

ENVOLP

# INTELIGÊNCIA DE MERCADO

Decisões rápidas e estratégicas para desenvolver produtos de sucesso.

# CENÁRIO ATUAL DO MERCADO



ALTA  
COMPETITIVIDADE



CONSUMIDOR  
CRITERIOSO



LOGÍSTICA MAIS  
EFICIENTE



Baixo tempo de  
desenvolvimentos



Necessidade de recursos

**NV**



Controle de gastos e  
eficiência operacional

Gostaria de aumentar seu portfólio de produtos mas não consegue?

Deseja descobrir porque seu time comercial não está vendendo tanto?

Já pensou em buscar recursos externos para financiar seus projetos novos?

Quer receber incentivo fiscal do governo para ganhar folego no seu setor de P&D?

Você já sofreu com produtos que sua empresa lançou e não obtiveram o sucesso planejado?

Gostaria de ter um estoque mais enxuto?

Já pensou em prever a quantidade de demanda que terá nos próximos meses?

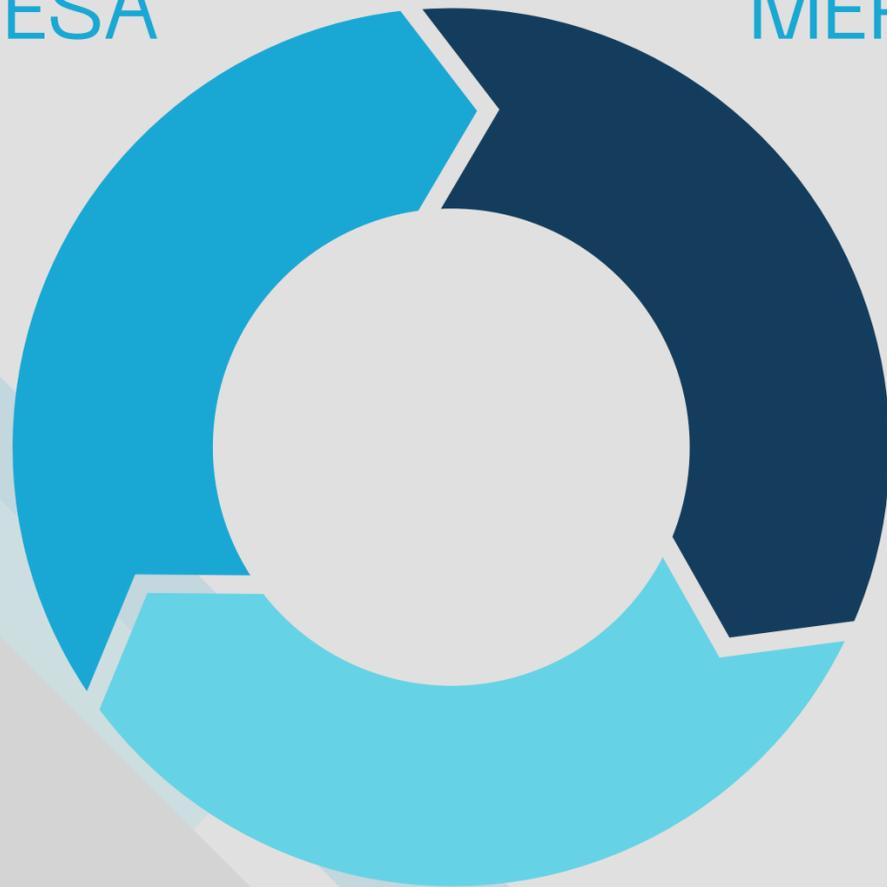


# METODOLOGIA

EMPRESA

MERCADO

CLIENTE



# NV



## MERCADO

Entender os consumos, concorrentes, tamanho do mercado, desafios e possibilidades faz que seja possível identificar caminhos a serem percorridos.



## CLIENTE

Compreender o perfil de consumo, dores, desejos e motivações que levam o cliente a utilizar algum produto podem ajudar na tomada de decisão.



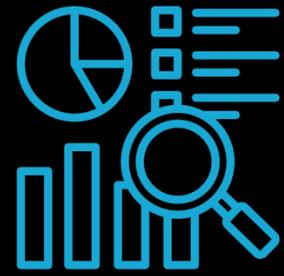
## EMPRESA

Averiguar a estrutura da empresa, estratégias de vendas, marketing e dados comerciais podem ajudar em uma análise para novos desenvolvimentos, assim como a captação de recursos e financiamentos.

# MERCADO



NV



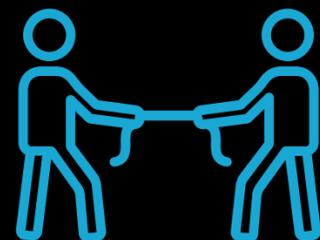
ESTUDO DE MERCADO



ANÁLISE PATENTES



ANÁLISE TENDÊNCIAS



ESTUDO CONCORRÊNCIA

# ESTUDO DO MERCADO

## ANALISE DE VIABILIDADE

Realização de um trabalho investigativo para entender o mercado que se deseja entrar, quais serão as possibilidades de inserção, potencial de vendas e características que esse mercado possui, vendo então se há viabilidade ou não de entrar neste mercado.

## REVISÃO

Avaliação da bibliografia referente ao produto/mercado, busca por estudos acadêmicos, literatura e dados referentes ao segmento e produto. Realização avaliações do mercado exterior e avaliação de similaridades e tendências.

## DEFINIÇÃO DE PROBLEMAS E OBJETIVOS

Análise da problemática que o produto busca resolver e definição do restante das etapas de pesquisa com clientes e testes a serem feitos.

NV



# PATENTES

## PESQUISA

Busca de patentes no banco de dados do INPI e internacionalmente.

## REVISÃO/AJUSTES

Melhorias na escrita e na maneira construtiva de uma patente para aumentar as chances de receber a concessão.

## ANÁLISE DE INFRAÇÃO

Validação se o produto desejado não possui nenhuma infração com outras patentes.

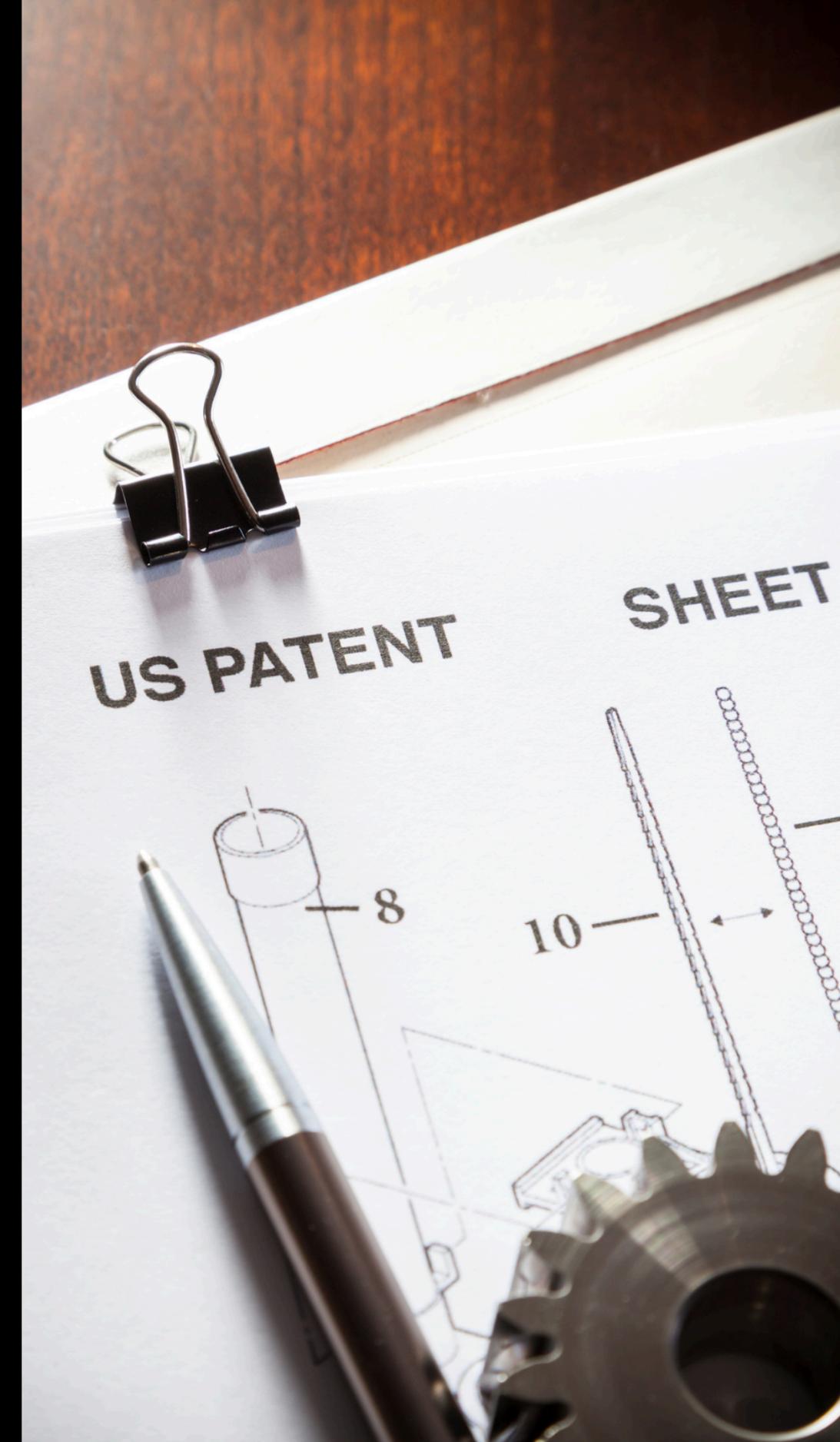
## ANÁLISE DE PATENTEABILIDADE

Identificar se um produto é uma inovação e possui possibilidade de patentear.

## PESQUISA PARA CONTESTAÇÃO

Realizamos pesquisas para contestação de patente registrada.

NV



# ANALISE DE TENDÊNCIAS

## PERFIL DE CONSUMO

Realizamos uma pesquisa referente ao perfil de consumo naquele segmento para identificar padrões.

## MERCADO X CLIENTE X CONCORRENTES

Análise do comportamento e estratégias de mercado em relação ao consumidor

## PROJEÇÕES

A partir dos dados de perfil de consumo e dos comportamentos atuais dos clientes e mercado, fazemos uma projeção do que poderá ser o futuro daquele produto em quesitos de engenharia e funcionamento.

NV



# CONCORRÊNCIA

## PEQUISA

Pesquisa de concorrentes do segmento e seus produtos.

## ANÁLISE DE ENGENHARIA

Estudamos cada parte do produto para extrair aspectos de engenharia que eles possuem e extraímos dados de custos e processos que englobam.

## RELAÇÃO COM CONSUMIDOR

Pesquisa para entender como o cliente vê o concorrente e como se relacionam.

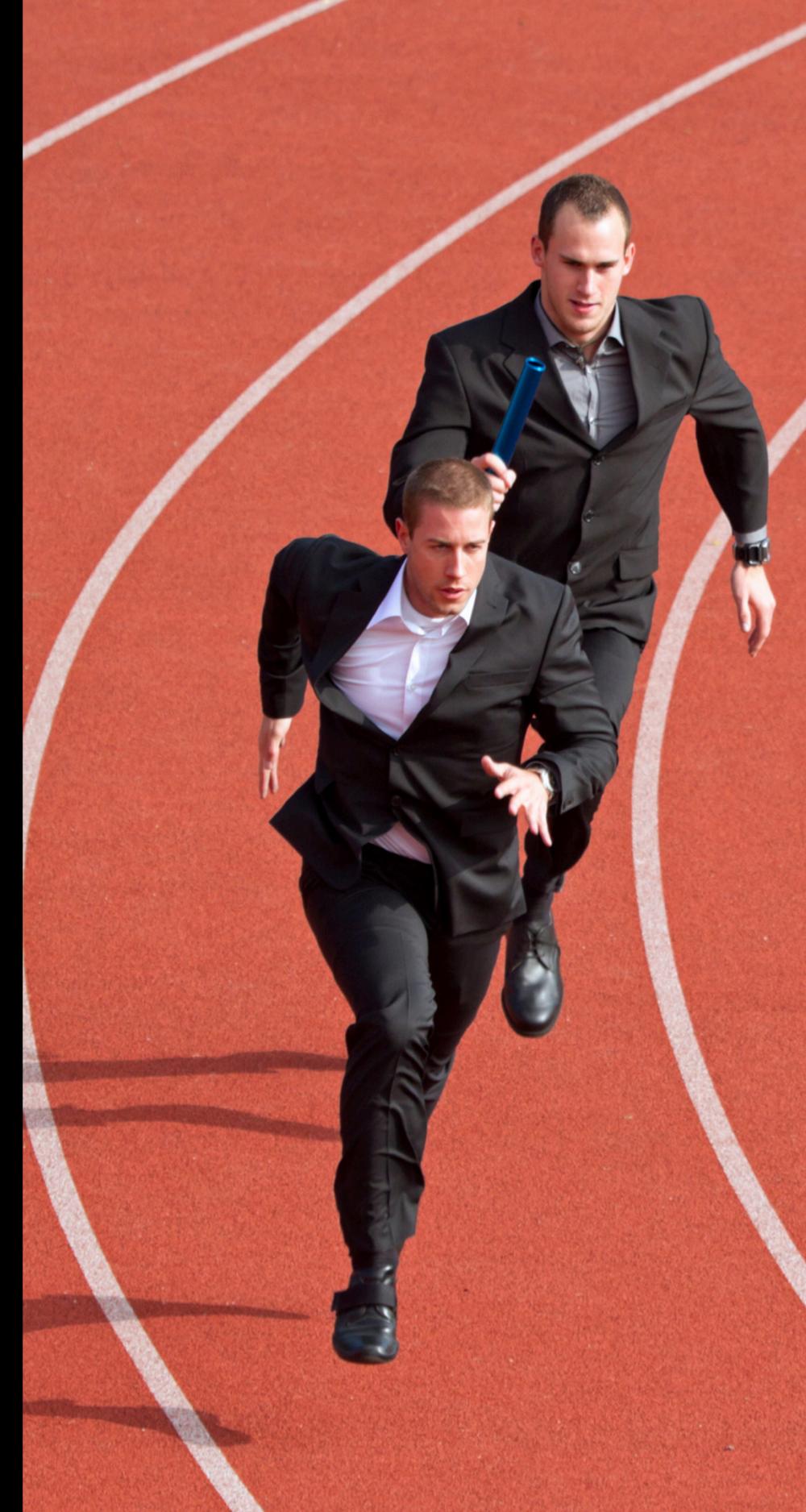
## ESTRATÉGIA

Identificar como o concorrente se comunica e posiciona.

## BENEFÍCIOS X PONTOS NEGATIVOS

Avaliamos os prós e contras do produto para identificar pontos bons e ruins.

NV





PERFIL CLIENTE



PERFIL CONSUMO



PESQUISA INFORMACIONAL

CLIENTE



NV

# PERFIL CLIENTE

## USUÁRIO

Compreender qual a idade, sexo e perfil deste usuário.

## GEOGRAFIA

Entender as regiões dos clientes e suas necessidades.

## HABITOS E COMPORTAMENTOS

Compreender os hábitos e rotinas do cliente.



NV

# PERFIL CONSUMO

## RECORRÊNCIA

Se há recorrência de compra ou sazonalidade.

## DESEJOS

Compreender quando e porque compram.

## CUSTOS

Entender a relação preço x consumo.

## COMPORTAMENTO

Compreender o comportamento que leva o cliente a comprar e deixar de consumir.

INV



# PESQUISA

## QUALITATIVA

Realização de um estudo qualitativo sobre os desejos dos consumidores.

## QUANTITATIVA

Pesquisa quantitativa para mencionar os desejos e requisitos de um produto.

## GRUPOS FOCAIS

Avaliação e discussão com grupos focais para coleta de dados.

## ANTROPOLOGIA DE PRODUTO

inserção na experiência de usuário, tanto olhando de fora quanto como consumidor para identificar dores e comportamentos.

NV



# EMPRESA



NV



PREVISÃO DE DEMANDAS



DIAGNÓSTICO COMERCIAL



GESTÃO DE PORTFÓLIO



CAPTAÇÃO DE RECURSOS

# PREVISÃO DE DEMANDAS

## PROJEÇÕES DE VENDAS

Projeções na quantidade de vendas que serão realizadas nos meses seguintes a partir de IA e informações de mercado.

## CICLO DE VIDA

Análise do ciclo de vida dos produtos da empresa a partir dos dados anteriores deles e com base nas previsões futuras.

## PREVISIBILIDADE DE ESTOQUE

Estimativas de estoque mínimo e máximo necessário.

NV

\*Software by ENVOLP

Vendas Totais (Mês)



\$ 125.8K

2024

+2.1% vs Mar

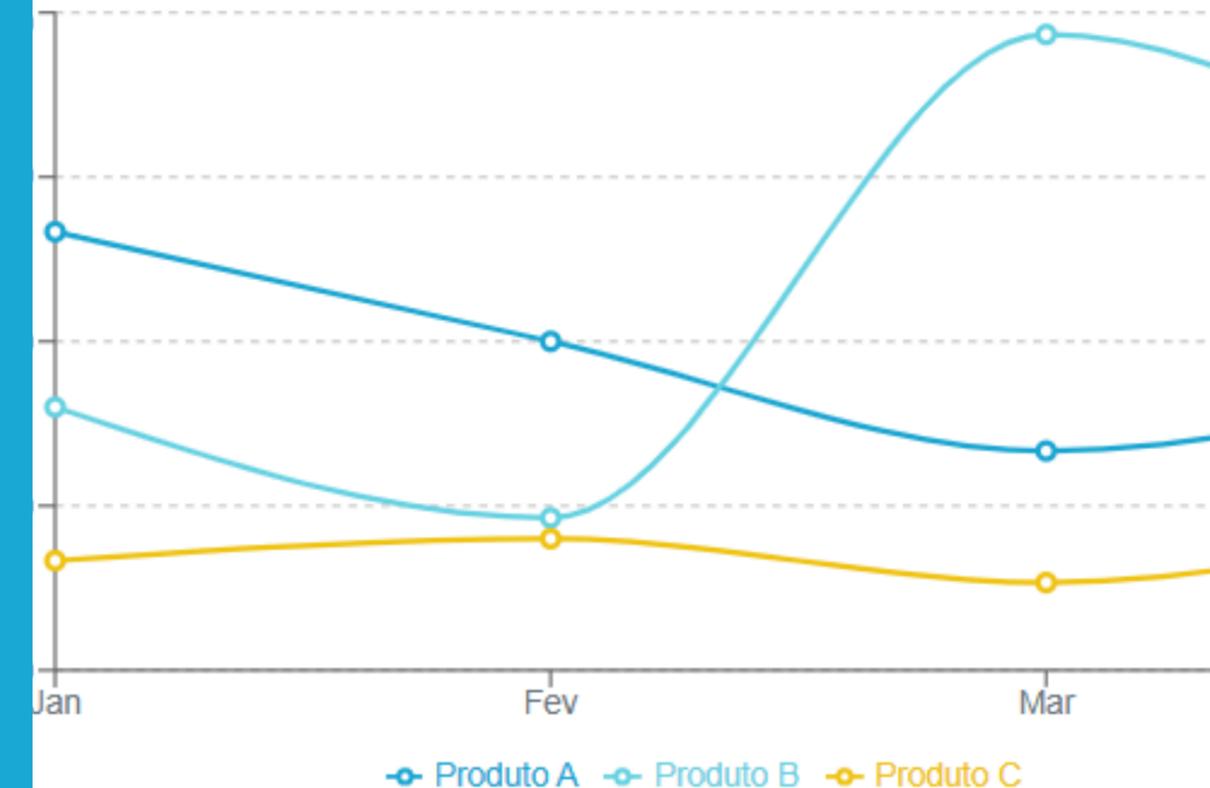
Satisfação Cliente

92%

NPS Score

+3 pts

Vendas Mensais (Produtos Principais)



# DIAGNÓSTICO COMERCIAL

## PRODUTO

Análise do produto da empresa e sua relação com o mercado, buscando entender suas características boas e ruins a nível de engenharia e entrega para visualizar seu impacto nas vendas.

## MARKETING

Entender o marketing que é feito sobre o produto e sua relação com o cliente para entender se o posicionamento da marca faz sentido e impulsiona as vendas.

## COMERCIAL

Estudo para compreender como o portfólio de produto conversa com o planejamento estratégico da empresa para validar se o time comercial está tendo ferramentas para acessar vendas.

NV



# GESTÃO DE PORTFÓLIO

## CICLO DE VIDA

Avaliação do nível de maturidade dos produtos e verificação do ciclo de vida desses produtos para identificar quedas ou aumentos.

## PÓS-VENDAS

Análise dos produtos que geram mais pós-vendas e realização de um plano de ação corretivo.

## ANÁLISE

Avaliação global do portfólio, comparando tanto ciclos de vida, pós-vendas, estratégia da companhia para identificar melhorias, adição de novos produtos ou remoção.

NV



# CAPTAÇÃO DE RECURSOS

## PESQUISA

Buscar fundos para financiar novos projetos e iniciativas a partir de FINEP, BRDE, fundos de amparo a inovação, etc.

## REDAÇÃO

Auxílio na escrita técnica, organização de cronogramas e orçamentos para submissão do pedido.

## LEI DO BEM

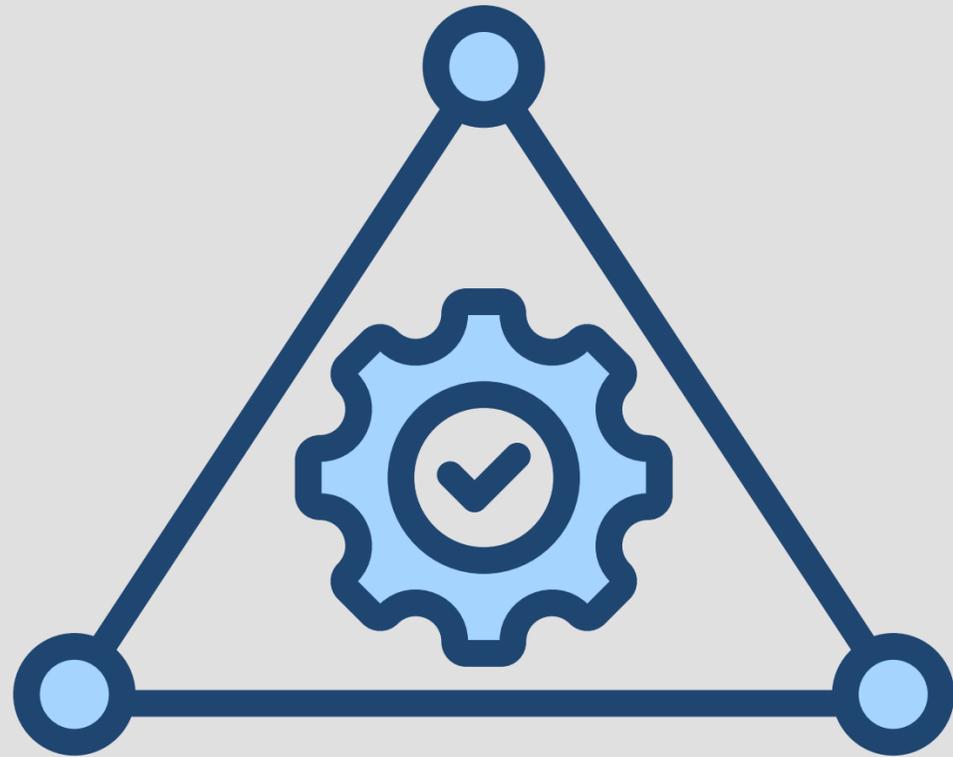
Suporte para submissão da lei do bem e utilização da mesma para melhorar o fluxo de caixa e otimizar os investimentos em P&D.

NV



# NV

ANALISE  
DADOS



FOCO  
USUÁRIO

TRABALHO A  
SER FEITO



PLANEJAMENTO  
ESTRATÉGICO ASSERTIVO



PORTFÓLIO CRESCENTE



MELHORA DA RELAÇÃO  
COM O CLIENTE



AUMENTO DE VENDAS

# NV

Deciframos tendências, antecipamos oportunidades e orientamos decisões de mercado com agilidade, entregando inteligência prática para que sua empresa esteja sempre um passo à frente.



15%

Redução de  
estoque



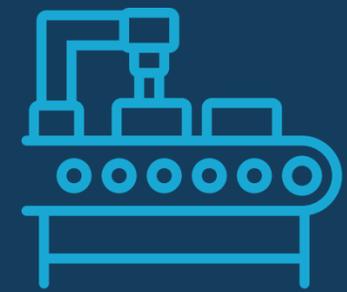
25%

Queda ruptura de  
atendimento



10%

Aumento de  
vendas



12%

Assertividade de  
produção

# ENVOLP

## INTELIGÊNCIA DE MERCADO

Decisões rápidas e estratégicas para desenvolver produtos de sucesso.

 [comercial@envolp.com](mailto:comercial@envolp.com)

 (54)98127-7879

 [envolpnv](https://www.instagram.com/envolpnv)

 [www.envolp.com](http://www.envolp.com)