de nosso público de interesse.

<http://www.transamerica.com.br/saopaulo/hotel/>

Analise o ambiente e a situação



Ambiente Externo

Uma vez declarada a Visão e missão da empresa, seus dirigentes devem conhecer as partes do ambiente que precisam monitorar para atingir suas metas.

É preciso analisar as forças macroambientais (demográficas, econômicas, tecnológicas, políticas, legais, sociais e culturais) e os atores microambientais (consumidores, concorrentes, canais de distribuição, fornecedores) que afetam sua habilidade de obter lucro.

Ambiente Interno

Você saberia dizer quais são as qualidades e o que pode ou deve ser melhorado na sua empresa? Esses são os pontos fortes/forças e fracos/fraquezas do seu negócio.

Situação atual

Identificados os pontos fortes e fracos, e analisadas as oportunidades e ameaças já é possível fazer a matriz SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities e Threats*) ou FOFA (Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças).

Inclua os pontos fortes e fracos de sua empresa, juntamente com as oportunidades e ameaças do setor, em cada uma das quatro caixas:





Defina metas e objetivos

São elementos que identificam de forma clara e precisa o que a empresa deseja e pretende alcançar. A partir dos objetivos e de todos os dados levantados acima, são definidas as metas.

As Metas existem para monitorar o progresso da empresa. Para cada meta existe normalmente um plano operacional, que é o conjunto de ações necessárias para atingi-la. Toda meta, ao ser definida, deve conter a unidade de medida e onde pretende chegar.

Expressa o que a empresa deseja atingir e precisa ser específico e possuir resultados mensuráveis (metas). A partir dos objetivos e de todos os dados levantados anteriormente é que são definidas as metas.

Exemplo: Meta SMART (específica, mensurável, atingível, relevante e temporal).



Formule e implemente a estratégia

É um plano para se atingir as metas estabelecidas. É o “como” vou chegar lá. Um plano detalhado, com os responsáveis, áreas envolvidas, recursos e prazos definidos.

Perguntas facilitadoras:

Qual o objetivo? O quê? Onde? Por que? Como? Quem? Quando? Quanto?



Gere feedback e controle

Monitorar é preciso porque nada é mais permanente do que a mudança. À medida que implementa a sua estratégia, é preciso rastrear resultados e monitorar os ambientes externo e interno. Alguns ambientes mantêm-se estáveis de um ano para outro, outros não.

Esteja atento à realização das metas e estratégias e revise seu planejamento sempre que necessário.



Conheça nossos canais:

0800 570 0800

Acesse: www.sebraerj.com.br

