

NOME DA EMPRESA

APRESENTAÇÃO COMERCIAL

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.



SOBRE NÓS

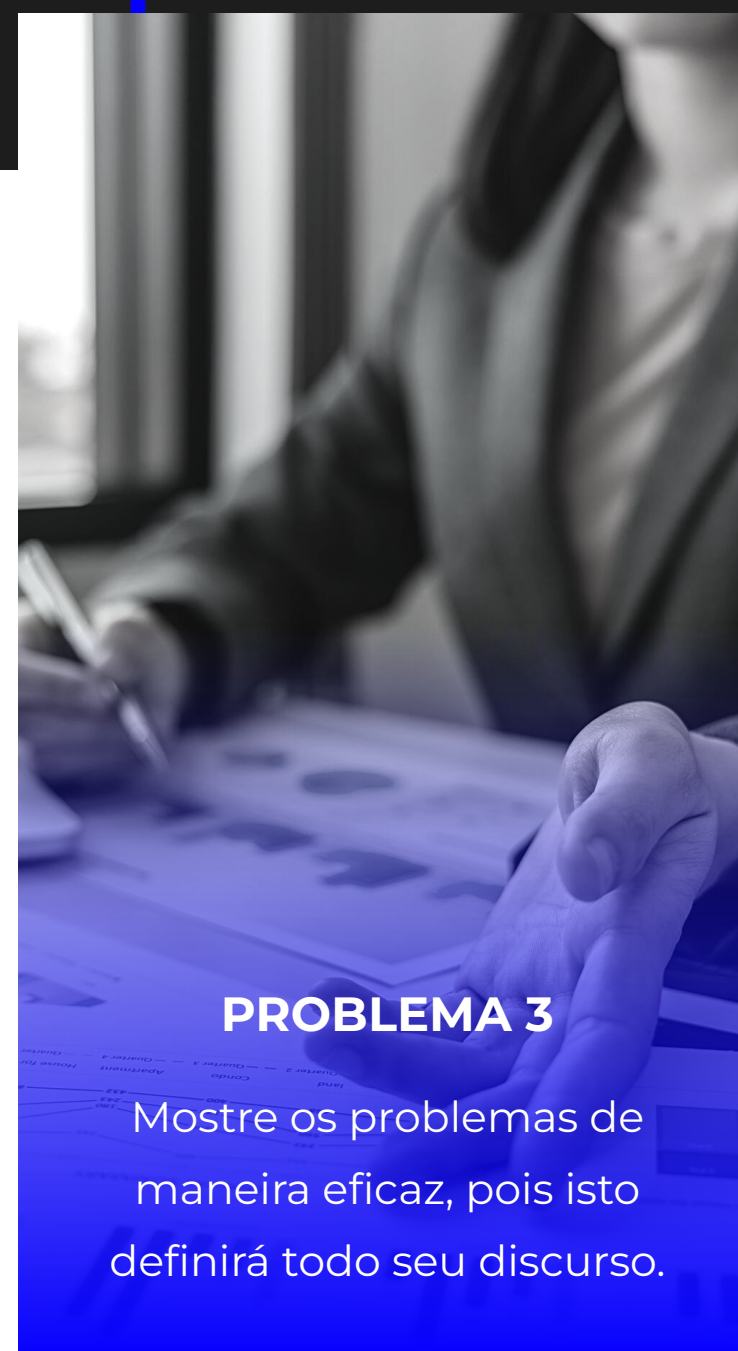
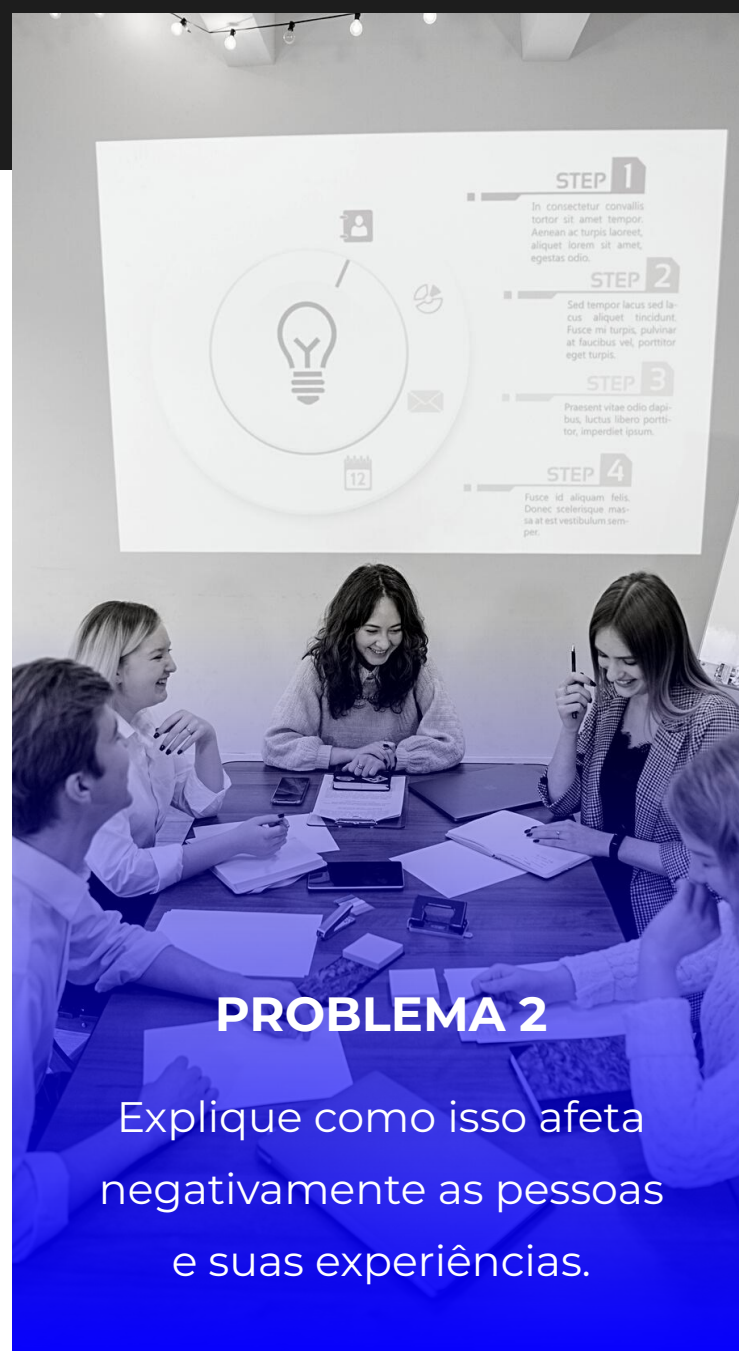
Escreva um resumo intrigante do que sua empresa faz.



85%

PROBLEMA 1

Dê uma visão geral objetiva do problema e explique-a rapidamente



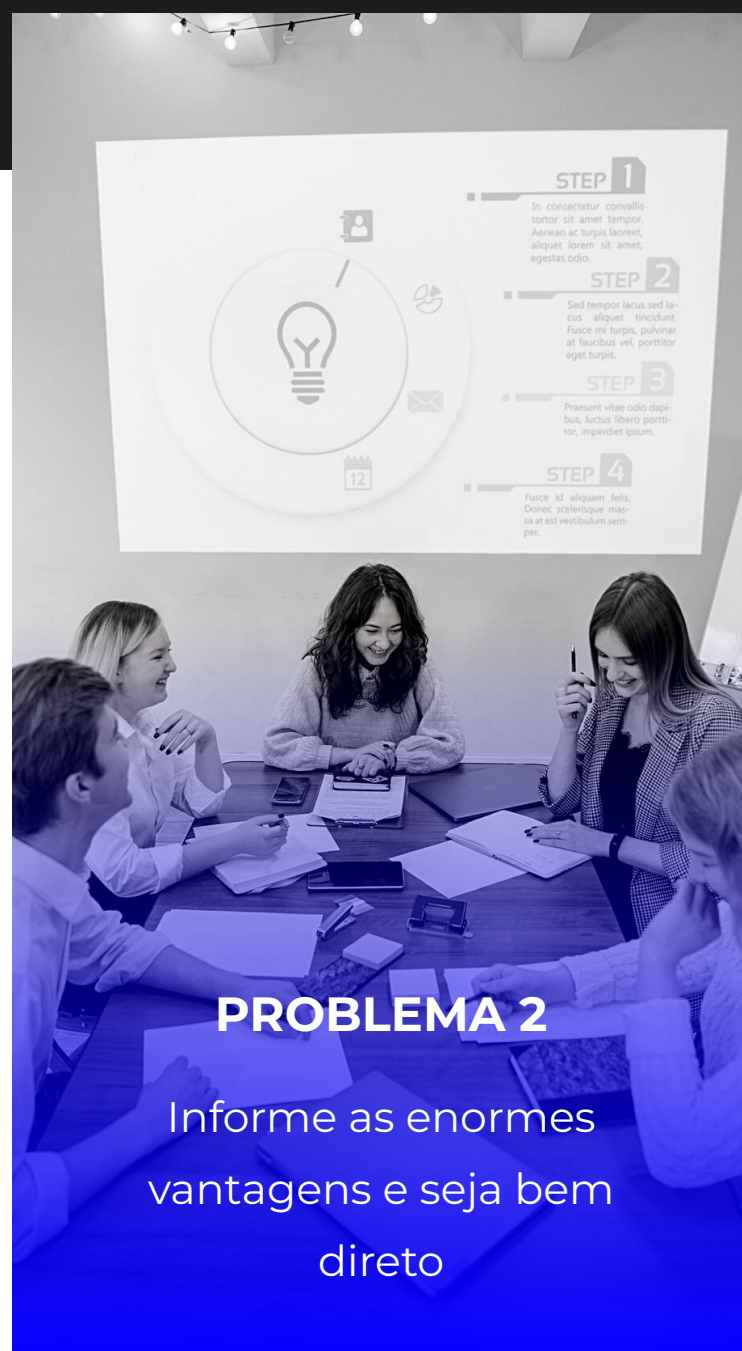
PROBLEMA

Liste de 3 a 5 problemas que sua empresa enfrenta e deseja resolver

85%

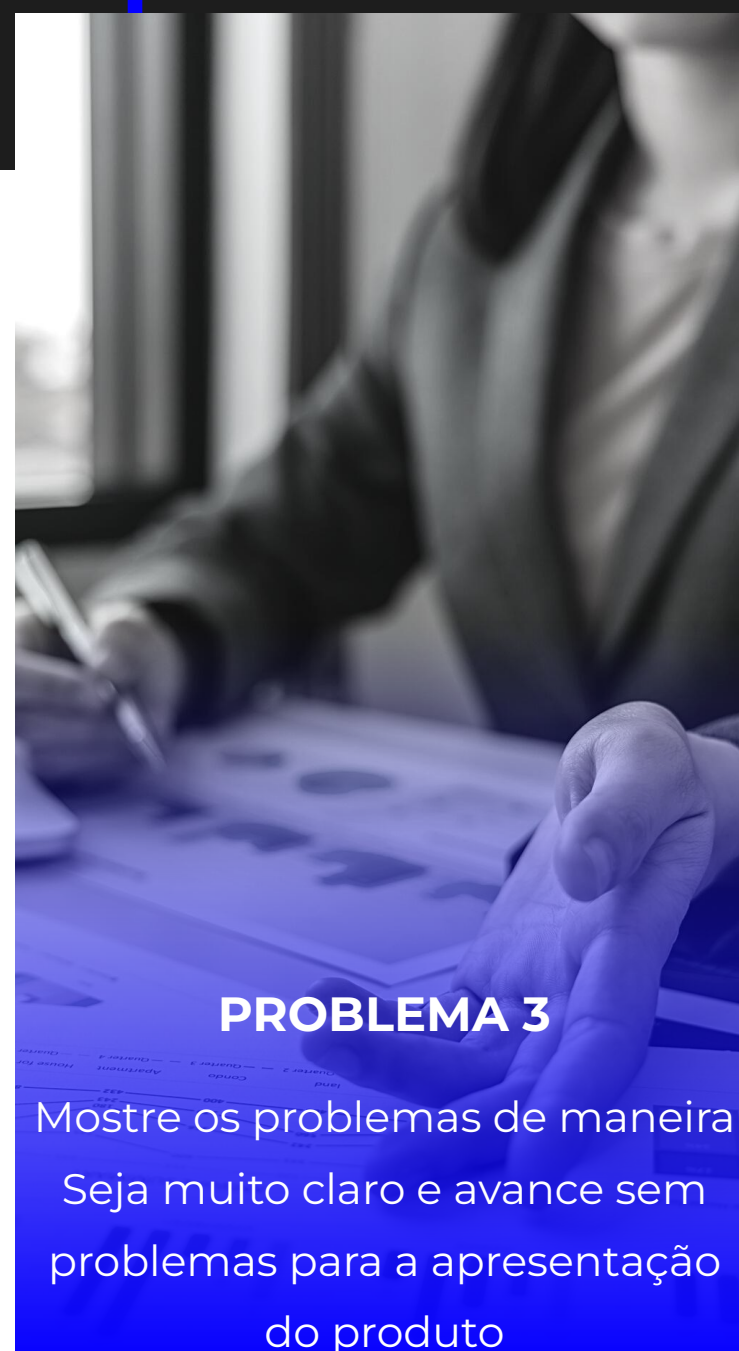
PROBLEMA 1

Descreva como você
pretende solucionar os
problemas apresentados



PROBLEMA 2

Informe as enormes
vantagens e seja bem
direto



PROBLEMA 3

Mostre os problemas de maneira
Seja muito claro e avance sem
problemas para a apresentação
do produto

A UTOPIA

Liste de 3 a 5 maneiras pelas
quais sua empresa propõe
resolver os problemas.



PRODUTO OU SERVIÇO

Apresente o produto e/ou serviço da sua empresa como a solução definitiva para esses problemas



NASCIMENTO DE PRODUTO/SERVIÇO



HORA CERTA

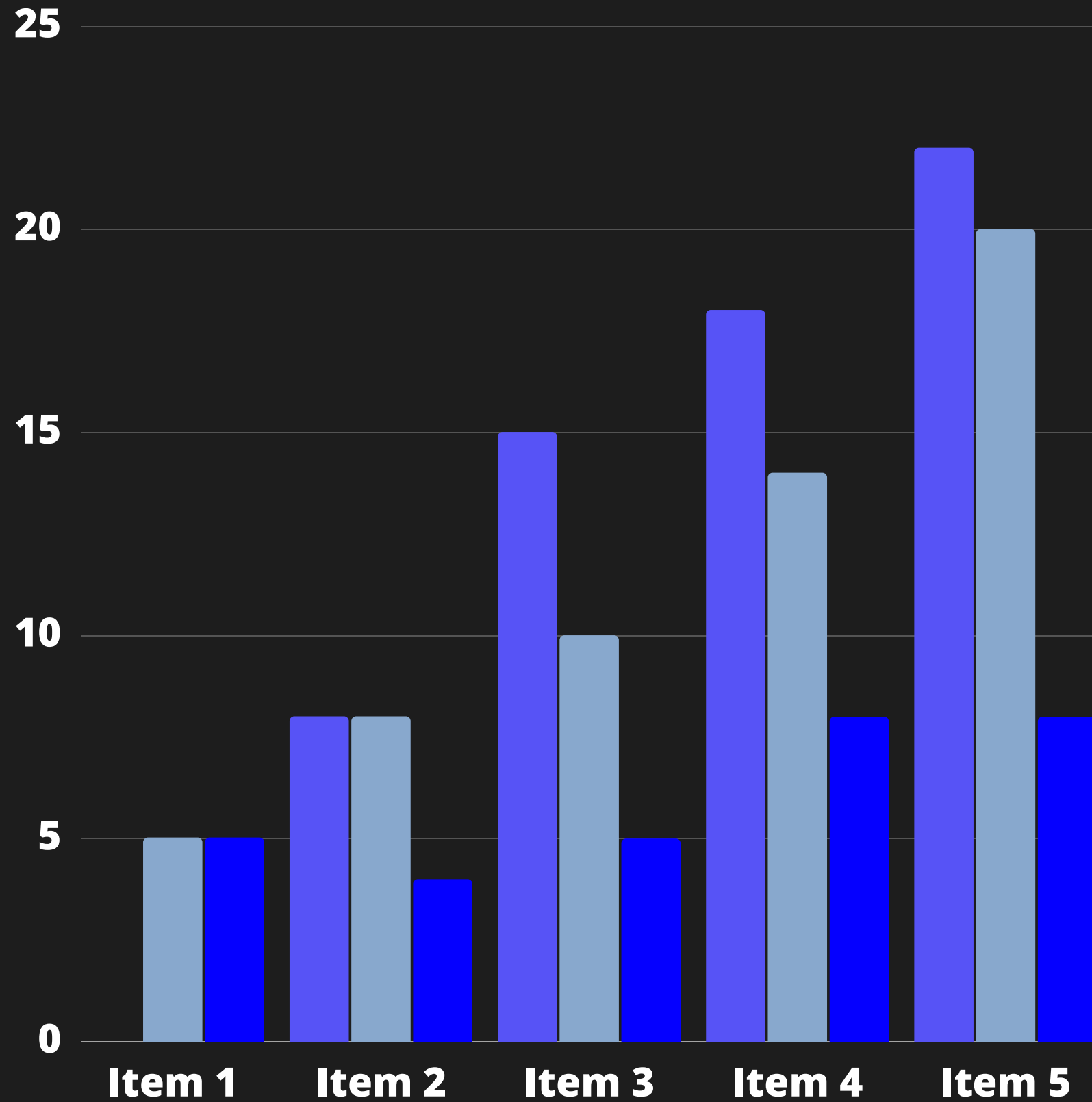
RAZÃO 1

Por que "agora" é o melhor momento para a sua empresa crescer e passar para o próximo nível?

RAZÃO 2

Quais são as tendências atuais que tornam o seu produtos e/ou serviço possível?





DEMANDA

Onde está sua empresa atualmente? Ilustre com um gráfico para destacar progressos importantes.



MERCADO-ALVO

Quem são os clientes que você quer atender?

MERCADO-ALVO 1

Quais são os perfis e as
persona?

MERCADO-ALVO 2

Visualize as pessoas que irão
te procurar em busca de
soluções

DIMENSIONE O MERCADO

Aplique as duas maneiras de dimensionar o mercado - de cima para baixo ou de baixo para cima. TAM, SAM e SOM são alguns jargões de dimensionamento.

1,9 BI

MERCADO TOTAL (TAM)

53 MI

MERCADO ENDEREÇÁVEL (SAM)

10 MI

MERCADO ACESSÍVEL (SOM)



CONCORRÊNCIA DIRETA

CONCORRÊNCIA INDIRETA





VANTAGENS COMPETITIVAS

VANTAGEM 1

Visualize suas vantagens usando um quadrante para uma leitura fácil.

VANTAGEM 2

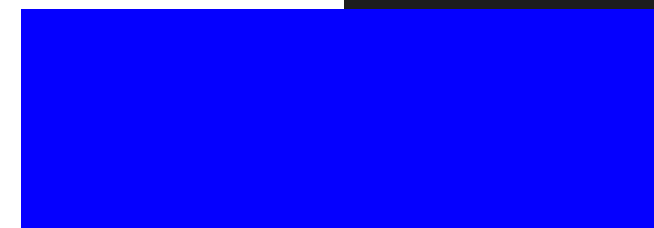
Como o panorama é diferenciado e o que faz você se destacar.

VANTAGEM 3

O que você pode fazer melhor que a sua concorrência? Como você irá superá-los?

VANTAGEM 4

Uma empresa com fortes vantagens provavelmente sobreviverá a longo prazo.



ABORDAGEM DO CONCORRENTE

SUA EMPRESA

ABORDAGEM 1

Como você vai destacar sua empresa da concorrência?

ABORDAGEM 2

Qual é o seu caminho para alcançar os clientes?

ABORDAGEM 3

Eventos, parcerias, anúncios - liste todas as formas eficazes de alcançá-los

MODELO DE RECEITAS OU NEGÓCIOS

Mostre como a sua empresa planeja ganhar dinheiro

- **Seja através de um gráfico, linha do tempo ou tabela, apresente a viabilidade do seu produto ou serviço e diga como sua empresa irá operar, ganhar dinheiro e alcançar objetivos.**
- **Se você tem várias maneiras de ganhar dinheiro, concentre-se em um método principal, como assinatura, anúncios e transações.**
- **Mostre as principais métricas, como o Valor do Tempo de Vida do Cliente (LTV) e o Custo de Aquisição de Clientes (CAC).**



PLANEJANDO O FUTURO

JAN
23

PASSO 1

Breve descrição sobre o próximo passo, etapas, prazo, custos e status atual

JAN
23

PASSO 1

Breve descrição sobre o próximo passo, etapas, prazo, custos e status atual

JAN
23

PASSO 1

Breve descrição sobre o próximo passo, etapas, prazo, custos e status atual



APRESENTAÇÃO COMERCIAL

OBRIGADO!

MANTENHA CONTATO COM A GENTE!



EMAIL

Apresentações são ferramentas de comunicação.



INSTAGRAM

Apresentações são ferramentas de comunicação.



ENDEREÇO

Apresentações são ferramentas de comunicação.



TELEFONE

Apresentações são ferramentas de comunicação.