

Processos de marketing e vendas para parceiros PTP

ADVANCE Consulting

advance@advanceconsulting.com.br

Objetivos

Definir os **processos básicos** para que uma empresa possa **acelerar sua jornada para a NUVEM**

Elaboramos os processos de maneira **completa e abrangente** para servir a **diversos portes** de empresas, e empresas de **diversos segmentos** de mercado incluindo empresas que vendem para **GOVERNO**

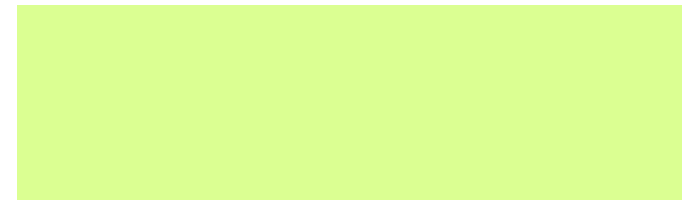
Você ajustar conforme suas necessidades e realidade

Definição dos processos

Processos de marketing

Processos de vendas

Elaboração e uso do CCoE



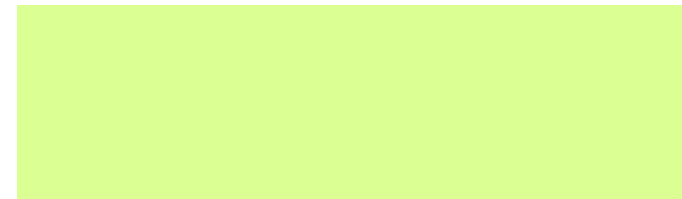
Definição dos processos

Processos de marketing

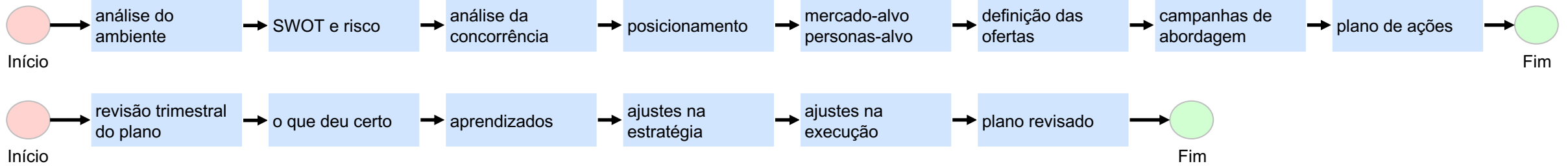
- **Planejamento anual de marketing**
- Exemplo de campanha para caso de sucesso
- Exemplo de campanhas de abordagem

Processos de vendas

Elaboração e uso do CCoE



Planejamento anual de marketing



✓	Análise do ambiente e tendências
	Analisar movimentos e tendências que possam influenciar nosso negócio e nossa empresa, incluindo política, economia, tecnologia, cadeia de entrega dos produtos e serviços, clientes e concorrentes
	Buscar informações e previsões de crescimento do mercado onde atuamos e onde pretendemos atuar
	Analisar planos anteriores - o que deu certo e aprendizados
	Analisar pesquisas de satisfação que tenham sido feitas com nossos clientes e nossos canais
	Analisar o conhecimento dos envolvidos em vendas (SDR, vendas, pré-vendas e pós-vendas) com nossas ofertas, com nossos processos, ferramentas e instrumentos de apoio a vendas (material de marketing, intranet, CRM, etc.)

✓	Análise e cruzamento SWOT e análise de riscos
	Listar, no máximo, 10 oportunidades e ameaças identificadas no mercado (visão externa)
	Listar, no máximo, 10 pontos fortes e pontos fracos da empresa (visão interna)
	Fazer o cruzamentos dos 4 quadrantes SWOT (4x4) gerando as estratégias
	Agrupar as estratégias que tenham sinergia
	Priorizar todas as estratégias escolhendo as 5 principais e definir ações, datas e responsáveis (patrocinador)
	Fazer a análise de riscos: o que poder dar errado e possíveis obstáculos, e definir planos alternativos ou contingências

✓	Análise de concorrência
	Listar concorrentes diretos, analisando pontos fortes e vulnerabilidades
	Escolher a estratégia mais adequada de ataque ou defesa para cada concorrente
	Listar concorrentes indiretos (empresas ou projetos internos que sequestram o orçamento do seu cliente)
	Definir uma estratégia de abordagem para concorrentes indiretos

✓	Posicionamento
	Rever a análise SWOT e riscos
	Rever análise dos concorrentes
	Fazer a análise dos 4Ps de Kotler (produto, praça, preço, promoção)
	Fazer a análise das 5 forças de Porter (Fornecedores, Compradores (clientes), Novos entrantes, Produtos substitutos, Concorrentes estabelecidos)
	Fazer a análise BCG (vaca leiteira, estrela, abacaxi, interrogação)
	Rever pesquisa de satisfação dos clientes
	Listar as competências e reconhecimento da sua empresa no mercado
	Listar as principais referências e casos de sucesso recentes
	Definir os diferenciais da sua empresa
	Elaborar a mensagem de elevador e treinar equipes de marketing e vendas

✓	Mercado-alvo e personas-alvo
	Definir mercado-alvo e personas-alvo atual: para quem vendemos? onde temos sucesso? o que nos faz ser reconhecidos e relevantes?
	Definir, se necessário, novos mercados-alvo e identificar as personas-alvo Porque precisamos de novos mercado-alvo? como faremos a transição de nossa relevância de um mercado para outro?
	Definir as características dos mercados-alvo (tamanho, potencial para nossa empresa, região geográfica, influências externas, poder do concorrente, etc.)

✓	Definição das ofertas
	Definir o % das vendas ou faturamento esperado para cada oferta (produto ou serviço)
	Adicionar ou revisar a oferta (produto ou serviço) no catálogo de ofertas incluindo:
	<ul style="list-style-type: none"><li data-bbox="137 291 690 334">• Nome, código e descrição
	<ul style="list-style-type: none"><li data-bbox="137 368 486 411">• Características
	<ul style="list-style-type: none"><li data-bbox="137 445 1212 488">• Problemas do cliente que resolvemos com esta oferta
	<ul style="list-style-type: none"><li data-bbox="137 522 851 565">• Benefícios e VALOR para o cliente
	<ul style="list-style-type: none"><li data-bbox="137 599 1039 642">• Perguntas para identificar uma oportunidade
	<ul style="list-style-type: none"><li data-bbox="137 676 1121 719">• Referências, casos de sucesso, ou casos de uso
	<ul style="list-style-type: none"><li data-bbox="137 753 703 796">• Argumentação competitiva
	<ul style="list-style-type: none"><li data-bbox="137 831 670 873">• Preços, limites e alçadas

✓	Campanhas de abordagem
	Definir os temas das campanhas para o ano inteiro
	Para cada campanha de abordagem definir:
	• Detalhamento da oferta e empacotamento, revendo modelos de propostas
	• Discurso que será utilizada para comunicar a oferta e o VALOR para os clientes
	• Discurso competitivo (caso necessário)
	• Definir se haverá um evento ou webinar para clientes
	• Material de marketing para equipe de SDR, vendas, pré-vendas e pós-vendas
	• Material de marketing para clientes e cronograma de envio das peças (e-mail marketing, publicação em rede social, eBook, Vídeo, etc.)
	• Ajustes no website e sites sociais

Plano de ações

Estratégia ou campanha	Ação ou atividade	Responsável	Data-limite	✓
Janeiro				
Fevereiro				
Março				
Abril				

Plano de ações (modelo alternativo)

Objetivo			
Como vou atingir este objetivo? (estratégia)			
Porque devo fazer isto? (racional da decisão)			
Como vou medir o desempenho? (métricas)			
Ações que terei que fazer para atingir o objetivo	Responsável	Data-limite	✓

Objetivo			
Como vou atingir este objetivo? (estratégia)			
Porque devo fazer isto? (racional da decisão)			
Como vou medir o desempenho? (métricas)			
Ações que terei que fazer para atingir o objetivo	Responsável	Data-limite	✓

Objetivo			
Como vou atingir este objetivo? (estratégia)			
Porque devo fazer isto? (racional da decisão)			
Como vou medir o desempenho? (métricas)			
Ações que terei que fazer para atingir o objetivo	Responsável	Data-limite	✓

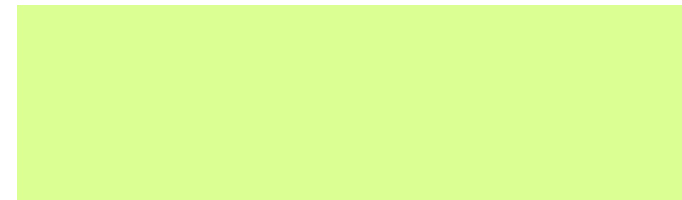
Definição dos processos

Processos de marketing

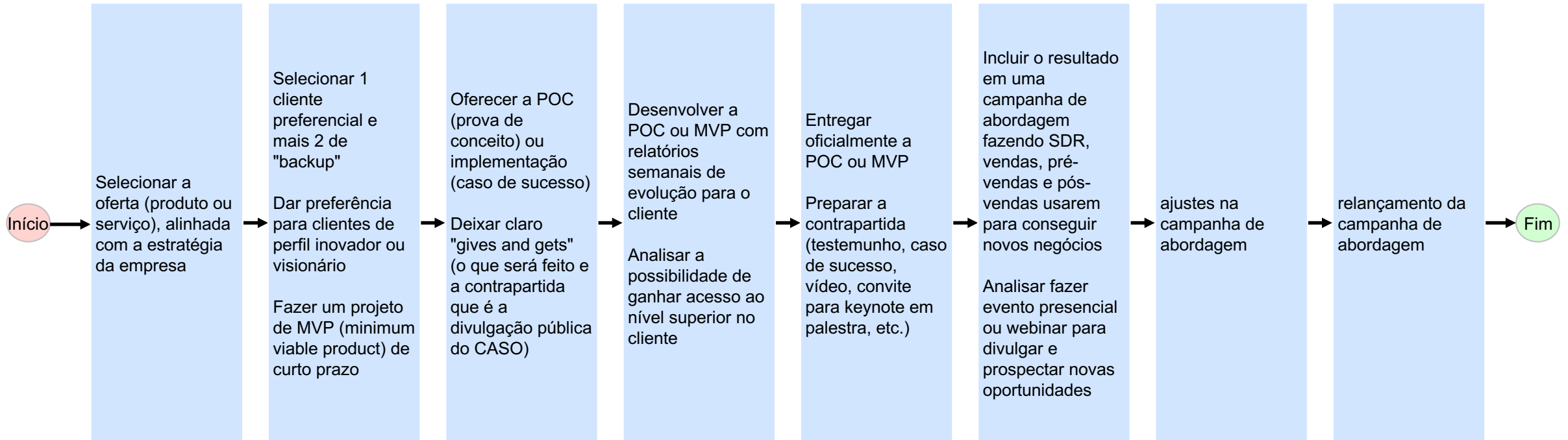
- Planejamento anual de marketing
- **Exemplo de campanha para caso de sucesso**
- Exemplo de campanhas de abordagem

Processos de vendas

Elaboração e uso do CCoE



Exemplo de campanha para caso de sucesso



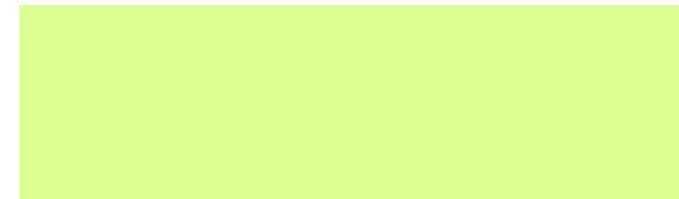
Definição dos processos

Processos de marketing

- Planejamento anual de marketing
- Exemplo de campanha para caso de sucesso
- **Exemplo de campanhas de abordagem**

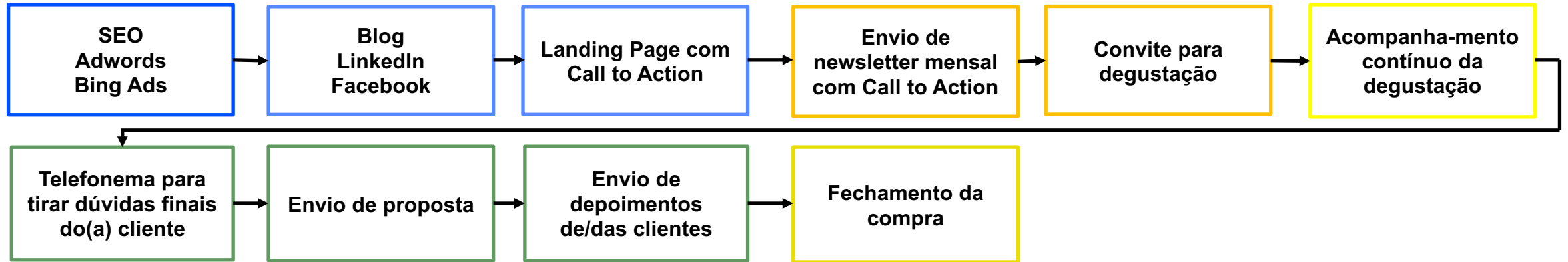
Processos de vendas

Elaboração e uso do CCoE

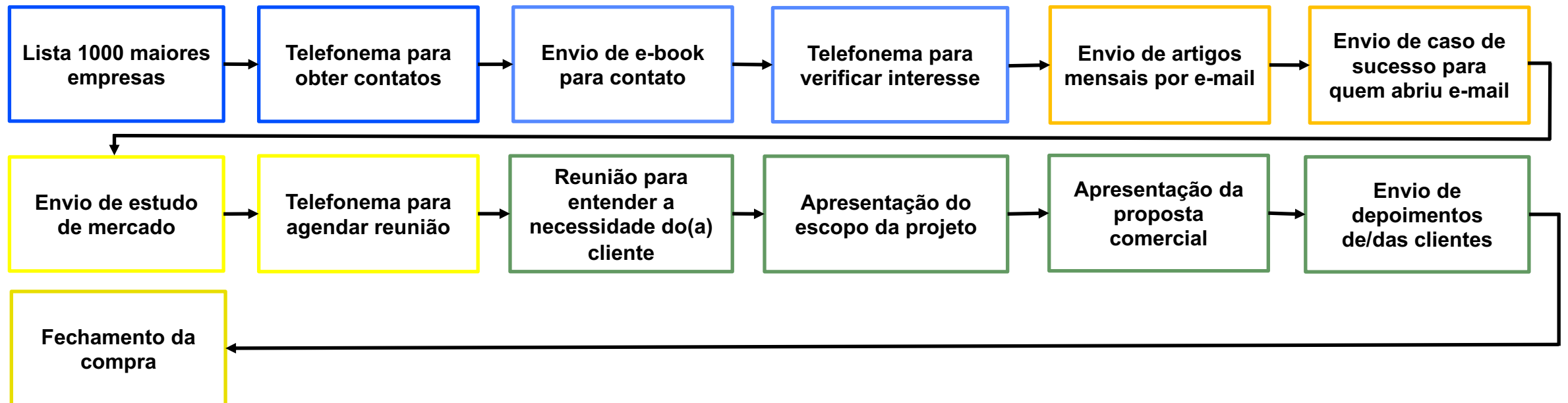


Exemplo de campanha de abordagem

Inbound marketing (micro, pequena, média empresa)

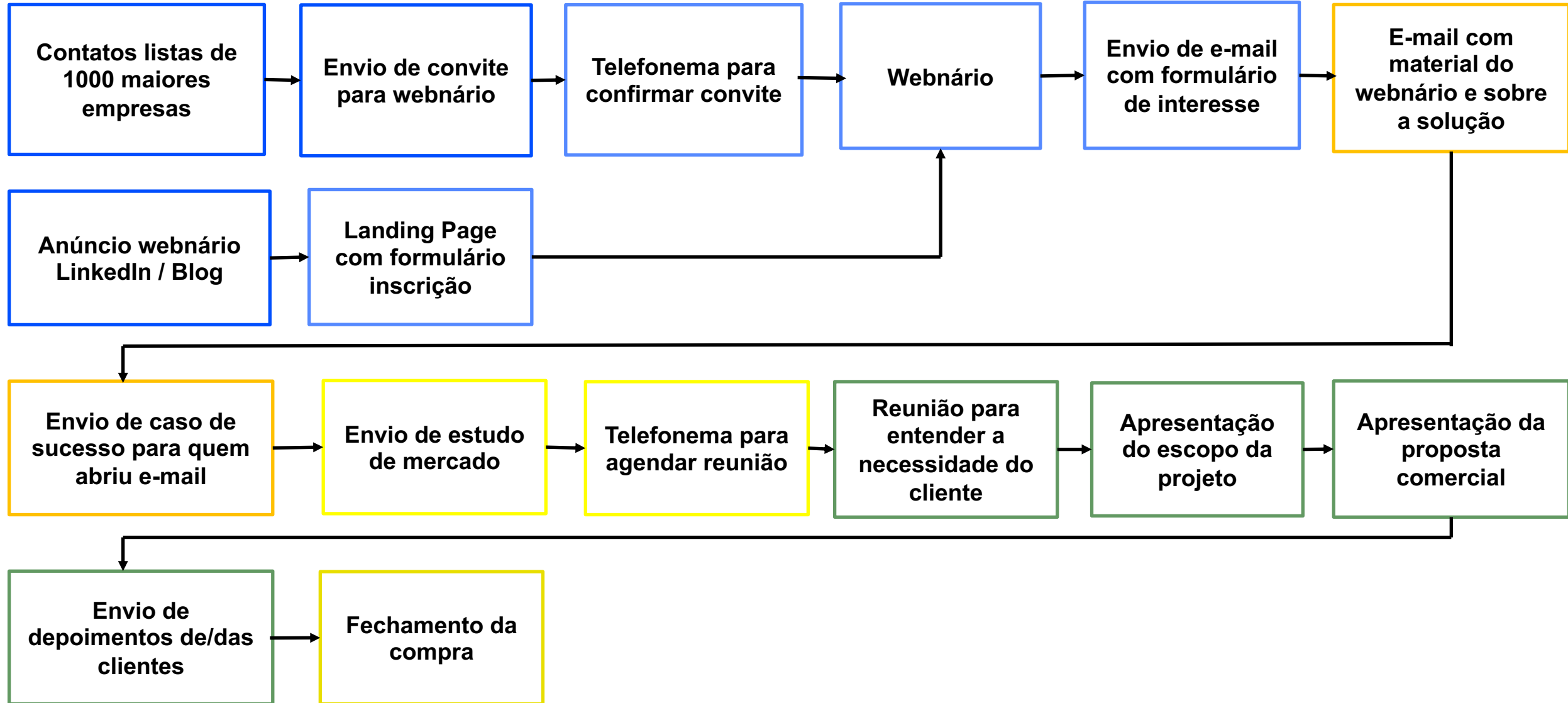


E-mail marketing (grandes empresas)



Exemplo de campanha de abordagem

Webinários



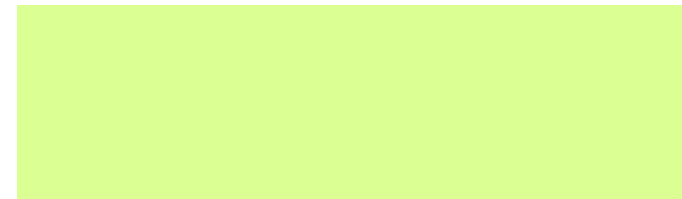
Definição dos processos

Processos de marketing

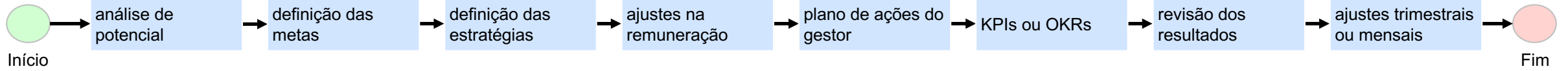
Processos de vendas

- Planejamento anual de vendas
- Processo de contratação
- Processo de gestão de consumo

Elaboração e uso do CCoE



Planejamento anual de vendas



✓	Análise de potencial
	Análise de potencial de mercado e estimativa de vendas em novos clientes
	Mapeamentos das oportunidades potenciais na atual base de clientes
	Definição dos territórios ou segmentos-alvo e cálculo do potencial para cada um deles
	Estimativa dos recursos humanos necessários para atender o potencial desejado (SDR, vendedores, pré-vendas, pós-vendas)
	Estimativa dos recursos financeiros necessários para atender o potencial desejado (marketing e vendas)
	Definição dos critérios de priorização dos territórios ou segmentos (# de oportunidades, dificuldade em entrar, aderência das ofertas, relevância da nossa empresa, impactos regulatórios, recursos necessários, etc.)

✓	Definição das metas
	Definição das metas de vendas da empresa, dos gestores e de cada um dos vendedores
	Definição do mercado-alvo e carteira-alvo (novos clientes) para cada gestor e vendedor
	Definição da carteira de clientes (base) para cada gestor e vendedor
	Definição do que será considerado "forecast"
	Definição do número de oportunidades necessárias em cada etapa do funil para atingir as meta

✓	Definição das estratégias
	Entendimento dos problemas dos clientes que conseguimos atender
	Entendimento das personas envolvidas (características e peculiaridades)
	Definição da mensagem de elevador
	Definição do posicionamento e discurso competitivo
	Definição das ofertas, empacotamento e preços
	Estratégia para localizar e abordar os clientes-alvo e personas-alvo
	Definição da proposta de VALOR
	Definição das campanhas de abordagem ao cliente
	Definição da estratégia de proteção do território já conquistado
	Definição da estratégia de expansão do território

✓	Plano de ação do gestor
	Analisar mapa de oportunidades
	Definir metas e objetivos de vendas, por produto, por cliente e por vendedor
	Definir estratégia de "go-to-market" incluindo mercados e clientes alvo
	Definir indicadores do funil de vendas com taxas de aproveitamento e conversão
	Definir estratégia e ações para aumento de desempenho no funil de vendas
	Definir designação de território, carteira e contas
	Definir planilha de metas de vendas
	Definir planilha de orçamento de vendas
	Desenvolver planos de contas e de oportunidades para contas selecionadas
	Definir relatórios de acompanhamento de resultados
	Rever organograma, papéis, responsabilidades e remuneração
	Rever processos de vendas, pré-vendas e pós-vendas
	Rever processos de marketing orientado a vendas, e geração de oportunidades
	Rever controles de forecast, pipeline e CRM

✓	KPIs ou OKRs para equipe comercial
	Escolha de KPIs ou OKRs
	Definição dos indicadores para gestor de equipe
	Definição dos indicadores para profissionais de vendas (SDR, pré-vendas, pós-vendas)
	Simulação do impacto financeiro do atingimento das metas na remuneração
	Penalidades pelo não atingimento de metas, KPIs e OKRs
	Plano B para a empresa no caso de não atingimento de metas, KPIs e OKRs

✓	Ajustes na remuneração
	Alinhamento da estratégia corporativa com remuneração, premiação e benefícios
	Análise do desempenho dos vendedores e impactos na remuneração
	Desvios de remuneração que requerem ajustes na equipe (SDR, vendedores, pré-vendas, pós-vendas e gestores)
	Campanhas e premiações especial para promover incentivos nos objetivos estratégicos

✓	Revisão dos resultados
	Revisão dos resultados dos gestores e equipe (SDR, vendedores, pré-vendas, pós-vendas)
	Revisão das taxas de conversão no funil de vendas
	Revisão do ciclo médio de vendas
	Revisão do ticket médio
	Revisão da taxa de acerto no "forecast"

✓	Ajustes trimestrais ou mensais
	Ajustes no potencial de mercado (oportunidades e ameaças)
	Ajustes nas previsões de resultados
	Ajustes nas previsões de investimentos (contratações, marketing, treinamentos, etc.)
	Ajustes em despesas e custos (folha de pagamento, infra-estrutura, etc)
	Plano de ajuste em profissionais de baixo desempenho

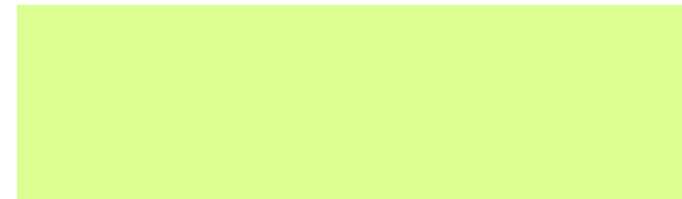
Definição dos processos

Processos de marketing

Processos de vendas

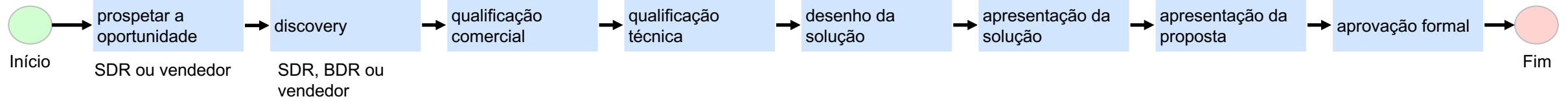
- Planejamento anual de vendas
- **Processo de contratação**
- Processo de gestão de consumo

Elaboração e uso do CCoE



Visão geral do processo de vendas

Processo de contratação



✓	Prospectar a oportunidade
	Rever metas e objetivos de prospecção, semana a semana
	Rever mercados-alvo e personas-alvo
	Montar a base de contatos a serem prospectados
	Definir agenda de prospecção
	Rever o formulário que deverá ser preenchido durante a prospecção
	Rever estratégia e material de abordagem (e-mails, textos, material de apoio, etc.)
	Rever roteiros What-if
	Rever indicadores de desempenho: KPI 1) # de prospecção; KPI 2) # de prospecção convertidas em negócios fechados
	Executar o plano de prospecções

✓	Discovery
	Rever metas e objetivos de discovery, semana a semana
	Rever como será recebido o "lead" para que seja feito o discovery
	Rever a base de contatos ou CRM
	Definir agenda de prospecção
	Rever o formulário que deverá ser preenchido durante o discovery
	Rever estratégia e material de abordagem (o que perguntar e como perguntar)
	Rever indicadores de desempenho: KPI 1) # de discovery; KPI 2) # de prospecção convertidas em discovery
	Executar o plano de discovery

✓	Qualificação comercial
	Rever metas e objetivos de qualificação comercial, semana a semana
	Rever como será recebido o "lead" para que seja feita a qualificação comercial
	Rever a base de contatos ou CRM
	Definir agenda de qualificação
	Rever o formulário que deverá ser preenchido durante a qualificação comercial
	Rever estratégia e material de abordagem (o que perguntar e como perguntar)
	Rever indicadores de desempenho: KPI 1) # de qualificação; KPI 2) # de discovery convertidas em qualificação comercial
	Executar o plano de qualificação comercial

✓	Qualificação técnica
	Rever como será recebido o "lead" para que seja feita a qualificação técnica
	Rever o formulário que deverá ser preenchido durante a qualificação técnica
	Rever estratégia e material de abordagem (o que perguntar e como perguntar)
	Rever indicadores de desempenho: tempo de resposta da qualificação técnica
	Executar a qualificação técnica
	Validar a qualificação técnica com o diretor técnico

✓	Desenho da solução
	Rever como será recebido o "lead" para que seja feito o desenho da solução
	Analisar o material coletado nas etapas de prospecção, discovery, qualificação comercial e qualificação técnica
	Fazer o desenho da solução, no template designado, e contendo:
	<ul style="list-style-type: none"> • Situação atual e desafio identificado (dor, problema ou necessidade)
	<ul style="list-style-type: none"> • Alternativas analisadas
	<ul style="list-style-type: none"> • Solução técnica proposta
	<ul style="list-style-type: none"> • Custo da solução proposta
	Rever indicador de desempenho: tempo de resposta da elaboração do desenho da solução
	Aprovar o desenho da solução com o diretor técnico
	Aprovar os custos com o departamento financeiro

✓	Apresentação da solução
	Rever como o vendedor receberá o desenho da solução
	Analisar o material coletado nas etapas de prospecção, discovery, qualificação comercial e qualificação técnica
	Fazer a apresentação da solução, no template designado, e contendo os 9 passos de apresentação:
	<ul style="list-style-type: none"> • Capa da apresentação, quebra-gelo e rapport (relação empática)
	<ul style="list-style-type: none"> • Apresentação pessoal
	<ul style="list-style-type: none"> • Agenda
	<ul style="list-style-type: none"> • O mercado
	<ul style="list-style-type: none"> • O DESAFIO
	<ul style="list-style-type: none"> • Apresentação da solução detalhada e sem os preços
	<ul style="list-style-type: none"> • Casos de sucesso e benefícios
	<ul style="list-style-type: none"> • Sua empresa
	<ul style="list-style-type: none"> • Próximos passos
	Rever indicador de desempenho: conversão de apresentações da solução em apresentações de proposta

✓	Apresentação da proposta
	Analisar o material coletado nas etapas de prospecção, discovery, qualificação comercial e qualificação técnica
	Fazer a apresentação da solução, no template designado, e contendo os 9 passos de apresentação INCLUINDO os preços e enfatizando:
	<ul style="list-style-type: none"> • Como foi identificado o desafio
	<ul style="list-style-type: none"> • Profissionais do cliente que foram envolvidos até o momento (rede de relacionamento) e aprovações
	<ul style="list-style-type: none"> • O VALOR da solução proposta e o retorno do investimento
	<ul style="list-style-type: none"> • Próximos passos com APROVAÇÃO VERBAL do cliente
	Usar as técnicas para encurtar o ciclo de decisão
	Usar as técnicas de negociação
	Rever indicador de desempenho: conversão de apresentação da proposta em negócios fechados

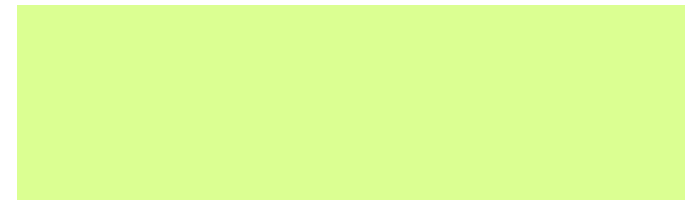
Definição dos processos

Processos de marketing

Processos de vendas

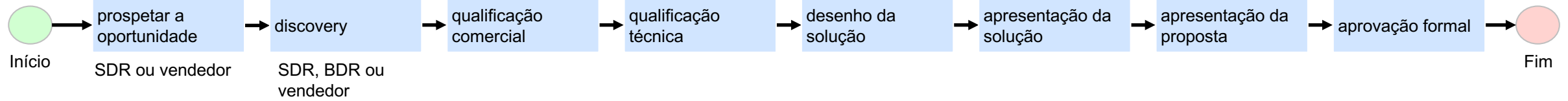
- Planejamento anual de vendas
- Processo de contratação
- **Processo de gestão de consumo**

Elaboração e uso do CCoE

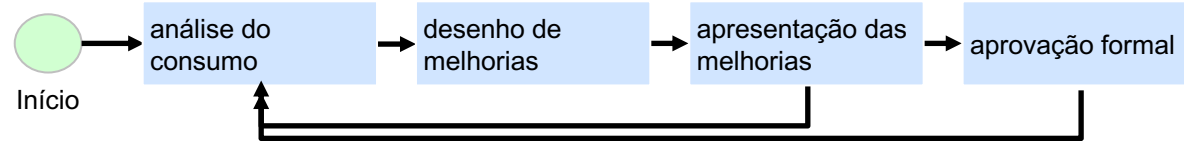


Visão geral do processo de vendas

Processo de contratação



Processo de gestão de consumo (customer success ou vendedor)



✓	Análise do consumo
	Rever, mensalmente, os clientes da base onde faremos a análise de consumo
	Usar a ferramenta Cloudcheckr para extrair os dados referentes a Segurança, Governança e aderência ao AWS Well-Architected e Uso de Recursos e Custos
	Rever indicador de desempenho: # de clientes analisados

✓	Desenho de melhorias
	Fazer um relatório para o cliente com:
	<ul style="list-style-type: none"> • Recomendações de melhoria em Segurança
	<ul style="list-style-type: none"> • Recomendações de melhoria em Governança e aderência ao AWS Well-Architected
	<ul style="list-style-type: none"> • Recomendações de melhoria em Uso de Recursos e Custos
	Adicionar ao relatório o que nossa empresa fez pelo cliente nos últimos 3 meses
	Adicionar ao relatório casos de sucesso ou casos de uso que levem o cliente a aumentar o consumo
	Rever indicador de desempenho: # de relatório confeccionados

✓	Apresentação das melhorias
	Apresentar o relatório para o cliente, visando venda de serviço ou aumento de consumo
	<ul style="list-style-type: none"> • Apresentar os riscos que o cliente está correndo e possíveis IMPLICAÇÕES
	<ul style="list-style-type: none"> • Apresentar os problemas que solucionamos, para o cliente, nos últimos 3 meses
	<ul style="list-style-type: none"> • Apresentar casos de sucesso ou casos de uso que levem o cliente a aumentar o consumo, e o VALOR que isto traria para o cliente
	<ul style="list-style-type: none"> • Apresentar os próximos passos da contratação
	Rever indicador de desempenho: apresentações convertidas em aprovações para aumento de consumo

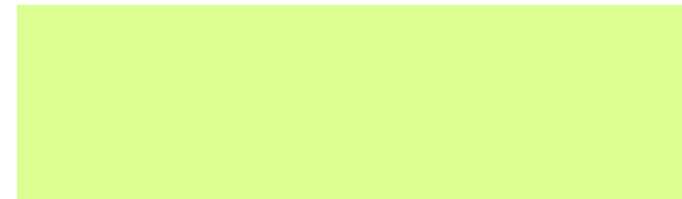
Definição dos processos

Processos de marketing

Processos de vendas

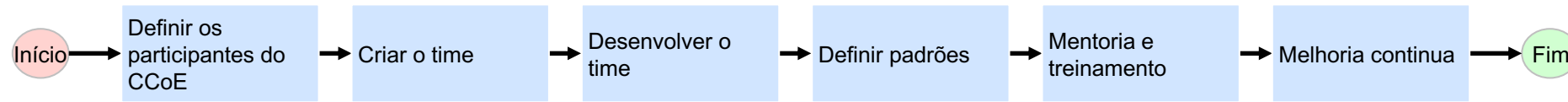
Elaboração e uso do CCoE

- **Elaboração do CCoE**
- **Elaboração de uma proposta ou projeto usando o CCoE**



Elaboração do CCoE

CCoE é um grupo multidisciplinar para tratar oportunidades e projetos de NUVEM



✓	Definir os participantes do CCoE
	Executive sponsor
	CCoE coodinador ou PMO
	Alliance Lead (entende da sua cadeia de fornecimento)
	Cloud Architect
	IT Operations
	IT Security
	Finance/Billing
	Sales Executive
	Legal

✓	Desenvolver o time
	Estabelecer um plano de treinamento para membros do CCOE - por função. Este plano pode ser usado como modelo para os demais profissionais da organização
	Entender e divulgar o Programa de Parcerias AWS e o Conhecimento dos Benefícios do Parceiro (APN Portal, Benefícios de APN, treinamento, Registro de Oportunidades, Casos de uso, Suporte de Marketing)
	Entender as atividades de capacitação da AWS (immersion days, game days) que poderiam ser usados para aprimorar os conhecimentos e habilidades em AWS
	Ter uma visão holística das habilidades e certificações da AWS necessárias para entregar um bom resultado aos clientes, incluindo a equipe de vendas, engenharia, operações, serviços gerenciadas e serviços profissionais

✓	Definir padrões
	Entender e estabelecer um modelo de engajamento da AWS em toda a empresa
	Estabelecer uma biblioteca de referência acessível à organização (isto é, diagramas, código, modelos)
	Crie um ecossistema de tecnologia de ferramentas padrão
	Criar runs de projetos para arquiteturas e serviços comuns (isto é, ofertas embaladas)
	Identifique uma carga de trabalho para executar uma revisão bem arquitetada (nova ou existente) para familiarizar os membros do CCOE com este processo.
	Criar e documentar casos de uso para suportar o ciclo de vendas

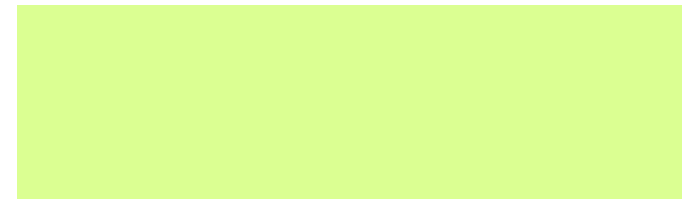
✓	Mentoria e treinamento
	Definir os treinamentos e certificações necessárias para aprendizado e desenvolvimento de destino do time
	Definir workshops de capacitação (compartilhamento de conhecimento ou "Hackathons")

✓	Melhoria contínua
	Definir um cronograma de rotação dos membros do CCOE para enviar especialistas "de volta ao campo" e refrescar ideias
	Defina um mecanismo de feedback da empresa para melhorias no CCoE
	Estabelecer uma cadência para revisar os artefatos da biblioteca de referência e para manter as melhores práticas e padrões atualizados
	Estabelecer uma cadência para manter-se atualizado com serviços recém-lançados, inscrevendo-se para notícias, participando de eventos, etc.

Definição dos processos do CCoE

Elaboração do CCoE

Elaboração de uma proposta ou projeto usando o CCoE



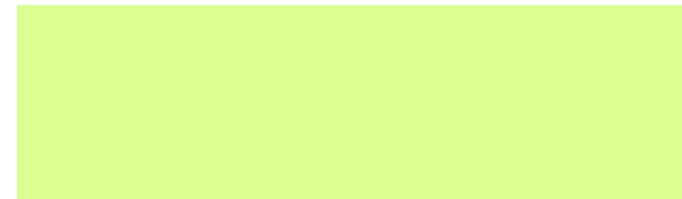
Definição dos processos

Processos de marketing

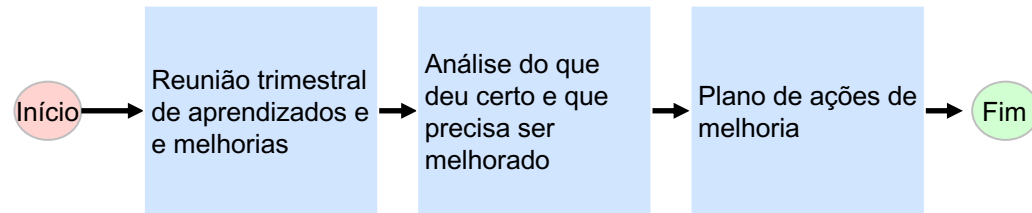
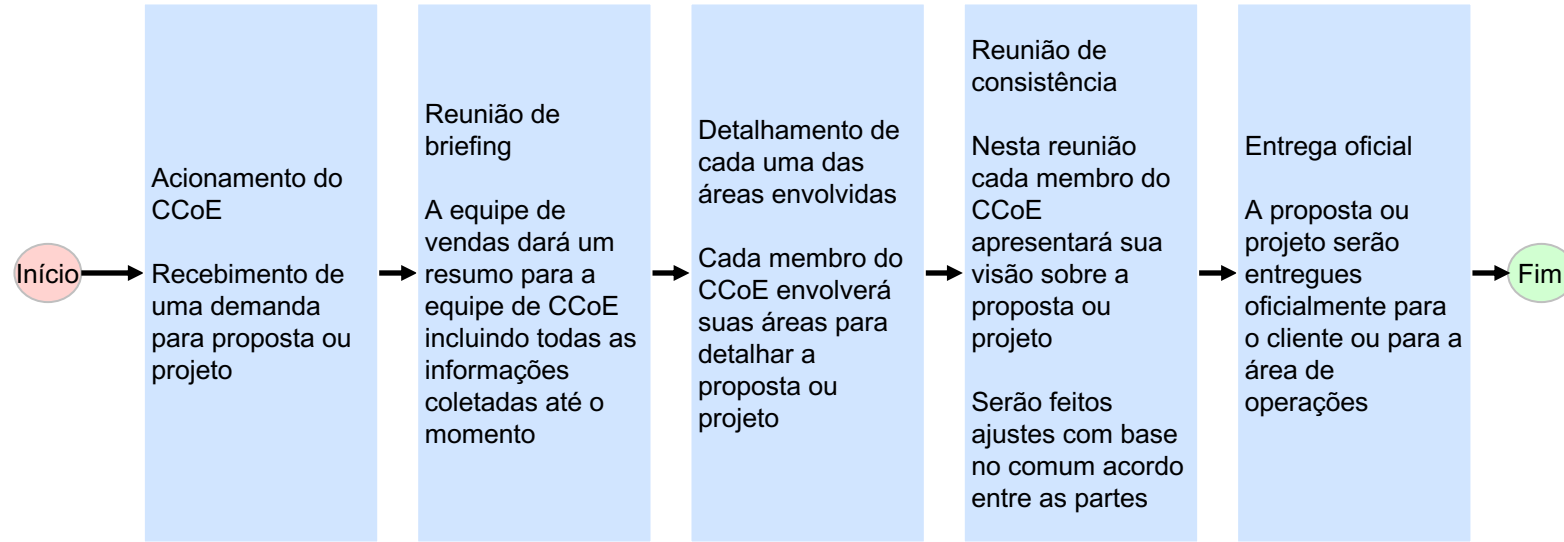
Processos de vendas

Elaboração e uso do CCoE

- Elaboração do CCoE
- **Elaboração de uma proposta ou projeto usando o CCoE**



Elaboração de uma proposta ou projeto usando o CCoE



ADVANCE Consulting

**Advance Your Business
consultoria e treinamento para
vender mais e melhor**

www.advanceconsulting.com.br