



Conectar
Levantando
Oportunidades
Identificação

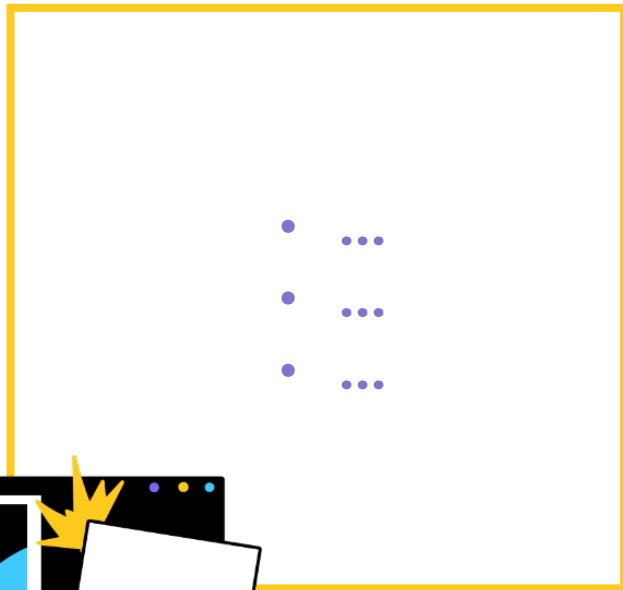


Uma visão
360°

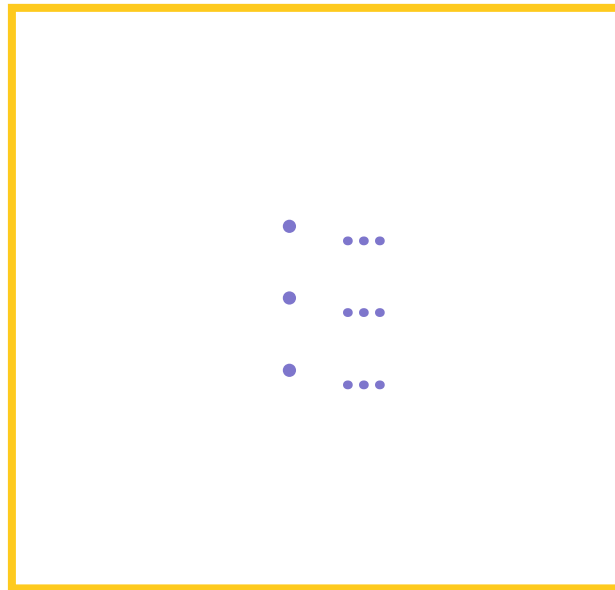
#1. TÚNEL DO TEMPO

CLIENTES

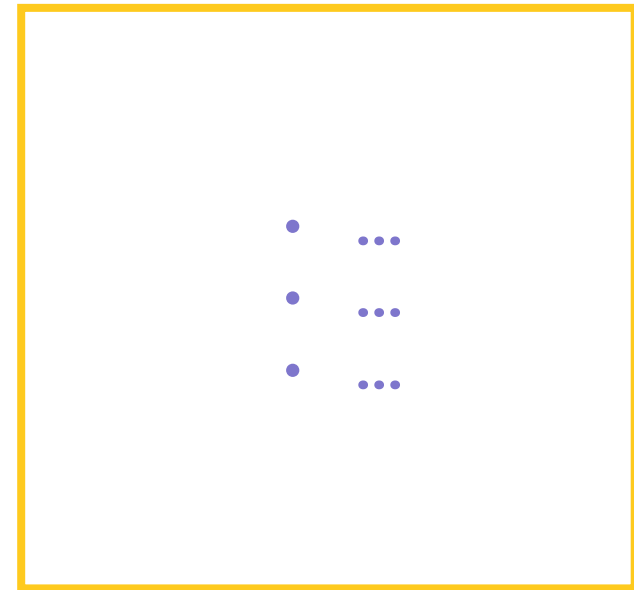
Passado 10 anos



Presente



Futuro 2 anos



#1. TÚNEL DO TEMPO

PRODUTOS E SERVIÇOS

Passado

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

Presente

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

Futuro

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



#1. TÚNEL DO TEMPO

CONCORRÊNCIA

Passado

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

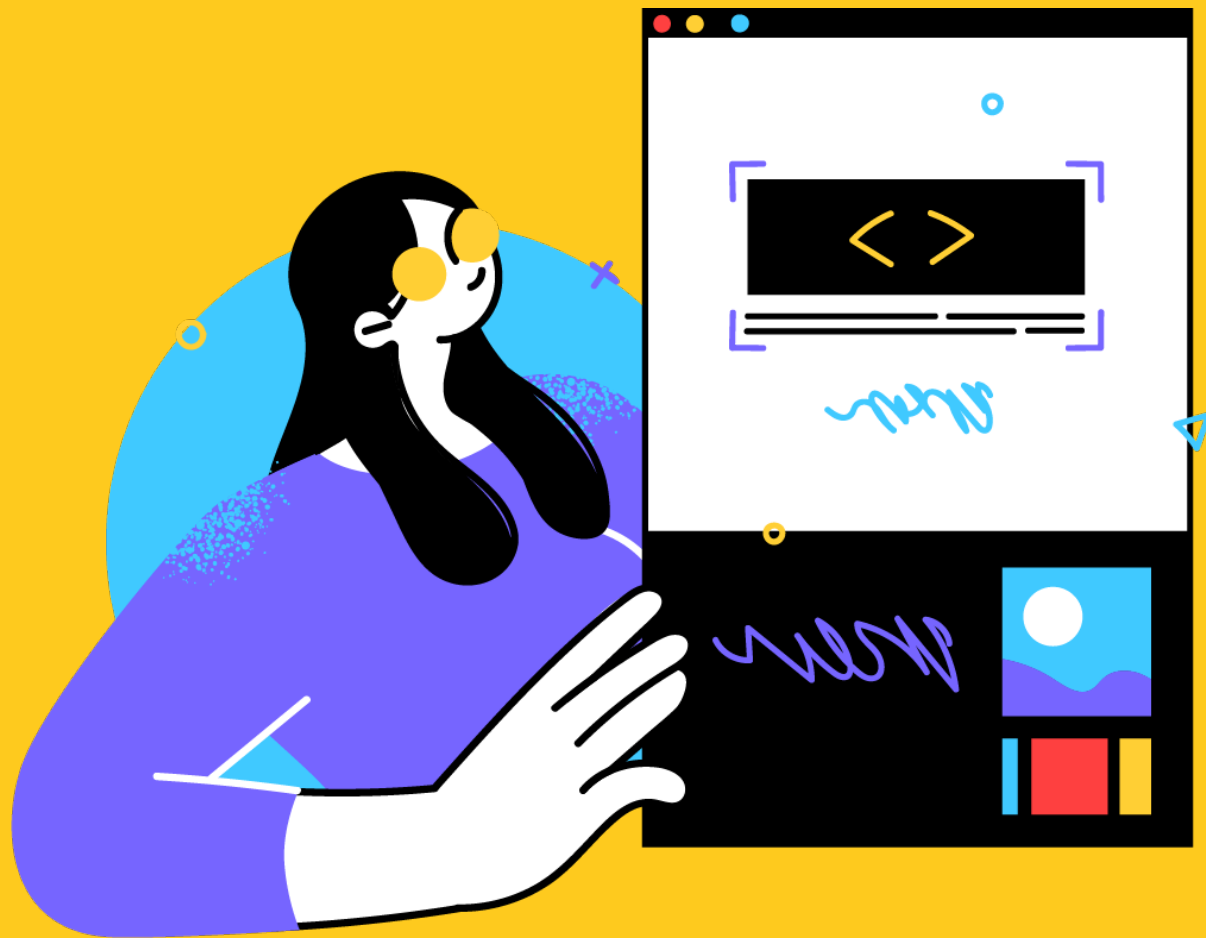
Presente

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

Futuro

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





Um Olhar Ágil sob a Perspectiva Estratégica

Janela de oportunidade

Qual o problema?
Qual o objetivo?

**Real
Necessidade**

Custo
Risco
segurança

**Processo
de Decisão**

Comprador
Técnico

Quem decide?
Quais critérios?

Concorrentes

Novos
atuais

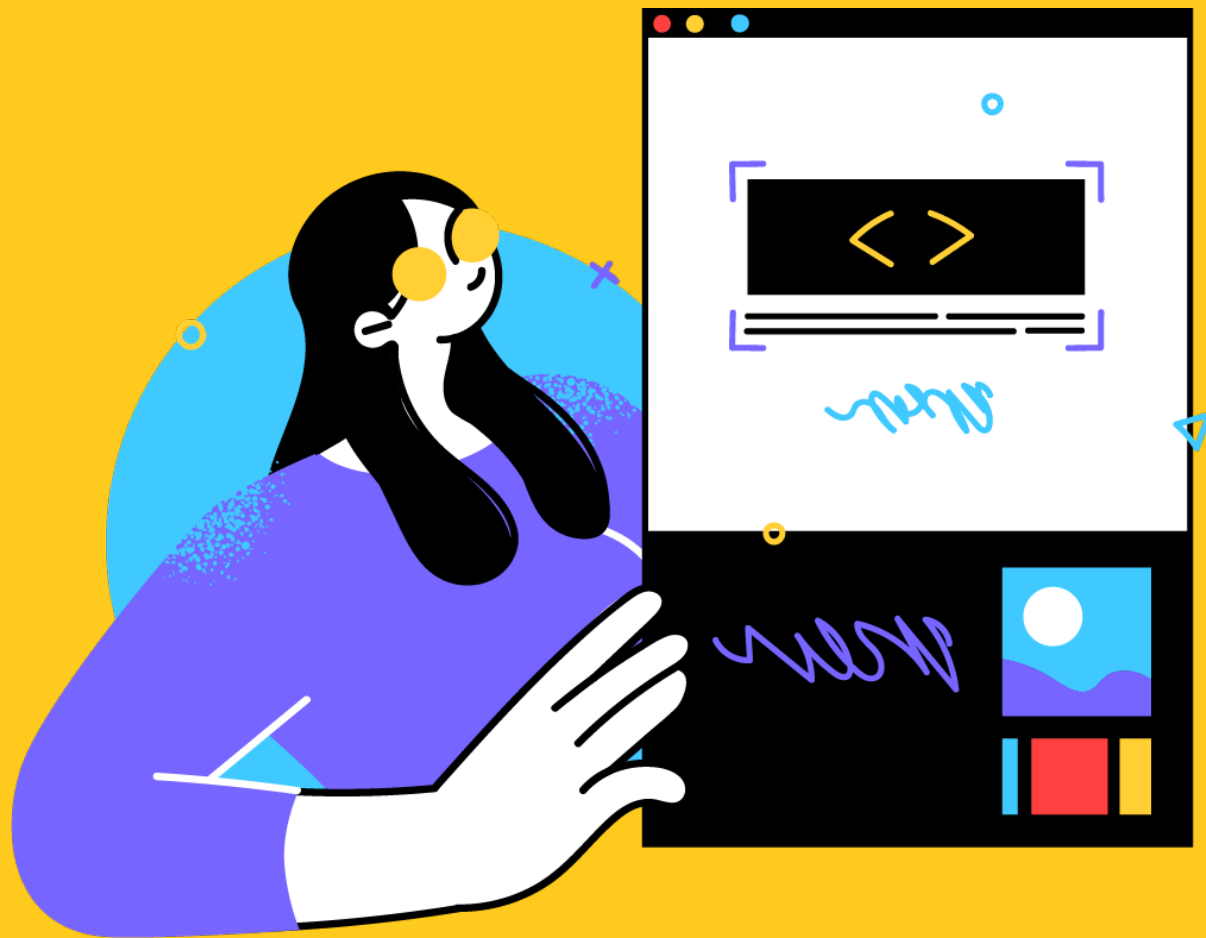
WTP

R\$ 12 M
30 dias

Quem seduz?
Quem mais?

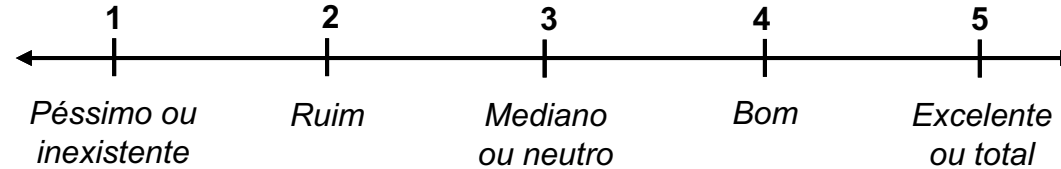
Quanto paga?
Quando paga?





Mapeando Oportunidades Ativos Estratégicos

Olhando Pra Fora



Segmento: VENDAS DIRETAS 1		Empresa:	Concorrentes			Média por variável
Variáveis		AGFA	A: KODAK	B: FUJI	C: IBF	
Produto	Linha de produtos	5	4	4	3	4,0
	Qualidade dos produtos	4	4	4	3	3,8
	Preço	2	3	4	5	3,5
Canais de Vendas	Atendimento - vendas de campo	5	5	4	3	4,3
	Atendimento - vendas telefônicas	4	4	4	4	4,0
	Vendas eletrônicas - internet	3	1	1	1	1,5
	Pontos de venda					
	Cobertura geográfica	3	3	2	5	3,3
	Logística - armazenagem e distribuição	4	3	4	4	3,8
Pós-vendas	Vendas de campo	3	3		2	2,7
	Vendas telefônicas					
	Vendas eletrônicas - internet					
	SAC - Serviço de Atend. ao Cliente					
	Prazo de garantia	3	3		4	3,3
	Assistência técnica	3	4		2	3,0
Suporte	Ações de comunicação	2	3	1	3	2,3
	Material promocional	2	2	2	2	2,0
	Informações de mercado	2	2	2	2	2,0
Média por empresa		3,2	3,1	2,9	3,1	3,1



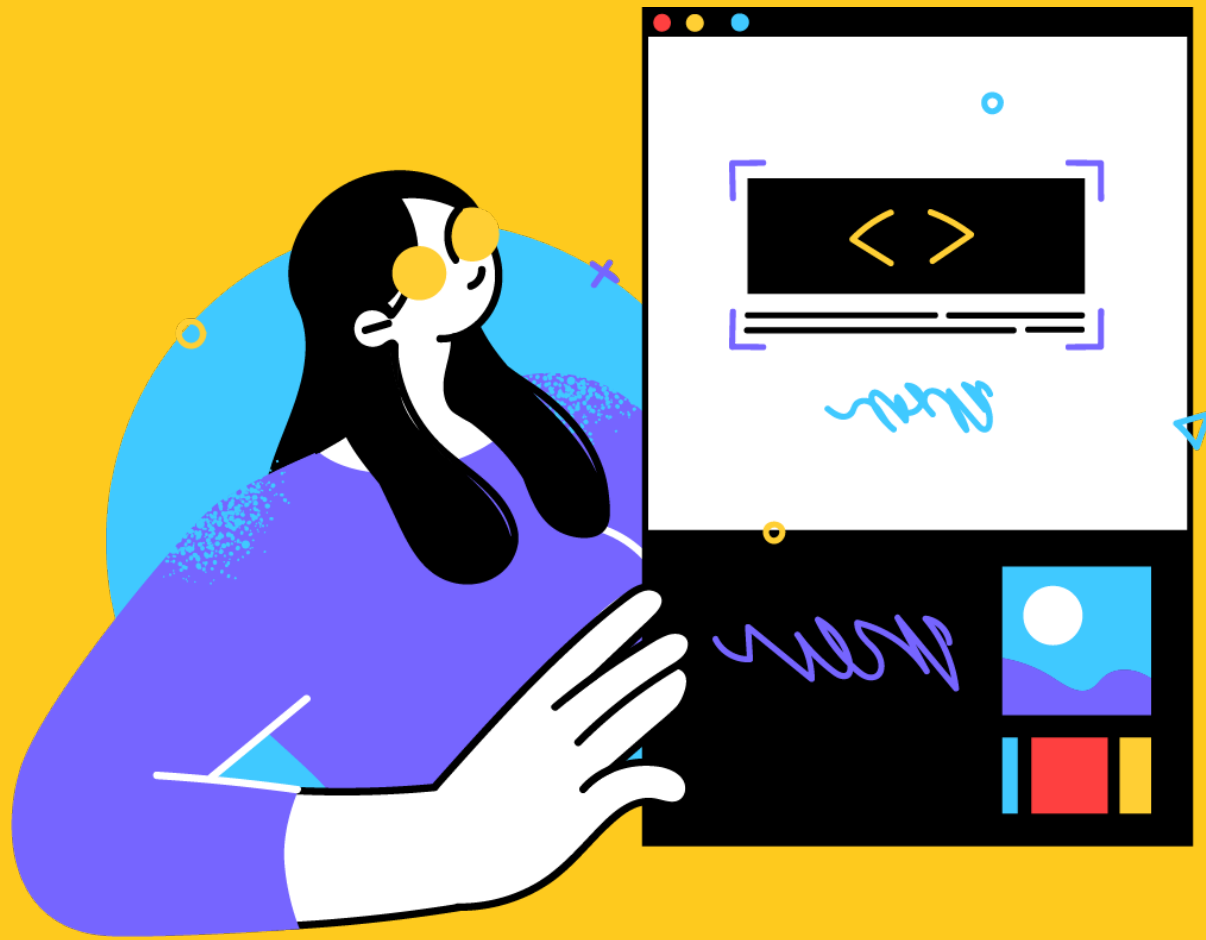
Ativos Estratégicos

- (1) Nível de importância (varia de 1 a 5);
 (2) Nível de desempenho (varia de 0 a 2);
 (3) Índice de desempenho-importância = $NI \times ND$ (varia de 0 a 10).

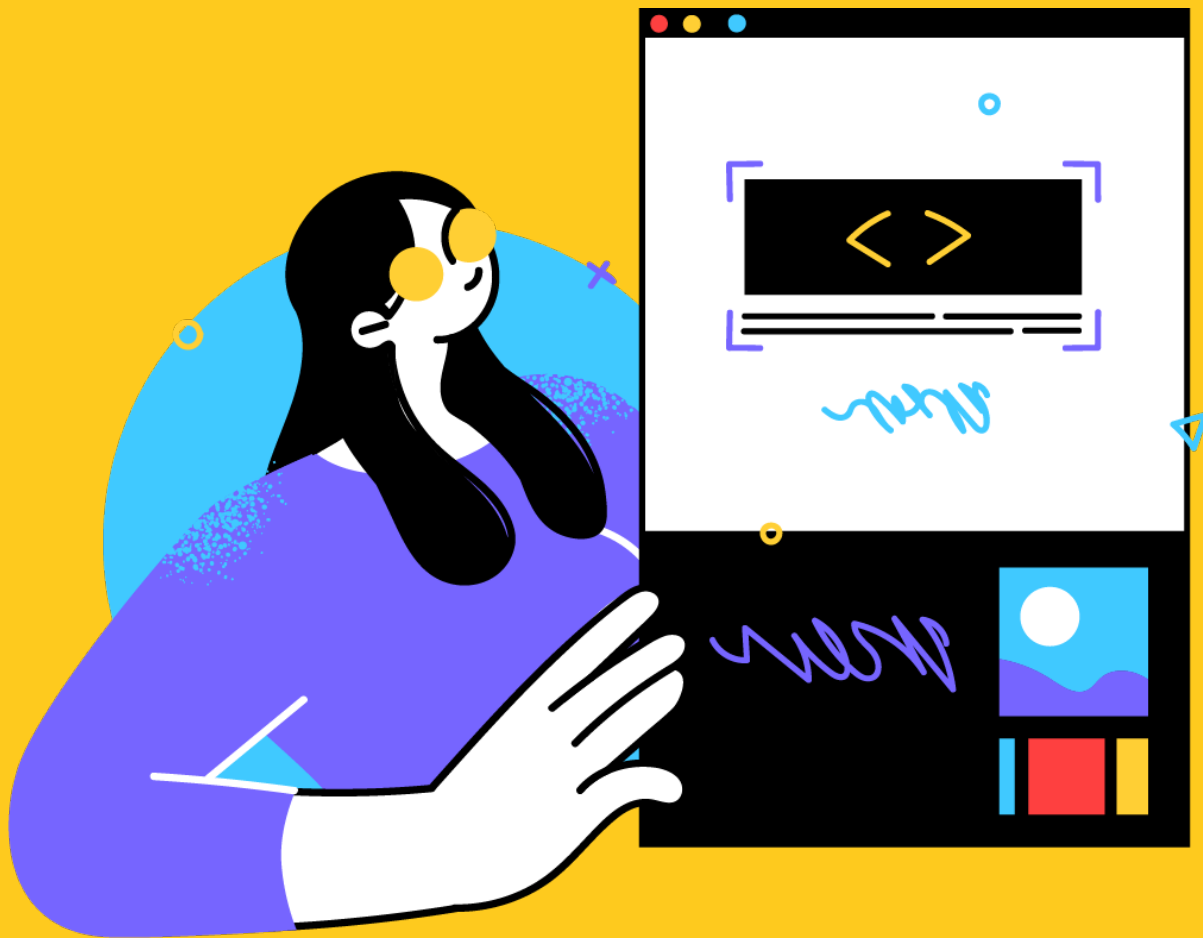
Status de desempenho	Sufic.	= Desempenho suficiente
	Insuf.	= Desempenho insuficiente
	Desnec.	= Desempenho desnecessário



Segmento: VENDAS DIRETAS 1		NI ⁽¹⁾ (1 a 5)	ND ⁽²⁾ (0 a 2)	IDI ⁽³⁾ = NI x ND	Status de desempenho
Ativos					
Ativos de Competitividade	Capacidade de reação	5	0	0,0	Insuf.
	Flexibilidade	4	0	0,0	Insuf.
	Agilidade	4	1	4,0	Insuf.
	Vantagem comparativa	4	2	8,0	Sufic.
	Criatividade	3	2	6,0	Sufic.
	Inovação	5	2	10,0	Sufic.
	Outros:				
	Média de Competitividade	4,2	1,2	4,9	Sufic.
Ativos Empresariais	Financeiros	5	2	10,0	Sufic.
	Técnicos	5	1	5,0	Insuf.
	Informacionais	4	0	0,0	Insuf.
	Humanos	4	2	8,0	Sufic.
	Desempenho histórico	5	2	10,0	Sufic.
	Pesquisa e desenvolvimento	5	2	10,0	Sufic.
	Tecnologia	5	2	10,0	Sufic.
	Dedicação da força de trabalho	4	2	8,0	Sufic.
	Habilidade de produção no prazo	5	1	5,0	Insuf.
	Habilidade técnica de produção	4	1	4,0	Insuf.
	Outros:				
	Média Empresarial	4,6	1,5	6,9	Sufic.
Ativos de Marketing	Reputação da empresa	5	2	10,0	Sufic.
	Procedência e origem dos produtos	3	2	6,0	Sufic.
	Participação de mercado	4	2	8,0	Sufic.
	Marcas de empresa	4	2	8,0	Sufic.
	Qualidade nos produtos e serviços	5	1	5,0	Insuf.
	Eficácia do preço e da distribuição	5	1	5,0	Insuf.
	Eficácia da promoção e equipe de vendas	5	2	10,0	Sufic.
	Relatório de vendas	2	2	4,0	Desnec.
	Eficácia da inovação	4	2	8,0	Sufic.
	Cobertura geográfica	4	0	0,0	Insuf.
	Banco de dados	4	0	0,0	Insuf.
	Atuação do pessoal	4	2	8,0	Sufic.
	Outros:				
	Média de Marketing	4,1	1,5	6,1	Sufic.
Média geral		4,3	1,4	5,9	Sufic.



Tarefa



Montar um Túnel do Tempo do seu negócio.

Defina o tempo de análise
do passado, bem como do
futuro.