

Onde sua empresa está *perdendo vendas?*

16 perguntas para investigar onde sua jornada comercial pode estar perdendo força antes de concluir que o problema está nas vendas.



O problema pode aparecer na venda.

A causa pode ter começado muito antes.

Antes de tentar vender mais, ... *descubra o que torna a venda difícil.*

Quando o resultado comercial cai, é natural olhar primeiro para vendas.

“Precisamos prospectar mais.”

“O vendedor precisa converter melhor.”

“Vamos mudar o script.”

“Precisamos melhorar o follow-up.”

Essas hipóteses podem estar corretas. Mas não são as únicas.

O resultado comercial recebe o efeito de decisões tomadas em diferentes partes da empresa.

O sintoma aparece na venda. ...

A causa pode estar em outra área.

OFERTA

01

O cliente entende o que compra e percebe uma razão para querer?

MARKETING

02

A empresa atrai as pessoas certas e constrói percepção antes da venda?

COMERCIAL

03

O processo transforma interesse em decisão?

EXPERIÊNCIA

04

A entrega confirma a promessa e favorece novas vendas?

Este diagnóstico não procura culpados.

Ele ajuda a identificar onde vale investigar.

Como responder *este diagnóstico*

...

Para cada pergunta, escolha a opção que melhor descreve a realidade da sua empresa hoje.



SIM

2 PONTOS

Acontece de forma clara e consistente.



PARCIALMENTE

1 PONTO

Acontece, mas depende da situação, pessoa, canal ou cliente.



NÃO

0 PONTO

Não acontece ou a empresa não demonstra com clareza.

IMPORTANTE

Responda com base no que acontece hoje, não no que deveria acontecer.

01. OFERTA

...

O cliente tem razões suficientes para comprar?

Avalie se a oferta está clara, relevante, diferenciada e cria valor antes da conversa comercial.

01

CLAREZA

Um potencial cliente entende rapidamente o que sua empresa oferece, para quem é e qual problema resolve?



SIM
2 PONTOS



PARCIALMENTE
1 PONTO



NÃO
0 PONTO

02

RELEVÂNCIA

A oferta resolve um problema que o cliente reconhece como importante o suficiente para agir?



SIM
2 PONTOS



PARCIALMENTE
1 PONTO



NÃO
0 PONTO

01. OFERTA

...

continue avaliando esta área

03

DIFERENCIAÇÃO

O cliente percebe razões concretas para escolher sua empresa em vez de uma alternativa semelhante?

Não considere respostas genéricas como “qualidade”, “excelência” ou “bom atendimento”.



SIM
2 PONTOS



PARCIALMENTE
1 PONTO



NÃO
0 PONTO

04

VALOR

Antes de discutir preço, o cliente compreende o benefício e o valor que receberá em troca?



SIM
2 PONTOS



PARCIALMENTE
1 PONTO



NÃO
0 PONTO

PONTUAÇÃO DE OFERTA

___ / 8

Antes de discutir preço, o cliente compreende o benefício e o valor que receberá em troca?

02. MARKETING

...

O marketing facilita ou dificulta a venda?

Avalie se o marketing atrai as pessoas certas, constrói valor e prepara o terreno para a venda.

05

ATRAÇÃO

O marketing atrai pessoas com perfil e necessidade compatíveis com aquilo que a empresa vende?



SIM
2 PONTOS



PARCIALMENTE
1 PONTO



NÃO
0 PONTO

06

PERCEPÇÃO

Antes de falar com o comercial, o potencial cliente encontra sinais de confiança e valor?



SIM
2 PONTOS



PARCIALMENTE
1 PONTO



NÃO
0 PONTO

02. MARKETING

...

continue avaliando esta área

07

MENSAGEM

A comunicação deixa claro o que a empresa faz e por que isso importa para o cliente?



SIM
2 PONTOS



PARCIALMENTE
1 PONTO



NÃO
0 PONTO

08

COERÊNCIA

Existe coerência entre a expectativa criada pelo marketing e aquilo que o comercial oferece?



SIM
2 PONTOS



PARCIALMENTE
1 PONTO



NÃO
0 PONTO

PONTUAÇÃO DE MARKETING

Existe coerência entre a expectativa criada pelo marketing e aquilo que o comercial oferece?

___ / 8

03. COMERCIAL

...

O processo ajuda o cliente a decidir?

Avalie se o processo conduz com clareza, conecta valor ao problema e transforma interesse em decisão.

09

DIAGNÓSTICO

Antes de apresentar uma solução, o comercial compreende contexto, necessidade, prioridade e critérios de decisão?



SIM
2 PONTOS



PARCIALMENTE
1 PONTO



NÃO
0 PONTO

10

ARGUMENTAÇÃO

O comercial conecta a oferta ao problema específico, em vez de apenas apresentar características?



SIM
2 PONTOS



PARCIALMENTE
1 PONTO



NÃO
0 PONTO

03. COMERCIAL

...

continue avaliando esta área

11

PROPOSTA

A proposta facilita a decisão e deixa claros problema, solução, valor, escopo e próximos passos?



SIM
2 PONTOS



PARCIALMENTE
1 PONTO



NÃO
0 PONTO

12

CONDUÇÃO

Existe um processo para acompanhar oportunidades, tratar objeções e conduzir a decisão sem depender de desconto?



SIM
2 PONTOS



PARCIALMENTE
1 PONTO



NÃO
0 PONTO

PONTUAÇÃO DE COMERCIAL

___ / 8

Existe um processo para acompanhar oportunidades, tratar objeções e conduzir a decisão sem depender de desconto?

04. EXPERIÊNCIA

...

A empresa continua vendendo depois da venda?

Avalie se a experiência confirma a promessa, gera satisfação e cria novas oportunidades.

13

PROMESSA E ENTREGA

A experiência entregue confirma aquilo que marketing e comercial prometeram?

SIM

2 PONTOS

PARCIALMENTE

1 PONTO

NÃO

0 PONTO

14

PROCESSO

O cliente encontra uma experiência organizada e coerente, sem depender de improvisos?

SIM

2 PONTOS

PARCIALMENTE

1 PONTO

NÃO

0 PONTO

04. EXPERIÊNCIA

...

continue avaliando esta área

15

SATISFAÇÃO E RETENÇÃO

A empresa acompanha a percepção do cliente e identifica problemas antes da perda ou insatisfação?



SIM
2 PONTOS



PARCIALMENTE
1 PONTO



NÃO
0 PONTO

16

PÓS-VENDA

Existe um processo para transformar clientes satisfeitos em recompra, renovação ou indicação?



SIM
2 PONTOS



PARCIALMENTE
1 PONTO



NÃO
0 PONTO

PONTUAÇÃO DE EXPERIÊNCIA

___ / 8

Existe um processo para transformar clientes satisfeitos em recompra, renovação ou indicação?

Seu resultado

...

onde está o maior sinal de perda?

Some os pontos de cada área separadamente.

01

OFERTA
O cliente tem razões suficientes para comprar?

___ / 8

02

MARKETING
O marketing facilita a venda?

___ / 8

03

COMERCIAL
O processo ajuda o cliente a decidir?

___ / 8

04

EXPERIÊNCIA
A empresa continua vendendo depois da venda?

___ / 8

A menor pontuação indica o sinal mais forte de atenção. Ela não prova que a causa foi encontrada.

Como interpretar

cada pontuação

...

0 A 3

SINAL FORTE DE ATENÇÃO

Há elementos importantes que não estão claros ou consistentes. Investigue primeiro.

4 A 6

SINAL DE INCONSISTÊNCIA

A estrutura existe, mas pode funcionar em algumas situações e perder força em outras.

7 A 8

ÁREA MAIS CONSISTENTE

Existem sinais de que essa área sustenta a venda. Preserve o que funciona e busque melhorias específicas.

Você não precisa corrigir tudo..

Precisa saber o que investigar primeiro.

Um diagnóstico se torna útil quando ajuda a decidir onde concentrar atenção, tempo e recursos.

01

IDENTIFIQUE O SINAL

Compare seus resultados e identifique a área com a menor pontuação.

ÁREA COM SINAL MAIS FORTE DE ATENÇÃO

RESPOSTA QUE MAIS CONTRIBUIU PARA ESSE RESULTADO

02

ENTENDA O IMPACTO

Se esse ponto continuar como está, onde pode afetar mais o negócio?

- ☐ Atrair as pessoas certas
- ☐ Fazer o cliente perceber valor
- ☐ Transformar interesse em decisão
- ☐ Defender preço e margem
- ☐ Entregar o prometido
- ☐ Reter e desenvolver clientes

Diferencie o sinal

da possível causa

...

Não transforme uma pontuação em conclusão. Transforme-a em uma investigação melhor.

O QUE VOCÊ CONSEGUE OBSERVAR NO NEGÓCIO?

O QUE PODE ESTAR CAUSANDO ESSE RESULTADO?

O QUE PRECISA DESCOBRIR PARA CONFIRMAR OU DESCARTAR ESSA HIPÓTESE?

MINHA PRIORIDADE ESTRATÉGICA

ÁREA A INVESTIGAR PRIMEIRO

PRINCIPAL HIPÓTESE

EVIDÊNCIA QUE PRECISO BUSCAR

Transforme a prioridade ...

em um primeiro passo

Uma boa prioridade indica o que investigar, qual evidência procurar e quem conduzirá o próximo passo.

MEU PRIMEIRO PASSO SERÁ

RESPONSÁVEL

PRAZO

QUANDO REVISAREMOS A DECISÃO?

A menor pontuação é um sinal de investigação, não uma ordem automática de prioridade.

Considere também impacto, urgência e evidências disponíveis.

O diagnóstico termina aqui. ...

A investigação começa agora.

Você não precisa sair com todas as respostas. Precisa saber qual pergunta merece ser respondida primeiro.

O QUE MUDOU NA MINHA LEITURA?

ANTES, ONDE EU ACREDITAVA QUE ESTAVA O PROBLEMA?

AGORA, O QUE PASSOU A CHAMAR MINHA ATENÇÃO?

QUAL DESCOBERTA CONTRARIOU O QUE EU IMAGINAVA?

A PERGUNTA QUE PRECISO RESPONDER

Se eu pudesse responder apenas uma pergunta antes da próxima decisão comercial, qual seria?

Uma boa estratégia começa quando entendemos antes de decidir.

O que preciso validar ... *no negócio?*

Antes de agir, escolha onde buscar evidências.

- ☐ Conversas com clientes
- ☐ Clientes que não compraram
- ☐ Propostas perdidas
- ☐ Dados comerciais
- ☐ Taxa de conversão
- ☐ Ticket e margem
- ☐ Retenção e recompra
- ☐ Jornada do cliente
- ☐ Equipe comercial
- ☐ Outro

A EVIDÊNCIA QUE MAIS PRECISO ENCONTRAR

O QUE FARIA MINHA HIPÓTESE ESTAR ERRADA?

Daqui a 90 dias ...

o que deverá estar diferente?

Defina o resultado que mostrará se a decisão tomada agora estava correta.

O QUE DEVERÁ ESTAR DIFERENTE?

COMO VOU PERCEBER QUE AVANÇAMOS?

QUAL INDICADOR VOU ACOMPANHAR?

DATA DA REVISÃO

Estratégia não termina na decisão. Ela exige acompanhamento e revisão.

Transforme aprendizado em um novo próximo passo.

Antes de encerrar

confirme se existe clareza.

...

- ☐ Sei onde existe o principal sinal de atenção.
- ☐ Tenho uma hipótese, não uma conclusão.
- ☐ Sei o que preciso investigar.
- ☐ Sei qual evidência devo procurar.
- ☐ Defini quando vou revisar minha decisão.

E SE O PRÓXIMO PASSO AINDA NÃO ESTIVER CLARO?

Identificar o sinal é uma coisa. Entender por que ele existe e o que fazer a respeito é outra.

A BB Estratégia Digital ajuda sua empresa a investigar gargalos e transformar sinais em decisões estratégicas.

Empresas fortes não tomam ... *decisões melhores porque têm respostas.*

Elas aprendem a investigar as perguntas certas.

Seu diagnóstico revelou um ponto que merece investigação?

A BB pode ajudar sua empresa a investigar gargalos de vendas, posicionamento, marketing e crescimento.

CONVERSAR SOBRE MEU DIAGNÓSTICO

@beatrizestrategiadigital

beatrizestrategiadigital.com.br

(21) 98373-1147

Diagnóstico com clareza. Decisões com propósito.