**Aula 03 (Tainá) - Como Vou? (PARTE 1).m4a**

[ 00:00:00 ] Olá, pessoal. Parabéns para vocês que estão dando sequência aqui no módulo. Fico muito feliz que você está participando dessa jornada com a gente, está assistindo cada aula, montando aí cada ferramenta e cada etapa para construir o planejamento estratégico da empresa de vocês. Bom, nas aulas anteriores, nós identificamos o cenário de onde estou, para onde vou, e hoje nós vamos saber um pouquinho mais do como vou. Então, vou explicar aqui para vocês como que a gente define como que eu vou, tá? Seguindo, hoje a gente vai ter nossa definição da estratégia, então a gente vai saber qual a estratégia que a empresa vai adotar para 2024. Vamos definir os OKRs, vamos definir aqui o 5W2H para execução e acompanhamento desses OKRs e também vamos trabalhar um pouquinho sobre a definição orçamentária, tá?

[ 00:00:48 ] Dando sequência, a primeira questão que a gente vai identificar é a definição da estratégia. Então, para definir a estratégia, a gente vai usar uma ferramenta chamada matriz ANSOF, tá? Aí vocês vão me perguntar, alguns, né, outros podem dizer que já conheçam. Ah, Tainá, mas o que é essa matriz em software que eu não conheço? Bem simples, tá? É uma ferramenta de planejamento estratégico que fornece uma estrutura para ajudar empresários a definirem e criarem estratégias para o crescimento futuro de uma organização. Ela é bem simples de ser definida, só auxilia vocês a terem um direcionamento mais robusto e mais assertivo do que vocês querem como estratégia para 2024, tá? Aqui nós temos a nossa matriz Ansof. Bem resumida, nós temos de um lado mercado, então nós temos novos mercados, nós temos mercados existentes, nós temos ali produtos existentes e novos produtos, tá?

[ 00:01:40 ] Então vamos lá, eu tenho quatro estratégias possíveis, né? Penetração de mercado, desenvolvimento de produtos, desenvolvimento de mercado e diversificação. Então, ah Tainá, mas como que eu vou saber qual a minha principal estratégia para 2024? Simples, de forma resumida aqui para vocês, se vocês já têm um mercado amplo, vocês já pertencem ao mercado existente, já têm loja conhecida, já dominam aí a região de vocês, mas vocês não têm produtos diversificados ou novos, vocês trabalham com produtos que já estão na linha da empresa há um bom tempo, qual a sua estratégia que vocês devem utilizar? Desenvolvimento de novos produtos. Porque o mercado você já tem, o mercado você já conhece, você já está no mercado que você quer. Porém, você está vendo a necessidade de desenvolver novos produtos, aumentar o seu portfólio, porque você só trabalha com aquele produto específico.

[ 00:02:31 ] Então, a sua estratégia para 2024 é desenvolvimento de novos produtos. Consequentemente, os seus OKRs têm que ser voltados para essa estratégia. Porém, O contrário também é verdadeiro, né? Se você já tem novos produtos, se você tem um portfólio que sempre é atualizado, mas você não está no mercado que você quer, você sente que você pode expandir, pode ampliar esse mercado, a sua estratégia vai ser penetração de mercado. Então, todos os seus OKRs têm que estar voltados para essa estratégia. Então, você vai precisar penetrar no mercado. O que é que você vai fazer para ganhar mais mercado, para aumentar? Seja um mercado online, seja um mercado que já existe, um mercado físico. Então, essa será a sua estratégia. E se você não tem um mercado que quer, mas tem produtos, o que eu faço?

[ 00:03:20 ] Eu vou para o desenvolvimento de mercado. A minha estratégia vai ser desenvolver novos mercados. Eu estou no mercado que não é o ideal, porém eu tenho muitos produtos, eu tenho produtos novos e eu quero ir para um mercado diferente. Vamos desenvolver um novo mercado. Essa vai ser a nossa estratégia. E se você já tem mercado e você tem novos produtos, o que é que você vai fazer? Diversificação. Então a gente vai trabalhar essa diversificação, vai aumentar ainda mais o portfólio de produtos e trabalhar ainda mais esses mercados que você já tem, tá? E assim você seleciona a estratégia de vocês para 2024. Se vai ser penetração de mercado, desenvolvimento de produtos, desenvolvimento de mercado ou diversificação. Feito isso, nós vamos construir os OKRs, tá? O que é OKR, Tainá?

[ 00:04:08 ] OKR é um sistema de gestão de metas e resultados que foi popularizado no Vale do Silício e tem sido adotado por muitas empresas em todo o mundo. O OKR é projetado para alinhar as metas e os esforços de uma organização, proporcionando clareza e foco em direção aos objetivos estratégicos. Então, essa ferramenta vai nos ajudar a olhar o que a gente precisa fazer. e acompanhar o como que a gente está mensurando para saber se aquele objetivo, se aquele resultado está dando certo ou não. Então, basicamente, é uma gestão por objetivos e resultados, tá? Trazendo mais clareza para vocês, o que são esses objetivos-chave, Tainá? São declarações claras sobre o que uma organização ou equipe deseja alcançar. Eles devem ser ambiciosos, inspiradores e orientados para o futuro.

[ 00:04:57 ] Os objetivos respondem à seguinte pergunta, o que queremos realizar? Então, qual o meu objetivo, qual o principal objetivo da minha empresa? Ah, eu quero aumentar o meu portfólio de clientes, é o que eu quero realizar. Ah, eu quero aumentar a minha lucratividade em 50%, é o que eu quero realizar. Ah, eu quero criar uma filial, eu quero abrir novas filiais, é o que eu quero realizar. Esse é o objetivo da minha empresa, é o que a gente chama de objetivos-chave. Já os resultados-chave são indicadores mensuráveis e específicos que demonstram o progresso em direção aos objetivos. Eles fornecem uma maneira tangível de avaliar o sucesso na construção dos objetivos. Então, os resultados-chave respondem à seguinte pergunta. Como saberemos se alcançaremos os nossos objetivos? Simples.

[ 00:05:43 ] Primeiro, o meu objetivo aqui é aumentar a minha carteira de cliente. Qual o meu resultado-chave? O que é que eu vou fazer que eu consigo medir? para saber se eu aumentei o meu número de clientes para um valor X que eu coloquei. Ah, eu vou fechar parcerias com novos parceiros, eu vou aumentar a venda de um produto X, eu vou abrir um setor novo de sucesso do cliente para mensurar a satisfação do cliente. Então, todos esses resultados, consequentemente, são mensuráveis. Então, o que eu descrever, eu tenho que medir e saber se eu estou alcançando ou não, tá? Seguindo aqui para vocês, depois a gente vai para a parte prática, mas eu vou passar a parte teórica. Quando eu defini o meu objetivo-chave, o meu resultado-chave, a gente faz o 5W2H.

[ 00:06:26 ] Alguns de vocês já conhecem a planilha que eu costumo utilizar. Eu dei uma otimizada, então para vocês não ficarem com dois ou três arquivos, eu juntei tudo em um só. Quando eu passar para a parte prática, vocês vão observar. Na nossa planilha já vai ter o objetivo-chave, resultado-chave, atividade-chave e o 5W2H, tá? Mas explicando para vocês o que é 5W2H. É uma ferramenta de gestão que visa estruturar e planejar a execução de tarefas de maneira clara e eficiente. Então aqui a gente vai acompanhar de fato se aqueles resultados e atividades estão sendo realizados, se estão batendo a meta ou não, tá? Explicando para você, tá, eu tenho 5W2H, mas o que são 5W, Tainá? Simples, vou explicar para vocês. Vou pegar aqui o gancho de Patrícia e trazer para vocês de maneira já portuguesada, tá?

[ 00:07:14 ] Então, não vamos usar termos em inglês, só coloquei aqui para que vocês saibam que são W de fato. Primeiro W aqui é o quê? Refere-se à definição da tarefa ou atividade, ou seja, o que precisa ser feito. Aqui vocês vão colocar o que vai ser feito para alcançar aquele atividade chave lá que a gente colocou no OKR. Dando sequência no segundo W, nós temos o porquê. Então, vai indicar a razão ou justificativa para a realização da tarefa. Qual o propósito ou o objetivo? Então, eu defini o que eu vou fazer, mas por que eu vou fazer? Então, aqui a gente define isso. Trazendo para o terceiro W, nós vamos identificar quem vai fazer, tá? Então, quem vai ser responsável por acompanhar a execução ou entregar os resultados dessa tarefa?

[ 00:07:56 ] A gente define essa pessoa. Algo importante, tá? Em quem vocês nunca colocam mais de uma pessoa? Porque uma pessoa tem que ficar responsável por entregar aquele indicador. Se para a realização desse indicador ela vai precisar de 10, 15, 20 pessoas fazendo, está tudo bem. Mas as 10 vão fazer e uma vai mensurar o resultado e apresentar. Então quem sempre vai ser composto por uma pessoa? A pessoa que vai apresentar o indicador e vai dizer se aquela ação foi feita ou não. Seguindo aqui no quarto W, nós temos o onde, então aqui vai especificar o local onde a tarefa vai ser executada. Onde a ação vai ser realizada, qual lugar que ela vai ser realizada? Vai ser na minha própria empresa? Vai ser via web? Vai ser na empresa de um cliente?

[ 00:08:40 ] Vai ser na empresa de um parceiro? Vocês, às vezes, só vão especificar o local que essa ação vai acontecer, tá? E trazendo aqui sequência, o quinto W é o quando. Então, vai determinar o prazo para a realização dessa tarefa. Então, quando a tarefa vai ser realizada? Na planilha, vocês vão identificar que tem o prazo inicial e o final. Então, quando eu começo e quando eu termino. E isso precisa ser acompanhado para saber se está seguindo o cronograma correto, tá? Seguindo aqui, nós temos os dois H, tá? O primeiro H é o como. Então descreve a maneira como a tarefa vai ser executada, qual o método do processo. Aqui eu vou fazer bem detalhadamente como que eu vou executar aquele o quê que foi colocado anteriormente. E o segundo H é quanto.

[ 00:09:23 ] Então vai identificar os recursos necessários para realizar a tarefa. Quanto será o investimento, temos tempo, dinheiro, pessoas para isso. Então se para fazer aquela ação custar algum valor, vocês colocam. Se por um acaso para fazer aquela ação vocês não vão precisar investir em nada, coloca zero. Deixa o valor zerado, tá? Vou passar aqui um pouquinho agora para a parte prática, para vocês identificar como que a gente mostra os OKRs, tá? Novamente, estou pegando aqui o exemplo da X5 para que vocês possam entender um pouquinho melhor como que a gente classificou. Ó, objetivos-chave, né? Os nossos objetivos principais, né? Nós temos aqui o objetivo 1. Qual o objetivo 1 da X5, Tainá? Gerar 915 e sai. Então, qual o meu resultado-chave aqui? Qual o meu R1 primeiro, né, que a gente chama?

[ 00:10:09 ] Como que eu vou conseguir gerar esses 915 aqui? Criar e executar os funis de venda. Então, isso é o que eu vou fazer. Esse tem o que eu quero fazer, o que eu vou fazer para alcançar. E a minha atividade chave, Tainá? Qual a principal atividade que eu vou fazer para alcançar esse resultado? Eu vou fazer o mapeamento de etapas. Aí, como que eu vou fazer esse mapeamento de etapas? Vamos lá. É, seguindo aqui, fazer um draw floor dos funis, categorizar os funis, nível de complexidade de implementação. Feito essa classificação, eu fiz o mapeamento das etapas. Em seguinte, eu tenho aqui o 5W2H, já seguindo com o como, inclusive. Quem é o responsável por entregar essa tarefa? Jorge e Luiz. Qual a área? Marketing. Qual a data de início? 27 de novembro.

[ 00:10:55 ] Qual a data de término? 11 do 12. Quanto custa? Nada. Então, aqui a gente dá sequência. Qual é o meu próximo resultado chave? Ah, eu preciso criar uma linha de calendário editorial. Eu fazendo isso, eu vou conseguir gerar aqui esses 915. Então, como que eu vou conseguir fazer isso? Fazendo um plano robusto de distribuição de conteúdo. E como que eu vou fazer esse plano robusto, Tainá? Eu vou fazer um alinhamento de comunicação com os players, construção de uma linha editorial trimestral, definição de canais de distribuição. Responsáveis temos Jorge novamente, setor marketing. Data de início 27 do 11, data de término 11 do 12. E assim vocês vão dando sequência nos demais, tá? Detalhe, esses objetivos e resultados chaves são tirados das avenidas de crescimento.

[ 00:11:41 ] Então, vocês viram que muitas avenidas de crescimento são construção, implementação de funis, a gente jogou lá, estruturação de CRM completa, definição de um plano robusto está lá também. Aqui, organização do setor comercial, vou mostrar um próximo para vocês, construção da jornada do cliente também. Então, aqui quando a gente selecionou aqui tudo que está em verdinho, eu vou colocar essa planilha preenchida para auxiliar vocês lá também, tudo que está em verdinho está nos nossos OKRs, seja como objetivo, como resultado chave. Ou atividade chave. Não vou passar de um por um porque eu vou disponibilizar para vocês, mas eu só vou seguir os outros dois objetivos, tá? E uma outra dica. O ideal é que vocês definam três objetivos principais e no máximo cinco resultados chaves para cada objetivo.

[ 00:12:26 ] Porque se vocês definirem muitos objetivos e muitos resultados, a gente acaba que não consegue acompanhar todos. Então, como vocês conseguem ver aqui na planilha, eu tenho primeiro objetivo, segundo objetivo, terceiro objetivo. Para o primeiro objetivo, eu tenho cinco resultados-chave. Para o segundo objetivo, quatro resultados-chave. E para o terceiro objetivo, cinco resultados-chave. Só dando sequência. Qual que foi o nosso segundo objetivo-chave, Tainá? Ter 25% de conversão na SAE. Então, aí o que eu vou fazer? Qual o meu resultado-chave? Estruturar o CRM completo, criar a qualificação do cliente, validar a script de sessões estratégicas de vendas, implementar a automação dos processos. Tudo isso está na nossa avenida de crescimento. E aí, qual a minha atividade-chave, por exemplo, para eu estruturar o CRM completo?

[ 00:13:15 ] Fazer um maior aprofundamento das funcionalidades do Bitrix. Por quê? Porque o Bitrix me dá essa disponibilidade. Eu só preciso saber como funcionam todas as funcionalidades para eu ter um CRM completo. E como eu vou fazer isso? Estudar melhor a usabilidade do Bitrix através da área de dúvidas que eles possuem e fazer contato com a equipe do suporte. Pessoa responsável, Fran, área, projetos, data de início 20 de 12, data de término 30 de 12. Quanto isso vai custar? Nada, porque a gente já contratou o Bitrix, já está passando para isso. Então, para mim ter esse módulo completo, eu não vou pagar nada mais por isso, tá? Dando sequência aqui no nosso terceiro e último objetivo principal, eu quero aumentar o meu LTV na minha área de sucesso do cliente.

[ 00:14:03 ] Então, o que eu vou fazer para aumentar essa recompra, Tainá? Construir a jornada do produto, dando sequência, construir a jornada do cliente, desenhar o processo de pós-evendo, criar funil de recompra e indicação, mapear os momentos verdade do cliente, tudo isso aqui está nas nossas avenidas de crescimento, enfatizando novamente. Como que eu vou construir a jornada do produto, Tainá? Eu vou melhorar a experiência do cliente ao longo de todo o ciclo de vida, desde o primeiro contato até a fidelização, proporcionando uma jornada mais fluida e personalizada. E isso resultará em maior satisfação, engajamento e, consequentemente, um aumento na nossa recompra, no nosso LTV. E como que eu vou fazer isso, Tainá? Realizar o mapeamento da jornada, identificar os pontos de Ficção e oportunidades, realizar segmentação e desenvolver a persona, fazer o design da nova jornada, implementação gradual, pesquisa e monitoramento.

[ 00:14:59 ] Pessoa responsável, Fran, área, projetos, data de início 10 de 12, data de término 30 de 12. Quanto vai custar? Nada. Vamos disponibilizar isso para vocês e basicamente isso que vocês vão fazer na construção dos OKRs. Agora aqui, voltando para a nossa apresentação, depois que vocês definiram os OKRs, depois que vocês definiram a estratégia para 2024, definiu os OKRs e o 5W2H, nós vamos ter a definição orçamentária, tá? definição orçamentária, vocês vão assistir a parte 2 da aula do Como Vou. Então, acabei de explicar para vocês a parte 1 e vocês vão assistir a parte 2, tá? Que será ministrada pelo nosso mentor financeiro, Luciano, tá? Então, ele melhor que ninguém vai explicar mais detalhadamente para vocês como que vocês vão ter essa definição orçamentária, tá? Obrigada por assistirem até aqui. Não percam a parte 2 para dar continuidade na confecção dessa etapa do planejamento estratégico. Espero vocês na próxima aula, tá? Tchau, tchau!