

MENTORIA

ALPHA α

Material de Apoio

Mentoria 5 | Grupo 1

31/10/2023

Assunto: **Mapa de Oportunidades**

Um mapa de oportunidades é uma ferramenta estratégica para identificar oportunidades de negócios de forma organizada e eficiente. Confira como fazer o seu:

1. Identifique clientes e prospects:

Comece listando todos os clientes com os quais você já fez negócios, destacando aqueles que compraram seus produtos ou serviços (marque-os com a cor verde).

Em seguida, enumere seus prospects, ou seja, empresas ou indivíduos que ainda não fizeram uma compra, mas têm o potencial de se tornarem clientes no futuro (marque-os com a cor amarela).

Lembre-se de que prospects podem ser identificados por meio de leads, contatos de networking, ou até mesmo por meio de pesquisa de mercado.

2. Enumere seus produtos e/ou serviços:

Liste os produtos ou serviços que você oferece e que são mais relevantes para seu público-alvo. Esses são os itens que você deseja promover e vender.

3. Crie o mapa:

Agora, crie uma tabela ou planilha onde você possa cruzar a lista de produtos/serviços com a lista de empresas/clientes e prospects.

Marque com cores diferentes (verde para clientes, amarelo para prospects) os produtos/serviços que podem ser relevantes para cada empresa ou indivíduo.

4. Estratégias para cada categoria:

Para os clientes marcados com verde, concentre-se em estratégias de venda vertical. Isso significa que você deve buscar oportunidades de venda adicional, oferecendo produtos ou serviços relacionados aos que eles já compraram.

Para os prospects marcados com amarelo, inicie um processo de nutrição e persuasão. Entre em contato, mostre como seus produtos ou serviços podem atender às suas necessidades e desperte o interesse deles.

5. Transforme "sem cor" em oportunidades:

Para empresas ou indivíduos que não receberam nenhuma marcação (nem verde, nem amarelo), é hora de pensar de forma criativa. Pergunte a si mesmo como seus produtos ou serviços podem ser relevantes para eles.

Se encontrar uma maneira de oferecer valor a eles, você pode transformá-los em prospects e iniciar a abordagem de vendas.

6. Acompanhamento e fidelização:

O mapa de oportunidades é uma ferramenta dinâmica. Mantenha-o atualizado à medida que você faz novos negócios e adquire novos clientes.

Lembre-se de que o acompanhamento é essencial. Construa relacionamentos sólidos com seus clientes, ofereça suporte contínuo e busque oportunidades de vendas adicionais ao longo do tempo.

7. Personalização e criatividade:

Cada empresa e prospect é único, portanto, adapte suas abordagens de venda de acordo com suas necessidades e preferências.

Seja criativo ao identificar maneiras de agregar valor e atender às necessidades específicas de seus clientes e prospects.

8. Utilize ferramentas digitais:

Use ferramentas de CRM (Customer Relationship Management) ou software de automação de vendas para gerenciar e acompanhar suas interações com clientes e prospects.

Essas ferramentas podem ajudar a manter seu mapa de oportunidades atualizado e a rastrear o progresso de suas estratégias de vendas.

O mapa de oportunidades é uma abordagem prática que vai te ajudar a identificar oportunidades de vendas em sua base de clientes e prospects de maneira organizada.

Ao usá-lo de forma consistente e criativa, você pode otimizar suas estratégias de vendas, maximizar o crescimento de seu negócio e construir relacionamentos sólidos com seus clientes.

MAPA DE OPORTUNIDADES

- ▼ Relacionar clientes, empresas, pessoas ou perfis de consumidores

CLIENTE 1							
CLIENTE 2							
CLIENTE 3							
	P R O D U T O A	P R O D U T O B	S E R V I Ç O A				

- ▶ Relacionar serviços ou categorias

Assunto: **As 4 Disciplinas da Execução**

Foram criadas com o único objetivo de ajudar líderes a alcançar resultados estratégicos que requerem significativas mudanças de comportamento de todos que trabalham numa organização. Em qualquer tipo e em qualquer tamanho de organização, pública ou privada, com ou sem fins lucrativos. Uma organização com 10, 100 ou até mesmo mais de 200 mil pessoas.

1) Foque no crucialmente importante:

É importante que grandes líderes tenham a capacidade de focar em poucas coisas que são cruciais, que vão gerar muita mudança de comportamento e que irão trazer um importantíssimo resultado estratégico. O que é prioridade na sua empresa? Pense e estabeleça a MCI.

2) Atue nas medidas de direção:

A segunda disciplina está diretamente relacionada com a primeira. Para alcançar a MCI, as equipes terão que atuar em ações que chamamos de importantíssimas medidas de direção, que irão direcionar o trabalho para a conquista e execução da meta.

3) Mantenha um placar envolvente:

Quando falamos nisso, não é qualquer tipo de placar, mas um placar que envolve, que cria a emoção de um jogo.

É uma disciplina que fala de engajamento, de todos estarem cientes dos indicadores de sucesso, os quais demonstram se a empresa está ou não alcançando a MCI, se está ganhando ou perdendo. Detalhe: deve ser criado pela equipe e não pelo líder.

4) Crie uma cadência de responsabilidade:

Crie um ritmo ou frequência para a prestação de contas da equipe sobre ações que eles fizeram e farão para mover o placar. Um ritmo que faça com que os colaboradores se comprometam perante a equipe para mover o placar na semana, por exemplo.

Dica de leitura: **As 4 disciplinas da execução: Garanta o foco nas metas crucialmente importantes por Bill Moraes**

Assunto: **Como avaliar o relacionamento com seu/sua líder**

Avalie o seu/sua líder atribuindo a ele/ela notas de 0 a 10 em cada uma das questões:

- 1) Comunicação:** Como você descreveria a comunicação entre você e seu superior? Ela é aberta e eficaz, ou há desafios na troca de informações?
- 2) Opiniões:** Você sente que seu superior apoia suas ideias e contribuições? Ele está aberto a ouvir suas opiniões e sugestões?
- 3) Feedback:** Qual é a frequência das reuniões de feedback entre você e seu superior? Elas são úteis para o seu desenvolvimento profissional?
- 4) Metas:** Como você avaliaria a clareza das metas e expectativas estabelecidas por seu superior? Você tem uma compreensão sólida do que se espera de você?
- 5) Preocupações:** Se você tiver preocupações ou problemas relacionados ao trabalho, você se sente à vontade para discuti-los com seu superior? Ele está disposto a ajudar a resolver essas questões?

6) Reconhecimento: Como seu superior reconhece e recompensa seu desempenho? Você se sente valorizado pelo trabalho que faz?

7) Autoridade: Você e seu superior têm um bom entendimento sobre suas responsabilidades e autoridade? Há conflitos de papel ou lacunas de comunicação?

8) Apoio: Seu superior fornece apoio e recursos adequados para que você possa cumprir suas metas e tarefas com sucesso?

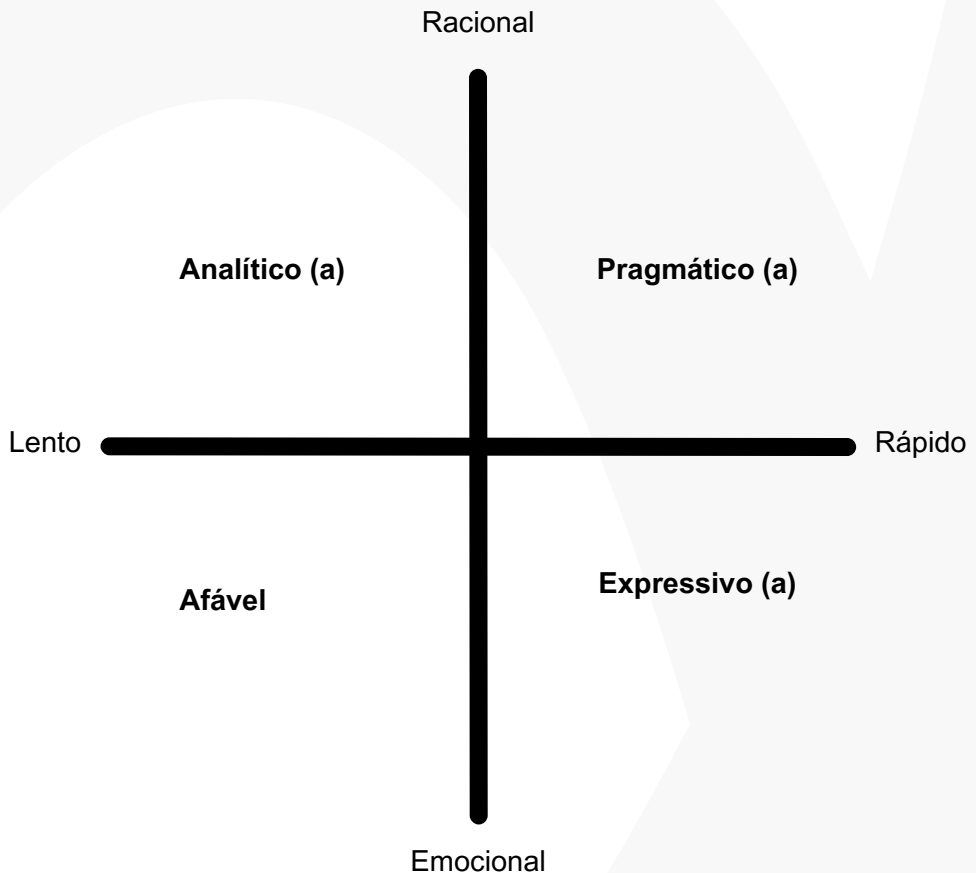
9) Liderança: Como seu superior avalia sua capacidade de liderança? Ele confia em suas decisões e habilidades de gerenciamento?

10) Inovação: Como seu superior lida com inovações na equipe, em processos ou nas suas decisões em geral?

Uma comunicação eficaz, feedback construtivo e apoio mútuo são essenciais para o desenvolvimento profissional e a satisfação no trabalho.

Use as respostas como um ponto de partida para discussões construtivas com seu líder. Compartilhar suas percepções pode levar a melhorias importantes no relacionamento e no ambiente de trabalho.

Assunto: Os 4 principais perfis comportamentais



A compreensão dos perfis comportamentais são fundamentais para a comunicação eficaz e colaborações produtivas. É importante notar que a maioria das pessoas exibe uma combinação de características de diferentes perfis, e essas características podem variar dependendo do contexto. Compreender esses perfis comportamentais te ajuda a adaptar a comunicação e a colaboração de acordo com as preferências e necessidades individuais.

Assunto: **Motivadores de compra para melhorar a comunicação com o líder**

Busca do ganho, lucro, benefício:

Muitas pessoas são motivadas por ganhos financeiros e benefícios tangíveis. Para garantir uma boa abordagem com alguém com esse motivador, destaque como a implementação da sua proposta resultará em ganhos financeiros ou em benefícios claros. Seja específico quanto aos números e resultados positivos que podem ser alcançados.

Evitar perda ou prejuízo:

Evitar perda financeira ou qualquer forma de prejuízo é uma motivação poderosa para muitos. Ao se comunicar, enfatize como ela pode ajudar a evitar desperdício de recursos, reduzir custos ou minimizar riscos. Mostre como sua proposta, ideia ou iniciativa protege os interesses da organização.

Evitar incômodo ou desconforto:

Outros preferem escolher opções que evitem incômodos ou desconfortos. Por isso você pode destacar como seu projeto/ideia simplifica processos, economiza tempo, ou torna a vida mais conveniente para a equipe. Saliente como sua proposta elimina frustrações e torna as tarefas mais fáceis.

Status, destaque, reconhecimento (sentir-se importante/valorizado/a):

Sentir-se importante e valorizado é um poderoso motivador. Ao apresentar sua ideia, mostre como ela pode contribuir para o status e o reconhecimento da equipe ou da empresa. Explique como a implementação de sua proposta destacará a organização no mercado ou como ela valoriza as contribuições individuais dos membros da equipe.

Satisfação ou realização pessoal:

Muitas pessoas buscam satisfação pessoal e realização em seu trabalho. Destaque como ela contribui para o desenvolvimento profissional das pessoas envolvidas ou para o sucesso de um projeto.

Ao adaptar sua comunicação com base nesses motivadores, você se torna sua abordagem mais eficaz. Reconhecer e alinhar sua mensagem com esses motivadores aumenta as chances de aceitação e sucesso ao vender suas ideias a colegas, líderes e equipes.

Assunto: **SEPAPIAG**

Faça perguntas objetivas e inteligentes e, para isso utilize o checklist SEPAPIAG.

S: Situação: Defina o que está acontecendo, estão alinhados nessa definição?

E: Expectativas: Quais são as expectativas da pessoa?

P: Problema: Qual é o problema?

A: Aprofundamento: O que chamamos de 'dor' ou sintomas e consequências do problema?

P: Preocupações: Definir o que poderia dar errado, o que preocupa ela?

I: Irritadores: O que a pessoa não quer que você faça?

A: Alternativas: Quais são as alternativas, o que você acha?

G: Ganhos/Benefícios: Deixe a pessoa entender quais são os ganhos e que ela expresse/verbalize isso.

Utilize o SEPAPIAG para aprimorar sua comunicação com o líder e/ou liderado.

Conteúdos do Raul para expandir seus conhecimentos

Artigo: **9 coisas que todo/a gerente de vendas (e toda a equipe) precisam saber**

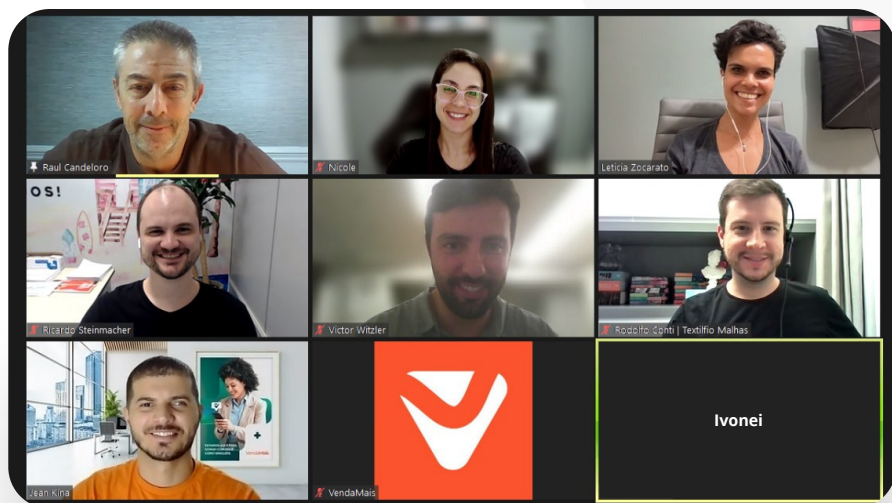


Videoaula: **Liderança e Gestão de Equipes de Vendas: 8 Comportamentos do Líder Comercial de Alta Performance**



“Você nunca pode atravessar o oceano até que você tenha coragem de perder de vista a costa”

Cristóvão Colombo



Obrigado e nos encontramos novamente em breve!

Acompanhe e interaja com o Raul nas redes sociais:



E se quiser receber os semanais gratuitos, é só fazer o seu cadastro **[clikando aqui!](#)**

Na E-zine VendaMais, Raul compartilha conteúdos relevantes e atuais sobre vendas e, é claro, dicas poderosas que te dão apoio e direcionamento para vender cada dia mais e melhor! **[Cadastre-se.](#)**

Um abraço e boas vendas, Equipe Raul Caneloro.

MENTORIA

ALPHA *α*