Antes de entrar em um novo mercado

12 perguntas estratégicas para sua equipe

01 / Oportunidade
Qual problema concreto nossa oferta resolve neste mercado?
Evidência: entrevistas, consultas, uso ou demanda observada.

02 / Cliente
Quem compra, quem recomenda e quem pode impedir a decisão?
Evidência: mapa de pessoas e funções, não apenas uma lista de empresas.

03 / Valor
Por que escolheriam nossa proposta diante das alternativas disponíveis?
Evidência: diferença relevante e demonstrável para o comprador.

04 / Comprovação
O que precisamos demonstrar para gerar confiança?
Evidência: documentação técnica, demonstrações e referências pertinentes.

05 / Contexto
O que muda no idioma, na cultura e na forma de fazer negócios?
Evidência: revisão local de mensagens, canais e expectativas.

06 / Acesso
Como a oferta chegará ao comprador?
Evidência: canal direto, distribuidor, parceiro ou combinação, com responsabilidades claras.

Antes de entrar em um novo mercado

12 perguntas estratégicas para sua equipe

07 / Canal
Do que o canal precisa para compreender, recomendar e vender?
Evidência: argumentos, materiais, capacitação e suporte definidos.

08 / Preparação
Quais requisitos de produto, operação ou validação devemos resolver?
Evidência: revisão com responsáveis técnicos e especialistas do mercado.

09 / Capacidade
Podemos responder a consultas, fornecer produtos e acompanhar o cliente?
Evidência: responsáveis, disponibilidade e processo de atendimento.

10 / Ativação
Quais ações testarão primeiro as hipóteses mais importantes?
Evidência: projetos-piloto delimitados, com objetivo, público e critério de decisão.

11 / Mensuração
Quais sinais indicariam avanço comercial real?
Evidência: consultas qualificadas, reuniões, oportunidades e acompanhamento.

12 / Decisão
O que devemos aprender antes de aumentar o investimento?
Evidência: três validações prioritárias, responsáveis e data de revisão.