



HISTÓRIA, TENDÊNCIAS e ESTRATÉGIAS BÁSICAS DE ECOMMERCE

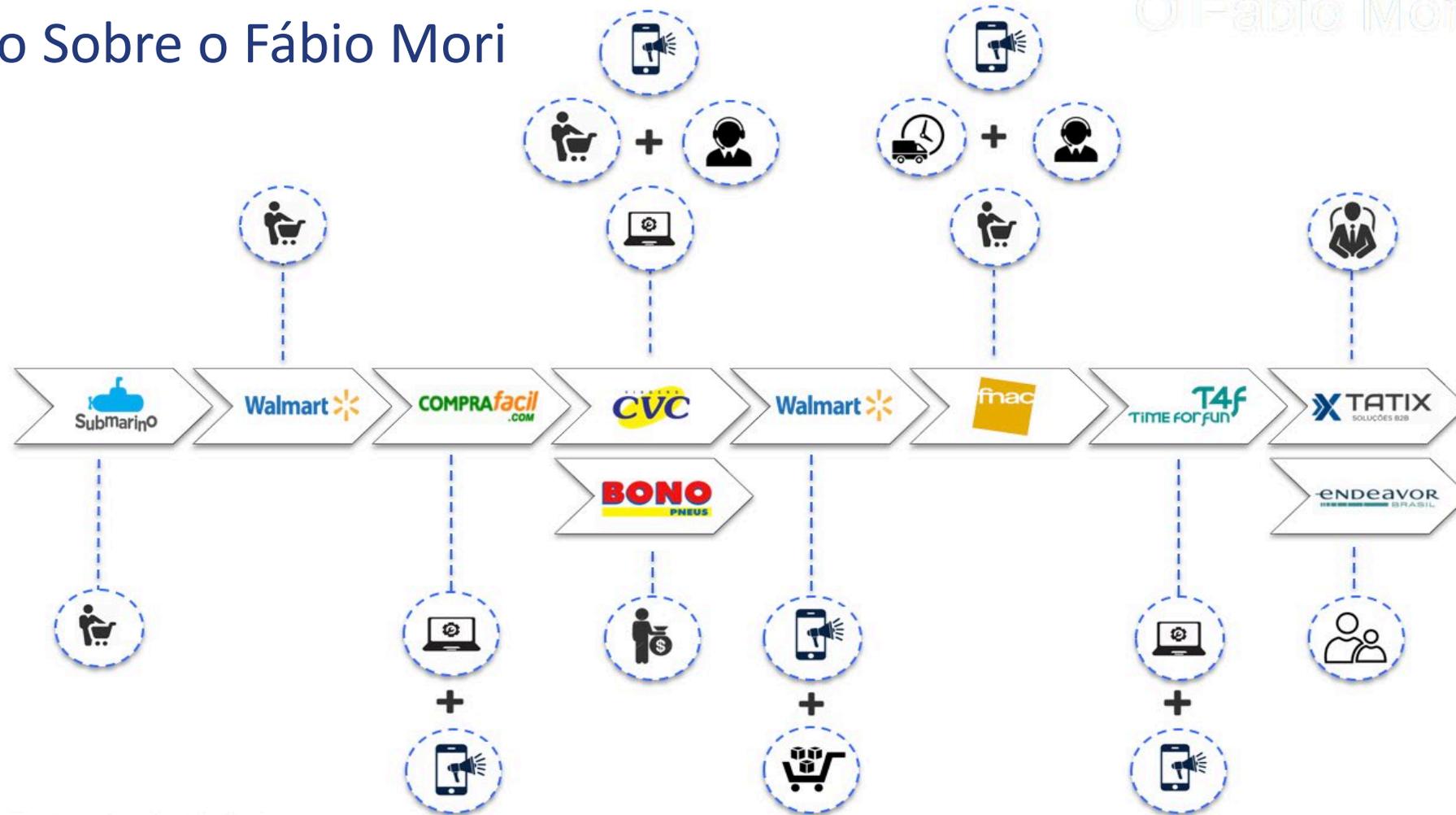
 Fórum Brasileiro da Indústria de
Piscinas e SPAS

 **expolazer**
& outdoor living

O PALESTRANTE

Um Pouco Sobre o Fábio Mori

© Fábio Mori



© Fábio Mori

A TATIX

Uma Empresa Especialista em Criação e Gestão de E-Commerce



A Tatix conta com mais de 200 colaboradores diretos para realizar a gestão dos negócios de seus parceiros



Dirigida por cinco sócios com mais de 15 anos de experiência no segmento B2B e B2C de e-commerce



Oferece total flexibilidade no desenvolvimento e operacionalização de soluções de acordo com cada cliente

Escritório Administrativo no Rio de Janeiro
Centro de Distribuição em Embu das Artes
Centro de Distribuição em Araçariquama
Centro de Distribuição em Americana
Unidade de Call Center em Taboão da Serra

4^o Fórum Brasileiro da Indústria de
Piscinas e SPAS

 **expolazer**
& outdoor living



A TATIX

Alguns de Nossos Parceiros

ambev

 PEPSICO

SKY

Everest

SEXY

Usaflex

UNICRED 

UBER

LEVEROS

 Rio2016

PAYOT
PARIS

 AVENIDA

PERNAMBUCANAS

 GIGA
BARATO

AMERICAN PET

chilli
beans

 som livre

+amigas

Cybelar

 WESTWING

BIRKENSTOCK

 Fórum Brasileiro da Indústria de
Piscinas e SPAS

 expolazer
& outdoor living

E QUEM SÃO VOCES?





VAMOS FALAR DA HISTÓRIA DE E-COMMERCE

Microsoft Windows 95



E Vamos Começar VOLTANDO a 1995

BACK
TO
THE **FUTURE**

A HISTÓRIA DO ECOMMERCE

1995 - Como era o Brasil

Celular Startac
foi lançado



Tela do pioneiro internet
Banking no Brasil



1 Dólar a 1 Real



O cenário varejista era
completamente diferente

Mappin

Mesbla
O Melhor Para Você.

Entrada de empresas
internacionais

WAL★MART
LEROY MERLIN
A casa de sua casa.

CINEMARK

2 anos de plano Real



4 Fórum Brasileiro da Indústria de
Piscinas e SPAS

 **expolazer**
& outdoor living

A HISTÓRIA DO ECOMMERCE

Muitas Dúvidas Existiam Quando Falávamos Sobre E-commerce

“Ninguém vai comprar nada pela internet”



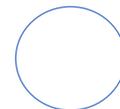
“Mas na internet só vende livros e CDs?”



“A CADEIA de distribuição vai impedir que se evolua”



“Quem vai COMPRAR algo que precisa EXPERIMENTAR como ROUPA?”



“Isso é coisa para GENTE GRANDE”



A HISTÓRIA DO ECOMMERCE

No Brasil Surgem os Primeiros Grandes Varejos Virtuais

Booknet.com



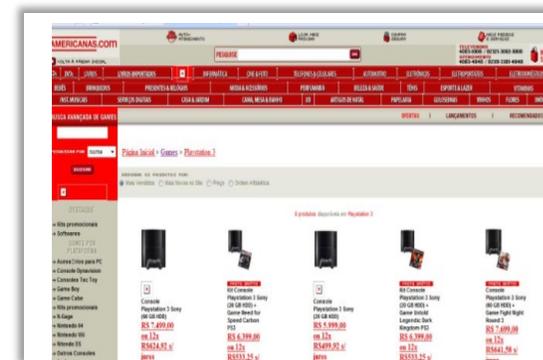
- Lançado em **1995**
- Pagamento em **dinheiro** na entrega
- Venda em **1997** para **GP Invest**

Submarino.com.br



- Adquirem a **Booknet.com.br**
- Lançada em **1999**
- Cds, Livros e Brinquedos
- **R\$ 1mi** no primeiro mês de venda
- Em **6 meses**, **500 mil** clientes

Americanas.com.br



- Lançada em **1.999**
- **Parceria** com **bancos** internacionais
- Estrutura **apartada** da física
- Em seu **primeiro ano** de operação já foi avaliada em **R\$ 12mi**

A HISTÓRIA DO ECOMMERCE

Muitas Dúvidas Existiam Quando Falávamos Sobre E-commerce

“Ninguém vai comprar nada pela internet”



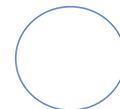
“Mas na internet só vende livros e CDs?”



“A CADEIA de distribuição vai impedir que se evolua”



“Quem vai COMPRAR algo que precisa EXPERIMENTAR como ROUPA?”



“Isso é coisa para GENTE GRANDE”



A HISTÓRIA DO ECOMMERCE

Brasil Grandes do Varejo Físico Também Entram



MERCADOS

Localiza e Submarino são os IPOs latinos mais rentáveis de 2005

Das 20 empresas latino-americanas analisadas pela consultoria Economática, dez registraram desvalorização

Por Da Redação
© 24 maio 2011, 18h01

 **pontofrio.com**

Ricardo
eletr.com

 **extra.com.br**

CASAS
BAHIA.COM

 **.com**

 Fórum Brasileiro da Indústria de
Piscinas e SPAS

 **expolazer**
& outdoor living

A HISTÓRIA DO ECOMMERCE

O E-commerce Deixa de Ser Apenas BENS de CONSUMO



O que eles tem em COMUM: OUVEM suas audiencias e tem um PROPÓSITO

A HISTÓRIA DO ECOMMERCE

Muitas Dúvidas Existiam Quando Falávamos Sobre E-commerce

“Ninguém vai comprar nada pela internet”



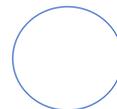
“Mas na internet só vende livros e CDs?”



“A CADEIA de distribuição vai impedir que se evolua”



“Quem vai COMPRAR algo que precisa EXPERIMENTAR como ROUPA?”

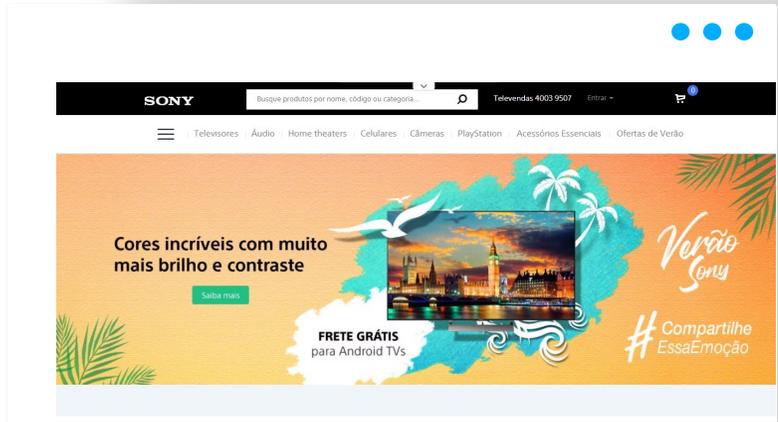


“Isso é coisa para GENTE GRANDE”



A INDUSTRIA

Também Entra no Mercado



A HISTÓRIA DO ECOMMERCE

Muitas Dúvidas Existiam Quando Falávamos Sobre E-commerce

“Ninguém vai comprar nada pela internet”



“Mas na internet só vende livros e CDs?”



“A CADEIA de distribuição vai impedir que se evolua”



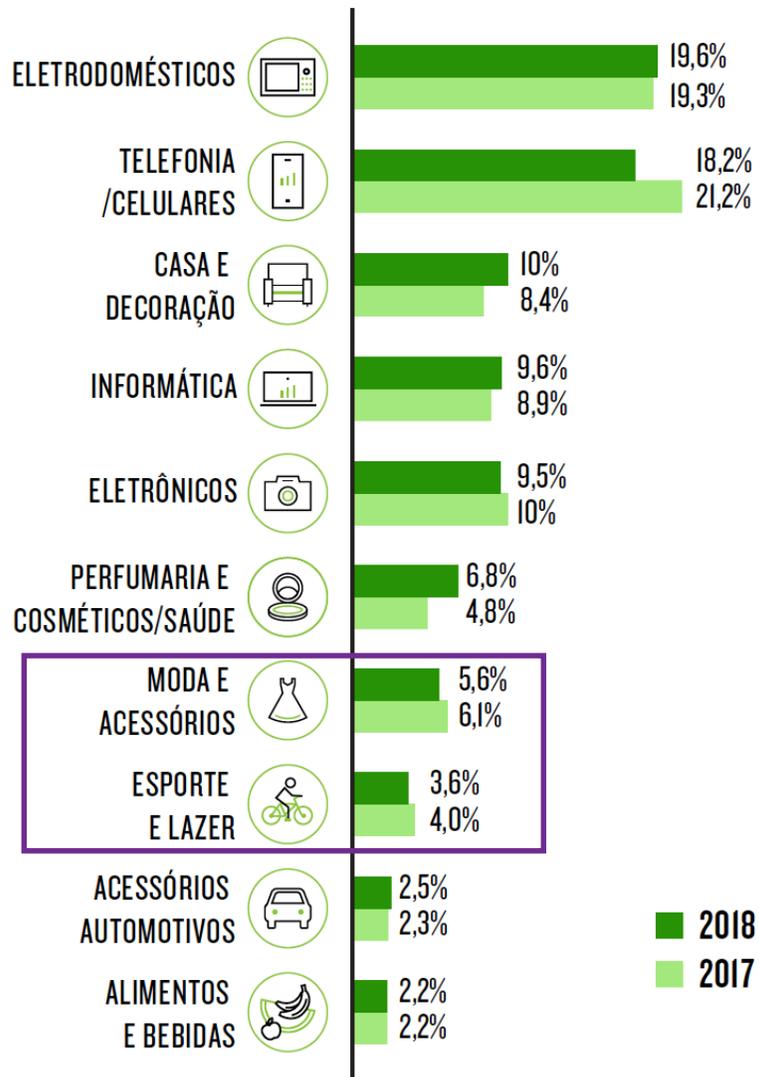
“Quem vai COMPRAR algo que precisa EXPERIMENTAR como ROUPA?”



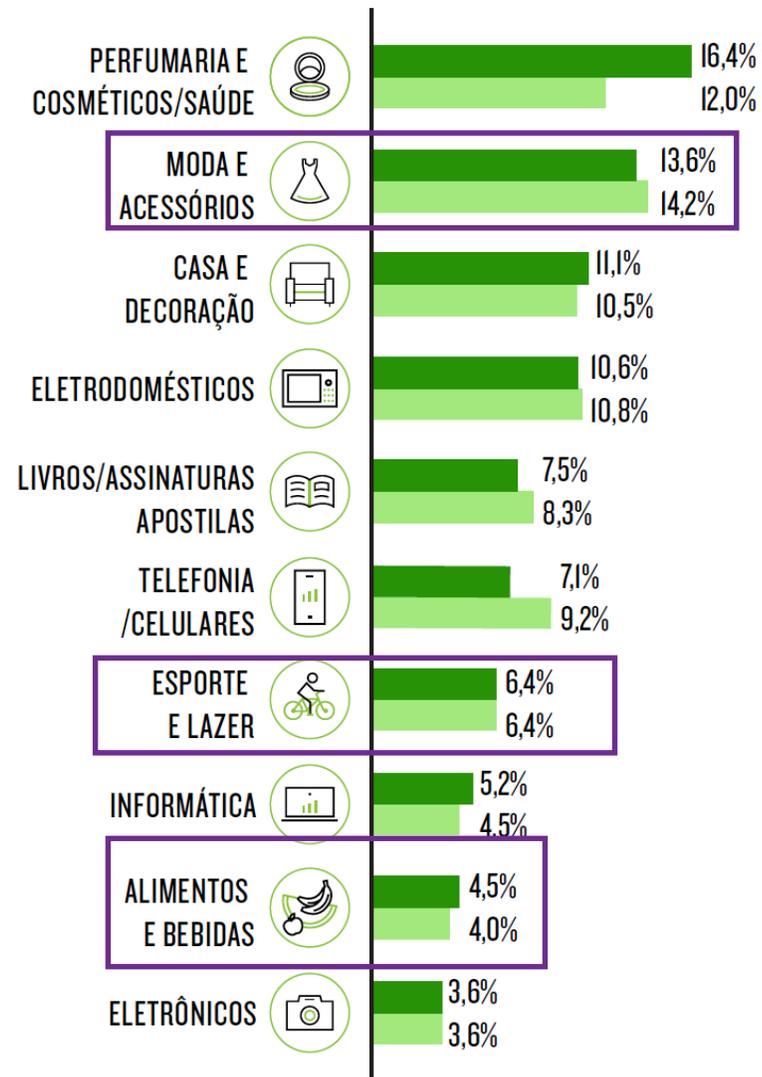
“Isso é coisa para GENTE GRANDE”



FATURAMENTO



PEDIDO



A HISTÓRIA DO ECOMMERCE

O Potencial é Enorme

A HISTÓRIA DO ECOMMERCE

Muitas Dúvidas Existiam Quando Falávamos Sobre E-commerce

“Ninguém vai comprar nada pela internet”



“Mas na internet só vende livros e CDs?”



“A CADEIA de distribuição vai impedir que se evolua”



“Quem vai COMPRAR algo que precisa EXPERIMENTAR como ROUPA?”



“Isso é coisa para GENTE GRANDE”





Chegou a Hora de Falar Sobre MKT PLACE

A HISTÓRIA DO ECOMMERCE

Muitas Dúvidas Existiam Quando Falávamos Sobre E-commerce

Market Place é o MODELO de NEGÓCIO em que GRANDES LOJAS Online abrem suas VITRINES para que QUALQUER EMPRESA possa expor e VENDER seus produtos em TROCA de uma COMISSÃO e já é uma REALIDADE no Brasil.



A HISTÓRIA DO ECOMMERCE

Muitas Dúvidas Existiam Quando Falávamos Sobre E-commerce

Os GRANDES PLAYERS de magazine apresentam grandes números de VISITAS e se destacam no cenário nacional.

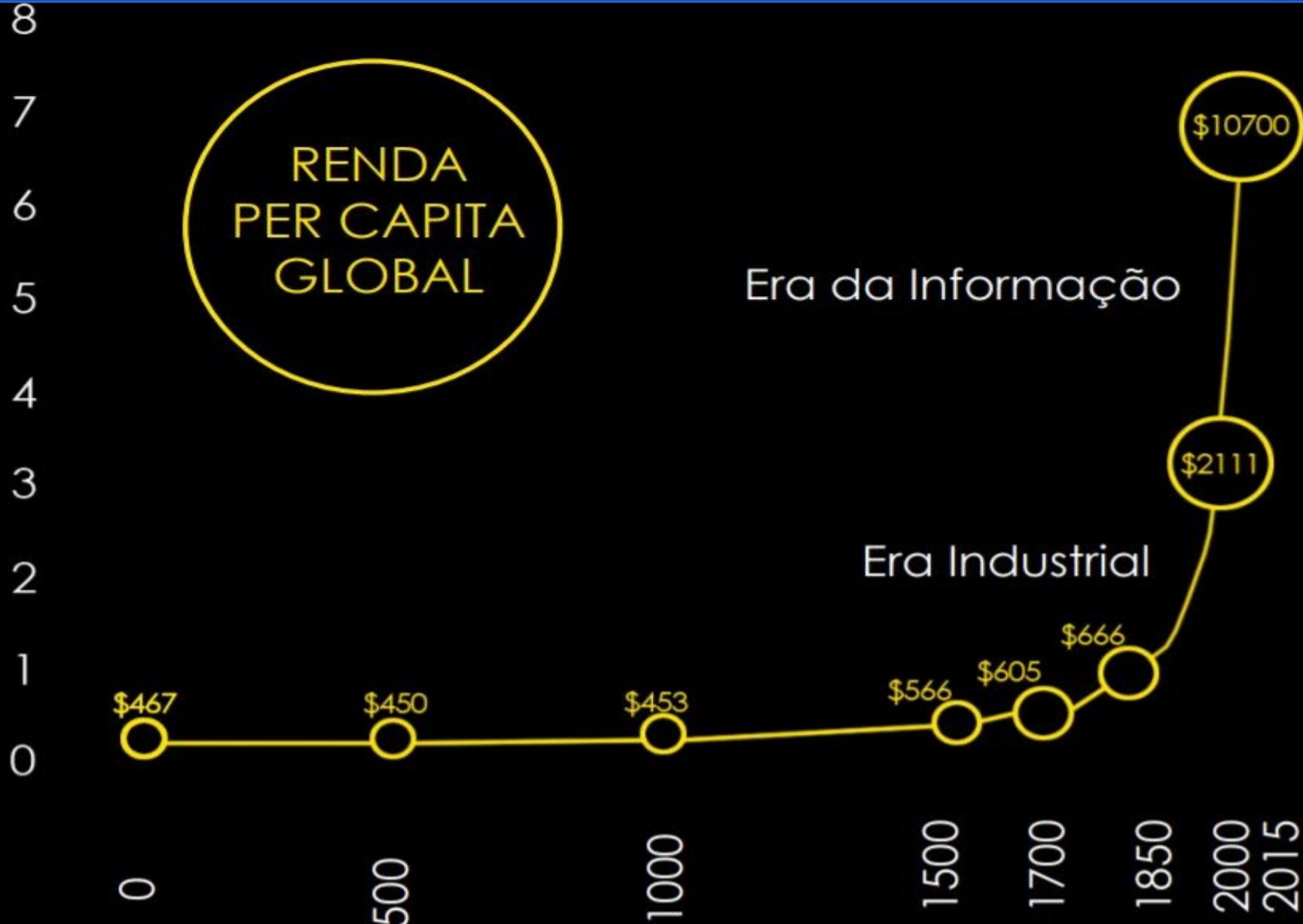




TECNOLOGIA

A era da Informação

Bilhões de pessoas no mundo



TECNOLOGIA = TUDO aquilo que surgiu depois que **VOCE** nasceu



Ou seja, para as NOVAS GERAÇÕES não existe vida sem Internet

A INTERNET

Em 60 Segundos



- 4,5 MM de views de vídeos no YOUTUBE
- 694.444 horas de conteúdo no NETFLIX
- 390.000 APPs são baixados
- 3,8 milhões de buscas no GOOGLE
- 188 MM de E-MAILS são enviados

A NOVA ORDEM

O Mundo em Que Vivemos



Menino de 8 anos aprende a dirigir no YouTube e leva irmã menor ao McDonald's

Garoto percorreu 2,5 km para comprar cheeseburger

[f](#) Compartilhar [p](#) [in](#) [G+](#) [t](#) [m](#) Assine já!

A NOVA ORDEM

O Mundo em Que Vivemos

meio&mensagem

A força dos influenciadores da fé

Francisco, o Papa influenciador



Não é só a igreja evangélica que entende o poder das mídias sociais. A Igreja Católica e o movimento de renovação iniciado pelo papa Francisco tem feito isso em multiplataforma. Além do Twitter e Instagram, Francisco chegou a fazer um Ted, em maio, após alguns meses

de negociações. “O papa Francisco, de fato, deve ser reconhecidamente louvado pela forma com que consegue articular a evangelização por meio das modernas mídias que hoje existem”, diz Luiz Claudio Braga, assessor eclesiástico da Pastoral da Comunicação da Arquidiocese de São Paulo (Pascom), responsável pelas redes sociais da Arquidiocese e pelo jornal São Paulo.



A NOVA ORDEM

O Mundo em Que Vivemos



Russos fazendo uma selfie em Dubai (Foto: Alexander Remnev)

Selfies já matam mais humanos do que ataques de tubarões

Um levantamento do site Mashable mostra que tirar foto de si mesmo pode ser mais perigoso do que nadar com tubarões

BRUNO FERRARI

22/09/2015 - 09h34 - Atualizado 03/11/2016 22h01

A NOVA ORDEM

O Mundo em Que Vivemos



Celular é a terceira maior causa de mortes no trânsito no Brasil, diz pesquisa

Uso de celular no volante resulta em 150 vítimas por dia e 54 mil por ano, de acordo com a

4 Fórum Brasileiro da Indústria de
Piscinas e SPAS

expolazer
& outdoor living

A NOVA ORDEM

O Mundo em Que Vivemos



Faixa luminosa avisa pedestres 'grudados' ao celular quando atravessar a rua; assista

🕒 3 março 2017

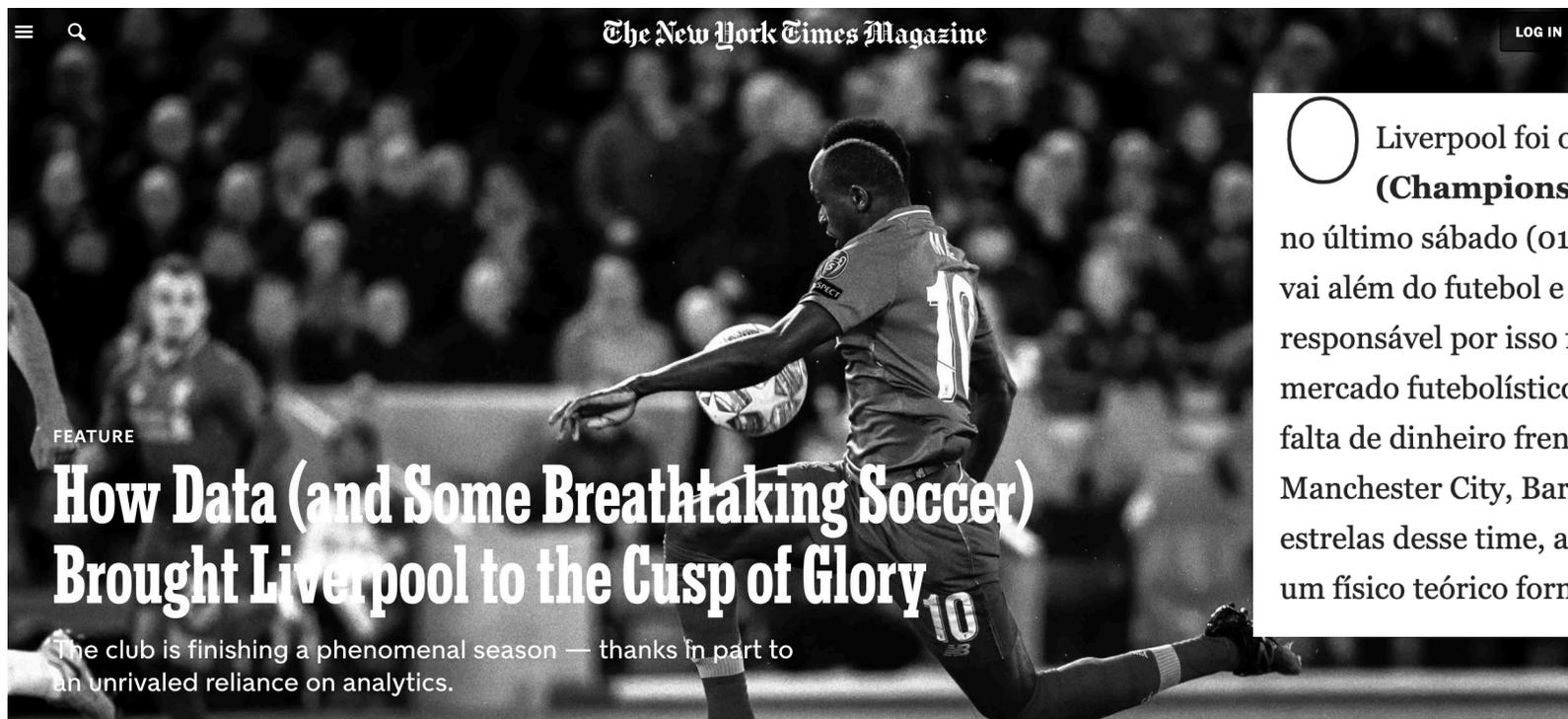
[f](#) [🗨️](#) [🐦](#) [✉️](#) [Compartilhar](#)

A cidade de Bodegraven, na Holanda, instalou faixas de pedestres luminosas - e que mudam de cor conforme o sinal de trânsito - para ajudar pessoas distraídas no celular a atravessar as ruas com segurança.

As luzes foram desenvolvidas para alertar quem está de cabeça baixa olhando para o smartphone e, logo, desatento à sinalização.

A NOVA ORDEM

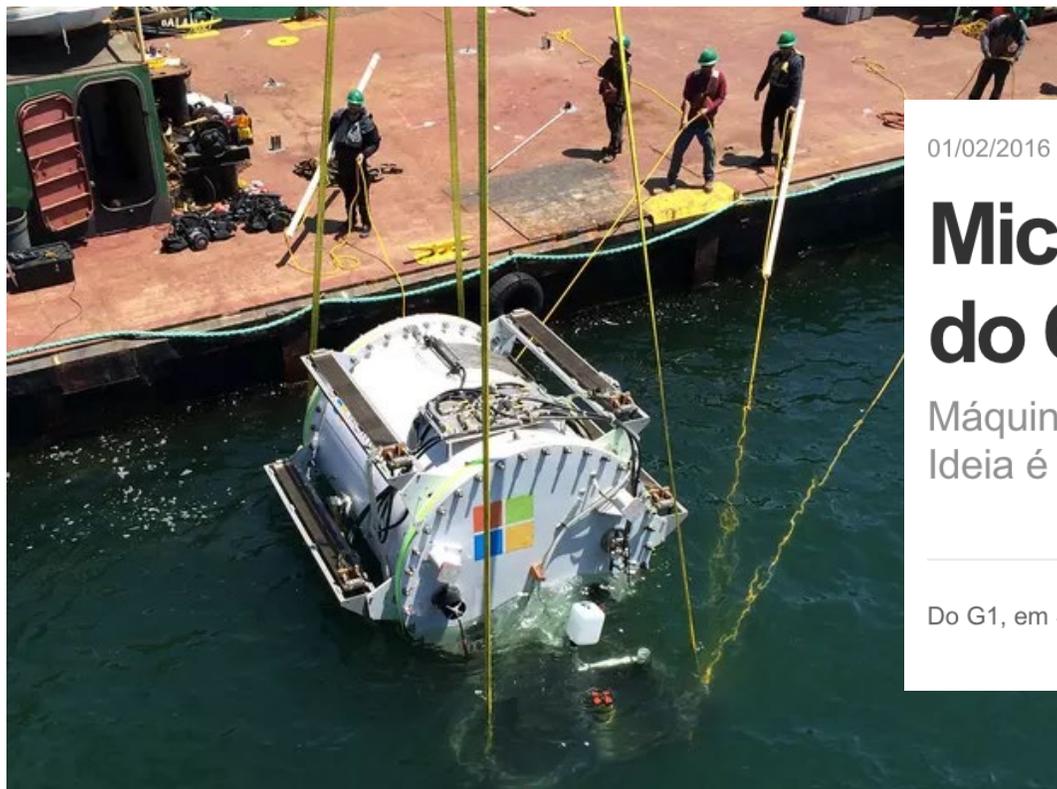
O Mundo em Que Vivemos



○ Liverpool foi o grande vencedor da **Liga dos Campeões (Champions League)** 2019. O time venceu o Tottenham por 2 a 0 no último sábado (01/06). O que poucos sabem é que a edição deste ano vai além do futebol e abre as portas para uma nova era do [esporte](#). O responsável por isso foi o Liverpool Football Club, time que revolucionou o mercado futebolístico aplicando tecnologia e [big data](#) para compensar a falta de dinheiro frente a gigantes do futebol mundial como Real Madrid, Manchester City, Barcelona e Manchester United. Uma das grandes estrelas desse time, aliás, não é o que a torcida esperaria: ele é [Ian Graham](#), um físico teórico formado pela renomada Universidade de Cambridge.

A NOVA ORDEM

O Mundo em Que Vivemos



01/02/2016 18h12 - Atualizado em 01/02/2016 18h26

Microsoft instala datacenter no fundo do Oceano Pacífico

Máquina de 17,2 toneladas ficou submersa por três meses em 2015. Ideia é ter máquinas de processamento na nuvem mais sustentáveis.

Do G1, em São Paulo



A NOVA ORDEM

O Mundo em Que Vivemos



Em parceria com Embraer, Uber lança projeto de veículo voador

Aeronave elétrica seria capaz de voar entre São Paulo e Campinas em 18 minutos. Boeing também participa

Paula Soprana*

08/05/2018 - 23:22 / 09/05/2018 - 13:48



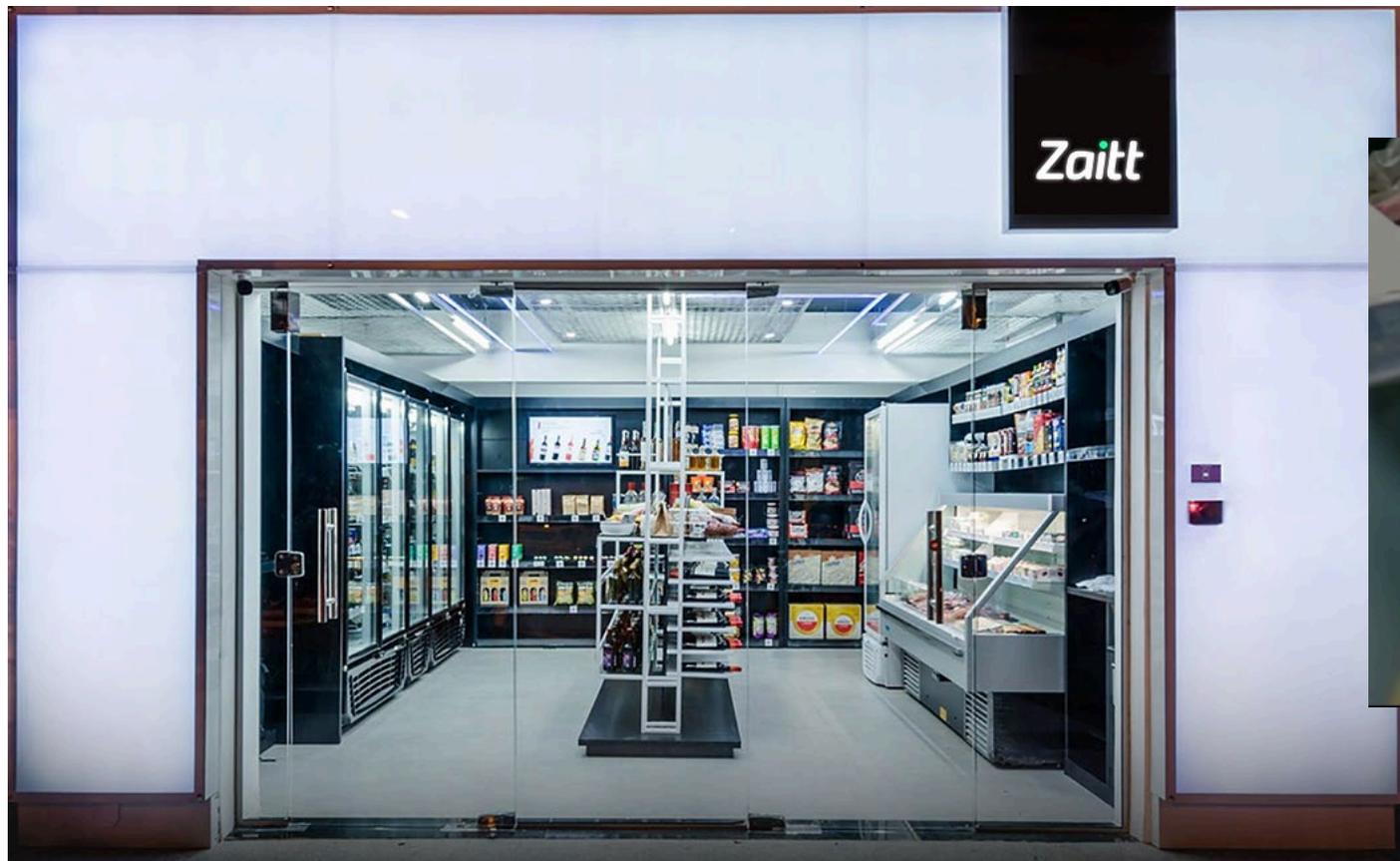
Embraer apresenta o eVtol em parceria com o Uber Foto: Divulgação

4º Fórum Brasileiro da Indústria de
Piscinas e SPAS

 **expolazer**
& outdoor living

A NOVA ORDEM

O Mundo em Que Vivemos



4º Fórum Brasileiro da Indústria de
Piscinas e SPAS

 **expolazer**
& outdoor living

A NOVA ORDEM

O Mundo em Que Vivemos

Colocação	Empresa	Valor de mercado em dólar
1ª	Apple	US\$ 833,25 bilhões
2ª	Amazon	US\$ 734,85 bilhões
3ª	Microsoft	US\$ 725,78 bilhões
4ª	Alphabet	US\$ 723,48 bilhões
5ª	Facebook	US\$ 505,93 bilhões
6ª	Berkshire Hathaway	US\$ 489,0 bilhões
7ª	Alibaba	US\$ 439,85 bilhões
8ª	JP Morgan Chase & Co	US\$ 377,85 bilhões
9ª	Johnson & Johnson	US\$ 343,43 bilhões
10ª	Exxon Mobil	US\$ 342,64 bilhões

PIB do Brasil cresce 0,8% no terceiro trimestre de 2018, em linha com o esperado

A expectativa era de aceleração de 0,8% na comparação trimestral e 1,6% na base anual, segundo pesquisa da Bloomberg

No acumulado nos quatro trimestres terminados no 3º trimestre de 2018, o PIB subiu 1,4% em relação ao Brasil / Produto Interno Bruto (2017)

2,056 trilhões USD
2017



sendo R\$ 1,464 trilhão.

A NOVA ORDEM

O Mundo em Que Vivemos

Tencent

Origem: Wikipédia, a enciclopédia livre.

Tencent é o maior e mais utilizado portal de serviços de internet da **China**. Desde a sua criação, na última década, Tencent tem mantido um crescimento constante no âmbito das suas estratégias operacionais voltadas para o usuário.^[3]

Se tornou a quinta maior empresa de Internet do mundo depois do **Google**, **Amazon**, **Alibaba** e **Ebay** a partir de outubro de 2011. ^[4]

Produtos [[editar](#) | [editar código-fonte](#)]

- **QQ** (QQ Instant Messenger),
- **WeChat**^[5]
- Tenpay
- QQ Games

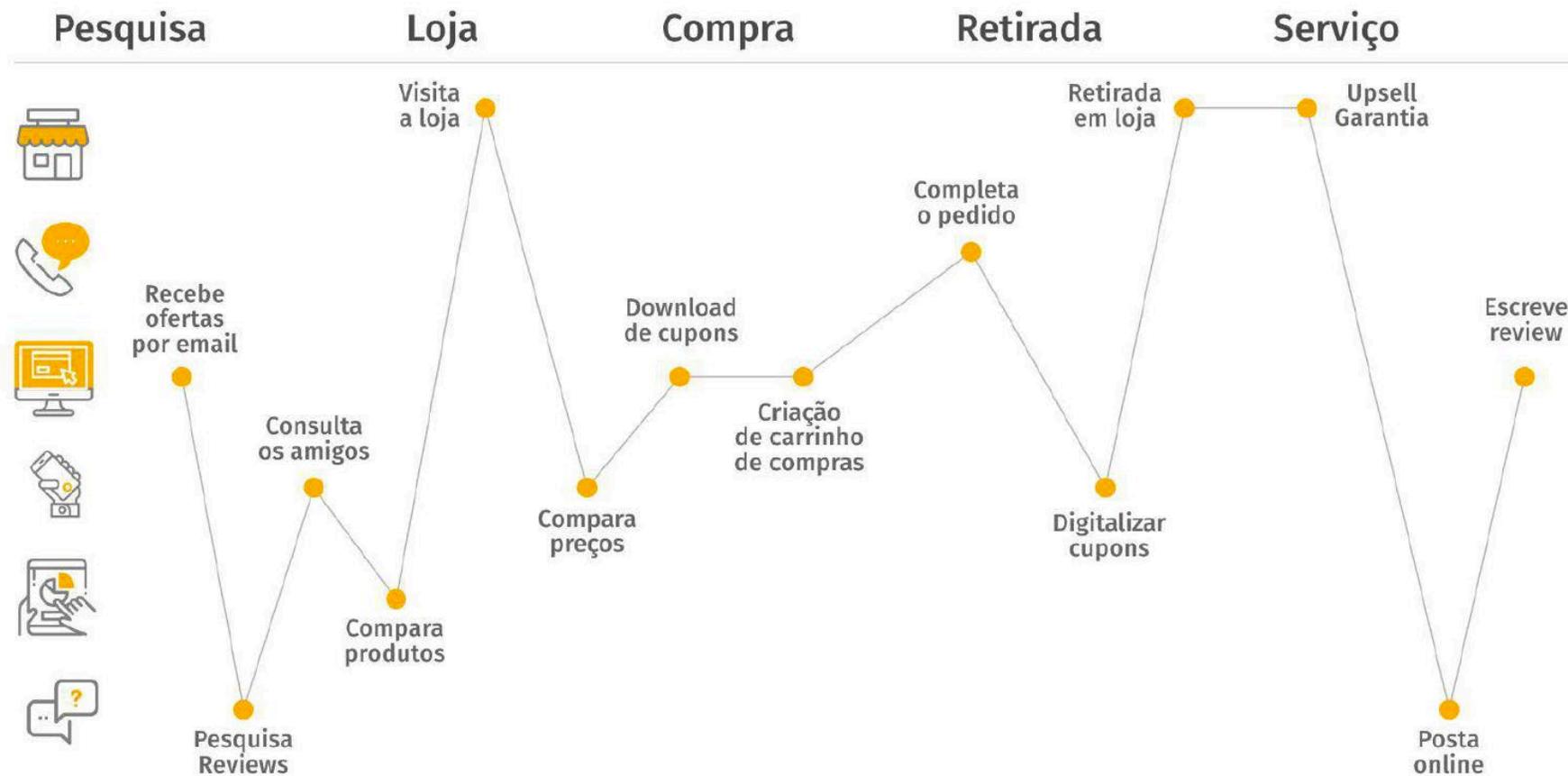
Participações da Tencent em outras empresas

- **Riot Games** (69%)
- **Blizzard Entertainment** (12%)
- **Supercell** (84.3%)
- **Epic Games** (40%)^[6]
- Kingsoft Network Technology (18%)
- South Korea's CJ Games (28%)
- JD.com (15%)
- **GLU Mobile** (14.6%)
- **PUBG** (32,2%)
- Snap (12%)
- **Arena Of Valor**
- **Ring of Elysium**  (ROE)
- **Grinding Gear Games** (80%)
- **Via Varejo** (36%)
- **Level Up! Games**(49%)
- Dentre outras

TTM Revenue (\$bn)

A NOVA ORDEM

O Mundo em Que Vivemos

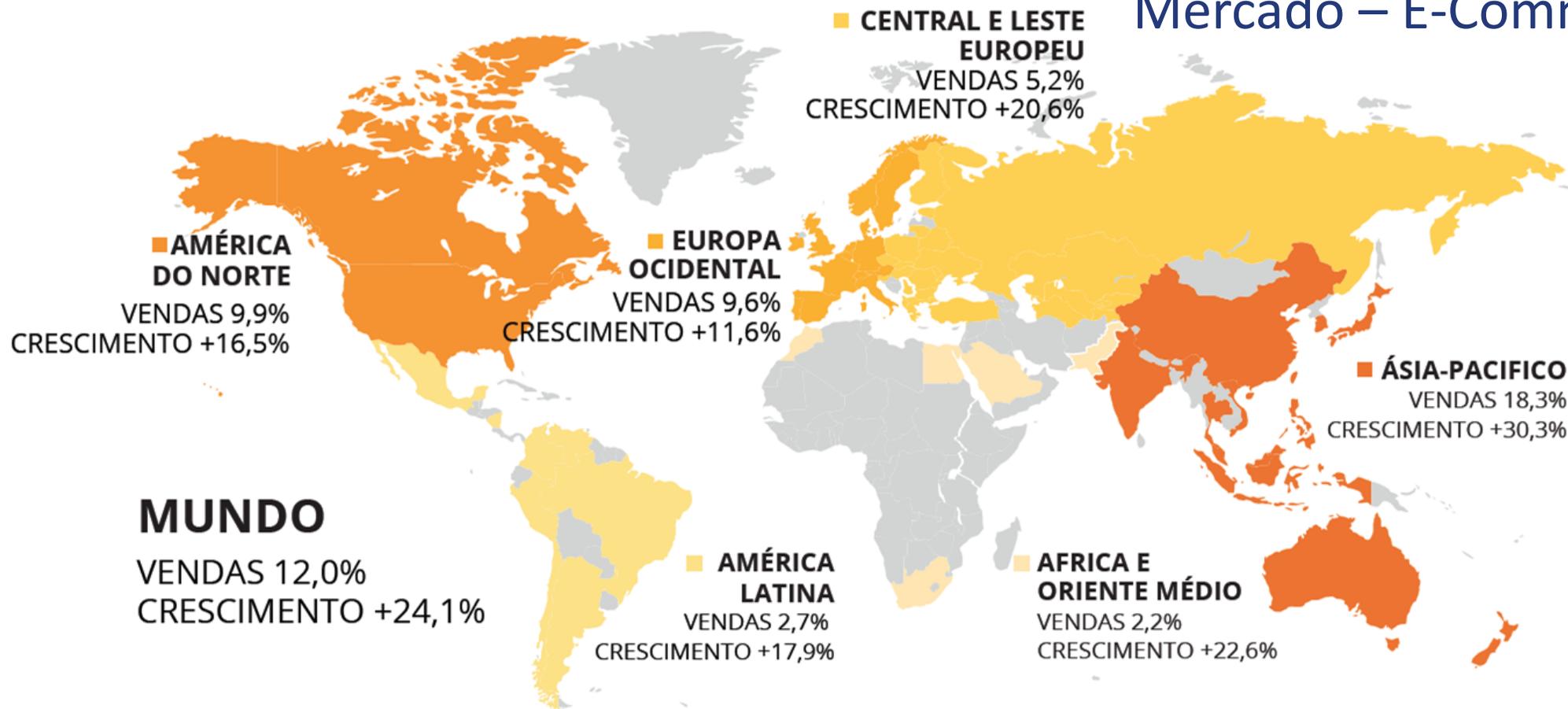




B2C E-COMMERCE no BRASIL

CONTEXTO

Mercado – E-Commerce no Mundo



Fonte: eMarketer | Worldwide Retail e-commerce Sales by Region | 2018 – All categories

CONTEXTO

Mercado - Dados E-Commerce LATAM

ONLINE

O **Brasil** é o mercado mais **desenvolvido** em termos de **e-commerce** na **América Latina**, com importância nas **vendas** de **4,3%** e **crescimento** de dois dígitos (**12%**). Os mercados mais incipientes como a **Argentina** também apresentam números expressivos de crescimento (**37,5% em 2018 vs. 2017**), mas contam com altas taxas de **inflação** (**40,5%**).

BRASIL		ARGENTINA		MÉXICO		DEMAIS PAÍSES LATAM	
IMP. VENDAS	4,3%	IMP. VENDAS	2,3%	IMP. VENDAS	1,3%	IMP. VENDAS	2,5%
CRESCIMENTO	+12,0%	CRESCIMENTO	+37,5%	CRESCIMENTO	+15,3%	CRESCIMENTO	+19,5%

OFFLINE

BRASIL		ARGENTINA		MÉXICO		DEMAIS PAÍSES LATAM	
PIB:	+1,1%	PIB:	-2,6%	PIB:	+2,0%	PIB:	+1,2%
FMCG:	-2,8%	FMCG:	-2,8%	FMCG:	+1,8%	FMCG:	-0,8%

INFLAÇÃO: +47,6%

Fonte: dados online: eMarketer | Worldwide Retail e-commerce Sales by Region | 2018 - All categories | dados Offline: Nielsen Quarter by Numbers Latam Q4'18 | UOL Economia (crescimento Latam)

Mercado - 25 Anos de História no Brasil

1995 - 2006

PRIMEIROS VAREJISTAS
ABREM VENDAS NO CANAL

PDA Delivery
Ponto Frio
Magazine Luiza
Americanas.com
Visa Eletron para
pagamentos online

2007 - 2011

13 MILHÕES DE
COMPRADORES
ONLINE NO BRASIL

Walmart.com
Casas Bahia
Renner

APPLE
LANÇA IPHONE

Celular une funções
de telefone ao acesso
a internet

FACEBOOK

Primeiras fanpages de empresas
começam a surgir

2019

1990

INTERNET
CHEGA AO
BRASIL

1995 operadoras
começam a
comercializá-la

2004

REDES SOCIAIS
Orkut é lançado
pelo Google e
vira febre no país

2012 - 2018

ASCENÇÃO DA CLASSE C
BOOM EM VENDAS
DE SMARTPHONES
MODA E ACESSÓRIOS
LIDERAM VENDAS ONLINE

R\$53,2 BILHÕES

De faturamento
e-commerce no
Brasil em 2018

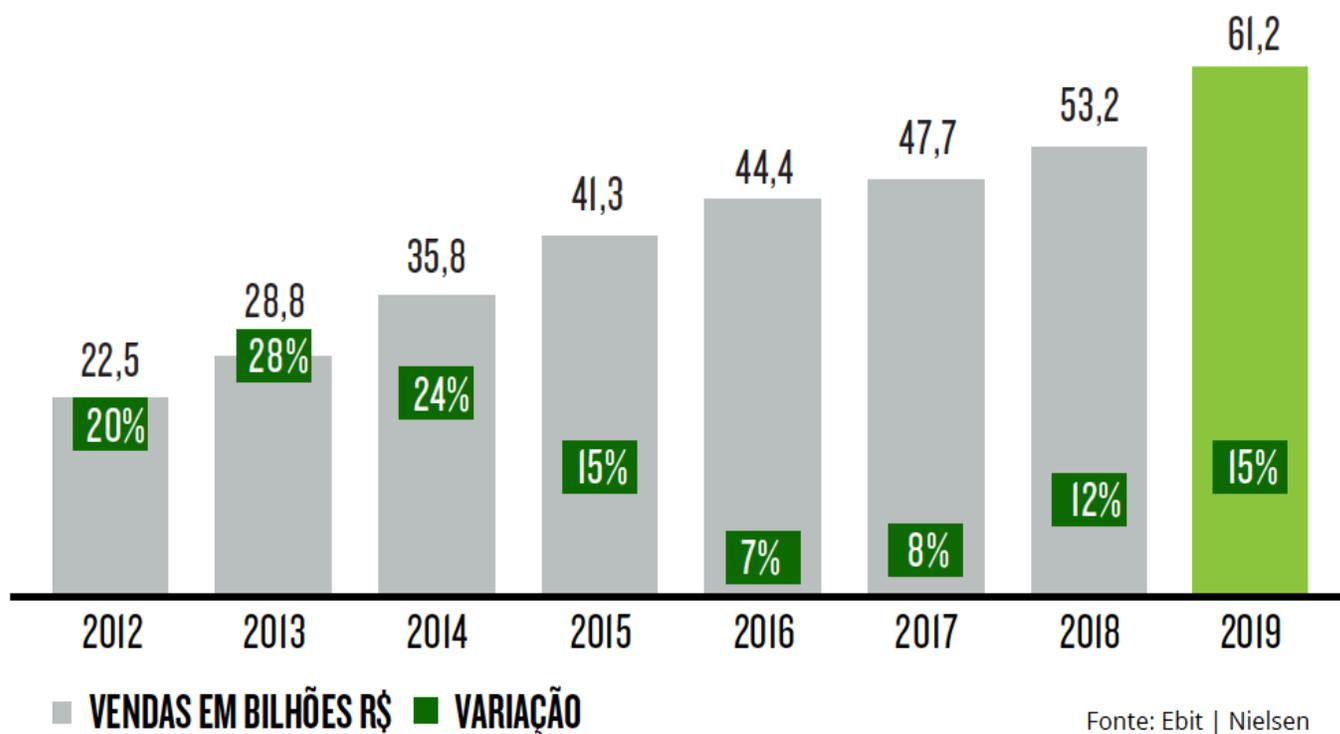
58 MILHÕES

de brasileiros efetuaram
pelo menos 1 compra
online em 2018

Fonte: Ebit | Nielsen

CONTEXTO

Histórico e Forecast de Vendas do E-Commerce no Brasil



Fonte: Ebit | Nielsen

FATURAMENTO	R\$ 61,2 bi	↑	15%
PEDIDOS	137 mi	↑	12%
TICKET MÉDIO	R\$ 447,00	↑	3%

A **última vez** que o setor alcançou **variação de dois dígitos** em relação aos pedidos foi no comparativo **entre 2014 e 2013**. A **expectativa** é que tal aumento se **mantenha** também em **2019**, chegando a **137 milhões de pedidos**, um aumento de 12%.



TENDENCIAS no Mundo de PRESTAÇÃO de SERVIÇOS

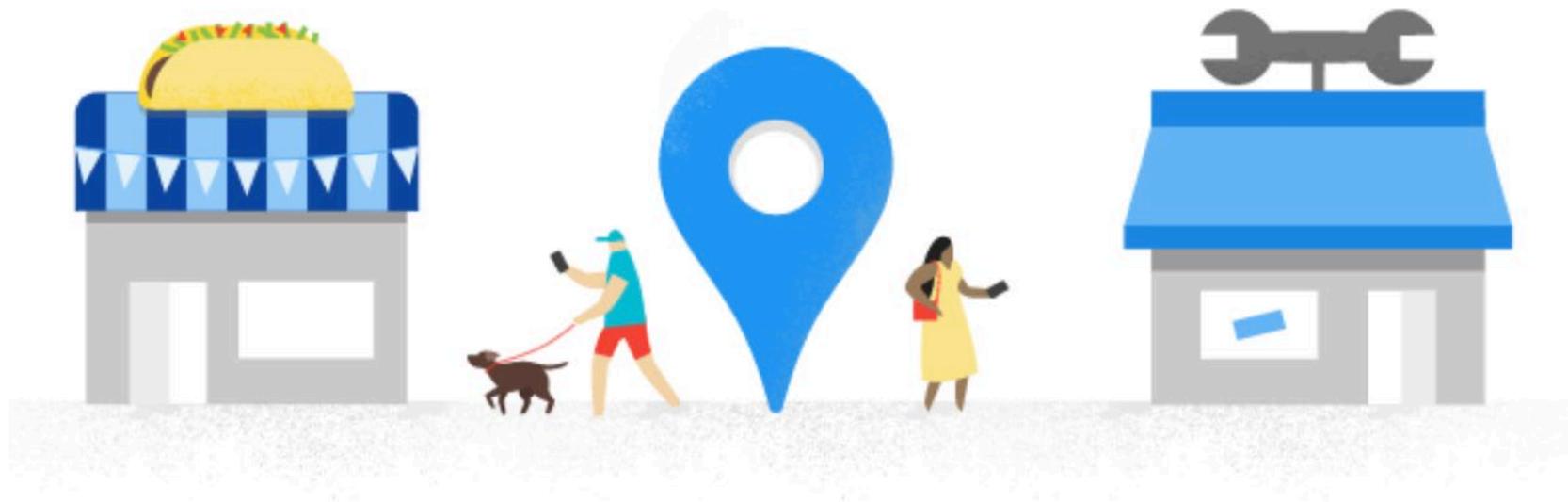
CASE SERVIÇOS

O Que o Burguer King Enxergou de Oportunidade no Transito Mexicano



GOOGLE MY BUSINESS

Porque Ele Merece Toda Atenção



30% of all mobile searches are related to location.⁴



2.1X

increase in mobile searches for
"stores open now" or "food open now"
in the past year.⁵

GOOGLE MY BUSINESS

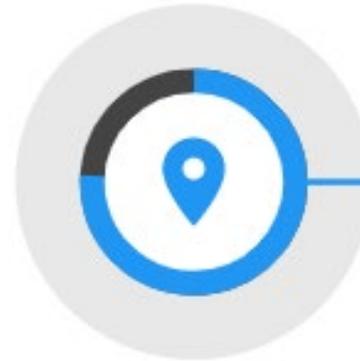
Porque Ele Merece Toda Atenção



1.3X

increase in mobile searches for "**where to buy/find/get**" in the past year.⁶

Até pesquisas por opções de **compras locais diretas** têm **aumentado**



76%

of people who search on their smartphones for something nearby **visit a business within a day ...**⁷



28%

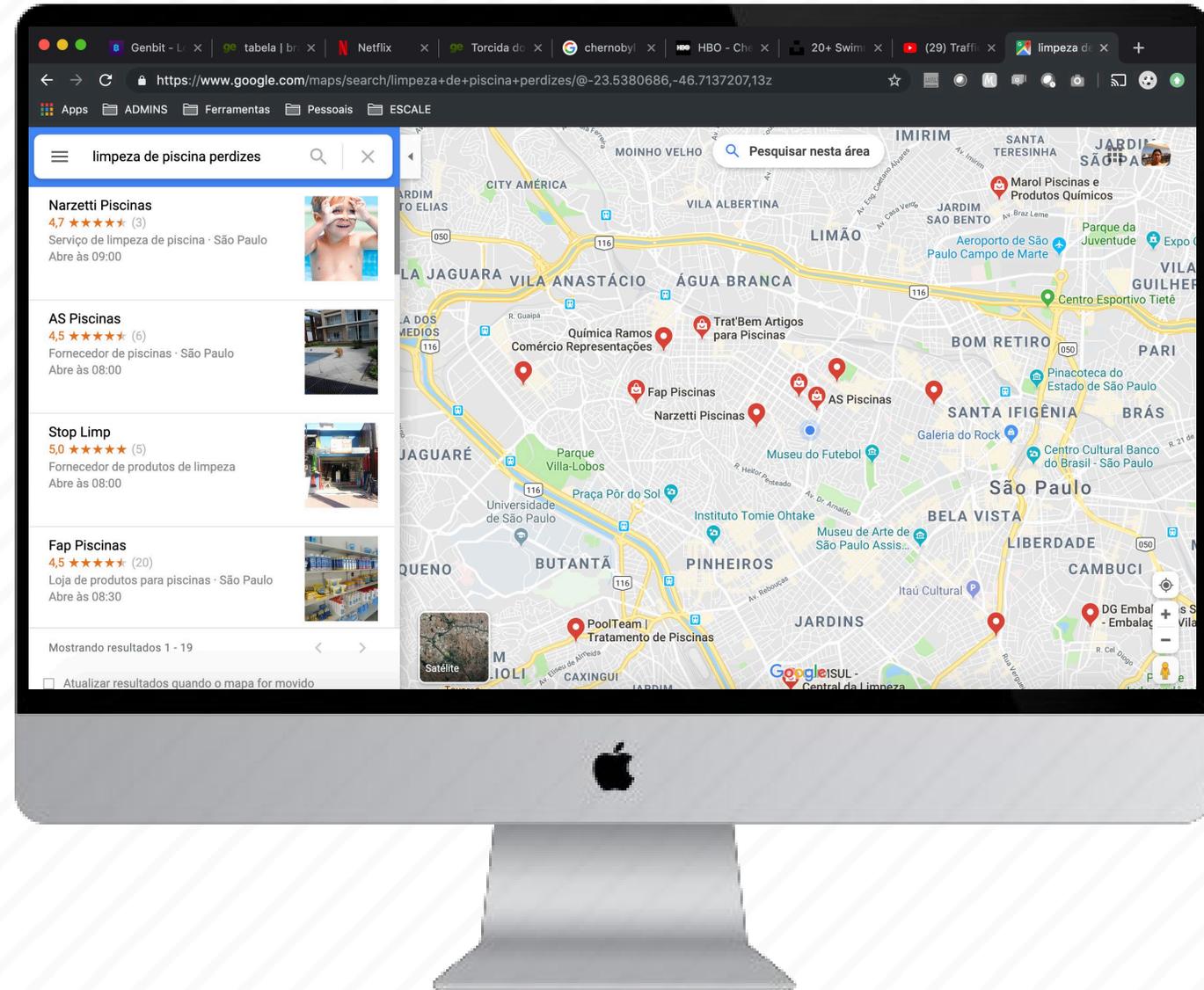
of those searches for something nearby **result in a purchase.**⁷

CASE SERVIÇOS

Já Existe Market Place de Piscineiros

Mais de **um bilhão de pessoas** usam o **Google Maps**, e elas o usam para **transitar por mais de 1,5 bilhão de lugares por ano**.

Um monte de pessoas ainda estão por aí à procura e a caminho de **negócios locais**.

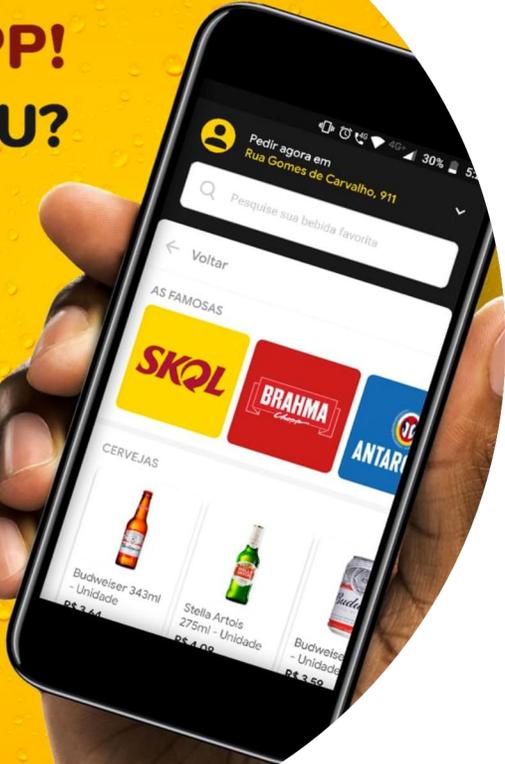


CASES PELO BRASIL

Outros Mercados, a Indústria Respeitando a Cadeia

OFERTAS EXCLUSIVAS

**NOVO APP!
JÁ BAIXOU?**



DISPONÍVEL NO
Google Play

Baixar na
App Store



CASES PELO BRASIL

Fruta Imperfeita

IDENTIDADE:

- Modelo de ASSINATURA;
- KITS por tamanho de NECESSIDADE;
- SUSTENTÁVEL;
- Similar 33 e 34;



The screenshot shows the website header with the logo 'fruta imperfeita' and navigation links: 'Sobre', 'Loja online', 'Parceiros', 'Contato'. There are also links for 'Entrar' and a shopping cart icon. The main content area features a title 'O que são os imperfeitos?' followed by a definition of 'Im.per.fei.to' on a brown paper background. The definition includes a list of four points and a small logo of 'fruta imperfeita' with a green apple illustration.

fruta imperfeita Sobre Loja online Parceiros Contato Entrar 

O que são os imperfeitos?

Im.per.fei.to (Do latim *Imperfectu*) *Adjetivo*

1. frutas e legumes muito grandes, muito pequenos, com diferentes formatos ou cores, mas igualmente nutritivos.
2. comida de verdade que a natureza nos dá.
3. um novo padrão de beleza.
4. uma solução para o desperdício de alimentos.

fruta imperfeita 

CASE SERVIÇOS

Já Existe Market Place de
Piscineiros

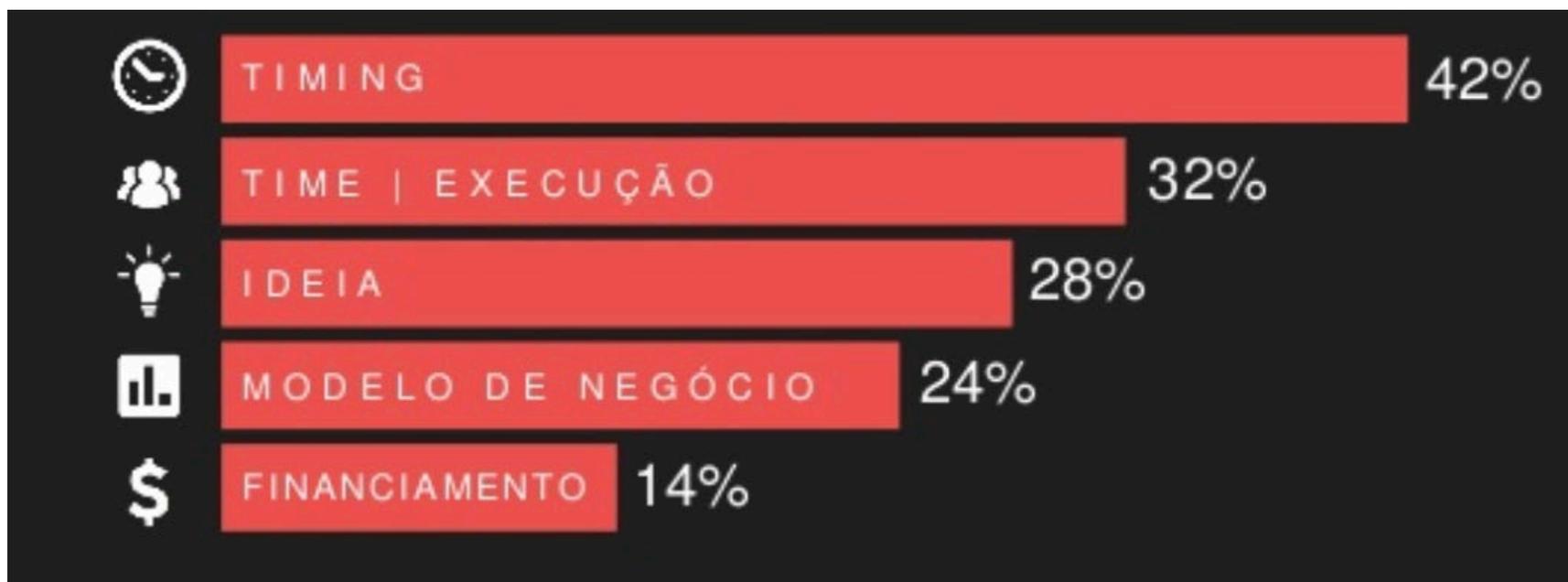




O caminho pode
parecer uma grande
DÚVIDA... Mas nossos
VALORES de um **BOM**
COMERCIANTE nos
guiarão!

PRINCIPAIS FATORES DE SUCESSO

De Uma Nova Empresa



ESTRATÉGIAS BÁSICAS



#1- Ter um PROPÓSITO antes de ter um NEGÓCIO



you are 🎵
What you listen to

A neon sign is mounted on a brick wall. The sign consists of two lines of text in a cursive, neon font. The first line reads "you are" followed by a musical note icon. The second line reads "What you listen to". The sign is illuminated with a warm, orange glow. To the right of the sign, a power supply unit is visible, connected to the sign's wiring.

#2- Tenha uma EQUIPE de ALTA PERFORMANCE





EU QUERO FAZER COM QUE A MINHA EQUIPE DE VENDAS TENHA ALTA PERFORMANCE?



PLANEJAMENTO:

- Metas factíveis e conjugadas;
- Metas que dão vazão a bônus com coerência entre áreas;
- Revisar constantemente as metas;
- Revisar continuamente processos e controles;

EQUIPE:

- Matar os GAPS de conhecimento. Talvez você tenha que remodelar sua equipe;
- Quanto mais gestores de outras áreas tiverem passado pela área comercial/produto melhor;
- Respeitar e promover a diversidade de conhecimentos e características;
- Todas as lideranças devem formar substitutos como meta;

GESTÃO e FOLLOW UP:

- Crie e ame rotinas;
- Controles devem ser capazes de gerar diagnósticos claros, e/ou no mínimo existem pessoas capazes de diagnosticar;
- FUP devem ser para cima e para baixo;
- Errar pode, repetir o erro não;

COMUNICAÇÃO

- Crie mecanismos de comunicação eficiente e organizados;

EU QUERO FAZER COM QUE A MINHA EQUIPE DE VENDAS TENHA ALTA PERFORMANCE?



PLANEJAMENTO:

- Metas factíveis e conjugadas;
- Metas que dão vazão a bônus com coerência entre áreas;
- Revisar constantemente as metas;
- Revisar continuamente processos e controles;

EQUIPE:

- Matar os GAPS de conhecimento. Talvez você tenha que remodelar sua equipe;
- Quanto mais gestores de outras áreas tiverem passado pela área comercial/produto melhor;
- Respeitar e promover a diversidade de conhecimentos e características;
- Todas as lideranças devem formar substitutos como meta;

GESTÃO e FOLLOW UP:

- Crie e ame rotinas;
- Controles devem ser capazes de gerar diagnósticos claros, e/ou no mínimo existem pessoas capazes de diagnosticar;
- FUP devem ser para cima e para baixo;
- Errar pode, repetir o erro não;

COMUNICAÇÃO

- Crie mecanismos de comunicação eficiente e organizados;

EU QUERO FAZER COM QUE A MINHA EQUIPE DE VENDAS TENHA ALTA PERFORMANCE?



PLANEJAMENTO:

- Metas factíveis e conjugadas;
- Metas que dão vazão a bônus com coerência entre áreas;
- Revisar constantemente as metas;
- Revisar continuamente processos e controles;

EQUIPE:

- Matar os GAPS de conhecimento. Talvez você tenha que remodelar sua equipe;
- Quanto mais gestores de outras áreas tiverem passado pela área comercial/produto melhor;
- Respeitar e promover a diversidade de conhecimentos e características;
- Todas as lideranças devem formar substitutos como meta;

GESTÃO e FOLLOW UP:

- Crie e ame rotinas;
- Controles devem ser capazes de gerar diagnósticos claros, e/ou no mínimo existem pessoas capazes de diagnosticar;
- FUP devem ser para cima e para baixo;
- Errar pode, repetir o erro não;

COMUNICAÇÃO

- Crie mecanismos de comunicação eficiente e organizados;

EU QUERO FAZER COM QUE A MINHA EQUIPE DE VENDAS TENHA ALTA PERFORMANCE?



PLANEJAMENTO:

- Metas factíveis e conjugadas;
- Metas que dão vazão a bônus com coerência entre áreas;
- Revisar constantemente as metas;
- Revisar continuamente processos e controles;

EQUIPE:

- Matar os GAPS de conhecimento. Talvez você tenha que remodelar sua equipe;
- Quanto mais gestores de outras áreas tiverem passado pela área comercial/produto melhor;
- Respeitar e promover a diversidade de conhecimentos e características;
- Todas as lideranças devem formar substitutos como meta;

GESTÃO e FOLLOW UP:

- Crie e ame rotinas;
- Controles devem ser capazes de gerar diagnósticos claros, e/ou no mínimo existem pessoas capazes de diagnosticar;
- FUP devem ser para cima e para baixo;
- Errar pode, repetir o erro não;

COMUNICAÇÃO

- Crie mecanismos de comunicação eficiente e organizados;

#2- ESTIMULAR e EDUCAR o time a EXPERIMENTAR





#3 - Ser LIVRE de DECISÕES EGOCENTRICAS

#4 ANALISAR!

Seja TARADO por DADOS!

Comprender PICOS e VALES.

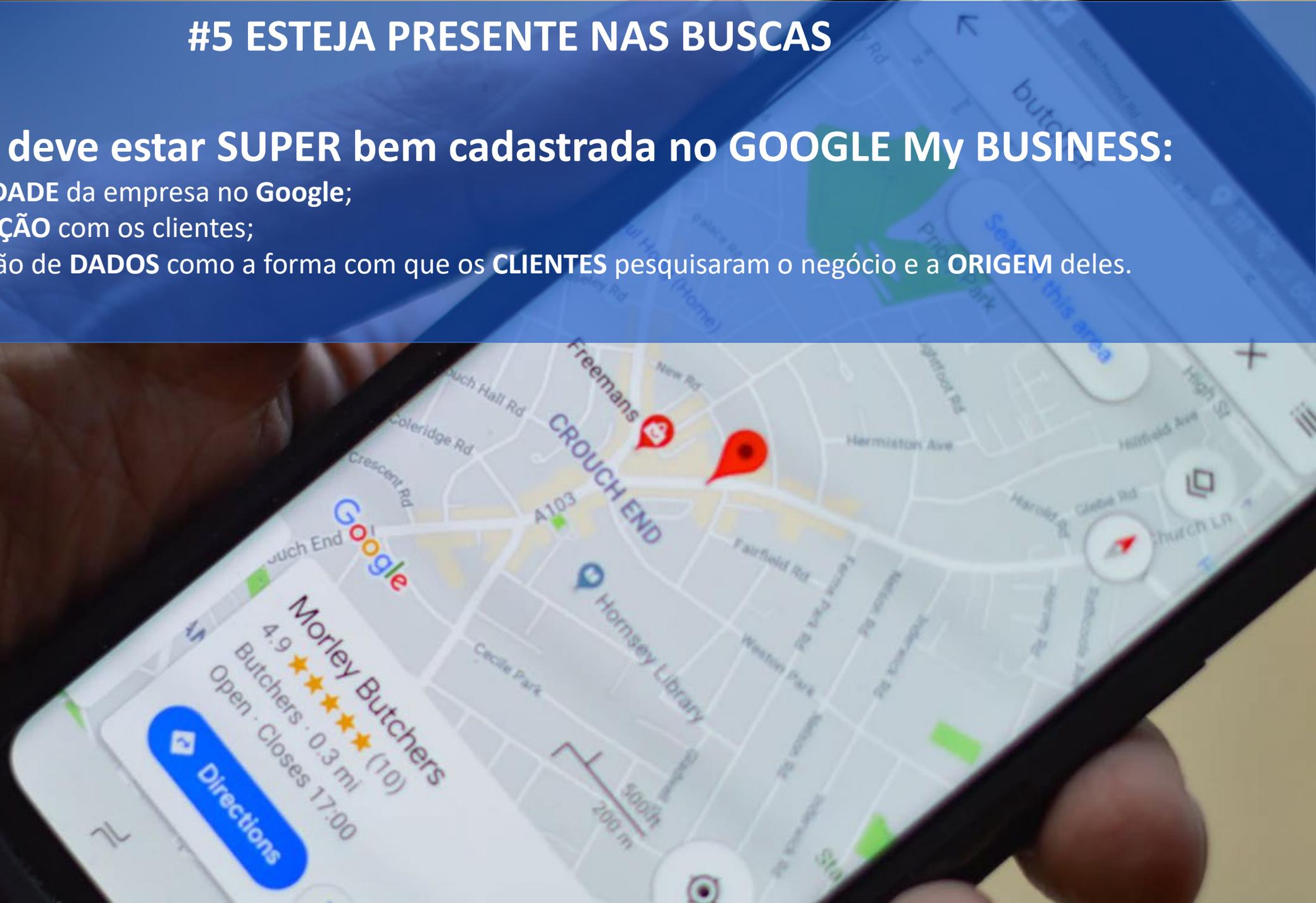
ERRAR faz parte, mas APRENDER com o erro é pra POUCOS...



#5 ESTEJA PRESENTE NAS BUSCAS

Sua loja deve estar **SUPER** bem cadastrada no **GOOGLE My BUSINESS**:

- Aumenta a **VISIBILIDADE** da empresa no **Google**;
- Possibilita a **INTERAÇÃO** com os clientes;
- Permite a visualização de **DADOS** como a forma com que os **CLIENTES** pesquisaram o negócio e a **ORIGEM** deles.



**#6 - Se acharmos
que SÓ temos
PROBLEMA de TI,
provavelmente
temos problema
de PROCESSOS e
PESSOAS**





“Se você é focado na **COMPETIÇÃO**, você terá que **ESPERAR** até que um **COMPETIDOR** faça algo. Se você é **FOCADO** nos **CLIENTES**, poderá ser **PIONEIRO**”.

Jeff Bezos

The Amazon logo, featuring the word "amazon" in a white, lowercase, sans-serif font. Below the text is a curved orange arrow that starts under the letter 'a' and ends under the letter 'n', pointing to the right.

Fabio Mori

fabio.mori@tatix.com.br

www.linkedin.com/fabiomori

+55 11 98525-3160



 **expolazer**
& outdoor living

22ª Feira Internacional de Piscinas, Spas, Lazer e Wellness

6-9 Terça
a Sexta
Agosto
13-21h **2019**
Expo Center Norte
São Paulo - SP

Promoção/Organização

Franca Feiras DESDE 1969

Colaboração



Apoio Institucional



SECOVI SP
O SINDICATO DA HABITAÇÃO
Desde 1946



Montadora Oficial



Transp. Oficial



Op. de Viagem



Afiliada à



Local de Realização



expolazer.com.br

   Feira Expolazer