

PRIORIZAR O CRESCIMENTO

1. Porque as pessoas nos estão a comprar?
2. A nossa mensagem está a destacar-nos da concorrência?
3. Será que preciso de fazer algumas alterações na forma como fazemos negócio, no sentido de assegurar que somos relevantes para os clientes?
4. Que percentagem do nosso negócio é venda repetida?
5. O que podemos fazer para que voltem mais vezes?
6. Que alterações faria na nossa empresa se 100% das nossas vendas viessem de venda repetida e referenciação?
7. O que mais podemos fazer para impressionar os nossos clientes?
8. O que teria de acontecer para que os nossos clientes dissessem “teria de ser louco para comprar isto a outra empresa”?
9. Onde podemos estar a ser inconsistentes entre a nossa entrega e a nossa promessa, por desalinhamento das nossas operações?
10. Será que todos os nossos colaboradores entendem profundamente a nossa proposta de valor?
11. Será que precisamos de rever ou construir marcadores, no sentido de assegurar a consistência na entrega da nossa promessa?
12. Qual o nosso processo para atrair e abrir novos clientes?
13. Qual o nosso processo de treino em vendas?
14. Que conteúdos precisaríamos de ensinar?

15. Que material formativo poderíamos recomendar aos nossos colaboradores?
16. Como difundir as melhores práticas dentro da nossa equipa?
17. Qual a nossa taxa de conversão atual e como poderíamos melhorá-la?
18. Será que poderíamos acoplar algum produto de margem elevada ao que estamos a vender, no sentido de disparar as nossas vendas e margens finais?
19. O que posso fazer para aumentar a perceção de valor por parte do cliente?
20. Será que poderia aumentar de 2% a 5% os preços sem perder clientes?
21. Estaremos a fazer um bom trabalho de educar os nossos clientes no que respeita ao trabalho que fazemos?
22. De que forma poderia ser desenhado um programa de fidelização para os nossos clientes?
23. Há alguma potencial aliança estratégica que eu possa usar para chegar a mais clientes no meu nicho de mercado?
24. O que é que nós fazemos pelos clientes que mais ninguém faz?
25. O que deveríamos e/ou poderíamos estar a fazer e não estamos?
26. Qual é a nossa reputação? O que dizem os nossos clientes quando falam de nós?
27. Porque não estão os nossos clientes ideais a comprar-nos, agora?
28. Quais as mensagens que deveria estar a passar-lhes?
29. Quais os melhores veículos para passar esta mensagem?