

# Estrutura plena

36 itens

## ▼ Os objetivos

<input type="checkbox"/>	1. Introdução
<input type="checkbox"/>	2. Objetivos e metas tangíveis do planejamento
<input type="checkbox"/>	3. Objetivos intangíveis do planejamento

## ▼ A empresa

<input type="checkbox"/>	1. Estado atual
<input type="checkbox"/>	2. Essência e pilares
<input type="checkbox"/>	3. Norteadores estratégicos
<input type="checkbox"/>	4. Posicionamento

## ▼ O(s) Produto(s)

<input type="checkbox"/>	1. Análise BCG
<input type="checkbox"/>	2. Job to be Done
<input type="checkbox"/>	3. Percepção de valor vs excelência
<input type="checkbox"/>	4. Análise SWOT
<input type="checkbox"/>	5. SWOT cruzada

## ▼ O mercado

<input type="checkbox"/>	1. Microambiente e macroambiente
<input type="checkbox"/>	2. Análise de mercado
<input type="checkbox"/>	3. Segmentações de mercado

## ▼ A concorrência

<input type="checkbox"/>	1. Benchmark
<input type="checkbox"/>	2. Concorrentes diretos e indiretos
<input type="checkbox"/>	3. Radares de concorrência
<input type="checkbox"/>	4. Curva de valor
<input type="checkbox"/>	5. Posições competitivas

## ▼ O público

<input type="checkbox"/>	1. Buyer personas
<input type="checkbox"/>	2. Jornada de compra
<input type="checkbox"/>	3. Perfil de cliente ideal

## ▼ Os canais

<input type="checkbox"/>	1. Estratégia de canais
--------------------------	-------------------------

## ▼ O conteúdo

<input type="checkbox"/>	1. Arquétipo
<input type="checkbox"/>	2. Tom de voz
<input type="checkbox"/>	3. Referências
<input type="checkbox"/>	4. Pilares de conteúdo
<input type="checkbox"/>	5. Matriz de conteúdo
<input type="checkbox"/>	6. Sugestão editorial

## ▼ O orçamento

<input type="checkbox"/>	1. Centro de custos
--------------------------	---------------------

## ▼ O plano de ação

<input type="checkbox"/>	1. Sugestões de ações
<input type="checkbox"/>	2. Roadmap
<input type="checkbox"/>	3. Gantt

## ▼ Outros

<input type="checkbox"/>	1. Considerações finais
<input type="checkbox"/>	2. Glossário

# Estrutura parcial

25 itens

## ▼ Os objetivos

<input type="checkbox"/>	1. Introdução
<input type="checkbox"/>	2. Objetivos e metas tangíveis do planejamento
<input type="checkbox"/>	3. Objetivos intangíveis do planejamento

## ▼ A empresa

<input type="checkbox"/>	1. Pilares da marca
<input type="checkbox"/>	2. Essência da marca
<input type="checkbox"/>	3. Norteadores estratégicos
<input type="checkbox"/>	4. Posicionamento

## ▼ O(s) Produto(s)

<input type="checkbox"/>	1. Análise BCG
<input type="checkbox"/>	2. Job to be Done
<input type="checkbox"/>	3. Percepção de valor vs excelência
<input type="checkbox"/>	4. Análise SWOT
<input type="checkbox"/>	5. SWOT cruzada

## ▼ O mercado

<input type="checkbox"/>	1. Microambiente e macroambiente
<input type="checkbox"/>	2. Análise de mercado
<input type="checkbox"/>	3. Segmentações de mercado

## ▼ A concorrência

<input type="checkbox"/>	1. Benchmark
<input type="checkbox"/>	2. Concorrentes diretos e indiretos
<input type="checkbox"/>	3. Radares de concorrência
<input type="checkbox"/>	4. Curva de valor
<input type="checkbox"/>	5. Posições competitivas

## ▼ O público

<input type="checkbox"/>	1. Buyer personas
<input type="checkbox"/>	2. Jornada de compra
<input type="checkbox"/>	3. Perfil de cliente ideal

## ▼ Os canais

<input type="checkbox"/>	1. Estratégia de canais
--------------------------	-------------------------

## ▼ O conteúdo

<input type="checkbox"/>	1. Arquétipo
<input type="checkbox"/>	2. Tom de voz
<input type="checkbox"/>	3. Referências
<input type="checkbox"/>	4. Pilares de conteúdo
<input type="checkbox"/>	5. Matriz de conteúdo
<input type="checkbox"/>	6. Sugestão editorial

## ▼ O orçamento

<input type="checkbox"/>	1. Centro de custos
--------------------------	---------------------

## ▼ O plano de ação

<input type="checkbox"/>	1. Sugestões de ações
<input type="checkbox"/>	2. Roadmap
<input type="checkbox"/>	3. Gantt

## ▼ Outros

<input type="checkbox"/>	1. Considerações finais
<input type="checkbox"/>	2. Glossário

# Estrutura básica

15 itens

## ▼ Os objetivos

<input type="checkbox"/>	1. Introdução
<input type="checkbox"/>	2. Objetivos e metas tangíveis do planejamento
<input type="checkbox"/>	3. Objetivos intangíveis do planejamento

## ▼ A empresa

<input type="checkbox"/>	1. Pilares da marca
<input type="checkbox"/>	2. Essência da marca
<input type="checkbox"/>	3. Norteadores estratégicos
<input type="checkbox"/>	4. Posicionamento

## ▼ O(s) Produto(s)

<input type="checkbox"/>	1. Análise BCG
<input type="checkbox"/>	2. Job to be Done
<input type="checkbox"/>	3. Percepção de valor vs excelência
<input type="checkbox"/>	4. Análise SWOT
<input type="checkbox"/>	5. SWOT cruzada

## ▼ O mercado

<input type="checkbox"/>	1. Microambiente e macroambiente
<input type="checkbox"/>	2. Análise de mercado
<input type="checkbox"/>	3. Segmentações de mercado

## ▼ A concorrência

<input type="checkbox"/>	1. Benchmark
<input type="checkbox"/>	2. Concorrentes diretos e indiretos
<input type="checkbox"/>	3. Radares de concorrência
<input type="checkbox"/>	4. Curva de valor
<input type="checkbox"/>	5. Posições competitivas

## ▼ O público

<input type="checkbox"/>	1. Buyer personas
<input type="checkbox"/>	2. Jornada de compra
<input type="checkbox"/>	3. Perfil de cliente ideal

## ▼ Os canais

<input type="checkbox"/>	1. Estratégia de canais
--------------------------	-------------------------

## ▼ O conteúdo

<input type="checkbox"/>	1. Arquétipo
<input type="checkbox"/>	2. Tom de voz
<input type="checkbox"/>	3. Referências
<input type="checkbox"/>	4. Pilares de conteúdo
<input type="checkbox"/>	5. Matriz de conteúdo
<input type="checkbox"/>	6. Sugestão editorial

## ▼ O orçamento

<input type="checkbox"/>	1. Centro de custos
--------------------------	---------------------

## ▼ O plano de ação

<input type="checkbox"/>	1. Sugestões de ações
<input type="checkbox"/>	2. Roadmap
<input type="checkbox"/>	3. Gantt

## ▼ Outros

<input type="checkbox"/>	1. Considerações finais
<input type="checkbox"/>	2. Glossário

# Estrutura mínima

8 itens

## ▼ Os objetivos

<input type="checkbox"/>	1. Introdução
<input type="checkbox"/>	2. Objetivos e metas tangíveis do planejamento
<input type="checkbox"/>	3. Objetivos intangíveis do planejamento

## ▼ A empresa

<input type="checkbox"/>	1. Pilares da marca
<input type="checkbox"/>	2. Essência da marca
<input type="checkbox"/>	3. Norteadores estratégicos
<input type="checkbox"/>	4. Posicionamento

## ▼ O(s) Produto(s)

<input type="checkbox"/>	1. Análise BCG
<input type="checkbox"/>	2. Job to be Done
<input type="checkbox"/>	3. Percepção de valor vs excelência
<input type="checkbox"/>	4. Análise SWOT
<input type="checkbox"/>	5. SWOT cruzada

## ▼ O mercado

<input type="checkbox"/>	1. Microambiente e macroambiente
<input type="checkbox"/>	2. Análise de mercado
<input type="checkbox"/>	3. Segmentações de mercado

## ▼ A concorrência

<input type="checkbox"/>	1. Benchmark
<input type="checkbox"/>	2. Concorrentes diretos e indiretos
<input type="checkbox"/>	3. Radares de concorrência
<input type="checkbox"/>	4. Curva de valor
<input type="checkbox"/>	5. Posições competitivas

## ▼ O público

<input type="checkbox"/>	1. Buyer personas
<input type="checkbox"/>	2. Jornada de compra
<input type="checkbox"/>	3. Perfil de cliente ideal

## ▼ Os canais

<input type="checkbox"/>	1. Estratégia de canais
--------------------------	-------------------------

## ▼ O conteúdo

<input type="checkbox"/>	1. Arquétipo
<input type="checkbox"/>	2. Tom de voz
<input type="checkbox"/>	3. Referências
<input type="checkbox"/>	4. Pilares de conteúdo
<input type="checkbox"/>	5. Matriz de conteúdo
<input type="checkbox"/>	6. Sugestão editorial

## ▼ O orçamento

<input type="checkbox"/>	1. Centro de custos
--------------------------	---------------------

## ▼ O plano de ação

<input type="checkbox"/>	1. Sugestões de ações
<input type="checkbox"/>	2. Roadmap
<input type="checkbox"/>	3. Gantt

## ▼ Outros

<input type="checkbox"/>	1. Considerações finais
<input type="checkbox"/>	2. Glossário