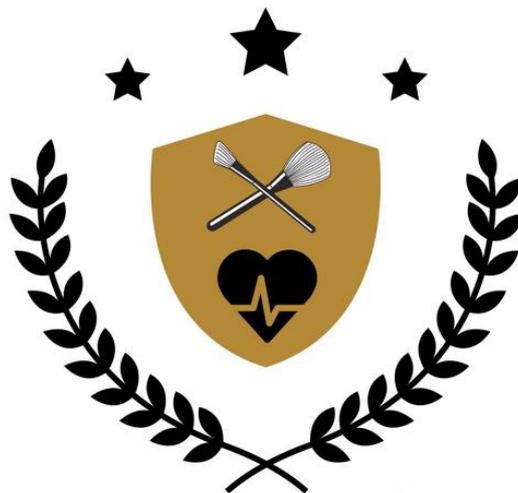




Marketing e Comunicação Empresarial

Trabalho Final de Curso



ACADEMIA DE LÍDERES
COSMÉTICA, NUTRIÇÃO
E FORMAÇÃO

Trabalho Académico

Plano de Marketing e Comunicação

Elaborado por:

Miguel Ângelo Caetano,

Aluno 20151947

Orientador, Prof. Dr. Georg Dutschke

Barcarena, Junho 2018

Licenciatura: Marketing e Comunicação Empresarial

Trabalho Final de Curso

Tipo de Trabalho: Académico

*Academia de Líderes – Cosmética, Nutrição e Formação – Plano de Mkt e
Comunicação*

Elaborado por: Miguel Ângelo Caetano

Nº de Aluno: 20151947

Orientador: Professor Doutor Georg Dutschke

Barcarena

Junho, 2018

“É muito melhor arriscar coisas grandiosas, alcançar triunfos e glórias, mesmo expondo-se à derrota, do que formar fila com os pobres de espírito que nem gozam muito nem sofrem muito, porque vivem nessa penumbra cinzenta que não conhece vitória nem derrota.”

Theodore Roosevelt

“Cada sonho que você deixa para trás, é um pedaço do seu futuro que deixa de existir”

Steve Jobs

Dedicatória

Dedico este trabalho primeiramente à minha Mulher Márcia, que me seduziu nesta aventura de fazer uma licenciatura aos 36 anos e com uma bebé de poucos meses, que se assumiu como o baluarte da família desde a primeira hora e ao longo destes 3 anos, libertando-me para que concretizasse o que sabia ser, um objectivo de vida, que me deu sempre a força e o suporte nos momentos mais difíceis deste caminho com o sorriso e doçura que lhe são característicos.

Ao Professor Georg,

pelos ensinamentos tão ricos, cadeira após cadeira, sempre apontando ao lado empreendedor de cada um de nós e que no meu caso em particular resultou neste *“wake up call”* e que agradeço por dito sempre *“sim”* desde o dia em que lhe apresentei a ideia. Sem saber, assume uma importância vital neste projecto e ficará indubitavelmente associado ao sucesso que a Academia de Líderes conseguir alcançar.

Ao meu Pai,

pelos valores que me quis dar enquanto menino que resultaram na resiliência que permitiu a todo o momento seguir em frente em mais este feito que seguramente o deixará orgulhoso, esteja onde estiver.

Resumo

Este trabalho final de curso, apresenta o progresso de uma ideia minha, de um projecto pessoal que ganhou corpo graças à soma de vários momentos entre alguma reflexão consequente de 16 anos na mesma Empresa, de alguns estímulos recebidos e trabalhados em algumas cadeiras ao longo desta Licenciatura e principalmente de alguma inquietude e vontade da minha parte em querer fazer algo novo, criar algo meu mas principalmente crescer, aprendendo.

“E se juntassem o que sabem e gostam de fazer e criassem um negócio rentável, sem qualquer investimento?” – Lançava este desafio o Coordenador da Licenciatura, durante uma aula na cadeira de Marketing de Serviços. “Como assim, criar um negócio sem investimento?” – Sem surpresa, foi o que se ouviu quase em uníssono do lado dos alunos. A verdade é que ao longo das aulas seguintes até à apresentação dos trabalhos dessa cadeira, fervilhavam ideias e a certeza de que afinal, era possível.

Numa outra cadeira – “Gestão de Competências Pessoais” – o Reitor da Universidade, realizava um Questionário “Evaluación de Competencias Claves” que avaliava competências ao nível intrapessoal de cada indivíduo em áreas do autoconhecimento e da autogestão, e ao nível interpessoal do ponto de vista do conhecimento social e da gestão de relações.

No dia em que o Reitor analisou os meus resultados e sublinhou o destaque que evidenciavam em áreas como a Inovação, Orientação estratégica, Liderança e Desenvolvimento de Pessoas, ganhou força e nasceu a primeira pedra para a criação do meu negócio sem investimento.

Na Empresa em que eu trabalhava, liderava a implementação em Portugal de um projecto de formação que existia apenas em Espanha. Tinha anteriormente liderado várias Equipas de vendas num total de cerca de 210 pessoas, nos últimos 15 anos. Na óptica de “juntar o que sabia e gostava de fazer”, decidi então pesquisar por uma oportunidade ligada às vendas, com liderança de Equipas e com uma componente de formação.

Descobri então o mercado da Venda Directa que estava em franco crescimento em contraciclo com a crise e apresentando crescimentos anuais constantes na ordem dos 11%. Pesquisei várias marcas dentro da área da saúde e bem-estar e percebi que neste mercado muitas pessoas que entravam na Venda Directa acabavam por desistir ou não ter grande sucesso por falta de apoio e essencialmente, de formação para criar e desenvolver equipas nos seus próprios negócios.

Assim nasceu a Academia de Líderes que promete recrutar pessoas que queiram criar os seus negócios sem investir e dando-lhes acompanhamento e formação em áreas tão importantes como as ciências empresariais e que permitam a essas pessoas, terem sucesso nesse caminho até à Liderança para que um dia, possam igualmente ajudar outras pessoas a criarem os seus próprios negócios sem investimento, e com a formação adequada possam ser bem-sucedidas e construir um futuro à sua medida.

Palavras-chave: Liderança; negócio próprio; sem investimento; formação contínua

(Abstract)

This final work presents the progress of an idea that has gained strength thanks to the sum of several moments between some consequent reflection of 16 years in the same Company, some stimuli received and worked in some of the seats during this Degree, and mainly of some restlessness and willingness on the part of the Author to want to do something new, to create something of his own but mainly to grow, to learn.

"What if they put together what they know and like to do and create a profitable business without any investment?" - This challenge was launched by the Licensure Coordinator during a class in the Service Marketing chair. "What do you mean, to create a business without investment?" - Not surprisingly, it was almost unanimously heard from the students' side. The truth is that throughout the following classes until the presentation of the works of this chair, ideas were buzzing and the certainty that at last, yes, it was possible.

In another chair - "Personal Competence Management" - the Rector of the University conducts a Questionnaire "Evaluation of Key Competences" that evaluates competences at the intrapersonal level of each individual in areas of self-knowledge and self-management, and at the interpersonal level from the point of view social knowledge and relationship management.

The day the Rector analyzed my results and underlined the prominence they showed in areas such as Innovation, Strategic Guidance, Leadership and People Development, gained strength and was born the first stone for the creation of a business without investment.

In the Company where I worked, I was leading the implementation in Portugal of an innovative training project that existed only in Spain. He had previously led a number of sales teams totaling some 210 people over the last 15 years. With a view to "putting

together what I knew and would like to do", I then decided to search for a sales opportunity, with team leadership and a training component.

I then discovered the Direct Selling market, which was in rapid growth against the crisis and showing constant annual growth of around 11%. I researched several brands in the area of health and wellness and realized that in this market many people who went into Direct Selling ended up giving up or not having great success due to lack of support and essentially training to create and develop teams in their own businesses .

Thus was born the Academy of Leaders that promises to recruit people who want to create their businesses without investing and giving them follow-up and training in areas as important as the business sciences and that allow these people to succeed in this way to Leadership so that one day, can also help other people to start their own businesses and, without investment and proper training, can be successful and build a future for them.

Keywords: Leadership; own business; without investment; periodic training

Índice

Frases inspiracionais	3
Dedicatória	4
Resumo	5
Abstract	6
Índice	8
Sumário executivo	9
Enquadramento da Empresa	11
Conceito	11
A quem se destina	12
Visão	12
Missão	12
Valores	13
A Marca	14
Heráldica	14
Manual de Imagem	17
Marcas que representamos	17
Formação	19
Perfil do Consumidor	25
Diagnóstico relação Cliente vs Empresa	25
Estrutura organizacional	27
Análise PESTAL	28
Análise SWOT	30
Análise da concorrência	34
Análise do Consumidor	35
Posicionamento	36
Sell in Sell Out	37
Marketing Mix	39
Timetable	44
Conclusão	45

Sumário executivo

Sempre tive 2 paixões na vida: liderar sonhos que resultam em projectos e trabalhar com pessoas, desenvolvê-las, dar-lhes e receber para que me desenvolvam também.

Em Outubro de 2016, inscrevi-me num Curso pós-laboral na Universidade Atlântica a “convite” do Reitor Carlos Guillén e do Prof. George Dutschke - Curso de Inovação em



Gestão de Pessoas. Pela primeira vez ouvi, entre vários profissionais das ciências empresariais, outros Directores de Recursos Humanos que não os da empresa em que trabalhava. A primeira sensação foi um misto de desilusão pela forma diria que “básica” e fechada como que a empresa onde trabalhava há 15 anos, estava a ser gerida e depois,

uma lufada de ar fresco pela “esperança” que percebi que haveria fora da minha empresa.

(Foto de entrega do Prémio à Equipa vencedora)

Este curso tinha um Prémio de 500€ para a Equipa vencedora que apresentasse um projecto de ideias para gerir pessoas com base num contexto de determinada Organização. Eu fiz parte dessa Equipa e esse foi mais um *wakeup call*.

Despertei em mim a vontade de criar algo e hoje sinto que consegui. Bem sei que tudo o que é grande, foi pequeno um dia. Também sei que o meu dia apenas tem 24 horas e sei seguramente que neste ano e meio de “*go live*” deste projecto, apenas saí mais rico em termos pessoais.

Hoje não sei se este projecto é para vida ou se é um meio para atingir outro fim. Uma coisa é certa, o que já ganhei de forma empírica, ninguém me tira e todas as dificuldades com que me deparei e vou continuar a deparar, são para mim, oportunidades com espinhos e degraus na aprendizagem.

É óbvio que a parte financeira tem a sua fatia maior neste projecto e nas motivações que me moveram desde início, mas há algo que tem um valor insofismável: poder dizer que sou criador, que sou dono de algo que criei pensando que apenas os outros conseguiriam fazer, e com isso criar valor, para mim e para os outros que decidiram um dia, seguir comigo neste trajecto que me desafia todos os dias.

Enquadramento da Empresa

A Academia de Líderes, nasce de um Projecto de Empreendedorismo e Liderança baseado em Formação Especializada e focada num crescimento sustentado e medido, para quem pretende ser dono do seu próprio negócio, sem necessidade de realizar qualquer investimento.

Com uma forte componente no Marketing Digital, trabalhamos com Marcas Líderes no mercado de Venda Directa, que cresce ano após ano, em contraciclo com a crise, atingindo patamares de crescimento superiores a 10%.

A Venda Directa é talvez o sector que mais oportunidades cria de negócios próprios e sem investimento.

No entanto a esmagadora maioria das pessoas que querem ter o seu próprio negócio, não têm formação para o efeito, principalmente no que toca a gerir equipas de Pessoas....e acabam por, ou não serem bem sucedidas ou desistirem ao fim de poucos meses.

Para garantir o sucesso dos negócios em si, as pessoas precisam de ver resultados para se irem galvanizando e prosseguir a sua caminhada, por isso mesmo, a Academia trabalha com duas marcas de uso diário que facilitam os resultados imediatos.

Conceito

O conceito da Academia de Líderes, convida as pessoas a 3 passos:

1. Que escolham pelo menos uma das nossas marcas (podem ser as duas, mas será sempre uma opção de cada pessoa);
2. Construam uma equipa de pelo menos 5 pessoas activas;
3. Recebam um bloco de formação especializada, muito focada na criação do seu próprio negócio, desenvolvimento das suas próprias competências e capacidades para gerir pessoas.

São 8 módulos de formação que vão desde a criação de uma Marca Pessoal, falar em público, ao marketing digital, orientação a resultados e outras áreas dentro das ciências empresariais e nutrição.

Cada conjunto de módulos deve acompanhar a evolução dos resultados da Equipa.... Ou seja, para irem evoluindo na formação, deverão ir entregando determinados resultados.

A formação deve ser mantida como parte integrante de um negócio sem investimento, por isso mesmo o primeiro módulo de formação é gratuito...embora estas formações dadas fora da Academia, custem muito dinheiro.

No entanto, a Academia de Líderes não fecha o seu conceito da Academia apenas a quem trabalha as suas Marcas nem tão pouco ao mercado da Venda Directa. Clientes de outras marcas de Venda Directa, ou das mesmas mas a trabalhar fora da nossa Equipa ou até de outros ramos como por exemplo o imobiliário, automóvel ou até em situação de desemprego, poderão comprar módulos de formação de forma avulsa.

A quem se destina

Essencialmente a pessoas que procuram a sua independência financeira e vêem a venda directa como uma oportunidade:

- Empreendedores - Pessoas que se queiram lançar num projecto próprio
- Estudantes - Alunos que queiram tomar um primeiro contacto com o mercado de trabalho e ganhar alguma experiência
- Part-time - Pessoas que precisem de um part-time para complemento extra do orçamento familiar
- Desempregados - Pessoas que se encontrem em situação de procura de trabalho

Visão

Ser reconhecida como uma Academia que recruta pessoas com ambição e as torna líderes capazes de transformar outros líderes.

Missão

Construir relações e desenvolver Equipas, para através do enriquecimento pessoal e colectivo poderem conquistar um Futuro à sua medida.

Valores

Liberdade para decidir que passos dar no caminho que cada um decidir seguir

Inovação como forma de fazer diferente, dando corpo à criatividade

Diversidade das equipas como riqueza na partilha e complementaridade

Experiência de cada um como motor de desenvolvimento de todos

Resiliência como tónico para ter sempre como foco, a vontade de vencer

Ambição para ser arrojado, ser diferente e acima de tudo: Fazer

Resultados financeiros ou pessoais, como objectivos para manter o sonho vivo

A Marca

A criação da marca da Academia de Líderes, teve vários “antes” até chegar a um depois, existente até hoje. Naturalmente este é um processo “*ongoing*” que nasceu um dia porque tinha que haver uma marca, mas o nome “LEAD 2 LEAD – Academia de Líderes” e os seus elementos de imagem, foram na verdade os últimos elementos do projecto a surgir.

Da conjugação do que foi definido para Missão, Visão e Valores nasceu o nome “LEAD 2 LEAD” que faz a alusão a “uma dupla missão de ser liderado para liderar” – pretendia-se construir Equipas e transformar Líderes capazes de Liderar outras Equipas... daí ter nascido a Academia de Líderes.

No entanto surgiram temas relacionados com a fraca notoriedade ao nível da comunicação que o nome oferecia pela pouca ligação ao conceito da Academia. Quem lia, “LEAD 2 LEAD – Academia de Líderes”, dizia-lhe pouco sobre o projecto, sobre o seu intuito e sobre o que lá se fazia e vendia.

A maior aprendizagem deu-se quando as Clientes perguntavam o que era a “LEAD 2 LEAD” e depois de se explicar, abandonavam a conversa. Isto não porque não gostassem da ideia ou do conceito, mas porque quando encontraram o seu *site* ou as suas páginas nas redes sociais, não era a Academia que procuravam. Rapidamente se percebeu que por essa lógica de ideias, as pessoas que faziam parte do nosso público-alvo, não chegavam até ao projecto porque também não identificavam o que procuravam, com o nome que a mesma tinha.

Houve então que repensar o nome do projecto e proceder a um *rebranding* do mesmo, inclusivamente de alguns elementos de imagem, alterando-os no *site* e outras plataformas digitais onde o mesmo estivesse exposto.

No início deste ano a “LEAD 2 LEAD – Academia de Líderes” deu lugar à “Academia de Líderes – Cosmética, Nutrição e Formação” demonstrando de forma mais clara e inequívoca a que áreas se destina e com que cariz. Este *rebranding* levou também o projecto a reestruturar o seu *site* e a adequar os conteúdos publicados, resultando numa melhoria significativa na adesão do seu público-alvo.

Heráldica

Quis-se que o logotipo carregasse todas as perspectivas que a Academia tinha para oferecer e criou então um logotipo pleno de simbolismo.



(Logotipo inicial da empresa)

3 Estrelas – representam as 3 vertentes em que a Academia trabalha. Cosmética, Saúde e Bem-estar e a Formação.

Coruja – com um capelo na cabeça como simbologia de sabedoria, ligando com a Formação.

Farol – Liderança que ilumina, guia que faz com que sigam a sua luz e orientações.

Escudo – que faz a alusão às Academias.

Palma – Como símbolo de vitória que se quer atingir ao logo deste caminho.

Cor dourada – é a cor mais predominante no logotipo e em todas as comunicações da academia e que tem a simbologia do sucesso.

LEAD 2 LEAD – Líderes que criam e transformam outros Líderes.

Entretanto pelas razões já referidas anteriormente, o nome da Academia alterou-se e forçosamente o logotipo sofreu também uma transformação, mantendo o *lettering*, cores e a estrutura inicial.



(Logotipo actual da empresa)

Pincéis – fazendo uma clara alusão à Área da Cosmética

Coração – com um batimento cardíaco ligando à Saúde e Bem-estar

Manual de Imagem

A Academia tem uma presença forte nas redes sociais, principalmente no Facebook e Instagram. São publicadas diariamente imagens diversas, o que faz com que digitalmente sejam trabalhadas para que haja harmonia visual. Assim o logotipo foi também desenhado em diversas formas para que pudesse adequar a qualquer tipo de imagem e publicação.



(Diferentes aplicações dos logotipos)

Marcas que representamos

Quando fiz uma pesquisa ao mercado de Venda Directa, encontrei entre 15 a 20 Marcas potenciais, tendo inclusivamente visitado alguns eventos e demonstrações de algumas mais desconhecidas. O Projecto arranca então com 4 Marcas.

LR Health & Beauty - A gigante alemã apresentava taxas de penetração nos mercados europeus na ordem dos 35 a 40%, mas em Portugal não estava a ter grande aceitação. Os produtos tinham bastante qualidade no entanto o posicionamento do

seu preço não estava adequado ao poder de compra do mercado português. Ao fim de um ano, saiu da Academia.

Oriflame - era a marca sueca de cosmética que mais vendia no mundo, excluindo mercados como Estados Unidos, Brasil e Japão. No entanto apresentava lacunas a nível operacional, tendo índices de rotura de *stocks* frequentes e um plano de marketing e remunerações bastante ambicioso, sendo quase apenas possível atingi-las com investimento, o que de certa forma choca com uma das premissas maiores da Academia – criação de negócio sem necessidade de investir. Em Março de 2018, deixámos de representar a Oriflame.

Yves Rocher – é na Academia a Marca com mais representantes. A francesa ganha pela ligação à natureza quase obrigatória hoje, numa altura em que as pessoas têm cada vez mais interesse pelos produtos naturais que usam, procurando cada vez mais composições de activos vegetais. Tem um sistema logístico bastante eficiente o que garante no final da cadeia de venda, índices altos de satisfação dos Consumidores. A relação qualidade preço é excelente o que faz dela a Marca de eleição de Cosmética na Academia.

Herbalife – não existe grande discussão em relação ao sucesso da Nº 1 Mundial de Nutrição. A concorrência não é tão feroz, dado o peso e o sucesso que a gigante americana tem no nosso mercado. Os produtos são de elevada qualidade e o Plano de Marketing fazem com que a Herbalife tenha um peso na facturação e rentabilidade considerável nas contas das *Team Leaders* que trabalham a Herbalife e consequentemente da Academia.

Formação

É aqui que a Academia marca a diferença!

A maioria das Marcas de Venda Directa, apenas dá formação relacionada com a utilização e composição específica dos seus produtos. Para quem quer ter o seu próprio negócio e construir uma Equipa que lhe permita crescer e ter sucesso a longo prazo, essa formação é manifestamente insuficiente.

A Academia de Líderes, acredita que a chave está na transferência do conhecimento.

Com base na experiência adquirida, nasceram 8 módulos de formação para ajudar a estruturar os negócios dos Clientes, dotando-os de habilidades e competências ao nível da Comunicação, do Marketing e principalmente da Gestão e Motivação de Equipas.



(Catálogo de Formação Academia de Líderes)

Módulo 1 – Empreendedorismo - *“Empreender é como saltar de um penhasco e construir o avião durante a queda” - Reid Hoffman, Fundador do LinkedIn*

É um módulo de 4 horas exclusivamente *online*, que funciona como um *Lead Magnet*. Ou seja, este primeiro módulo pode ser assistido de forma gratuita caso o formando em visita ao site da Academia, introduza alguns dados de contacto como Nome e email numa *Landing Page*. Este módulo procura dar algumas respostas a quem decide ter um negócio próprio e quais os primeiros passos a dar e as estratégias iniciais a desenvolver.

Conteúdos programáticos:

- Decidi ser Empreendedor, e agora?
- Oportunidades vs Modelo de Negócio
- Plano de negócio
- Mapa de Empatia
- Proposta de Valor

Módulo 2 – Go Digital - *“A melhor maneira de encontrar um Cliente, é ser encontrado por ele.” - Conrado Adolpho, Consultor de Mkt Digital*

É um módulo de 8 horas que procura munir os formandos de conhecimentos básicos para levar o seu negócio para um patamar digital, essencial nos dias que correm e que não voltará a ser de outra maneira. Hoje em dia é essencial estar nas Redes Sociais, saber como investir em anúncios no Facebook e Instagram, bem como no Google Adwords.

Conteúdos programáticos:

- Onde andam os potenciais Clientes?
- Criação de páginas e perfis
- Anúncios de Facebook e Instagram
- A importância do SEO para o Adwords
- Alimentar as redes com qualidade

Módulo 3 – Nutrição - *“Quando a alimentação é má, a medicina não funciona, quando a alimentação é boa, a medicina não é necessária” - Provérbio Ayurveda*

Sendo uma das Marcas com que a Academia trabalha, a Líder mundial em Nutrição, faz todo o sentido que um módulo de 8 horas possa abranger conhecimento básico à volta dos segredos e regras para uma alimentação saudável alternada com exercício físico.

Conteúdos programáticos:

- Classificação dos alimentos
- Regras numa alimentação equilibrada
- O que devemos e não devemos fazer
- Prática do Exercício físico
- Suplementos alimentares

Módulo 4 – Liderança - *“A maior habilidade de um líder é desenvolver habilidades extraordinárias em pessoas comuns.” - Abraham Lincoln*

A Academia de Líderes é como o próprio nome indica, uma escola que forma Líderes. Este módulo de 8 horas promete conduzir os Consumidores às bases para uma boa Liderança em Equipas. Para isso é preciso conhecer a Equipa, saber analisar

individualmente cada elemento da mesma para que em conjunto possam acrescentar valor.

Conteúdos programáticos:

- Conhecer a nossa Equipa
- Análise SWOT individual e colectiva
- Desenvolver o talento e expectativas
- Comunicar com eficácia
- Gerir a motivação

Módulo 5 – Ferramentas de Gestão - “Em qualquer corrida ao ouro, aqueles que mais ganham são sempre os que vendem as picaretas.” - Steve Jobs, ex-CEO Apple

Quem trabalha com vendas e com Equipas, terá que saber extrair dados de relatórios, saber trabalhá-los e ler os resultados. O Excel é uma ferramenta essencial na análise de informação de vendas. Durante 8 horas, o Cliente irá trabalhar com algumas das funcionalidade do Excel e de Powerpoint para que em apresentações possa demonstrar o trabalho de pesquisa e análise desenvolvido.

Conteúdos programáticos:

- Extrair dados de relatórios de vendas
- Funções básicas de Excel e Powerpoint
- Fazer Pivot Tables e Gráficos
- Analisar rácios e indicadores
- Apresentar conclusões das análises

Módulo 6 – Personal Branding - *“A sua marca pessoal é uma promessa aos seus Clientes... Uma promessa de qualidade, consistência, competência e confiabilidade.”* - Jason Hartman, empreendedor

Um Líder não se transforma num módulo de 8 horas, mas percebe que a imagem que produz para fora lhe confere carisma e assertividade. Aprenderá a “vender” a sua imagem, a comunicar com ela e a trabalhar “primeiras impressões”.

Conteúdos programáticos:

- Como me posiciono e me “vendo”
- Comunicação verbal e não-verbal
- Desenvolver *Soft Skills*
- Preparação de um *pitch*
- As 8 leis da Marca pessoal

Módulo 7 – Gestão do Tempo - *“Já observei que muitas pessoas progridem durante o tempo que outras perdem.”* - Henry Ford, empresário

A Gestão do Tempo é um tema obrigatório nos catálogos de formação e cada vez mais pertinente nos dias que correm. Somos absorvidos por um *email* que entra, uma urgência que chega, uma reunião desnecessária e baixos índices de produtividade que nos obrigam a tirar tempo à vida pessoal. É um módulo com 4 horas, obrigatoriamente bem geridas.

Conteúdos programáticos:

- Importante vs Urgente vs Prioritário
- Ladrões de Tempo
- Leis sobre a Gestão do Tempo

- Melhorar a produtividade
- Compromisso e Planificação

Módulo 8 – Falar em público - *“A boa capacidade de falar em público aumenta o seu valor de capital humano em mais de 50%” - Warren Buffett, investidor e filantropo*

Este é talvez o módulo mais aclamado e desejado pelos formandos. As pessoas que chegam à Academia, que querem criar o seu próprio negócio, normalmente “tremem como varas verdes” quando têm que se levantar para serem ouvidas por outros. Falar em público é essencial. Ultrapassar os medos, trabalhar posturas, saber estar e transmitir fora da sua zona de conforto. São 3 sessões com 12 horas ao todo que prometem desenvolver capacidades de comunicação nunca antes descobertas pelas pessoas que frequentam este módulo.

Conteúdos programáticos:

- Gestão emocional: medo vs ansiedade
- Gravação de Autoscopia Inicial
- Postura corporal, vocal e espacial
- Interacção PowerPoint vs Público
- Autoscopia Final

Perfil do consumidor

O Consumidor da Academia de Líderes é maioritariamente do sexo feminino, na faixa etária entre os 26-54 anos e com mais do 9º ano de escolaridade.

- Trabalha por conta de outrem e está à procura de um novo desafio ou necessita de um complemento financeiro
- Trabalha por conta própria e necessita de projecção para o seu negócio ou de um complemento financeiro
- Desempregado que procura um negócio próprio, sem necessidade de investimento
- Estudante que procura independência financeira.
- É apenas uma Consumidora de produtos de Cosmética e/ou nutrição e gosta de comprar *online*/catálogo

Diagnóstico relação Cliente vs Empresa

No que concerne à relação da empresa/projecto com as Clientes, a mesma tem por base o *marketing one to one*. Molda-se às necessidades e ao crescimento de cada interveniente, tentando acompanhar ao máximo a sua experiência, dando-lhes, simultaneamente, espaço para percorrer o seu próprio caminho.

Numa fase inicial existe naturalmente uma maior presença, sendo necessário explicar todo o modo de funcionamento do projecto e da marca escolhida pelas Clientes, acompanhar o processo de inscrição, bem como as primeiras encomendas e os seus primeiros recrutamentos. Traduz-se num papel de consultoria, na medida em que se pretende criar uma relação forte e duradoura, com o intuito de dotar a Cliente de confiança para seguir o seu caminho.

Após este processo inicial, pretende-se que as Clientes comecem a constituir as suas equipas e a criar as suas próprias carteiras de Clientes, o que vai incentivar as suas primeiras acções de formação, permitindo assim um crescimento progressivo e sustentado.

Desta forma, conseguem-se obter não só Clientes fiéis, mas também Clientes que espalham o nome do Projecto e, na medida em que trabalham o mercado da venda

directa com um papel de recrutamento activo para várias marcas, acabam também por recrutar para o nosso Projecto.

O Cliente é a prioridade pois acreditamos que um Cliente satisfeito conta a sua experiência a 2 pessoas enquanto um Cliente insatisfeito conta a sua experiência a 10.

É ponto assente também que custa muito mais recuperar um Cliente ou recrutar novos, do que manter um existente.

Estrutura organizacional

A Academia de Líderes tem na sua génese, a criação de negócios em bases de Marcas de Marketing Multi-nível que é o mesmo que dizer que eu sou a única pessoa da estrutura da Academia com responsabilidade directa sobre a mesma.

No entanto desenvolvi organizações próprias criadas quer na Yves Rocher quer na Herbalife, em particular nesta última em que a sua estrutura já apresenta 3 níveis de desenvolvimento.

Na prática cada uma da minha organização tem vários *Team Leaders* que criaram as suas próprias organizações com outros *Team Leaders*.

A Joana Guerner é a formadora na Academia no concelho do Porto – falaremos dela mais à frente.

Análise PESTAL (Ambiente Macro)

Este é um projecto que pode sofrer influências de várias ordens e são alguns os factores externos que o podem condicionar, positiva ou negativamente.

(P) Factores Políticos

IVA 23% – As empresas de Nutrição têm realizado várias petições no sentido de conseguir reduzir a taxa de IVA para os 13%, igual à taxa de restauração.

Impostos trabalhadores independentes – Os empreendedores que se estabelecem como trabalhadores independentes, devem declarar os seus rendimentos através de recibos verdes e poderão estar sujeitos a descontar cerca de 37% a 50% só para impostos.

(E) Factores Económicos

Desemprego – O desemprego é um facilitador para que as pessoas procurem na venda directa uma fonte alternativa de rendimento

Muita oferta na cosmética – Fruto da sociedade estar mais “vaidosa”, existe muita oferta e procura de artigos de cosmética

Pouca procura na Nutrição – Esta também é uma sociedade que cuida da sua saúde e bem-estar, no entanto há menos procura de produtos ligados à área da nutrição.

(S) Factores Sociais

Formação como motor de desenvolvimento – Hoje em dia a formação vai sendo cultural, seja porque as empresas estão obrigadas a dar aos seus funcionários um total de 35 horas anuais de formação, ou porque as pessoas vão tendo necessidade de se actualizarem para se desenvolverem.

Cultura da cozinha regional – Portugal é um país que gosta de comer e os portugueses são pouco dados a dietas e a bons hábitos alimentares.

Mulheres arranjam-se mais – Hoje em dia as mulheres começam cada vez mais novas a terem cuidados com a sua imagem o que faz com que a cosmética seja uma categoria sempre presente nos hábitos de compra.

(T) Factores Tecnológicos

Novas formas de comunicar – A internet tomou conta dos nossos dias e não o que não seja publicitado nas redes sociais, através de *bloggers* ou *youtubers*.

Ciência e Tecnologia ao serviço da saúde e nutrição – O mercado da nutrição tem evoluído bastante e a ciência tem um papel fundamental que a tecnologia ajuda a concretizar ao produzir produtos complexos de valor acrescentado que o mercado está disposto a pagar bom dinheiro.

(A) Factores Ambientais

Sustentabilidade – A Yves Rocher é uma Marca verde, amiga do ambiente que tem vindo a apostar nos produtos concentrados que permite poupar nas embalagens e consequentemente poupar o ambiente.

(L) Factores Legais

Ligação aos sistemas Ponzi – O mercado de venda directa é fácil e frequentemente associado a esquemas de pirâmide que são fraudulentos e por isso ilegais. Na verdade, o mercado de Marketing Multinível ou de Rede é perfeitamente lícito.

Análise SWOT (Ambiente Micro)

(S) Forças

Ideias | Iniciativas | Vontade – A Academia tem “ganas” de não querer apenas fazer o que os outros fazem, mas iniciativa e ideias para inovar e acrescentar valor.

Equipa jovem com margem de progressão – Este é um trabalho “*on going*”, a longo prazo e quanto mais tempo as pessoas tiverem pela frente, maiores serão os resultados. O Multinível promove que se possam construir Equipas de Vendas dentro de Equipas de Vendas e permitem obter rendimentos a longo prazo com um negócio montado dessa maneira.

Muita experiência trazida de outras empresas – A aprendizagem e o “sangue novo” aqui são reis, acrescentam valor e enriquecem os outros e o projecto em si. O “*know-how*” que cada elemento traz da sua vida, do seu actual trabalho, ou de outras experiências que teve na vida prometem.

Parcerias B2B | relação Win-Win – A Academia é parte integrante de outros projectos. Se ajudar a criar valor fora da Academia, seguramente que terá resultados para si também. Um dos aspectos fascinantes deste projecto é o facto de podermos ajudar a criar um negócio que procurará a sua rentabilidade, a Academia terá sempre um retorno desse apoio.

Parceria Universidade Atlântica – Sendo este, um projecto com premissas de nascer sem investimento, e precisando a Academia de salas de aulas para ministrar as suas formações e reuniões de Equipa, a Universidade tem nas suas infra-estruturas, algo que para a Academia tem enorme valor. Por outro lado, sendo um projecto com uma forte componente de formação, a mesma poder ser dada numa Instituição Superior de Ensino confere um grau de confiança superior ao Projecto.

Formações em pós-laboral (6ª noite e Sábado de manhã) – A grande maioria das pessoas que chegam à Academia, trabalham nas suas empresas. 6ªs feiras a partir das 18:30 e Sábados de manhã são horários que facilmente reúnem mais assistência para além de que são os períodos em que a Universidade tem menos alunos nas instalações.

Acompanhamento plano de carreira – A Academia está montada numa base de Marcas de Marketing de Rede e principalmente Marketing de Multinível. Significa que as pessoas poderão desenvolver o seu negócio, progredindo nos planos de marketing de cada Marca, criando as suas próprias equipas e aumentando assim os seus rendimentos. A Academia em função das características e expectativas de cada *Team-Leader*, ajudará a tomar as melhores opções de progressão e a criar as suas Equipas, se for caso disso.

(W) Fraquezas

Pouca notoriedade - Com tantas marcas e empresas ligados a um dos negócios mais antigos do mercado, é normal que quem entre, encontre sempre mais dificuldades. Haverá sempre um caminho a percorrer e a conquistar passo a passo. Mas fará parte do processo e perante quem já tem uma máquina oleada e tem um nome, será sempre uma fraqueza perante quem ainda pouca notoriedade tem e terá que a conquistar.

Uma Pessoa para múltiplas funções – Um dos aspectos negativos dos projectos de Marketing Multinível é que quem cria um negócio, estará sempre sem ninguém ao lado, apenas acima e abaixo. Significa que neste caso em particular da Academia, eu tive que fazer tudo desde criar o *site*, alimentá-lo, actualizar conteúdos nas páginas das Redes Sociais, aceitar as inscrições, fazer envios de catálogos, preparar formações, etc.

Pessoas (ainda) pouco profissionalizadas no modelo – A idade é um posto e a experiência conquista-se com vivência. Vender é relativamente fácil. No entanto para

criar equipas no Marketing de Rede e ter sucesso, é preciso conhecer bem o Modelo de Venda Directa e os Planos de Marketing de cada Marca. Um processo que pode durar 1 a 2 anos.

Pouco domínio em algumas das áreas de formação – O facto de o projecto estar no início faz com que nem todos os módulos de formação tenham para já formadores adstritos. Pelo que havendo 1 ou 2 formadores para todos os módulos, naturalmente não dominarão todas as áreas da mesma forma.

(O) Oportunidades

Mercado Venda Directa em crescimento – Em tempos de crise em que as taxas de desemprego teimam em reduzir a um ritmo quase nulo, a venda directa aparece com uma solução muito válida e competitiva para reequilibrar o orçamento das famílias em Portugal, apresentando crescimentos na ordem dos 7 a 11% em contra ciclo com a crise. 25% dos agentes de venda directa estavam desempregados antes de iniciarem a actividade, categorizando este sector como uma resposta óbvia a um panorama negativo de empregabilidade.

Novas tecnologias e canais de comunicação – A venda por catálogo deixou de ser a típica reunião numa casa com amigas à volta de uma mesa, a experimentar cremes e fragrâncias. As vendas fazem-se *online* e as inscrições também. De igual forma, a formação deixou de ser apenas realizada em salas e começou a ser partilhada em salas para centenas de pessoas *online*, *webinars* e vídeos no Youtube.

Desemprego vs Empreendedorismo – Já diz o ditado que “a necessidade aguça o engenho”. Muitas vezes, é nas dificuldades que nos revelamos e o desemprego abre uma porta ou uma janela para a reinvenção de algo novo. Novos Empreendedores decidem arriscar num futuro em que, para quem se vê numa situação de desemprego, não tem nada a perder.

Escassas empresas que tenham o mesmo modelo – A Academia de Líderes oferece um modelo de oportunidade de negócio de Marketing de Rede com empresas de Venda Directa e uma componente de Formação muito vincada. Pelas pesquisas realizadas, são poucas as empresas que apresentem esta oferta que se pode revelar diferenciadora e por isso vantajosa.

(T) Ameaças

Muitas empresas VD a recrutar agressivamente – Muitos profissionais de venda directa vivem em exclusivo das vendas que conseguem realizar e sabem que um mês fraco em vendas, representa menos dinheiro ao final do mês. Há muito recrutamento agressivo nas redes sociais, e eventos com salas de hotel cheias para apresentar rendimentos exagerados que levam as pessoas a ser recrutadas e vinculadas agressivamente, a essas marcas.

Resistência à mudança – Apresentar um projecto como o da Academia de Líderes, é apresentar algo novo, arrojado para alguns, difícil para outros, desconhecido para quase todos. Faz parte da condição humana apresentarmos resistência à mudança. A Academia que promove uma grande mudança na vida das pessoas, parte com um *deficit* neste campo.

Análise da Concorrência

Empresas de Formação – Hoje em dia vão havendo cada vez mais empresas de formação muito por força da imposição legal de que cada empresa deve dar a cada funcionário, um mínimo de 35 horas de formação por ano. Assim, a abundância das empresas de formação afirmam-se como fortes concorrentes, principalmente com instalações próprias.

Workshops – Mais na vertente da cosmética saúde e bem-estar, as marcas de Venda Directa culturalmente apostam em sessões de demonstração e Workshops para utilização e venda dos seus produtos e principalmente para recrutar.

Formações Online – Vão-se multiplicando as plataformas de aprendizagem *online*, e os *webinars* assumem-se como a forma mais abrangente de juntar 50 a 200 pessoas na mesma sala virtual e receber uma formação projectada de 1 hora. Muitas dessas formações são completamente gratuitas, em troca de contactos (emails)

Youtube e TED Talks – Muitas dessas formações *online* são gravadas ao vivo e ficam disponíveis por tempo indeterminado na maior plataforma de vídeos online do Mundo, Youtube. Qualquer utilizador pode ver e rever formações e *webinars*, de forma gratuita e há hora que entender. Esta é actualmente a 4ª rede social do Mundo e não há quem não procure temas no Youtube, desde a culinária até a uma fórmula de Excel. As TED Talks são também formas bastante acessíveis e ricas de partilha de experiências e sabedoria, de forma gratuita e em qualquer dispositivo, uma vez que estão disponíveis através de Apps.

Outras/mesmas marcas de Vendas Directa – Relativamente à vertente da venda efectiva de produtos de cosmética, saúde e bem-estar, é inegável que as maiores concorrentes da Academia são as marcas de Venda Directa. Dentro do capítulo da Cosmética a nossa marca Yves Rocher debate-se com gigantes mundiais como Avon, Oriflame, Mary Kay entre outras. Bem como a Herbalife enfrenta as linhas de *wellness* que as marcas de cosmética têm no seu *portfolio*, bem como a Prozis, a Hinode e a Jeunesse. Fruto da agressividade do negócio da Venda Directa, poderemos apontar

como concorrentes as mesmas Marcas que representamos, embora com outras pessoas/empresas a encabeçar os respectivos projectos.

Comportamento do Consumidores

As Clientes registam-se maioritariamente para consumo próprio podendo assim usufruir de descontos para os seus artigos habituais que compram em lojas físicas. Abandonam o comportamento habitual de encomenda através do catálogo em papel (revista) para realizar as encomendas recorrendo a catálogos digitais, fazendo-o *online*.

Muitas Clientes que se registam com o intuito de revender, já foram revendedoras (entretanto inactivas há mais de 2 anos) dessas marcas ou de outras.

As Clientes convivem com muita oferta nas Redes Sociais o que lhes permite procurar mais e melhor, podendo aceder em computador ou em qualquer dispositivo móvel. As próprias empresas que recrutam Clientes, alteraram a sua forma de trabalhar e captar Clientes, realizando sorteios, passatempos e ofertas por inscrição.

Uma vez que a oferta é grande nos meios digitais, as Clientes procuram “diferenciação” – um factor que lhes ofereça vantagem por se registar com um determinado Representante de uma Marca em detrimento de outro.

As Clientes que atingem um desempenho acima da média, procuram formação em áreas como o Marketing Digital e Técnicas de Comunicação. As Clientes que entretanto se tornaram Líderes de Equipas, buscam desenvolver habilidades e competências em áreas como Falar em Público, Motivação e Gestão de Equipas.

As Clientes/Líderes de Equipas ligadas à nossa Marca de Nutrição, sentem necessidade de receber formação mais detalhada e especializada em conhecimento de produto e sobre Ciências Naturais, uma vez que os Clientes finais destas marcas têm um nível de exigência superior aos Clientes das duas Marcas de Cosmética uma vez que é diferente tomar um batido ao pequeno-almoço ou um suplemento alimentar para emagrecer, do que comprar um verniz ou um perfume.

Posicionamento

Para Si que pretende ter o seu próprio negócio sem investimento no sector da Cosmética, Saúde e Bem-estar e que precisa de formação especializada sobre como gerir o seu negócio, agora tem a Academia de Líderes, que dá formação em áreas essenciais para criar negócios de sucesso com relações duradouras. É verdade porque, para além da formação básica dada pelas marcas com quem trabalhamos, a Academia de Líderes, dá 8 módulos de formação nas áreas de Empreendedorismo, Falar em público, Actuação comercial, Gestão de Equipas, Marketing e Gestão entre outras.

Testemunho

“Agora, com a Academia de Líderes sinto-me com mais confiança e melhor preparada para criar o meu próprio negócio, potenciá-lo e geri-lo com a eficácia que nunca pensei ter, tendo assim em vista um futuro com o sucesso que sempre desejei.”

Joana Guerner é professora de Físico-química há 13 anos num colégio privado no Porto. Considerada uma das melhores professoras, é destacada para liderar projectos e missões do Colégio. O seu carisma leva-a a ser Directora das turmas mais complicadas entre os 7^{os} e os 12^{os} anos, o que leva a um esforço e desgaste de tal maneira que a desmotivação se instala de forma fácil e frequente.

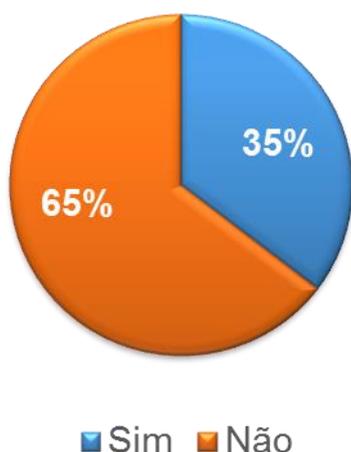
Conheceu o projecto da Academia de Líderes através de um anúncio de Facebook e inscreveu-se na Yves Rocher e Herbalife.

Após a primeira reunião que tivemos juntos, percebi que poderia ser um activo importante para a Academia e a Joana via nesta, a aliada para desenvolver algumas habilidades, competências e capacidades de que sentia falta para desenvolver algo seu.

Hoje em dia, a Joana, construiu a sua própria equipa e é a nossa formadora no concelho do Porto.

Sell out

Para determinar o Sell Out, foi realizado um breve questionário a cerca de 280 pessoas das quais cerca de 210 era pessoas do sexo feminino com escolaridade igual ou superior ao 2º Ciclo.



Depois de uma breve explicação do que era a Venda Directa (desconhecida de muita gente), foi lançada a 1ª pergunta:

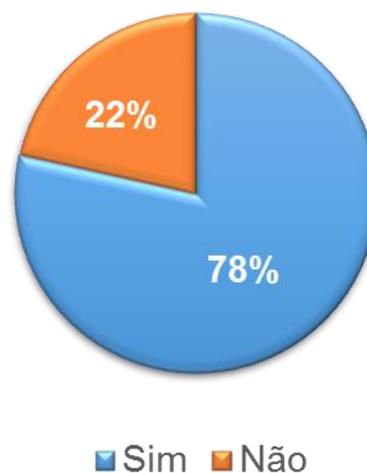
“Aceitaria trabalhar em Venda Directa?”

35% disse que aceitaria, mas mais de 1/3 replicaram que não.

De seguida lançámos nova pergunta, desta vez mais especificamente dirigida ao nosso produto: Formação.

Caso visse a Venda Directa como uma oportunidade de carreira no futuro, valorizaria receber formação especializada que lhe permitisse ter sucesso a longo prazo?

Aqui a Formação foi vista como uma mais-valia para ter sucesso com esta hipotética nova oportunidade de carreira no futuro.



Assim identificámos o nosso público-alvo que correspondia a cerca de 2.2 milhões de pessoas e percebemos também que a penetração que nos esperava correspondia a sensivelmente 1.7 milhões.

A Academia tem no seu Catálogo de Formação, 8 módulos com a duração mínima de 4 horas cada.

Como vimos na constituição do Preço, aproveitando o apoio da Universidade Atlântica, o único custo que a Academia tem é o preço/hora do formador para cada módulo que não pode ser superior a 15€, sendo certo que cada turma terá de ter no mínimo 4 pessoas.

Pessoas em Portugal com o 2º Ciclo e mais	6.142.800
Aceitaria trabalhar em Venda Directa	35,40%
Quantidade de pessoas (Grupo Alvo)	2.174.551
Interessados na formação especializada	78,50%
Pessoas interessadas na formação (Penetração)	1.707.023
Módulos (Frequência)	8
Período/Ano (Frequência)	1
Horas por uso	4
Total (horas)	54.624.736
Custo produção Unitário/módulo	15
Custo produção hora	3,75
Sell In €	204.842.760
PVP 1 módulo	29
PVP Unitário/Hora	7,25
Sell Out €	396.029.336

Marketing Mix

PRODUCT (Produto)

O produto que a Empresa “vende” é consultoria e formação.

Consultoria no sentido em que aconselhamos e orientamos as Clientes a tomar decisões dentro de determinado plano de carreira que cada Marca com que trabalhamos tem.

Formação porque disponibilizamos 8 módulos de formação que preparam os Clientes para serem capazes de pegar e levar um negócio com sustentabilidade e consolidação. Com bases para que se criem, relações duradouras com os seus próprios Clientes.

A Empresa aponta ao mercado de Venda Directa, como principal criador de negócios próprios pelo que é inevitável trazer aqui como parte do “P” de Produto, os artigos vendidos aos Clientes finais de cada Marca, uma vez que são o garantem a solvência da Empresa ao nível dos custos fixos da Empresa, através das comissões que recebo das vendas/compras realizadas pelas minhas Equipas.

PRICE (Preço)

No que concerne ao preço da formação, desenvolvemos vários estudos que nos ajudaram a perceber o preço que os Clientes estariam dispostos a pagar por cada módulo de 4 horas de formação. Os resultados mais satisfatórios apontam para um preço não superior aos 30 euros pelo que definimos um preço psicológico de 29 euros para quem não pertence à Empresa e apenas quer comprar formação.

Relativamente aos preços dos produtos das Marcas que representamos, não há muito que dizer. São preços tabelados, definidos e publicados em catálogo pelas próprias Marcas. O Cliente final terá sempre que pagar o preço de catálogo e os Revendedores pagam o preço de catálogo, retirando a sua margem de lucro definida por cada marca.

PLACE (Distribuição)

As formações são ministradas na Atlântica University Higher Institution às 6^{as} feiras das 18:30 às 22:30 e aos Sábados das 09:00 às 13:00. Este é o horário pós laboral disponibilizado pela Universidade de acordo com a parceria que mantemos.

PROMOTION (Promoção)

A divulgação da Empresa e seus produtos, será desenvolvida através do Site em www.academialideres.com e nas redes sociais que constam no *site*. O Facebook terá várias publicações semanais, referentes aos vários módulos de formação, produtos e promoções das marcas. Será por excelência o meio de comunicação preferencial entre o Projecto e os seus Clientes e potenciais Clientes.

PHYSICAL (Ambiente físico)

As formações têm lugar nas salas do Edifício Alfredo de Barros da Atlântica University Higher Institution, sob um ambiente descontraído. Temos bolos secos, águas e café para os intervalos. Tiramos fotos de grupo para posteriormente publicarmos nas Redes sociais como forma de divulgação do trabalho que desenvolvemos. As formações de Equipa da Academia, habitualmente terminam com um almoço no Restaurante Maria Pimenta na bela Fábrica da Pólvora onde está inserida a Universidade.

PEOPLE (pessoas)

A Equipa de formadores é nesta fase essencialmente constituída por Miguel Caetano, Sónia Ferreira, Adelaide Gonçalves e Joana Guerner. Entre Formadores, *Team Leaders*, Assessoras e Conselheiras que revendem e contamos com uma Equipa de mais de 60 pessoas.

PROCESS (Processo)

Processo de registo de Clientes – entrada na – Academia de Lideres

Inscrição através da Yves Rocher

Cliente acede ao *site* através do endereço:

<https://www.academialideres.com/yves-rocher>

Existe um formulário que cativa o Cliente a que dê o 1º passo para a inscrição.

1. O Cliente faz o preenchimento dos seus dados.



FORMULÁRIO DE INSCRIÇÃO + OFERTAS

Nome Completo*

E-Mail*

Telemóvel*

Morada*

Código Postal*

Já esteve inscrita(o) na Yves Rocher?

- Sim Não Não me lembro

Qual é o seu objectivo da sua inscrição?

- Consumo Próprio Revender Fazer Carreira

Escolha a sua Oferta

- Bálamo Verniz Lima

ENVIAR

- Aceito os termos da Política de Privacidade*



Bálamo nutritivo



Verniz efeito gel



Lima florida

2. A Academia de Líderes recebe um email com os dados

Academia de Líderes - Yves Rocher
15 de junho de 2018 | 07:22 | 2 KB

De:
Patrícia Alexandra Silva Oliveira Costa

Para:
miguel.caetano@academialideres.com

From: Patrícia Alexandra Silva Oliveira Costa <patriciaalexandra40@hotmail.com>
Subject: [your-subject]

Dados da Inscrição:

Nome Completo - Patrícia Alexandra Silva Oliveira Costa

E-Mail - patriciaalexandra40@hotmail.com

Telemóvel - 937496563

Morada Completa - Rua Dr. João Semana n.165 2B, N°165 2°B

Já esteve inscrito(a) na YR? - Sim

Escolha a sua Oferta - Revender

--
Este e-mail foi enviado a partir de Academia de Líderes (<http://www.academialideres.com>)

3. Academia de Líderes, regista a Cliente no *site* da Marca para que lhe seja atribuído um nº de Conselheira. Caso a Cliente já esteja registada, o *site* dá essa informação. Haverá que confirmar se a Cliente não faz uma encomenda há mais de 17 catálogos, ou seja 1 ano. Caso contrário não poderá ser registada pela Academia, a menos que complete o tempo de inactividade.

Inscrição através da Herbalife

Os produtos da Herbalife não têm uma finalidade essencialmente cosmética como a Yves Rocher. Comercializa produtos de saúde e bem-estar, entre eles suplementos alimentares que por terem incidência directa ao nível da saúde, o seu processo de inscrição carece de uma consulta prévia de bem-estar.

Os potenciais Clientes que desejem inscrever-se na Herbalife, poderão aceder através do *site* em <https://www.academialideres.com/herbalife>. Aqui os dados preenchidos são menos do que nas outras marcas e a ideia é que os Clientes deixem um nº de telemóvel para que sejam contactados para agendar uma Avaliação de bem-estar.

A avaliação de Bem-estar consiste numa conversa de aproximadamente 1 hora em que para além de perceber junto do Cliente os seus hábitos alimentares e intenções relativamente ao seu bem-estar, realizamos algumas medições através de uma balança com bio impedância como a % de Massa Gorda, % de Água no corpo, Massa Muscular, Índice Metabólico Basal (IMB), Massa Óssea, Idade Metabólica, Índice de Massa Corporal (IMC), Índice Físico e Gordura Visceral. Após esta análise, são corrigidos alguns hábitos alimentares e sugerido um plano de nutrição tendo em vista os objectivos do Cliente.

Inscrição nas Formações

Os potenciais Clientes acederão em <https://www.academialideres.com/formacoes> onde poderão conhecer os vários módulos do Curso. Poderão receber no seu *email* uma descrição dos conteúdos programáticos bem como as condições de acesso. Nesta página poderão também submeter a intenção de requestrar apenas um módulo ou vários ou até ter acesso a todo o Curso com um desconto especial.

Conclusão

Este projecto tem sido uma grande aprendizagem a todos os níveis e tem aberto os meus horizontes principalmente em relação ao tema “emprego para a vida” que se vai desvanecendo em mim.

Tenho conhecido muitas pessoas interessantes que acima de tudo me acrescentam valor e que me fazem sentir orgulho neste meu projecto por as conseguir ajudar a criar valor nas suas vidas também.

Do ponto de vista do negócio em si, tinha noção à partida que muita coisa iria mudar até acertar na fórmula certa e tenho certo que as mudanças ainda não ficam por aqui.

Começámos com 4 marcas, hoje temos apenas 2 mas fortes e que nos dão garantias de que tomámos a melhor decisão.

Nos inquéritos e consultas que fizemos, há um módulo bastante sugerido - Inteligência emocional nos negócios – que iremos explorar no futuro.

Acreditamos que temos uma **Unique Selling Proposition** forte:

Somos uma Equipa **Jovem** mas **Experiente, Ambiciosa e Dinâmica** que acredita na **transferência e partilha de conhecimento** como condição essencial para o sucesso;

Apostamos na **formação de conteúdos fundamentais** para o desenvolvimento das pessoas como empresários e trabalhadores independentes;

Estamos atentos às **novas tendências tecnológicas** dos mercados e trabalhamos-las como vantagens competitivas;

O nosso *portfolio* tem Marcas, com distintos segmentos para que **cada pessoa possa escolher** a que considera mais fácil de trabalhar ou **melhor se adequa ao seu perfil**, e assim poder **construir o seu próprio plano de carreira.**

Referências Bibliográficas: “Apontamentos seleccionados pelo docente para a disciplina - Documento em powerpoint”