## Pla d'Acció Comercial – Síndar

## 🌟 Objectiu anual (12 mesos)

* Obrir **5 col·laboracions noves** amb **despatxos d’arquitectura de luxe**
* Obrir **5 col·laboracions noves** amb **constructores de luxe**

## ✅ Pas 0 – Validació i qualificació de la base de dades (setmanes 1 i 2)

### Objectiu: depurar i enriquir la base actual perquè només contingui prospects realistes i ben definits

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Acció | Responsable | Resultat esperat |
| Revisar tots els registres existents i marcar duplicats o no rellevants | Oficina comercial | Base de dades neta |
| Classificar per país, mida i tipus de projectes (residencial, comercial, hotels, etc.) | Oficina comercial | Filtres útils per prioritzar |
| Buscar a Linkedin informació dels contactes (càrrec actualitzat, activitat recent) | Oficina comercial | Contactes vigents i fiables |
| Verificar si el contacte té experiència recent en projectes de luxe | Directora comercial (mostra petita) | Validació del segment |
| Assignar un nivell de prioritat (Alta, Mitjana, Baixa) | Oficina comercial + validació final de la directora | Llista qualificada |
| Afegir camps: "Contacte previ?", "Idioma", "Projectes recents?" | Oficina comercial | Dades per a personalització de contacte |

## 🗓 Q1 – Preparació i primers contactes (Setmanes 1-13)

### Objectiu: identificar i contactar 40 potencials en cada segment (80 en total)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Setmana** | **Arquitectura de luxe** | **Constructores de luxe** | **Suport oficina** |
| 1-2 | Validar base de dades existent. Identificar 40 estudis objectiu | Validar base existent. Identificar 40 constructores objectiu | - |
| 3-4 | Investigar projectes, clients, to comunicatiu | Ídem | - |
| 5-6 | Redactar correu electrònic introductori personalitzat | Ídem | Crear full de control i seguiment comercial |
| 7-9 | Enviar primers correus (10-15 per setmana) | Ídem | Seguiment i suport en agenda |
| 10-11 | Trucades de seguiment càlides | Trucades de seguiment càlides | Gestió d’agendes i suport logístic |
| 12-13 | Concertar 3-4 reunions introductòries | Concertar 3-4 reunions introductòries | Preparar presentacions personalitzades |

## 🗓 Q2 – Conversió de contactes en oportunitats (Setmanes 14-26)

### Objectiu: tenir almenys 4 oportunitats actives per segment

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Setmana** | **Arquitectura de luxe** | **Constructores de luxe** | **Suport oficina** |
| 14-15 | Reunions presencials o videotrucades | Ídem | Preparar documentació post-reunió |
| 16-19 | Enviar pressupostos d’exemple / propostes | Ídem | Preparar documentació |
| 20-26 | Segona ronda de contactes amb leads tàctics | Segona ronda | Revisar i prioritzar contactes actius |

## 🗓 Q3 – Seguiment intensiu i prospecció contínua (Setmanes 27-39)

### Objectiu: mantenir el ritme comercial i ampliar el nombre d’oportunitats actives

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Setmana** | **Arquitectura de luxe** | **Constructores de luxe** | **Suport oficina** |
| 27-30 | Seguiment de contactes actius i reactivació de leads antics | Idem | Revisió de respostes i ajustos de propostes |
| 31-33 | Nous enviaments a prospects no contactats fins ara | Idem | Actualització de la base de dades amb nous contactes |
| 34-36 | Trucades de seguiment i 2es reunions | Idem | Preparació de nous materials comercials |
| 37-39 | Identificació de possibles acords i col·laboracions imminents | Idem | Assistència logística i gestió documental |

## 🗓 Q4 – Tancament d’any i impuls final (Setmanes 40-52)

### Objectiu: assolir les col·laboracions marcades i consolidar relacions actives

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Setmana** | **Arquitectura de luxe** | **Constructores de luxe** | **Suport oficina** |
| 40-42 | Identificar i formalitzar acords amb contactes madurs | Idem | Redacció i revisió d’acords si escau |
| 43-45 | Reforç de les relacions amb reunions i seguiment | Idem | Organització de documentació i materials finals |
| 46-48 | Enviament de darreres propostes comercials | Idem | Suport en presentacions o comunicacions |
| 49-52 | Accions de tancament de l’any i preparació del següent cicle | Idem | Tancament de dades i informe resum de resultats |

## 🧠 Recomanacions clau

* **Prioritzar qualitat** abans que quantitat: millor 10 contactes ben treballats que 100 freds.
* El **temps de la directora comercial** ha de centrar-se en reunions, trucades i visites.
* **Automatitzar** tot el possible des de l’oficina per no carregar la directora amb tasques operatives.
* Fomentar les **recomanacions creuades**: si una constructora ens contracta, demanar contacte amb el despatx amb qui treballen.