

10



ferramentas
para começar um
negócio
de sucesso

M4²

Consultoria



MOVIMENTO

01 Capa

02 Sumário

03 Sobre o autor

04 Sobre a Move 42

05 O que é empreendedorismo

06 Canvas de Plano de negócio

07 Canvas MVP

08 Pitch

09 Canvas de Proposta de valor

10 Canvas de Persona

11 Storyboard Canvas

12 Mapa de Empatia

13 Canvas de Validação

14 Team Charter Canvas

15 Ferramenta Bônus

16 Conclusão

17 Baixe nossos canvas

18 Referências

19 Indicações

20 Contra-Capa

Sobre o autor

César Augusto Pessoa é empreendedor por opção (Empretec), especialista em Gestão de Projetos (PMI) e apaixonado por Metodologias Ágeis e Inovação (MBI pela UFSCar).

É o fundador da Move 42, uma consultoria que tem como objetivo ajudar empresas a adaptarem-se para enfrentar desafios complexos e inovadores, saindo da sua zona de conforto e entrando em movimento.

Além disso, atua como Especialista em Novos Negócios na **Supernova Comunicação**, agência de comunicação estratégica, e também foi o **cofundador da Be a Person**, Consultoria em Gestão de Pessoas.





Sobre a **Move 42**

A Move 42 nasceu para ajudar empresas a adaptarem-se aos novos desafios do mercado. Através de treinamentos, workshops e consultorias especializadas voltadas ao engajamento de times, incentivo ao protagonismo, intraempreendedorismo e transformação cultural por meio da liderança e colaboração, busca promover mudanças reais nas empresas oferecendo ferramentas e soluções ágeis que foquem nos resultados e entrega de valor.

Por meio do intraempreendedorismo, dentro da própria Move 42, surgiu o Grupo Move. Um hub de soluções estratégicas que deu origem a duas novas empresas: a Supernova Comunicação e a Be a Person Consultoria, focado em resolver os problemas diários do mundo dos negócios, ou seja, concentrar todas as soluções que uma empresa precisa em um só grupo.

Ao conectarmos nossos clientes a este hub, ajudamos a criar um ambiente que retenha talentos e crie oportunidades, incentivando a criatividade, promovendo o engajamento de seus times, tornando o propósito e a estratégia de sua empresa um desafio interessante a todos. Nossa metodologia incentiva a colaboração, onde cada integrante do time se percebe como uma peça-chave para o crescimento de sua organização, construindo o “senso de dono” e gerando um movimento orgânico de busca pela melhoria, aprendizado contínuo e colocando a satisfação do cliente no centro de suas ações.

M42

O que é **empreendedorismo?**

Ser um(a) empreendedor(a) é muito mais do que um documento que comprova a abertura de um CNPJ. Ser empreendedor(a) é um comportamento, uma atitude que se escolhe todos os dias.

Empreendedorismo

coragem

autoconfiança

liderança

persistência

resiliência

disciplina

motivação

Se você está aqui, lendo esse e-book, provavelmente já sabe o que deseja para a sua empresa, só está precisando de uma forcinha para saber por onde começar.

E para quem quer empreender e começar um negócio, a palavra-chave é PLANEJAMENTO. Portanto, reúna todo seu comportamento empreendedor e seu desejo de mudar e fazer acontecer, e vamos conhecer as 10 ferramentas que vão ajudar a tirar sua ideia do papel!

No final deste e-book você irá encontrar um link para baixar todas as ferramentas e utilizá-las na sua empresa!

Canvas de Plano de Negócio

Se você deseja criar uma empresa, provavelmente já se deparou com o termo **Plano de Negócio**. Esse é um dos primeiros passos para iniciar a sua empresa.

Existem diversos tipos de modelos de negócios: os que envolvem a venda de serviços por assinatura, ou com entregas pontuais. **Os que trabalham para outras empresas (B2B) e aqueles que trabalham para o consumidor final (B2C), e assim por diante.**

Este Canvas tem como objetivo facilitar a compreensão de como o seu negócio deve funcionar, quais são as necessidades existentes, os recursos necessários etc.

Para preencher este Canvas você deve se sentar com todos os envolvidos na criação da empresa para definir itens, como: segmentação de clientes, proposta de valor, quais canais serão utilizados, como será feito o relacionamento com clientes, as fontes de receitas, os recursos, atividades e parceiros chave, e a estrutura de custo.

O ideal é criar o Plano de Negócio antes de qualquer outro item da sua empresa.

NOME:		DATA:		BUSINESS MODEL CANVAS	
COMO?		O QUE?		PARA QUEM?	
PARCEIROS CHAVES Liste os fornecedores e parceiros estratégicos que são essenciais para que você possa realizar a sua proposta de valor. Quais aliados poderão lhe ajudar a otimizar recursos, reduzir custos ou até mesmo agregar valor ao seu produto ou serviço?		ATIVIDADES CHAVE Liste todas as ações/tarefas necessárias para realizar a sua proposta de valor. Quais atividades são essenciais para o seu negócio? Quais delas se não forem feitas podem prejudicar a qualidade ou descaracterizar o seu produto ou serviço? Foque nas atividades sem as quais não será possível manter a sua operação.		PROPOSTA DE VALOR Defina o valor do seu produto ou serviço para os seus clientes. Por que eles comprarão de você e não dos seus concorrentes? Que necessidade você atende? Que problema você resolve? Que situação você melhora?	
RECURSOS CHAVE Liste todos os recursos necessários para realizar a sua proposta de valor. O que será preciso para que seu negócio funcione? Foque nos recursos imprescindíveis, aqueles sem os quais não será possível manter a sua operação.		RELACIONAMENTO COM OS CLIENTES Defina como será o seu relacionamento com os clientes. Como poderá conquistar e manter um bom relacionamento com eles para que não seja trocado por um concorrente? Como você reconhecerá o valor da fidelidade de seu cliente?		SEGMENTOS DE CLIENTES Defina quem são os clientes que pretende atender. Eles possuem um segmento específico? Estão agrupados por localização, idade ou nicho? Existe entre eles uma necessidade em comum?	
ESTRUTURA DE CUSTOS Defina o custo para criar e sustentar a estrutura do seu negócio. Qual o valor necessário para realizar a sua proposta de valor? Liste todos os custos envolvidos para operação do negócio e, se possível, faça um refinamento para tentar reduzir ao máximo seus custos sem prejudicar a proposta de valor. No início ter uma estrutura de custos enxuta ajudará a ganhar mercado.		FONTES DE RECEITA Defina como será a entrada de dinheiro para o seu negócio. Como e quanto os clientes pagarão pelo seu produto ou serviço? Eles serão sua única fonte de receita ou existem possibilidades de ganhos indiretos? Garanta que a forma de pagamento esteja alinhada com o perfil do seu cliente, dê preferência a formas com as quais ele já esteja mais familiarizado.		QUANTO?	



Canvas MVP

O Canvas MVP irá te ajudar a validar suas ideias, se você não conseguir preenchê-lo, é um sinal de que precisa definir melhor os itens, pois não irá saber o que esperar do futuro do seu negócio.

A sigla MVP representa, em tradução livre, “mínimo produto viável”, ou seja, a versão mínima que o seu produto/serviço precisa para ser lançado no mercado de forma funcional.

A utilização do Canvas facilita a compreensão e o planejamento da jornada de lançamento do MVP, por meio dele você irá conseguir: minimizar os riscos com as personas ideias para a sua empresa, ter uma visão mais ampla do MVP e do que pode ser diminuído e ainda sim ser viável, definir a jornada do usuário e onde a sua empresa pode convertê-lo para cliente, os custos e a data prevista para entrega, quais serão as funcionalidades, e as métricas para validar o seu negócio.

NOME:		DATA:		MVP	
Personas Segmentadas		Visão do MVP		Resultado Esperado	
Jornadas					
Para quem é esse MVP? Podemos segmentar e testar este MVP em um grupo menor?		Qual é a visão para este MVP?		Que aprendizado ou resultado estamos buscando neste MVP?	
2		1		5	
Custo & Cronograma		Funcionalidades		Métricas para validar as hipóteses do negócio	
Qual é o custo e a data prevista para a entrega deste MVP?		O que vamos construir neste MVP? Que ações serão simplificadas ou melhoradas neste MVP?		Como podemos medir os resultados deste MVP?	
7		4		6	

MOVE 42 Consultoria | @m42consultoria | www.move42.com.br | Move 42

Pitch Pitch

O Pitch consiste em desenvolver uma apresentação em que você consiga vender a sua ideia, produto ou serviço em um tempo curto, de 1 a 3 minutos - nesse período, você consegue passar as principais informações e captar o interesse do seu possível cliente.

Ele é de extrema importância na criação do seu negócio, pois pode ser o pontapé inicial para um grande investimento; parceria ou um contrato promissor. Mostra que o responsável pela empresa realmente conhece o produto/serviço e que sabe como vendê-lo.

A sua apresentação precisa conter os seguintes itens:

Introdução sobre o problema identificado

Mostrar a sua solução validada

Apresentar o possível mercado

Explicar o modelo de negócio (custos operacionais, fontes de receita e lucro esperado)

Apresentar a equipe e seus papéis no projeto

Introduzir sobre os seus próximos passos

Conclusão e pedido (investimento, apoio, convite para compra)

O objetivo principal do pitch é **CONQUISTAR O CLIENTE!**



Veja abaixo um exemplo:

Pitch da **Move Coins**

Introdução

Com o advento da tecnologia e sabendo que vivemos em um mundo cada vez mais dinâmico e competitivo, percebemos que as empresas precisam de apoio para manter-se ou, até mesmo, penetrar no mercado. Identificamos como dor a falta de conhecimento e prática na aplicação de metodologias para planejamento de atividades e, principalmente, comunicação e gestão de pessoas, que como sabemos é a alma de qualquer negócio* – sejam elas clientes ou colaboradores.

Logo, existe uma demanda latente de líderes preocupados* com a mudança cultural do mercado: choques geracionais, modelo de trabalho híbrido/remoto, surgimento do conceito de liderança plana, dificuldades para desenvolver soft skills*, modelos de serviços e produtos sob demanda, entre outras mudanças trazidas pelo mundo BANI*. O aumento de concorrência obrigou as empresas a olharem com mais atenção para a experiência de seus clientes e como isso impacta em sua satisfação, afetando diretamente sua decisão de compra – que não é mais baseada somente em preço.

Dor identificada

Para empresas de médio porte que já estão acostumadas com o formato as a service para compra de produtos ou serviços não é interessante contratar uma consultoria justamente pelo tempo médio de resposta para a elaboração de um orçamento ou execução das atividades. Na atual velocidade em que o mundo gira, precisamos de respostas mais rápidas e maior previsibilidade em um mundo “imprevisível”.

Solução validada

A Move Coins permite que qualquer pessoa acesse nossa plataforma, faça um assessment e compre créditos para utilização de nossos produtos e serviços sob demanda, ou seja, ela consegue ter previsibilidade de quanto irá gastar, em quanto tempo obterá seus resultados e ter o apoio de um especialista para compor um pacote personalizado de soluções de acordo com as suas dores, necessidades e seu orçamento.

Mercado

Segundo dados do Ministério da Economia* só em 2023 o Brasil registrou a abertura de mais de 3 milhões de novas empresas. Isso nos apresenta um potencial mercado de consumidores que estão com energia positiva e preparados para investir em nosso produto – uma vez que sabemos que é mais fácil começar quando se tem apoio de um especialista*.

***Links para aprofundamento disponíveis na aba de referências.**



Continuação:

Pitch da **Move Coins**

Modelo de negócio

O nosso modelo é baseado em um “cardápio de soluções” e uma moeda própria: a Move Coins. Nossos clientes passarão por uma etapa de assessment e mapeamento de dores, feita por nossa plataforma de autoatendimento e após este mapeamento um de nossos especialistas avaliará qual de nossos produtos será mais indicado para cada cliente, gerando assim a união perfeita entre a entrega de uma experiência personalizada e um produto escalável e com preço previsível.

As Move Coins podem ser adquiridas de forma individual ou por pacotes que proporcionam um desconto atrativo para compras em maiores quantidades e inclusive a possibilidade de parcelamento via cartão de crédito.

Equipe e papéis

Com a criação do Grupo Move hoje temos três responsáveis por cada um dos pilares estratégicos: César Augusto Pessoa, nosso fundador, atua como consultor especialista em Gestão de Projetos e Inovação.

Beatriz Carnevale é especialista em Gestão de Pessoas e análise comportamental.

Júlia Barbosa Valim é nossa especialista em Estratégias de Comunicação e Marketing.

Além disso possuímos uma equipe de pessoas diretamente conectadas ao negócio e mais uma base de especialistas parceiros que podem ser acionados para projetos sob demanda. Neste formato conseguimos manter o time oxigenado atualizado com as novas tendências do mercado.

Próximos passos

Nos próximos 12 meses queremos ampliar as soluções oferecidas em nossa plataforma e incluir a possibilidade de uso das Move Coins para aquisição de cursos em nossa plataforma de Educação Corporativa próprio ou parceira.

E nos próximos 24 meses queremos incluir um sistema de pontos e cashback para aumentar nossa taxa de fidelização dos clientes.

Conclusão e pedido (investimento)

Para que possamos finalizar o desenvolvimento da plataforma de transações financeiras e potencializar nossa divulgação por meio de impulsionamento e tráfego pago precisamos R\$ 50.000,00 e oferecemos um percentual de 10% do negócio por este investimento.

Se você ficou interessado e deseja saber mais sobre o nosso projeto, acompanhe nossas redes sociais!

Canvas de Proposta de Valor

O valor é o que determinada entrega representa para um indivíduo. Por exemplo: quando uma foto do nascimento do seu filho é revelada, existe um preço que precisa ser pago pelo serviço. Mas aquela foto, para você, possui uma importância, um valor imensurável - pois representa um dos momentos mais importantes da sua vida.

Com o Canvas de Proposta de Valor, é possível identificar qual é o valor que o seu negócio entrega para o cliente. Ou seja, **o que o seu negócio entrega para o cliente, de forma intangível, que faz com que ele escolha você, ao invés do concorrente?**

Este modelo é um complemento ao Canvas de Plano de Negócio. Para definir o valor da sua empresa, você irá precisar comparar quais são os ganhos, dores e o trabalho que o seu cliente precisa fazer, com relação ao seu produto/serviço, e o que a sua empresa oferece como alívio das dores, criadores de ganhos e produtos.





Canvas de Persona

Para que a sua empresa alcance bons resultados, é preciso antes mesmo de começá-la, definir quem é a persona, ou seja, quem é o cliente ideal que você deseja alcançar.

Persona é a criação de um personagem que representa o seu cliente ideal. Para defini-la você irá precisar delimitar alguns itens, como: qual o nome da sua persona? Quais são seus interesses? Hobbies? Como ela se parece? Quais são as necessidades e desejos? Os medos e receios?

A persona vai muito além de definir gênero, faixa etária e localização, é a construção completa de um personagem, da pessoa que irá precisar dos seus serviços ou produtos.

Essa construção é extremamente importante, pois todo o seu modelo de negócio, jornada do cliente, comunicação e relacionamento, quais canais estará presente, dependem de quem é a sua persona e como ela se comporta. Por isso, toda decisão que for tomada na sua empresa, precisa estar de acordo com a persona.

NOME:		DATA:	PERSONA CANVAS	
NOME, PAPEL E DETALHES PESSOAIS Dê um nome a sua persona e caracterize-a, isso gera empatia com o time. Cite informações reais, pessoais e relevantes de sua persona, tais como interesses, hobbies, área de atuação etc. (baseado em entrevistas ou pesquisas).		ESPERANÇAS E EXPECTATIVAS Identifique o que sua persona espera, cenários ou situações ideais desejadas e com os quais ela está contando para ter sucesso. O que sua persona espera que ocorra no futuro, quais são suas premissas?		
NECESSIDADES E DESEJOS Descreva o que a sua persona deseja, o que ela busca? Qual é o trabalho que deve ser feito ou entregue por ela? Com quais decisões ela está lidando e o que realmente quer? Que problemas ela está tentando resolver?		APARÊNCIA Caracterize visualmente a sua persona, o que podemos identificar ao olhar para ela, é homem, mulher, criança, adulto, se veste socialmente ou é mais informal, esportista, parece estar apressada, preocupada, feliz, triste etc.		TENDÊNCIA NEGATIVAS Busque situações externas que possam ser consideradas como influências negativas, elementos externos que não estão sob o controle de sua persona, mas que impactam negativamente a vida dela.
TENDÊNCIAS POSITIVAS Liste situações externas que possam ser consideradas como tendências positivas, tais como clima, moda, eventos políticos, sociais ou ambientais etc. Elenque todos os itens que possam influenciá-la positivamente.		DORES E PROBLEMAS DIÁRIOS O que realmente tira o sono da sua persona, qual a sua principal dor de cabeça? Identifique elementos que a impedem de atingir seu objetivo ou cumprir suas tarefas, o que a impede de conquistar seus desejos?		
OPORTUNIDADES E EVENTOS POSITIVOS Avalie oportunidades que sua persona pode obter em sua vida pessoal ou profissional. Liste eventos ou situações que possam ajudar sua persona a atingir seus objetivos ou potencializar seus resultados positivos.		MEDOS E RECEIOS Identifique riscos para os objetivos de sua persona. Quais cenários ou situações ela deseja evitar ao máximo, quais elementos podem ser decisivos e levá-la ao fracasso? O que sua persona teme que ocorra no futuro?		

#6

Storyboard Canvas

O Storyboard Canvas pode ser considerado uma bússola visual para a equipe envolvida no projeto

Nele você irá listar qual é o passo a passo principal da jornada do seu cliente, de uma maneira, que qualquer pessoa que visualize consiga entender. Você precisará definir quais etapas o cliente irá percorrer até a entrega de valor.

Além disso, você também pode utilizá-lo para lançamento de produtos ou serviços.

O Storyboard Canvas irá ajudar você a verificar onde estão os pontos de melhoria, as lacunas e a priorização das etapas.

PERSONA/PERFIL

DATA:

STORYBOARD CANVAS

Nome:

Idade:

Ocupação:

Gatilho:

Contexto:

1 2 3 4

5 6 7 8

move 42 @m42consultoria www.move42.com.br
Consultoria @m42consultoria Move 42

Mapa de Empatia

O Mapa de Empatia é um modo de colocar-se no lugar do seu consumidor, desta forma você irá conseguir planejar as estratégias baseado no que realmente o seu consumidor irá realizar e como ele se sente em relação ao produto/serviço oferecido.

Você pode utilizá-lo em parceria com o Canvas de Persona para garantir melhores resultados.

Algumas das perguntas-chaves que devem ser feitas no Mapa de Empatia, são: Com quem nós queremos criar empatia? O que o meu cliente vê? O que ele faz? O que ele pensa e fala? O que ele sente? E, além disso, o que ele precisa fazer para chegar até o seu produto ou serviço?

Sobre o seu produto, você precisa analisar se o problema que ele possui está sendo solucionado? A empresa está entregando o valor que prometeu? O consumidor está satisfeito?

NOME:

DATA:

MAPA DE EMPATIA

COM QUEM NÓS QUEREMOS CRIAR EMPATIA?
Dê um nome ao seu cliente e caracterize-o.
Cite informações reais, pessoais e relevantes dele, tais como interesses, hobbies, área de atuação, em que situação ele se encontra agora etc. (baseado em entrevistas ou pesquisas)

O QUE ELE PRECISA FAZER?
Descreva o que o seu cliente deseja, o que ele busca?
Qual é o trabalho que deve ser feito ou entregue por ele?
Com quais decisões ele está lidando e o que realmente quer?
Que problemas ele está tentando resolver?
Qual é a meta dele?

O QUE ELE VÊ?
Pense nos estímulos visuais que ele recebe diariamente, o que ele vê que o influencia?
O que ele vê no mundo profissional e pessoal, o que ele vê as outras pessoas fazendo e falando, o que ele vê no ambiente ao seu redor, o que ele assiste e lê?

O QUE ELE FAZ?
Pense no que você já observou sendo feito por seu cliente.
O que ele faz hoje, quais comportamentos você identifica nele ou imagina que possam ser feitos por ele?

O QUE ELE OUVE?
Pense nos estímulos sonoros que ele recebe diariamente, o que ele escuta que o influencia? O que ele escuta no mundo profissional e pessoal, o que ele ouve de amigos, colegas e familiares? Ele gosta de que tipo de música ou podcast?

O QUE ELE FALA?
Pense nas frases, palavras comuns, jargões, termos específicos e itens que fazem parte do vocabulário comum de seu cliente.
O que você já o escutou falando, o que imagina que ele poderia falar?

O QUE ELE PENSA E SENTE?
Que outros pensamentos e sentimentos podem motivar seu comportamento?

DORES E FRUSTRAÇÃO
Qual é o maior medo de seu cliente?
Quais são suas frustrações e o que mais lhe causa ansiedade?

NECESSIDADES E DESEJOS
Qual é o maior desejo de seu cliente?
Quais são seus sonhos e ambições?

MOVE 42
Consultoria

@m42consultoria

@m42consultoria

www.move42.com.br

Move 42



Canvas de Validação

Um dos últimos passos para o lançamento de um produto ou serviço, é validá-lo.

Como o próprio nome já indica, esse Canvas é utilizado para validar novas ideias e projetos que surgem ao longo da trajetória.

Por exemplo: caso uma nova versão do seu produto seja lançada, é necessário passar por algumas etapas que ajudam a entender se aquela versão faz sentido e seja funcional para a persona.

NOME:		DATA:		VALIDATION CANVAS	
Hipótese de Cliente: Qual o tipo de cliente, persona, segmento ou nicho a qual você quer atingir a partir desse ciclo? É necessário esclarecer quem é, onde encontra-lo, observá-lo e analisá-lo.	Início	1º Pivô	2º Pivô	3º Pivô	4º Pivô
Hipótese de Problema: O que é um problema que o seu cliente quer ou precisa resolver e pagaria por isso. Um erro comum é resolver algo que é o SEU problema e que outras pessoas resolverem de outras formas ou até mesmo não o enxergam como um problema que mereça investimento.					
Hipótese de Solução: Um detalhe curioso é que a terceira etapa Canvas sugere NÃO colocar nada neste espaço antes de realizar a promessa ciclo de pesquisa e validação para não ser induzido pela ideia inicial.					
Experimento de design	suposição mais arriscada	r e s u l t a d o s	inválido	válido	
suposições centrais: qualquer suposição que, se invalidada, quebrará o negócio	método				
	critério mínimo de sucesso				

 @m42consultoria www.move42.com.br
Consultoria @m42consultoria Move 42

#10

Team Charter Canvas

Por fim, o Team Charter Canvas é para uso interno, mais voltado para a equipe de colaboradores da empresa e para a prospecção de novos talentos. Depois de criar o seu negócio, você irá precisar definir a sua equipe. O Team Charter Canvas irá ajudar com o alinhamento do seu time, e deve ser preenchido em conjunto.

Seu objetivo é entender quais são as expectativas do time e deixar todos alinhados com a cultura e valores da empresa.

O Canvas é comparado com um ônibus, onde cada colaborador tem o seu papel para que o veículo chegue ao objetivo final, que por sua vez precisa estar claro para todos. Você deve analisar qual o objetivo de cada um dos membros, as características, o papel e o valor.

Além disso, vocês precisam definir quais os problemas e obstáculos que o seu time pode encontrar durante o percurso e quais são as expectativas e fontes de energia de todo o grupo.

Também é preciso encontrar o Motorista deste veículo, seria você, dono da empresa, ou um gerente ou diretor geral?

NOME:

DATA:

TEAM CHARTER CANVAS

MEMBROS
Quem está na kombi e o que cada pessoa oferece individualmente para a equipe: por exemplo, papel, valor pessoal, habilidades, slogan pessoal, características?

EXPECTATIVAS
O que os membros da equipe esperam do outro para serem bem sucedidos?

VALORES
Quais são os valores que a equipe vive? Esses valores são reconhecidos por todos os membros da equipe?

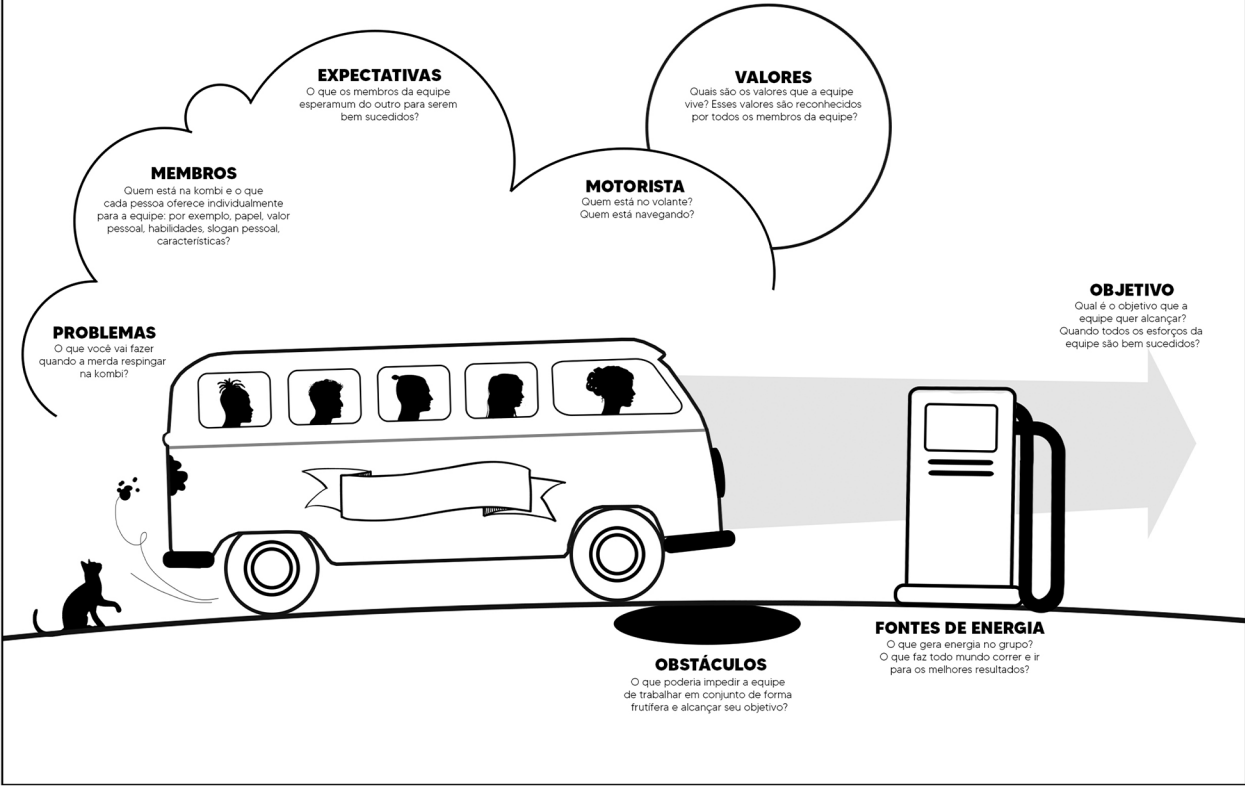
MOTORISTA
Quem está no volante?
Quem está navegando?

OBJETIVO
Qual é o objetivo que a equipe quer alcançar?
Quando todos os esforços da equipe são bem sucedidos?

PROBLEMAS
O que você vai fazer quando a merda respingar na kombi?

FONTES DE ENERGIA
O que gera energia no grupo?
O que faz todo mundo correr e ir para os melhores resultados?

OBSTÁCULOS
O que poderia impedir a equipe de trabalhar em conjunto de forma frutífera e alcançar seu objetivo?



MOVE 42
Consultoria

[@m42consultoria](#)

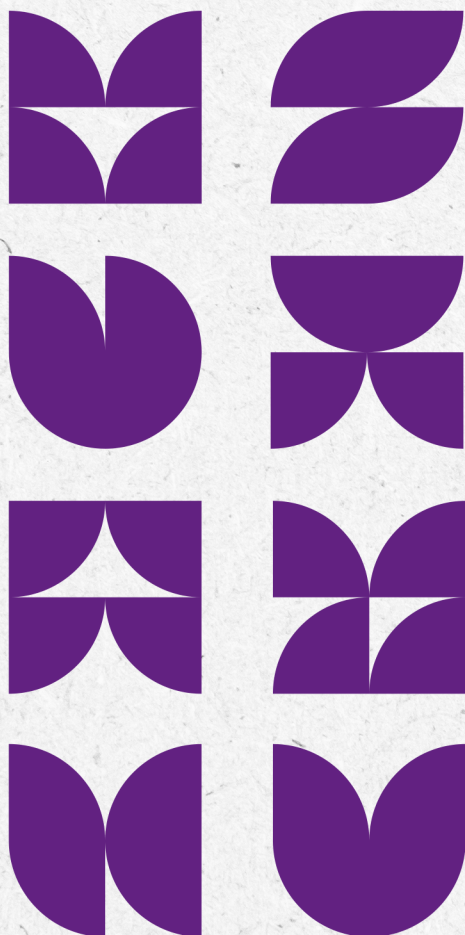
[@m42consultoria](#)

[www.move42.com.br](#)
Move 42



Ferramenta **Bônus** **#CHATGPT**

Se você está atualizado com as inovações e IAs, sabe que o ChatGPT chegou para ficar e principalmente para te ajudar a otimizar o seu tempo.



De acordo com o próprio, "O ChatGPT é um modelo de linguagem, desenvolvido pela OpenAI. GPT significa "Generative Pre-trained Transformer" (Transformador Pré-treinado Generativo, em tradução livre). ChatGPT é um programa de computador que pode "conversar" com as pessoas. Ele é treinado usando muitos exemplos de texto de conversas e, depois disso, pode responder a perguntas e participar de conversas com base no que aprendeu."

No dia a dia do empreendedor, o ChatGPT poderá ajudar com a criação de textos, pitches, scripts, legendas e muito mais.

Se você quiser saber mais sobre a aplicação de IA para negócios, fique de olho nas nossas redes sociais para garantir nosso próximo e-book e curso sobre o tema!

Essas são apenas algumas das ferramentas que você pode utilizar para tornar a sua empresa um sucesso!

Com elas você irá otimizar o seu tempo, agilizar os processos e transformar o seu negócio.

A Move 42 pode contribuir com o crescimento do seu empreendimento, através da execução das ferramentas e com o melhor modo de aplicá-las na sua empresa!

Clique nos botões abaixo e fale com um de nossos consultores.



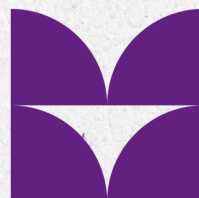
Move 42 Consultoria



@m42consultoria

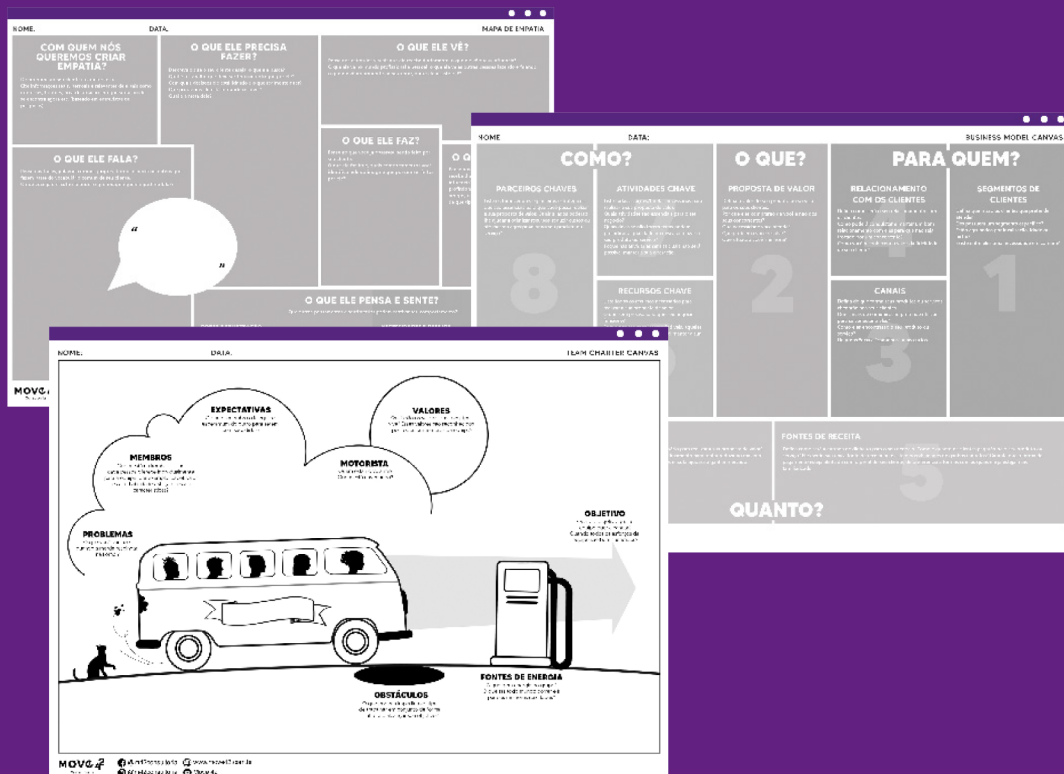


contato@move42.com.br



Baixe nossos Canvas

Todas as ferramentas estão aqui,
para facilitar a sua vida!



Baixe aqui!



Referências

Alma de qualquer negócio

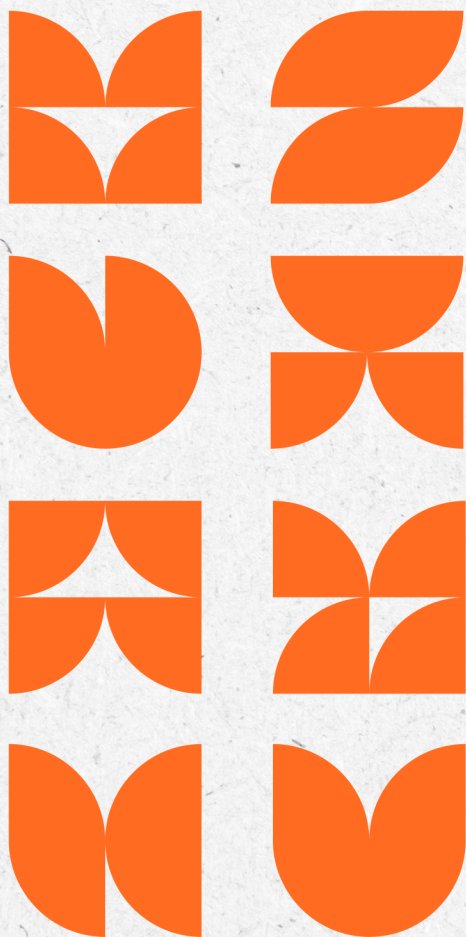
Líderes preocupados

Soft skills

Mundo BANI

Ministério da Economia

Apoio de um especialista





Indicações **para aprofundamento**

TED Talks:

3 TEDs sobre inovação e criatividade | TED Comece pelo “Por que” de Simon Sinek.

Livros:

5 livros sobre inovação para ler em 2023 | Os seis chapéus do pensamento |
Estratégia do Oceano Azul

Filmes e Séries:

5 filmes e séries sobre startups

Artigos:

Artigo Lifelong learning: por que criar uma cultura de aprendizado contínuo

Artigo Zero To Hero: conheça os 5 passos do herói até o sucesso

Artigo 7 indicadores que a sua startup precisa acompanhar

Artigo Da ideação a escala: as 4 fases de uma startup

Artigo Innovation Accounting: medindo a inovação do seu negócio

Artigo Service Blueprint o é e 5 dicas para criar o seu

Mais dicas sobre as ferramentas:

Como utilizar a Matriz CSD?

4 metodologias ágeis e como elas podem ajudar a sua empresa

Por que o mapeamento de processos é importante?

Definição de Persona e Jornada do Usuário

Delegation Canvas



Produção e Edição:



@we.supernova



supernova@move42.com.br



Supernova
Comunicação



(18) 99687-5777

