



**ESTRATÉGIA | MARKETING | COMUNICAÇÃO | GESTÃO COMERCIAL | INTERNACIONALIZAÇÃO**

**SOLUÇÃO INTEGRADA PARA O DESENVOLVIMENTO DA SUA EMPRESA**

[www.janunescarneiro.pt](http://www.janunescarneiro.pt)



**J. A. NUNES CARNEIRO & ASSOCIADOS**

Consultoria | Formação



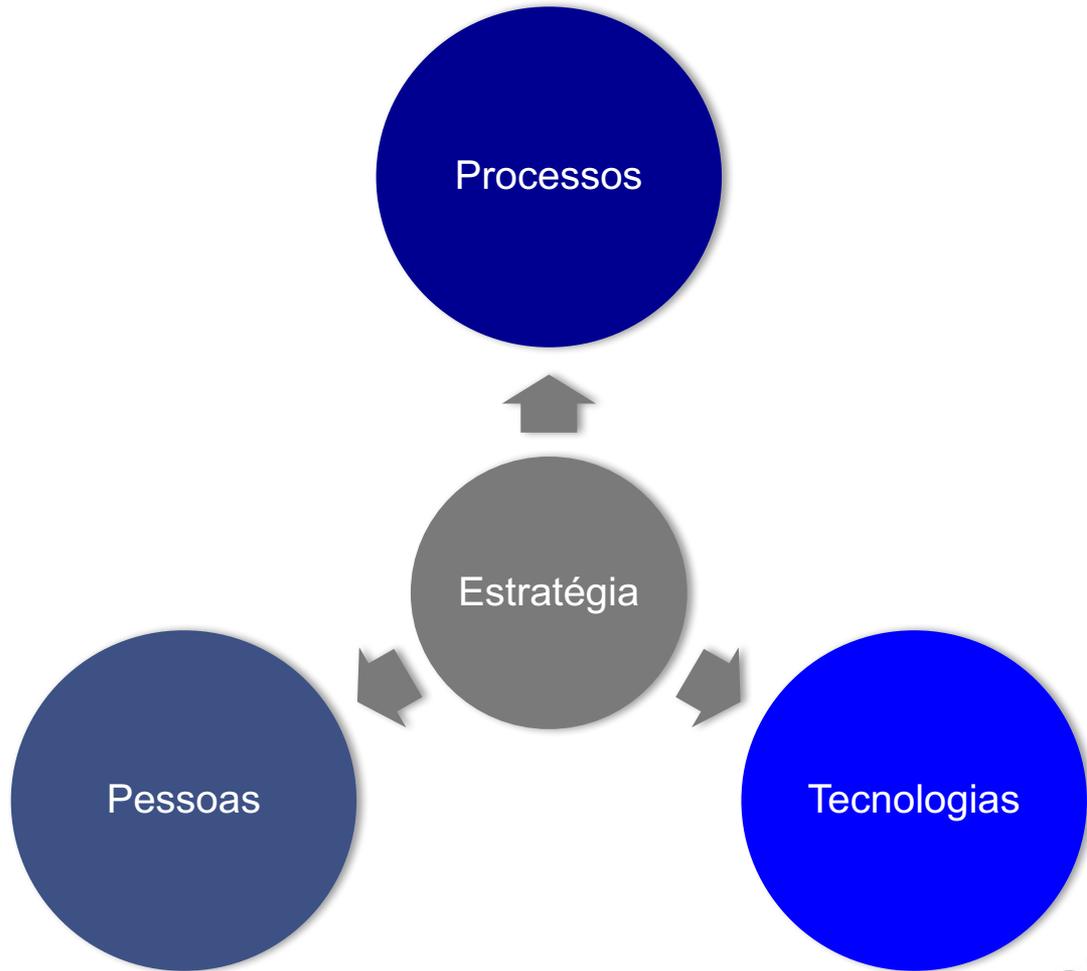
# OBJECTIVOS

- ✓ Aumentar a competitividade global do seu negócio
- ✓ Melhorar as práticas de gestão e direcção comercial
- ✓ Melhorar o desempenho da equipa de vendas
- ✓ Melhorar os processos comerciais e otimizar custos
- ✓ Melhorar a eficácia das acções de internacionalização
- ✓ Melhorar o serviço a clientes e o atendimento
- ✓ Melhorar a imagem da empresa, produtos e serviços
- ✓ Optimizar a presença na Internet e nas redes sociais



# METODOLOGIA

- >Análise
- >Desenho
- >Acção
- >Resultados



# ESTRATÉGIA E MARKETING

- >Análise
- >Desenho
- >Acção
- >Resultados

## > Estratégia e Marketing

Desenho estratégico do modelo de negócio e da proposta de valor | Reflexão e Planeamento Estratégico (Marketing, Comercial, Comunicação) | Posicionamento e Mercados-Alvo

## > Vendas

Caracterização das vendas cliente-mercado/produto-serviço | Estatísticas de vendas de produto/serviço  
Estatísticas de vendas por cliente/mercado

## > Gama de Produtos/Serviços

Identificação das gamas de produtos e serviços existentes (e sua gestão integrada) | Potencialidades de venda cruzada e/ou canibalização | Oportunidades de mercado e lançamento de novos produtos/Serviços

## > Marca(s) Comercializada(s)

Estratégias de marca da empresa | Análise do desempenho da(s) marca(s) na acção comercial

## > Rácios de Vendas

Sistematização dos rácios de venda mais importantes | Análise dos resultados: histórico, objectivos, tendências  
Comparação da empresa com o sector e/ou concorrência

## > Análise de Cobertura de Mercado

Qualificação do potencial de mercado | Caracterização da penetração ou quota de mercado.



# INTERNACIONALIZAÇÃO

- >Análise
- >Desenho
- >Acção
- >Resultados

## > Mercados e desenvolvimento de negócios

Gestão global de acções de internacionalização | Desenho de operações, negociação de contratos, activação de negócios e empresas | Estruturação de modelos de negócio em novos mercados | Parcerias e Relações Institucionais | Caracterização de mercados | Estatísticas de comércio internacional em mercados alvo | Potencial de vendas no mercado | Identificação de empresas/produtos/serviços/soluções existentes | Caracterização sectorial e de canais de comercialização | Avaliação de oportunidades mercado | Identificação de produtos/serviços/soluções a comercializar | Oportunidades mercado e de lançamento de novos produtos | Planeamento da acção e dinamização dos mercados

## > Apoio comercial directo

Missões exploratórias a mercados prioritários | Acompanhamento em deslocações de prospecção ou negociação | Identificação de procedimentos (legais, aduaneiros, bancários, jurídicos, etc.) nos mercados alvo e sua gestão | Serviços de trading

## > Apoio na comunicação internacional

Preparação de instrumentos de comunicação específicos para clientes internacionais | Preparação e adaptação de argumentários de vendas | Apoio na preparação e dinamização de presença em feiras e certames

## > Interculturalidade

Apoio na identificação de perfis de consumo específicos de povos e culturas diferenciados | Realização estudos sobre perfil cultural e de negociação de clientes internacionais | Acompanhamento em deslocações de prospecção ou negociação.



# PROCESSOS COMERCIAIS

- >Análise
- >Desenho
- >Acção
- >Resultados

## > Mapeamento de Processos Comerciais: Internos-Externos

Mapeamento de processos da área comercial | Interacção dos processos comerciais com os das outras áreas (incluindo a Internet) | Interacção dos processos comerciais da empresa com outras organizações (fornecedores, parceiros, clientes)

## > Identificação e Caracterização de Pontos Críticos

Pontos críticos nos processos comerciais (internos e externos)

## > Logística Comercial

Importância relativa da logística na relação com a satisfação do cliente

## > Sistemas de Pós-Venda

Actividades pós-venda nos processos comerciais | Importância relativa das actividades nos processos comerciais | Organização interna: serviços próprios e subcontratação

## > Sistema de Informação Comercial

Caracterização da informação recolhida, disponível e utilizada.



# EQUIPA COMERCIAL

- >Análise
- >Desenho
- >Acção
- >Resultados

## > Perfil dos Vendedores

Identificação do perfil de competências da função | Identificação do perfil individual nas dimensões: competitividade, auto-confiança, persistência, energia, orientação para as vendas | Sete dimensões críticas do comportamento comercial: prospecção, fecho da venda, resistência à rejeição, iniciativa própria, trabalho de equipa, construção/manutenção de relações e preferência pela compensação dos resultados obtidos

## > Perfil da Equipa Comercial

Análise integrada da Equipa | Equilíbrio da equipa e seu funcionamento | Interação da equipa comercial com as outras áreas da empresa

## > Potencial de Desenvolvimento

Perfil de competências existente e pretendido nos próximos 3 a 5 anos | Sistema de Remunerações

## > Sistema de Planeamento e Controlo

Procedimentos de planeamento, monitorização e controlo do trabalho da equipa comercial | Análise da eficácia de cobertura do mercado (região, tipo de clientes, etc.)

## > Produtividade

Identificação dos rácios de produtividade | Análise dos rácios de produtividade individual e da equipa



# IMAGEM DA EMPRESA

- >Análise
- >Desenho
- >Acção
- >Resultados

## > Estratégia de Comunicação da Empresa

Elementos fundamentais da estratégia de comunicação da empresa e seu alinhamento com a estratégia global da empresa | Tipologias da acção comunicacional da empresa | Instrumentos de comunicação e sua eficácia

## > Posicionamento Estratégico

Categorias de ligação e atributos | Posicionamento pretendido Posicionamento percebido

## > Públicos-Alvo

Identificação dos públicos-alvo | Mensagem | Resultados da comunicação da empresa junto dos diversos públicos-alvo

## > Marcas da Empresa

Notoriedade e imagem | Importância relativa na imagem e nos resultados da empresa

## > Presença na Web

Caracterização geral da presença da empresa na Internet (website, redes sociais, *e-newsletters*) | Contributo da Internet para a imagem e as vendas da empresa

## > Desenho e estruturação de Conteúdos para a empresa

Principais eixos de comunicação da mensagem da empresa | Principais instrumentos de comunicação escrita: *newsletters*, livros, catálogos, revistas, estacionária, pontos de venda, argumentário(s) de venda | Comunicação com Jornalistas.



# SERVIÇO A CLIENTES

>Análise  
>Desenho  
>Acção  
>Resultados

## > Serviço(s) a Clientes

Identificação e caracterização dos serviços prestados | Caracterização da importância dos serviços na eficácia comercial | Identificação de áreas susceptíveis de introdução de novos serviços

## > Procedimentos de Gestão dos Clientes

Caracterização dos procedimentos estabelecidos | Desenho da produção dos serviços (Análise com Modelo Servqual) | Competências críticas | Estratégias de gestão e fidelização de clientes | Análise da relação das acções de fidelização com a eficácia comercial | Avaliação do nível de satisfação de clientes | Apoio na implementação de mecanismos de marketing relacional | Gestão e dinamização activa de cartões de clientes e tecnologias associadas

## > Sistema de Informação de Marketing

Sistema de informação de apoio às vendas | Tecnologias e metodologias utilizadas na gestão eficaz de clientes | Interacção automatizada da empresa com os seus clientes

## > Carteira de Clientes

Tipologias de Clientes | Análise dos benefícios e necessidades a satisfazer | Análise do perfil de Clientes e dos seus comportamentos

## > Processo de Decisão e Compra dos Clientes

Pesquisa qualitativa e quantitativa | Processos de decisão de compra



# PONTOS DE VENDA

## > **Localização e Lay-out dos espaços**

Zona de implantação do(s) ponto(s) de venda e seu potencial | Análise do equilíbrio da oferta e da eficácia da cobertura de mercado | Desenho da organização espacial | Análise e caracterização dos «pontos quentes» e dos «pontos frios» | Circuitos de visita e compra | Espaço comercial e dinâmica comercial do serviço e das vendas

## > **Comunicação**

Elementos de decoração do espaço | Sinalética (interna e externa) utilizada: visibilidade, coerência com a imagem global, a estratégia e o processo de decisão de compra do cliente | Análise da eficácia de montras e dos elementos físicos de interação com o cliente

## > **“Momentos de Verdade” com o cliente**

Identificação ou formatação dos «momentos de verdade» na relação com o cliente (pré-venda, venda e pós-venda) | Resposta/acção nestes momentos: planeada- realizada-percebida | Organização e da alocação dos recursos na dinâmica do ponto de venda

## > **Simulação de atendimento («cliente-mistério»)**

Identificação das principais tipologias de atendimento: necessidades, benefícios esperados, tempos de espera, etc. | Teste da eficácia da resposta do ponto de venda às expectativas dos clientes: organização, processos, atendimento, disponibilidade de produto | Qualificação das deficiências e suas causas | Desenho de planos de melhoria

## > **Eficácia comercial**

Rácios: visita-compra-reclamações, volumes-tipos de compra, grau de satisfação dos clientes

>Análise  
>Desenho  
>Acção  
>Resultados



# RECURSOS HUMANOS

- >Análise
- >Desenho
- >Acção
- >Resultados

## > Planeamento estratégico de Recursos Humanos

Reorganização funcional (análise e descrição de funções) | Análise de processos organizativos Desenvolvimento Organizacional e gestão da mudança, reestruturações | Planos de sucessão Familiares

## > Gestão Integrada de Recursos Humanos

Seleccção, Recrutamento, Motivação | Gestão de Equipas e Liderança | Sistemas de Remunerações | Comunicação Interna e Marketing Interno | Avaliação e Gestão de Stress Organizacional | Avaliação de Desempenho | Gestão de carreiras e gestão de expatriados | Coaching, team building e gestão de equipas

## > Autoavaliação do desempenho organizacional

Autoavaliação dos Meios: Liderança, Pessoas, Planeamento e Estratégia, Parcerias e Recursos, Processos) | Autoavaliação dos Resultados: Resultados relativos às pessoas, Resultados orientados para os clientes, Impacto na sociedade, Resultados do desempenho-chave

## > Instrumentos

Manuais de Acolhimento Organizacional | Planos de Formação



# CONTACTOS

**J. A. Nunes Carneiro**

*Email:*

[mail@janunescarneiro.pt](mailto:mail@janunescarneiro.pt)

*Web:*

[www.janunescarneiro.pt](http://www.janunescarneiro.pt)



**J. A. NUNES CARNEIRO & ASSOCIADOS**

Consultoria | Formação