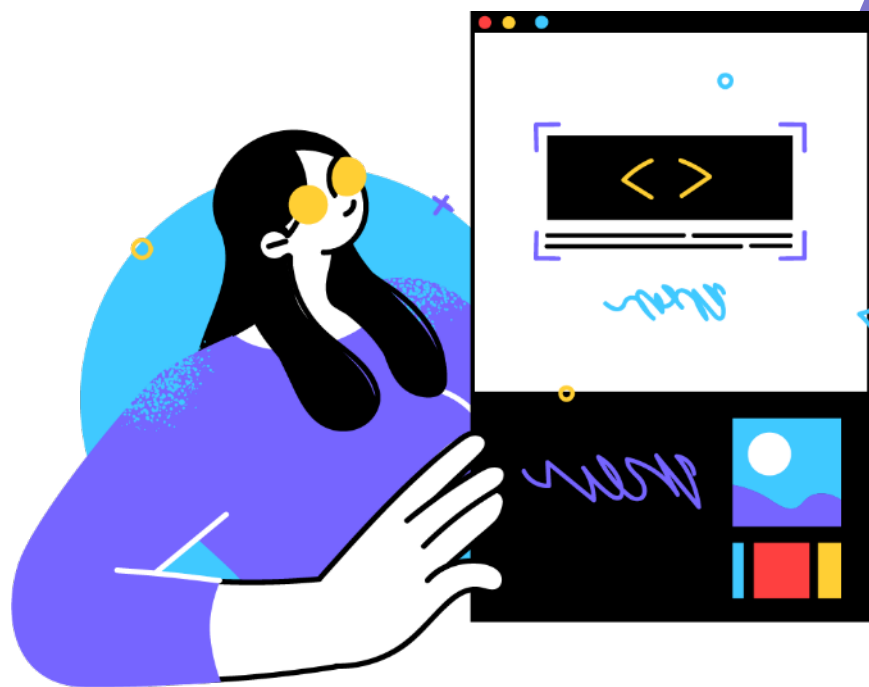


Conectar:  
Mapeando  
o Cenário  
do cliente

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



**Construir  
relacionamentos**





# O Cenário de Vendas

## Passado Presente Futuro



**Por que  
os clientes  
compram?**

# Onde está a ameaça?

**Qual é o nosso negócio?**

**Onde começa e onde termina?**

**Quem são meus concorrentes?**

**Qual é o meu público alvo?**

**O que é resultado?**

**O que é sucesso?**



# O desafio da estrutura

**Excelência Operacional -> custo, serviços**

**Liderança em produto -> inovação**

**Intimidade com o cliente -> soluções**





# Excelência operacional

**Guerra ao desperdício;**

**Garantia de suprimentos de qualidade a baixos custos;**

**Padronização e simplificação ao máximo;**

**Integração de processos, sistemas e informações;**

**Baixo nível de falhas;**

**Pessoas que se motivam com a melhoria de processos;**

**Preocupação obsessiva com cumprimento do prometido.**

# Liderança de produto

**Desempenho superior à concorrência de forma reconhecida pelos clientes (maior valor);**

**Altos investimentos em P & D;**

**Alto investimento em treinamento e desenvolvimento;**

**Estado da arte em tecnologia e know-how;**

**Concentração de pessoas altamente capacitadas;**

**Muitos projetos em desenvolvimento.**





# Intimidade com o cliente

**Conhecimento do negócio dos clientes;**

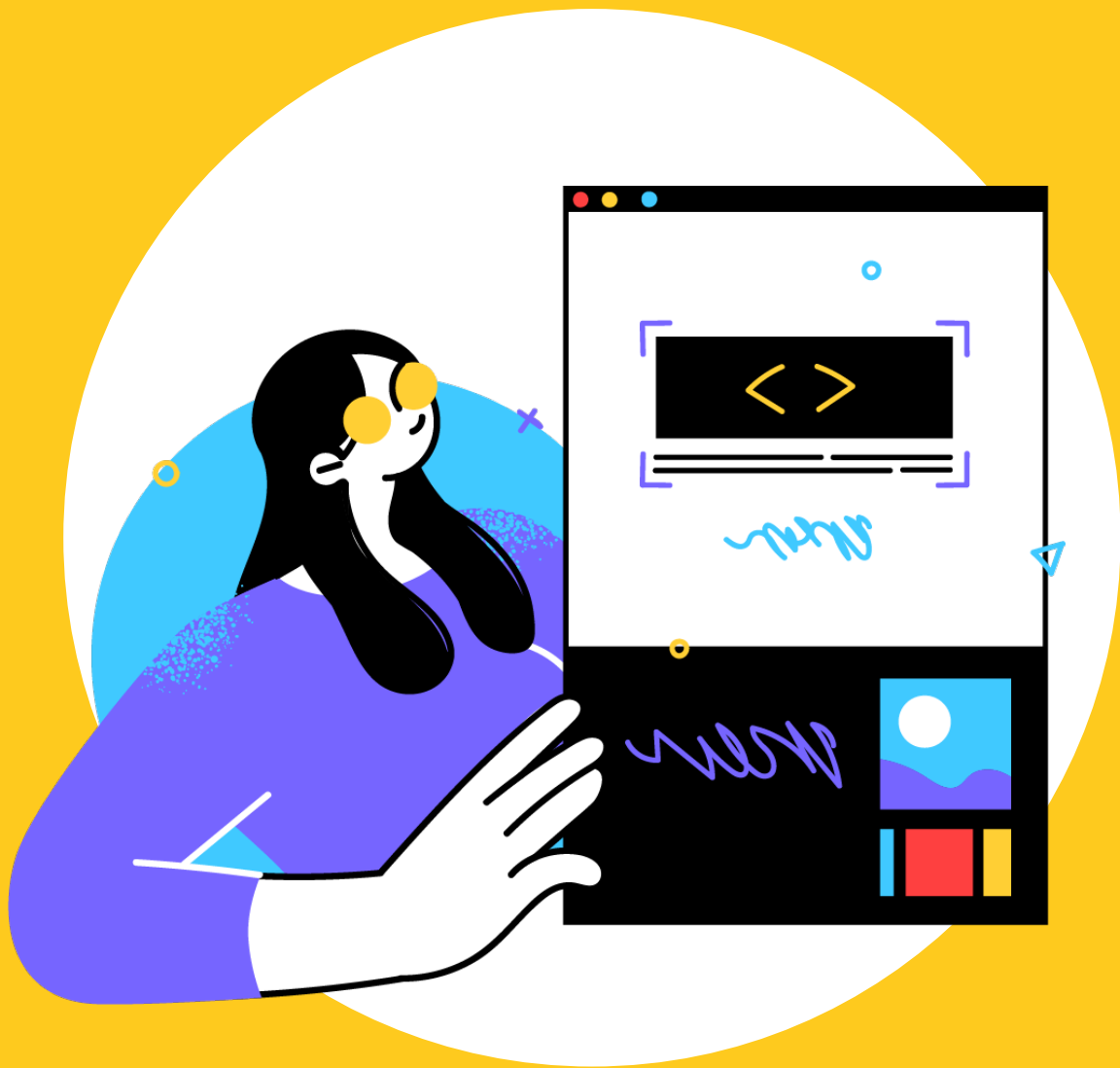
**Personalização dos serviços;**

**Atenção, atendimento, dedicação aos clientes;**

**Parceiro do cliente;**

**Sucesso/fracasso compartilhado pelo cliente;**

**Fidelização, retenção, aumento constante da penetração nos clientes atuais.**



**O mercado hoje  
exige que executivos  
agreguem valor a  
processos e produtos!**

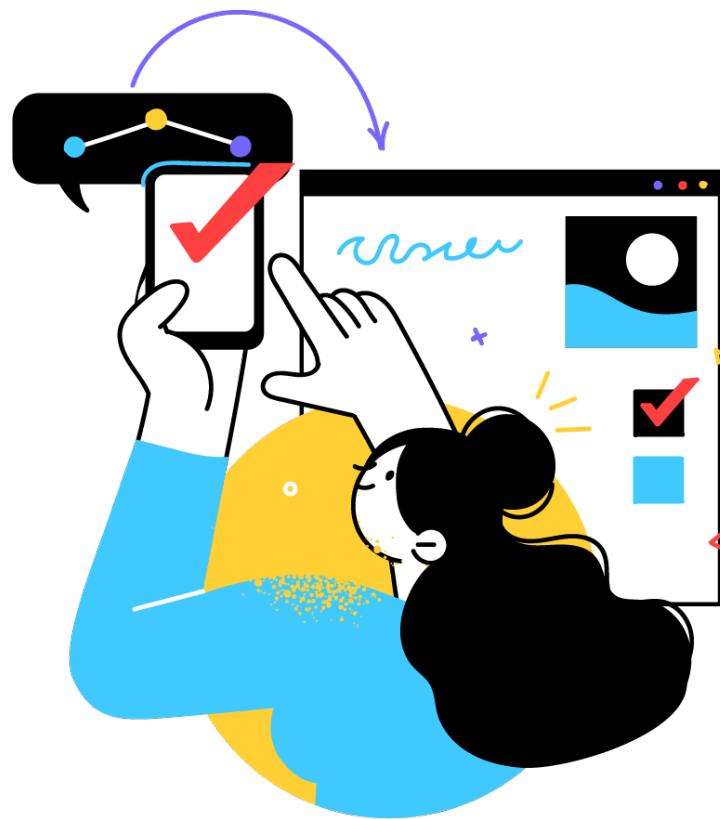






# ORIENTAÇÃO

Para o mercado



# Foco

É localizar as necessidades do consumidor e satisfazê-los de uma maneira mais eficiente que a concorrência.



# Implica em:

**Entendimento que trabalhamos para um mercado;**

**Todas as funções de uma empresa são orientadas para o cliente;**

**Compreender do sistema de negócios;**

**Diferenciar-se através de serviços;**

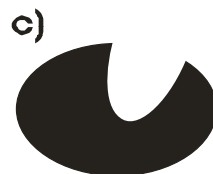
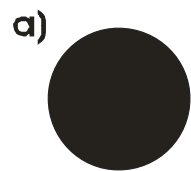
**Rapidez e agilidade a mudanças;**

**Acompanhar as evoluções do mercado.**

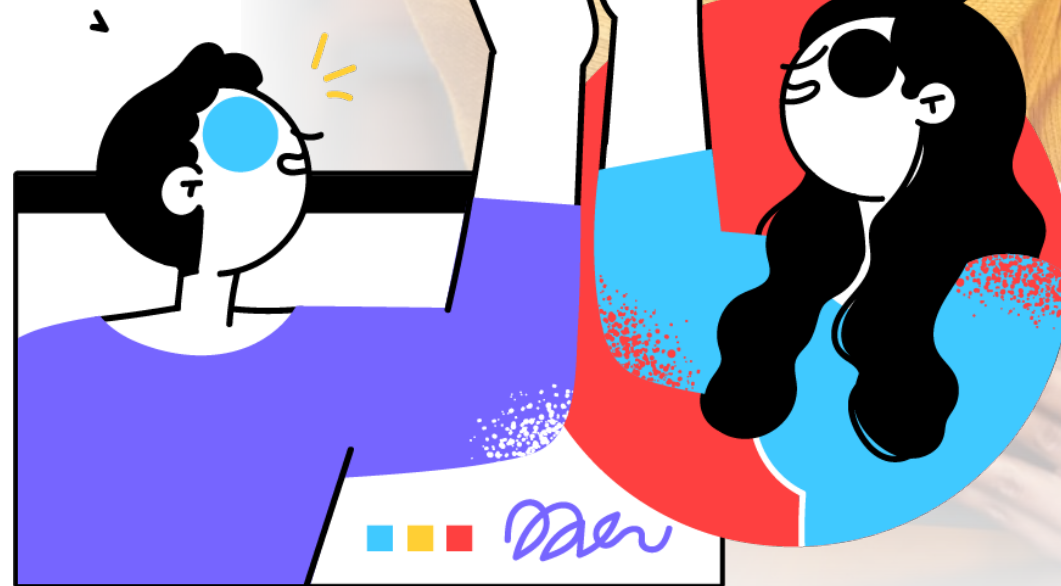


Venda de Valor

**Exercício. Há cinco figuras abaixo. Selecione a que for diferente de todas as outras.**



# Gerenciar negócios É gerenciar Mudanças



Defendendo o Passado

X

Construindo o Futuro



**Estratégia  
Forte**

**Defendendo o  
passado**

**Construindo o  
futuro**

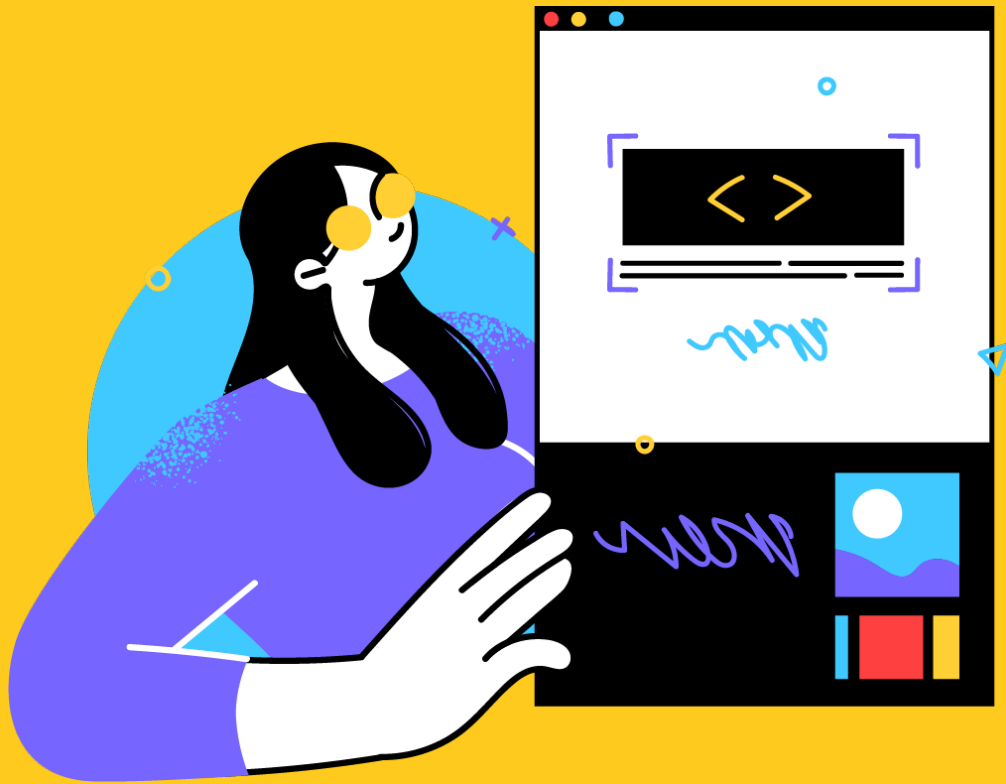
**Estratégia  
Fraca**

**Vendendo  
almoço para  
comprar jantar**

**Muita visão  
pouca ação**

**Foco no futuro  
Fraco**

**Foco no futuro  
Forte**



# Premissas Comportamentais das vendas

# O novo profissional!

De

**Atende a solicitação do consumidor;**

**Reúne informações e conhece o mercado;**

**Trabalha em conformidade com a ordem estabelecida; preocupação apenas com produtividade;**



Para

**Conhece o negócio do consumidor e estuda a melhor forma;**

**Aplica as informações e interagir com o mercado;**

**Usa a criatividade e capacidade de (re)inventar; preocupação com motivação e qualidade no trabalho;**

# O novo profissional!

De

**Reativo - quando surge o problema, procura resolver;**

**Capacidade limitada de expor benefícios;**

**Cobre cotas;**



Para

**Pró-ativo - antevê o problema e evita sua ocorrência;**

**Capacidade de liderança e de influenciar**

**Estabelece metas e objetivos e apresenta resultados ainda melhores;**

# O novo profissional!

De

**Visa cobrir cota do mês, no máximo do ano;**

**Alavanca vendas porque conhece o seu produto.**

**Tirador de pedido**



Para

**Atua por relacionamento de longo prazo;**

**Utiliza seu produto para alavancar os negócios do seu cliente.**

**Solucionador de problemas**

# O gestor de vendas Tem que ser:

**Perito em relações interpessoais**

**Especialista na arte da persuasão**

**Extraordinariamente bem informado**

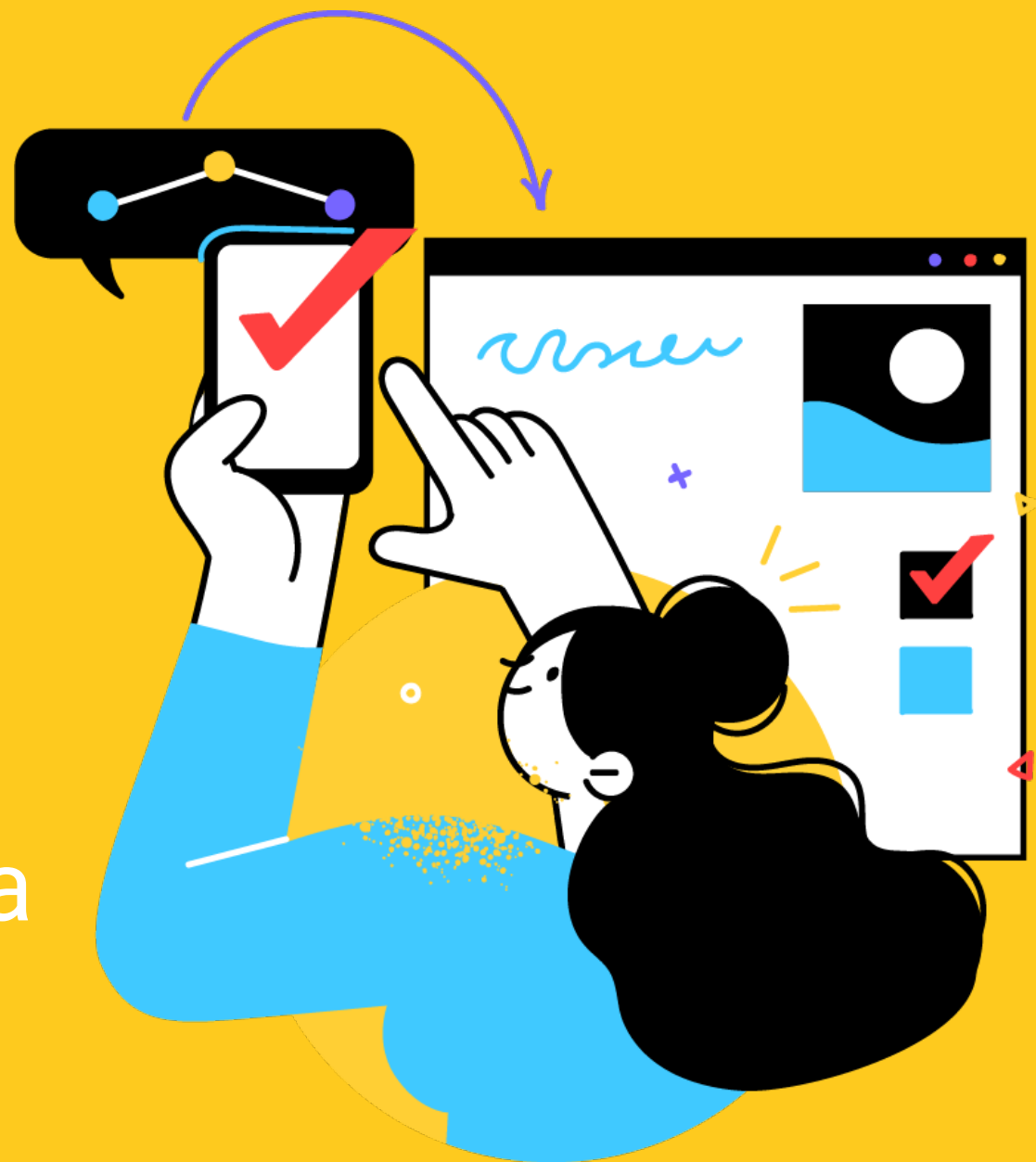
**Conhecedor do comportamento humano**

**Experiente em autogerenciamento**



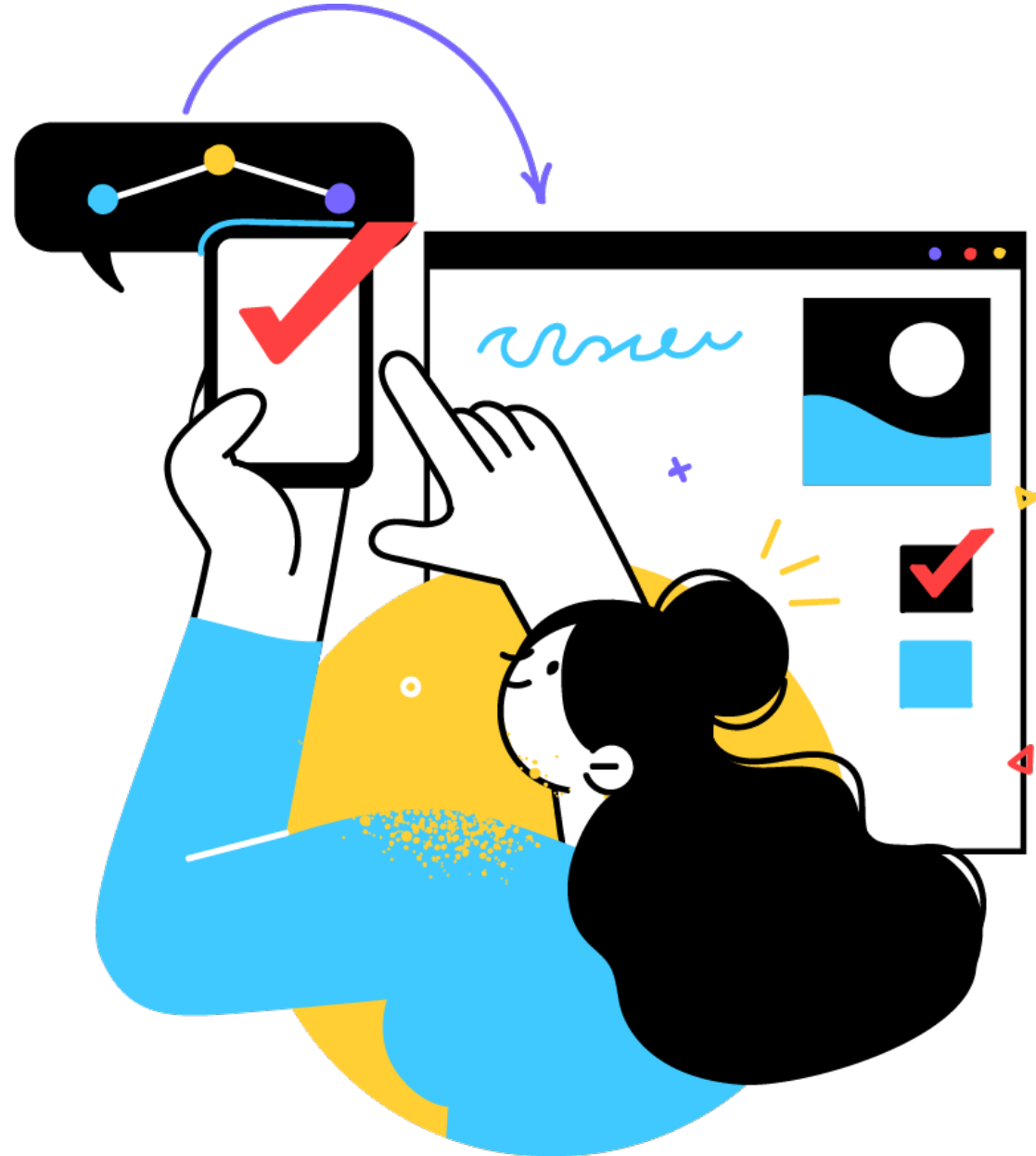
# Características do vendedor da atualidade

É polivalente  
Não é generalista  
É multiespecialista



# Atributos profissionais

Ambição;  
Iniciativa;  
Responsabilidade;  
Objetividade.



# Os pontos essenciais do trabalho do novo profissional de vendas

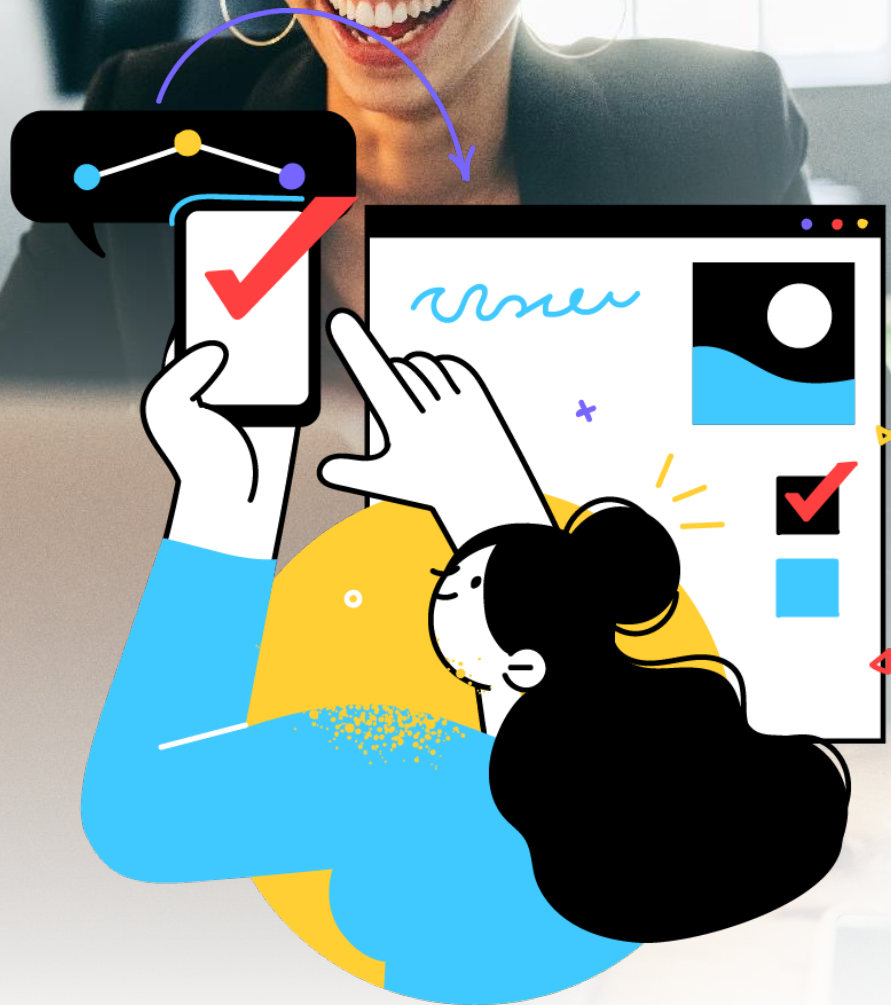
**Ligação entre o cliente e a empresa;**

**Solucionador de problemas;**

**É mais um ouvinte ativo do que um falante ativo;**

**É conhecedor das necessidades do cliente;**

**Escuta e promove um diálogo bilateral.**



# Perfil do novo profissional da nova era



**Trabalha motivado e com entusiasmo;**

**Sabe tudo sobre o produto e características do mercado;**

**É comprometido com a satisfação total;**

**Sabe expor o produto, identifica as vantagens;**

**É criativo. Tem um olho sempre no futuro;**

**Criador de Oportunidades;**

**É profundo pesquisador.**

# Perfil do novo profissional da nova era



**Conhece muito bem a concorrência;**

**Tem uma ótima capacidade de análise, antevê os problemas;**

**É negociador, visando contribuir na lucratividade do cliente;**

**É conhecedor das necessidades dos seus clientes;**

**É orientador, facilitador do relacionamento entre empresas;**

**Tem pensamento estratégico;**

**Promove acompanhamento (follow-up).**

# A era das novas habilidades

## De

**Atende a solicitação do cliente.**

**Reúne informações e conhece o mercado.**

**Trabalha em conformidade com a ordem estabelecida.**

**Preocupação apenas com produtividade.**

**Reativo – Quando surge o problema, procura resolver.**

**Capacidade limitada de expor benefícios.**

**Cobre cotas.**

**Visa cobrir cota do mês, no máximo do ano.**

**Alavanca vendas porque conhece o seu produto.**

**Tirador de pedido.**



## Para

**Conhece o negócio do cliente e estuda a melhor forma.**

**Aplica as informações e interagir com o mercado.**

**Usa a criatividade e capacidade de (re)inventar.**

**Preocupação com motivação e qualidade no trabalho**

**Pró-ativo – antevê o problema e evita sua ocorrência**

**Capacidade de liderança e de influenciar.**

**Estabelece metas e objetivos e apresenta resultados ainda melhores**

**Atua por relacionamento de longo prazo.**

**Utiliza seu produto para alavancar os negócios do seu cliente.**

**Solucionador de problemas**

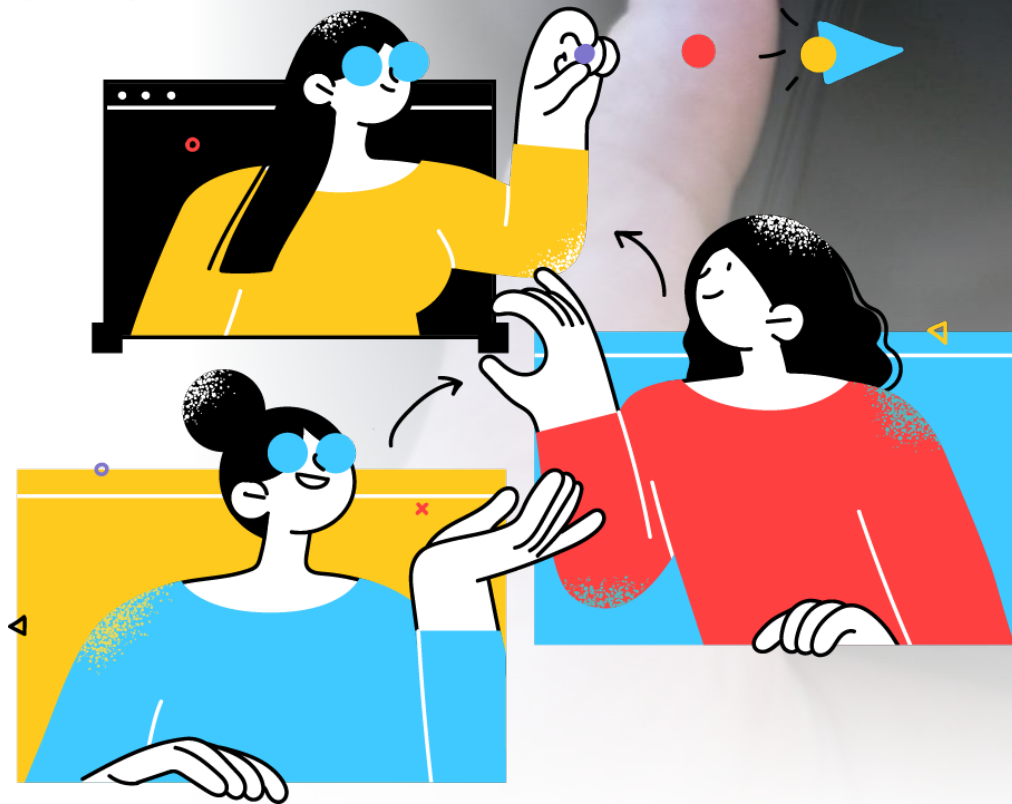


# A era da aceleração

## Ofertas Disruptivas

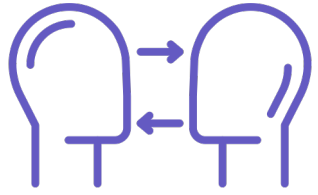
**Entre pagar menos  
e esperar menos,  
fique com os dois!**

**Propaganda do UBER,  
outubro de 2018**



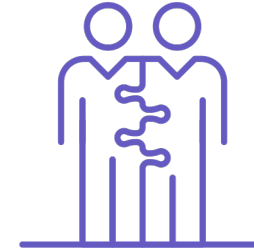


# Metodologias de Mapeamento



# Observação

(Leitura de cenário.  
Descrição objetiva  
dos fatos)



# Opiniões

(Baseadas em  
experiências  
subjetivas vividas)

**A escolha estratégica é bastante pessoal, ou seja, depende da maneira como um administrador pensa, age e reage em face dos impactos do meio ambiente.**

**Dessa forma, estratégia não pode ser algo frio, totalmente objetivo e independente da personalidade.**

**Igor Ansoff**



# o nosso desafio



Então  
o que é  
Essencial?



**Matriz de Ansoff**

**Análise de Swot**

**Projeção de Cenário**

**Mapeamento Estratégico**

**Túnel do Tempo**





TAREFA

**Você acha que está  
totalmente pronto  
para realizar uma  
boa de vendas?**



# Que habilidades, posturas e atitudes preciso ter? (exemplo)



**Capacidade analítica**

**Visão do meu mercado**

**Escuta ativa**

**Pró ativo**