

**BRILHO
UNICO**

Plano de negocio

Erica Adolfo

Maquiagem

Índice

1. Introdução.....	2
2. Plano de negócio para Brilho Único.....	3
3. Plano Estratégico.....	3
4. Plano de Marca para Brilho Único	3
5. Estratégia de Comunicação	4
6. Experiência do Cliente.....	5
7. Estratégia de Marketing.....	5
8. Avaliação e Ajustes.....	5
9. Plano financeiro	5
10. Plano de Marketing	7
11. Branding.....	7
12. Os 7 P's do Marketing	8
13. Plano de Recursos Humanos.....	8
14. Slogan.....	8
Conclusão	9

1. Introdução

A Brilho Único é uma empresa de maquiagem, comprometida em oferecer serviços de alta qualidade que atendam à diversidade de tons e tipos de pele. Nossa missão é proporcionar aos clientes opções que respeitem tanto a saúde quanto o meio ambiente, alinhando-nos às tendências atuais do mercado de maquiagem. Buscamos constantemente inovar e expandir nossa presença no mercado, visando consolidar-nos como referência em maquiagem inclusiva.

2. Plano de negócio para Brilho Único

2.1 Apresentação

A Brilho Único é uma empresa dinâmica e inovadora, dedicada a oferecer produtos de alta qualidade no setor de beleza. Desde a sua fundação em 2024, temos nos empenhado em criar soluções que não apenas atendem, mas superam as expectativas dos nossos clientes. Com um compromisso firme com a excelência, buscamos constantemente inovações que garantam a satisfação e o bem-estar dos nossos consumidores.

Acreditamos que cada produto deve refletir a essência da beleza única de cada pessoa, por isso investimos em pesquisa e desenvolvimento para garantir que nossos itens sejam eficazes e seguros. Além disso, a Brilho Único valoriza práticas sustentáveis e éticas, reconhecendo a importância de cuidar do nosso planeta enquanto cuidamos da beleza dos nossos clientes.

3. Plano Estratégico

- **Análise FOFA**
- Forças: Produtos de alta qualidade, equipe criativa, forte presença online.
- Oportunidades: Crescimento do mercado de beleza natural, aumento da demanda por produtos veganos.
- Fraquezas: Reconhecimento de marca limitado, orçamento inicial restrito.
- Ameaças: Alta concorrência, mudanças nas tendências do consumidor.

4. Plano de Marca para Brilho Único

4.1 Identificação do Público-Alvo

Perfil Demográfico: Mulheres e homens entre 18 e 45 anos, residentes na cidade de em Moçambique, com renda média a alta.

Perfil Comportamental: Pessoas que valorizam a aparência, buscam tendências de beleza e estão dispostas a investir em cursos e serviços profissionais.

Necessidades e Desejos: Produtos de alta qualidade, serviços personalizados e cursos que ensinem técnicas de maquiagem.

4.2 Posicionamento da Marca

- **Diferencial Competitivo:** A Brilho Único oferece uma experiência completa de maquiagem, desde serviços profissionais até cursos que empoderam nossos clientes a se sentirem confiantes.

- **Proposta de Valor:** Maquiagem profissional e cursos que transformam a autoestima, com produtos de alta qualidade e técnicas inovadoras.

4.3 Identidade Visual

- **Logo:** Design moderno e elegante, com elementos que remetam à beleza e ao brilho.
- **Cores:** Tons de dourado, rosa e preto para transmitir sofisticação e glamour.
- **Tipografia:** Fontes limpas e modernas, que passem confiança e profissionalismo.
- **Imagens e Iconografia:** Fotos de alta qualidade que mostram maquiagens impecáveis e clientes satisfeitos.

4.5 Voz e Tom da Marca

- **Personalidade da Marca:** Inspiradora, confiável e acessível.
- **Tom de Voz:** Amigável, profissional e motivador.

5. Estratégia de Comunicação

- **Canais de Comunicação:** Instagram, Facebook, site, WhatsApp e eventos presenciais.
- **Conteúdo:** Tutoriais de maquiagem, depoimentos de clientes, dicas de beleza e lançamentos de produtos.
- **Parcerias e Colaborações:** Influenciadores de beleza e marcas de cosméticos.

6. Experiência do Cliente

- **Atendimento ao Cliente:** Atendimento personalizado e ágil, com agendamento online e feedback contínuo.
- **Embalagem e Apresentação:** Embalagens elegantes e personalizadas para produtos e kits de cursos.
- **Pós-Venda:** Programa de fidelidade e suporte contínuo para clientes e alunos.

7. Estratégia de Marketing

- **Lançamento da Marca:** Campanha nas redes sociais com teasers, sorteios e eventos de lançamento.
- **Promoções e Descontos:** Descontos para primeiros clientes e pacotes promocionais para cursos.
- **Presença Digital:** Site responsivo, SEO, anúncios online e conteúdo regular nas redes sociais.

8. Avaliação e Ajustes

- **Métricas de Sucesso:** Aumento de seguidores, engajamento, vendas e feedback dos clientes.
- **Ajustes Contínuos:** Revisão periódica da estratégia para garantir que a marca continue relevante.

9. Plano financeiro

9.1 Orçamento

Investimento Inicial: 100.000 Mts

-Produtos de maquiagem: 30.000 Mts (aumento para adquirir mais variedade e quantidade de produtos)

-Equipamentos (pincéis, espelhos, iluminação, etc.): 20.000 Mts (melhoria na qualidade dos equipamentos)

-Aluguel do espaço (depósito + primeira mensalidade): 15.000 Mts (espaço maior ou em local mais estratégico)

-Marketing inicial (redes sociais, fotos profissionais, etc.): 10.000 Mts (campanha mais robusta e profissional)

-Despesas administrativas (registro da empresa, software de gestão, etc.): 5.000 Mts

-Reserva de emergência: 20.000 Mts (maior segurança financeira para imprevistos)

Custos Mensais: 15.000 Mts (ajustado para refletir um negócio maior)

-Aluguel do espaço: 5.000 Mts (espaço maior ou em local mais caro)

-Salários (1 profissional + 1 atendente): 7.000 Mts (possibilidade de salários mais competitivos)

-Reposição de produtos: 2.000 Mts (maior volume de vendas exige mais reposição)

-Marketing contínuo (redes sociais, Google Ads, etc.): 1.500 Mts (maior investimento em publicidade)

-Despesas operacionais (água, luz, internet, etc.): 1.500 Mts (aumento proporcional ao espaço maior)

Receita Mensal Estimada: 70.000 Mts(aumento devido ao maior investimento e capacidade de atendimento)

-Maquiagem Profissional: 50 clientes x 700 Mts = 35.000 Mts (aumento no número de clientes)

-Curso de Maquiagem Profissional: 10 alunos x 2.500 Mts = 25.000 Mts (maior capacidade de turmas)

-Curso de Automaquiagem: 15 alunos x 1.500 Mts = 22.500 Mts (maior capacidade de turmas)

9.2 Projeção de Lucro Mensal

-Receita Mensal:70.000 Mts

-Custos Mensais: 15.000 Mts

-Lucro Mensal Estimado:55.000 Mts

9.3 Indicadores Financeiros

- Ponto de Equilíbrio:

- Maquiagem:** 22 clientes (15.000 ÷ 700)
- **Curso Profissional:** 6 alunos (15.000 ÷ 2.500)
- **Automaquiagem:** 10 alunos (15.000 ÷ 1.500)

Com a previsão de 50 maquiagens, 10 cursos profissionais e 15 cursos de automaquiagem, o negócio ultrapassa o ponto de equilíbrio, garantindo lucratividade.

10. Plano de Marketing

- Publicidade: Criar campanhas publicitárias em redes sociais e plataformas digitais.

11. Branding

11.1 Missão

Oferecer produtos de maquiagem que realçam a beleza única de cada cliente com responsabilidade ambiental. Nosso compromisso é proporcionar uma experiência única, onde a qualidade, a inovação e o cuidado personalizado se unem para criar resultados excepcionais.

11.2 Visão

Ser reconhecida como uma marca líder em produtos de beleza sustentáveis e inclusivos. Acreditamos que a maquiagem vai além da estética: é uma ferramenta poderosa de empoderamento e expressão pessoal. Por isso, buscamos inspirar nossos clientes a se sentirem confiantes, autênticos e brilhantes em todos os momentos, seja no dia a dia ou em ocasiões especiais.

11.3 Valores

Qualidade, transparência, sustentabilidade, inovação, empoderamento, autenticidade, educação e inclusão.

12. Os 7 P's do Marketing

- Produto- Linha diversificada de produtos veganos e cruelty-free.
- Preço- Preços competitivos com opções acessíveis e premium.
- Praça (Distribuição)- Vendas online e em lojas físicas parceiras.
- Promoção- Campanhas digitais, influenciadores e eventos locais.
- Pessoas- Treinamento da equipe para atendimento ao cliente excepcional.
- Processos- Sistemas eficientes para gestão de pedidos e atendimento ao cliente.
- Evidências Físicas: Embalagens eco-friendly e apresentação atraente dos produtos.

13. Plano de Recursos Humanos

- Gestão de Recrutamento: Criar um processo estruturado para atrair talentos que compartilhem os valores da marca.
- Gestão das Folhas de Salários: Estabelecer um sistema justo e transparente para remuneração dos funcionários.
- Gestão de Desempenho: Implementar avaliações regulares para promover o desenvolvimento profissional da equipe.

14. Slogan

Brilho Único: Realçando a sua beleza com profissionalismo e estilo.

Conclusão

A Brilho Único é uma empresa dedicada à produção e comercialização de maquiagem ecológica, visando atender à crescente demanda por produtos sustentáveis e inclusivos no mercado de cosméticos. Convidamos investidores, parceiros e clientes a se juntarem a nós na construção de uma marca que celebra a beleza única de cada indivíduo, promovendo autoestima e confiança.