

Vendas

TechGuide - Alura, FIAP e PM3

Vendas

Nível 1

☐ Vendas na era digital:

- Desenvolver estratégias inovadoras de vendas que capacitem a equipe a tomar decisões estratégicas, promovendo uma cultura de autonomia e responsabilidade.
- Estimular a diversidade nas abordagens de vendas, incentivando a troca de ideias e técnicas entre vendedores com diferentes perfis e experiências, enriquecendo a estratégia de vendas e aumentando o engajamento da equipe.
- Criar ambiente de trabalho motivador para equipe de vendas.

☐ Gestão de carteira:

- Desenvolver estratégias eficazes de segmentação de carteira, permitindo uma personalização mais precisa das abordagens de vendas e maximizando o valor do cliente em longo prazo.
- Implementar práticas de gestão que promovam o relacionamento contínuo e fortalecido com os clientes, utilizando ferramentas e metodologias que suportem um acompanhamento estratégico e pró-ativo.
- Capacitar a equipe de vendas para identificar e explorar oportunidades de upsell e cross-sell, aumentando a rentabilidade da carteira de clientes com técnicas que agreguem valor ao cliente.

- Promover uma cultura de excelência na gestão de carteira, onde a eficiência operacional e o retorno sobre o investimento sejam continuamente aprimorados através de feedbacks constantes e ajustes estratégicos.

☐ **Customer Success:**

- Aprenda a aplicar Customer Success como uma estratégia central para aumentar a receita e retenção de clientes em sua empresa.
- Entenda a evolução e a importância do Customer Success e como ele se diferencia de outras áreas de atendimento ao cliente.
- Domine técnicas de escuta ativa e Spin Selling para melhorar o atendimento e impulsionar o sucesso do cliente.
- Identifique os principais indicadores de sucesso em Customer Success e como usá-los para avaliar e melhorar a experiência do cliente.

☐ **Social Selling:**

- Desenvolver uma presença digital sólida e autêntica que reforce a marca pessoal e profissional de vendedores, utilizando plataformas sociais para construir confiança e autoridade no mercado.
- Capacitar equipe de vendas para identificar e engajar decisores certos dentro de redes sociais, aplicando técnicas de segmentação e prospecção que maximizem a eficácia das abordagens.
- Implementar estratégias de criação e compartilhamento de conteúdo relevante que ressoe com o público-alvo, estimulando o engajamento e posicionando a empresa como líder de pensamento no setor.
- Estabelecer métricas claras e sistemas de monitoramento para avaliar o impacto das atividades de social selling, permitindo ajustes estratégicos que melhorem os resultados e a eficiência das vendas sociais.

Nível 2

☐ **Técnicas para melhorar o aprendizado sobre o mercado:**

- Desenvolver a habilidade de análise de mercado através de técnicas avançadas de pesquisa, permitindo que a equipe de vendas compreenda

profundamente as tendências, concorrentes e necessidades do cliente.

- Capacitar a equipe de vendas com ferramentas e métodos eficazes para identificar e estudar o comportamento do consumidor, proporcionando insights valiosos que orientem a estratégia de vendas.
- Criar cultura de aprendizado contínuo, onde os vendedores sejam incentivados a atualizar regularmente conhecimentos sobre o mercado e a adaptar suas abordagens de acordo com as mudanças no ambiente de negócios.
- Implementar rotinas de estudo e reflexão sobre o mercado que integrem o conhecimento adquirido com a prática de vendas, garantindo que os insights de mercado sejam aplicados de forma eficaz nas interações com os clientes.

☐ **Prospecção de clientes:**

- Desenvolver e implementar estratégias de prospecção que permitam identificar e segmentar clientes potenciais com maior precisão, utilizando dados e análises de mercado para orientar esforços de vendas.
- Capacitar equipe de vendas para criar perfis detalhados de cliente ideal (ICP), garantindo que a prospecção seja focada em leads com maior probabilidade de conversão e alinhamento com os objetivos de negócio.
- Otimizar o processo de prospecção através do uso de ferramentas e tecnologias que acelerem a identificação e o contato com leads qualificados, aumentando a eficiência e a produtividade da equipe de vendas.
- Estabelecer métricas claras para monitorar o desempenho das atividades de prospecção, permitindo ajustes contínuos e melhoria dos processos para garantir um pipeline de vendas robusto e sustentável.

☐ **Entendendo a necessidade do cliente:**

- Aprimorar a capacidade de diagnóstico das necessidades dos clientes, utilizando técnicas de escuta ativa e análise estratégica para compreender profundamente os desafios e expectativas dos clientes, alinhando as soluções oferecidas às suas reais necessidades.

- Desenvolver conexões de confiança e credibilidade com prospects e clientes, criando abordagens comerciais personalizadas que considerem os perfis e interesses dos stakeholders envolvidos, garantindo que as propostas de valor sejam tangíveis e relevantes.
- Capacitar a equipe de vendas para mapear e qualificar oportunidades de vendas de maneira eficaz, assegurando que o retorno sobre as soluções oferecidas seja claramente tangível para o cliente, promovendo decisões de compra informadas e baseadas em benefícios concretos.

Nível 3

☐ Outbound Marketing:

- Estruturar um processo de outbound marketing baseado em métricas sólidas e melhores práticas, garantindo que a equipe de pré-vendas utilize técnicas comprovadas para maximizar a geração de leads qualificados.
- Capacitar a equipe de pré-vendas com habilidades e ferramentas exclusivas para otimizar o contato inicial com potenciais clientes, assegurando que as abordagens sejam eficientes e resultem em conversões de alta qualidade.
- Desenvolver um ciclo contínuo de melhoria e evolução do processo de outbound, focando na adaptação às mudanças do mercado e no refinamento das estratégias de prospecção, para transformar dados qualitativos em resultados quantitativos significativos.

☐ Solução e proposta:

- Mapear as necessidades do cliente de forma precisa e profunda, garantindo que as soluções propostas estejam alinhadas com os desafios e objetivos específicos de cada cliente, aumentando a relevância e a eficácia das propostas.
- Desenvolver habilidades de influência e persuasão na equipe de vendas para guiar os clientes na escolha das soluções que melhor atendem às suas necessidades, utilizando argumentos baseados em valor e benefícios concretos.

- Capacitar a equipe para criar e apresentar propostas assertivas e estratégicas, integrando a identificação de stakeholders, gestão de riscos e criação de cenários de uso, assegurando que cada proposta seja clara, convincente e focada em resultados mensuráveis.

☐ **Perguntas poderosas sobre vendas:**

- Aprimorar a comunicação da equipe de vendas, desenvolvendo habilidades de escuta ativa e questionamento estratégico para evitar vieses cognitivos e entender profundamente as necessidades dos clientes.
- Capacitar a equipe para utilizar perguntas abertas e fechadas de forma eficaz, aplicando a técnica de SPIN Selling para desafiar os clientes e guiar conversas de vendas consultivas que conduzam a fechamentos bem-sucedidos.
- Integrar perguntas poderosas no processo de vendas para identificar e explorar oportunidades, facilitando a descoberta dos objetivos de negócio dos clientes e construindo propostas que atendam diretamente às suas necessidades.

Habilidade Auxiliar: Empreendedorismo

☐ **Inovação Social e Empreendedorismo:**

- Construir e fortalecer um ecossistema de inovação dentro das organizações, onde profissionais são incentivados a colaborar, compartilhar conhecimentos e experimentar novas abordagens, utilizando o empreendedorismo social como um motor para a transformação e o crescimento sustentável.
- Promover a cultura de empreendedorismo voltada para a inovação, capacitando os indivíduos a identificar oportunidades de mercado e a desenvolver iniciativas que integrem aspectos sociais e ambientais ao núcleo dos negócios, gerando valor compartilhado.
- Incorporar práticas de inovação social dentro das organizações, incentivando a criação e implementação de soluções que gerem impacto positivo

☐ **Ideia ao plano de negócios:**

- null
- null
- null
- null

☐ **Business Model Canvas:**

- Estruturar ideias de negócios de forma clara e prática, utilizando o Business Model Canvas para transformar conceitos em modelos tangíveis, organizando componentes essenciais como segmentos de clientes, propostas de valor e canais de distribuição.
- Desenvolver um plano de negócios robusto que atraia investidores e parceiros, baseando-se no Business Model Canvas para detalhar como a empresa gerará e entregará valor, abordando estrutura de custos, fluxos de receita e atividades e parcerias-chave.
- Fomentar a análise crítica e a adaptação contínua do modelo de negócios, utilizando o Canvas como uma ferramenta dinâmica para identificar oportunidades de inovação, otimização de recursos e resposta a mudanças no mercado.
- Integrar recursos e atividades-chave para maximizar a eficiência e o valor oferecido, garantindo que todos os componentes do Business Model Canvas estejam interconectados e contribuam para o sucesso e sustentabilidade do empreendimento.

☐ **Roadmap:**

- Um roadmap é uma representação visual que descreve a visão estratégica de um produto ou projeto e seu plano de execução ao longo do tempo.
- Alinhe o roadmap com os objetivos de negócio e as metas do produto.
- Priorize recursos e funcionalidades com base no valor para o cliente e para o negócio.
- Defina marcos e prazos realistas para o desenvolvimento e entrega.

- Comunique o roadmap de forma clara e transparente com todas as partes interessadas.
- Esteja aberto a ajustes e adaptações conforme novas informações e mudanças de contexto.
- Colete feedback regularmente para ajustar o roadmap conforme necessário.
- Assegure que o roadmap esteja alinhado com as estratégias e objetivos da organização.

Habilidade Auxiliar: Product Management

☐ **Gestão de Produtos - Fundamentos:**

- Gestão de Produtos é o processo de desenvolver, lançar e gerenciar produtos de forma eficaz para atender às necessidades dos clientes e alcançar objetivos de negócios.
- Definir visão clara e estratégia para o produto.
- Entender necessidades e preferências dos clientes.
- Especificar requisitos e funcionalidades do produto.
- Priorizar recursos com base no valor para o cliente e para o negócio.
- Analisar métricas e feedback para orientar decisões.
- Estar aberto a mudanças e ajuste a estratégia conforme necessário.

☐ **Product Discovery:**

- Product Discovery é o processo de entender as necessidades dos usuários, identificar oportunidades de mercado e conceber soluções inovadoras para desenvolver produtos bem-sucedidos.
- Analisar o mercado para identificar tendências e oportunidades.
- Conduzir entrevistas para entender as necessidades dos usuários.
- Criar protótipos para validar ideias e conceitos com os usuários.
- Estudar os concorrentes para identificar lacunas e diferenciais.
- Testar hipóteses para validar a viabilidade do produto.

- Mapear as jornadas dos usuários para identificar pontos de dor.

Gestão de Produtos Digitais:

- Gestão de produtos digitais envolve o desenvolvimento, lançamento e otimização de produtos digitais, como aplicativos e plataformas online, para atender às necessidades dos usuários e alcançar objetivos de negócios.
- Colocar as necessidades dos usuários no centro do processo de desenvolvimento.
- Definir uma visão clara e estratégia para o produto digital.
- Mapear e otimizar a jornada do usuário no produto.
- Coletar e analisar feedback dos usuários para melhorias.
- Adotar metodologias ágeis para entregas rápidas e iterativas.
- Utilizar dados para tomar decisões informadas sobre o produto.