

www.ingrammicro.com.br/portal/im-consulting-servicos-consultoria

A VIRADA DO JOGO SEMPRE COMEÇA QUANDO FAZEMOS AS PERGUNTAS CERTAS E SOMOS CAPAZES DE DEFINIR O FOCO.

MATRIZ DE PRIORIZAÇÃO

UMA VISÃO ESTRATÉGICA PARA TOMADA DE DECISÕES



A chave não é priorizar o que está na tua agenda, mas agendar as tuas prioridades. Stephen Covey





ÍNDICE

- 1) OBJETIVO
- 2) COMO USAR A MATRIZ
- 3) PERFIL
- 4) NOSSA CONTRIBUIÇÃO





OBJETIVO

O OBJETIVO DA CONSTRUÇÃO DESSE MATERIAL PELA **IM**Consulting, BRAÇO DE CONSULTORIA EM INOVAÇÃO E NOVOS MODELOS DE NEGÓCIO DA INGRAM MICRO, É SIMPLES:

AJUDAR OS PARCEIROS DE NEGÓCIO E CLIENTES A PRIORIZAR SUAS AÇÕES ESTRATÉGICAS, POR MEIO DE UMA MATRIZ QUE DEFINE AÇÕES LIGADAS AO PERFIL QUE A EMPRESA SE ENCONTRA NAQUELE MOMENTO.





1 1

COMO USAR A MATRIZ

- 1 IDENTIFICAR O CENÁRIO QUE A EMPRESA SE ENCONTRA NO MOMENTO.
- MAPEAR DENTRO DA MATRIZ A RELAÇÃO DE PERFIL E AÇÕES SUGERIDAS.
- 3 CONVERSAR COM O TIME.
- 4 CRIAR UM PLANO DE AÇÃO.



PERFIL



CRÍTICO

A EMPRESA TEM DIFICULDADES SIGNIFICATIVAS DE **CAPITAL DE GIRO** E JÁ ESTÁ EM MODO DE SOBREVIVÊNCIA , SEUS MERCADOS SE MOSTRAM SATURADOS OU VEEM SEUS PRODUTOS E SERVIÇOS COMO COMMODITY.



INSPIRA CUIDADO

A EMPRESA TEM **CAIXA SUFICIENTE** PARA SOBREVIVER NO CURTO PRAZO MAS SEUS MERCADOS ESTÃO SATURADOS E A CONCORRÊNCIA AUMENTA COM O TEMPO.

ALÉM DE AÇÕES DE PRESERVAÇÃO DE CAIXA, VAI PRECISAR DE UMA ESTRATÉGIA MAIS AGRESSIVA FOCADA EM OPORTUNIDADES DE **MUDANÇA**.



OPORTUNIDADE

A EMPRESA TEM CAIXA, ESTÁ SAUDÁVEL FINANCEIRAMENTE E SEUS MERCADOS AINDA ESTÃO EM EXPANSÃO:

A EMPRESA PRECISA TER UMA ESTRATÉGIA DE PRESERVAR SUAS RESERVAS E DIRECIONAR SUA ESTRATÉGIA DE VENDAS NA DIREÇÃO DAS NOVAS OPORTUNIDADES DE MERCADO.





ASPECTOS FINANCEIROS



ASPECTOS FINANCEIROS





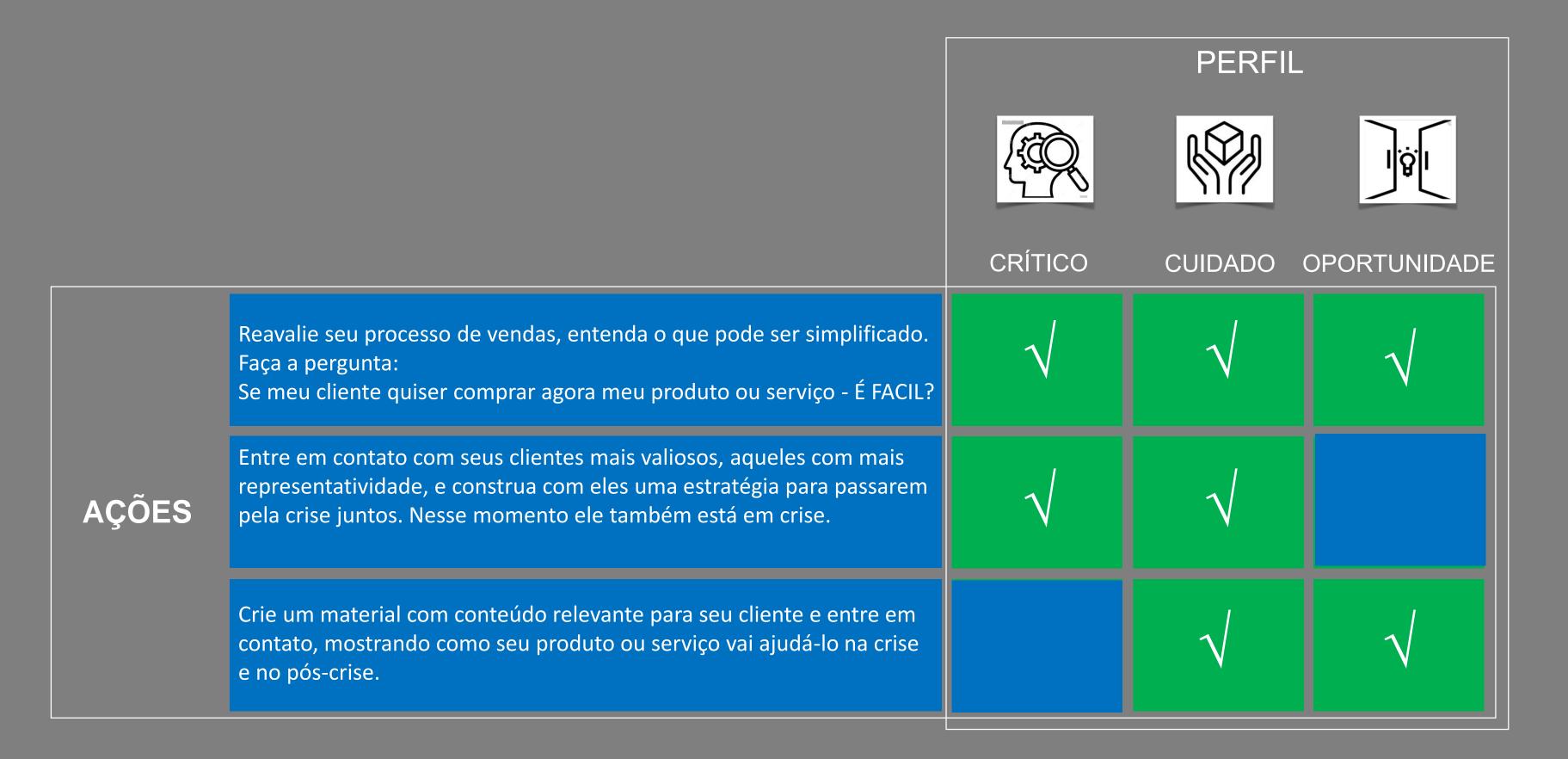


ASPECTOS FINANCEIROS

E DE GESTÃO		PERFIL			
				J.Ö.	
		CRÍTICO	CUIDADO	OPORTUNIDADE	
AÇÕES	Garanta a venda dos seus produtos principais - loja fechada? Use o telefone, faça entregas por delivery o importante e buscar receita.	√	V		
	Procure mudar qualquer tipo de cancelamento de vendas para postergação da mesma. Negocie para não perder a venda já efetuada.	√			
	Monte um conselho de gerenciamento de crise - pode ser composto de seus executivos principais, consultores, amigos, outros empresários. A decisão final é do líder, mas ouça outros antes de implementar mudanças radicais. Privilegie pessoas com experiência.	√	V	√	
	Seja transparente - ganhe a confiança e o envolvimento do seu time - suas soluções podem estar dentro de casa.		1		



VISÃO DE VENDAS





VISÃO DE VENDAS







VISÃO DE PROSPECÇÃO

		PERFIL		
				J. Š.
		CRÍTICO	CUIDADO	OPORTUNIDADE
AÇÕES	Reavaliar o seu mercado: Desenhe o perfil do seu mercado atual, entendendo qual o seu <u>ICP- Ideal</u> Customer Profile. Para quem você vende hoje? Examine o grau de comprometimento financeiro que os seus atuais clientes estro tendo e veja se é conveniente permanecer neste nicho ou identificar novos nichos de mercados.	√	1	
	Dimensione a quantidade de empresas e o tamanho do seu mercado potencial.	√	√	1
	Carteira de Clientes: examine a sua carteira de clientes para iniciar um relacionamento com eles. Veja se a sua base de clientes está atualizada. Se não estiver, atualize-a e enriqueça-a o quanto antes com informações de e-mail para se relacionar com eles.	1	1	1

VISÃO DE PROSPECÇÃO

		PERFIL		
				J & I
		CRÍTICO	CUIDADO (OPORTUNIDADE
AÇÕES	Banco de Dados : adquira o quanto antes uma base de dados contendo novos e possíveis clientes dentro do perfil desejado. Esta base deverá conter nome, cargo e email da sua pessoa alvo. Se esta base não estiver disponível, construa-a. Você precisa se relacionar. As pessoas que estão em Home Office abrem e leem muito mais e-mails.	V	1	
	Ex-clientes e empresas trabalhadas no passado recente: ative contatos com este perfil e integre-os às bases de prospecção.	V	V	√
	Relacionamento: inicie relacionamentos por e-mail e telefone. Passe muito conteúdo relevante para seu público alvo e crie autoridade. O seu prospect lembrará de você quando a crise diminuir.	V	V	√
	Prospecte por e-mail e telefone: se possuir o email, inicie um relacionamento. Peça o celular se ainda não o tiver na sua base. Agende reuniões remotas.	1	1	



MARKETING DIGITAL

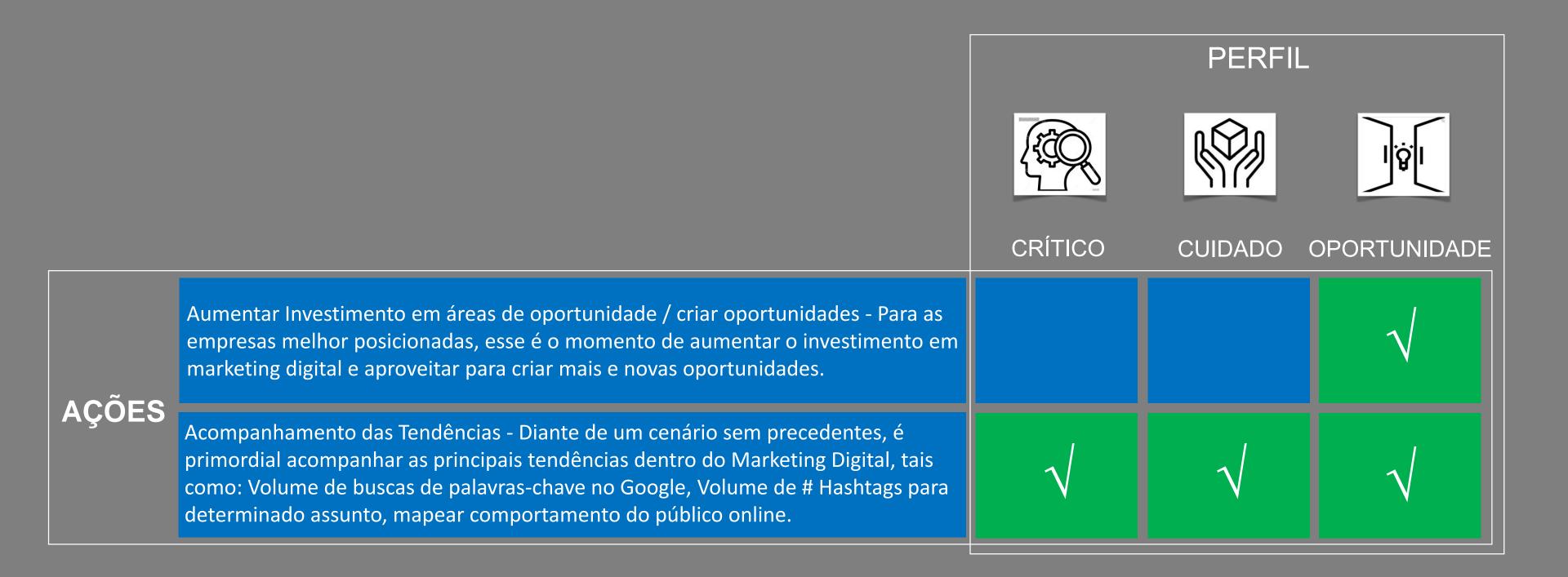
MICRO SOLUTION OF THE PROPERTY OF THE PROPERTY

VISÃO DE MARKETING DIGITAL

			PERFII	_
				J Ö
		CRÍTICO	CUIDADO	OPORTUNIDADE
AÇÕES	Redução ou aumento de Investimento em Marketing Digital - Nunca parar. Em frente a um desafio, todos os cenários precisam ser reavaliados. Dependendo da análise, pode-se aplicar reduções em áreas afetadas, e aumento de investimentos em oportunidades.	√	√	√
	Reavaliação da Estratégia de Comunicação- Momento requer uma adaptação e, ajustar a comunicação e estratégia nesse momento é crucial, visando uma comunicação especial para as semanas afetadas.	√	√	√
	Buscar alternativas através de ferramentas e estratégias de vendas online - Vender Online sempre foi uma necessidade para maioria das empresas, agora mais do que nunca, as empresas que ainda não se adequaram precisam buscar alternativas para sobreviver. Necessário buscar ideias e soluções para atuação online.		1	

VISÃO DE MARKETING DIGITAL







NOSSA CONTRIBUIÇÃO

A IMConsulting, CRIOU ESTE MATERIAL JUNTO COM UM TIME DE PROFISSIONAIS EXPERIENTES E MULTIDISCIPLINARES NAS TEMÁTICAS DE GESTÃO, FINANÇAS, VENDAS, PROSPEÇÃO DE LEADS E MARKETING DIGITAL, PARA QUE O PARCEIRO E CLIENTE POSSAM AGIR:



MAPEANDO
OPORTUNIDADES
EM TODOS
MOMENTOS



CRIANDO PLANOS DE CONTENÇÃO DE DESPESAS E GERAÇÃO DE RECEITAS



CONSTRUINDO ESTRATÉGIAS DE VENDAS, PROSPECÇÃO FOCADAS EM RESULTADO



CRIANDO UMA NOVA
PERSPECTIVA DE
MERCADO, FOCADA
EM UM NOVO MODELO
DE NEGÓCIO



www.ingrammicro.com.br/portal/im-consulting-servicos-consultoria

O OBJETIVO DESSE MATERIAL É AUXILIAR PARCEIROS E CLIENTES NA PRIORIZAÇÃO DAS SUAS AÇÕES GERANDO RESULTADOS.

Elaborado por Shedia Nassif e time de consultores IMConsulting.

