

MODULO I – IDEALIZAÇÃO DE NEGÓCIO

A única fonte de conhecimento é a experiência

Iniciar a sessão com uma pergunta: **“o que preciso para começar um negócio?”**, em que cada pessoa irá colocar uma palavra num post-it e colar numa cartolina e no fim, voltar-se-á ao quadro e questionar se manteriam as mesmas opções.

Posteriormente, realizaremos uma atividade “Cenário da vida real para o Módulo - Localize sua oportunidade”: Exemplo de uma história e resposta a algumas questões

<https://act4women-game.eu>

Posteriormente, iniciaremos a parte teórico-prática sobre a idealização de um negócio.

O que é o empoderamento?

O empoderamento é a capacidade dos indivíduos, grupos e/ou comunidades, terem controle sobre as suas circunstâncias, exercitar o poder e alcançar os seus próprios objetivos, é o processo pelo qual individual e coletivamente, ficam capazes de se auto ajudar e ajudar outros a maximizarem a qualidade das suas vidas (Adams, R. 2008).

No caso de ativar a mentalidade empresarial das mulheres, o empoderamento refere-se ao processo das mulheres assumirem o controle da sua autonomia financeira e permitir-lhes alcançar os seus objetivos apoiando-se economicamente a si próprias e às suas famílias.

Motivação

Primeiro de tudo é necessária motivação, sem motivação e empenho não é possível ter sucesso em nada.

Ideia inovadora

Criar um novo negócio não é fácil porque é importante encontrar uma ideia inovadora, o que significa desenvolver uma ideia original e que também seja competitiva.

Se quer começar um negócio, a primeira pergunta que precisa fazer a si mesmo é **“Como posso desenvolver uma ideia original?”**. Através desta pergunta já estão a realizar uma ideação do negócio, mas também é necessário:

- Analisar o contexto e a meta a que é dirigida o negócio;
- Analisar as necessidades e o estudo do contexto são pontos de partida fundamentais;
- Deste modo, é a partir das necessidades que nasce uma ideia empreendedora;
- É necessário conhecer o setor e o mercado.

No entanto, a ideação também é um processo criativo.

Para desenvolver uma ideia original, existem algumas atividades úteis de grupos educativos informais, tais como Brainstorming, a "regra 6-3-5". O primeiro, brainstorming, consiste na criação de pequenos grupos para que se possam partilhar ideias.

A "regra 6-3-5" é uma forma dinâmica de brainstorming:

- 6 pessoas e 6 rodadas de ideias;
- 3 ideias por pessoa em cada rodada;
- 5 minutos é o tempo de cada rodada.

Sob a supervisão de um moderador, cada um dos 6 participantes começa escrevendo 3 ideias em um papel em 5 minutos. Após isso, ele repassa para o colega à esquerda e o prazo começa a contar novamente para escrever mais 3 ideias baseadas na que ele acabou de receber.

Nome inovador para o meu negócio

Porque é que o nome de uma empresa é importante?

Outro passo importante é encontrar um nome para o negócio, na verdade é a primeira coisa que qualquer cliente vê, logo pode ser um trunfo ou um obstáculo para as pessoas se envolverem com uma marca. Deve também resumir o que o negócio e os seus produtos fazem e o que representam. Portanto, o nome de uma empresa não é "apenas um nome", pode ter um impacto positivo ou negativo no sucesso da empresa. Representa a identidade da empresa. Por detrás do nome escondesse a história, os valores, os objetivos e a filosofia da própria ideia de negócio. Neste caso, o método de Brainstorming também pode ser muito útil.

Escolher uma estrutura de organização empresarial

Existem dois tipos principais de estruturas de organização empresarial:

- Formal
- Informal

Numa estrutura formal, os membros da organização/empresa seguem uma clara cadeia de comando, existe uma hierarquia muito bem estabelecida na qual existem relações superiores-subordinadas. Este não é o caso das estruturas informais que são o oposto das primeiras e todos os membros são iguais. As estruturas formais estão frequentemente associadas a empresas e negócios maiores, enquanto as estruturas informais são utilizadas em pequenas empresas (Faris, 2018).

O tipo de estrutura empresarial que nos atrai é uma organização informal. Um novo, pequeno (auto)negócio, exige um maior envolvimento com os clientes, uma vez que este oferece uma experiência mais personalizada do que um negócio/empresa maior, ao mesmo tempo que têm também um plano de negócios sólido que trará lucros. As organizações informais são mais flexíveis quando se trata de divisão de tarefas e relações cliente/vendedor, pelo que este tipo de organização é o mais compatível com os negócios de pequenos empresários.

Atividade final: kahoot

1. Qual é a definição de um plano de negócios? (resposta correta: c)

- o a. A ideia inovadora de um negócio que alguém teve
- o b. Um documento que apresenta diferentes ideias de negócio
- o c. Um documento que define em pormenor os objetivos de uma empresa e a forma como esta planeia atingi-los.
- o d. Um documento enviado a um banco para ter um empréstimo para a criação de um negócio

2. Segundo a MasterClass (2021) o que lhe permite fazer crescer o seu negócio, mas também é uma habilidade útil para a vida diária ou para qualquer outro trabalho? (resposta correta: b)

- o a. motivação
- o b. inovação

o c. curiosidade

o d. determinação

3. Existem três passos para encontrar um nome original para o seu negócio; o primeiro é certificar-se de que consegue reconhecer o significado por detrás do seu negócio; o segundo é conhecer as regras para encontrar um nome original; o terceiro é... (resposta correta: c)

o a. olhar para os nomes de outras empresas para encontrar ideias

o b. evitar colocar o seu nome ou apelido

o c. certificar-se de que o seu nome soa bem quando o diz em voz alta, e não apenas escrito

o d. perguntar às pessoas à sua volta o que pensam do nome do negócio

MÓDULO II- MODELO DE NEGÓCIO SOCIAL

Modelo de negócio social

O lucro não é o objetivo final de uma empresa social; pelo contrário, é um instrumento para cumprir uma missão. Consequentemente, um modelo de negócio social é um quadro, desenho, ou estrutura que adere para efetuar boas mudanças e fornecer resultados rentáveis.

Três critérios determinam se um conceito de negócio é bom ou não:

1. A sua capacidade de trazer dinheiro para os seus proprietários;
2. A sua capacidade de trazer a mudança no mundo;
3. A sua capacidade de equilíbrio entre estes dois fatores acima

Blocos de construção do modelo de negócio social

O Social Business Model Canvas (Figura 1) foi criado pelo Social Innovation Lab em 2013, esta tela expande-se sobre o original e é muitas vezes utilizada por empresas sociais, uma vez que toma em consideração todos os elementos necessários para alcançar tanto a sustentabilidade social como económica. Doze peças de construção compõem o Canvas, e cada uma está firmemente relacionada com as outras, uma vez que as organizações são ecossistemas constituídos por partes emaranhados e interdependentes.



Figura 1 - Social Business Model Canvas

Hoje, graças ao Modelo de Negócio Social Canvas, é possível (Cornetto, 2021):

- Conceber, descrever, avaliar e discutir rapidamente como uma empresa social cria, entrega e capta valor das suas atividades
- Analisar os modelos de negócio existentes
- Esboçar novos, uma vez que a ferramenta encoraja o processo de desenho do modelo de negócio
- Simplificar a comunicação entre membros da equipa, conselheiros e partes interessadas
- Facilitar a criação de um entendimento comum das várias componentes de um modelo de negócio. Embora seja concebível criar ou analisar um modelo de negócio sozinho, os esforços de uma equipa serão muito mais bem-sucedidos. Aconselhamos a reunir a sua equipa para trocar e debater ideias de projetos como resultado. O modelo de negócio social Canvas pode ser impressa ou digitalizada para a sua sessão de brainstorming.

Utilize o Modelo de Negócio Social Canvas para estruturar a sua conversa:

- Passar 30 a 60 minutos, no total, para preencher os blocos de construção do Canvas
- Ao adicionar objetos às várias partes do Canvas, pense em utilizar notas para que possa rapidamente alterar, apagar, ou adicionar itens a outros blocos, conforme necessário
- Encha-o da direita para a esquerda, começando com a Missão de Impacto e os Beneficiários
- Encorajar os membros da equipa a contribuir com os seus pensamentos e a construir o pensamento uns dos outros
- Depois de tudo estar terminado, olhar para o panorama geral. Há ligações em falta? É provável que tudo o que escreveu esteja correto? Que provas são necessárias para apoiar as suas reivindicações?

Criação de valor

- Missão de Impacto Social: O objetivo final da mudança social da organização deve ser destacado neste bloco.
- Beneficiários: Os grupos-alvo devem ser identificados neste bloco utilizando critérios de segmentação, incluindo demografia, geografia, psicografia e comportamentos (Social Business Design, 2020).

- **Intervenção Centrais:** Quando os beneficiários e os consumidores diferem, uma empresa pode ter uma ou mais ofertas chave, pelo que é crucial enumerá-las.
- **Valor para os Beneficiários:** Valor refere-se frequentemente às principais vantagens de utilizar um determinado artigo, serviço ou solução. Por conseguinte, todos os benefícios e analgésicos que os beneficiários receberam como resultado da intervenção primária são aqui mencionados.
- **Clientes:** Os beneficiários financeiramente capazes de adquirir o bem ou serviço são então considerados como verdadeiros clientes do negócio social.
- **Valor para os clientes:** Destacamos assim todos os benefícios e alívio da dor que os clientes receberam como resultado da intervenção primária neste bloco.
- **Canais:** Os canais primários da empresa para vender e entregar a sua solução aos clientes, bem como para interagir com o público, estão todos incluídos nesta secção. Podem ser diretos ou próprios, tangíveis ou digitais.

Entrega de valores

Atividades chave - Todas as tarefas de missão crítica necessárias para manter a empresa a funcionar são destacadas nesta secção. Tal como a produção, comercialização, investigação e desenvolvimento, e envolvimento da comunidade, cada empresa tem as suas próprias atividades.

Recursos chave - Os recursos fundamentais podem, em geral, ser físicos, intelectuais, Humanos, técnicos ou financeiros.

Captura de valores

Estrutura de custo - Os custos e despesas são incorridos durante a produção e entrega de um bem ou serviço. Examinamos os principais fatores de custo que afetam a empresa neste bloco.

Motores de receita - Para que as empresas sociais se tornem (e continuem a ser) financeiramente sustentáveis, são frequentemente utilizados diversos tipos de fontes de rendimento. Esta secção descreve todos os muitos "motores de rendimento", uma vez que estas fontes de rendimento são conhecidas dentro da organização.

Excedente - Finalmente, este bloco descreve os planos da empresa para o excedente, se e quando este for produzido. Alguns exemplos disso podem ser reinvestidos para alargar o efeito ou mesmo doados a organizações semelhantes.

Criação de proposta de valor empresarial social

Existem várias formas de fornecer valor e proporcionar benefícios significativos aos seus clientes; o famoso Canvas de Proposta de Valor do Strategyzer (que é o coração d Canvas do Modelo de Negócio) fornece uma combinação de:

- Redução dos pontos de 'dor' que causam frustração ou desconforto;
- Criação de 'ganhos' ou melhorias positivas que o cliente procura;
- A realização de 'empregos' ou papéis importantes na vida do cliente

Ferramentas digitais para modelação de negócios

Canva: <https://www.canva.com/>

É bom trabalhar e colaborar com colegas, colegas de equipa, e outros parceiros para obter soluções criativas (Canva, 2022).

O que é o Canva?

Pode desenhar qualquer coisa com ele, incluindo infografias, folhetos, eBooks, e posts nas redes sociais. Além disso, é construído de uma forma muito intuitiva e far-lhe-á parecer o próximo grande designer, mesmo que tenha pouco ou nenhum conhecimento de design gráfico. Os muitos modelos do Canva tornam simples para qualquer pessoa que não seja hábil em artes e ofícios a geração de desenhos a partir do zero que parece profissional. É possível iluminar os seus projetos utilizando o seu extenso inventário de componentes gráficos e imagens de stock.

No Canva é possível criar:

- Logotipos
- Desenhos de postagem em redes sociais e imagens de cabeçalho
- Newsletters para Mailchimp
- Ementas de restaurante
- Folhetos
- Arte para o seu comerciante
- Apresentações

Atividade final: kahoot

1. A missão e o objetivo de um negócio social é abordar (resposta correta: d)

o a. problemas políticos

- b. problemas sociais e económicos
- c. problemas ambientais
- d. Problemas sociais e ambientais

2. Qual destas não se encontra na Secção de Criação de Valor do Modelo Canvas: (resposta correta: d)

- a. Valor para os Beneficiários
- b. Beneficiários
- c. Canais
- d. Recursos Chave

3. Não pode fazer apresentações emCanva.com (resposta correta: falso)

- Verdadeiro
- Falso

MÓDULO III - EQUIPA E MOTIVAÇÃO

O que é uma equipa?

Iniciaremos com uma situação simples da vida real:

História	John trabalhava como chefe de contabilidade com uma empresa líder de publicidade. Tinha quatro membros sobre a sua alçada. Infelizmente, sempre subestimou os membros da sua equipa e lutava constantemente com eles. Nunca pôde confiar neles e sempre pensou que eram incapazes de fazer um bom trabalho. Um belo dia, recebeu uma tarefa importante de um dos seus clientes que deveria ser submetida no prazo de dois dias úteis. Decidiu fazê-lo sozinho, pois achava que ninguém mais o conseguia fazer a não ser ele. John nunca pôde submeter a sua tarefa no dia exigido e recebeu boas críticas dos seus superiores. A sua organização também perdeu um dos seus principais e prestigiados clientes.
Pergunta	Onde acha que John falhou? Porque é que John não pôde concluir a sua missão a tempo?

Um indivíduo não pode executar todas as tarefas por si próprio. Ele precisa do apoio e da orientação dos outros para ser excelente em tudo o que faz.

Objetivos complexos podem ser facilmente atingidos se os indivíduos trabalharem em equipa.

Assim, podemos definir uma equipa como:

- um grupo de indivíduos, todos a trabalhar em conjunto para um objetivo comum.

Os indivíduos que compõem uma equipa devem:

- idealmente ter objetivos comuns e pensar mais ou menos nas mesmas linhas.
- Devem ter os mesmos interesses, processos de pensamento, atitude, perceção e gostos.

Equipa

Uma equipa deve ter indivíduos com um objetivo comum a atingir. Todos devem trabalhar em conjunto e esforçar-se por atingir um objetivo comum.

Competência do trabalho em equipe

As capacidades de trabalho em equipa são as qualidades e capacidades que lhe permitem trabalhar bem com outros durante conversas, projetos, reuniões ou outras colaborações. Ter capacidades de trabalho em equipa depende da capacidade de cada pessoa de comunicar bem, ouvir ativamente e ser responsável e honesto. As competências de trabalho em equipa são

constituídas por muitas outras competências transversais que pode trabalhar para desenvolver ao longo do tempo.

Aqui estão apenas alguns exemplos de qualidades que podem ajudar a melhorar as capacidades de trabalho em equipa:

- Comunicação
- Responsabilidade
- Honestidade
- Escuta Ativa
- Empatia
- Colaboração
- Consciência

O que é a motivação?

A motivação é o processo que inicia, orienta, e mantém comportamentos orientados para os objetivos. É o que o leva a agir, quer se trate de obter um copo de água para reduzir a sede ou de ler um livro para ganhar conhecimento.

A motivação envolve as forças:

- biológicas,
- emocionais,
- sociais,
- cognitivas que ativam o comportamento.

No uso quotidiano, o termo "motivação" é frequentemente utilizado para descrever a razão pela qual uma pessoa faz algo. É a força matriz por detrás das ações humanas

O que impulsiona a motivação?

Pode classificar a razão por detrás dos seus objetivos de duas maneiras:

- intrínseca
- extrínseca

Motivação intrínseca:

A motivação intrínseca refere-se à prossecução de um objetivo baseado em fatores internos, têm uma recompensa pessoal incorporada, sentimentos de prazer.

Alguns exemplos de motivação intrínseca incluem a mudança de hábitos para nos sentirmos mais saudáveis, a perseguição de um sonho de vida de nos tornarmos um artista, ou a construção de relações mais fortes e significativas com as pessoas.

Motivação extrínseca:

A motivação extrínseca relaciona-se com ações que prosseguimos com base em fatores externos. No caso da motivação extrínseca, o objetivo é atingir algum tipo de recompensa, como dinheiro, estatuto, ou bom desempenho. Alguns exemplos de objetivos de motivação extrínseca são procurar notas perfeitas na escola, atingir objetivos de vendas no trabalho, ou mudar a sua aparência para agradar a outras pessoas.

Dicas para encontrar a motivação

1. Simplificar para concentrar a sua energia
2. Dividir grandes objetivos em pequenos passos
3. Gerir as suas expectativas
4. Envolver-se com pessoas que o/a apoiam
5. Peça ajuda - e ofereça-a
6. Pratique a gratidão
7. Descansar o suficiente
8. Celebrar realizações

1. Simplificar para concentrar a sua energia

Criar uma vida de simplicidade em relação à auto motivação manterá as distrações à distância e evitará que se sinta sobrecarregado, especialmente durante os tempos de mudança. Em vez de tentar perseguir muitos objetivos ao mesmo tempo, escolha a sua área de concentração.

2. Dividir grandes objetivos em pequenos passos

A utilização de jogos no processo pode ajudar a seccionar um grande objetivo em tarefas exequíveis, para que possa celebrar os pequenos ganhos à medida que os atinge. Funciona bem

para tornar os grandes objetivos mais exequíveis.

3. Gerir as suas expectativas

Quando não se vê o progresso tão rapidamente como se espera, ou se se encontra um obstáculo nos seus planos, o sentimento de frustração é o primeiro passo para desistir. À medida que os obstáculos se acumulam, a frustração torna-se desespero, e pode dizer a si próprio/a: "Este objetivo não é alcançável".

O seu cérebro está constantemente a calcular se vale ou não a pena o esforço para continuar. É o processo no cérebro que mantém uma contagem decrescente da relação esforço-progresso em qualquer empreendimento. O seu trabalho ao manter-se motivado/a é encontrar formas de gerir o stress e a agitação emocional dos inevitáveis mergulhos - e continuar. Tem de acreditar em si próprio/a, e nas suas capacidades.

4. Envolver-se com pessoas que o/a apoiam

É fundamental termos à nossa volta pessoas que nos ajudem a manter o contacto com os nossos resultados desejados. As pessoas que têm um sistema de apoio significativo ou mesmo uma pessoa de apoio no seu círculo, saem-se melhor do que aquelas que o fazem sozinhas. Devemos ter pessoas que possam relacionar-se connosco, ver-nos, e apoiar-nos para nos mantermos positivos. Durante o jogo da vida, no qual perseguimos os nossos objetivos, as pessoas positivas podem ajudá-lo/ quando isto se torna difícil. Por outro lado, um ambiente sem apoio desencadeia angústia psicológica e física que descarrila o progresso para objetivos positivos.

5. Descansar o suficiente

Para manter a motivação forte, é necessário dar tempo para parar e reiniciar, especialmente em momentos de stress.

Cuidar de si próprio/a com pausas para relaxar e descansar ajudará a sustentar a motivação e a ser mais resilientes.

6. Celebrar realizações

Quando o trabalho árduo compensa, a pessoa merece celebrar e dar a si próprio/a algum crédito. Quando a pessoa tiver uma pequena vitória, ou alcançar um marco na viagem crucial,

essa pessoa se sinta deve-se sentir como uma superestrela. Isso pode significar que a pessoa pode tirar tempo para si próprio/a.

A mudança não acontece da noite para o dia, mas vale a pena!

Auto motivação: Manter motivação para atingir os objetivos

Atividade final: kahoot

1. Como define o conceito de equipa? (resposta correta: c)

o a. uma equipa é definida como um grupo de pessoas onde cada uma faz o seu próprio trabalho e onde a missão não é comum a todos os seus membros.

o b. uma equipa é definida como um grupo de pessoas em que cada uma executa a mesma tarefa, mas não partilha a mesma missão.

o c. uma equipa é definida como um grupo de indivíduos que trabalham todos juntos para um objetivo comum. Os indivíduos que constituem uma equipa devem idealmente ter objetivos comuns, objetivos comuns e

pensar menos nas mesmas linhas

o d. uma equipa é um grupo de pessoas, mas que não trabalham para objetivos comuns.

2. O que pode ser considerado fundamental para o conceito de formação de equipas? (resposta correta: b)

o a. a capacidade de pegar num grupo de indivíduos, com uma série de pontos fortes, e criar uma equipa é fundamental para a maioria dos conceitos de construção de equipas.

o b. fundamental para o conceito de formação de equipas é levar um grupo de pessoas e não tirar partido dos seus pontos fortes.

o c. o núcleo da maioria dos conceitos de construção de equipas é ter a capacidade de colocar os pontos fortes de um grupo de indivíduos que não se combinam com a equipa e os seus resultados.

o d. para conceitos de construção de equipas é importante não colocar indivíduos a trabalhar em conjunto.

3. O que é a Motivação? (resposta correta: c)

o a. a motivação não é um processo, a motivação não precisa de ser praticada.

- o b. a motivação não mantém os comportamentos orientados para os objetivos, é o que o leva a agir.
- o c. a motivação é o processo que inicia, orienta e mantém os comportamentos orientados para os objetivos. É o que o leva a agir.
- o d. a motivação ajuda-o na ação mas não o guia para os seus objetivos.
4. Uma equipa é definida como um grupo de pessoas que desempenham tarefas interdependentes para trabalhar, no sentido de cumprir uma missão comum ou um objetivo específico. (resposta correta: falso)
- Verdadeiro
 - Falso
5. Trabalhar com a sua equipa para construir um trabalho de grupo é fundamental para desenvolver uma equipa eficaz (resposta correta: verdadeiro)
- Verdadeiro
 - Falso
6. As competências de trabalho em equipa não são feitas de muitas outras competências transversais que se podem desenvolver ao longo do tempo (resposta correta: falso)
- Verdadeiro
 - Falso
7. A auto-motivação é a capacidade de se impulsionar a tomar a iniciativa e a ação para perseguir objetivos e completar tarefas (resposta correta: verdadeiro)
- Verdadeiro
 - Falso

MÓDULO IV - MARKETING E VENDAS

O marketing digital, também conhecido como marketing online, é um ramo de marketing onde as pessoas podem promover as suas marcas e encontrar e falar com potenciais clientes com a utilização da Internet e outras formas de comunicação digital.

A comunicação digital é como um canal de marketing que inclui;

1. Redes sociais
2. Email
3. Anúncio na web
4. Texto
5. Mensagens multimédia

Quais são as noções importantes do marketing digital?



Noções são as palavras que te ajudarão a compreender o que define o marketing digital

Quais são os benefícios do marketing digital?

A criação e promoção da sua marca através de um website irá ajudá-lo a descobrir oportunidades de mercado e a negociar internacionalmente por um pequeno custo.

- **Menor custo**

Em vez de utilizar abordagens de marketing tradicionais, uma campanha de marketing em linha bem planeada e adaptada pode atingir os clientes ideais, quase de graça.

- Resultados rastreáveis e mensuráveis

A análise da Web é a ferramenta para um empresário poder medir o tráfego da Web (quantos visitantes têm) no seu website. A utilização da análise da web e mais especificamente da análise do Google pode ajudá-lo a descobrir quão eficiente é a sua campanha de marketing online.

- **Personalização**

Pode receber visitantes com ofertas personalizadas sempre que estes cheguem ao seu website se a sua base de dados de clientes estiver ligada a ele. Quanto mais comprarem de si, melhor se desenvolverá o seu perfil de cliente e poderá promovê-los novamente de forma eficaz.

- **Abertura**

Ter redes sociais e geri-las corretamente pode ajudar a crescer a sua marca e construir uma boa reputação.

- **Moeda social**

O marketing digital facilita a criação de campanhas envolventes, utilizando técnicas de marketing de conteúdos. Através da partilha entre utilizadores e da expansão viral, este conteúdo (imagens, vídeos e artigos) pode criar moeda social. A moeda social é a vantagem de uma pessoa que a ajudará a ter sucesso nos canais sociais interativos.

O que é a presença online e o que são as redes sociais

O que é uma presença online?

A presença on-line é o aparecimento de meios digitais através de diferentes sistemas de pesquisa na Internet. Atualmente, ter uma presença online é extremamente importante para as empresas e pode ser tanto a presença de uma empresa como a de um indivíduo na Internet. Através da presença online, a marca será apresentada na web, em mercados, em redes sociais, e por correio eletrónico. A marca pessoal será representada online.

O que é a rede social?

A rede social é uma forma de comunicação baseada na Internet e vem em diferentes formas. Rede social pode ser um blog, um micro-blog, a wiki, ou um site de redes sociais. Pode também ser um site de partilha de fotos, mensagens instantâneas, site de partilha de vídeos, podcasts, widgets (aplicações), mundos virtuais, e muito mais.

Benefícios das redes sociais

Usar as redes sociais irá ajudá-lo/a a:

- Melhorar a sua marca
- Aprender coisas novas
- Ter o feedback dos seus/suas clientes
- Desenvolver conteúdos na web
- Comunicar com os/as seus/suas seguidores/as
- Criar uma rede bem-sucedida
- Desenvolver os seus interesses
- Partilhar informação
- Fazer contactos
- Tentar expandir o seu conhecimento num campo específico.

As plataformas das redes sociais

FACEBOOK

- O Facebook continua a ser a rede social mais popular
- Ostenta 1,79 biliões de utilizadores em todo o mundo
- 73% da população adulta da UE
- 1,66 biliões de utilizadores de telemóveis ativos

TWITTER

- O Twitter, apesar de lá fora ser indiscutivelmente a segunda plataforma mais conhecida, é o 4º a ser mais usado
- 230 milhões de utilizadores ativos
- Oferece 1 bilião de visitantes únicos a websites através de links integrados

INSTAGRAM

- A base de utilizadores Instagram está inclinada para uma população mais jovem
- Instagram tem uma taxa de adesão dos utilizadores de 4,21%, ultrapassando o Facebook e o Twitter
- 40 milhões de fotos são partilhadas diariamente no Instagram por um utilizador que está 75% fora da EUA

GOOGLE+

- Os utilizadores do GOOGLE+ são 67% masculinos
- A maioria está nos campos técnicos e de engenharia
- A idade média, surpreendentemente, é de 28 anos
- Embora a plataforma possua 2,2 mil milhões de perfis, apenas 4 milhões estão ativos

LINKEDIN

- 474 milhões de utilizadores
- 79% dos utilizadores do LinkedIn têm 35 anos ou mais, o que faz dela a plataforma mais antiga desta lista
- Os três setores dominantes na plataforma são elevados

Similaridades das plataformas das redes sociais

1. Audiovisuais: O uso de audiovisuais é essencial para obter mais envolvimento, independentemente da rede social em que é utilizado.
2. Comunicação: Todos os canais de comunicação social ajudam os empresários a comunicar com os seus seguidores, a fim de construir ligações.
3. Seguidores: Ter seguidores suficientes em todas as plataformas de redes sociais é importante. Esses seguidores são os potenciais compradores do produto que é partilhado e publicado através dos meios de comunicação social.

Criar um website para o seu negócio

O que é um Website?

Um website é uma coleção de páginas web ligadas. As pessoas visitam websites através de

computadores, telemóveis e televisões. Os sítios web são armazenados em computadores conhecidos como servidora web. Porque é que isto é essencial para o seu negócio?

Através do website:

- Cria reputação
- Pode usá-lo para fazer marketing da sua marca
- Pode ter 24 horas de serviço ao cliente
- As pessoas podem pedir mais depressa e mais facilmente

Quais os elementos que deverão ser incluídos no website?

- Navegação
- Design Gráfico
- Conteúdo
- Web Amigável (SEO – Search Engine Optimization)
- Interação
- Acessibilidade de Informação
- Know-how (saber-fazer)
- Marca
- Tempo de Retorno

Dicas e sugestões de como criar pots promocionais nas redes sociais

O principal objetivo deste tópico é fornecer dicas às participantes sobre como promover os seus produtos/serviços com base nos conteúdos, imagens e estrutura mais adequados.

O que é um post promovido e quais são os benefícios de um post promocional?

Um post promovido é uma forma de marketing online que assegura que os posts que pretende promover aparecem nos Feeds de Notícias de mais pessoas. As mensagens promovidas são uma forma fácil de aumentar o número de pessoas que vêm as suas mensagens no Facebook/Instagram. No setor das redes sociais, as mensagens promovidas estão relacionadas com anúncios originais ou conteúdos patrocinados.

Quais são os benefícios das redes sociais?

Os clientes podem fazer melhores julgamentos à medida que exploram, quando têm mais acesso às informações e atualizações da empresa, o que ajuda a fazê-lo:

- Interagir diretamente com os clientes locais.
- Melhorar a satisfação dos clientes fornecendo dados em tempo real.
- Promoção de vendas, descontos, eventos, notícias e ofertas.
- Partilha de vídeos e fotografias para interagir com os clientes.

Além disso, a afixação também é boa na medida em que o fará capaz de:

- Criar campanhas de marketing sem gastar muito dinheiro
- Tornar-se criativo
- Testar novas ideias de conteúdo para diferentes grupos-alvo
- Aumentar as hipóteses de obter o reconhecimento e a notoriedade da marca.
- Aumentar o conteúdo
- Recolher informação

O que é um plano de redes sociais e quais os seus benefícios

Um plano de redes sociais define os objetivos e como estes se enquadram numa estratégia de marketing completa. Pode ajudar os empresários a descobrir quem é o seu público-alvo, a que redes sociais se devem juntar, e que tipo de material criar e publicar.

Os benefícios de um plano de redes sociais são:

- Conhecer o público-alvo de modo a ser mais eficaz para o alcançar através do conteúdo das redes sociais
- Cingir-se a um orçamento
- Decidir os canais e plataformas de redes sociais para a criação de conteúdos
- Acompanhar as mais recentes tendências e tecnologia das redes sociais
- Realização de análises para avaliar se a estratégia de planeamento das redes sociais foi bem-sucedida
- Determinação do calendário e da regularidade dos meios e conteúdos que serão publicados e partilhados

Estabeleça um bom relacionamento com os seus/suas clientes

O que são relações com os/as clientes?

As relações com os clientes são o processo a nível da empresa de alimentar relações positivas com os seus clientes - a soma de todas as interações e experiências dos clientes.

Benefícios de se ter clientes leais:

- Os/As clientes são encorajados/as a voltar
- Os seus rendimentos aumentam
- Cria apoiantes de marca
- Tem uma defesa contra os concorrentes
- Recebe feedback útil

Como se constrói um relacionamento com os/as clientes

Quando está a tentar construir um bom relacionamento com os/as clientes precisa de:

- Foco na comunicação, assim o /a cliente sente-se importante e ouvido/a
- Seja mente aberta & positivo/a de forma que o/a seu/sua cliente seja capaz de confiar em si
- Compreender os objetivos do/a seu/sua cliente ajudará no desenvolvimento de um relacionamento baseado na confiança e respeito mútuo
- Desempenho melhor do que o esperado para ajudar a construir relações sólidas com os clientes
- Utilizar ferramentas de entrega para parecer mais profissional e também para proporcionar transparência e acompanhamento de projetos
- Desenvolver a apreciação
- Mantenha os seus limites, mas esteja atento a oportunidades de ir além e acima

Atividade final: kahoot

1. O que é que o Marketing tradicional inclui? (resposta correta: d)

- o a. conteúdos de marketing
- o b. o Google acrescenta
- o c. o banner acrescenta
- o d. meios de difusão

2. O que é que não deve ser incluído num website? (resposta correta: d)

- a. o banner adds animado
- b. grandes imagens
- c. links para conteúdos externos
- d. dados pessoais (Endereço, nº de telefone pessoal)

3. Construir um bom relacionamento com os clientes significa que: (resposta correta: a)

- a. a sua marca pode tornar-se mais conhecida
- b. arranjará mais amigos
- c. pode comunicar todo dia com eles
- d. nunca ficarão desapontados/as porque são seus/suas amigos/as

4. Marketing Digital dá a oportunidade aos/ás donos/as de um negócio expandirem a sua marca a nível global. (resposta correta: verdadeiro)

- Verdadeiro
- Falso

5. Usar tópicos modernos ajudará a tornar os conteúdos mais interessantes. (resposta correta: verdadeiro)

- Verdadeiro
- Falso

MÓDULO V - PERSONALIDADE DO EMPREENDEDOR SOCIAL

Ativando a mentalidade empreendedor a esocial das mulheres – descrição das soft skills

As soft skills incluem um conjunto de atributos e comportamentos pessoais que vão para além do seu conhecimento, tais como produtividade e perseverança que para além das suas capacidades técnicas e mensuráveis, que lhe permitem interagir eficaz e harmoniosamente com outras pessoas para ter sucesso no trabalho.



As soft skills são intuitivas, mas se não o forem, podem ser ensinadas, aprendidas, e devidamente aplicadas. Neste guia, escolhemos as competências "soft" mais frequentes necessárias para iniciar e reforçar a sua pequena empresa, que são o trabalho de equipa, a capacidade de negociação, a comunicação empresarial, a capacidade de criatividade, a capacidade de resolução de problemas, e a capacidade de pensamento inovador.

Porque é que é importante ter soft skills?

As soft skills são importantes para que um empresário atraia e retenha clientes. Além disso, boas competências transversais podem fazer de si um líder empresarial mais eficiente e eficaz. Boas competências transversais na prática permitem a uma empresa ou outra Comunicação, Criatividade, Liderança, Resolução de Problemas, Capacidade de Negociação e Pensamento Inovador o que leva organização maximizar a utilização dos seus recursos, desenvolvendo produtos mais rapidamente do que a concorrência ou reduzindo erros.

Como melhorar as suas soft skills

- Priorizar quais as competências a desenvolver

- Saír da sua zona de conforto
- Assumir um papel de liderança
- Juntar-se a aulas online
- Ter sempre vontade de aprender

Competências de comunicação

Descrição das competências de comunicação

Sempre que comunicamos, afetamos as pessoas com as quais estamos a comunicar. Por conseguinte, é muito importante decidir a reação específica que queremos. Em geral, a comunicação pode ser descrita como o processo de transmissão de informação, desde a pessoa que fornece a informação através de técnicas verbais e não verbais até às pessoas que a recebem.

É também explicada pela partilha de ideias, opiniões e informações.

A comunicação eficaz do nosso pensamento é essencial tanto para a nossa vida profissional como pessoal. Mesmo antes dos humanos descobrirem o discurso oral e escrito, utilizávamos os nossos corpos e gestos para comunicar e trabalhar com os outros e passar por desafios diários.

Modos de comunicação

A comunicação pode ser praticada de muitas formas. Em muitas ocasiões, utilizámos muitos modos combinados para comunicar. Hoje em dia, a comunicação também é feita no meio digital. Alguns dos modos de comunicação que podem ser implementados na sua start-up ou organização já bem estabelecida, são mostrados abaixo. Conseguir que outros prestem constantemente atenção e se envolvam completamente connosco e a nossa mensagem, é crucial para que a comunicação estratégica seja eficaz.



Competências de Criatividade

Descrição das competências de criatividade

A criatividade implica pensar fora da caixa, combinar recursos de formas inovadoras e apresentar ideias ou soluções que outros podem não ver (Amabile et al., 2018). A criatividade define alguém que tem discernimento, imaginação, tende a questionar-se sobre cada processo interno e está habituado a ver a vida quotidiana através de aspetos em constante mudança. É a força mental para ver soluções e possibilidades onde poucas pessoas veem, e depois agir de forma inovadora. A criatividade é a capacidade de encontrar mais respostas válidas possíveis para a mesma questão, descobrir novas técnicas para lidar com as questões e determinar o seu próprio caminho que conduz à eficácia. A divergência como pensamento criativo, significa o processo de construir e comunicar conexões permitindo a alguém criar e pensar em muitas possibilidades e métodos alternativos a partir de diferentes pontos de vista.

Maneiras de melhorar as suas competências de criatividade

Há inúmeras maneiras de se ajudar a si próprio/a a apresentar mais ideias criativas e eventualmente a resolver o seu problema, mas por vezes tem de se forçar a descobrir maneiras novas e únicas de recuperar a sua criatividade (Tamara & Carl, 2017).

- Reunir Novas Ideias e Recursos (Brainstorming)
- Mudar Pensamentos Negativos para um Conjunto de Pensamentos Positivos
- Clarifique os seus valores
- Aceitar críticas construtivas

Benefícios em ser-se criativo/a no negócio



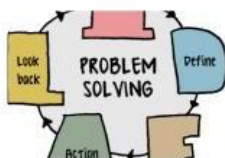
A criatividade constrói melhores equipas de trabalho



Reduz o stress no local de trabalho



Os locais de trabalho criativos são mais propensos a atrair e reter empregados



Permite uma melhor resolução de problemas



Faz empregados/as mais motivados/as

Competências de liderança

Descrição das competências de Liderança

Uma grande liderança é de facto essencial para qualquer empresa que procure grande sucesso, especialmente em tempos difíceis. É quase impossível para as empresas crescerem e expandirem-se num mercado em constante mudança sem uma liderança eficaz.

Como ser um /a Líder excelente

Um/a bom/boa líder fará sobressair o melhor das pessoas à sua volta. Com bons exemplos de liderança, deverá esforçar-se por ser empreendedor/a.

- Partilhe as suas ideias
- Lidar com as Mudanças
- Uma Visão para o Futuro
- Fique à-vontade com o fracasso
- Adaptabilidade

Competências de resolução de problemas

Competências de Resolução de Problemas

As competências de resolução de problemas são um conjunto de competências que permitem identificar um problema, lidar com a ambiguidade, acolher a mudança e resolvê-lo da forma mais eficiente possível (Mourtos, Okamoto, & Rhee, 2004). Pode ser melhorado ao familiarizar-se com problemas comuns no seu setor e aprender com os colegas mais experientes. Como aprendeu, os empreendedores frequentemente visualizam uma lacuna de oportunidade ou a diferença entre o que existe e o que poderia existir. A resolução de problemas empreendedores é o processo de fechar essa lacuna por meio do uso de inovação e soluções criativas para problemas sociais, comerciais ou tecnológicos (Todeschini, Cortimiglia, Callegaro-de-Menezes, & Ghezzi, 2017). Problemas pessoais às vezes podem levar a oportunidades empreendedoras se forem validados no mercado. O empreendedor vislumbra preencher a lacuna com uma solução inovadora, que pode incluir uma revisão do produto ou o desenvolvimento de um produto totalmente novo.

Algumas das habilidades-chave para a resolução de problemas

Eles são capazes de ver um problema, visualizar uma possível solução e procurar uma solução.

Os solucionadores de problemas teóricos percebem um problema e começam a considerar uma solução baseada numa teoria. Os solucionadores de problemas que são teóricos, são metódicos e orientados para o processo. Quando o tempo é essencial, os empreendedores devem reconhecer que a experimentação constante retarda o processo de solução de problemas. Não existe uma maneira certa ou errada de resolver um problema; cada solucionador de problemas deve confiar nos instintos que melhor impulsionam a inovação.

Competências de negociação

Descrição de competências de negociação

Negociar requer dar e receber. Deve esforçar-se por criar um compromisso respeitoso e construtivo que beneficie ambas as partes. Uma negociação bem-sucedida é aquela em que se pode fazer pequenas concessões enquanto se dá à outra parte algo que é muito importante para ela. Independentemente das diferenças nos interesses das partes, a sua abordagem deve fomentar a boa vontade para trazer satisfação a ambas as partes comerciais. A estratégia escolhida será determinada sobre com quem está a negociar e a natureza da relação que tem com elas através de vários fatores, tais como atos de reciprocidade, estabelecendo confiança e reforçando objetivos partilhados (Schneider, 2012).

Benefícios de boas competências de negociação

Boas negociações contribuem significativamente para pequenos negócios, pois elas:

- Ajudam-no a construir melhores relações;
- Oferecer soluções duradouras e de qualidade - mais do que más soluções a curto prazo que não satisfaçam as necessidades de nenhuma das partes
- Ajuda-o a evitar conflitos e problemas futuros.

Estratégias para negociação

Compreender os interesses e táticas da outra parte é parte integrante de uma boa negociação. Escolher uma estratégia que melhor responda aos seus interesses e táticas comerciais ajudá-lo-á a alcançar o melhor resultado que necessita e deseja. Algumas das diferentes estratégias de negociação para as pequenas empresas:

- Resolução de problemas – ambas as partes comprometem-se a examinar e discutir de

perto as questões quando celebram acordos a longo prazo que merecem uma análise cuidadosa;

- Levar - persuadir o seu parceiro de negociação a aceitar o seu resultado se estiver a regatear em negociações pontuais ou por "vitórias" importantes;
- Rendimento - desistir de um ponto que não é importante para si mas que é importante para a outra parte; útil nas negociações em curso;
- Ser culto e adaptar-se às estratégias de negociação - Fazer alguma pesquisa sobre o outro e sobre a outra parte e estar familiarizado com as estratégias de negociação. Ambas as partes renunciam aos seus resultados ideais, conformando-se com um resultado que seja moderadamente satisfatório para cada participante;
- Ser paciente - ganhar tempo para pensar na proposta, recolher mais informações ou decidir as suas próximas táticas. Todas as partes devem investir muito tempo, energia, empenho pessoal e espiritual e outros recursos para garantir o melhor resultado possível (Hamilton, 2008).

Pensamento inovador

Descrição do pensamento inovador

O pensamento inovador produz resultados que mudam ou desafiam o status quo. No local de trabalho, isto significa procurar formas de pensar de forma diferente para produzir melhores práticas empresariais, tanto para os empregados como para os clientes. O pensamento inovador é, portanto, uma competência crucial para os indivíduos que querem permanecer competitivos no mercado. Mas é também vital para empresas e organizações (Root-Bernstein & Root-Bernstein, 2003).

Desenvolver Competências de Pensamento Inovador

- Combinar Duas Ideias Diferentes
- Realizar Muitas Ideias
- Recolher e Gerir as Suas Ideias

Capacidade de pensamento inovador no local de trabalho

Brainstorming de ideias inovadoras pode ajudar a aumentar a sua capacidade de pensamento inovador para atingir objetivos. Empresários que inovam são valorizados pela sua busca proativa

de iniciativas que melhoram a eficiência e introduzem novas ofertas aos clientes. Através do pensamento inovador, muitas vezes, energiza o bom ambiente de trabalho. Sempre que tiver ideias novas e inovadoras, tente partilhar com alguém que o possa ajudar.

Nunca perca uma oportunidade de partilhar as suas ideias inovadoras. Tente aprender e incorporar novas competências. A aprendizagem ajuda ao pensamento inovador e quando põe o conhecimento em prática experimentando novas competências, mostra que está a inovar os seus próprios processos de trabalho.

Atividade final: kahoot

1. As competências transversais ou soft skills são: (resposta correta: c)
 - o a. habilidades relacionadas com os nossos diplomas e habilitações
 - o b. habilidades relacionadas com a nossa capacidade de calcular
 - o c. competências relacionadas com a competência pessoal
 - o d. habilidades relacionadas com a nossa saúde física

2. O pensamento crítico exige: (resposta correta: a)
 - o a. lógica e inteligência emocional
 - o b. lógica pura
 - o c. instinto
 - o d. assumir riscos

3. O primeiro passo para a resolução de problemas é: (resposta correta: c)
 - o a. o primeiro passo para a resolução de problemas é:
 - o b. recolha de dados
 - o c. encontrar o cerne da questão
 - o d. encontrar uma solução

4. Um líder de sucesso é alguém que: (resposta correta: c)
 - o a. influencia as massas
 - o b. nunca falha
 - o c. é responsável pelos seus erros
 - o d. é forte e rígido

5. Dar o exemplo é a característica de um/uma...: (resposta correta: c)
- a. uma pessoa empática
 - b. um/a gestor/a de alto desempenho
 - c. um líder eficiente
 - d. cultured person
6. A cooperação baseia-se em grande parte em: (resposta correta: a)
- a. controlar o nosso ego
 - b. ser tímido
 - c. não ser empático
 - d. ser uma equipa de sucesso
7. A comunicação só é conseguida através da fala. (resposta correta: falso)
- Verdadeiro
 - Falso
8. A negociação conduz sempre a um resultado vantajoso para ambas as partes. (resposta correta: falso)
- Verdadeiro
 - Falso
9. Brainstorming aumenta a criatividade. (resposta correta: verdadeiro)
- Verdadeiro
 - Falso
10. A liderança é uma habilidade complicada. (resposta correta: verdadeiro)
- Verdadeiro
 - Falso

Atividades

Título da Atividade	Brainstorming
Tempo indicado	15 Minutos
Objetivos	<p>O objetivo deste tópico é compreender como trabalhar numa ideia de negócio original, através da metodologia do brainstorming.</p> <p>Os objetivos específicos são os seguintes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dar corpo a ideias e opiniões entre as pessoas que estão envolvidas, para que possam ter uma ideia empreendedora. - Estimular um processo criativo. - Estimular uma troca de ideias.
Resultados da aprendizagem	<ul style="list-style-type: none"> - Adquirir ideias e opiniões - Ter um processo criativo - Ter uma troca de ideias
Descrição da atividade	Após a aula teórica, será realizada uma simulação de Brainstorming envolvendo todas as alunas. Todas as alunas simularão ser todas membros de uma grande empresa que gostaria de renovar a sua própria identidade, escolhendo um novo nome para a sua marca.
Metodologia - passos	<p>Para implementar esta atividade, o/a mediador/a deve introduzir os seguintes passos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - O significado de Brainstorming - Os objetivos do Brainstorming - Como aplicar a metodologia do Brainstorming
Materiais necessários para a atividade	Quadro Preto, Quadro digital ou post-it
Fontes/Ferramentas	Site: act4woman

Título da Atividade	Brainstorming
Tempo indicado	10 minutos
Objetivos	<p>O objetivo deste tópico é compreender o que as alunas sabem sobre o negócio, através da metodologia do brainstorming.</p> <p>Os objetivos específicos são os seguintes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dar corpo a ideias e opiniões entre as pessoas que estão envolvidas, para que possam ter uma ideia empreendedora. - Estimular um processo criativo. - Estimular uma troca de ideias.
Resultados da aprendizagem	<ul style="list-style-type: none"> - Adquirir ideias e opiniões - Ter um processo criativo - Ter uma troca de ideias
Descrição da atividade	Antes da aula teórica, será realizada uma simulação de Brainstorming envolvendo todas as alunas. Irá ser realizada uma pergunta às alunas: "o que preciso para começar um negócio?", em que cada pessoa irá colocar uma palavra num post-it e colar numa cartolina
Metodologia - passos	<p>Para implementar esta atividade, o/a mediador/a deve introduzir os seguintes passos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - O significado de Brainstorming - Os objetivos do Brainstorming - Como aplicar a metodologia do Brainstorming
Materiais necessários para a atividade	Post-it, caneta, cartolina
Fontes/Ferramentas	Site: act4woman

Título da Atividade	Marketing e Vendas - Marketing digital e a sua importância
Tempo indicado	15 minutos
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> - Identificar os benefícios e riscos do marketing digital - Perceber as diferenças com o marketing tradicional - Compreender a importância do aspeto digital no que diz respeito ao marketing
Resultados da aprendizagem	<ul style="list-style-type: none"> - Perceber as diferenças entre o marketing tradicional e o marketing digital - Aprender os benefícios e os riscos do marketing digital
Descrição da atividade	Depois de assistir ao vídeo terá de dar a sua opinião sobre joey e Johnny. Acredita que Johnny alguma vez terá sucesso utilizando este tipo de marketing? Sim, Não e porque pensa que sim?
Metodologia - passos	<p>Para implementar esta atividade o facilitador deverá introduzir os passos seguintes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aprender a definição de marketing digital e comunicação digital - Aprender acerca das noções importantes do marketing digital - Aprender os benefícios do marketing digital - Aprender os riscos do marketing digital
Materiais necessários para a atividade	https://www.youtube.com/watch?v=d4aijRjFQg4 Computador, internet
Fontes/Ferramentas	Site: act4woman

Título da Atividade	Marketing e vendas - Estabelecer um bom relacionamento com os clientes
Tempo indicado	20 minutos
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> - Estabelecer bons serviços ao cliente - Manter boas relações com os clientes
Resultados da aprendizagem	<ul style="list-style-type: none"> - Aprender os benefícios de se ter clientes leais - Aprender como construir uma boa relação com eles - Aprender como identificar e lidar com clientes insatisfeitos - Aprender a estar pronto/a para resolver os seus problemas
Descrição da atividade	As participantes terão que ler o problema que lhe foi dado e tentar refletir acerca do que terão de fazer o resolver. Terão de partilhar as suas respostas com o resto da turma usando a aplicação padlet.
Metodologia - passos	<p>Para implementar esta atividade o facilitador deverá introduzir os passos seguintes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - O que são relações com os clientes? - Quais são os benefícios de ter clientes fiéis? - Como construir uma boa relação com os clientes - Como identificar clientes desapontados - Como lidar com clientes desiludidos
Materiais necessários para a atividade	Problema: A empresa é de difícil acesso para os clientes "Precisava de ajuda, por isso abri a aplicação, mas não havia uma forma de enviar mensagens ao serviço de atendimento ao cliente. Por isso, tive de procurar outra forma de os contactar, e demorou uma eternidade. Era quase como se eles não quisessem que eu falasse com eles"
Fontes/Ferramentas	https://www.helpscout.com/blog/customer-relations/#:~:text=for%20your%20business-,What%20is%20customer%20relations%3F,all%20customer%20interactions%20and%20experiences https://www.youtube.com/watch?v=ho05ZdKl2qE

Título da Atividade	Modelos de Negócios Sociais
Tempo indicado	20 minutos
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> - Compreender a utilidade das ferramentas digitais para a modelação de negócios - Compreender a lógica das diferentes ferramentas digitais de modelação de negócios. - Compreender a utilidade do Canva.com na modelação de negócios
Resultados da aprendizagem	<p>Para conhecer as ferramentas digitais mais populares para a modelação de negócios como www.canvanizer.com</p> <ul style="list-style-type: none"> - Saber onde procurar ferramentas sociais digitais para modelação empresarial - Para saber como utilizar o Canva.com
Descrição da atividade	<p>Apresentar às participantes as ferramentas digitais de modelação de negócios sociais:</p> <p>Realizar um trabalho no Canva</p>
Metodologia - passos	<p>Para implementar esta atividade, o facilitador deve e<introduzir os seguintes passos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Explicar e mostrar como usar Canvas.com
Materiais necessários para a atividade	Computador, internet
Fontes/Ferramentas	Site: Act4woman