

[E-BOOK]

Diagnóstico Alfa

Como sair da irrelevância e construir uma proposta única de valor

PODCAST VENDAMAIS #122

POSICIONAMENTO E PROPOSTA ÚNICA DE VALOR: OS PILARES QUE EVITAM A IRRELEVÂNCIA

com **Marcelo Caetano** e **Raul Candeloro**

Apresentado por
Marcelo Caetano **Raul Candeloro**



Material exclusivo



Olá, queridos Espectadores do Podcast VendaMais!

É sempre um prazer ter vocês aqui com a gente :)

No episódio #122 do Podcast VendaMais, Raul Candeloro e Marcelo Caetano trazem uma conversa essencial para qualquer empresa que deseja crescer com consistência e relevância: posicionamento e proposta única de valor.

Esse material vai direto ao ponto. Para aprofundar ainda mais o tema, reunimos aqui dois recursos práticos e poderosos:

📌 O artigo completo “10 sinais de que você virou commodity”, escrito por Raul Candeloro

📌 O Diagnóstico Alfa, que ajuda você a descobrir, em 2 minutos, se sua empresa está posicionada como referência ou correndo o risco de ser esquecida.

Este material é um mapa para:

- Diagnosticar se sua empresa está perdendo relevância;
- Identificar sinais de posicionamento genérico;
- Alinhar discurso, equipe e percepção do cliente;
- Fortalecer sua presença com foco, clareza e coragem.

Boa leitura — e vamos juntos transformar posicionamento em ação estratégica! 🚀

10 sinais de que você virou commodity

(Você é premium ou invisível?)

“80% das empresas acreditam oferecer um atendimento superior. Apenas 8% dos clientes concordam com isso.”

Bain & Company, Closing the Delivery Gap

A maioria das empresas e dos vendedores acredita que se diferencia e que é diferente.

A maioria dos clientes não consegue ver essa diferença.

O problema? Discurso genérico, promessas diluídas, posicionamento indefinido.

O resultado? Você vira invisível — mesmo se estiver dizendo tudo certo.

Se você é realmente diferente, mas é percebido como commodity... isso é um PECADO!

Quando tudo soa igual, ninguém presta atenção.

“Qualidade”. “Comprometimento”. “Atendimento consultivo”.

Todo mundo usa essas palavras. E quanto mais usadas, menos valem.

Faça um teste: Pegue seu material de divulgação, seu site, suas propostas e compare com as da concorrência.

Faça um jogo de 'bingo da pasteurização' ou 'bingo da comoditização'.

Cada vez que tiver algo igual ao da concorrência e do mercado em geral, marque um X e tire um ponto.

Quando tiver algo que é realmente diferente seu, some um ponto.

Some e veja o resultado final. Muita gente vai notar que tem um score NEGATIVO (commodity – invisível e sem diferenciação!!!).

Diferenciação real não depende do que você diz. Depende do que o cliente consegue repetir sobre você com convicção e vontade.

O cliente tem que entender claramente (e valorizar!) porque e como você é diferente.

A diferenciação não é ser melhor que a concorrência. É ser a única opção lógica para seu cliente ideal.

Sinais de que sua empresa já virou commodity

- Os clientes confundem você com os concorrentes.
- Seu discurso exige explicações longas, muito mais baseadas em justificar preço do que em seus diferenciais.
- A equipe fala bem, mas depois o cliente e prospects não lembram.
- O cliente pede desconto automaticamente (e os vendedores dão o desconto automaticamente).
- Cada vendedor dentro da sua empresa conta uma história diferente.

Se isso te soa familiar, o problema não é o mercado.

É o espelho.

10 sinais de que você virou commodity

1. O espelho quebrado

Se os clientes não conseguem descrever sua empresa com clareza, talvez ninguém de dentro consiga também.

2. O vocabulário genérico

“Excelência” e “tradição” não posicionam. Só preenchem espaço em folder institucional. Corte o vazio. Mostre o que só você faz.

3. O impacto que evapora

Você tem segundos para gerar presença. Sua energia, tom e expressão falam antes do PowerPoint.

4. A proposta que não cola

Se precisar de mais de 30 segundos para ser entendida, sua proposta não será lembrada.

5. O papel de fornecedor

Se o cliente só te chama para enviar cotação, você ainda não virou referência.

6. A defensiva do preço

Explicações demais enfraquecem. Preço se sustenta com clareza, não com malabarismo verbal.

7. A ausência de emoção

Engajamento real aparece nos pequenos sinais: Pausa atenta, pergunta específica, comentário do tipo “isso é o que a gente precisa”.

8. O follow-up automático

Seus acompanhamentos são úteis ou previsíveis? Quem entrega valor não precisa cobrar atenção.

9. A orquestra desafinada

Se cada pessoa da equipe fala uma coisa, o cliente escuta ruído. E ruído não vende.

10. O medo de dizer não

Empresas fortes têm critérios. Sabem quem não querem como cliente e deixam isso claro.

A diferenciação começa quando o cliente sabe te vender.

O ponto de virada acontece quando o cliente explica o que você faz, melhor do que seu time de vendas conseguiria.

Testes de diferenciação (sem fórmulas batidas)

1. Teste da fala espontânea

→ Em uma conversa informal, o cliente consegue te explicar com clareza porque você é diferente do concorrente?

2. Prova de alinhamento interno

→ Peça a 5 pessoas da equipe de vendas para explicar, sem ensaio, o que diferencia vocês. → As versões batem? Ou parecem empresas diferentes?

3. Teste do “E daí?”

→ Para cada benefício listado no seu material, pergunte: “E daí?” → Se a resposta for genérica, não é diferencial. É decoração.

4. Diagnóstico de rastros

→ Pegue os últimos 10 contatos feitos com leads. → Eles deixam rastros de valor? Ou somem sem resposta?

5. Critérios de exclusão

→ Liste os tipos de cliente que você não quer atender. → Quanto mais clara a exclusão, mais forte o posicionamento.

Se você chegou até aqui e está incomodado com algumas dessas situações, já sabe que algo precisa mudar.

Não dá para corrigir o que não se mede.

O primeiro passo é sair do achismo e encarar o seu reflexo com honestidade.

Faça o Diagnóstico Alfa – rápido, gratuito e direto.

Descubra se sua empresa está operando como premium ou se virou commodity sem perceber.

Faça o teste:



Diagnóstico de Pasteurização Alfa - Express
Raul Caneloro

[CLIQUE AQUI E FAÇA O TESTE](#)

Lembre: Diferenciação não é ser melhor que a concorrência.

É ser a única opção lógica para seu cliente ideal.

Faça o teste e veja onde está bem e onde precisa melhorar.

Abraço, \$uce\$\$o e uma semana diferenciada para você,
Raul Caneloro, Diretor VendaMais.

✓ Checklist: O que revisar na sua empresa HOJE

Nossa proposta de valor cabe numa frase simples e impactante.

Toda a equipe consegue explicar — sem ensaio — por que somos diferentes.

Evitamos jargões como “atendimento de qualidade” e mostramos provas reais.

Sabemos quem não queremos como cliente.

Nosso processo de vendas reforça nosso diferencial (e não nos transforma em iguais).

Nossos materiais (site, apresentações, redes) são únicos e reconhecíveis

Os líderes estão alinhados e comprometidos com esse posicionamento

Sabemos onde queremos chegar — e o que precisa ficar para trás

Conseguimos sustentar nosso valor sem guerra de preço

Temos coragem de tomar decisões difíceis para proteger nossa identidade

“Se você não define seu próximo movimento,
o mercado vai definir por você.”

Marcelo Caetano

Neste momento, enquanto você lê este material, sua empresa está fazendo escolhas.

Mesmo que não pareça. Mesmo que estejam apenas "mantendo o que funciona".

Lembre-se: O mercado está sempre mudando. Seus concorrentes estão se posicionando. E os clientes estão buscando referências que transmitem segurança e confiança, não empresas mornas.

Posicionamento não é discurso. É decisão.

Decidir quem você é, o que entrega, para quem — e principalmente, o que você não é.

Se você sente que sua empresa merece mais reconhecimento, margem e relevância, nós podemos te apoiar para aplicar isso com o seu time.

Aqui na VendaMais ajudamos líderes e empresas a construir um posicionamento forte com método, clareza e consistência.

Treinamentos práticos, mentorias personalizadas e workshops para transformar seus diferenciais em vantagem competitiva.

Fale com nosso time:

[\(41\) 99239-0796](tel:(41)99239-0796) | vendamais.com.br



Quer continuar crescendo e aprendendo?

Aproveite para maratonar os outros episódios do Podcast VendaMais e ficar por dentro dos mais variados assuntos do universo das vendas!

Você com certeza vai aprender coisas novas e ter ideias importantes que podem ajudar você e o seu time a vender cada vez mais e melhor.

Alguns episódios que você não pode perder:

