

Gestão e Estratégia <ul style="list-style-type: none"> Objetivos estratégicos Pressupostos ambiente externo (alterações) Pressupostos ambiente interno (alterações) Feedback de acionistas e mentores Novidades a considerar 	Financeiro <ul style="list-style-type: none"> Cashflow Gestão da dívida Financiamento Projetos financiados 	Comercial/Vendas <ul style="list-style-type: none"> Volume de Vendas Rácios Performance por produto/segmento/vendedor Objetivos estratégicos 	Produto <ul style="list-style-type: none"> Roadmap do produto Ganhos de eficiência e eficácia na produção 	Recursos Humanos <ul style="list-style-type: none"> Dimensão e organização da equipa Plano de Formação KPI's Compensações e Benefícios Objetivos estratégicos 	Marketing/Comunicação <ul style="list-style-type: none"> Objetivos estratégicos Campanhas Calendarização Orçamentação Métricas 	Parcerias <ul style="list-style-type: none"> Identificação de Parceiros Definição da proposta de valor Objetivos estratégicos Métricas
Semestre: _____ Ano : _____						
<ul style="list-style-type: none"> A estratégia definida mantém-se válida? O projeto desviou-se do plano inicial? Que áreas precisam de correção? 	<ul style="list-style-type: none"> Qual é a liquidez da empresa? A gestão da dívida é sustentável? Quais são os prazos médios de recebimento e pagamento? Quais são os meses ou semanas de maior stress financeiro? Vai ser necessário criar provisões e recapitalizar a empresa para manter a elegibilidade para fundos comunitários? 	<ul style="list-style-type: none"> Como têm decorrido as vendas face aos objetivos definidos para o ano? Quais são os segmentos, produtos, regiões, sectores com melhor performance e qual é o seu potencial de crescimento? 	<ul style="list-style-type: none"> É necessário fazer alterações ao roadmap de desenvolvimento do produto? Quais são os aspetos que devem ser prioritários? É possível realizar essas alterações até ao final do ano? Há novos produtos que devem ser pensados e desenvolvidos? 	<ul style="list-style-type: none"> Quantas horas de formação obrigatória foram realizadas este ano e quantas faltam realizar? Quando serão realizadas? Qual é o plano de desenvolvimento individual dos colaboradores? Quais são as saídas/entradas na equipa e quando vão ocorrer? Quais são os membros da equipa que necessitam de estarem mais alinhados com a estratégia da empresa e como fazê-lo? 	<ul style="list-style-type: none"> Avaliação das campanhas já executadas, resultados atingidos, e planeamento do que falta — incluindo orçamento e cronograma. É necessário fazer correções ao plano inicial? 	<ul style="list-style-type: none"> Quais são as parcerias que estão a funcionar de acordo com o esperado? Quais devem ser reavaliadas? Quais deverão ser os novos parceiros e qual é a proposta de valor a apresentar aos parceiros?
Semestre: _____ Ano : _____						
<ul style="list-style-type: none"> O que falta desenvolver da estratégia até ao final do ano? 	<ul style="list-style-type: none"> Identificar semana/mês de maior stress financeiro (cashflow e pagamentos) Calendarizar deadlines relevantes Iniciar o planeamento para o ano seguinte 	<ul style="list-style-type: none"> Plano de contingência para tentar atingir o objetivo de vendas anual Reorganização de prioridades e foco nos produtos best sellers 	<ul style="list-style-type: none"> Roadmap de desenvolvimento do produto até ao final do ano Avaliação dos recursos necessários para esse roadmap (equipa, fornecedores, parceiros, clientes) 	<ul style="list-style-type: none"> Colocar no calendário datas das alterações na equipa e dos dias de formação 	<ul style="list-style-type: none"> Colocar no calendário os eventos a participar Colocar no calendário as datas das campanhas 	<ul style="list-style-type: none"> Identificação de novos parceiros Aprofundamento das relações com os atuais parceiros
Semestre: _____ Ano : _____						
<ul style="list-style-type: none"> A estratégia definida mantém-se válida? Que áreas precisam de correção? 	<ul style="list-style-type: none"> Calendarizar deadlines relevantes Definir métricas 	<ul style="list-style-type: none"> Definir métricas por mercado/segmento/vendedor/produto 	<ul style="list-style-type: none"> Roadmap de Investigação e Desenvolvimento de novos produtos 	<ul style="list-style-type: none"> Organização da equipa Formação Planos de Desenvolvimento Individual 	<ul style="list-style-type: none"> Colocar no calendário os eventos a participar 	<ul style="list-style-type: none"> Abordagem a novos parceiros com a nova proposta de valor