



10 Sinais que sua empresa vai MAL

POR ACADEMIA DE EXECUTIVOS



Com esse guia, você vai descobrir aonde sua empresa está indo mal, e assim poderá tomar as decisões necessárias para colocar ela no eixo.



1º SINAL

NÃO TEM UM PROPÓSITO

Qual a razão de existência da sua empresa além do resultado financeiro?

Qual o legado que você, como empreendedor, quer deixar através de sua empresa?

EXEMPLOS

Apple

O propósito da Apple era democratizar o uso de computadores pessoais.

Google

O propósito da Google é democratizar as informações disponíveis no mundo.

Academia de Executivos

O propósito da Academia de Executivos é democratizar informações Essenciais Exponenciais de gestão de negócios de empresas de sucesso.





2º SINAL

NÃO TEM OBJETIVOS DEFINIDOS

Qual é o crescimento previsto do faturamento para os próximos 12 meses?

Você tem um orçamento? Quais os principais números do seu orçamento que refletem seu sucesso?

EXEMPLOS

- Aumentar 10% as vendas em 2019.
- Reduzir 5% o custo do produto em 2019.
- Reduzir 8% as despesas administrativas em 2019.





3º SINAL

NÃO TEM UMA EQUIPE ENGAJADA

Pesquisa mundial da Deloitte, em 2017, demonstra que só 13% dos empregados estão engajados no crescimento das empresas. Os EUA tem o maior nível que é de 24%.

Quer medir o nível de engajamento? Então responda:

- Quantas idéias e sugestões de melhorias sua equipe apresentou nos últimos 12 meses?
- Quantas dessas idéias se transformaram em melhorias nos últimos 12 meses?

EXEMPLO

Em 2018 a equipe da empresa X apresentou 10 sugestões de melhorias, na qual 8 já foram implementadas.

Uma das sugestões resultou em redução do custo da área de vendas em 3%.





4º SINAL

NÃO TEM UMA VANTAGEM COMPETITIVA

Qual é o seu diferencial competitivo?

Qual é sua Proposta de Valor ÚNICA?

EXEMPLOS

Amazon

A Vantagem Competitiva da Amazon é de custo menor de seus produtos e de DIFERENCIAÇÃO devido a entrega dos produtos em 24 horas.

Zara

A Vantagem Competitiva da Zara é de diferenciação, pois possui a melhor cadeia de suprimentos do setor de varejo de Vestuário. Ela consegue desenvolver e entregar novas coleções em 15 dias enquanto que a concorrência leva 3 meses.





5º SINAL

NÃO ENTREGA UM BENEFÍCIO ÚNICO

Qual o benefício que seu cliente ganha comprando de você e não dos seus concorrentes?

O que sua empresa faz que os seus concorrentes não fazem?

EXEMPLOS

Amazon

A Amazon entrega o benefício ÚNICO de economia de dinheiro e de tempo.

Entrega produtos com menor preço e de forma mais rápida.

Zara

A Zara entrega o benefício único de disponibilizar a moda internacional em condições de preços acessíveis à classe média.





6º SINAL

NÃO TEM UM PLANO DE NEGÓCIO

Qual é estratégia de negócio da sua empresa que constrói uma vantagem competitiva?

Qual é o seu plano de ação para crescer seu negócio?

EXEMPLO

Microsoft

A Microsoft possui um Plano de Negócio na qual irá focar crescimento na venda de seus produtos como aplicativos e jogos através do modelo de venda e acesso online bem como quer se tornar líder no fornecimento e venda de serviços de armazenamento em nuvens.





7º SINAL

NÃO CONHECE O CUSTO DO PRODUTO

Qual o recurso mais crítico na construção da estrutura do custo do seu produto?

Quanto ele representa no custo total do produto?

EXEMPLO



Amazon

A Amazon possui um custo de frete de seus fornecedores atuais como Fedex e Correios Americano entre US\$8 e 9 dólares por Caixa transportada.

Ela esta desenvolvendo um projeto de construir sua própria frota de transporte que irá reduzir o custo para US\$6 dólares a Caixa.



8º SINAL

NÃO TEM FOCO

Qual é o seu principal mercado?

Quanto ele representa no faturamento de sua empresa?

EXEMPLOS

Zara

A Zara tem seu foco no Mercado de vestuário feminino, pertencentes a classe C+ B e A-, com idade entre 18 e 42 anos.

Southwest

A empresa aérea Americana Southwest tem seu foco em voos domésticos utilizando aeroportos regionais.

Victoria`s Secrets

A Victoria's Secret tem seu foco no publico feminino entre 18 e 30 anos de classe média e alta.





9º SINAL

NÃO TEM RENTABILIDADE ACIMA DA MÉDIA DE MERCADO

Qual a rentabilidade dos concorrentes diretos?

Por que sua rentabilidade está abaixo da média do mercado?

EXEMPLOS

Itaú

O banco Itaú possui uma rentabilidade maior que a de seus concorrentes diretos.

Em 2018 ficou em 21,90%, contra 19,70% do Bradesco.

Apple

A Apple no mercado de Smartphone possui uma rentabilidade de 50,30%, maior que a de todos os seus concorrentes.

Zara

A Zara possui uma rentabilidade maior que a de seus concorrentes diretos.





10° SINAL

NÃO TEM CRESCIMENTO DAS VENDAS NOS
ÚLTIMOS 2 ANOS

Quanto cresceu o seu mercado alvo?

Qual o concorrente que está crescendo e por que?

EXEMPLOS

Geral

O setor de supermercados cresceu 4,30% em 2017.

O mercado de plano de saúde cresceu 0,10% em 2018.

O mercado farmacêutico cresceu 11,90% em 2018.

O mercado de panificação e confeitaria cresceu 2,80% em 2018.

Ambev

A Ambev aumentou sua receita líquida em 6,90% e registrou lucro líquido de R\$ 11,377 bilhões em 2018, uma alta de 44,9% frente aos R\$ 7,850 bilhões de 2017.

Zara

Zara aumenta suas vendas em 3% no último ano fiscal de 2018 atingindo um recorde histórico de 26,14 bilhões de euros de faturamento.



NOSSO TIME



Rinaldo J. A. Lopes

BUSINESS MASTER



Ricardo S. A. Lopes

BUSINESS MASTER

NOS ACOMPANHE

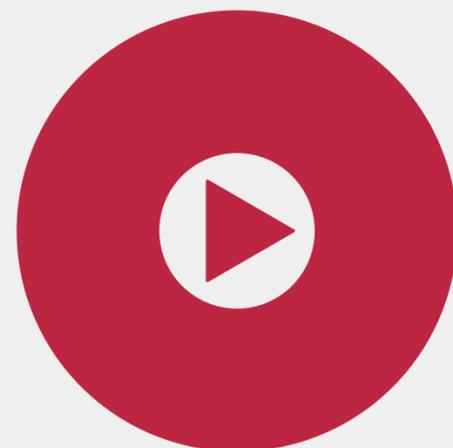
FACTORS TO CONSIDER



<https://academiadeexecutivos.com/>



@AcademiaDeExecutivos



Academia de executivos