

## 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.

#### 4. CONCORRÊNCIA

Este ponto é dirigido aos negócios em fase embrionária.

Isso não implica que se desvalorize a importância deste estudo. Nesse sentido, abordamos uma fórmula simples de conhecer a sua concorrência mais direta.

Provavelmente um dos grandes tabus da economia portuguesa, é afirmar que a concorrência é prejudicial ao negócio.

Eu discordo!

A concorrência, quando sincera e honesta, desperta o espírito competitivo, ajuda a diluir o custo da inovação e reforça a percepção de vantagens competitivas.

A este nível — novos negócios — maioritariamente apontam o estudo da concorrência: como um visitar da comunicação on-line [website e redes sociais].

Sem grande segurança na posição que ocupam, estes negócios limitam-se a reproduzir o que o líder de mercado faz. Andar sempre atrás da sua concorrência, na melhor das hipóteses, faz com que seja sempre o número dois do mercado.

#### >>> Dica rápida:

Pondere as seguintes questões:

- *Quais as tendências de mercado atuais?*
- *Que concorrentes competem pelo mesmo cliente que a sua empresa?*
- *De que forma a sua empresa se destaca da concorrência?*
- *Como analisa a sua cadeia de valor? O qual resultado da comparação com a concorrência?*