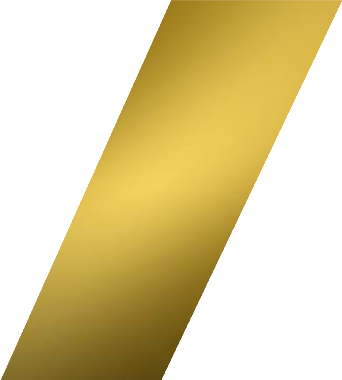
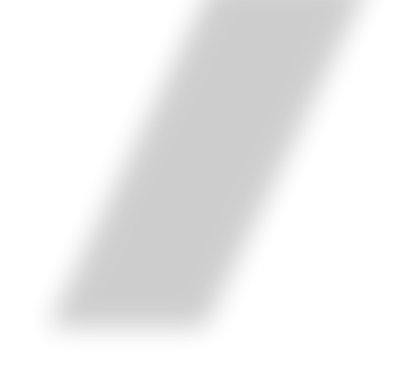
Agora que você já concluiu o primeiro módulo do Coaches Black vamos ao exercício prático. Nos anexos desse exercício



**EXERCÍCIOS** MÓDULO 1

Nos anexos desse módulo você encontrará 2 arquivos que são as ferramentas: Preencha com as informações solicitadas nessa ordem A e B respectivamente.

1. Deﬁnindo seu foco - Nessa ferramenta com quatro quadrantes você irá encontrar a oportunidade de conciliar o que você sabe fazer com o que você ama fazer e as oportunidades de mercado. Essa é a melhor maneira de começar a descobrir nichos potenciais em que você poderia atuar. Quanto mais hipóteses você conseguir explorar e quanto mais alternativas você incluir no primeiro quadrante (aquilo que você tem paixão e as suas habilidades e competências), maiores as chances dessa ferramenta te ajudar a encontrar a melhor resposta. Por isso você deve preencher ali sem utilizar ﬁltros probabilidade.

|  |  |
| --- | --- |
| **1 - O QUE EU FAÇO BEM? (MEUS TALENTOS E ATIVOS)**   * Falo bem; * Me apresento com facilidade; * Prazer e facilidade em ensinar; * Boa comunicação com clientes (facilidade em ouvir e compreender suas necessidades); * Facilidade em negociação; * Facilidade na sugestão de desenvolvimento de novos produtos para aumento do portfolio dos clientes; * Disciplinada e organizada. | **3 - QUE MERCADOS EU PODERIA ATENDER (SEM FILTROS)**   * Pequenas e médias empresas em desenvolvimento da área comercial * Empresas em adaptação dos processos comerciais online (definição e estruturação das ferramentas de captação e acompanhamento dos negócios); * Desenvolvimento dos gestores da área commercial; * Desenvolvimento da equipe de vendas; * Liderança de TI; * Empresas familiares; |
| **2 - EXPERIÊNCIAS QUE EU TENHO (O QUE EU JÁ FIZ)**   * Atuei com vendas internas por 7 anos; * Atuo com vendas externas há 5 anos (anteriormente Norte e Nordeste), atualmente SP; * Acompanho vendas de uma linha de produtos à nível Brasil; * Auxílio representantes na alavancagem das vendas; * Professora (estagiária) de Português e Matemática por 1 ano; * Secretária da Qualidade; * Acompanhamento auditorias internas e externas; * Gestão Estoque de uma filial; * Logística dos caminhões diários para entregas das vendas regionais; * Acompanhamento dos processos burocráticos das vendas de produtos químicos; * Análise de crédito e cobrança para aprovação do financeiro; * Cobrança dos clientes da filial; | **4 - ANALIZANDO CADA MERCADO**   1. **TEM TAMANHO SUFICIENTE?** 2. **É POSSÍVEL CHEGAR AOS CLIENTE?** 3. **ESSE MERCADO TENDE A CRESCER?** 4. Sim, pois estamos em um processo de transformação das empresas para o meio digital; 5. Sim, pretendo chegar principalmente através das prospecções, contudo tentarei também através dos influenciadores; 6. Sim, as empresas precisam se manter em contínuo desenvolvimento para atingir suas metas, principalmente neste período pós pandemia que apresenta novo padrão de apresentação e também de consumo.   Através do processo de informatização, alavancar as vendas através da internet precisará de um bom acompanhamento do processo do início até o fim da venda, análise do pós venda e fidelização dos clientes) e para isso, precisarão não apenas trazer a sua empresa para a internet, como ter um efetivo processo de vendas e se adaptarem ao novo padrão de consumo, sejam eles em produtos (vestuário, alimentos, etc) ou serviços (consultas online, cursos, serviços de mídias, etc.). |

1. Mapa da Mina - Este mapa também é conhecido como o mapa da empatia. Nele você irá desenhar o cliente típico apenas do mercado escolhido, caso você tenha chegado à convicção de em que nicho irá atuar. E se você ainda chegou ao ﬁnal da aplicação da ferramenta (A) com dúvidas, deverá realizar o mapa desenhando o cliente típico dos dois mercados que mais combinam oportunidades com as suas habilidades e competências.

1 - COM QUEM queremos falar?

Quem é a pessoa que queremos entender? Em que situação ela está?

6 - O que ele OUVE?

O que ele está ouvindo os outros falarem? O que ele ouve de amigos?

O que ele ouve de família? O que ele ouve do mercado?

2 - O que ele QUER?

O que ele precisa fazer de maneira diferente? Que resultado ele espera?

Que decisões ele precisa tomar?

Como sabemos que ele foi bem sucedido?

3 - O que ele VÊ?

O que ele vê no mercado?

O que ele vê em seu ambiente de trabalho? O que ele vê os outros fazendo?

O que ele está assistindo e lendo?

7 - O que ele PENSA e SENTE?

DORES

Quais são seus medos, frustrações e ansiedades?

GANHOS

Quais são os seus desejos, necessidades, esperanças e sonhos?

4 - O que ele FALA?

O que ele diria pra você?

O que ele diria para as pessoas?

Que outros pensamentos e sentimentos podem motivar seu comportamento?

5 - O que ele FAZ?

O que ele faz hoje?

Que comportamentos observamos?

O que podemos imaginar que ele esteja fazendo agora?

Descreva o cliente típico que você identiﬁcou de forma personiﬁcada: (Caso tenha feito 2 mapas da mina, preencha duas vezes, um para cada mercado.



**1**

Escolha um suposto Nome do cliente : Danilo Mattos

Sexo: Masculino Idade: 30 anos

Cidade onde mora: São Paulo

Descreva em um parágrafo quem é o seu cliente com o máximo de detalhes possível:

Diretor da empresa que teve queda nas vendas com o isolamento social e pretende aumentar o alcance aos

clientes potenciais através das vendas online. Deseja capacitar a sua área comercial aos novos padrões de

consumo, estruturar o processo comercial e aumentar o faturamento da empresa.

Agora descreva no caso do seu cliente típico quem são os inﬂuenciadores no momento da compra dos seus serviços:



**2**

1. Quem inicia a compra? Diretor da empresa
2. Quem inﬂuencia na decisão? Gestor Comercial
3. Quem decide? Diretor da empresa
4. Quem paga? Setor Financeiro
5. Quem avalia o resultado do serviço prestado? Gestor Comercial e o Diretor da empresa.