

SUA JORNADA DA ESTRATÉGIA COMERCIAL

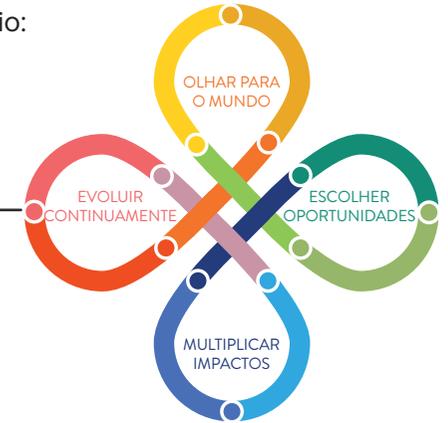


Acesse o guia completo em:
<http://bit.ly/JornadaEstrategiaComercialNi>

A TRILHA DA ESTRATÉGIA COMERCIAL

Refleta sobre as etapas que estruturam sua estratégia comercial e marque cada passo já realizado pelo seu negócio:

Lembre-se que este é um **processo constante e cíclico**: faça sua primeira avaliação e esteja pronto para retomar o processo quando necessário.



OLHAR PARA O MUNDO

DEFINIR O PROBLEMA

- Pesquisar mercado
- Definir problema
- Elaborar Teoria da Mudança

DEFINIR O POSICIONAMENTO

- Analisar concorrentes
- Definir posicionamento
- Definir objetivos estratégicos

DEFINIR O MODELO OPERACIONAL

- Definir modelo de receita
- Definir modelo operacional
- Projetar receita e definir capacidade

MULTIPLICAR IMPACTOS

ESTRUTURAR PROCESSO DE VENDAS

- Desenhar jornada de compra
- Definir canais prioritários
- Desenhar processo de vendas

ESTRUTURAR CADEIA DE VALOR

- Mapear cadeia de valor
- Formar parcerias estratégicas
- Gerenciar impactos da cadeia

OUVIR O CONSUMIDOR

- Estabelecer canais de feedback
- Aprofundar entendimento do cliente atual
- Promover melhorias no processo de vendas
- Promover melhorias no plano de comunicação

DEFINIR A PROPOSTA DE VALOR

- Definir públicos-alvo
- Definir proposta de valor

VALIDAR O MERCADO

- Elaborar plano de testes
- Validar conceito
- Validar aceitação do usuário
- Validar aceitação do mercado

DIVULGAR APROPOSTA DE VALOR

- Estruturar discurso de venda e impacto
- Escolher canais de comunicação
- Divulgar proposta de valor

ESTRUTURAR PLANO DE COMUNICAÇÃO

- Definir objetivos comerciais
- Desenvolver plano de conteúdo por canal

FORTALECER ESFORÇO DE VENDAS

- Capacitar equipe
- Estabelecer estratégia multiproduto
- Gerenciar rentabilidade do portfólio

DESENVOLVER INTELIGÊNCIA DE MERCADO

- Monitorar concorrência
- Identificar novas oportunidades
- Desenvolver novos produtos e serviços

ESCOLHER OPORTUNIDADES

EVOLUIR CONTINUAMENTE

OLHAR PARA O MUNDO

DEFINIR O PROBLEMA



A1

DEFINIR A PROPOSTA DE VALOR



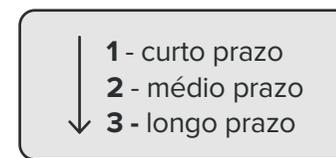
A2

DEFINIR O POSICIONAMENTO



A3

Responda às perguntas com base nas suas reflexões e **avalie** o nível de profundidade que você tem em cada uma destas etapas. Utilize a barra de intensidade, pintando até o nível de aprofundamento que você entende ter avançado. A partir da sua reflexão, defina qual prioridade será dada a cada uma das etapas.



	Superficialmente → Profundamente	Prioridade	Observações
O quanto você conhece o mercado em que atua?	<input type="text"/>	<input type="text"/>	
Você sabe especificar o problema que pretende resolver?	<input type="text"/>	<input type="text"/>	
Você sabe o quanto o seu negócio torna o mundo melhor?	<input type="text"/>	<input type="text"/>	

	Superficialmente → Profundamente	Prioridade	Observações
O quanto você sabe do público que quer impactar?	<input type="text"/>	<input type="text"/>	
Você tem clareza de sua proposta de valor?	<input type="text"/>	<input type="text"/>	

	Superficialmente → Profundamente	Prioridade	Observações
Você sabe quais são os principais atores do seu segmento?	<input type="text"/>	<input type="text"/>	
O diferencial do seu negócio está claro?	<input type="text"/>	<input type="text"/>	
Você tem clareza do que deseja alcançar estrategicamente?	<input type="text"/>	<input type="text"/>	

ESCOLHER OPORTUNIDADES

DIVULGAR A
PROPOSTA DE VALOR

DEFINIR O MODELO
OPERACIONAL

VALIDAR
O MERCADO

B3

B2

B1

Responda às perguntas com base nas suas reflexões e **avalie** o nível de profundidade que você tem em cada uma destas etapas. Utilize a barra de intensidade, pintando até o nível de aprofundamento que você entende ter avançado. A partir da sua reflexão, defina qual prioridade será dada a cada uma das etapas.



↓ **1** - curto prazo
↓ **2** - médio prazo
↓ **3** - longo prazo

	Superficialmente → Profundamente	Prioridade	Observações
O quanto você já detalhou as características da sua oferta?	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Você já aprofundou as possibilidades de desenvolvimento da sua oferta?	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Quanto o seu negócio já foi experienciado pelo usuário?	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
O seu negócio já foi testado no mercado?	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

	Superficialmente → Profundamente	Prioridade	Observações
Você tem clareza do seu modelo de receita?	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Você sabe qual é o seu modelo operacional?	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Você sabe o quanto é capaz de vender e entregar?	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

	Superficialmente → Profundamente	Prioridade	Observações
Você tem um discurso de vendas e impacto estruturado?	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Você já identificou em quais canais de comunicação deve estar presente?	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Sua proposta de valor é clara para o seu público-alvo?	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

MULTIPLICAR IMPACTOS

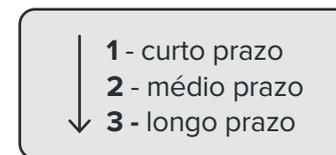
ESTRUTURAR CADEIA DE VALOR ESTRUTURAR PLANO DE COMUNICAÇÃO ESTRUTURAR PROCESSO DE VENDAS

C3

C2

C1

Responda às perguntas com base nas suas reflexões e **avalie** o nível de profundidade que você tem em cada uma destas etapas. Utilize a barra de intensidade, pintando até o nível de aprofundamento que você entende ter avançado. A partir da sua reflexão, defina qual prioridade será dada a cada uma das etapas.



	Superficialmente → Profundamente	Prioridade	Observações
Você tem clareza da jornada de compra do seu cliente?	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Você sabe quais são os canais em que você mais vende?	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
O quão estruturado está o seu processo de vendas?	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Superficialmente → Profundamente	Prioridade	Observações
Você sabe quais são seus desafios comerciais?	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Você tem um plano de conteúdo por canal?	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Superficialmente → Profundamente	Prioridade	Observações
Quão estruturada está a sua cadeia de valor?	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Você sabe quem são seus principais parceiros estratégicos?	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Você consegue mensurar os impactos que gera na cadeia?	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

EVOLUIR CONTINUAMENTE

DESENVOLVER INTELIGÊNCIA DE MERCADO

OUVIR O CONSUMIDOR

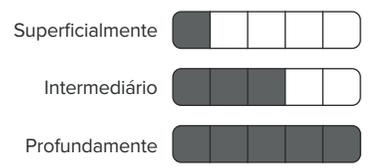
FORTALECER ESFORÇO DE VENDAS

D3

D2

D1

Responda às perguntas com base nas suas reflexões e **avali**e o nível de profundidade que você tem em cada uma destas etapas. Utilize a barra de intensidade, pintando até o nível de aprofundamento que você entende ter avançado. A partir da sua reflexão, defina qual prioridade será dada a cada uma das etapas.



↓
1 - curto prazo
2 - médio prazo
3 - longo prazo

	Superficialmente → Profundamente	Prioridade	Observações
Sua equipe está capacitada?	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>		
Você tem estratégias definidas para ampliação de vendas?	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>		
Você gerencia a rentabilidade do seu portfólio?	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>		

	Superficialmente → Profundamente	Prioridade	Observações
Você ouve do seu consumidor?	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>		
Você já aprofundou seu entendimento sobre seu cliente atual?	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>		
Você já mapeou os pontos de melhoria no seu processo de vendas?	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>		
Você já mapeou os pontos de melhoria no seu plano de comunicação?	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>		

	Superficialmente → Profundamente	Prioridade	Observações
Você monitora a sua concorrência?	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>		
Você está atento às tendências e oportunidades do seu segmento?	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>		
Você já mapeou as novas ofertas que deseja desenvolver?	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>		

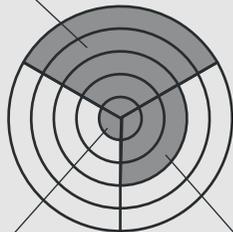
VISÃO GERAL

Instruções de como preencher

Agora que você já refletiu sobre sua estratégia comercial, pinte no gráfico ao lado o quanto você já concluiu de cada uma das subetapas. Ao final, você terá um panorama geral da maturidade do seu negócio e poderá construir um plano de ação consistente.

Profundamente

Superficialmente



intermediário



PRIORIDADE

- 1 - curto prazo
- 2 - médio prazo
- 3 - longo prazo

PLANO DE AÇÃO

Construa o plano de ação que vai apoiar o fortalecimento da sua estratégia comercial.
Comemore cada atividade concluída!

Prioridade	A qual subetapa esta atividade está atrelada?	Qual ação você precisa tomar?	Qual ferramenta vai te apoiar nesse processo?	Quem será responsável por esta ação?	Coloque a data limite para a execução da ação	Comemore suas realizações!
						 <input data-bbox="1937 534 2087 614" type="text"/>  <input data-bbox="1937 646 2087 726" type="text"/>  <input data-bbox="1937 758 2087 837" type="text"/>  <input data-bbox="1937 869 2087 949" type="text"/>  <input data-bbox="1937 981 2087 1061" type="text"/>  <input data-bbox="1937 1093 2087 1173" type="text"/>

COM QUEM EU POSSO CONTAR (PARCEIROS):

PONTOS DE ATENÇÃO: