

**SALES UP!**

Converta leads qualificadas em negócio

# ÍNDICE

1. Porquê o SalesUp!?	3
2. O mercado-alvo da solução SalesUp!	4
3. Problemas comuns endereçados pela solução SalesUp!	5
4. Caraterísticas da solução SalesUp!	6
5. O pulo do gato	7
6. Resultados	9
7. Pressupostos	10

## 1. PORQUÊ A SALES UP!?

SalesUp! permite construir melhores soluções e montar o processo de vendas de fora para dentro, a partir das necessidades explícitas do mercado e dos prospectos. Não só isso se reflete positivamente na velocidade das vendas, como obriga toda a equipa comercial a adotar um pensamento mais lógico e causal. As vendas passam a ser menos 'arte' e mais um processo 'produtivo' que pode ser melhorado continuamente no tempo.

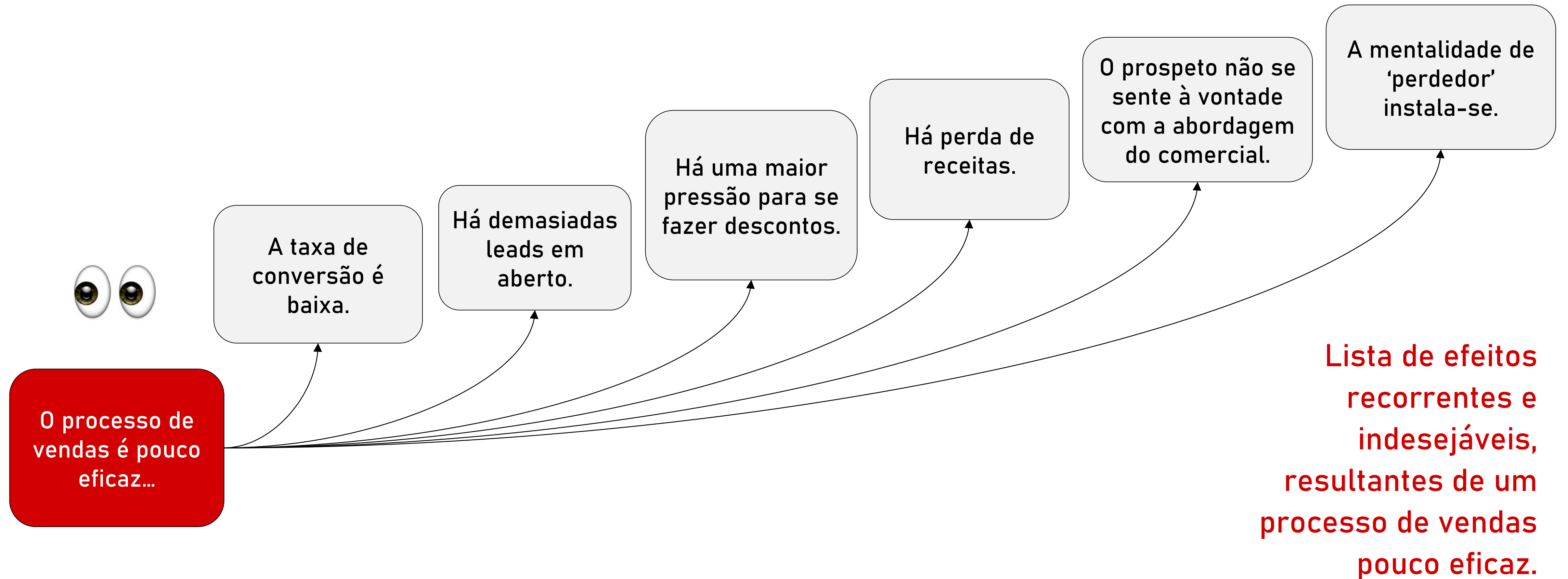
A solução SalesUp! assenta no princípio '**preparação difícil, venda fácil**'. Sim, é possível obter melhores resultados com os mesmos comerciais, mesmos produtos e mesmos mercados, desde que se mude a forma de trabalhar.

A solução SalesUp!  
baseia-se em  
ferramentas de lógica e  
de causalidade - algo de  
fundamental na  
validação da nossa  
intuição enquanto  
gestores ou comerciais.

## 2. O MERCADO-ALVO DA SOLUÇÃO SALES UP!

- (Especialmente) empresas com margem líquida inferior a 10%.
- Empresas que precisam melhorar a sua taxa de conversão.
- Empresas que precisam desenhar soluções, baseadas em necessidades dos mercados-alvo.
- Empresas que precisam de ter um processo de vendas replicável e que torne possível a melhoria contínua desse processo.
- Pessoas que querem ganhar competências ao nível de um pensamento forte, lógico e rigoroso.

### 3. PROBLEMAS COMUNS ENDEREÇADOS PELA SOLUÇÃO SALES UP!



## 4. CARACTERÍSTICAS DA SOLUÇÃO SALES UP!

---

Fase I

Para que as oportunidades presentes (e futuras) não mais sejam desperdiçadas é importante que a equipa comece por implementar princípios pull e de gestão visual na gestão do pipeline. Isto irá permitir construir as bases onde assentará a melhoria contínua, a todo o pipeline. Estando a «infraestrutura certa» a funcionar, a empresa identifica os mercados-alvo que mais podem beneficiar do novo serviço que se pretende pôr em prática. De seguida, certos processos de lógica e de raciocínio são usados para construir, de forma robusta, o novo serviço. Finalmente, é desenhado o novo processo de vendas, para que a partir daí se possam priorizar os prospetos. A força de vendas adequa a oferta prospetos a prospetos e treina a venda 'offline' antes do momento da verdade.









---

Fase II

Depois de se ter desenhado o processo de venda passa a ser muito importante ter-se um mecanismo de melhoria contínua do próprio processo. Ou seja, cada situação é usada para se entender o que fazer de diferente para continuamente a taxa de conversão estar cada vez sob controlo. A equipa recebe formação e treino em técnicas específicas de resolução de problemas (e de melhoria contínua). Cada melhoria implementada funciona como uma nova "estaca" e é vista com orgulho por toda a equipa.

---

## 5. O PULO DO GATO

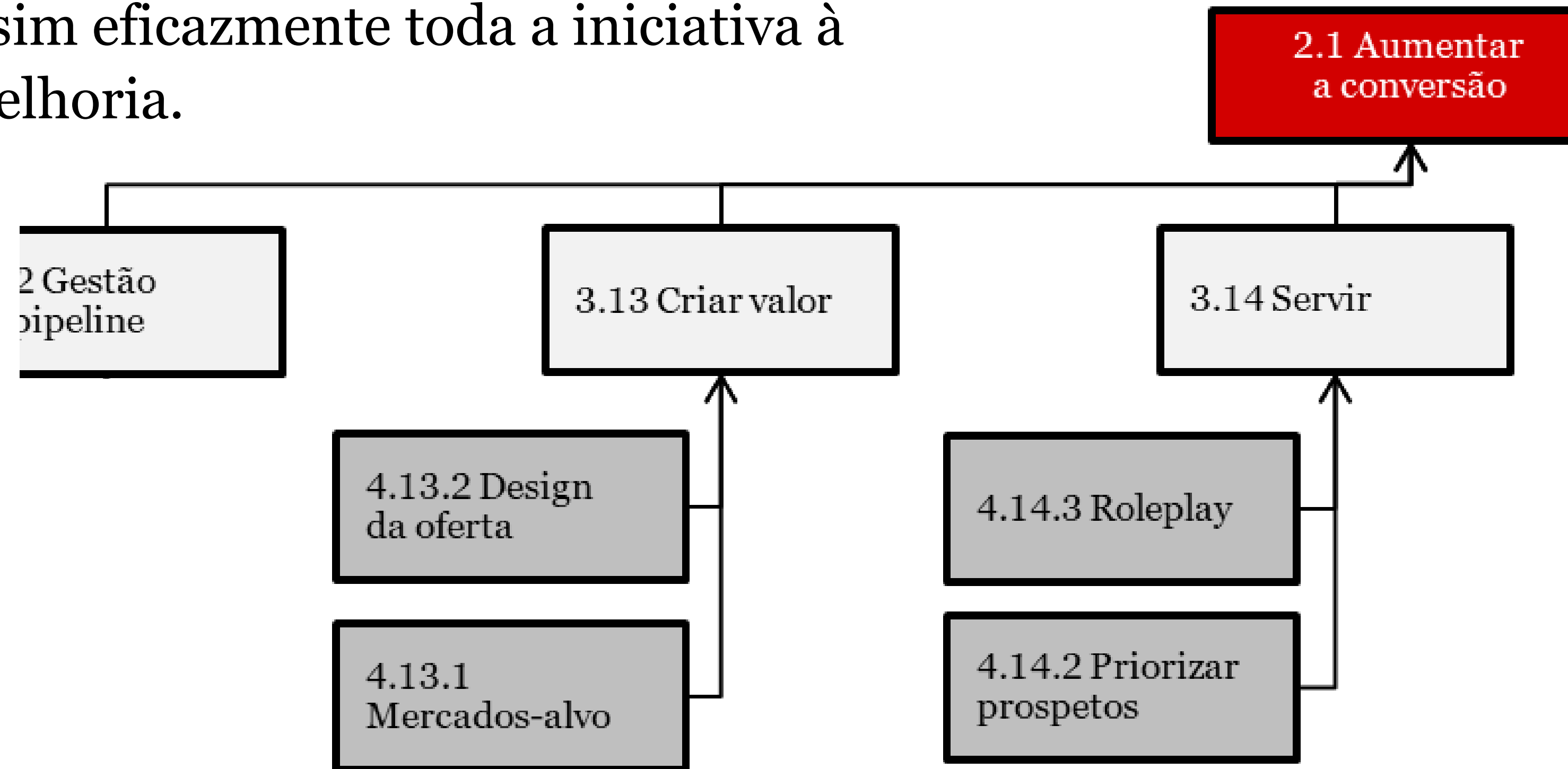
MACRO ATIVIDADES	MÊS 1	MÊS 2	MÊS 3	MÊS 4
1. Definição dos termos e condições com o Cliente.				
2. Definição dos meios de suporte à iniciativa.				
3. Realização dos <b>P</b> ilotos de <b>A</b> celeração <b>R</b> ápida (PAR).				
4. Reuniões de coaching, follow-up e pontos de situação da iniciativa.				

- Cada fase tem em média 3 PAR. Cada PAR tem uma duração aprox. de 4 dias.
- Cada PAR tem sempre uma componente de formação e uma implementação blitz do que foi acordado.
  - O líder (champion) da iniciativa é um Top Manager, que participa ativamente nos PAR.
- Os PAR estão profissionalmente documentados, para que o risco de insucesso seja mínimo.
  - A sequência de implementação da solução via PAR é um modelo testado e comprovado.

## 5. O PULO DO GATO

A implementação da solução segue uma estrutura e uma sequência específica de passos lógicos que permite ver as ‘pegadas’ das ações presentes e futuras. Explicita-se em cada caixa, o porquê de se querer tomar cada ação e numa sequência específica comunicando-se assim eficazmente toda a iniciativa à empresa, minimizando a resistência à melhoria.

A árvore de estratégia e tática (STT) SalesUp! é ainda desdobrada em checklists standard que ajudam a responder se uma determinada ação (caixa) está ou não terminada.



Excerto de uma parte da STT.



## 6. RESULTADOS

- Forte alinhamento das pessoas no sentido *top-down* e *bottom-up*.
- Redução da duração de cada venda.
- Maior taxa de conversão.
- Processo de vendas que permite uma melhoria contínua sobre si mesmo.
- Boa assimilação de uma nova forma de pensar e de olhar para o negócio.
- Primeiros resultados ao fim de 1 mês.

## 7. PRESSUPOSTOS

- Nível elevado de maturidade dos participantes (reconhecimento de que a harmonia e alinhamento estão aquém das expectativas).
- TOP Manager é o primeiro a querer gastar o seu capital político para fazer as coisas avançar.
- As pessoas estão verdadeiramente interessadas em melhorar e participam nos PAR a tempo inteiro e, por vezes, por mais do que uma vez.

**A qualidade de uma solução é diretamente proporcional à qualidade dos seus pressupostos.**

