**Aula 04 (Tainá) - Com quem eu Vou..m4a**

Olá pessoal, que bom que vocês chegaram até aqui e assistiram todas as aulas anteriores e estão aqui na última aula para a construção do planejamento estratégico. Hoje nós vamos trabalhar a etapa de com quem eu vou, tá? E aí, basicamente essa etapa a gente vai nomear, né, indicar todos os indicadores necessários para acompanhar o planejamento estratégico e também ocorrerá a apresentação do mesmo, tá, do planejamento estratégico para toda a equipe de vocês. Primeiramente com os líderes, né, que ajudaram nessa construção em todas as etapas e na sequência a apresentação para todos os colaboradores, tá? Vou compartilhar aqui com vocês a planilha aqui dos OKRs da X5, que vocês já conhecem das aulas anteriores e basicamente o nosso foco hoje será nos indicadores, então vou passar alguns para vocês aqui para que vocês entendam como que a gente chegou a esse indicador, a esse período aqui, né, de mensuração, podemos dizer assim.

E na sequência eu vou apresentar o modelo de um relatório final que vocês podem estar utilizando, tá, para construir e apresentar para a equipe de vocês. Ó, não vou passar por todos, tá, de um por um, aqui vocês acompanham nas aulas anteriores também, mas só para que vocês tenham uma noção de como que a gente faz a segmentação. O primeiro objetivo geral aqui da X5 foi gerar 915 sessões estratégicas, né, anual, é uma meta anual. Como que eu vou misturar o indicador para isso, Tainá? Eu não vou esperar chegar em dezembro de 2024 para saber se eu conseguir fazer 915 sessões estratégicas, concordam? Então eu vou dividir esse número por 12 e ter um indicador mensal, onde mensalmente eu vou acompanhando o resultado para saber se eu estou batendo a meta do mês, que no final vai ser somado e alcançar o objetivo final.

Então quando vocês vão colocar o primeiro indicador da primeira linha, sempre façam do objetivo. Qual o primeiro indicador? Gerar 77 sessões. Eu dividi aquele número geral por 12, tá? E é um indicador mensal, então mensalmente a gente precisa acompanhar esse número. Próximo aqui a gente segue, ó, qual o meu primeiro resultado chave? O que eu vou fazer para alcançar esse objetivo? Eu vou criar e executar funis de vendas, tá? Como que eu vou fazer aqui atividade chave? Fazendo um mapeamento de etapas. Consequentemente, vou definir aqui e estruturar os meus funis de vendas. Então quais os indicadores para acompanhamento desses funis de vendas que a gente pode misturar? Vou passar mais alguns para vocês, ó. Quantidade de funis ativos. Eu posso ter um funil ativo, eu posso ter cinco, posso ter dez.

Então eu preciso ter a quantidade de quantos que eu tenho ativos. Quantidade de leads gerado por funis, tá? Então se eu tiver dez funis, eu vou ter a quantidade de leads para cada dez funis aí, para a gente ter uma mensuração. Quantidade de leads qualificados, tá? Então desses leads, ah, eu gerei 20 leads, digamos assim, para cada funil. Mas quantos que foram qualificados? Quantos que tem o perfil ali que compra os produtos da empresa? Quantos que tem o perfil da empresa de vocês? Produtos ou serviços, tá? Então tem a segmentação. E por fim aqui, verba investida dos funis. Então a gente precisa saber quanto de verba que a gente investiu, para saber se está valendo a pena ou não essa conversão, tá? E todos esses são indicadores mensais, como a gente pode visualizar.

Vou trazer mais alguns para vocês, ó. Gerar linha e calendário editorial. Eu preciso gerar essa linha, esse calendário editorial, né, com novas publicações, não somente aqui para aquelas que vão para os funis. E quais os funis? E quais os indicadores para isso, Tainá? Alcance do público no tráfego orgânico da X5. Ou seja, eu tenho um tráfego pago, onde eu vou estipular, né, uma verba mensal ali para turbinar aquela publicação. Mas eu também tenho publicações orgânicas, aquelas que eu coloco e que eu não turbino. Então a gente precisa mensurar o alcance, quanto de engajamento que eu tenho, quantas contas eu alcancei, quantos novos seguidores eu tive por essa publicação. E quando a gente mensura da X5, vai englobar todos os mentores, todos os plays da X5.

Então se você tem mais de um player dentro da sua empresa, mais de um médico específico, mais de um empresário, precisa turbinar aí esse Instagram de mais de uma pessoa, vocês conseguem colocar dessa forma também. E esse indicador também é mensal, tá? Próximo resultado aqui, definição das ferramentas estratégicas. Então quais ferramentas que a X5 vai utilizar? Qual o indicador para isso? Quantidade de ferramentas utilizadas, ou seja, quais as ferramentas que você utiliza hoje? Qual o valor? O valor pago, então quanto que eu pago em cada ferramenta e o desempenho nas ferramentas. Então eu vou ter a quantidade de ferramentas, quais as ferramentas que eu tenho, eu vou ter aqui o valor que eu pago e o desempenho. Se for uma ferramenta que é muito cara e o desempenho está lá embaixo, vale a pena eu estar com ela?

Aí a gente já estuda e já verifica essa possibilidade, porque de repente você consegue substituir por uma ferramenta mais em conta, que já vai gerar uma redução de despesa aí para a empresa de vocês. Vou trazer mais alguns exemplos aqui, ó. O próximo. Desenvolver a área de membros, tá? Esse é um resultado chave da X5. Qual o indicador para isso daqui? Ó, quantidade total de inscritos na área de membros, quantidade de inscritos na área de membros para o programa empresa exponencial, a quantidade de inscritos do Infinity, tá? Se vocês têm uma área exclusiva só para vocês do Infinity, assim como o pessoal do programa também tem uma área exclusiva para o pessoal do programa, e quantidade de pessoas que estão utilizando. Então a gente consegue mensurar, eu tenho quantidade de inscritos, quantidades de inscritos por produto, e quem está utilizando.

Eu preciso saber por quê, porque eu vou tomar uma decisão e uma ação em cima daqueles que não estão utilizando. Será que eles não estão utilizando porque não sabem mexer, porque não estão tendo tempo? Então como que a gente pode ajudar vocês a utilizar essa área de membros? Então é um dado e um número que a gente precisa acompanhar, tá? Seguindo para mais alguns, ó. Validação de novos canais de produtos, né, de vendas de produtos. Aí eu tenho várias atividades, mapear e fechar parcerias estratégicas, desenvolver o plano de afiliados, realizar o NEX, que é o nosso evento de multidão. E quais são os indicadores para isso, Tainá? Alcance e conversão de vendas, tá? Pelas parcerias estratégicas. Então, Patrício, Vital, está fazendo aqui uma live com um parceiro estratégico.

A gente consegue mensurar quanto que a gente conseguiu vender em cima dessa live, devido a esse parceiro estratégico, por exemplo. O próximo aqui, quantidade de vendas e valor para aqueles lá, para atividade de afiliados. Então, eu tenho afiliados, então, quanto que esses afiliados venderam? Mas não é só quantidade, né? Ah, ele vendeu aqui tantos produtos, mas quanto custou? Quanto entrou para o caixa da empresa? Então, vocês precisam mensurar também. E o próximo, quantidades e vendas de valor também do evento de multidão. Então, também são indicadores mensais. Se a nossa meta é no final do próximo ano fazer o NEX, né, que é o nosso evento de multidão, quanto que eu estou vendendo todo mês? E a quantidade de ingressos para isso, tá? Então, aqui são alguns exemplos de indicadores, que vocês façam e vocês vão fazer exatamente essa análise.

Olhar o objetivo, olhar o resultado, a atividade, o que que eu posso acompanhar mensalmente. Assim como vai ter outros também, tá? Mas estou passando alguns exemplos para vocês. Aí, vamos lá. Tá, Tainá, eu fiz todas as etapas anteriores, eu fiz a etapa do onde eu estou, eu utilizei todas aquelas ferramentas para a gente entender o cenário atual da empresa, várias pesquisas, fizemos lá a tempestade de ideias, fizemos as nossas avenidas de crescimento, definimos os nossos OKRs, já coloquei os indicadores aqui, mas e agora? Agora, vocês vão montar um relatório final, tá? Esse relatório final, eu vou mostrar para vocês ainda o da X5 de 2023. O de 2024, a gente ainda está finalizando algumas métricas, algumas ações para que seja montado e apresentado para o time aqui da X5, tá?

Então, vou compartilhar com vocês o modelo de 2023, que é um modelo bem simples no PowerPoint, bem simplesinho, não tem nada trabalhado, só que para vocês focarem, focarem nas informações, esse modelo eu posso estar passando para vocês, disponibilizando lá na área de membros, então, vocês podem fazer um modelo simples, vocês podem fazer um modelo mais elaborado, tá? Não tem certo ou errado, você faz de acordo com o conhecimento e a disponibilidade de vocês, tá? Como que vai ser esse relatório, Tainá? Vou compartilhar aqui. Bom, de início vocês vão colocar a capa, tá? O planejamento estratégico segundo semestre aqui foi 2023, como eu citei para vocês do ano anterior, a primeira questão que a gente coloca aqui, ó, o planejamento estratégico foi realizado em cinco etapas, então, vocês vão colocar as etapas que vocês estão realizando.

Primeira etapa, onde estou, vocês podem colocar dessa forma, aqui a gente já foi colocando as ferramentas que a gente fez, tá? A gente dividiu, então, a primeira etapa a gente não fez em um dia só, como vocês podem ver aqui, ó. Primeira etapa, a gente trabalhou ali a voz do cliente, com aquelas ferramentas de pesquisa de satisfação, a gente trabalhou a SWOT, análise de mercado, tendências, o Bitmark, já no dia dois a gente trabalhou o Bistró, o Brainstorming, identificação das avenidas de crescimento, aquela classificação de geração de valor e complexidade de implementação, e por fim, a definição das avenidas de crescimento após essa pontuação. No dia três, a gente já definiu as estratégias à lei que a gente ia realizar, clareza do que vai realizar, ou seja, construção dos OKRs e 5W2H, né?

Para ficar bem claro do que que a gente vai fazer, o nosso objetivo, o nosso resultado-chave, como que a gente vai fazer, né, com o 5W2H. E teve também a definição orçamentária, né, que é a etapa que vocês assistiram aí na aula anterior com o Luciano, explicando como definir um orçamento para que vocês acompanhem, tá? No dia quatro, a gente definiu as metas e os indicadores por setor, que é o que eu apresentei anteriormente para vocês, a apresentação ao time, né, do plano estratégico das avenidas de crescimento, e a apresentação da ideologia. E no dia cinco, a gente fez ali o organograma da empresa, uma atualização e um desenho do plano de ação inicial, né? Quais as primeiras etapas. Então, vocês viram aí, né, vocês vão colocando, tá?

Não precisa ter tudo que está aqui, de repente é só três, fizeram ali quatro etapas, algumas informações, vocês vão fazer dentro da realidade de vocês, mas vai colocar o que foi realizado para a construção desse planejamento, tá? Em seguida, a gente foi especificando etapa por etapa, tá? Vou passar só o primeiro, os outros eu vou ler para não ficar redundante. Então, anteriormente vocês viram que teve o dia um, aqui o segmento. O que foi que eu fiz no dia um? Ó, primeiro passo, todos os colaboradores foram convidados para expor sua opinião como cliente interno, né, trazendo os seus pontos mais críticos. Segundo ponto, após escutar ali a opinião e visão de todos, né, iniciamos a análise SWOT, identificação da X5, suas forças, fraquezas, oportunidades e ameaças.

Ali vocês vêem que tem um link, naquele link quando você clica já abre o 5W2H da X5. Então, vocês podem estar fazendo isso, tá? Ah, na primeira etapa, Taina, eu fiz o como eu estou, então eu fiz algumas pesquisas de satisfação, pesquisas internas, coloca os links dessas pesquisas que você já clica e você já tem acesso à SWOT, já coloca o link que vocês clicam e tem acesso. Ali no pontinho 3, ó, junto aí toda a equipe, identificamos quais são os nossos maiores concorrentes. Hoje, né, identificamos suas estratégias, que é aquilo do benchmark. Fizeram a análise do benchmark, vocês colocam também o linkzinho, tá? Na sequência, vocês vão ter o mesmo aqui para a etapa 2.

Então, tudo o que foi feito no dia 2, juntamente com os links ali da construção, tudo o que foi feito ali para o dia 3, para o dia 4 e para o dia 5, tá? E na sequência, o que foi que a gente colocou? Principais definições. Então, missão, visão e valores, tá? Da empresa, é algo importante vocês compartilharem. Aqui é o da X5, né, o círculo de ouro, é interessante vocês colocarem também. As avenidas de crescimento principais, né, com a segmentação. Então, aqui em verde, aquilo que a gente chama de frutas verdes, ou seja, o que a gente já iria fazer de imediato, né, ó, definição da ferramenta de gestão de tarefas. Criação da gestão por indicadores. Ali nós temos o 3 e o 4, né, que ficou naquele meio.

Não é uma fruta baixa, mas também não é uma fruta alta. Então, eu vou fazer também quando der, que foi a capacitação do time, implementação do setor de qualidade. Em vermelho, são aquelas que tiveram um grau maior de dificuldade de implementação, mas que a gente precisou fazer também. Então, construção do planejamento de marca, estrutura ali do CRM completa, criação de podcast, modelar o business. Inteligência, né? Aí, em seguida, o setor comercial, implementação do Sunis. Então, vocês vão segmentando da mesma forma, tá? Aqui a gente só fez a distribuição no gráfico, assim como vocês viram na aula anterior, só para saber onde cada um se encaixou, né, se é uma geração de valor alta, se é uma complexidade baixa. Então, é interessante vocês definirem, que é aquela questão da pontuação de geração de valor versus complexidade, tá?

Viemos aqui para os OKRs. Então, definimos lá na planilha. A gente só vai colocar o primeiro objetivo chave, os resultados chaves também. A gente lista ali do lado, ó. Primeiro objetivo, implementar a metodologia da X5 na X5. Qual o primeiro resultado chave? Implementação do setor de qualidade, implementação da ferramenta de gestão por tarefas, capacitação do time, fortalecimento da cultura da X5, estruturação do ambiente interno. E assim, vão seguir para os demais objetivos, tá? Hoje, acesa um insight que vocês conseguem trabalhar de imediato. Então, sempre coloca os insights que vocês têm, porque o que não é visto não é lembrado. Então, vocês precisam estar sempre visualizando para lembrar. E no momento certo, tomar alguma ação em relação a isso, tá? Quais são esses insights, Tainá? Ah, estratégia de vender o PECS.

Lembrando que é o planejamento do ano passado. Então, a gente já realizou o PECS aqui em dezembro, né? Está realizando agora com vocês. Documentário do Vale do Cuscuz, produto de implementação de cultura, criação de e-books, gravação de conteúdo de Patrício Nuento. Então, todos os sites que vocês tiverem nessa construção, anotam para não esquecer, tá? E na sequência, nós fechamos com Vai Ser Tão Lindo. É importante que todo planejamento estratégico tenha um nome, tá? Então, dá um nome para o planejamento de vocês. Esse daqui a gente fechou com Vai Ser Tão Lindo, que é uma música maravilhosa. Vocês podem pesquisar para estar ouvindo. É perfeita, sabe? Então, vai ser tão lindo quando descobrir o que te prometeu, né? Maravilhoso. Bom, em breve, a Fran vai gravar uma aula, tá?

Explicando e mostrando para vocês como acompanhar e cadastrar essas metas, esses indicadores no Bitrix, tá? Por que é importante isso, Tainá? Cada definição de indicador e plano de ação precisa ser acompanhado. Não adianta vocês fazerem e deixarem lá na gaveta guardado e não acompanhar, porque vocês não vão ter saber e ter noção se aquele planejamento estratégico está sendo alcançado ou não. Então, independentemente se vocês vão utilizar sistema ou não, tá? Se não for um sistema, acompanha manual, marca uma reunião, vai para essa reunião todos os meses, faz na planilha, acompanha os seus dados. Porém, vocês vão ter de presente aí, né? A Fran vai dar uma mentoria para vocês, explicando como que cadastra essas metas no Bitrix e como que acompanha, tá? E importantíssimo, o Bitrix vocês têm até a versão free.

Então, não tem por que não utilizar. E dentro do sistema é mais completo, né? Fica tudo registrado, vocês abrem ali em qualquer lugar e fica mais fácil de acompanhar, tá? E no mais, gostaria de parabenizar todos vocês que passaram por cada etapa, que construíram cada etapazinha e estão aqui na etapa final para finalizar o planejamento estratégico de 2024 de vocês, tá? Espero em breve, né? Na nossa aula. A aula aí presencial às 19h30, né? Acompanhar todas as etapas e o planejamento estratégico construído e finalizado da empresa de vocês, tá? Então, parabéns a todos pelo empenho, pela execução e tchau, tchau.