

Oportunidades e empreendedorismo

Um pessimista vê dificuldades em todas as oportunidades, um otimista vê uma oportunidade em todas as dificuldades. Um empreendedor será certamente um otimista. Saiba como detectar oportunidades para lançar o seu negócio?



Por Portal Código Postal (11-10-2012)

A questão fundamental que todos os candidatos a empreendedores enfrentam é encontrar a oportunidade de negócios que melhor se adapte ao seu perfil.

- - Criar uma empresa que irá lançar um novo produto ou serviço que vem suprir uma necessidade nova do mercado?
- - Encontrar um produto ou serviço que já exista num determinado mercado e lança-lo ou disponibilizá-lo noutra mercado?
- - Confiar em modelos já testados e lançar o negócio em regime de Franchising?

Há muitas fontes de novas oportunidades para um empreendedor iniciar o seu negócio e, saber detectá-las, também faz parte do espírito empreendedor necessário a quem quer lançar o seu negócio.

Quando vemos ineficiência no mercado, e temos uma ideia sobre como corrigir essa ineficiência, e se temos os recursos, a capacidade e, acima de tudo, a vontade para corrigir essa ineficiência, essa poderá ser uma proposta de negócio interessante. Por outro lado, se conhecemos um produto ou serviço que “dá cartas” no estrangeiro e ele ainda não existe no nosso país, essa poderá também ser uma oportunidade interessante para iniciar um negócio.

A melhor fonte de novas ideias de negócio vem dos nossos clientes. Ouvir os clientes é algo que devemos fazer continuamente. Perceber a forma como podemos melhorar o nosso produto, onde o cliente quer ter o produto, como quer que seja entregue, quanto está disposto a pagar por ele.

A primeira análise deverá ser sempre ao mercado para percebermos se existe mercado, se existem clientes reais dispostos a pagar dinheiro pelos nossos produtos ou serviços.

Após confirmarmos que existe um mercado deveremos perceber quem é que já está nesse mercado, ou seja, analisar a concorrência. Conhecendo as necessidades do mercado e os produtos existentes para esse mercado conseguimos perceber quais as necessidades que não estão a ser satisfeitas na sua plenitude. Ou perceber se existe um nicho de valor não detectado pela concorrência.

Também é fundamental fazer uma análise global ao sector para tentar perceber se o sector está em crescimento ou declínio, se existem restrições legais ou credenciações a fazer ou se o sector é demasiado regulamentado. É importante ter a noção do nível de atractividade e das dificuldades do sector.

Erros frequentes

O erro mais frequente que as pessoas tendem a cometer é pensar que os futuros clientes são como elas. Se elas gostam do produto, todos vão gostar. Por vezes, os empreendedores mais tecnicistas concentram-se demasiados nas características de engenharia ou técnicas do produto, em vez de se concentrarem na necessidade que o produto deveria satisfazer. Os clientes não compram tecnologia, compram produtos que agregam valor. Compram produtos que os ajudam a resolver um problema e não a tecnologia por si mesma. Não perder o foco do cliente é essencial para ter sucesso.