

build-lists: true autoscale: true

O papel da revenda no modelo SaaS

[.footer: Elton Minetto - Jean Carlo Machado]

O que é SaaS?

- ▶ Software se torna um serviço
- ▶ Em demanda
- ▶ Sem instalação



Figure 1: Top 10

Vantagens do SaaS

- ▶ Entrega contínua
- ▶ Suporte rápido
- ▶ Facilidade de acesso
- ▶ Portabilidade
- ▶ Upselling
- ▶ Integrabilidade

Desafios

- ▶ 40-60 % dos usuários de SaaS usam os produtos apenas uma vez
- ▶ É 7x mais caro conseguir um cliente novo do que manter um
- ▶ Não existe modelo consolidado de vendas

Focos da empresa

Parceiro

- ▶ Preços especiais
- ▶ Suporte especial
- ▶ Integrações e ferramentas

Plataforma de soluções

- Integrações a sistemas de terceiros - Aplicativos próprios - Aplicativos de terceiros

Como a Compufácil pode ajudar a revenda

- ▶ Fornecendo dados sobre os clientes existentes e leads
- ▶ Fomentar um relacionamento com as revendas, mantendo-a informada das novas funcionalidades e metodologias
- ▶ Mantendo um canal aberto com a equipe de tecnologia para a resolução de problemas, sugestões de melhorias podemos ajudar as revendas? demos ajudar as revendas

Quais são os papéis das vendas?

- ▶ Apresentar o sistema para um cliente (vender)
- ▶ Dar manutenção/educação, nutrir o relacionamento, a seus usuários no longo prazo (suporte)

Fases do relacionamento com consumidores em SaaS

1. Atrair
2. Converter
3. Reter

Atração

- ▶ O cliente precisa entender o problema
- ▶ A revenda precisa ser um educador
 1. Gestão financeira
 2. Varejo
 3. Gestão de pessoas

Conversão

Faze de definição do resto do relacionamento, definido por:

- ▶ Qualidade do suporte
- ▶ Educação quanto a solução

A frequência de retorno a um sistema é uma reflexão de quanto o sistema vale para o usuário

Retenção

- ▶ Mentoria quanto ao uso do sistema
- ▶ Estar informado e informar sobre novas funcionalidades
- ▶ Rápida resolução de problemas

Customer Success

É quando seus clientes atingem os objetivos deles através das interações com sua empresa.

- ▶ Não focar no produto, mas nas **interações**
- ▶ Entende entender o que o cliente precisa atingir e ajudá-lo

Foque em clientes com potencial

- ▶ Fica mais tempo no produto
- ▶ Compra mais
- ▶ Te envolve em outras partes da empresa
- ▶ Te recomenda publicamente

Desired Outcome



Figure 2:Resultado esperado

É sua responsabilidade entender o resultado esperado do seu cliente *melhor* que ele

Prover uma experiência que não fique no caminho

Seja proativo

- ▶ Treinamento do produto
- ▶ Treinamento de negócio
- ▶ Serviços especializados
- ▶ Onboarding acompanhado
- ▶ Dicas do aplicativo
- ▶ Acompanhamento via e-mail

Benefícios

A probabilidade de vender algo para um novo cliente é 5-20%.

Para clientes existentes é 60-70%.

Focando em Customer Success grande parte da receita vem depois da venda (CLV)

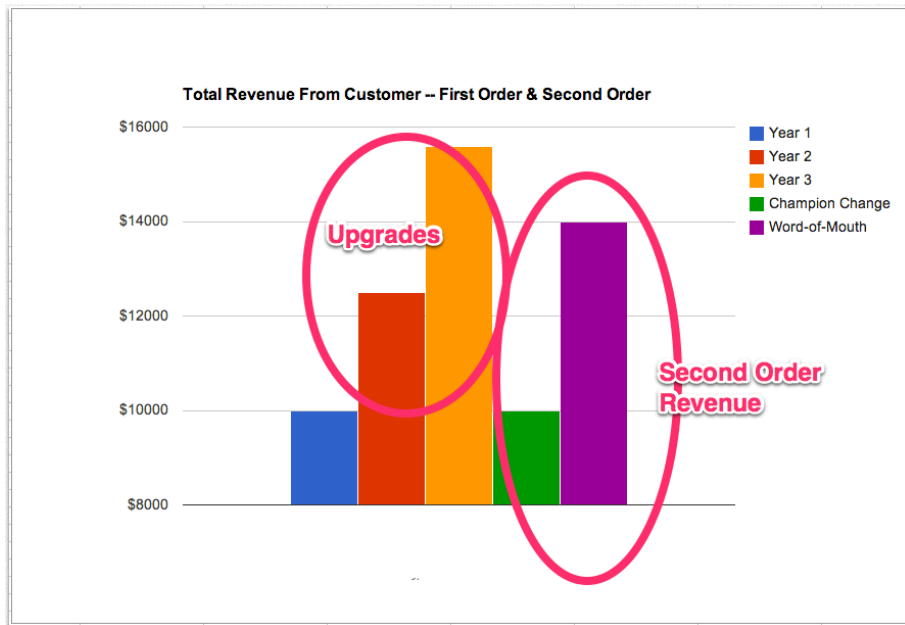


Figure 3: Venda de segunda ordem

Links

1. Guia SaaS
2. Understanding The SaaS Customer Lifecycle
3. Customer Success: o que é e o que você precisa saber
4. The SaaS Development Lifecycle
5. How to Sell SaaS
6. CLTV Isn't The Whole Story. Don't Shortchange Second-Order Revenue
7. Customer Success: The Definitive Guide 2017
8. How to Use Upselling to Increase Customer Happiness, Retention and Revenue
9. The SaaS Success Database

<http://compufacil.com.br>