CIESP
CAMPINAS
Robson Godoi

1

Robson Godoi
Strategic Consultant | BMS
Professor MBA & Pós | FGV
w e b i n a r
Vendas
Consultivas B2B
Como criar um processo de vendas altamente efetivo!
Realização
CIESP
CAMPINAS
BMS
Business & Marketing Solution

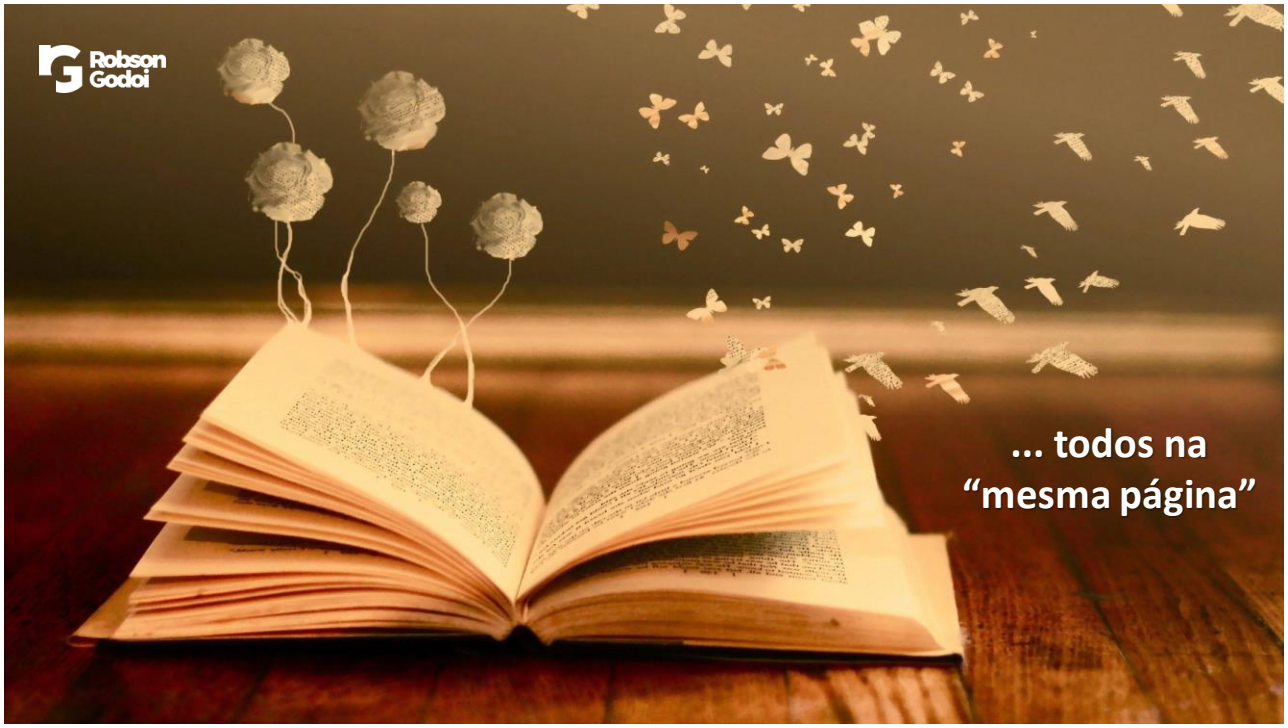
2

welcome tomorrow
START WITH WHY
Blueprint
ROBSON GODOI
pwc
AMCHAM TALKS
Consultor & Mentor de Negócios
BMS - Business & Marketing Solution
✓ 1996 + 150 consultorias/mentorias +500 treinamentos & Palestras
✓ + 400 clientes: Basf, Harley-Davidson, Ambev, CPFL, AMETEK, EagleBurgmann
Professor MBA & Pós-Graduação
Marketing, negociação, inovação, comunicação e estratégia
✓ 2001 - Graduação (aos 25 anos)
✓ 2004 - MBA & Pós-graduação - FGV
Executivo
Head de Marketing & Vendas LATAM – B2B
✓ 1999 - Novoplastic (França) +5 anos
✓ 2006 - Schmersal (Alemanha) +14 anos
Formação
✓ MBA - Gestão Empresarial - FGV
✓ Pós - Business Intelligence- Live University
✓ Pós - Inovação & Marketing Digital - ESPM
✓ Graduação - Propaganda & Marketing ESPM/ Universidade Paulista
✓ + 40 cursos: negociação, marketing e inovação (Stanford, Harvard...)
60 Years Of Experience
Carreira múltipla
executivo | professor | consultor | palestrante

3

Robson Godoi
... É uma trilha e não um trilho!

4


Robson Godoi
... todos na
“mesma página”

5

Robson Godoi
Perguntas no final
Microfone desligado
Estamos sem tempo!
Não! Obrigado. Sempre fizemos assim...
Facilitador

6

Robson Godoi

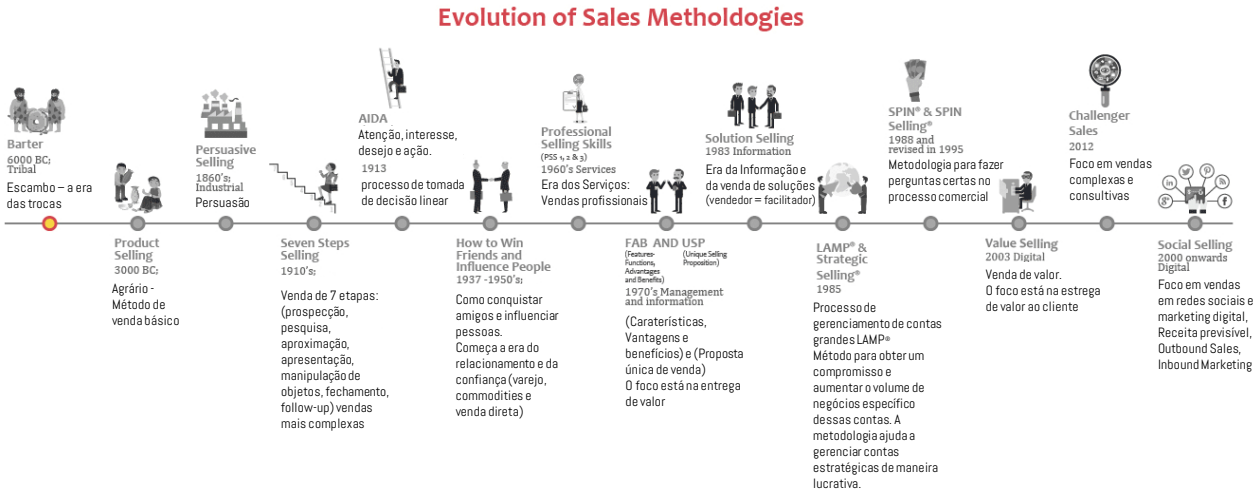
O jeito de vender mudou!

Prospectar novos clientes, negociar soluções, efetivar vendas e fidelizar os clientes atuais se tornaram um desafio ainda maior com esse cenário de **baixa demanda** e abrupta aceleração do processo de **transformação digital.**

7

Evolução das Metodologias de vendas

Robson Godoi



8

Pilares da Gestão de Vendas

Robson Godoi

RESULTADOS	PESSOAS	PROCESSOS
Objetivos, Indicadores, Estratégias, KPI, Ticket Médio, Churn, Indice de Conversão, Custos, Produtividade, Retenção de Clientes, Margens, Prazos, Metas, OKR...	Liderança, Modelo de gestão, Estrutura, Recrutamento, Gaps, Treinamento e Desenvolvimento, Recompensas, Pontos fortes, Competência, Soft Skills...	Etapas de vendas, Prospecção, Qualificação, Outbound, Inbound, Funil de Vendas, Metodologias, Spin Selling, Dollarization, Pipeline, CRM, Forecast, Negociação, ...

9

Etapas do Processo de Vendas Outbound

Robson Godoi

10

Prospecção de novos clientes

A GERAÇÃO DE LEADS
é o maior gargalo no crescimento das empresas B2B

11

Marketing & Vendas All line

12

Estruturas de times de vendas Outbound

Robson Godoi

COMO ESTÃO ESTRUTURADAS AS EQUIPES COMERCIAIS DAS MELHORES EMPRESAS B2B

13

Perfis de Vendedores

Robson Godoi

HUNTER

Prospecção e Qualificação de novos clientes

CLOSER

Follow-up, Negociação e Fechamento

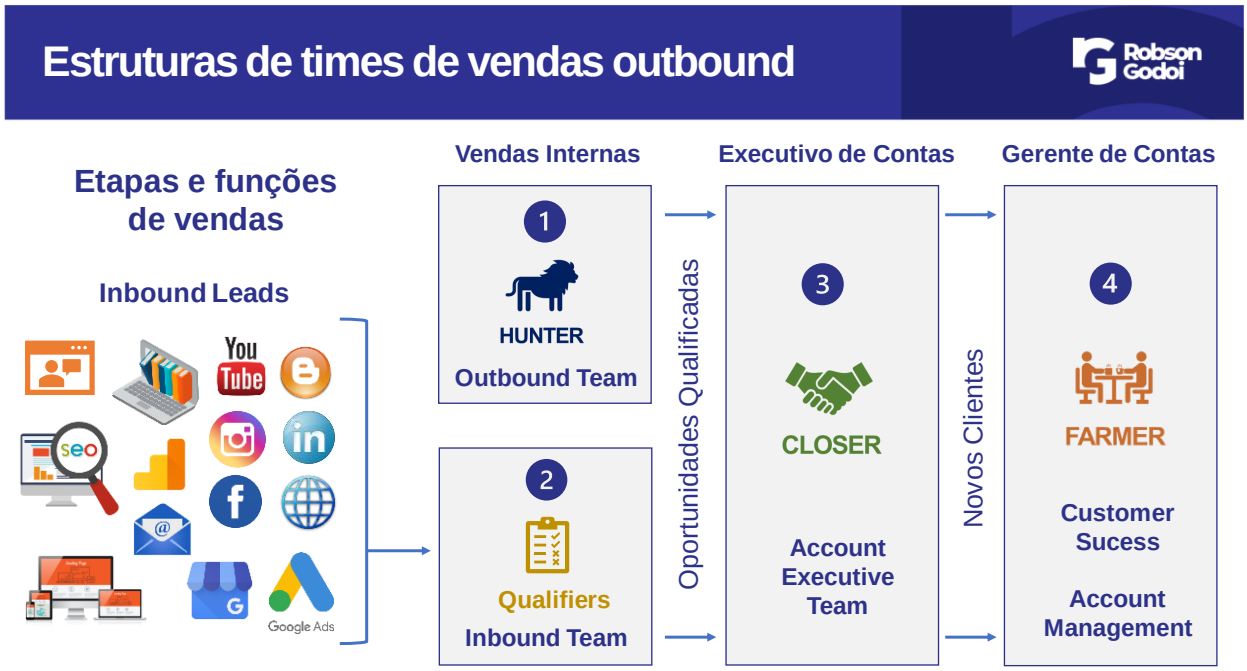
FARMER

Fidelização, Relacionamento e Pós-Venda

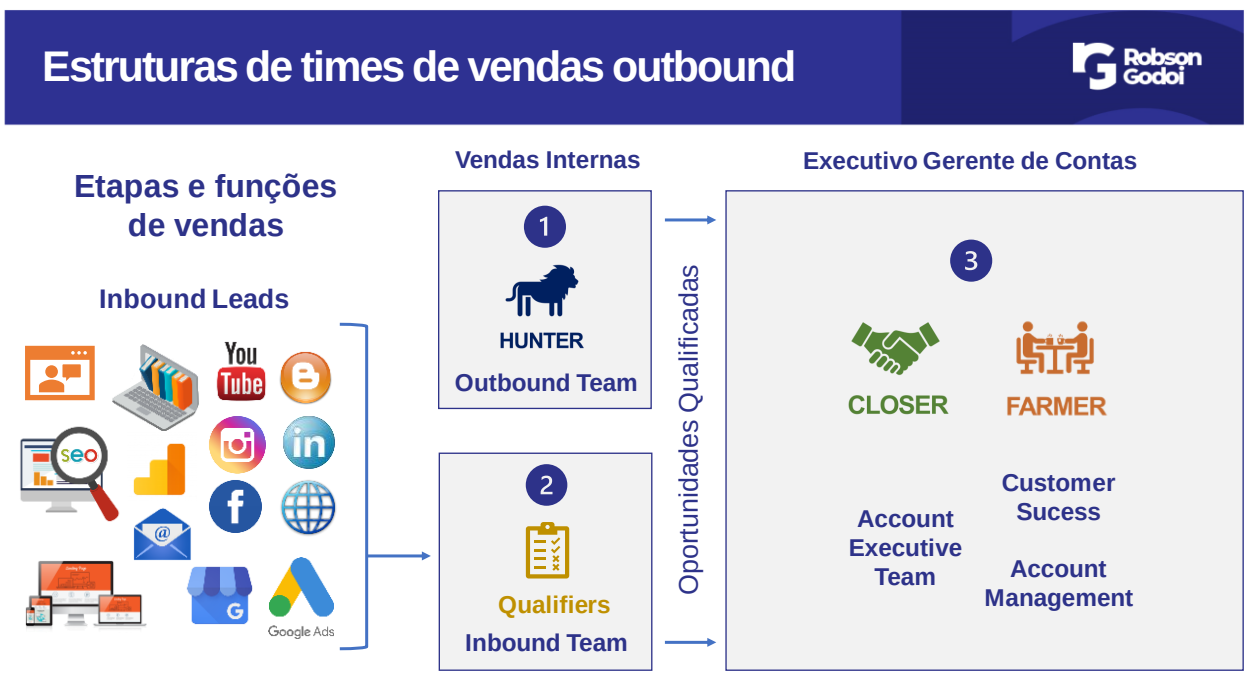
Os HUNTERS têm dificuldade em manter o ritmo de prospecção quando já tem uma "boa" carteira

Vendedores experientes (CLOSERS & FARMERS) geralmente são péssimos prospectores

14


Estruturas de times de vendas outbound
Robson Godoi
Etapas e funções de vendas
Inbound Leads
Google Ads
Vendas Internas
Executivo de Contas
Gerente de Contas
1
HUNTER
Outbound Team
2
Qualifiers
Inbound Team
Oportunidades Qualificadas
3
CLOSER
Account Executive Team
Novos Clientes
4
FARMER
Customer Sucess
Account Management

15


Estruturas de times de vendas outbound
Robson Godoi
Etapas e funções de vendas
Inbound Leads
Google Ads
Vendas Internas
Executivo Gerente de Contas
1
HUNTER
Outbound Team
2
Qualifiers
Inbound Team
Oportunidades Qualificadas
3
CLOSER
FARMER
Account Executive Team
Customer Sucess
Account Management

16

Estruturas de times de vendas outbound

Robson Godoi

Etapas e funções de vendas

Inbound Leads

Vendas Internas

1

HUNTER
Outbound Team

Qualifiers
Inbound Team

Oportunidades Qualificadas

Executivo Gerente de Contas

2

CLOSER

FARMER

Account Executive Team

Customer Sucess

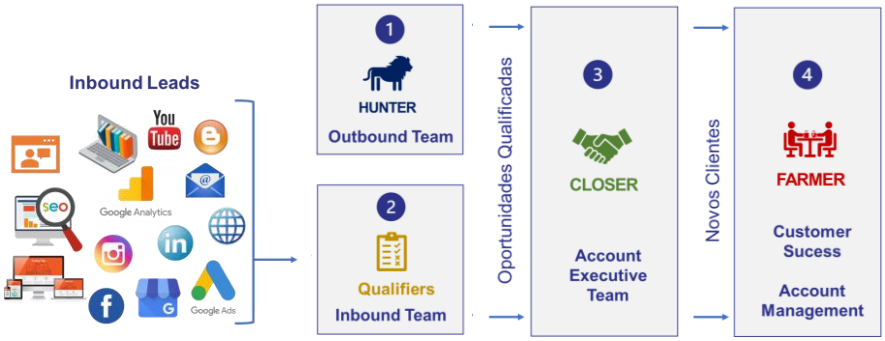
Account Management

17

Estruturas de times de vendas outbound

Robson Godoi

Prospecção Permanente: Linha de produção para que nunca faltem oportunidades.



Fluxo contínuo de negócios: "máquina de vendas"

18

Estruturas de Vendas - Empresas tradicionais

Robson Godoi

Vendedor faz tudo!

HUNTER

CLOSER

FARMER

Um vendedor que cuida do marketing, prospecta, vende, faz pós-venda e relacionamento com clientes, dificilmente irá fazer tudo bem feito.

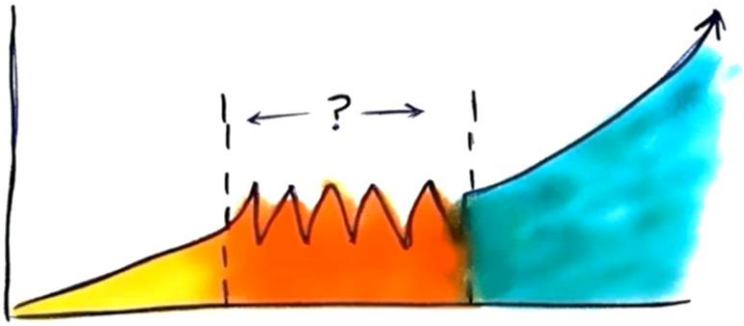
Como o pato que nada, voa e anda.

19

Pergunta mais frequente

Robson Godoi

Como ter previsibilidade da receita e manter o processo de vendas sustentável sem altos e baixos no faturamento?



Outbound Sales B2B

Como estruturar equipes e processos de vendas para ter previsibilidade da receita e evitar altos e baixos no faturamento

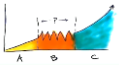
20

Closer & Farmer Prospectando...

Robson Godoi

Motivos para você repensar se o seus **CLOSER/FARMER** devam continuar prospectando:

1. Vender e prospectar são papeis diferentes
2. Um bom vendedor "custa caro" para prospectar
3. O vendedor não gosta de prospectar
4. O vendedor que prospecta esquece do pipeline de vendas, FUP e fechamento

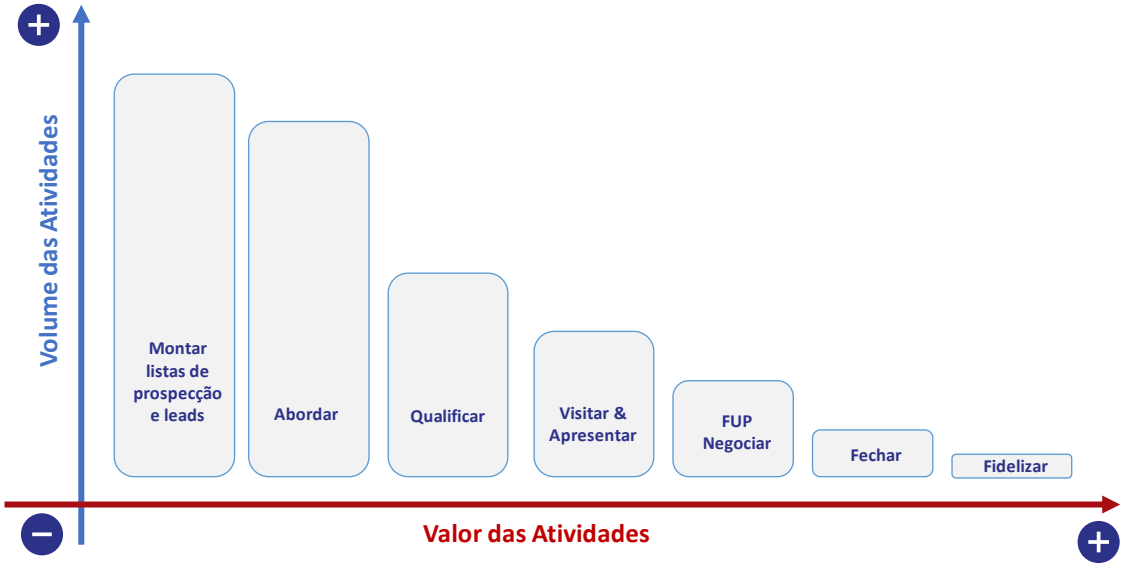


Isso causa picos e vales na receita da empresa!

21

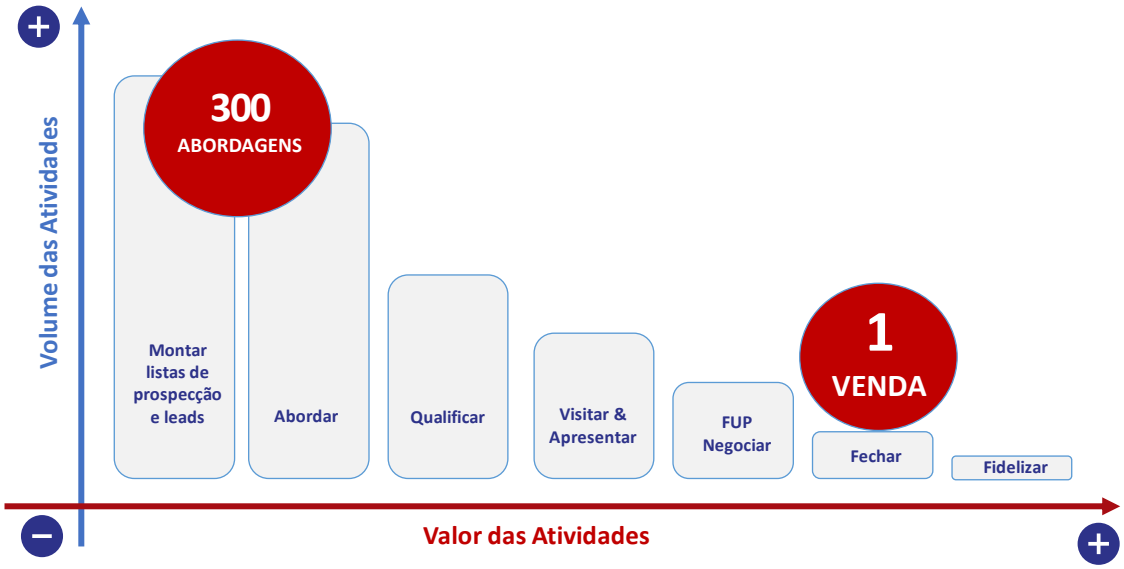
Prospecção B2B

Robson Godoi



22

Prospecção B2B



23

Prospecção B2B

O PROCESSO DE PROSPECÇÃO É EXTREMAMENTE INEFICIENTE

24

Prospecção - Social Selling

Mudança no comportamento dos compradores.

Segundo dados da IDC*,

75% dos compradores B2B

estão usando redes sociais para pesquisar produtos e solicitar propostas comerciais.

*International Data Corporation

25

Fluxo de cadência na Prospecção

Inside Sales (pesquisa global)

01 | LinkedIn

Se o LinkedIn for o primeiro touchpoint (antes de ligar/e-mail) aumenta 70% a conversão.

02 | E-mail

Quando utilizamos o In-mail ou e-mail tems 20% a mais de conversão de dentro do fluxo

03 | Telefone

Se tiver 3 fluxos de cadência aumenta em 165% o sucesso na conexão com leads na prospecção

26

Treinamento – Social Selling

Robson Godoi

Social Selling

Como usar o poder das mídias sociais para prospectar novos clientes (LinkedIn, ferramentas e softwares para prospecção).

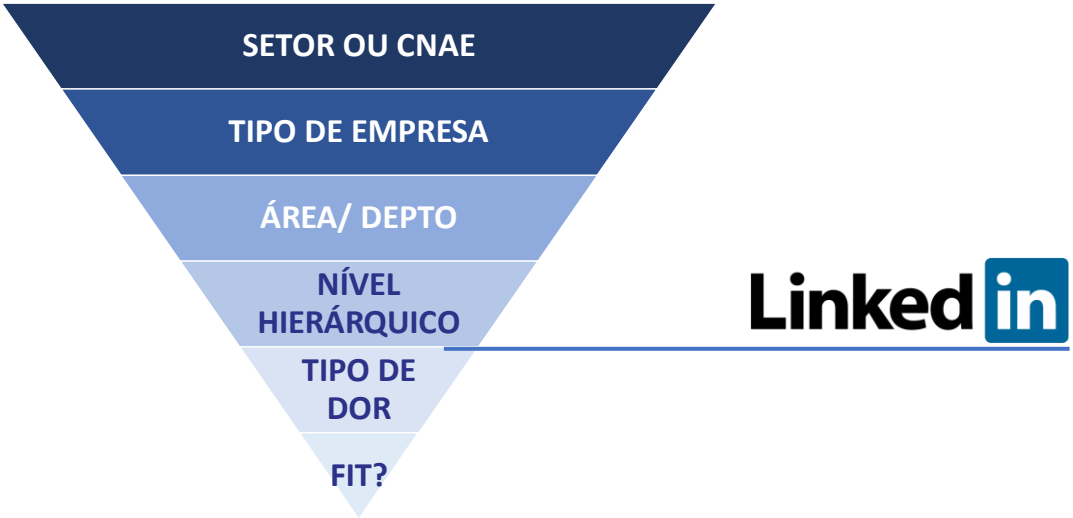
LinkedIn

- É a principal plataforma de prospecção no B2B
- Informações atualizadas e completas pelos próprios usuários, (LinkedIn fortalece e premia quem deixa o perfil atualizado)
- Várias ferramenta do LinkedIn para prospecção (In-mail, Sales Navegator, etc..)
- Ainda é pouco explorado, o que faz dela um oceano azul de oportunidades.

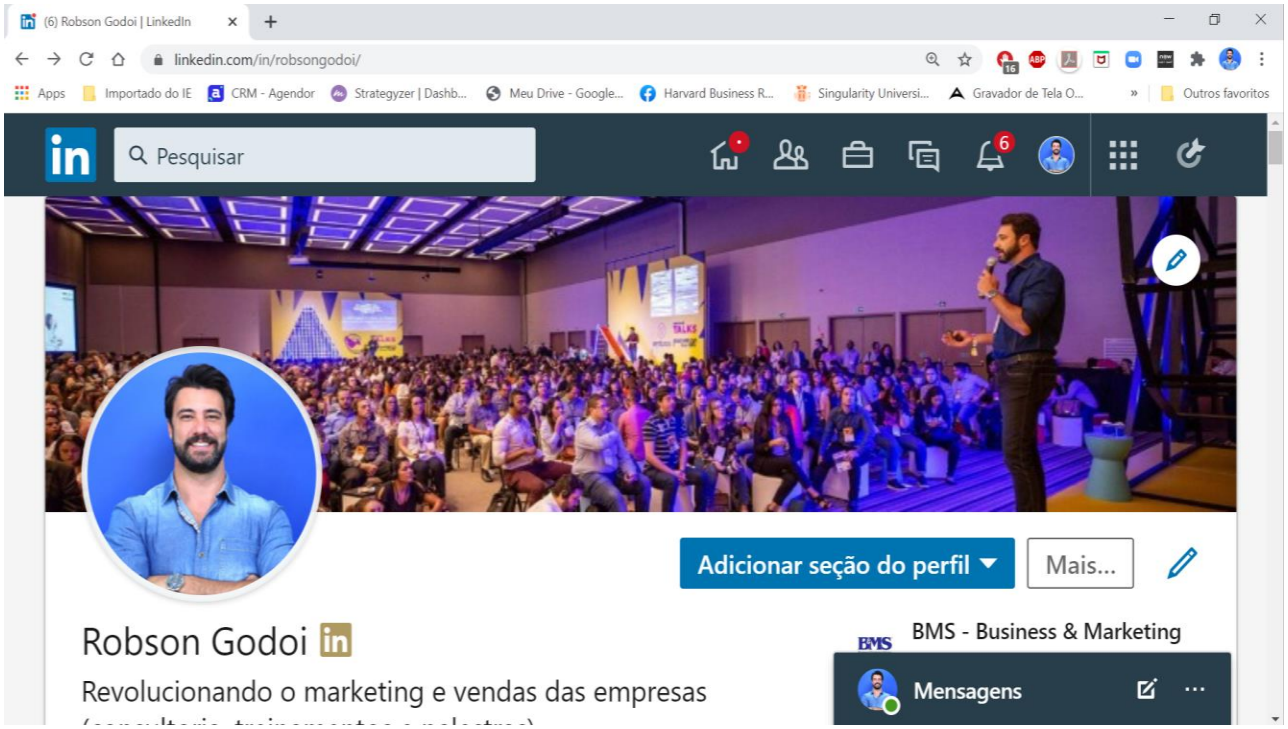
27

ICP - Perfil de Cliente Ideal

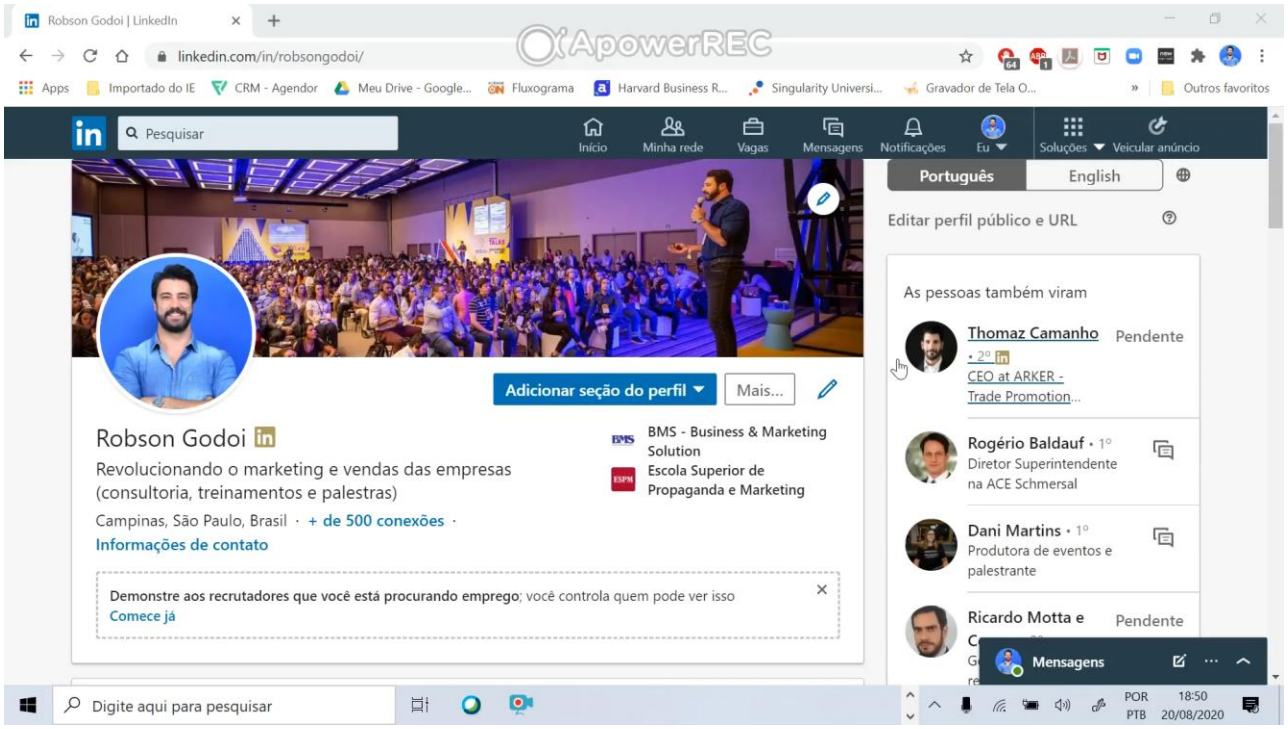
Robson Godoi



28

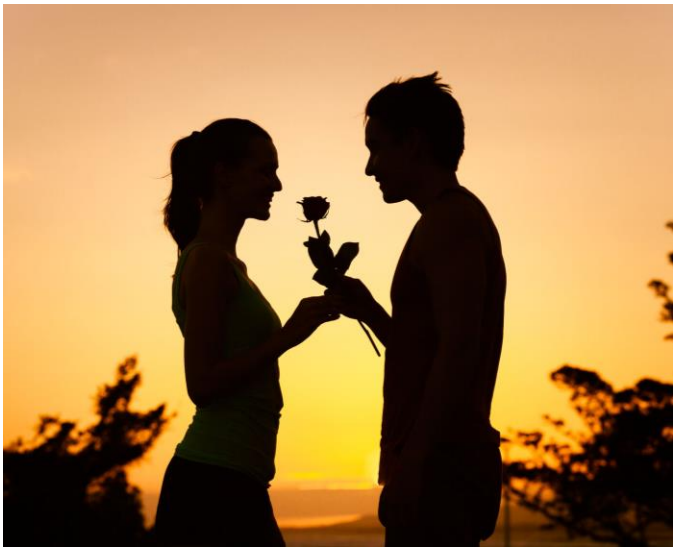

(6) Robson Godoi | LinkedIn
linkedin.com/in/robsongodoi/
Pesquisar
Adicionar seção do perfil
Mais...
Robson Godoi
Revolucionando o marketing e vendas das empresas
BMS - Business & Marketing
Mensagens

29


Robson Godoi | LinkedIn
linkedin.com/in/robsongodoi/
ApowerREC
Pesquisar
Início
Minha rede
Vagas
Mensagens
Notificações
Eu
Soluções
Veicular anúncio
Português
English
Editar perfil público e URL
Adicionar seção do perfil
Mais...
Robson Godoi
Revolucionando o marketing e vendas das empresas
(consultoria, treinamentos e palestras)
Campinas, São Paulo, Brasil · + de 500 conexões ·
Informações de contato
BMS - Business & Marketing Solution
Escola Superior de Propaganda e Marketing
Demonstre aos recrutadores que você está procurando emprego; você controla quem pode ver isso
Comece já
As pessoas também viram
Thomaz Camanho
Pendente
CEO at ARKER - Trade Promotion...
Rogério Baldauf · 1º
Diretor Superintendente na ACE Schmersal
Dani Martins · 1º
Produtora de eventos e palestrante
Ricardo Motta e
Pendente
Mensagens
Digite aqui para pesquisar
POR PTB
18:50 20/08/2020

30

Prospectando clientes



Não se casa da noite para o dia

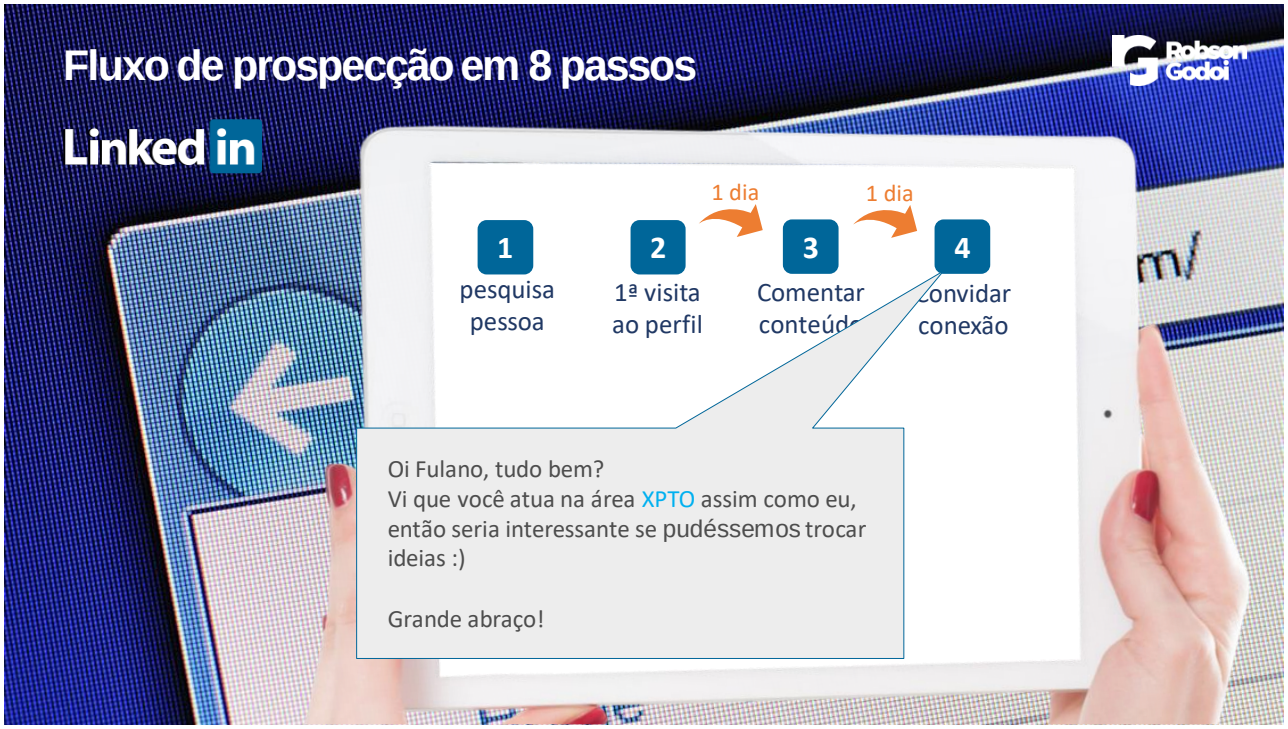
Relacionamento é uma conquista

31

Fluxo de prospecção em 8 passos

LinkedIn

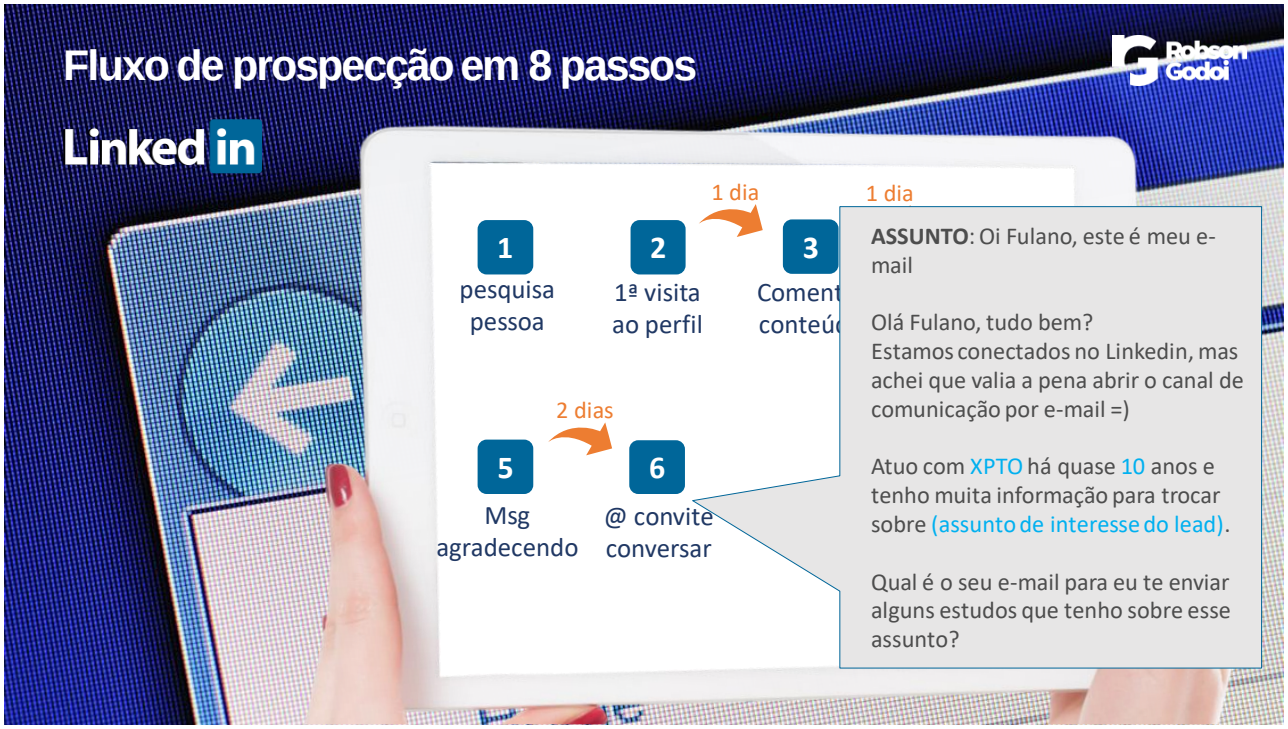
32


Fluxo de prospecção em 8 passos
LinkedIn
Robson Godoi
1 dia
1 dia
1
pesquisa pessoa
2
1ª visita ao perfil
3
Comentar conteúdo
4
Convidar conexão
Oi Fulano, tudo bem?
Vi que você atua na área XPTO assim como eu, então seria interessante se pudéssemos trocar ideias :)
Grande abraço!

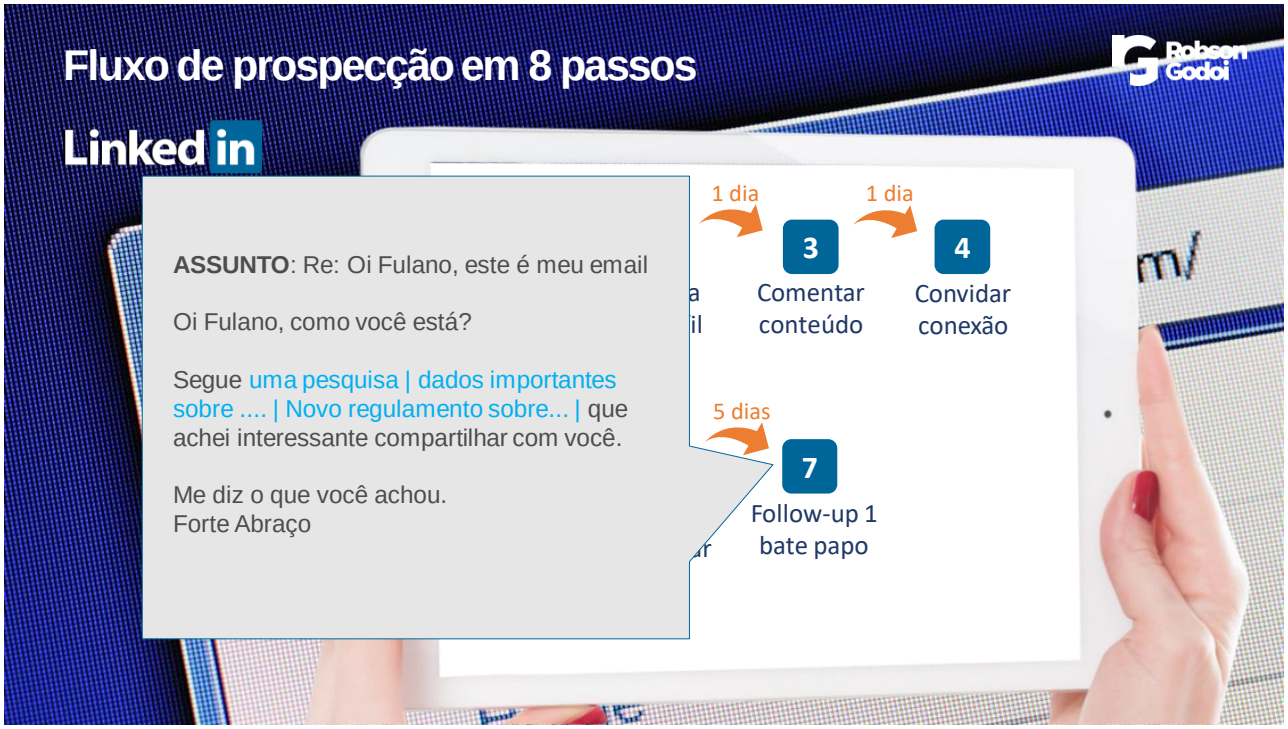
33

Fluxo de prospecção em 8 passos
LinkedIn
Robson Godoi
1 dia
1 dia
1
pesquisa pessoa
2
1ª visita ao perfil
3
Comentar conteúdo
4
Convidar conexão
5
Msg agradecendo
Oi Fulano, obrigado por aceitar meu convite! Quando puder me conta um pouco mais sobre aquele artigo que escreveu..”

34


Fluxo de prospecção em 8 passos
LinkedIn
Robson Godoi
1
pesquisa pessoa
2
1ª visita ao perfil
1 dia
3
Coment conteú
1 dia
ASSUNTO: Oi Fulano, este é meu e-mail
Olá Fulano, tudo bem?
Estamos conectados no Linkedin, mas achei que valia a pena abrir o canal de comunicação por e-mail =)
Atuo com XPTO há quase 10 anos e tenho muita informação para trocar sobre (assunto de interesse do lead).
Qual é o seu e-mail para eu te enviar alguns estudos que tenho sobre esse assunto?
2 dias
5
Msg agradecendo
6
@ convite conversar

35


Fluxo de prospecção em 8 passos
LinkedIn
Robson Godoi
ASSUNTO: Re: Oi Fulano, este é meu email
Oi Fulano, como você está?
Segue uma pesquisa | dados importantes sobre .... | Novo regulamento sobre... | que achei interessante compartilhar com você.
Me diz o que você achou.
Forte Abraço
1 dia
3
Comentar conteúdo
1 dia
4
Convidar conexão
5 dias
7
Follow-up 1 bate papo

36

Fluxo de prospecção em 8 passos
Linked in
Robson Godoi
ASSUNTO: Re: Oi Fulano, este é meu email
Oi Fulano, como você está?
Só checando se você recebeu minha mensagem anterior.
Se esta semana estiver corrida, fique à vontade para sugerir uma data mais conveniente.
Na semana que vem estarei na sua região na quarta e quinta-feira que dia seria mais interessante para você?
No aguardo...
dia
1 dia
3
Comentar conteúdo
4
Convidar conexão
dias
7 dias
8
Follow-up 2 conteúdo de valor

37

Fluxo de prospecção em 8 passos
Linked in
Robson Godoi
1
pesquisa pessoa
2
1ª visita ao perfil
1 dia
3
Comentar conteúdo
1 dia
4
Convidar conexão
5
Msg agradecendo
3 dias
6
@ convite conversar
5 dias
7
Follow-up 1 bate papo
7 dias
8
Follow-up 2 conteúdo de valor

38

GUIA DE BOLSO

LinkedIn

Os 5 e-mails de vendas que realmente funcionam

39

E-mails que funcionam

Robson Godoi

1 O e-mail "pontos em comum"

Antes de redigir seus e-mails, pesquise seu potencial cliente no LinkedIn, nas redes sociais, no Google e no site da respectiva empresa. Descubra interesses, passatempos e contatos mútuos. Isso pode ajudar você a descobrir pontos em comum que sirvam como motivo de contato.

DICA Utilize este método com cautela. Afinal, você quer se aproximar do seu contato, não o assustar.

LINHA DE ASSUNTO

Nome do potencial cliente, a Julia sugeriu que eu entrasse em contato com você

MENSAGEM

Olá, Nome do potencial cliente.

Estive conversando recentemente sobre [tema] com a Julia Gonçalves, uma colega que temos em comum, e ela comentou que você era um especialista no assunto.

Estou escrevendo um artigo sobre esse tema por ser relevante, oportuno e ainda um tanto confuso para alguns clientes. Posso incluir seu ponto de vista, Nome do potencial cliente ?

Atenciosamente,
[Seu nome]

40

E-mails que funcionam

Robson Godoi

2 O e-mail "solucionador de problemas"

O que os potenciais clientes mais esperam dos vendedores é orientação e aconselhamento para resolver seus problemas. Ao enviar um e-mail focado na resolução de problemas, você conseguirá a atenção do seu leitor.

64% dos compradores B2B gostam quando um vendedor os contata trazendo informações relevantes.

DICA Você pode até mencionar sua oferta como a solução, mas vale a pena guardá-la para um segundo momento.

LINHA DE ASSUNTO

Nome do potencial cliente, saiba como dar um fim ao [problema]

MENSAGEM

Olá, Nome do potencial cliente ,

Ao ler sua publicação no LinkedIn, que menciona as dificuldades da sua empresa em resolver [problema], me lembrei de outras empresas com as mesmas dificuldades.

Elas obtiveram sucesso atacando estes três problemas principais:

- *Falta de integração entre sistemas*
- *Processos manuais*
- *Falta de conhecimento sobre soluções mais atuais*

Nome do potencial cliente , *se desejar posso enviar um e-book criado pela minha empresa onde discutimos especificamente como endereçar tais problemas.*

Atenciosamente,
[Seu nome]

41

E-mails que funcionam

Robson Godoi

3 O e-mail "estudo de caso"

67% dos compradores B2B confiam nas recomendações de colegas

41% e 41% dos compradores consultam estudos de caso.

Aproveite o poder de influência dos seus colegas destacando uma empresa ou cliente que já esteve em situações semelhantes às do cliente e como sua solução ajudou.

DICA Se bem elaborado, este tipo de e-mail pode capturar a atenção e gerar uma resposta.

LINHA DE ASSUNTO

Nome do potencial cliente, veja como conseguir uma receita X % maior

MENSAGEM

Olá, Nome do potencial cliente ,

Li sua última publicação no blog da sua empresa, em que você destacou uma iniciativa estratégica para [iniciativa]. Parabéns por estar à frente de uma ação tão importante.
Como próximos passos, é possível que você se interesse por projetos semelhantes de profissionais como você que obtiveram sucesso. Conheço outros [cargo do potencial cliente] de três empresas semelhantes à sua que conseguiram aumentar suas receitas em 17% quando utilizaram [sua solução] nos seus processos.

Nome do potencial cliente , *avise-me caso deseje que eu envie esses estudos de caso a você.*

Atenciosamente,
[Seu nome]

42

E-mails que funcionam

Robson Godoi

4 O e-mail "é de graça"

Poucas pessoas recusam uma oferta gratuita. Pensado nisso, garanta que sua oferta seja o foco do seu e-mail, seja ela um e-Book, uma demonstração gratuita ou uma avaliação sem custos.

DICA Quanto mais exclusiva e clara for sua oferta, mais atrativa e valiosa ela será para o potencial cliente.

LINHA DE ASSUNTO

Nome do potencial cliente, compare seu site aos dos seus concorrentes

MENSAGEM

Olá, Nome do potencial cliente.

O visual do seu site está fantástico. Porém, depois de alguns testes de desempenho, ele se mostrou um pouco lento ao ser carregado.

Você gostaria de conhecer os resultados desses testes e compará-los com os da concorrência?

Atenciosamente,
[Seu nome]

43

E-mails que funcionam

Robson Godoi

5 O e-mail "direto ao ponto"

Embora o objetivo de muitos e-mails seja ajudar você a estabelecer e desenvolver relacionamentos, muitas vezes é preciso ser direto ao tentar fazer uma venda.

DICA Escreva um e-mail o mais curto possível, incluindo muitos tópicos para descrever rapidamente como sua solução pode beneficiar o potencial cliente.

LINHA DE ASSUNTO

Nome do possível cliente 1, Nome do possível cliente 2, Nome do possível cliente 3, o que acharam do [produto]?

MENSAGEM

Olá Nome do possível cliente 1, Nome do possível cliente 2, e Nome do possível cliente 3,

Após esses três meses de teste com o [produto], gostaria de confirmar se você observou os impactos que discutimos:

- *Diminuição da inserção manual de dados*
- *Fechamentos mais rápidos*
- *Relatórios mensais mais precisos*

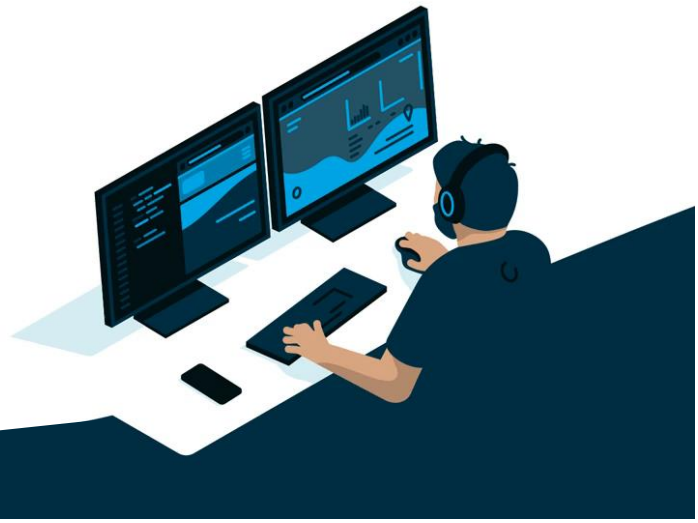
Quais seriam os próximos passos para a assinatura de uma licença corporativa, com a qual todo o seu time poderá aproveitar o [produto]?

Atenciosamente,
[Seu nome]

44

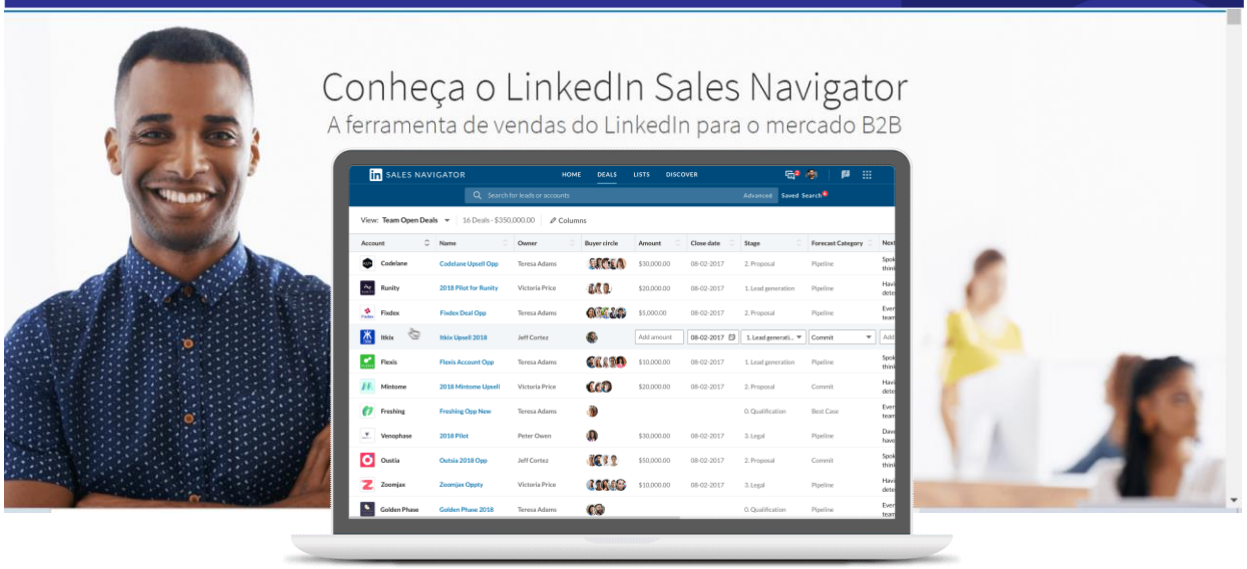
Empresa Data-Driven

Plataformas de Prospecção



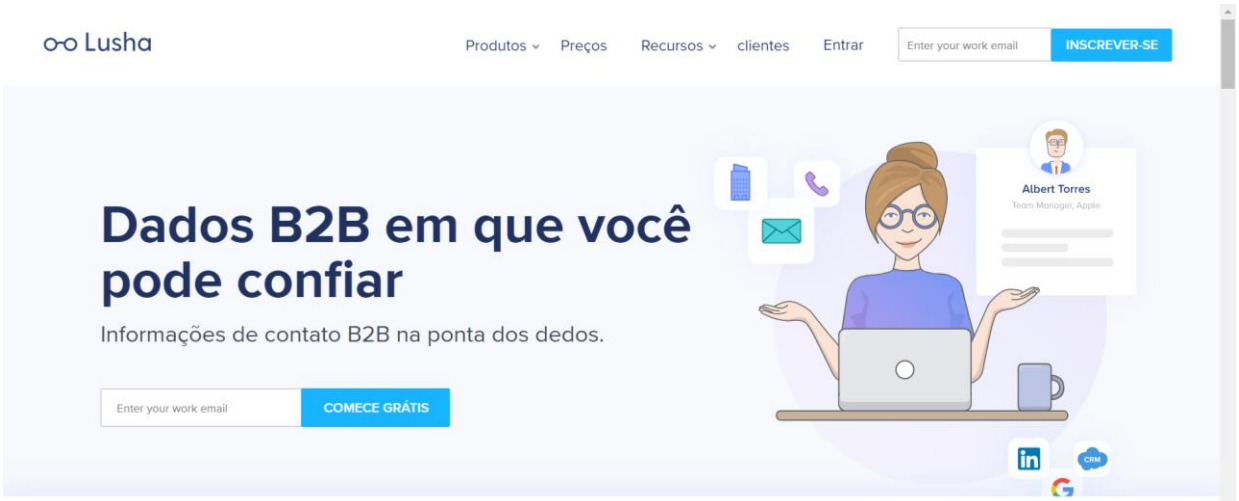
45

Plataformas de prospecção digital



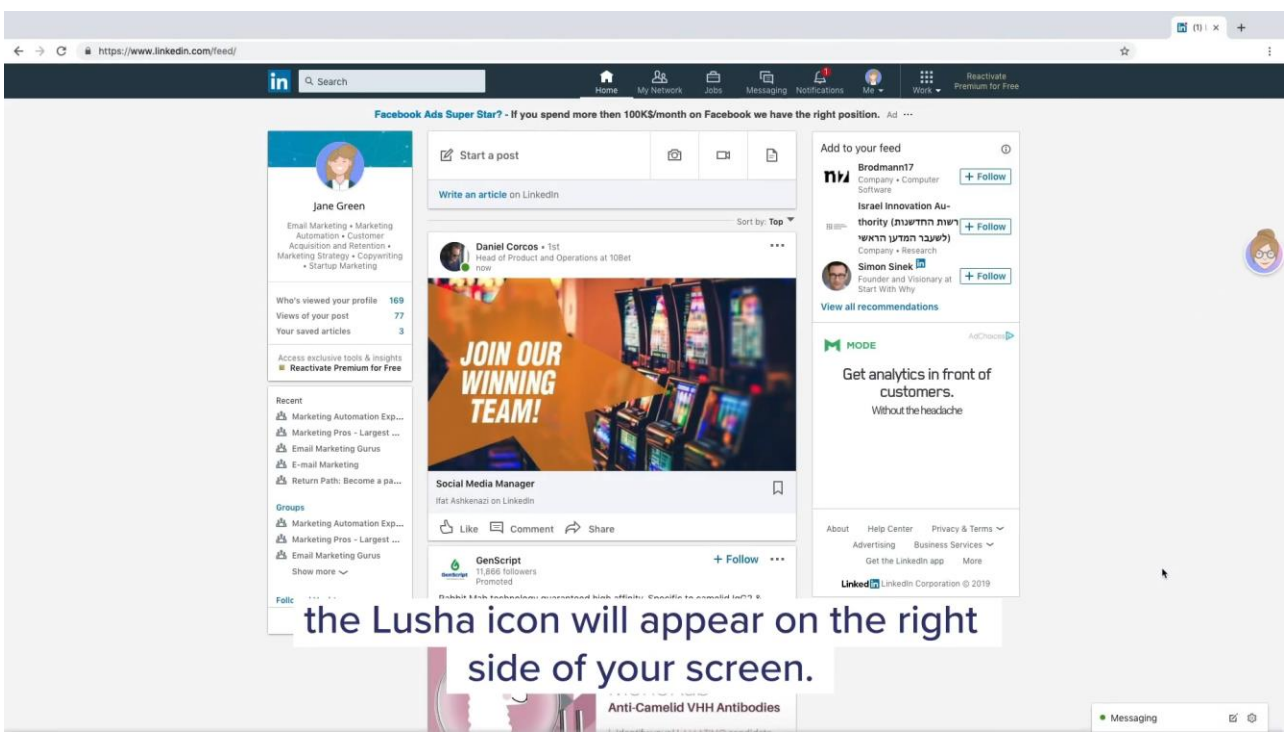
46

Plataformas de prospecção digital

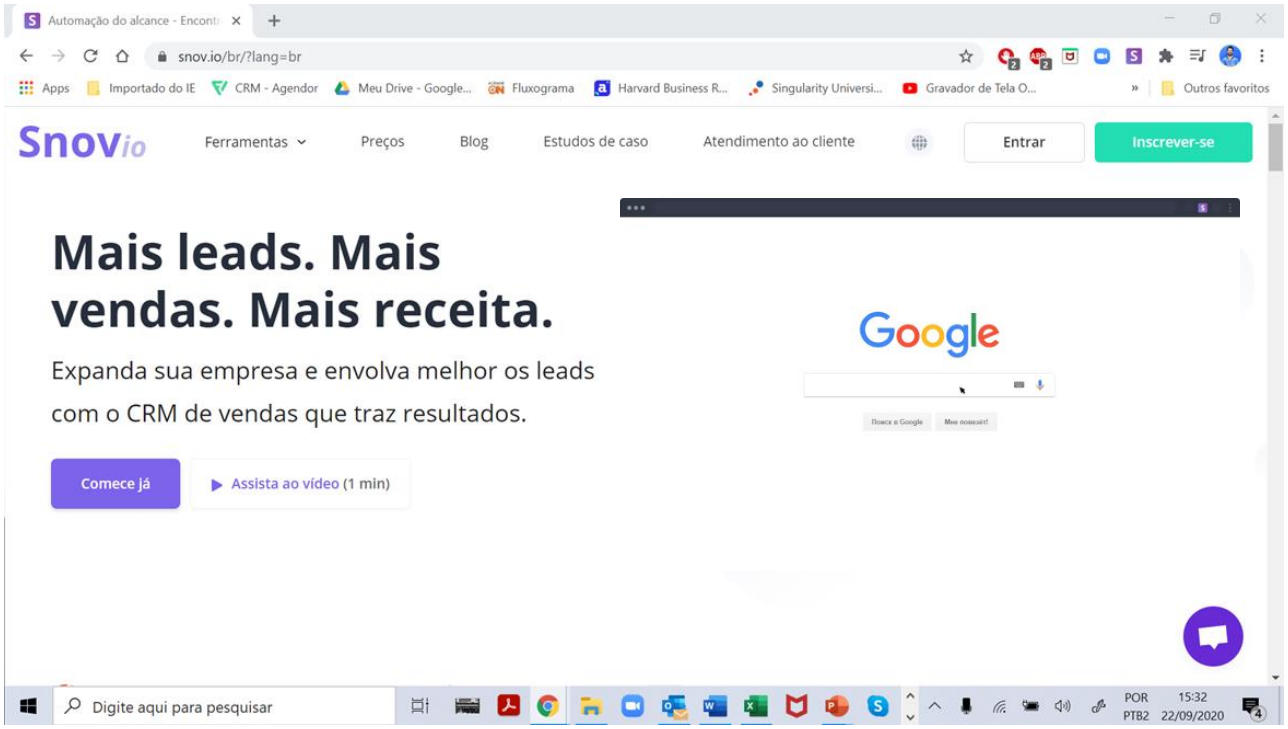


Lusha traz uma série de informações da pessoa (e-mails, telefone, whatsapp...) que não esta disponível no LinkedIn

47

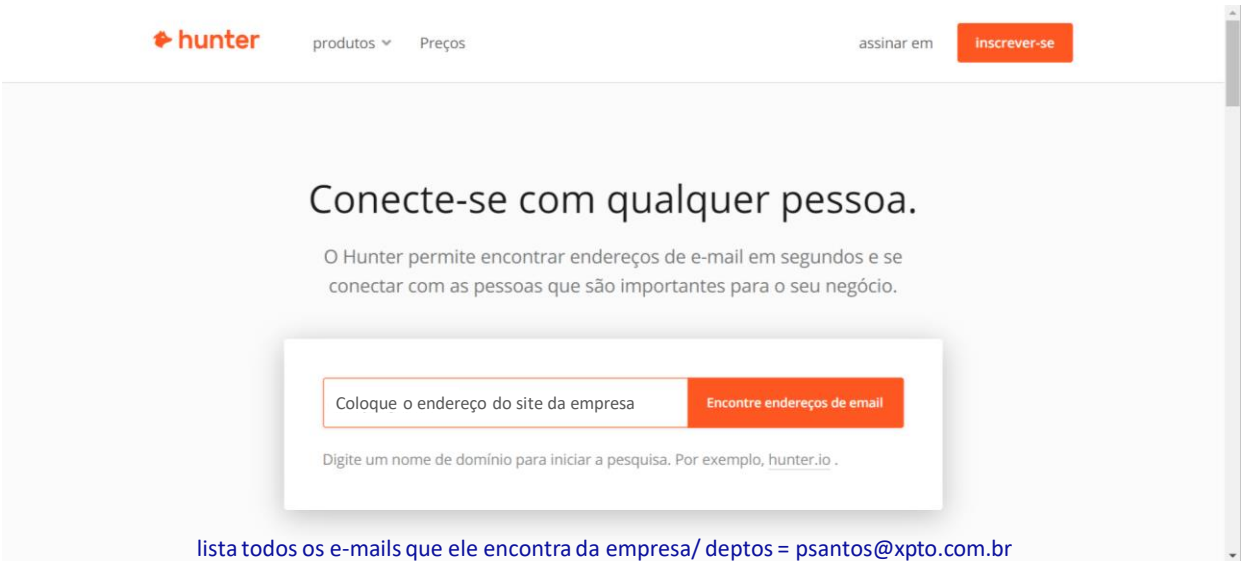


48



49

Plataformas de prospecção digital



lista todos os e-mails que ele encontra da empresa/ deptos = psantos@xpto.com.br

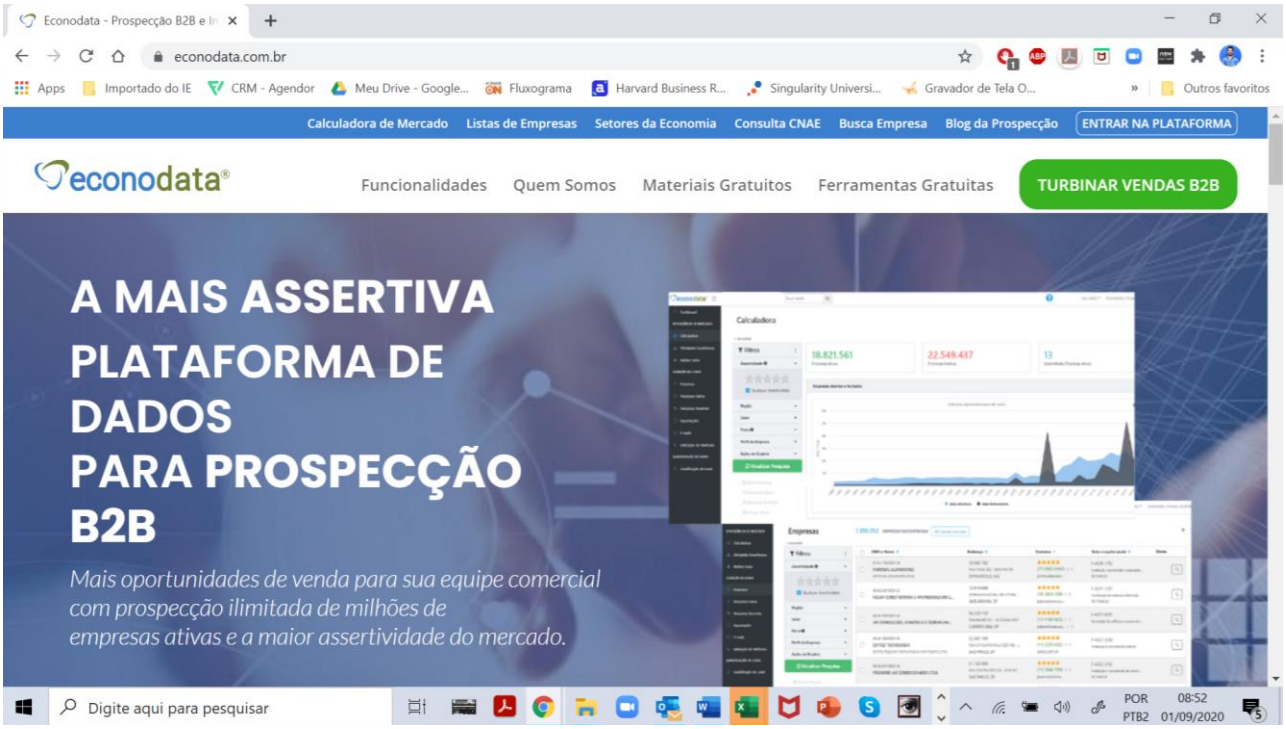
50

Plataformas de prospecção digital

51

Plataformas de prospecção digital

52



53

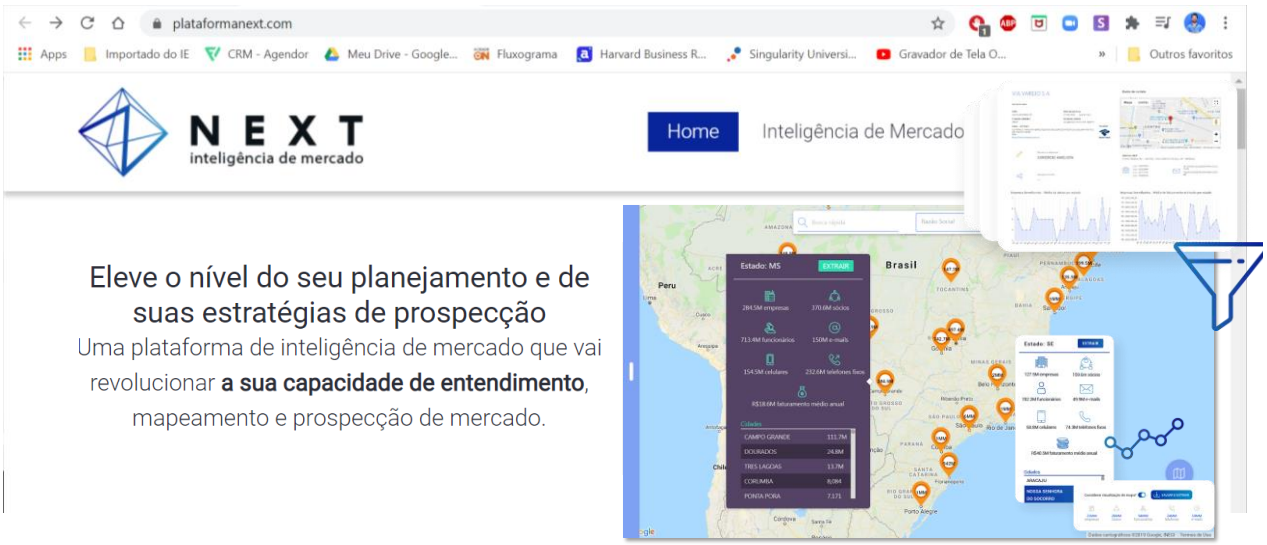
Plataformas de prospecção digital

Robson Godoi

A Plataforma reúne informações de todos CNPJ do Brasil para captação de leads

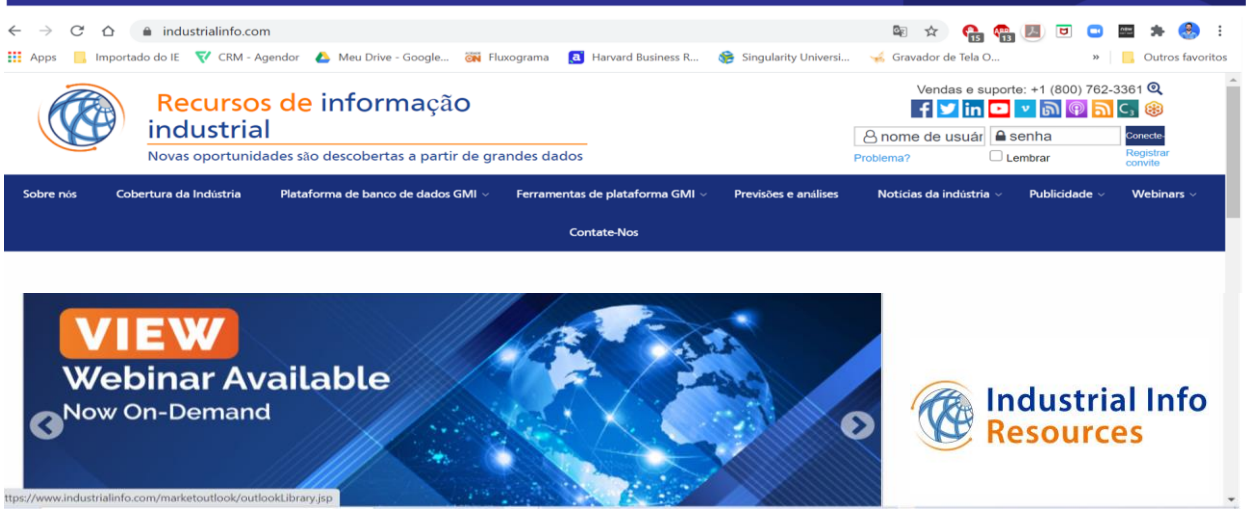
54

Plataformas de prospecção digital



55

Plataformas de prospecção digital



Fornece informações sobre oportunidades em fabricantes, empresas, serviços, distribuidores no mercado industrial...

56

Industrial Info

Robson Godoi

Tipos de Projetos

Novos Projetos

- Desde Zero (Greenfields)
- Expansões de Plantas

Brownfields

- Ampliações
- Automações
- Modernizações
- Novos Equipamentos
- Plantas de Tratamento
- Remediações
- Reformas
- Revamps

Mantenimientos

- Paradas Programadas
- Programas de Manutenção

- Nossa experiência e conhecimento sobre o setor nos permite identificar diferentes tipos de investimentos industriais. Os usuários podem filtrar rapidamente e priorizar as oportunidades mais relevantes.

57

Industrial Info

Robson Godoi

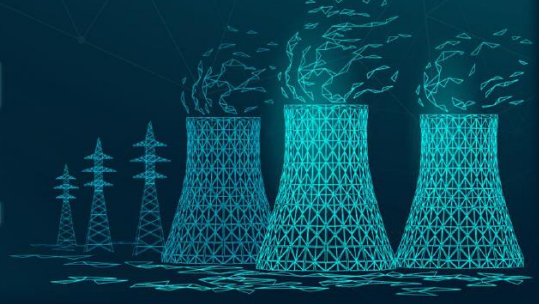
Possuímos identificados 12 mercados verticais em todos os continentes

POWER
- Electric Power

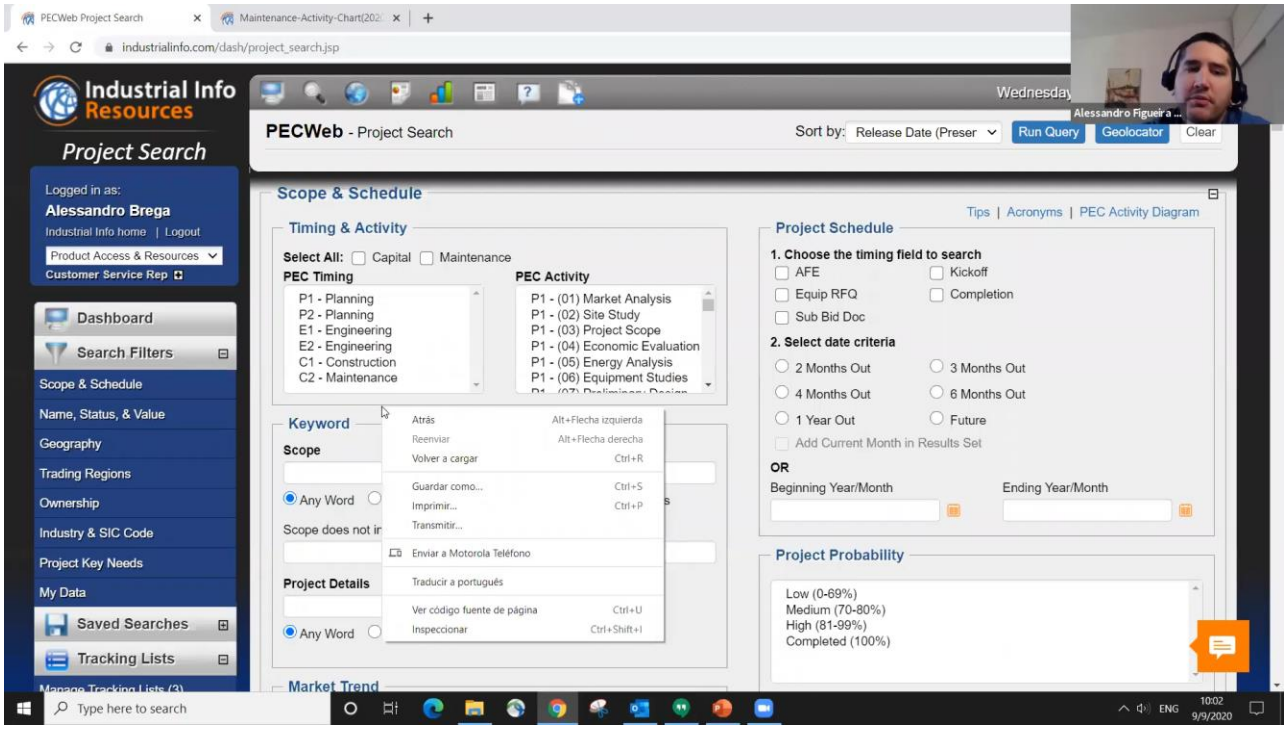
OIL & GAS
- Terminals
- Pipelines
- Production
- Alternative Fuels
- Petroleum Refining

INDUSTRIAL INFRASTRUCTURE
- Chemical Processing
- Metals & Minerals
- Pulp, Paper & Wood
- Food & Beverage
- Industrial Manufacturing
- Pharmaceutical & Biotech

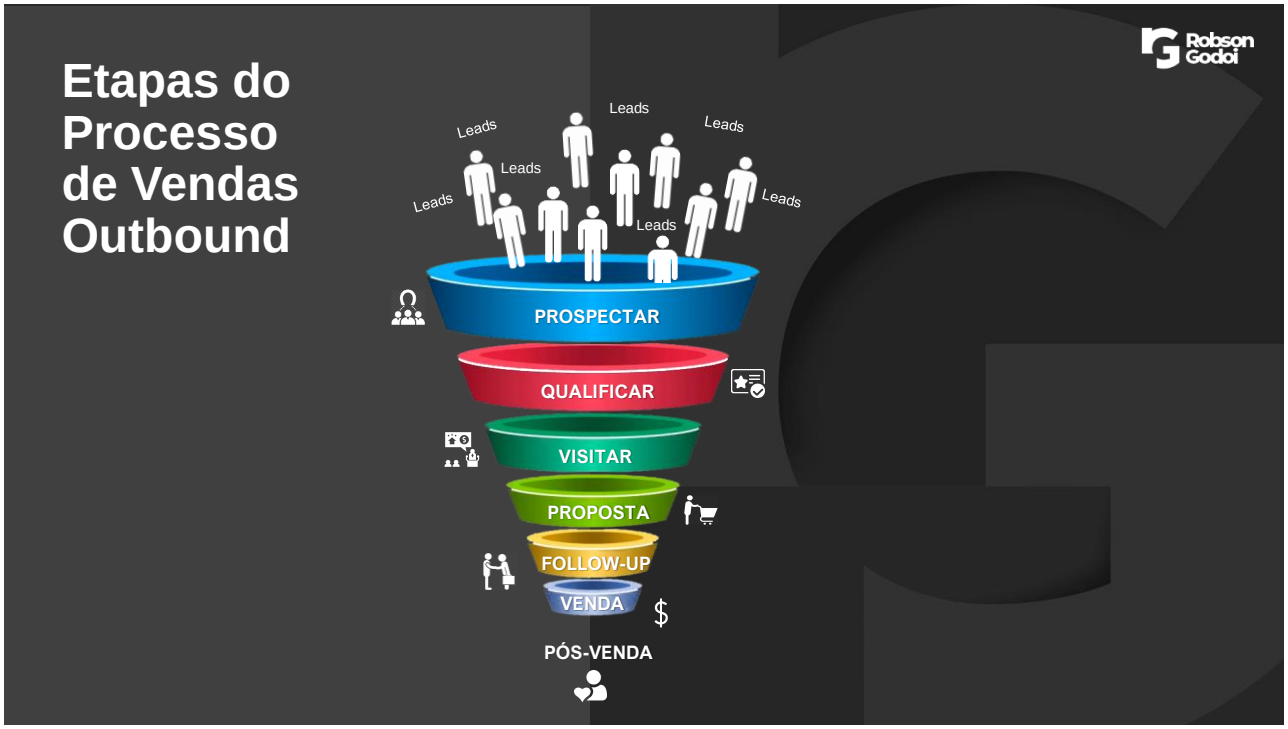
Industrial Info's
Industry Expertise



58


PECWeb Project Search
Maintenance-Activity-Chart(202
industrialinfo.com/dash/project_search.jsp
Industrial Info Resources
Project Search
Logged in as:
Alessandro Brega
Industrial Info home | Logout
Product Access & Resources
Customer Service Rep
Dashboard
Search Filters
Scope & Schedule
Name, Status, & Value
Geography
Trading Regions
Ownership
Industry & SIC Code
Project Key Needs
My Data
Saved Searches
Tracking Lists
PECWeb - Project Search
Sort by: Release Date (Preser
Run Query
Geolocator
Clear
Scope & Schedule
Tips | Acronyms | PEC Activity Diagram
Timing & Activity
Select All: Capital Maintenance
PEC Timing
P1 - Planning
P2 - Planning
E1 - Engineering
E2 - Engineering
C1 - Construction
C2 - Maintenance
PEC Activity
P1 - (01) Market Analysis
P1 - (02) Site Study
P1 - (03) Project Scope
P1 - (04) Economic Evaluation
P1 - (05) Energy Analysis
P1 - (06) Equipment Studies
Project Schedule
1. Choose the timing field to search
AFE
Kickoff
Equip RFQ
Completion
Sub Bid Doc
2. Select date criteria
2 Months Out
3 Months Out
4 Months Out
6 Months Out
1 Year Out
Future
Add Current Month in Results Set
OR
Beginning Year/Month
Ending Year/Month
Keyword
Scope
Any Word
Scope does not in
Project Details
Any Word
Atrás
Reenviar
Volver a cargar
Guardar como...
Imprimir...
Transmitir...
Enviar a Motorola Teléfono
Traducir a portugués
Ver código fuente de página
Inspeccionar
Project Probability
Low (0-69%)
Medium (70-80%)
High (81-99%)
Completed (100%)
Market Trend
Type here to search
ENG
10:02
9/9/2020

59


Etapas do Processo de Vendas Outbound
Robson Godoi
Leads
PROSPECTAR
QUALIFICAR
VISITAR
PROPOSTA
FOLLOW-UP
VENDA
$
PÓS-VENDA

60

61

Reflita!

62

Reflita!

Robson Godoi

COMECE A COBRAR O PLANO DE AÇÃO (META MEIO)

63

Robson Godoi

Processo Outbound Sales

Causa & Efeito

KPI & META

Taxa de conversão

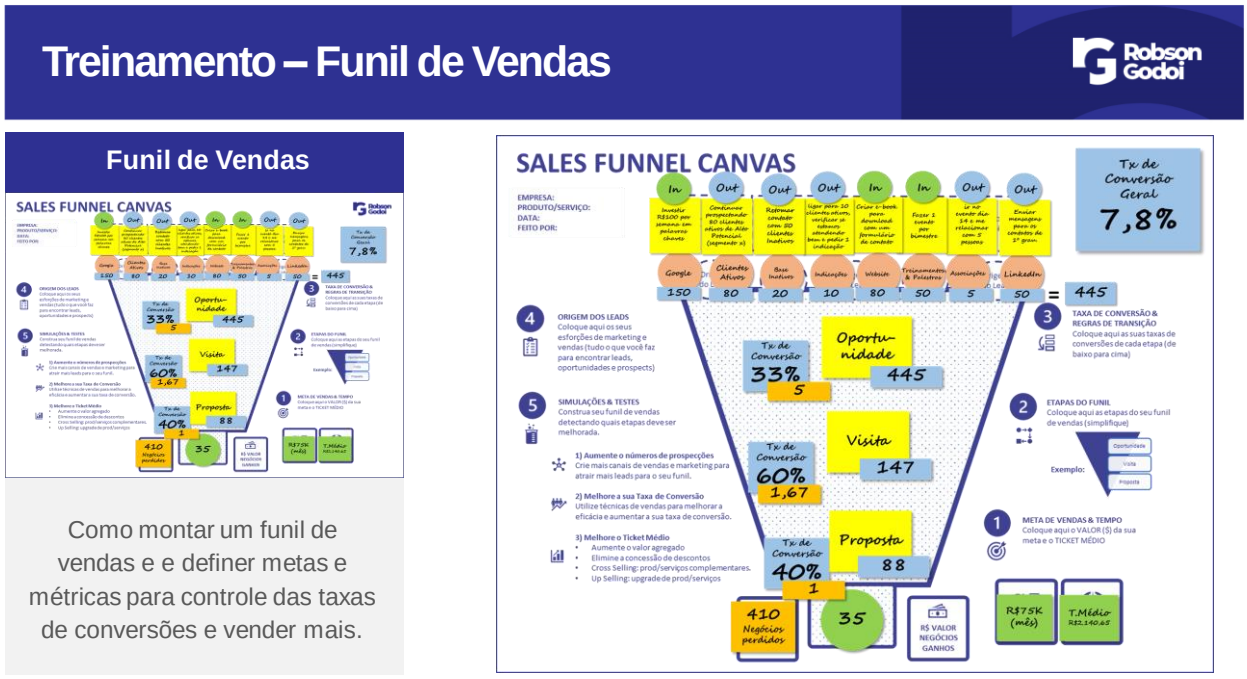
Qualitativa

Ticket Médio

	ATIVIDADE	KPI & META Quantitativa
PROSPECÇÃO PRÉ-VENDA	▪ Montar lista de prospecção • Prospectar (linkedin, e-mail e telefone) • Qualificar se o lead é ideal + potencial	✓ Volume de leads gerados ✓ Volume de leads prospectados ✓ Volume reuniões agendadas
REUNIÕES, FUP, FECHAMENTO	• Aprofundar as necessidades do lead e mostrar soluções • Follow-up constante, vencer objeções e concretizar a venda	✓ Volume reuniões Realizadas ✓ Volume de Propostas ✓ Volume Negócios Fechados
RELACION	• Pós-Venda, Fidelizar, cross & upselling…	✓ Volume clientes fidelizados ✓ Churn (erosão)

64

65



Como montar um funil de vendas e e definer metas e métricas para controle das taxas de conversões e vender mais.

66

Soluções B2B

Robson Godoi

Aumento de Receita

Diminuição de Custos

Diminuição de Riscos

67

Etapas do processo de vendas

Robson Godoi

Estabeleça conexões

Estabeleça uma sintonia, crie empatia e esteja genuinamente interessado em resolver o problema dela.

Conscientização da dor

Conheça seu interlocutor antes de abordá-lo. Entenda as necessidades, desejos, dores, desafios e problemas da pessoa, empresa e segmento.

Criar Esperança

Quais os benefícios e diferenciais que sua solução pode oferecer para “curar” essas dores. Transmita claramente o seu valor.

68

Negociar & Vender

Robson Godoi

O que é vender?

69

Negociar & Vender

Robson Godoi

Vender é: Convencer a alguém fazer algo gerando valor para todos os envolvidos

70

71

72

Criação de Valor – B2B

Barra de Ferro
Custa em torno de **US$ 5**

Ferradura
Vale em torno de **US$ 12**

Agulhas
Vale em torno de **US$ 3.500**

Molas de relógio suíço
Vale em torno de **US$ 300.000**

73

Criação de Valor

Características X Benefícios

30%
O que é isso?

70%
O que eu ganho com isso?

Gera valor

74

Não descreva características, aponte seus benefícios

Robson Godoi

Características

Benefícios

Dollarization

"Nossa máquina usa **ligas metálicas de niobio** e as lâminas de corte têm **diamante** em sua composição, por isso que são mais caras."

"Você terá uma **redução de 80% nos custos das manutenções**, sendo que de acordo com o mercado cada parada para manutenção custa R$500 (aproximadamente).

Ao invés de fazer uma parada por turno, você pode rodar por 6 turnos antes de fazer a manutenção, ou seja uma economia de (R$500 x 6 = $3.000) a cada 3 dias.

Sem contar a mão de obra que é necessário e o custo/hora da produção parada, que imagino ser altíssimo.

O poder de corte da lâmina é cerca de 4 vezes superior à média do mercado, ou seja, a economia que terá com a vida útil da lâmina e todos os pontos acima, podemos dizer que o valor do nosso produto não é o dobro e sim 30% do preço concorrentes."

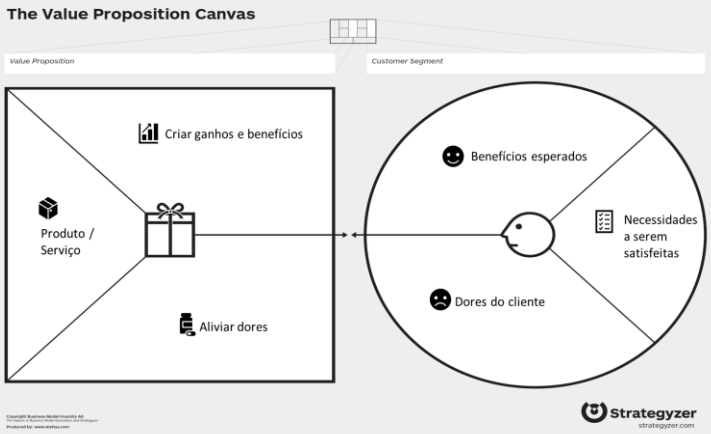
75

Treinamento – Criação de Valor

Robson Godoi

Criação de Valor

Como criar valor através dos benefícios e posicionamento do produto/serviço para sair do foco no preço.



76

77

VW - Sedan Notchback Sea Blue 1500 S - 1964

Robson Godoi

78

Venda seu produto & serviço no lugar certo!

79

“ Você saberá que sua empresa vai bem quando estiver escolhendo clientes”
Robson Godoi

80

contato@robsongodoi.com
+55 (19) 9 9460 7038
robsongodoi
www.robsongodoi.com
B&MS
Business & Marketing Solution
+55 19 9 9460 7038
+55 19 3291 4800
contato@robsongodoi.com
www.robsongodoi.com
robsongodoi
Rua Cézar Tomiatto, 96
CEP 131056-636 - Sousas
Campinas - SP - Brasil
Robson Godoi

81