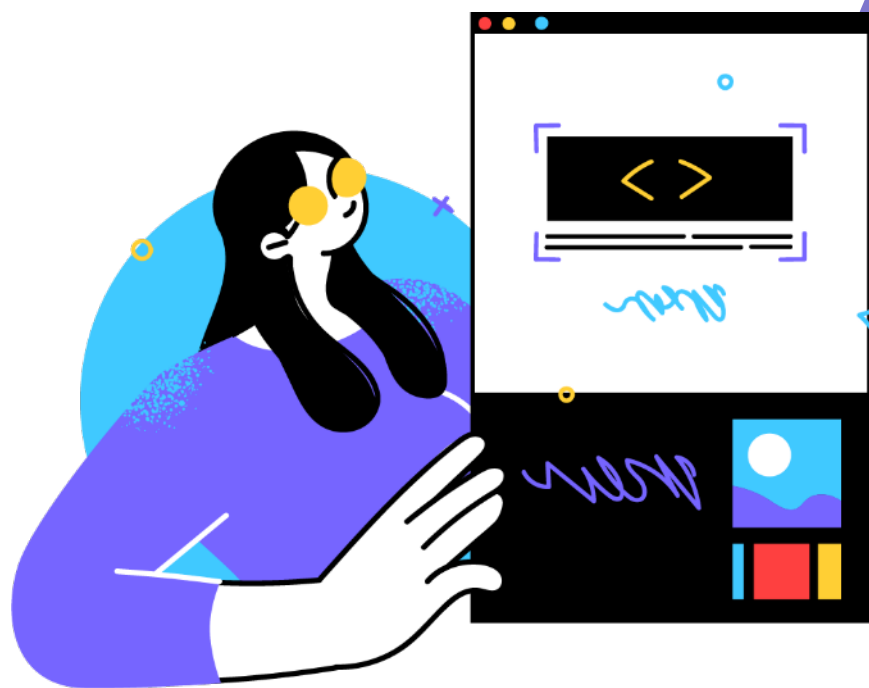


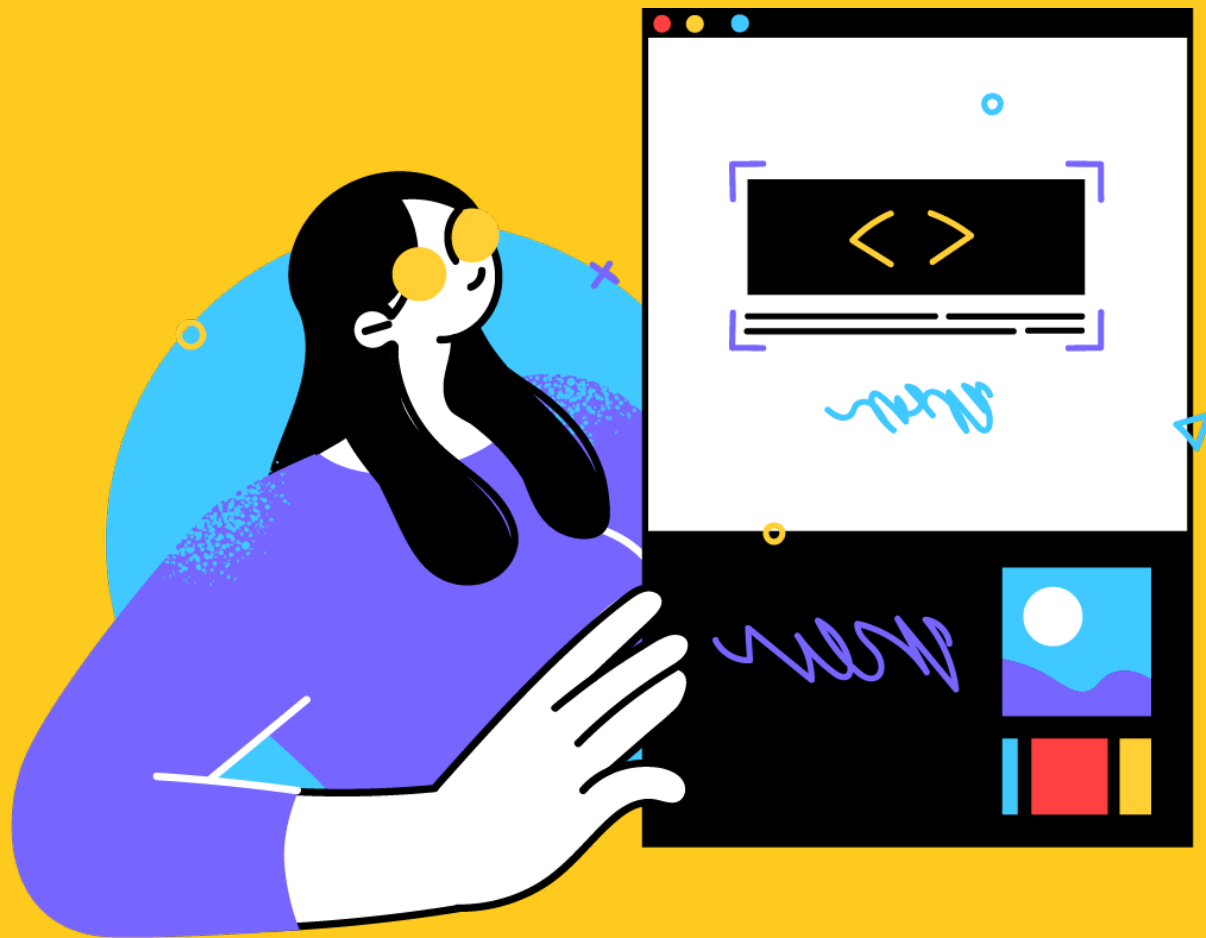
Materiais de Referência **Projeto de Vendas**

**A Gestão Ágil de Vendas
Abrange as atividades
necessárias para obter sucesso
nas vendas em uma sequência
de seis etapas**



**Construir
relacionamentos**





Conectar:
Mapeando
o Cenário
do cliente

SWOT

OPORTUNIDADES opportunities

- AUMENTO DE MKT SHARE

AMEAÇAS
threats

↑
JUROS

PONTOS FORTES
strenghts

PONTOS FRACOS
weakness

\$



CROSS SWOT

OPORTUNIDADES
VS. PONTOS FORTES

- AUMENTO DE
MKT SHARE + \$

1

OPORTUNIDADES
VS. PONTOS FRACOS

2

AMEAÇAS VS.
PONTOS FORTES

3

AMEAÇAS VS.
PONTOS FRACOS

4



CROSS SWOT

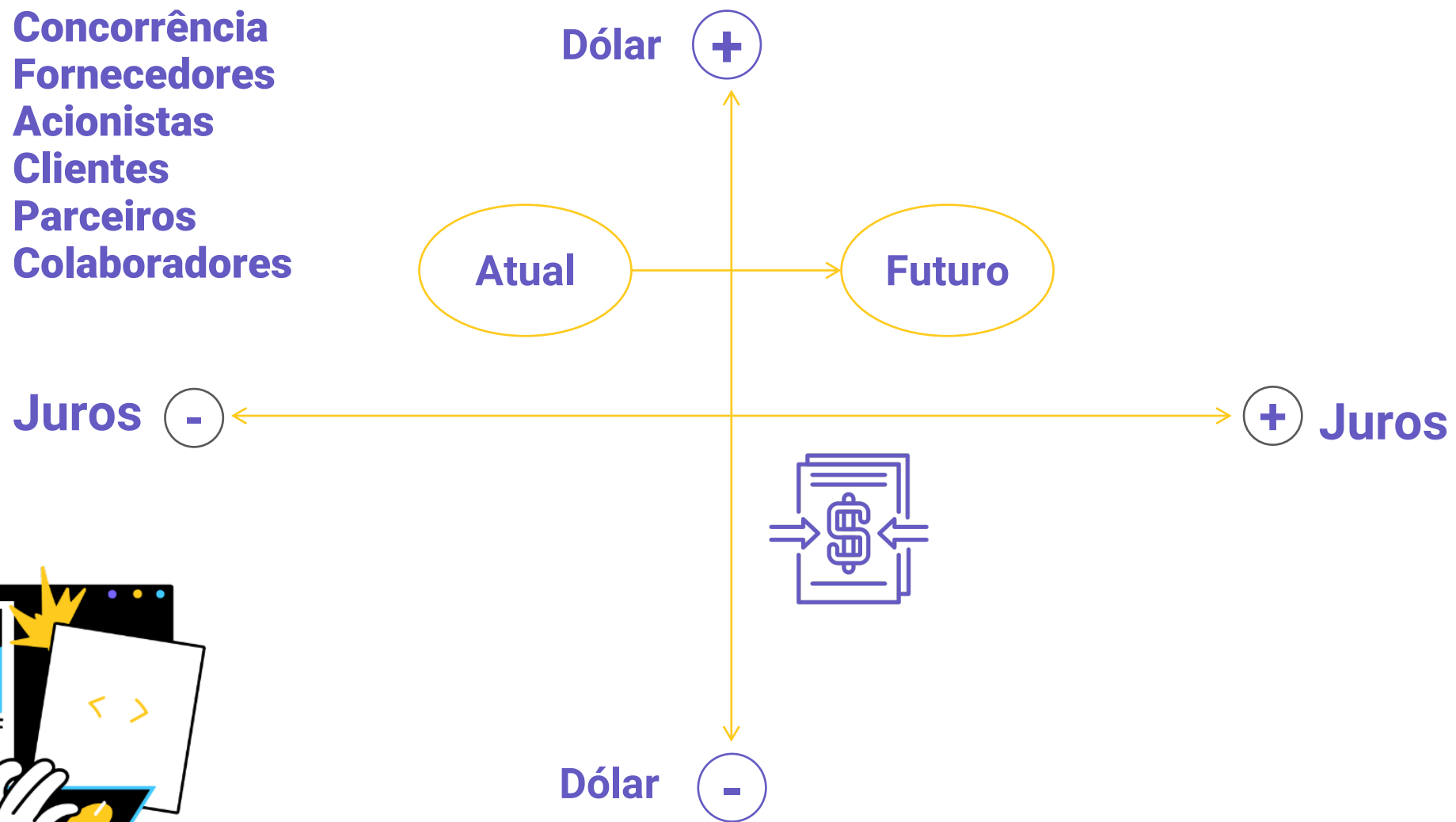
| | | PONTOS FORTES | PONTOS FRACOS |
|---------------|-----------|---|---|
| | | <ul style="list-style-type: none">• ...• ...• ...• ... <div>\$</div> | <ul style="list-style-type: none">• ...• ...• ...• ... |
| OPORTUNIDADES | MKT SHARE | <ul style="list-style-type: none">• Treinar vendedores• Vender em outras regiões• Contratar mais vendedores | |
| | | | |
| AMEAÇAS | | | |
| | | | |

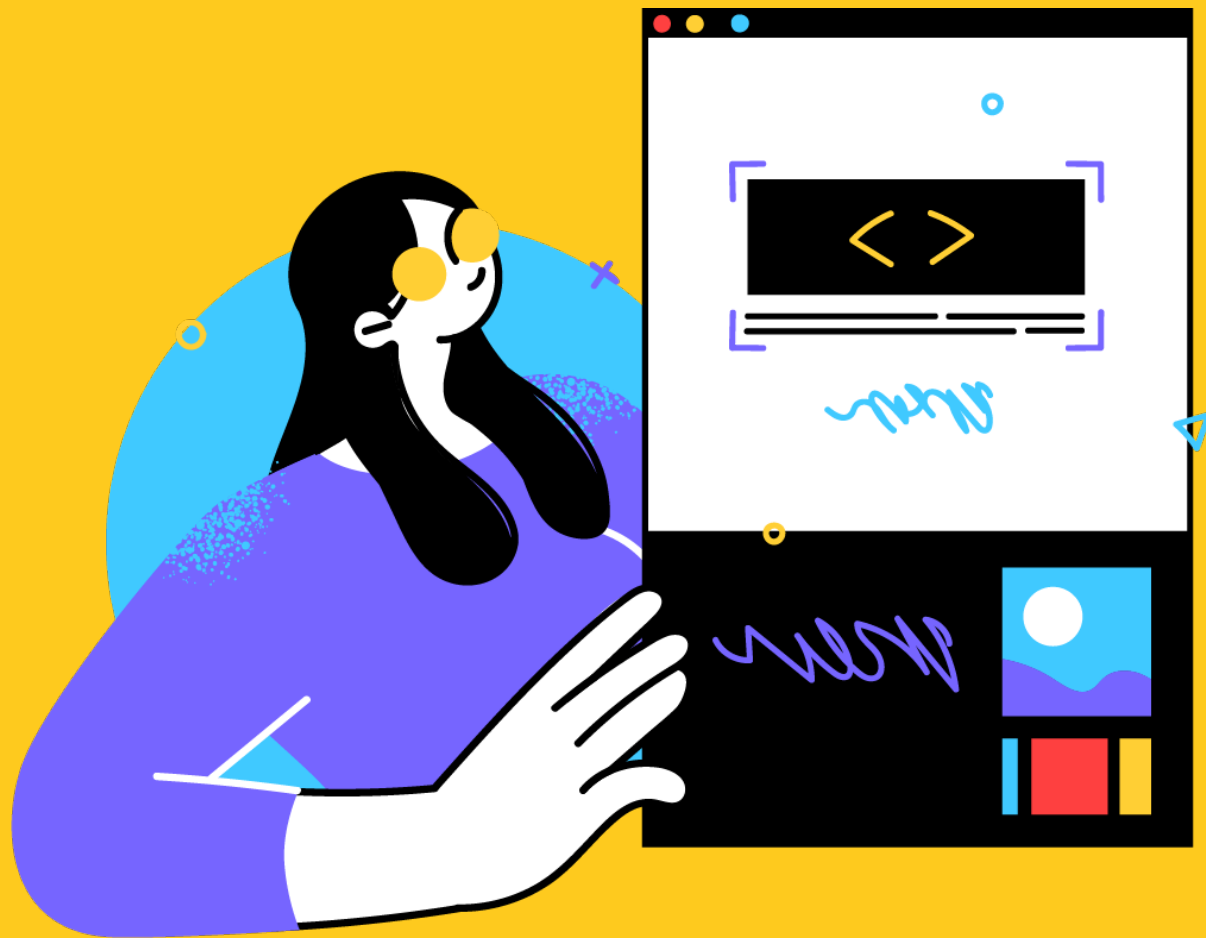


Projeção de Cenários

Um Olhar Estratégico

Concorrência
Fornecedores
Acionistas
Clientes
Parceiros
Colaboradores





Matriz de Ansoff em Vendas

Pra que Serve?

Matriz de Ansoff em Vendas



PRODUTOS ATUAIS



NOVOS PRODUTOS

**Mercados
atuais**

1. Estratégia de
penetração no
mercado

3. Estratégia de
desenvolvimento
de produtos

**Novos
mercados**

2. Estratégia de
desenvolvimento
de mercados

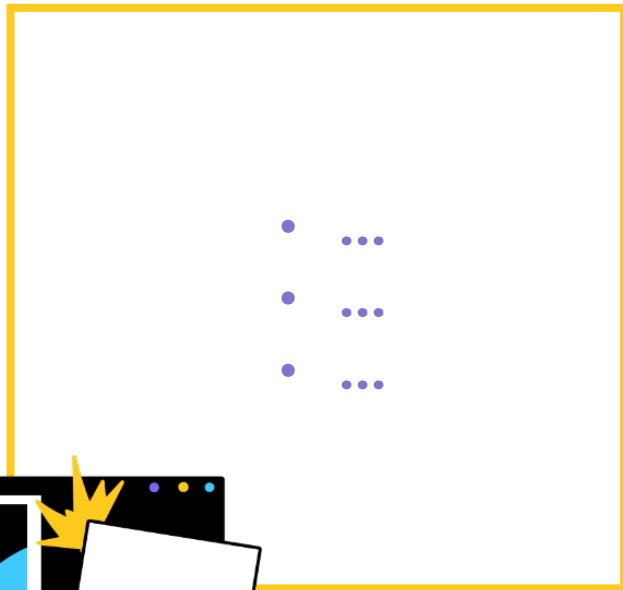
(Estratégia de
diversificação)



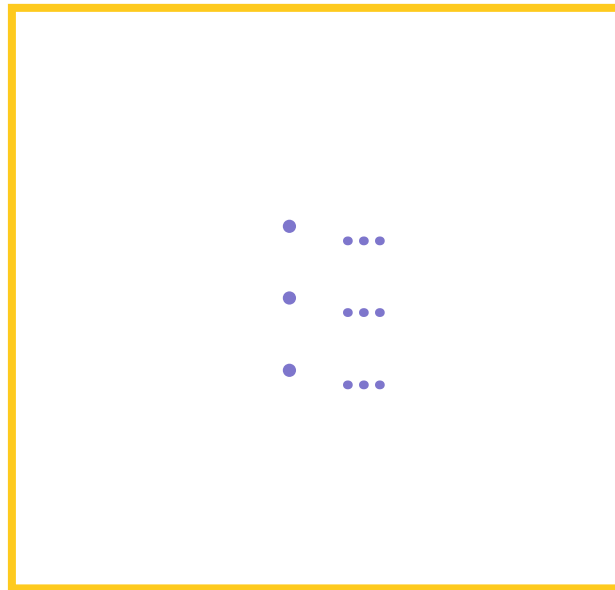
#1. TÚNEL DO TEMPO

CLIENTES

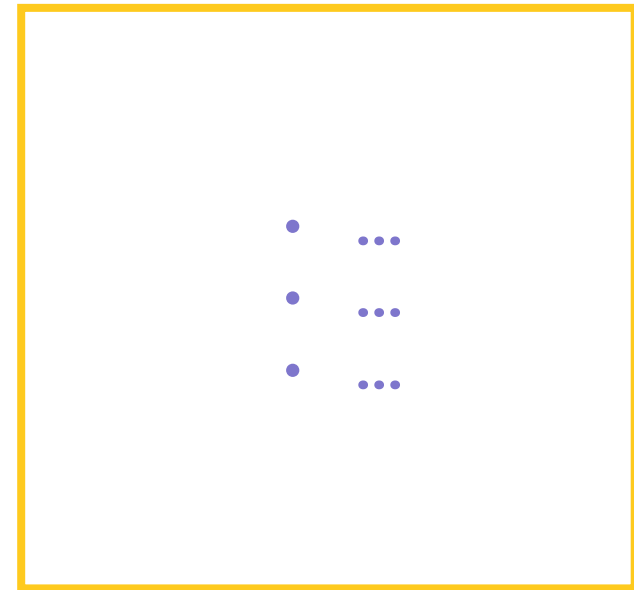
Passado 10 anos



Presente



Futuro 2 anos



#1. TÚNEL DO TEMPO

PRODUTOS E SERVIÇOS

Passado

- ...
- ...
- ...

Presente

- ...
- ...
- ...

Futuro

- ...
- ...
- ...



#1. TÚNEL DO TEMPO

CONCORRÊNCIA

Passado

- ...
- ...
- ...

Presente

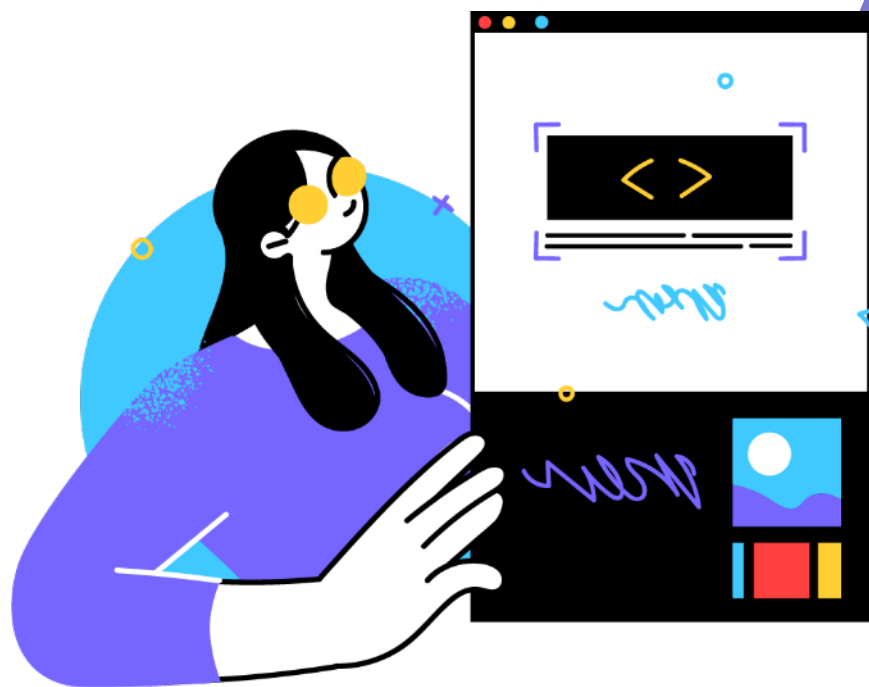
- ...
- ...
- ...

Futuro

- ...
- ...
- ...



Entendendo Necessidades e Desejos



**Construir
relacionamentos**





Argumentar Entendendo Necessidades e Desejos

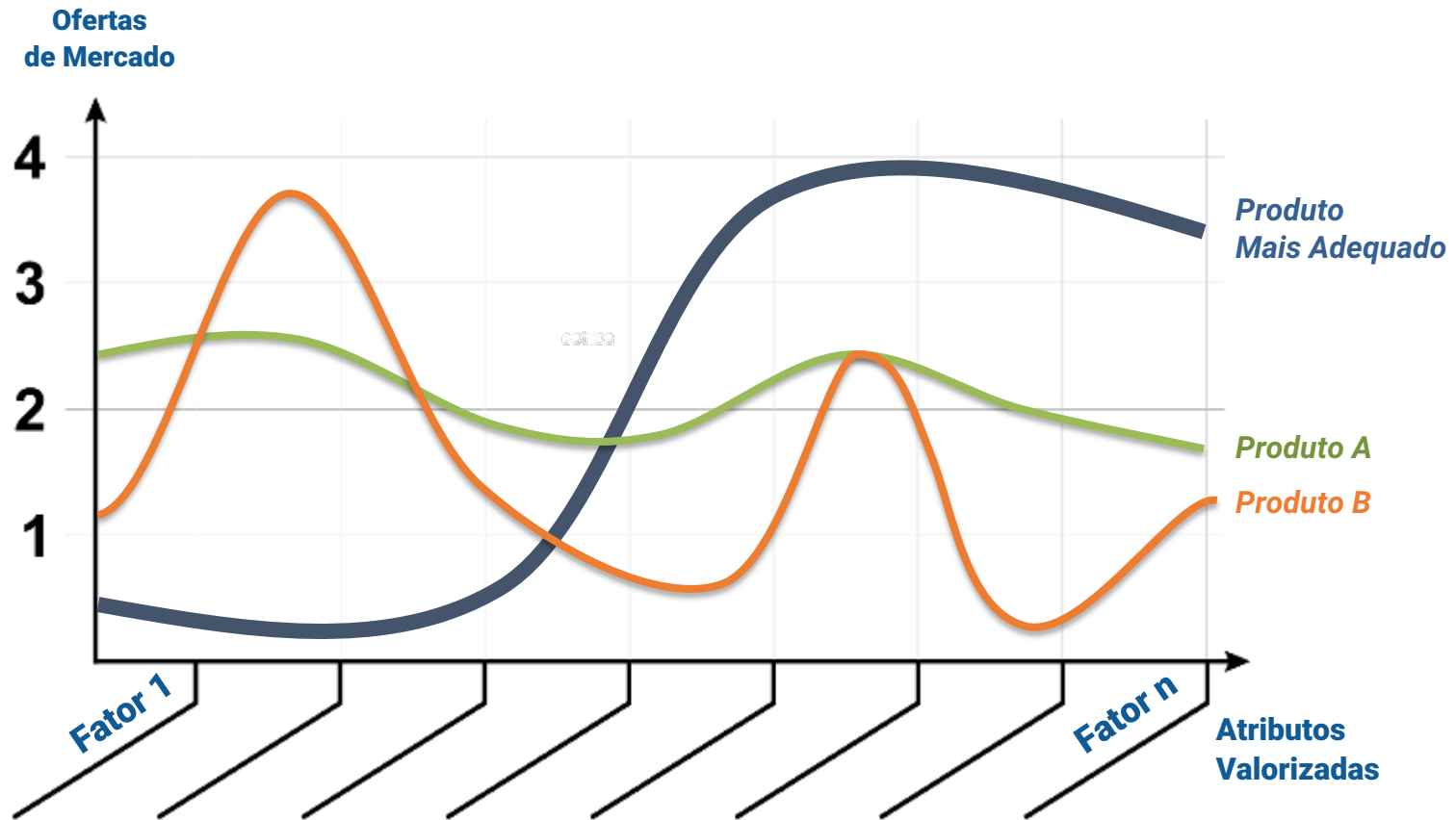
CUSTOMER VALUE ANALYSIS

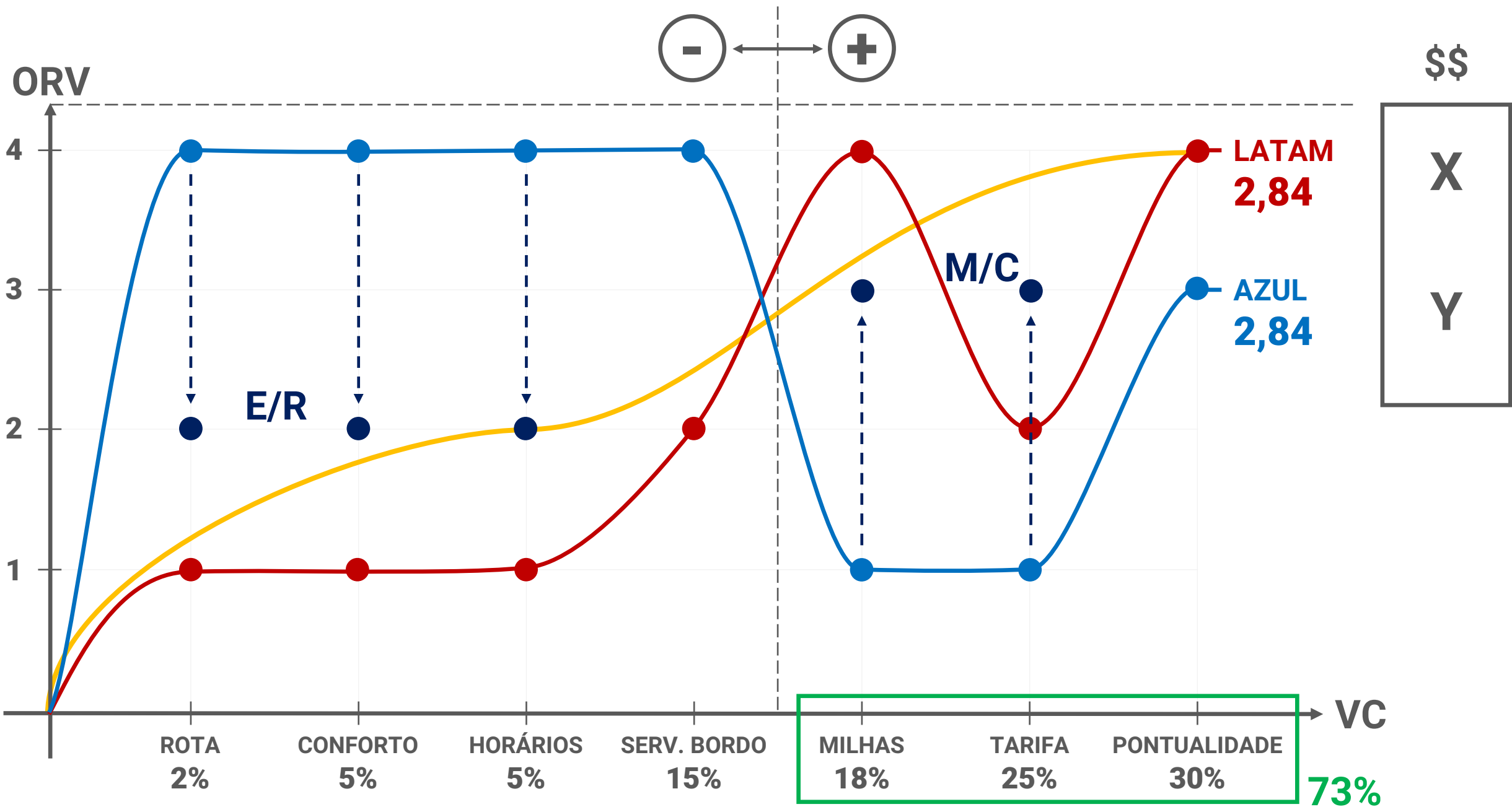
Das Estratégias as Ações de Resultado

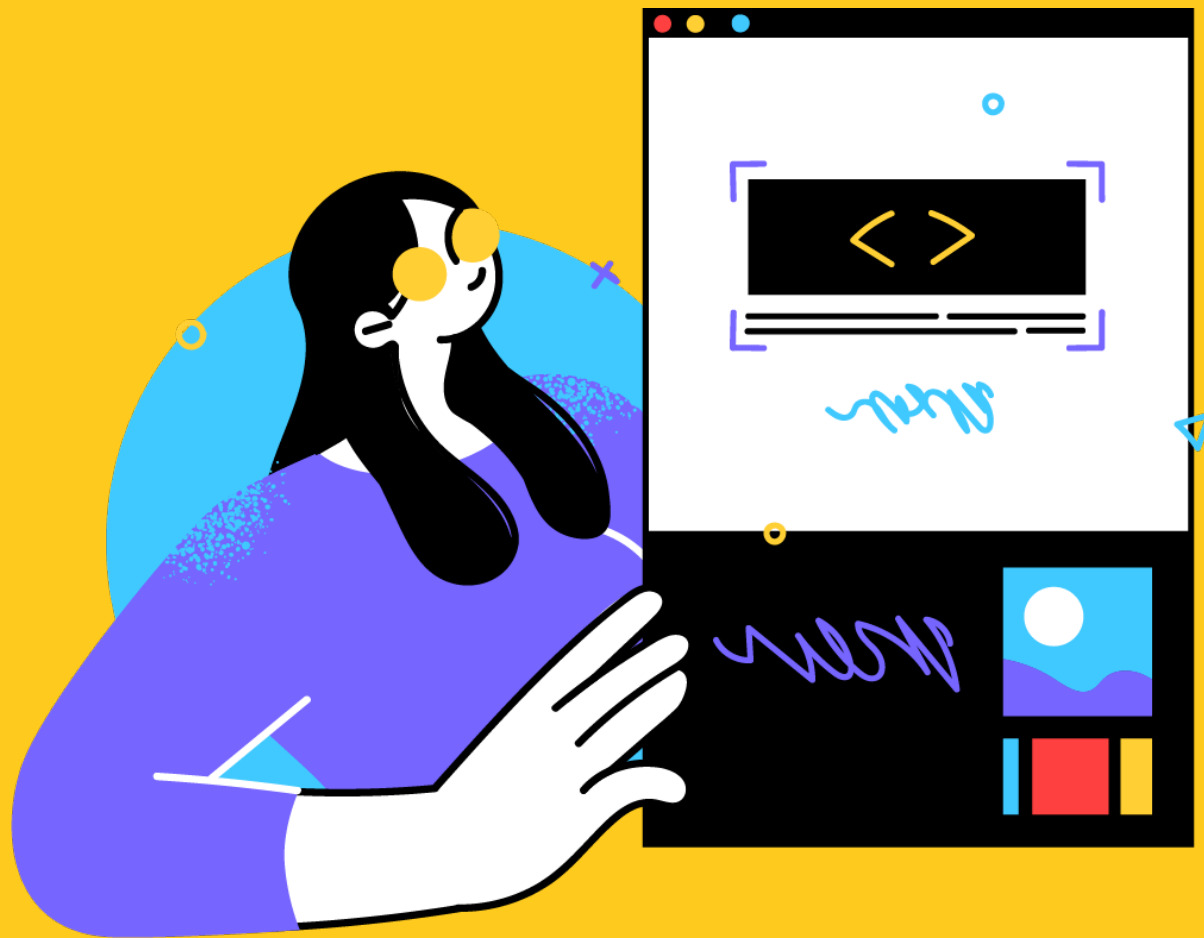


| VAR | PESO | ESC | V.E | PESO | ESC | V.E | PESO | ESC | V.E | PESO | ESC | V.E | | | |
|--------------|------|-----|------|------|-----|------|------|-----|------|------|-----|------|--|--|--|
| PONTUALIDADE | 0,35 | 3 | 1,05 | 0,20 | 4 | 0,80 | 0,22 | 4 | 0,88 | | | | | | |
| ROTA | 0,20 | 3 | 0,60 | 0,15 | 3 | 0,45 | 0,17 | 2 | 0,34 | | | | | | |
| TARIFA | 0,05 | 2 | 0,10 | 0,10 | 2 | 0,20 | 0,21 | 3 | 0,63 | | | | | | |
| HORARIOS | 0,25 | 4 | 1,00 | 0,25 | 4 | 1,00 | 0,20 | 4 | 0,80 | | | | | | |
| CONFORTO | 0,10 | 3 | 0.30 | 0,09 | 2 | 0,18 | 0,14 | 2 | 0,28 | | | | | | |
| SERV BORDO | 0,03 | 3 | 0,09 | 0,08 | 1 | 0,08 | 0,03 | 4 | 0,03 | | | | | | |
| MILHAS | 0,02 | 1 | 0,02 | 0,13 | 3 | 0,39 | 0,03 | 1 | 0,03 | | | | | | |
| TOTAL | 1,00 | | 3,16 | 1,00 | | 3,10 | 1,00 | | 2,99 | 0,00 | | 0,00 | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | |
| VAR | PESO | ESC | V.E | PESO | ESC | V.E | PESO | ESC | V.E | PESO | ESC | V.E | | | |
| PONTUALIDADE | 0,30 | 4 | 1,20 | 0,25 | 3 | 0,75 | 0,22 | 2 | 0,44 | | | | | | |
| ROTA | 0,10 | 2 | 0,20 | 0,30 | 2 | 0,60 | 0,25 | 3 | 0,75 | | | | | | |
| TARIFA | 0,20 | 1 | 0,20 | 0,13 | 3 | 0,39 | 0,13 | 2 | 0,26 | | | | | | |
| HORARIOS | 0,15 | 3 | 0,45 | 0,16 | 2 | 0,32 | 0,20 | 3 | 0,60 | | | | | | |
| CONFORTO | 0,11 | 3 | 0,33 | 0,10 | 1 | 0,10 | 0,05 | 1 | 0,05 | | | | | | |
| SERV BORDO | 0,04 | 2 | 0,08 | 0,03 | 1 | 0,03 | 0,10 | 1 | 0,10 | | | | | | |
| MILHAS | 0,10 | 3 | 0,30 | 0,03 | 2 | 0,06 | 0,05 | 2 | 0,10 | | | | | | |
| TOTAL | 1,00 | | 2,76 | 1,00 | | 2,25 | 1,00 | | 2,30 | 0,00 | | 0,00 | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | |

Ofertas de mercado / curva de valor



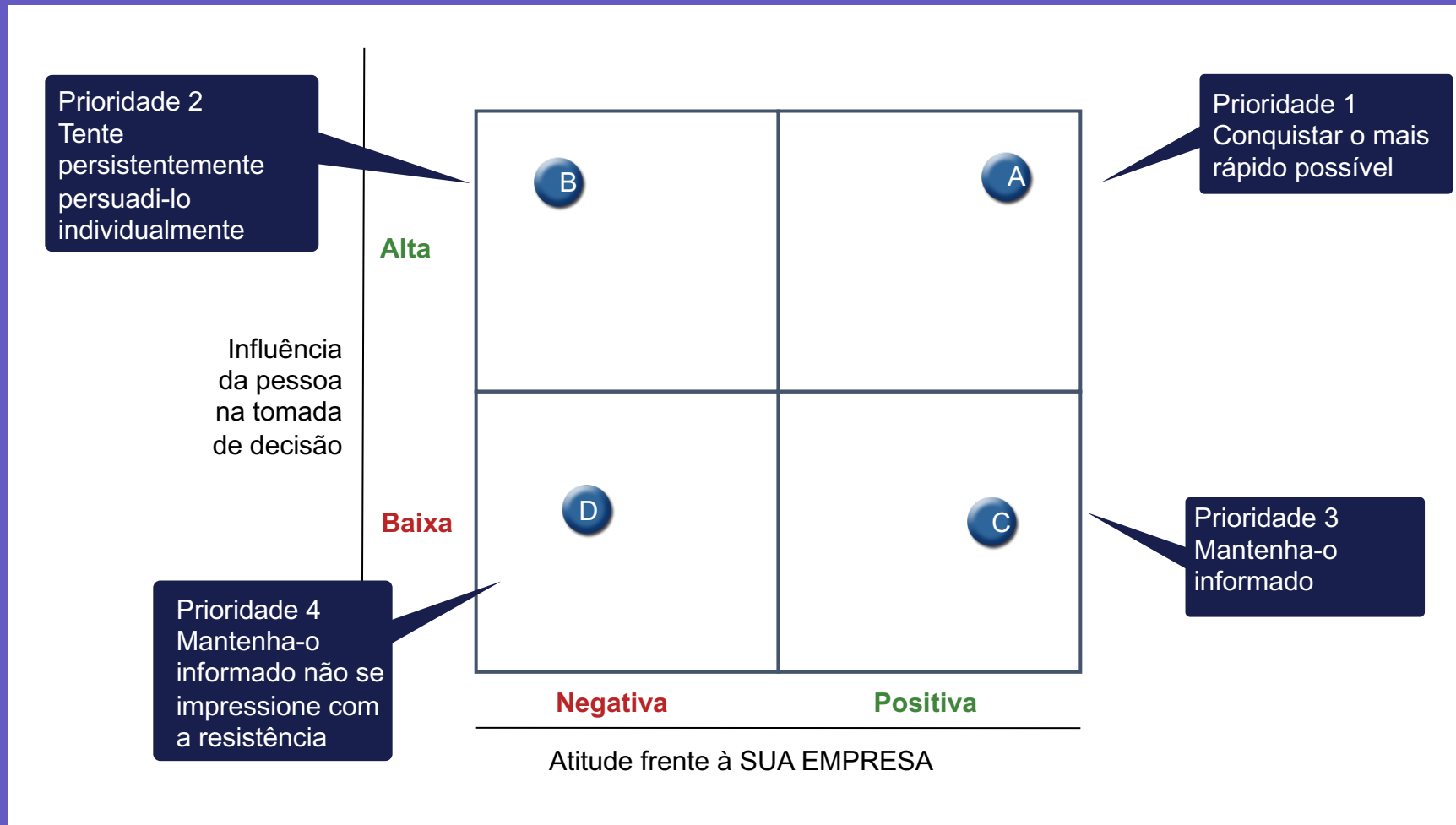


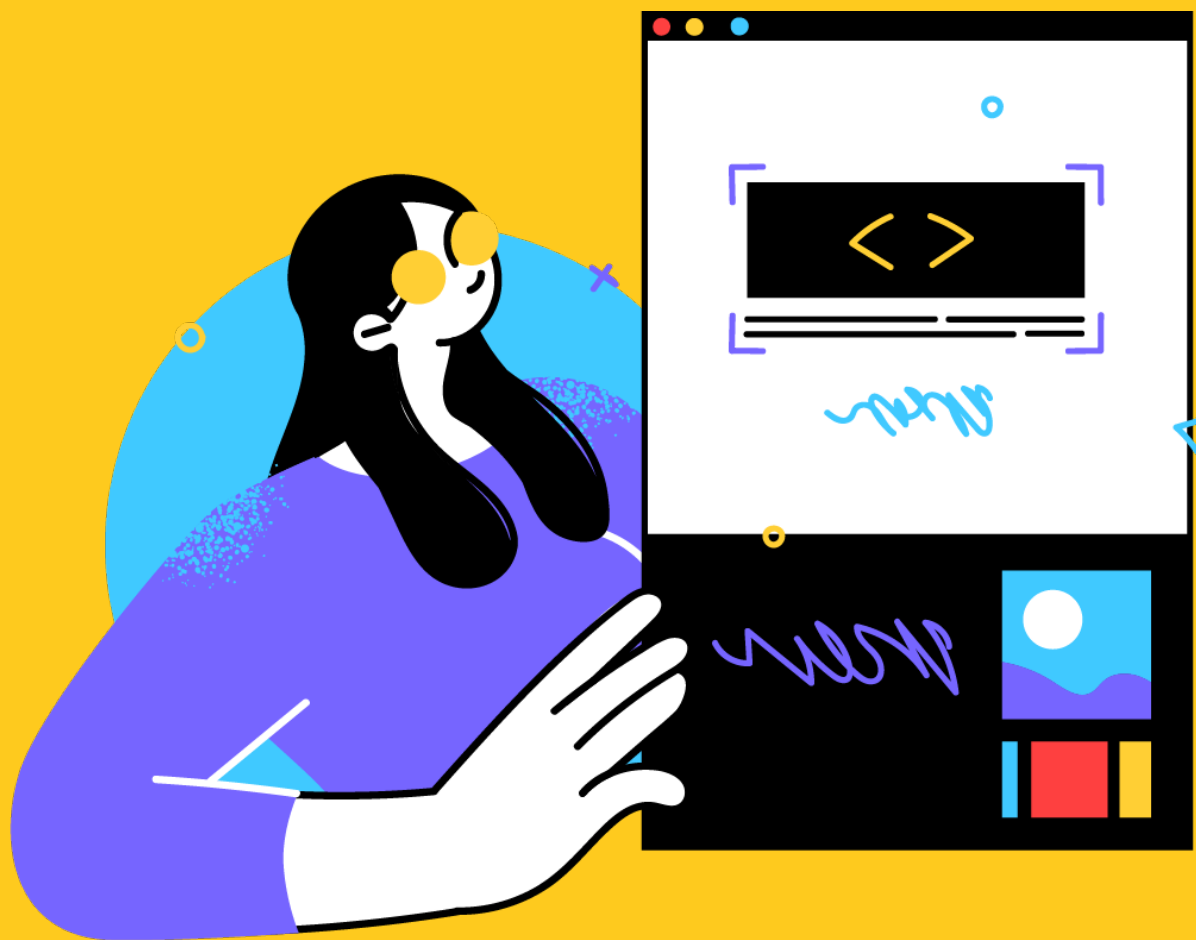


Matriz de Influência

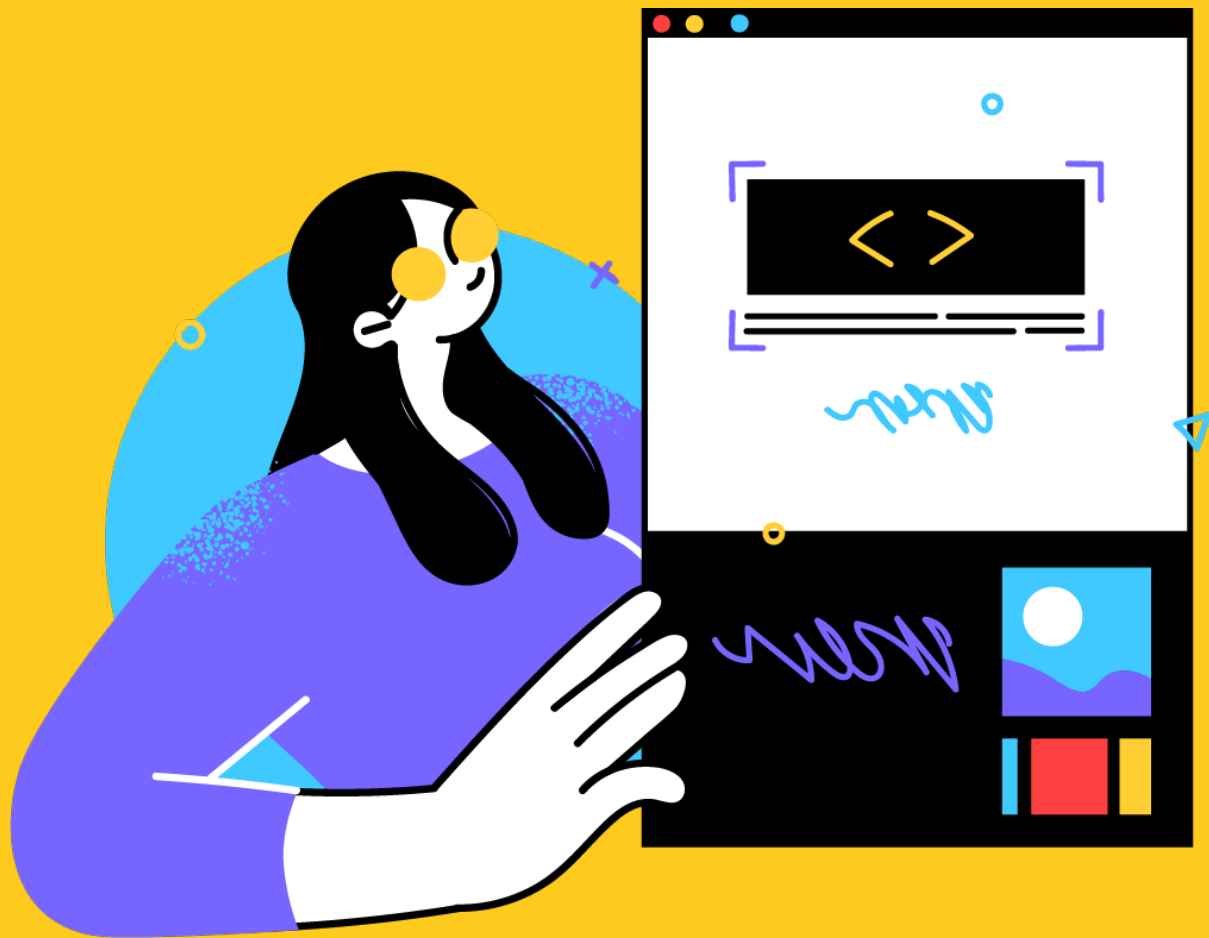
Matriz de Influência

Priorizar Táticas de Relacionamento





**Como colocar
tudo em prática**



Oficina de Ideias