

### 3.1. Quem são?

A razão de ser de qualquer negócio é o cliente. Sem clientes, qualquer grande ideia falha. Milhares de boas ideias perdem-se por todo o mundo porque não conseguem atingir os clientes.

Neste ponto, deverás definir quem são os clientes-alvo do teu negócio, a faixa etária, o sexo, o poder de compra, entre outros aspectos que possam ser relevantes.

**EX:** Tanto a Mercedes como a Fiat vendem carros, mas os clientes são diferentes, pois comprar um carro por 15.000 euros é diferente de comprar um carro por 50.000 euros.

Se o cliente de um Fiat Punto pode ser um jovem com 22 anos acabado de sair da universidade, o cliente de um Mercedes pode ser um empresário ou um director de uma grande empresa, na faixa etária dos 40 anos.

### 3.2. Porque é que os clientes irão comprar os teus produtos/serviços?

Para que o teu negócio possa ser desenvolvido, tens de ter um produto ou serviço que satisfaça as necessidades dos teus potenciais clientes, assim como tens que fazer um esforço para conhecer essas mesmas necessidades.

Ao definires o teu negócio, debes auscultar o maior número de pessoas, saber se comprariam aquilo que queres desenvolver. Após essa pesquisa, deverás explicar por que é que pensas que os clientes irão comprar os teus produtos/serviços. Resumindo, debes associar as características do teu produto (que já identificaste no ponto 2) com as características/ necessidades dos teus possíveis clientes.

