

Empreendedorismo 6: Marketing do teu projecto

Desenvolver um plano de marketing é uma parte de ganhar o máximo de pontos na secção Plano de Negócios para a Divisão Sénior e secção Plano de Adopção de Utilizadores para a Divisão Júnior. Também pode ajudar com objectivos futuros.

Nesta aula, tu vais...

- Aprender o que é marketing
- Usar [esta folha de trabalho](#) para fazeres um plano para mais pessoas usarem a tua aplicação ou projecto AI
- Desenvolver o teu Plano de Adopção do Utilizador
- Desenvolver a secção do plano de marketing do teu Plano de Negócios
- Experimentar algumas das tuas ideias de marketing e revê o teu plano de marketing

Nota: A estratégia de marketing que vais desenvolver nesta aula será necessária para a divisão Sénior completar o seu plano de negócios de 5-10 páginas. No entanto, as equipas da divisão Júnior devem ainda assim completar esta aula para te ajudar com o teu Plano de Adopção de Utilizadores. Parte do conteúdo não será necessário para as equipas da divisão Júnior.

Termos e Conceitos Chave

Marketing - o processo de contar às pessoas sobre o teu negócio e fazê-las usá-lo

Estratégia - como vais comercializar a tua aplicação para que possas atingir os teus objectivos

4 Ps de Marketing

Produto - O que estás a vender ou a oferecer

Promoção - A forma como falas aos clientes sobre o teu produto

Preço - Quanto é que o cliente vai pagar por um produto

Local - Onde estás a vender o teu produto

Avaliação - quer a tua estratégia esteja a funcionar ou não

Inspiração

Marketing

Podes criar um produto espectacular que resolva um problema realmente importante, mas o teu negócio não terá sucesso se ninguém souber do teu produto. Precisas de convencer as pessoas a usar o teu produto. A isto chama-se marketing. **Marketing** é o processo de contar às pessoas sobre o teu produto e fazê-las usá-lo.

Para a Divisão Júnior, vamos usar o termo "adopção do utilizador" em vez de marketing, uma vez que não és obrigado a completar um plano de marketing completo. No entanto, ainda vais precisar de planear como vais conseguir que os utilizadores aprendam e experimentem o teu produto. Também vais precisar de escrever sobre isso no teu Plano de Adopção de Utilizador. Esta aula e actividades podem ajudar-te com o teu Plano de Adopção de Utilizador.

Existem muitas razões diferentes pelas quais alguém pode ou não querer descarregar a tua aplicação ou usar o teu projecto de IA. Nesta aula, vais criar um plano para que mais pessoas usem o teu produto. A isto chama-se uma **estratégia de marketing**.

Uma vez que o marketing tem a ver com conseguir que os teus utilizadores usem o teu produto, debes reflectir sobre quem são os teus utilizadores. Vê a tela do teu projecto ou o teu trabalho na [Aula de Ideação 2](#).

Estratégia de Marketing

Os 4Ps são uma forma de abordar o marketing. Vais querer ter a certeza que pensas no **produto que** estás a vender, no **preço** a que o estás a vender, nas formas como o estás a **promover**, e finalmente nos **locais onde** o estás a vender.



Produto

O teu **produto** é o que estás a vender. O primeiro passo para fazeres com que as pessoas usem o teu produto é certificares-te de que este é um bom produto que lhes será útil. Já o fizeste! Neste caso, o teu produto é a tua aplicação ou invenção de IA.

Preço

O **preço** é quanto o teu consumidor vai pagar pelo teu produto. Tens de pensar no preço da tua aplicação ou projecto AI quando estás a pensar em como ganhar dinheiro. No entanto, também precisas de considerar quanto os teus utilizadores estão dispostos a pagar pelo teu produto. Se o teu preço for demasiado alto, as pessoas não vão querer comprar o teu produto.

O preço do teu produto não é todo pago em dinheiro físico. Se estás a fazer uma aplicação móvel que é gratuita, mas existem muitos anúncios, isto pode ser irritante para o utilizador e este pode não querer usar a tua aplicação. Além disso, se o teu aplicativo for gratuito, mas algumas das funcionalidades requerem uma compra no aplicativo, como pagar para desbloquear novos níveis num jogo, isto também pode impedir algumas pessoas de usar o teu aplicativo.

Se não tens a certeza quanto cobrar pelo teu produto, pergunta a alguns do teu público-alvo o que estariam dispostos a pagar. Isto pode ajudar-te a estabelecer um preço. Aqui estão alguns exemplos de perguntas a fazer:

- Quanto é que estarias disposto a pagar por este produto?
- Se o teu projecto é uma aplicação:
 - Os anúncios incomodam-te? Pagavas mais para que os anúncios fossem grátis?
 - Preferias que fosse grátis, mas ter anúncios?
 - Estarias disposto a pagar as tuas compras noapp?

Promoção

As promoções são as formas como vais contar às pessoas sobre o teu produto. Aqui estão alguns exemplos de diferentes tipos de promoções que podes fazer para contar às pessoas sobre o teu produto. Não precisas de fazer todas ou nenhuma delas, mas elas podem ser úteis. Na actividade abaixo, vamos dar-te alguns passos para que possas começar a usar uma destas estratégias.

1. Publicidade nos media



Pode ser muito caro conseguir publicidade nos media. Não precisas necessariamente de fazer publicidade mediática, mas pode ser a melhor forma de chegar a alguns dos teus utilizadores. Aqui estão alguns exemplos de publicidade mediática.

- Anúncios na rádio ou televisão
- Anúncios impressos em jornais, revistas, folhetos
- Anúncios online em websites

Passos para começar

Nota que serás capaz de responder a todas essas perguntas e trabalhar através desses passos no Actividade - Cria uma Estratégia de Marketing abaixo.

Anúncios na rádio ou televisão

1. Esta pode ser uma opção muito cara. No entanto, pode haver formas de conseguir algum tempo de antena por mais barato. Pensa em algumas opções locais, a tua escola ou universidade próxima tem uma estação de rádio? Se sim, será que te deixariam promover o teu produto? E que tal uma estação de televisão local?
2. Se tiveres algum tempo de antena, pensa no que queres dizer. Podes dar um arremesso, sobre o qual aprenderás mais tarde. Se o teu tempo de antena é realmente curto, podes dizer um slogan. Se o teu espaço de tempo for mesmo longo, podes pedir a alguém para entrevistar a tua equipa ou experimentar a tua aplicação ou projecto AI.

Anúncios impressos em jornais, revistas

1. Pensa novamente em algumas opções locais. A tua cidade tem um jornal? E a tua escola? Estes seriam bons locais para promoveres o teu produto.
2. Se conseguires algum espaço numa revista ou num jornal, vais querer criar algo que te chame a atenção. Usa as cores e o logotipo da tua marca no teu design. Certifica-te de que o teu anúncio explica para que serve o teu produto e porque é que alguém o deve usar.

Anúncios online em websites

1. O que são alguns websites que os teus utilizadores podem visitar? Estes seriam bons locais para

colocar um anúncio para a tua aplicação ou projecto AI.

2. Mais uma vez, pensa em algumas opções locais para manter o custo baixo. Será que o website da tua escola te deixaria colocar um anúncio nele? E a tua cidade?

2. Redes Sociais



Criar contas nas redes sociais para o teu produto é gratuito, mas o verdadeiro trabalho é conseguir seguidores e mantê-los interessados. Terás de fazer muito trabalho para criar posts interessantes e certificares-te de que os teus utilizadores vão gostar desses posts.

Passos para começar

1. Com a permissão dos teus pais ou tutores, deves criar uma página no Facebook, Instagram, ou uma conta no Twitter para o teu produto. Isto é grátis. Lembra-te também de rever estas dicas de segurança para te maneres seguro online <https://www.technovation.org/safety/internet-safety-tips-for-children/>
2. Configura a tua conta com o teu logótipo, uma foto da tua equipa (opcional) e qualquer outra coisa que gostarias de partilhar. Faz o teu primeiro post.
3. Assim que tiveres a conta configurada, precisarás de ter alguns seguidores. Pede aos teus amigos e família para te seguirem.
4. Para que mais pessoas te sigam, precisas de publicar algumas coisas que possam ser interessantes para elas. Lembra-te de quem são os teus utilizadores alvo. Em que tipo de coisas é que eles estão interessados? Tenta publicar fotos interessantes da tua equipa, ou fotos que ilustrem o problema que estás a resolver. Certifica-te de que usas hashtags relevantes para cada uma das tuas mensagens.
5. Se tiveres sorte poderás ser capaz de criar alguns media virais. Estes são vídeos e fotos cativantes que muitas pessoas irão partilhar.
6. Lembra-te de incluir as cores da tua marca, tipografia e logótipo quando criares posts para as tuas contas nas redes sociais!

3. Passa Palavra



A boca a boca está a levar as pessoas a falar sobre o teu produto. Usando as tuas ligações locais para promover a tua aplicação ou projecto AI. Podes também tentar usar o email também. Conhecer uma figura importante ou influenciadora para falar em nome do teu produto pode ser muito útil.

4. Parcerias com organizações

Outra forma de conseguir que as pessoas experimentem o teu produto é trabalhar com organizações da tua comunidade que estão a tentar resolver o mesmo problema do teu projecto. A organização muito provavelmente tem membros ou clientes com quem eles trabalham que estariam dispostos a experimentar a tua aplicação ou invenção. Eles também serão úteis para dar feedback durante o desenvolvimento! Vê quem mais está a trabalhar neste problema e vê se consegues colaborar com eles para que o teu produto chegue às pessoas que precisam dele e o utilizem.

Passos para começar

1. Lista organizações ou grupos na tua comunidade ou região que estejam a enfrentar o mesmo problema que a tua equipa.
2. Envia um email a cada organização com uma breve descrição do teu projecto e pede para trabalhar com eles e os seus membros para ajudar a resolver o problema em conjunto.
3. Se não responderem ao e-mail, tenta telefonar-lhes para falar directamente com uma pessoa dentro da organização.

Localização

O **local** é onde os teus utilizadores podem aceder ao teu produto. Se estás a criar uma aplicação móvel, estás geralmente restringido ao Google Play ou à Apple Store. Se estás a criar uma invenção de IA, podes olhar para websites onde podes vender a tua invenção. Deves visar websites ou lojas que se concentrem no problema que estás a resolver. Podes fazer com que o teu produto fique óptimo nas lojas virtuais, escrevendo uma descrição forte, usando palavras-chave com as quais o teu cliente se irá

relacionar, e tirando fotografias de ecrã úteis. Para aplicações móveis, debes também pedir aos teus amigos para descarregarem a tua aplicação e deixar uma boa mas honesta crítica. Podes querer voltar à tua pesquisa de mercado para encontrares as palavras-chave que vais querer usar para atrair o teu público-alvo e referenciar a tua marca para escrever a tua descrição da forma como queres que o teu produto seja retratado. Certifica-te de que incluis links para a tua aplicação ou invenção AI nas tuas páginas de redes sociais e em quaisquer anúncios que cries! Outra forma de adicionar à tua distribuição é desenvolver um website online para apoiar a tua aplicação ou invenção de IA.

Estás pronto para experimentar algumas destas estratégias de marketing? Nas duas actividades seguintes, vais definir alguns objectivos para a tua estratégia de marketing e depois vais começar a comercializar o teu produto. Se estiveres na divisão sénior, vais usar este trabalho para o teu plano de negócios. Se estiveres na divisão júnior, usarás este trabalho para o teu plano de adopção do utilizador.

Actividade - Definir Objectivos de Marketing

Antes de experimentares algumas estratégias de marketing, ajuda a teres objectivos que queiras atingir. Os teus objectivos devem ser mensuráveis, para que possas ver se a tua estratégia de marketing está a funcionar.

Aqui estão alguns exemplos de objectivos:

- Recebe pelo menos 100 downloads de aplicações por mês, para projectos de aplicações móveis
- Arranja pelo menos 25 pessoas para experimentar a tua invenção, para projectos de IA
- Recebe pelo menos 10 likes por posto social
- Recebe pelo menos 100 seguidores em cada conta das redes sociais
- Atinge \$100 em vendas por mês

Trabalha como uma equipa para fazer um brainstorming dos objectivos que queres alcançar. Quando tiveres feito um brainstorming de alguns objectivos, trabalha em conjunto para o reduzir a 2-3 objectivos no total. Deves certificar-te de que os teus objectivos são realistas, para que sejas capaz de os atingir sem os tornar tão altos que serás desencorajado se não os conseguires atingir.

Actividade - Criar uma Estratégia de Marketing

Link para a [Ficha de Trabalho](#)

Agora que já tens os teus objectivos, aqui estão algumas formas de os começares a atingir. Com a tua

equipa, decide que método queres usar e dá alguns destes passos para começares.

Dicas para seleccionar uma estratégia de marketing:

- Pensa no teu público-alvo quando decidires que tipos de promoções queres usar. Os teus utilizadores têm Twitter ou Instagram? Será que eles vão ver cartazes que imprimes e penduram na tua escola?
- Não te esqueças que alguns tipos de promoções são gratuitas – como a utilização das redes sociais, mas algumas custam dinheiro – como conseguir um anúncio na televisão. Nas próximas duas lições de empreendedorismo, vais criar um orçamento. Vais precisar de incluir quanto custarão os teus esforços de marketing.
- Vê alguns dos websites dos teus concorrentes e perfis nas redes sociais. Que tipos de coisas é que eles estão a publicar? Como estão a promover o seu produto?
- Não te esqueças das organizações que já estão a trabalhar neste problema! Vê o que elas estão a fazer e diz-lhes no que estás a trabalhar. Vê como podem trabalhar em conjunto.

Depois de decidires uma estratégia de marketing, segue os passos para começares a listar no conteúdo acima.

Actividade – [Apenas a Divisão Sénior] Cria partes do teu plano de negócios de 5 a 10 páginas: Plano de Marketing

Se estás na Divisão Sénior, podes partilhar este trabalho na tua página 5 – 10 plano de negócios. Estes itens podem ser usados na secção do **plano de marketing**. *Se estiveres na divisão júnior, ainda podes incluir esta informação no teu plano de adopção do utilizador.*

Os júizes irão procurar por esta informação:

Plano de Marketing (estratégia & implementação): 1 página

- A marca é clara e amplifica o propósito do teu produto
- Uma estratégia aprofundada de como o teu produto irá atingir os utilizadores alvo
- Feedback dos utilizadores alvo integrados no plano de marketing
- Detalhes sobre preços, promoções, e distribuição do produto
- Uma explicação de como a empresa irá funcionar, desde quando o produto é produzido até quando o produto é entregue ao cliente
- (Opcional) Resposta da equipa ao feedback das tentativas iniciais de marketing (Isto pode ir para o vídeo de lançamento em vez disso)

Depois de teres escrito esta parte do teu plano de negócios, certifica-te de que alguém fora da tua

equipa dá uma olhadela, como um mentor ou um professor. Os investidores dão muita importância ao marketing uma vez que até os grandes produtos podem falhar devido a um marketing deficiente.

Actividade – Experimenta partes da tua estratégia de marketing ou adopção de utilizadores com o teu público-alvo. Reflecte como uma equipa o que está a funcionar e porque pode estar a funcionar, e ajusta o teu plano.

Antes de começares esta actividade, por favor obtém a aprovação do teu mentor ou dos teus pais para as pessoas com quem escolhes falar.

Fala com o maior número possível de pessoas que fazem parte do teu público-alvo para obteres feedback sobre a tua estratégia de marketing. Podes fazer isto na tua escola ou na tua comunidade.

Prepara-te:

- Completa um primeiro rascunho do teu plano de marketing
- Escolhe uma das estratégias de publicidade acima e completa-a na tua comunidade
- Como uma equipa, planeia 5-10 perguntas que gostarias de fazer aos membros do teu público-alvo para recolher feedback sobre o teu plano de publicidade e marketing. Aqui estão algumas ideias
 - O que é que reparaste na nossa publicidade? Ficaste interessado em experimentar o nosso produto?
 - O que poderia ser melhor na nossa marca?
 - Se quisesses chegar a outras pessoas como tu com este produto, o que farias para que elas soubessem disso?
 - A este preço, usarias o nosso produto? Comprarias qualquer uma destas funcionalidades adicionais?
 - Comprendes como funciona o nosso produto? O que é que ainda é confuso para ti?

Completa a actividade falando com os utilizadores alvo, certifica-te de que segues as suas respostas no papel ou (com a sua permissão) num dispositivo de gravação para que possas reflectir sobre o que eles disseram.

Debrief:

- Adiciona o seu feedback ao teu Plano de Negócio [Divisão Sénior] ou Plano de Adopção do Utilizador [Divisão Júnior]
- Considera que partes da secção do teu Plano de Marketing [Divisão Sénior] gostarias de mudar. Não há problema em reescrever partes do teu plano de negócio com base no feedback do teu público-alvo.

Reflexão

Parabéns, já acabaste o teu plano de marketing! Vamos rever o que fizeste:

1. Define os teus objectivos de marketing
2. Cria estratégias para atingir os teus objectivos
3. Encontra uma forma de seguir e avaliar o teu progresso

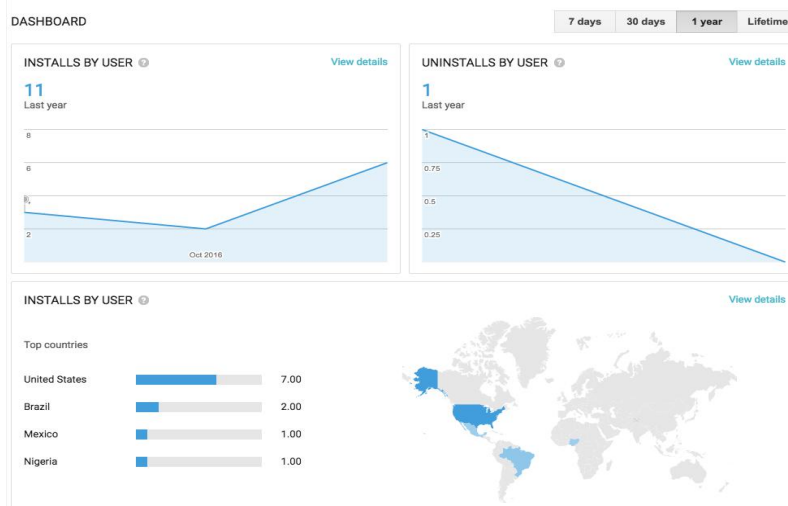
Lembra-te, o teu plano de marketing pode mudar à medida que muitos outros factores mudam, como o teu produto (ou as suas características), a forma como os consumidores vêem a tua marca ou mesmo os orçamentos. Cabe-te a ti ser flexível e modificar os teus planos o melhor que puderes.

Recursos Adicionais

Para verificares o progresso do teu plano de marketing em acção, vais querer pensar em formas de seguir os teus objectivos, que se chamam **métricas**. As métricas que queres medir vão depender dos diferentes tipos de objectivos que estás a tentar atingir. Por exemplo, se quiseses acompanhar os downloads da aplicação, existem funcionalidades integradas no [Google Play](#) e na [Apple Store](#) que podes utilizar se optares por fazer o upload da tua aplicação.

Exemplo de como verificar as métricas no Google Play

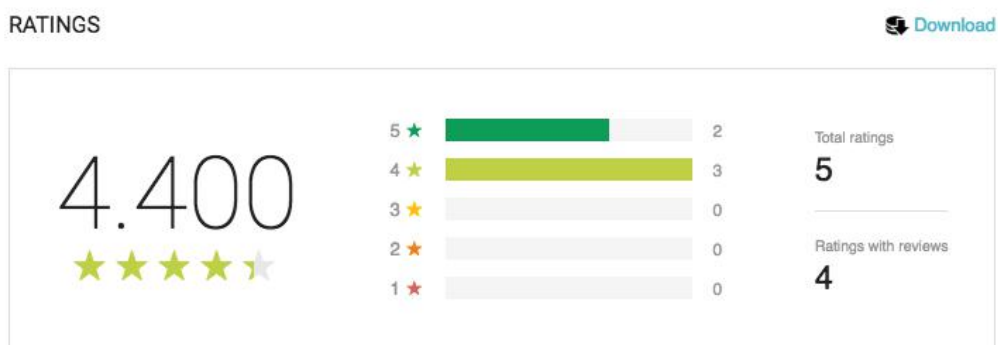
Vê a nossa Consola de Programadores Google Play a partir da aplicação que criámos para o primeiro desafio de codificação! Podemos seguir quantos utilizadores instalaram a nossa aplicação, quantos a desinstalaram e até podemos ver a repartição de que país a aplicação está a ser descarregada.



A nossa aplicação só está na Loja de Jogo do Google há 3 meses, por isso podemos ver que tivemos 11 downloads ao longo desse tempo. Podemos ver que tivemos alguns downloads em Setembro, dois em Outubro e já temos até 6 para Novembro! Também podemos ver que 1 pessoa desinstalou a nossa aplicação. Se descermos um pouco mais, podemos ver informação sobre quantas pessoas reviram a nossa aplicação e o que nos deram como classificação.



No total, tivemos 6 avaliações, e a nossa aplicação foi avaliada uma vez em Setembro e depois mais 5 vezes em Novembro. Também podemos obter uma repartição de quantas estrelas são as classificações.



Todos estes dados são realmente úteis para sabermos se a nossa aplicação está a ser bem sucedida! As aplicações de social media podem ajudar muito com o marketing, e têm as suas próprias ferramentas de rastreio que podes usar em vez de criares a tua própria aplicação. Uma das aplicações mais populares e flexíveis a usar é o Google Analytics, que te dá muitas opções com o que queres rastrear, como queres rastrear e a forma como a informação é apresentada.