

Guia prático para implantação de franquias



Março de 2025
© SULTS



Como bem descreve **Marcelo Cherto**:

“ *Franquia é, essencialmente, a reprodução padronizada e disciplinada de processos.* ”

Esse conceito resume o sucesso de uma rede: estruturar operações replicáveis com excelência e garantir uma experiência consistente em todas as unidades. Implantar novas unidades exige planejamento estratégico e execução precisa.

Manuais operacionais detalhados, **treinamentos específicos** e critérios rigorosos na escolha de pontos comerciais são indispensáveis.

Além do **suporte contínuo** aos franqueados, que é essencial para assegurar a aplicação correta do modelo.

Sem esses cuidados, a expansão pode comprometer a reputação da marca e gerar **prejuízos financeiros**.

Cada unidade deve ser tratada como um **projeto estratégico**, pensado



para fortalecer a **presença da marca** no mercado e consolidar a confiança dos consumidores.

Neste artigo, aprofundaremos nos aspectos cruciais que podem de uma **implantação de sucesso!**

**Te desejamos, então,
uma boa leitura.**

Conteúdos

1	Equipes de Implantação Capacitadas: Primeiro Quem Depois O que.	05
2	Como Garantir uma Implantação de Franquias Eficiente: <i>5 Diretrizes Fundamentais.</i>	07
3	Faça um Cronograma de Implantação com Entregas e Atividades bem Definidas.	12
4	Suporte Pós Inauguração: Como Ele Impacta a Sustentabilidade das Unidades.	20
5	Prepare-se para o Inesperado Durante a Implantação.	22
6	Ferramentas Tecnológicas para Gerenciamento das Implantações.	25

1. Equipes de implantação capacitadas: primeiro quem depois o que

A abertura de uma nova unidade de franquia é um projeto.

Ela possui **objetivos específicos**, um **escopo bem definido**, **prazos determinados** e **recursos limitados** que precisam ser gerenciados.

Contudo, o que realmente garante o sucesso dessa empreitada não são apenas os processos, mas as **pessoas** responsáveis por executá-los. As pessoas são os principais ativos das organizações, e nas franquadoras essa premissa se mantém verdadeira.

Ainda que os **processos** estejam bem **padronizados e documentados**, o sucesso depende sempre de quem os executa.

Franqueados e suas equipes precisam seguir as etapas de forma rigorosa. Quando isso **não** acontece, o declínio da unidade é inevitável, impactando diretamente os resultados e até na **reputação da franqueadora**.

Em *Empresas feitas para vencer*, **Jim Collins** aponta:

“ Os executivos que alavancaram a transformação de empresas **boas** em empresas **excelentes** não decidiram primeiro para onde iam conduzir o barco, [...] primeiro colocaram as pessoas certas (e as erradas para fora) e depois resolveram para onde iriam levá-lo. ”

Ou seja, o sucesso não começa com planos ou destinos, mas com as pessoas certas nos lugares certos e as erradas para fora.

Na prática da implantação de franquias, isso se traduz em: **Atribuir as funções certas às pessoas certas**. Cada etapa exige competências específicas.



FRANQUEADOR



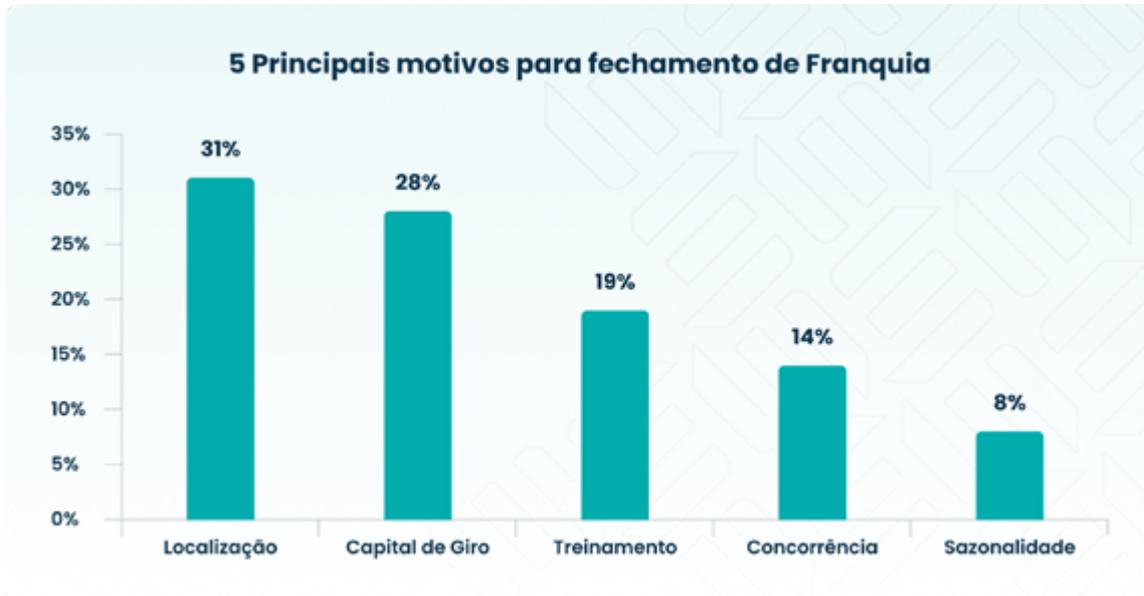
FRANQUEADO

O CASAMENTO DAS 2 PARTES

Os **gerentes de expansão** devem ser líderes estratégicos e orientados a resultados, com capacidade de gerenciar múltiplas tarefas, **alinhar equipes e manter o foco** no cumprimento rigoroso dos padrões e prazos estabelecidos pela franqueadora.

Franqueados, por sua vez, devem ser empreendedores alinhados aos **valores e à visão** da marca. Ter um **perfil proativo**, disciplina para seguir rigorosamente os **processos estabelecidos** e comprometimento em conduzir as operações no dia a dia de forma consistente e eficaz.

2. Como garantir uma implantação de franquias eficiente: 5 diretrizes fundamentais



Fonte: Portal do Franchising

Todo negócio precisa de um plano de voo, e o sucesso das implantações está diretamente ligado à solidez do planejamento.

Para te auxiliar nisso, selecionamos as **5 melhores práticas** que vão te ajudar a tornar suas implantações cada vez mais eficientes:

1.1. Deixe claro as responsabilidades tanto suas quanto do franqueado

Como toda **relação comercial**, a do franqueador com seu franqueado, deve começar a ser estabelecida pela confiança.

Para que isso aconteça, ambos devem **cumprir** seus **papéis com responsabilidade extrema** desde o início, as expectativas devem estar alinhadas e seus direitos e obrigações sendo respeitados. Mas, quais são seus papéis? O que, no geral, é esperado de cada um? Veja:

1.1.1. O Papel do Franqueado

Na maioria dos casos, o franqueado ingressa no sistema com **pouca ou nenhuma experiência** no setor em que está começando a atuar.

Esse é o momento em que ele mais precisa de **apoio e do suporte** para compreender o modelo de negócio, implementar as práticas recomendadas e alcançar os resultados esperados.

Contratar ou **assumir obrigações** com um franqueador que **não inspira confiança** ou age de forma desorganizada pode levar a consequências finais desastrosas.

Um **contrato de franquia** bem elaborado só terá força se for sustentado por uma relação de confiança e propósito.

1.1.2. Planejamento financeiro e investimento inicial: assegure o capital de giro necessário

A falta de capital é o motivo pelo qual **28% das franquias fecham**, como é possível observar no gráfico citado anteriormente.

Portanto, cabe ao franqueado manter **reservas financeiras** suficientes para cobrir os custos operacionais e contingências durante o período de maturação do negócio.

Além de realizar uma **análise detalhada dos custos de ocupação (aluguel, condomínio, IPTU)**, assegurando que estejam compatíveis com o plano financeiro e o potencial da unidade.

1.1.3. Preparação e conformidade:

É fundamental que o franqueado siga as **orientações sobre o layout da unidade**. Todas essas decisões devem ser alinhadas com as diretrizes



da rede, e sua supervisão é essencial para garantir que o franqueado siga as melhores práticas.

Também espera-se cumprimento quanto às **diretrizes de operação e marketing** no manual da franquia, mantendo o padrão de excelência exigido.

1.1.4. Treinamento e desenvolvimento:

Espera-se, também, do franqueado a **participação** integral nos **treinamentos** fornecidos pela franqueadora, tanto para compreender o **modelo de negócios**, quanto às práticas recomendadas e os processos operacionais.

Além disso, fomentar a capacitação de sua equipe, garantindo que todos participem dos treinamentos.

1.2. O Papel do franqueador

É no período de implantação da nova unidade que o **franqueado** está mais **dependente**, e onde o franqueador tem a oportunidade de demonstrar a **importância** de sua presença.

O **apoio técnico, estratégico e operacional** oferecido nessa fase pode ser o diferencial para o sucesso do empreendimento. O franqueador precisa **agir como uma referência**, mostrando **comprometimento e dedicação**, pois sua postura será lembrada nos momentos de maior desafio. Suas principais responsabilidades incluem:

1.2.1. Fornecimento do modelo de negócio:

- Disponibilizar um modelo de negócios comprovado, com processos documentados e estruturados.



- Fornecer o manual da franquia com todas as diretrizes operacionais, administrativas e de marketing.

1.2.2. Apoio na estruturação inicial:

- Ajudar na escolha do ponto comercial por meio de análise de mercado, fluxo de clientes e viabilidade financeira.
- Oferecer suporte para a instalação e padronização da unidade (layout, equipamentos, identidade visual).
- Acompanhar de perto a compra de equipamentos, o planejamento do estoque inicial e a contratação de colaboradores.

1.2.3. Treinamento e capacitação:

- Realizar treinamentos iniciais para o franqueado e sua equipe, abordando operações, gestão, atendimento e estratégia de vendas.
- Disponibilizar atualizações constantes para garantir a evolução do negócio e alinhamento com as tendências do mercado.

1.2.4. Apoio contínuo e supervisão:

- Oferecer consultoria contínua para ajudar na gestão financeira, administrativa e de marketing.
- Monitorar o desempenho da unidade e sugerir melhorias com base nos indicadores fornecidos.

1.2.5. Gestão de Marca e Publicidade:

- Gerenciar a marca em nível nacional, garantindo seu fortalecimento e reputação no mercado.
- Realizar campanhas publicitárias regionais e nacionais, além



de oferecer suporte para ações locais.

Com as **responsabilidades estabelecidas**, o próximo passo é garantir uma execução eficiente por meio de um cronograma de implantação bem definido. Saiba como organizar essa etapa a seguir.

3. Faça um cronograma de implantação com entregas e atividades bem definidas



A definição de **entregas** e atividades **claras** é essencial para alinhar expectativas com o franqueado, otimizando recursos e assegurando que cada detalhe seja executado com precisão.

Desde a **obtenção de licenças** até a validação da abertura. Todas as etapas precisam estar interligadas para formar um plano coeso, voltado para o sucesso rápido e eficiente da nova unidade.

Ao longo deste tópico, **será explorado itens essenciais e um cronograma de implantação eficaz para se aplicar**, e um dos primeiros e mais críticos passos nesse percurso é a obtenção ágil de licenças e regularizações. Confira:

2.1. Agilidade em obter licenças e regularizações

Imagine este cenário: o ponto perfeito para sua franquia foi encontrado, já é possível visualizar os clientes entrando e engajando. Mas, na hora de começar a reforma do local, estão faltando as **licenças necessárias**. O resultado: **o andamento da obra é prorrogado e os custos fixos começam a acumular**.

Esse tipo de situação não é rara e pode ser evitada com uma ação proativa para obter as **licenças e regularizações** o mais rápido possível.

É preciso colocar a regularização legal como uma **prioridade**. Por isso, é essencial dar início a esse processo logo nas primeiras etapas da implantação.

E na maioria dos casos, os **principais documentos** a serem providenciados são:



Alvará de funcionamento: autoriza o funcionamento da unidade no município e garante que as atividades estejam em conformidade com a legislação local.



Licença de instalação de equipamentos: necessária para regulamentar equipamentos específicos, como sistemas de exaustão ou câmaras frias.



Licença sanitária: necessário para franquias que atuam nos setores de alimentação ou saúde, validando os padrões de higiene e segurança.



Certificado de vistoria do corpo de bombeiros: garante a segurança contra incêndios, incluindo saídas de emergência e sistemas de proteção.



Registro de CNPJ e inscrição estadual: formalizam a operação da unidade perante os órgãos competentes.

Esses processos **podem levar semanas** dependendo da localidade e do segmento de atuação. Antecipar-se é a chave para evitar contratempos que podem prejudicar toda a dinâmica do cronograma.

2.2. Seleção inteligente do ponto comercial

Muitas vezes, o **alto fluxo de pessoas** em áreas como hospitais, faculdades, escolas ou academias pode ser atraente à primeira vista, mas isso não garante que aquele ponto será o mais assertivo para o seu modelo de negócio.

Pedro Almeida, **Diretor da Franchise Solutions**, explica que entender o tipo de negócio é fundamental. Segundo ele:

“ *Negócios de passagem exigem locais com **alto fluxo de pessoas ou veículos**, como shoppings ou ruas movimentadas. Já negócios de destino não dependem desse fluxo, mas **precisam de fácil acesso e estacionamento.*** ”

Mas, como diferenciá-los?

Os negócios de passagem são aqueles que dependem do movimento constante de pessoas e veículos. Portanto, devem priorizar locais movimentados, como ruas principais, estações de transporte público, shoppings ou centros comerciais.

Já os negócios de destino, por outro lado, não precisam de grandes fluxos de pessoas. Mas dependem de fatores como estacionamento, acessibilidade e proximidade com outros serviços complementares.

Com plataformas de geomarketing, por exemplo, é muito mais rápido escalar esse processo. Ferramentas [Nology](#), [Mapfry](#) e [Geofusion Intelligence](#) oferecem diversas funcionalidades para atender às necessidades de **inteligência de mercado e geomarketing**.

A Geofusion Intelligence, maior plataforma de geomarketing, tem entre seus recursos:

Análise de potencial de mercado para identificar regiões promissoras.



- Importação de dados próprios para análises combinadas.
- Mapeamento de concorrentes e infraestrutura relevante.
- Dados demográficos e econômicos detalhados por quarteirão.

Já a Mapfry, tem entre suas ferramentas:

Biblioteca de dados geográficos com informações detalhadas.

Ferramentas para criar áreas de estudo por raio, tempo de deslocamento ou desenho livre.

Mapas interativos com possibilidade de comentários e inserção de mídia.

E a plataforma Nology, conta com:

- Modelos preditivos para antecipar tendências.
- Inteligência de mercado geolocalizada.
- Visualização e análise de dados detalhados.
- Relatórios automatizados para decisões ágeis.
- Consultoria personalizada para diferentes segmentos.

2.3. Planejamento do projeto arquitetônico e infraestrutura

A **arquitetura** é um dos fatores que tornam franquias como McDonald 's, KFC, Habib' s e Copenhagen **tão reconhecíveis**. Até quem nunca foi cliente consegue identificar suas unidades à distância.



Diversos fatores contribuem para essa rápida identificação. Entre eles podemos citar o **design das suas fachadas, o uso de elementos temáticos, o layout da loja, a iluminação e seus materiais de acabamento.**

Para garantir que cada nova unidade mantenha essa **coerência** e reforce o **branding da rede**, é fundamental trabalhar com parceiros especializados.

Escolher um **escritório de arquitetura e prestadores de serviço** é muito importante. Eles devem ser qualificados para implementar **projetos realistas, escaláveis** e alinhados à **essência** da marca. Conheça alguns critérios para selecionar parceiros e prestadores de serviço:

Alinhamento com a identidade da marca: certifique-se de que o parceiro entende os valores e objetivos da franquia, traduzindo-os em designs e funcionalidades que reflitam a essência da marca.

Capacidade técnica e portfólio: priorize profissionais com experiência comprovada em redes de franquias e analise seus portfólios para avaliar se atendem às necessidades de padronização e operação da rede.

Soluções escaláveis e personalizadas: opte por profissionais capazes de combinar padrões globais com adaptações locais, mantendo a consistência sem abrir mão da flexibilidade.

Compromisso com prazos e eficiência: certifique-se de que o parceiro tenha histórico de entregas pontuais e gestão eficiente de custos, essenciais para o crescimento acelerado da rede.

Além disso, todos os acordos devem ser formalizados em contratos detalhados, especificando **escopo dos serviços, prazos, materiais**, forma de pagamento e **penalidades por descumprimento.**

A boa notícia é que o projeto arquitetônico pode e deve ser reaproveitado, o que agiliza consideravelmente o processo de abertura das pró-

ximas unidades em escala.

A próxima etapa, igualmente importante e repleta de oportunidades de aprendizado e adaptação é a própria realização da obra:

2.4. Acompanhamento próximo da obra:

O acompanhamento durante a execução da obra é indispensável para assegurar que todas as etapas sejam realizadas dentro do prazo, do orçamento estabelecido até a conformidade com os padrões da marca. **Veja os aspectos mais importantes a considerar:**

Orçamento realista e detalhado: solicite orçamentos de vários fornecedores e prestadores de serviços, analisando os custos, mas também a qualidade, experiência e reputação.

Detalhamento das etapas: elabore um cronograma com prazos específicos para cada etapa, como demolição, construção, acabamento e decoração.

Planejamento preventivo: mantenha uma reserva financeira destinada a cobrir despesas adicionais ou imprevistos que possam surgir, garantindo a continuidade da obra sem comprometer outros recursos.

Supervisão constante: realize visitas periódicas ao local da obra para verificar a qualidade dos materiais, serviços e frequência do projeto.

Comunicação sem ruídos: estabeleça um canal de comunicação direto e contínuo com os prestadores de serviço, garantindo alinhamento e solução rápida de problemas.

Avaliações periódicas: monitore e aprove cada etapa do projeto antes de liberar pagamentos, assegurando que os serviços contratados sejam entregues conforme o combinado.



Priorizar a qualidade: avalie cuidadosamente os materiais e serviços, priorizando a qualidade em vez do menor preço. Uma execução bem planejada e realizada com excelência é fundamental para o sucesso da unidade e para a satisfação dos clientes.

Realize uma vistoria minuciosa: ao término da obra realize um checklist detalhado para assegurar que todas as etapas foram executadas conforme o projeto. Garantindo que não tenham pendências que possam impactar o funcionamento do espaço.

2.5. Campanhas de marketing e divulgação

A Inauguração de uma unidade **sem divulgação** é como uma festa sem convite: tudo está preparado, mas os convidados não vêm.

Portanto, esse momento de abertura tem que ser cuidadosamente pensado, além de contar com **estratégias** para conquistar o **público local e dar visibilidade positiva** à marca logo nos primeiros dias de operação.

É nessa etapa que a franquia tem a oportunidade de causar uma primeira **impressão de impacto positivo** e começar a construir uma base de **clientes fiéis**. Portanto, investir em um marketing bem planejado é fundamental para o sucesso inicial. Para fazer isso, invista em ações de divulgação:

Mídia local e redes sociais: utilize anúncios segmentados no Instagram, Tiktok e facebook para alcançar o público alvo da região e combine essa estratégia com presença em mídias locais, como outdoor, tapume adesivado e publicidade em cinemas e edifícios residenciais.

Parcerias Estratégicas: Nos dias atuais, um ponto de grande importância é estabelecer **colaborações com influenciadores digitais locais** que estejam alinhados com o seu público-alvo e utilizar de cross-marketing com outros estabelecimentos, para ampliar ainda mais o alcance da campanha, agregando relevância à inauguração.

2.6. Eventos de pré-inauguração

Antes de abrir oficialmente as portas, criar eventos exclusivos pode gerar engajamento e expectativa.

Testes com convidados, sessões de degustação (no caso de franquias alimentícias) ou **apresentações de produtos** ajudam a familiarizar a comunidade com a nova unidade e dão aos franqueados a oportunidade de ajustar detalhes operacionais antes do lançamento.

2.7. Promoções iniciais

Oferecer **promoções ou vantagens** exclusivas para os primeiros clientes pode incentivar a visitação e gerar um fluxo inicial de consumidores. Exemplos incluem:

Descontos durante a inauguração: essas promoções são uma maneira muito eficaz para atrair um público significativo. Estamos falando até de filas de clientes, isso para o primeiro dia de operação da unidade. E qual franqueado não almeja isso?

A rede de franquias **JAH do Açaí**, em inaugurações, conta com até 50% de desconto no quilo do açaí no dia da inauguração, gerando grande movimento inicial e fidelizando quem comparece na ocasião.



Para garantir o alcance máximo dessa promoção, a franquia junto à franqueadora fazem uma verdadeira **campanha digital**, compartilhando a novidade em suas redes sociais e publicando **matérias** em portais online locais.

Cupons para uma próxima compra: para além de atrair os clientes, também é importante fidelizá-los. Dito isso, uma maneira de incentivar seu retorno é a oferta de cupons de desconto.

4 Suporte pós-inauguração: --- como ele impacta a sustentabilidade das unidades



O suporte contínuo por parte da franqueadora, especialmente durante os primeiros meses de operação, vai ajudar a garantir que o franqueado tenha confiança para superar os desafios iniciais.

Exemplo Prático: O Programa “Versário”

Um modelo eficiente de suporte contínuo é o **Programa “Versário”**, desenvolvido pela rede de franquias **JAH do Açai**.

Durante os primeiros **90 dias de operação**, a franqueadora mantém um acompanhamento diário com o franqueado, auxiliando-o em todas as etapas práticas e operacionais do negócio.

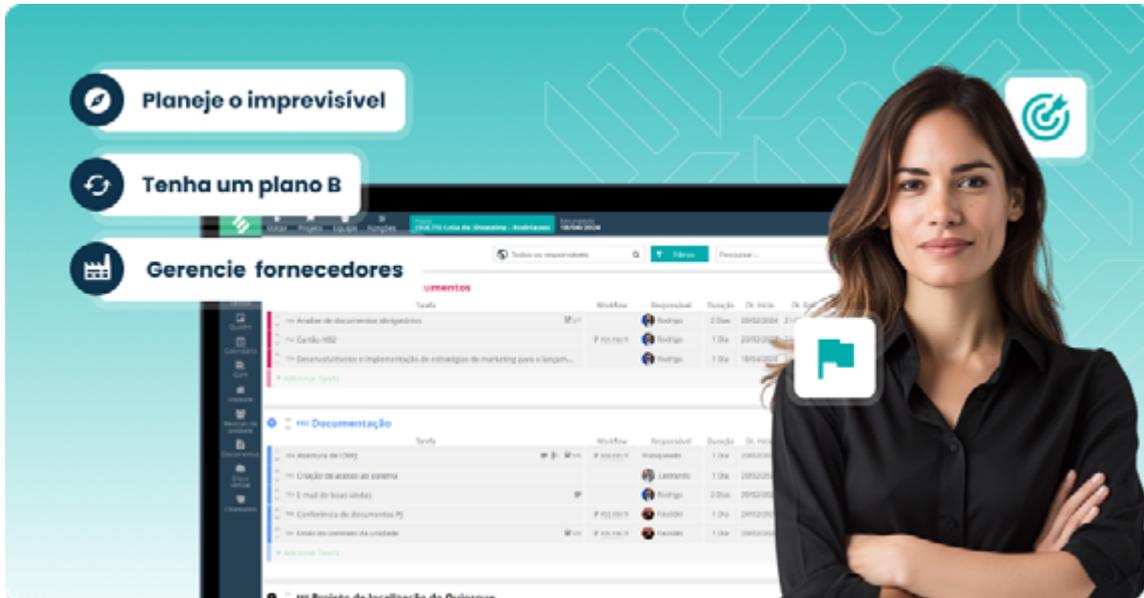
[Diego Dutra](#), Co-Founder da rede, explica:

“ Durante os primeiros três meses, o acompanhamento é diário, porque a pessoa está crua a 100%. Por mais que o franqueado conheça a rede e o treinamento fornecido, é no dia a dia que ele realmente aprende a gerenciar o negócio. ”



Esse modelo intensivo oferece não apenas suporte técnico, mas também reforça a confiança do franqueado, fortalecendo a relação de confiança entre as partes para compartilhar dúvidas e buscar orientações.

5. Prepare-se para o inesperado durante a implantação



Como todo projeto, a implantação de franquias está sujeita a riscos. Portanto, preparar-se para **minimizar** seus impactos e **agir rapidamente** quando eles surgem é uma habilidade essencial, tanto para a eficiência profissional quanto para o sucesso do negócio.

Nesse contexto, **proatividade e agilidade** são elementos-chave. Antecipar possibilidades e saber como agir assertivamente quando problemas acontecem é a melhor forma de proteger o projeto e mantê-lo no caminho certo.

Abaixo, listamos práticas que ajudam a enfrentar o inesperado durante o processo de implantação.

4.1. Planeje o Imprevisível

Embora não possamos prever exatamente o que vai dar errado, é possível identificar os tipos de problemas que têm maior probabilidade de ocorrer. No caso das franquias, alguns exemplos comuns são:

- Gargalos na entrega de materiais e equipamentos.

- Mudanças em legislações que impactem a operação.
- Faltas ou desligamentos de membros da equipe durante as fases iniciais.

Criar uma lista de possíveis cenários de risco, classificando-os por probabilidade de ocorrência e gravidade é um bom ponto de partida. Então, após essa análise, a criação de planos de ação será assertiva, o que vai minimizar os impactos de cada situação.

Por exemplo, se um dos colaboradores principais da equipe por algum motivo se ausentar, ter colaboradores treinados para assumir suas responsabilidades pode reduzir o impacto dessa ausência.

4.2. Tenha um Plano B

Nem sempre o plano inicial será suficiente para resolver uma situação inesperada.

Nesses momentos, a agilidade pode ser o maior **aliado** do franqueador. Tenha uma **lista com alternativas** que não estavam previstas inicialmente.

Por exemplo, se uma etapa do projeto planejada para execução interna sofre atrasos, **terceirizar parte das atividades** pode ser uma solução eficaz para evitar que o restante do cronograma seja comprometido.

Adaptar-se às circunstâncias é fundamental para manter o avanço da implantação.

4.3. Gerencie fornecedores de forma assertiva

A **gestão eficaz** de fornecedores é um componente essencial para garantir que o cronograma de implantação não seja comprometido.



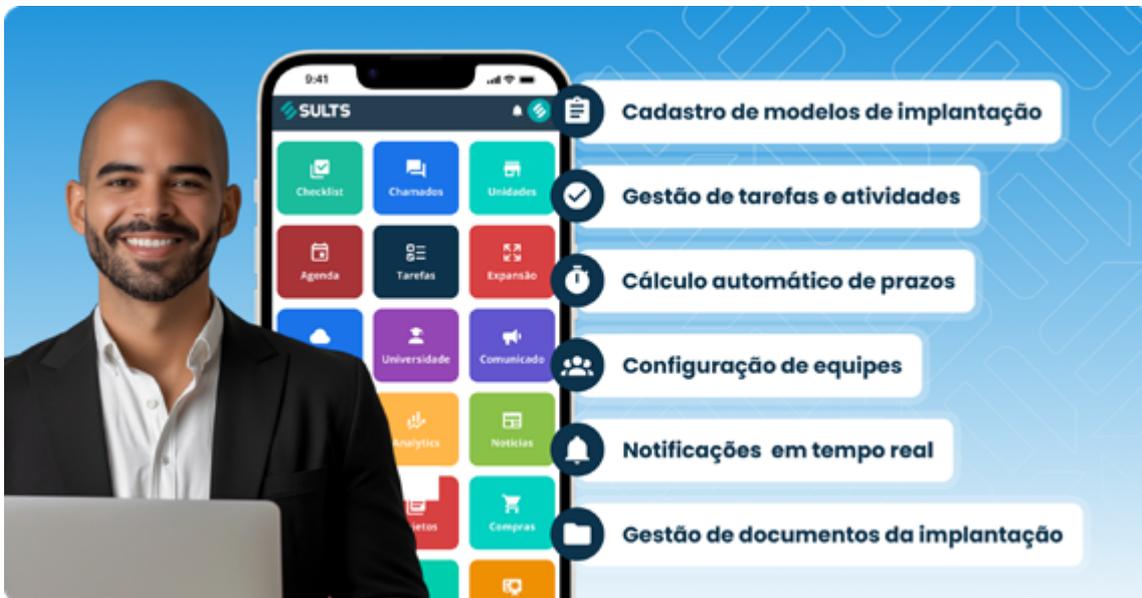
Atrasos na **entrega de insumos** ou **equipamentos** podem impactar negativamente a abertura da unidade, gerando custos adicionais e prejudicando o desempenho inicial da franquia. **Veja como evitar problemas com fornecedores:**

Ter os fornecedores homologados: desenvolva um banco de fornecedores criteriosamente selecionados, com múltiplas alternativas. Após isso, faça o registro obrigatório no sistema de gestão de fornecedores.

Negocie prazos e condições: estabeleça acordos claros e flexíveis para assegurar previsibilidade financeira e operacional.

Rastreamento de entregas: utilize sistemas que permitam monitorar o status dos pedidos com prazos bem definidos, antecipando soluções para possíveis atrasos.

6. Ferramentas tecnológicas para gerenciamento das implantações



Ferramentas tecnológicas são aliadas indispensáveis para qualquer negócio. Elas permitem **monitorar todas as etapas em tempo real**, manter a comunicação centralizada e identificar rapidamente gargalos que podem se transformar em problemas maiores.

Existem plataformas que integram funcionalidades como **gestão de tarefas, controle de prazos, métricas de desempenho** e até mesmo armazenamento de documentos.

Abaixo, apresentamos as principais ferramentas!

5.1. SULTS Implantação

O SULTS é uma plataforma desenvolvida para gerenciar toda a jornada do franqueado. Estamos falando de comunicação, expansão, treinamentos e, claro, implantações.

O módulo de Implantação de Unidades foi cuidadosamente projetado para facilitar e gerenciar o processo de estabelecimento de novas operações de franquia, sendo um dos módulos mais bem utilizados pelos



mais de 1097 clientes da marca.

Aqui estão alguns dos principais recursos do SULTS Implantação:

Cadastro de modelos de implantação: Permite criar e salvar modelos de implantação que podem ser replicados em futuros projetos, economizando tempo e garantindo consistência.

Gestão de tarefas e atividades: Inclui a criação de tarefas dentro de fases específicas, designação de responsáveis, definição de prioridades e durações.

Cálculo automático ou manual de prazos: Oferece opções para o cálculo dos prazos das tarefas, que podem ser atualizados automaticamente pelo sistema ou manualmente pelos usuários, dependendo das necessidades do projeto.

Configuração de equipes de implantação: Permite designar quais colaboradores participarão de um projeto, com opções para habilitar ou desabilitar a visibilidade de tarefas e projetos para diferentes membros.

Notificações e acompanhamento em tempo real: Os envolvidos na implantação recebem atualizações sobre o progresso das tarefas e mudanças nos projetos, garantindo que todos estejam informados sobre os desenvolvimentos importantes.

Gestão de documentos e arquivos da implantação: Fornece uma área para o armazenamento e gerenciamento de documentos importantes, acessíveis de acordo com as permissões definidas.

5.2. monday.com



O **monday.com** é uma plataforma de gestão de projetos e equipes que oferece uma abordagem flexível e personalizável para gerenciar projetos.

Aqui estão alguns dos principais recursos do monday.com:

- **Automatizações:** configuração de ações automáticas, como envio de notificações ou mudanças de status.
- **Visualizações Diversificadas:** opções como quadros Kanban, cronogramas e gráficos para visualização dos dados.
- **Colaboração em Tempo Real:** Comunicação integrada por meio de comentários e notificações.
- **Templates:** modelos pré-configurados para agilizar a configuração de novos projetos.

5.3. Trello



O Trello é uma ferramenta de gestão de projetos que utiliza uma interface visual baseada em quadros e cartões, permitindo que as equipes organizem e monitorem tarefas com esses recursos:

- **Quadros:** organização de projetos em quadros visuais que facilitam a visualização das tarefas e etapas.
- **Cartões:** representação de tarefas ou atividades individuais, permitindo adicionar descrições, anexos, checklists e prazos.
- **Etiquetas:** personalização de categorias e prioridades por meio de etiquetas coloridas.
- **Integrações:** compatibilidade com ferramentas como Google Drive, Slack e Dropbox.

Agora que as principais práticas foram apresentadas, é hora de colocá-las em ação. Continue explorando nossos conteúdos para fortalecer sua rede de franquias e alcançar resultados extraordinários.



SULTS