

## MATÉRIAS — DOS PROBLEMAS ÀS POSSIBILIDADES

Estes são os temas e conceitos de maior importância que abordamos nas Sessões Estratégicas a que se propõe. O processo de descoberta, estudo e avaliação, não tem de cumprir uma ordem específica. Ele está desenhado para se adaptar aos seus objetivos.

O objetivo principal é trabalharmos os seus desafios e as suas maiores necessidades, anteriormente revistas por si em [Apurar Necessidades](#).

### a) Resultados esperados:

#### **1. Desperta para uma Cultura organizacional alinhada e realizada.**

Fazendo com que os colaboradores se sintam ouvidos, felizes e unidos sobre um único Propósito.

#### **2. Comunicar com o mercado de uma forma mais segura e coerente.**

Usando diferentes formas e simbologias que permitam facilmente o reconhecimento da sua marca.

#### **3. Aposta num portfólio mais fundamentado e consolidado.**

Trabalhando no sentido da especialização.

#### **4. Desenha e aplica investimentos, processos e sistemas mais estruturados.**

Garantindo um maior retorno financeiro.

#### **5. Defende e mantém a luta por um público cada vez mais específico.**

Divulgando o seu valor pelos restantes consumidores e mercado.

#### **6. Compete por uma Diferenciação no mercado.**

Criando e defendendo as suas Vantagens Competitivas.

#### **7. Garante um alinhamento da entre todas as áreas da sua empresa.**

Culminando num novo Posicionamento de Mercado.

#### **8. Descobre uma nova Estratégia Empresarial.**

Propagando-a de uma forma única e difícil de copiar pela Concorrência.

## 2. ECONOMIA E GESTÃO

Esta Dimensão Estratégica inicia-se com base em níveis de confiança.

Não só a que deposita em mim, quando respondo assertivamente às suas questões. Mas também, para eu perceber o seu grau de envolvimento, quando revela os seus números.

### a) Objetivos:

- Distribuir investimentos pelas ações de maior importância.
- Evitar gastos que não sirvam a estratégia.
- Definir um preço ajustado ao valor das suas soluções.
- Desenhar um novo processo de venda, compra e descontos.
- Defender modelos de decisão.

### b) Alguns exercícios envolventes:

#### 1. Fixamos de preços em função do valor

Determinamos o preço de venda numa escala de  $\pm 10\%$  e a probabilidade de transação nos próximos 12 meses.

#### 2. Alinhamos a equipa comercial

Garantimos formação capaz de criar confiança nos benefícios das suas soluções, para que a sua equipa se sinta confiante na propagação e venda. Palestras e formação complementar, em regime extra.

#### 3. Entendemos o processo financeiro

Observamos as ligações entre o negócio e o seu desempenho financeiro [contratação de pessoal, rotatividade, vendas, etc.]

#### 4. Definimos políticas de desconto

- *Que descontos tem hábito de praticar?*
- *Com base em que condições?*
- *Para que tipo de clientes?*
- *Em que altura?*

Estas são algumas perguntas iniciais, capazes de defender política de descontos, com a objetivo de defender as suas margens de lucro.

### c) Resultados esperados:

- Garante um maior retorno ao investimento.
- Facilita a escolha do consumidor em termos de valor vs. preço.
- Evita descontos inesperados.
- Consolida o posicionamento de mercado.

### >>> Dica rápida:

Aborde de uma lista rigorosa dos custos associados ao seu negócio.

Entenda que algumas alíneas podem ser desejos pessoais e não necessidades profissionais. Seja sincero.

Confira se falta alguma alínea.

Identifique quais as que contribuem para a captação de clientes.

Identifique quais as que contribuem para a retenção de clientes.

Todas as outras alíneas, exclua-as. Evite gastos desnecessários.