

Projeto SCMK

Introdução ao Cliente

Claudimara Macedo – Consultora e Diretora Executiva de Vendas independente, iniciou as vendas como consultora Mary Kay em 2013.

Conheceu a Mary Kay depois de um contato com uma consultora de vendas que ofereceu e apresentou o plano de negócios fornecidos pela empresa.

Mary Kay é uma empresa norte-americana de venda direta de cosméticos, fundada em 1963, em Dallas, Texas, por Mary Kay Ash, com o apoio do filho, Richard Rogers. Atualmente, a empresa é uma das maiores companhias no segmento de cuidados com a pele e maquiagem nos Estados Unidos e está presente em mais de 35 países, sendo considerada uma das maiores empresas de cosméticos do mundo, com um faturamento global de US\$ 3,5 bilhões em 2013 e mais de 3 milhões de pessoas em sua força de vendas independente.

O grande diferencial da Mary Kay é oferecer à sua força de vendas independente um plano de desenvolvimento profissional estruturado, que possibilita às Consultoras de Beleza Independentes a serem donas de seu próprio negócio e totalmente responsáveis por seu desenvolvimento profissional e financeiro, ou seja, oferecem a oportunidade de pessoas comuns, sem experiência no mercado empresarial, a desenvolverem estratégias de vendas para adquirir uma fonte extra de renda.

Foi através desta oportunidade de crescimento próprio que Claudimara iniciou como consultora, realizando vendas de produtos e sessões particulares exclusivas para os seus clientes, onde foi se destacando ao longo do tempo. Logo lhe foi designada ao cargo de futura diretora de vendas Mary Kay.

Em Maio de 2014, aproximadamente um ano após a sua entrada neste mercado, conseguiu concretizar a abertura de uma unidade franqueada da empresa, tendo a possibilidade de recrutar 10 consultoras com o objetivo de expandir e aumentar o número de vendas do seu negócio. Com o funcionamento desta unidade, Claudimara fez uma carta de solicitação à empresa para o cargo de Diretora. Após inúmeras vendas e recrutamentos, foi designada uma meta a ser alcançada por ela e sua equipe, cujo prazo era de quatro meses para dobrar o número de produtos já vendidos pela unidade, porém devido ao sucesso e ao grande número de negócios concretizados, em apenas 60 dias, a quantidade de consultoras cresceu de 10 para 30 e conseguiram alcançar a meta estabelecida pela Mary Kay, ganhando destaque como unidade principal da empresa e respectivamente ganhando o cargo de Diretora em sua unidade.

Com o novo cargo, vieram novas responsabilidades. Mesmo com muito trabalho a ser realizado, conseguiu se destacar nos primeiros meses, aumentando o número de seus pontos de vendas e evoluindo a cada dia em seu negócio independente.

Nos dias atuais, ela utiliza o seu cargo de Diretora Executiva de Vendas como única fonte de renda para o seu sustento pessoal, devido ao grande retorno financeiro gerado em apenas 4 anos de sua iniciação no mercado empresarial.

Atualmente, Claudimara Macedo, apesar de ocupar o cargo de Diretora Executiva de Vendas, tem como principal obrigação realizar o controle de todos os setores do seu negócio, ou seja, mesmo sendo empreendedora e possuindo consultoras de venda abaixo de sua hierarquia, ela necessita realizar os mais variados tipos de serviços para o sustento de suas vendas, ao mesmo tempo em que ocupa o cargo de diretora, ela executa o papel de compradora (produtos de estoque), vendedora (oferecer produtos), e administradora (controle-geral) de sua franquia.

Devido a esta sobrecarga de trabalho, ela sofre com a falta de tempo e mão-de-obra, tendo em vista que cada consultora cuida independentemente de suas vendas e pontos pessoais, ela não possui uma secretaria exclusiva para auxiliá-la na organização e controle de suas tarefas e objetivos, não há nenhum sistema implantado para o gerenciamento e administração dos setores de sua franquia.

Por causa destes problemas entraremos com a solução do sistema SCMK – Sistema de Controle Mary Kay, que tem como principal objetivo realizar o controle e administração dos mais variados setores presentes no sistema de vendas e recrutamentos da nossa cliente, através do conjunto de ferramentas implantadas em um só software que auxiliará desde o monitoramento ao gerenciamento das atividades dos administradores (no caso, a diretora de vendas e consultoras) para obter um melhor controle organizacional.

Fazem parte das atividades realizadas pela diretora e consultoras:

- Compra para revenda
- Recrutamento de novas consultoras
- Reuniões para crescimento da unidade
- Sessões de beleza para clientes
- Entrevista com futuras consultoras
- Agendamentos e acompanhamentos
- Venda de produtos
- Inventário (contagem de produtos em estoque)
- Troca de produtos com consultoras da mesma unidade

Baselines

1ª Baseline

#	Característica	Prioridade	Esforço	Risco
1	Agendamento de Clientes	C	M	B
2	Agenda de Compromissos	C	B	B
3	Alertas	C	A	M
4	Mensagens Automáticas via Whats App	I	A	A
5	Lançamento de Vendas	C	M	B
6	Lançamento de Bonificação	C	M	B
7	Lançamento de Compras	C	M	B
9	Status de Consultoras	C	B	B
11	Análise de Estoque	C	A	B
12	Devolução de Clientes	C	M	B
13	Feedback do Cliente	I	B	B
14	Cadastro de Produtos	C	M	B
15	Cadastro de Clientes	C	M	B
16	Cadastro de Consultoras	C	M	B
17	Desconto no momento da venda	C	B	B
19	Família de Produtos	C	A	M
22	Desconto em percentual (%) no cadastro das consultoras	C	B	B
23	Desconto em percentual (%) no cadastro de clientes	I	B	B
27	Indicações de clientes	C	B	M
30	Lançamento de Trocas	C	M	B
31	Cadastro de despesas	C	B	B
32	Sistema WEB	C	A	B
33	Aplicativo Móvel	C	A	A
35	Saldo do cliente	C	M	M
36	Vínculo de Parceria no cadastro de clientes	C	B	B
37	Histórico de vendas de clientes parceiros	C	M	A
38	Cadastro de Metas pessoais	C	M	B
42	Cadastro de administradora de cartões de crédito	C	M	B
43	Vínculo de taxas nas administradoras de cartões de crédito	C	B	B
44	Importação de NF-e	C	A	A
45	Controle de Empréstimo de Produtos	C	M	B
48	Tabela de parceiros	I	M	A
49	Pedido de compra	C	A	A
50	Travas do sistema	C	A	B

2ª Baseline

#	Característica	Prioridade	Esforço	Risco
8	Vínculo de Consultoras	U	A	M
10	Ajuste de Estoque	I	M	A
20	Composição (kits e cestas)	I	M	M
21	Programação de Ofertas	C	M	A
25	Mapa de Consultoras	I	A	A
26	Transferência de Agendamentos	I	M	M
29	Pack promocional	I	M	A
34	Fluxo de Caixa	I	A	A
39	Total recebido no mês	I	B	M
40	Total vendido no mês	I	B	M
41	Média de vendas diárias	I	M	M
46	Linhas de Novos Produtos	I	M	M

3ª Baseline

#	Característica	Prioridade	Esforço	Risco
18	Duplicar Cadastro	U	M	M
24	Sugestões de clientes	U	B	B
28	ABC de Vendas	C	A	A
47	Separação de Linha de Produtos	U	B	M