

CADERNO DE TENDÊNCIAS

1. Tema

Design

2. Subtema

Design de Serviços

3. Categoria de serviço

Acesso a Serviços de Terceiros

4. Tipo de serviço / instrumento

Consultoria Tecnológica / Acesso a Serviço Tecnológico

5. Modalidade

Presencial e/ou a distância

6. Público alvo

MEI, ME e EPP

7. Setor indicado

Agronegócio, Comércio, Indústria e Serviços

8. Macrosssegmento

-

9. Descrição

ETAPA 01 | ALINHAMENTO DA PROPOSTA

- Realização do *briefing* do trabalho com cliente;
- Definição do objetivo da pesquisa de tendências;
- Identificação e definição de áreas a serem pesquisadas

ENTREGA ETAPA 01: Documento contendo os responsáveis pela prestação do serviço, o escopo do serviço, o plano de ação com o cronograma das atividades e outros aspectos acordados entre as partes, assinado pela Empresa Demandante.

ETAPA 02 | DESENVOLVIMENTO

Exploração de Dados

- Contextualização do negócio perante novos desenvolvimentos/cenários em política, mercado, ciência e tecnologia, entre outros;
- Identificação e documentação de palavras relacionadas às ideias chaves do negócio e suas derivações.
- Metodologia (Netnografia):
 - * Identificação de ideias chaves ligadas à área estudada;
 - * Revisão de ideias chaves e links com novas descobertas;
 - * Identificação de opiniões e apostas de especialistas ligados à área;
 - * Construção de mapa mental, a partir de padrões que estiverem emergindo e/ou sendo identificados, realizando o link com palavras chaves;
 - * Realização de segunda rodada de pesquisas, com coleta de informações mais aprofundadas e dados necessários; e
 - * Análise 360 graus e *backup* de sua previsão de tendências, com fatos e inteligência, bem como intuição.

Identificação das Personas e Tendências

A pesquisa é editada em temas-chave e cuidadosamente analisada. Isso formará o conjunto de macros e micros tendências, dependendo de quão à frente do tempo a predição é definida no escopo do *briefing* desse tipo de atendimento. Estes são os condutores que irão influenciar o negócio e o mercado, no período de 1 a 2 anos de antecedência – esse prazo pode ser ainda maior, dependendo do segmento e fatores de mercado analisados.

- Metodologia (Netnografia):
 - * Identificação de personas (combinação de características, com dados demográficos, estilo de vida, atitudes e comportamentos do cliente ideal);
 - * Agrupamento de conteúdo (fatos, dados e visuais) em conceitos-chave, de forma coerente, respeitando o ponto de vista e mensagem de forma consistente; e
 - * Organização de créditos e fontes de pesquisa.

Elaboração de Insights para o Cliente

Avaliação da direção do produto/serviço, a partir da necessidade do cliente/público, entregando um direcionamento de tendência acionável. A partir de insights e orientações deverá ser demonstrado como as tendências podem ser aplicadas ao negócio, visando auxiliar na alavancagem da competitividade e na melhoria do relacionamento com os clientes.

- Metodologia (direcionadores):
 - * Quais os principais produtos/pontos de contato abordados?
 - * Que problema(s) está(ão) sendo resolvido(s) para seu cliente/público?
 - * Qual é a preferência sazonal ou a relevância temporal?
 - * Quais as oportunidades de diferenciação e/ou paridade?

- * Quais são as principais categorias de produtos/serviços?
- * Quais são as oportunidades?
- * Quais são as oportunidades de inovação?

ENTREGA ETAPA 02: Organização das informações de forma visual para melhor entendimento, visando apresentar, de maneira criativa, todo o conteúdo de inteligência elaborado com documento validado pelo cliente.

ETAPA 03 | CADERNO DE TENDÊNCIAS

Diagramação do caderno de tendências contendo Contextualização, Pulso, Personas, Tendências e Insights.

ENTREGA ETAPA 03: Caderno de tendências em meio físico e/ou digital e Relatório final em meio físico impresso e digital assinado.

10. Benefícios e resultados esperados

1. Identificar e apresentar, de maneira criativa, as macro e micro tendências que podem impactar o mercado e o negócio onde o cliente está inserido, apontando a contextualização do ambiente, as personas (identificação do perfil de cliente ideal), tendências do mercado e os insights (ideias) para auxiliar na alavancagem da competitividade do negócio e na melhoria do relacionamento com os clientes.
2. Ajudar no conhecimento e melhor compreensão do perfil de clientes do negócio, bem como saber quais as tendências comportamentais da sociedade. As mudanças comportamentais são captadas, interpretadas e comunicadas de uma forma que a empresa consiga melhor desenvolver seus processos, produtos e serviços, através dos insights oferecidos ao final da consultoria. Esses insights direcionarão os processos de inovação da empresa, maximizando a probabilidade de retorno sobre os investimentos e sua alavancagem de mercado, ao criar conceito, antecipar as mudanças sinalizadas, inspirar a criação de novos modelos de negócios, produtos e serviços.

11. Estrutura e materiais necessários

-

12. Responsabilidade da empresa demandante

1. Aprovar a proposta do Sebrae, valores e condições de pagamento;
2. Conhecer e validar a proposta de trabalho, o escopo das etapas e as entregas do prestador de serviço;
3. Disponibilizar agenda prévia para visitas, reuniões e atividades propostas pelo prestador de serviço.

4. Fornecer informações técnicas sobre os processos, produtos ou serviços ao prestador de serviço para o desenvolvimento do trabalho;
5. Acompanhar o prestador de serviço em visita(s) técnica(s) aos espaços físicos, se previsto no escopo do trabalho;
6. Avaliar o serviço prestado.

13. Responsabilidade da prestadora de serviço

1. Realizar reunião para alinhamento e apresentação das atividades previstas;
2. Analisar a demanda e as informações fornecidas pela empresa;
3. Elaborar proposta, escopo de trabalho, cronograma das etapas do projeto, agenda de reuniões e atividades, sendo necessário validar com a Empresa Demandante;
4. Fornecer as entregas previstas, validadas pela empresa demandante, ao Sebrae;
5. Cumprir com as obrigações previstas no Regulamento do Sebraetec e Edital Estadual.

14. Perfil desejado da prestadora de serviço

Corpo técnico formado por profissionais com experiência e conhecimento sobre técnicas e ferramentas de Design Estratégico, Marketing e sua aplicabilidade.

15. Pré-diagnóstico

-

16. Observações

1. Na impossibilidade desta ficha técnica ser aplicada presencialmente, ela poderá ser aplicada de forma remota (ferramentas de videoconferência, ligações telefônicas, aplicativos de mensagens e/ou e-mails). No momento da contratação a empresa demandante deverá ser comunicada que parte do serviço ou a integralidade dele, quando aplicável, acontecerá de forma remota. Além disso, o alinhamento do formato do atendimento deve ser feito na Etapa 01 entre a empresa demandante e a prestadora de serviço tecnológico;
2. Na impossibilidade de as entregas serem assinadas fisicamente pela empresa demandante, elas poderão ser validadas via assinatura digital, aceite eletrônico ou e-mail, em que a empresa demandante deverá manifestar o aceite e encaminhar para a prestadora de serviço tecnológico, e esta deverá incluir o comprovante de validação da empresa demandante nas entregas para o registro do atendimento;
3. O caderno de tendências poderá conter tabelas, gráficos, infográficos, referências de imagens, dados de estudos, sempre a depender o conteúdo encontrado;

4. Cabe ao empresário aplicar as informações recebidas e transformá-las em planos e estratégias para empresa utilizando outras soluções;
5. A pesquisa de tendências é uma solução de inteligência competitiva que oferece informação qualificada para o cliente. Ela é utilizada como ferramenta para projetar o comportamento do mercado e dos consumidores no futuro, e é usada como base para tomadas de decisão de longo, médio e curto prazo dentro das empresas, principalmente na definição das estratégias. O comportamento e a opinião das pessoas acerca de um tópico específico são analisados e assim as tendências potenciais identificadas. A interpretação desse tipo de pesquisa permite apontar macros e micros tendências, que irão gerar insights valiosos sobre o comportamento de mercado e da empresa;
6. A demanda poderá ser focando no mercado nacional ou internacional;
7. O caderno de tendência gera insights para o cliente, mas não desenvolve modelos de negócios, planos, nem estratégias de negócios e marketing;
8. A “netnografia” é um processo metodológico, no qual as pesquisas ocorrem no âmbito da internet;
9. O termo “pulso” é utilizado no sentido de análise das palavras-chaves baseadas nos últimos 12 meses, com isso é verificado a recorrência destas buscas e a partir disso verificado o número de pessoas interessadas em cada palavra de acordo com o período do ano.

HISTÓRICO DE ALTERAÇÕES			
Versão	Data	Link	Responsável
1	24/04/2019	https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/04/Caderno-de-Tendências-DS24003-1.pdf	
2	16/09/2019	https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/09/Caderno-de-Tendências-DS24003-2.pdf	Marijara Leal
3	13/04/2020	https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2020/04/Caderno-de-Tendências-DS24003-3.pdf	Coordenação Sebraetec