

Empresa: 	Missão: 	Visão: 	Proposta de Valor: 	Segmentos de Clientes:
	Opcional	Opcional		1º

SWOT	APROVEITAR	COMBATER
Ambiente Interno	Pontos Fortes (S) 	Pontos Fracos (W)
Ambiente Externo	Oportunidades (O) 	Ameaças (T)
		2º

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS (não quantitativos) - OKR	
Objetivo 1:	S: W: O: T:
Objetivo 2:	S: W: O: T:
Objetivo 3:	S: W: O: T:
	3º

Ferramentas Utilizadas:
SWOT + OKR + 5W2H



Objetivos Estratégicos	RESULTADOS-CHAVE (quantitativo) - OKR	Valor Previsto	Valor Realizado
Objetivo 1:	1. 2.		
Objetivo 2:	3. 4.		
Objetivo 3:	5. 6.		4º

Resultados-Chave (O Quê?)	PLANOS DE AÇÃO – 5W2H						
	Por quê?	Onde?	Quem?	Como?	Quando? (data início/data fim)	Quanto? (Valores em R\$)	Percentual de Execução
							5º

Desenvolvido pelo Prof. Cláudio Márcio Campos de Mendonça
Curso de Administração da UNIFAP – cmarcio@gmail.com