

Plano Estratégico e Metas 2025 da Eshows

Índice

1. [Introdução](#)
2. [Estratégia Eshows - Guia Estratégico](#)
 - 2.1 [Propósito](#)
 - 2.2 [Pilares Estratégicos](#)
 - 2.3 [Steps Estratégicos](#)
 - 2.3.1 [Step 1: Melhoria do Cenário de Contratação de Música ao Vivo](#)
 - 2.3.2 [Step 2: Transformação do Artista em Vendedor de Seus Shows e Carreira](#)
 - 2.3.3 [Step 3: Conexão com o Público Final](#)
 - 2.3.4 [Step 4: Bringing Money Back](#)
 - 2.3.5 [Step 5: In Data We Trust](#)
 - 2.4 [Integração dos Steps](#)
3. [KPIs Essenciais](#)
 - 3.1 [Descrição dos KPIs](#)
4. [Plano de Metas \(OKR\) 2025](#)
 - 4.1 [Objetivos Institucionais 2025 e KRs](#)
 - 4.2 [Objetivo Anual da Eshows](#)
 - 4.3 [Estrutura do Plano de Metas por Trimestres](#)
 - 4.3.1 [1º Trimestre: Aceleração do Crescimento](#)
 - 4.3.2 [2º Trimestre: Expansão e Otimização](#)
 - 4.3.3 [3º Trimestre: Consolidação e Fortalecimento](#)
 - 4.3.4 [4º Trimestre: Maximização e Preparação para 2026](#)
5. [Alinhamento das Áreas com os Objetivos Institucionais](#)
6. [Comunicação e Transparência](#)
7. [Próximos Passos](#)
8. [Nota sobre os Valores e Metodologia](#)

1. Introdução

Este documento apresenta o Plano Estratégico e Metas para 2025 da **Eshows**, integrando a estratégia geral da empresa, os KPIs essenciais e o plano de OKRs (Objectives and Key Results) para o ano. O objetivo é alinhar todas as áreas da empresa com os objetivos institucionais, garantindo coesão, foco e eficiência na busca dos resultados almejados.

2. Estratégia Eshows - Guia Estratégico

2.1. Propósito

O principal objetivo da Eshows é:

"Potencializar a Indústria da Música ao Vivo, melhorando o ambiente de contratação, fortalecendo artistas independentes e conectando o público final a experiências incríveis."

Este propósito é atemporal e guia todas as ações estratégicas da empresa.

2.2. Pilares Estratégicos

1. **Expandir continuamente a presença e impacto no mercado da música ao vivo.**
2. **Inovar continuamente e desenvolver soluções com qualidade e escaláveis.**
3. **Ter uma comunidade forte e engajada em torno da marca.**
4. **Ser uma empresa enxuta e eficiente.**

2.3. Steps Estratégicos

2.3.1. Step 1: Melhoria do Cenário de Contratação de Música ao Vivo

- **Descrição:** Foco em pequenos contratantes B2B, como bares e restaurantes, formalizando propostas, pagamentos e avaliações mútuas.
- **Objetivo:** Estabelecer uma base sólida no mercado, garantindo eficiência e profissionalismo na gestão de eventos de música ao vivo.
- **Impacto:** Posicionar a Eshows como uma plataforma confiável e organizada.

2.3.2. Step 2: Transformação do Artista em Vendedor de Seus Shows e Carreira

- **Descrição:** Capacitar artistas para que promovam seus shows e carreiras dentro da plataforma, construindo reputação e visibilidade.
- **Objetivo:** Criar um ambiente onde o artista possa se destacar e integrar todas as suas atividades na Eshows.
- **Impacto:** Aumentar o engajamento, atraindo mais talentos e eventos.

2.3.3. Step 3: Conexão com o Público Final

- **Descrição:** Levar informações de shows ao público final através da plataforma Espaces, proporcionando melhor experiência aos amantes da música ao vivo.
- **Objetivo:** Aumentar a base de fãs e o engajamento do público final com os eventos.
- **Impacto:** Fortalecer o ecossistema de música ao vivo, criando um mercado mais vibrante e interconectado.

2.3.4. Step 4: Bringing Money Back

- **Descrição:** Criar um ambiente financeiro completo para o setor de shows ao vivo, incluindo bancarização, linhas de crédito e carteira digital.
- **Objetivo:** Centralizar todas as transações financeiras dentro da Eshows.
- **Impacto:** Facilitar transações seguras e eficientes, sustentando financeiramente todas as operações.

2.3.5. Step 5: In Data We Trust

- **Descrição:** Trabalhar estrategicamente os dados coletados para identificar tendências e prever o sucesso de projetos musicais.
- **Objetivo:** Transformar a Eshows em uma plataforma de inteligência musical, atraindo investidores e gravadoras.
- **Impacto:** Otimização contínua das estratégias de negócios e abertura de novos modelos de negócio.

2.4. Integração dos Steps

Os Steps estratégicos se complementam, formando um ecossistema integrado e robusto. Cada passo é essencial para o sucesso do próximo, garantindo um ciclo contínuo de crescimento e inovação.

3. KPIs Essenciais

Para monitorar o desempenho e garantir o alinhamento com os objetivos estratégicos, foram definidos KPIs essenciais para cada área da empresa.

Área	KPI
Geral	MRR (Monthly Recurring Revenue), Lucratividade
Comercial	Net Revenue Retention (NRR), Payback Ratio, Taxa de Sucesso de Implantação, Take Rate
Financeiro	Índice de Inadimplência, Índice de Eficiência Operacional
Jurídico	Conformidade Legal

Operações	Churn, Palco Vazio, Índice de Perdas Operacionais
Atendimento	CSAT (Customer Satisfaction Score), Tempo Médio de Resposta, Tempo Médio de Resolução
Pessoas e Cultura	Turnover, NPS Interno
Tecnologia	Lead Time, Cycle Time, Bugs, Defect Return Rate, Tempo de Uptime
Produto	NPS Clientes, Índice de Independência, Taxa de Retenção, Índice de Engajamento
Auditoria	Conformidade Operacional

3.1. Descrição dos KPIs

Geral

- **MRR (Monthly Recurring Revenue):** Receita recorrente mensal, refletindo estabilidade e crescimento financeiro.
- **Lucratividade:** Eficiência em gerar lucro a partir da receita total.

Comercial

- **Net Revenue Retention (NRR):** Capacidade de reter e expandir a receita com clientes existentes.
- **Payback Ratio:** Tempo para recuperar o investimento na aquisição de clientes.
- **Taxa de Sucesso de Implantação:** Eficácia nas implementações de novos contratos.
- **Take Rate:** Porcentagem de valor capturado em relação ao total de transações.

Financeiro

- **Índice de Inadimplência:** Porcentagem de pagamentos em atraso.
- **Índice de Eficiência Operacional:** Eficiência na utilização de recursos para gerar receita.

Jurídico

- **Conformidade Legal:** Operar dentro dos limites legais em relação a clientes, LGPD, artistas, termos e condições.

Operações

- **Churn:** Taxa de cancelamento de clientes.
- **Palco Vazio:** Frequência de shows cancelados ou não realizados.
- **Índice de Perdas Operacionais:** Perdas financeiras causadas por problemas operacionais.

Atendimento

- **CSAT (Customer Satisfaction Score):** Satisfação dos clientes com o atendimento.
- **Tempo Médio de Resposta:** Rapidez nas respostas às solicitações dos clientes.
- **Tempo Médio de Resolução:** Tempo para resolver problemas dos clientes.

Pessoas e Cultura

- **Turnover:** Rotatividade de funcionários.
- **NPS Interno:** Satisfação dos funcionários e probabilidade de recomendação.

Tecnologia

- **Lead Time:** Tempo total para um item passar por todo o processo de desenvolvimento.
- **Cycle Time:** Tempo para concluir uma etapa do processo de desenvolvimento.
- **Bugs:** Número de defeitos identificados no sistema.
- **Defect Return Rate:** Taxa de retorno de defeitos após correção.
- **Tempo de Uptime:** Disponibilidade da plataforma.

Produto

- **NPS Clientes:** Satisfação dos clientes e probabilidade de recomendação.
- **Índice de Independência:** Grau de autonomia dos clientes no uso dos produtos.
- **Taxa de Retenção:** Capacidade de reter clientes ao longo do tempo.
- **Índice de Engajamento:** Nível de interação e uso dos produtos pelos clientes.

Auditoria

- **Conformidade Operacional:** Adesão aos processos e procedimentos operacionais estabelecidos.

4. Plano de Metas (OKR) 2025

4.1. Objetivos Institucionais 2025 e KRs

1. **Retomar o Crescimento da Eshows**
 - **KR:** Atingir um faturamento de **R\$ 5 milhões** no ano de 2025.
2. **Ser uma Empresa Enxuta e Eficiente**
 - **KR:** Alcançar uma **lucratividade de 20%** sobre a receita total.
3. **Caminhar para a Independência do Usuário**
 - **KR:** Atingir um **Índice de Independência dos Usuários de 60%**.

4. Melhorar a Imagem da Eshows no Mercado

- **KR:** Alcançar um **NPS de Artistas de 70**.

Nota: Os valores acima são um rascunho e servirão como base para discussões futuras. Eles são exemplos de como podemos aplicar a metodologia, envolvendo todas as áreas trabalhando juntas em um objetivo comum.

4.2. Objetivo Anual da Eshows

Fechar o ano de 2025 com R\$ 5 milhões de faturamento.

4.3. Estrutura do Plano de Metas por Trimestres

O plano de metas está organizado por trimestres, com objetivos claros e KRs (Key Results) mensuráveis para cada área, alinhados aos objetivos institucionais.

4.3.1. 1º Trimestre: Aceleração do Crescimento

Objetivo Principal: Impulsionar o crescimento da Eshows através da aquisição de novos clientes e aumento do MRR.

Metas por Área:

Comercial

- **Hunting**
 - **KR1:** Conquistar **20 novos clientes corporativos**.
 - **KR2:** Implementar **3 novas estratégias de prospecção**.
- **Novos Clientes**
 - **KR1:** Aumentar o **MRR em 15%**.
 - **KR2:** Desenvolver e lançar **2 campanhas de aquisição de clientes**.

Finanças

- **Controller**
 - **KR1:** Aumentar a **Lucratividade em 10%**.
 - **KR2:** Melhorar o **Índice de Eficiência Operacional para 85%**.
- **Cobrança**
 - **KR1:** Reduzir o **Índice de Inadimplência para menos de 5%**.
 - **KR2:** Aumentar o **fluxo de caixa em 15%**.

Operações

- **Customer Success**
 - **KR1:** Reduzir o **Churn em 5%**.
 - **KR2:** Implementar um programa de capacitação para aumentar a **independência dos usuários**.
- **Atendimento**
 - **KR1:** Atingir um **CSAT de 80%**.
 - **KR2:** Reduzir o **Tempo Médio de Resposta para menos de 2 horas**.
- **Controladoria**
 - **KR1:** Reduzir o **Índice de Perdas Operacionais em 10%**.

Produto

- **UX**
 - **KR1:** Aumentar o **NPS Clientes para 60**.
 - **KR2:** Melhorar o **Índice de Independência dos Usuários em 20%**.
- **Tecnologia**
 - **KR1:** Reduzir o **Lead Time em 25%**.
 - **KR2:** Garantir **99.9% de Tempo de Uptime**.

Jurídico e Pessoas

- **KR1:** Garantir **100% de conformidade legal** em todas as operações.
- **KR2:** Recrutar **10 novos profissionais** nas áreas de Comercial e Produto.

4.3.2. 2º Trimestre: Expansão e Otimização

Objetivo Principal: Expandir a base de clientes e otimizar processos para sustentar o crescimento.

Metas por Área:

Comercial

- **Hunting**
 - **KR1:** Conquistar **mais 20 novos clientes corporativos**.
 - **KR2:** Implementar **2 novas estratégias de prospecção**.
- **Novos Clientes**
 - **KR1:** Aumentar o **MRR em mais 15%**.

- **KR2:** Desenvolver e lançar **mais 2 campanhas de aquisição de clientes.**

Finanças

- **Controller**
 - **KR1:** Aumentar a **Lucratividade em mais 10%.**
 - **KR2:** Melhorar o **Índice de Eficiência Operacional para 90%.**
- **Cobrança**
 - **KR1:** Manter o **Índice de Inadimplência abaixo de 5%.**
 - **KR2:** Aumentar o **fluxo de caixa em mais 10%.**

Operações

- **Customer Success**
 - **KR1:** Reduzir o **Churn em mais 5%.**
 - **KR2:** Aumentar o **Índice de Independência dos Usuários em mais 10%.**
- **Atendimento**
 - **KR1:** Atingir um **CSAT de 85%.**
 - **KR2:** Reduzir o **Tempo Médio de Resolução para menos de 4 horas.**
- **Controladoria**
 - **KR1:** Reduzir o **Índice de Perdas Operacionais para menos de 8%.**

Produto

- **UX**
 - **KR1:** Aumentar o **NPS Clientes para 65.**
 - **KR2:** Melhorar o **Índice de Independência dos Usuários em mais 10%.**
- **Tecnologia**
 - **KR1:** Reduzir o **Cycle Time em 20%.**
 - **KR2:** Manter **99.9% de Tempo de Uptime.**

Jurídico e Pessoas

- **KR1:** Completar **100% das auditorias legais trimestrais.**
- **KR2:** Atingir um **NPS Interno de 50.**

4.3.3. 3º Trimestre: Consolidação e Fortalecimento

Objetivo Principal: Consolidar o crescimento alcançado e fortalecer a presença no mercado.

Metas por Área:

Comercial

- **Hunting**
 - **KR1:** Conquistar **mais 20 novos clientes corporativos**.
 - **KR2:** Implementar **1 nova estratégia de prospecção**.
- **Novos Clientes**
 - **KR1:** Aumentar o **MRR em mais 20%**.
 - **KR2:** Desenvolver e lançar **mais 2 campanhas de aquisição de clientes**.

Finanças

- **Controller**
 - **KR1:** Aumentar a **Lucratividade em mais 10%**.
 - **KR2:** Melhorar o **Índice de Eficiência Operacional para 95%**.
- **Cobrança**
 - **KR1:** Manter o **Índice de Inadimplência abaixo de 5%**.
 - **KR2:** Aumentar o **fluxo de caixa em mais 10%**.

Operações

- **Customer Success**
 - **KR1:** Reduzir o **Churn para menos de 3%**.
 - **KR2:** Desenvolver um novo programa de fidelização para aumentar o **Índice de Independência**.
- **Atendimento**
 - **KR1:** Atingir um **CSAT de 90%**.
 - **KR2:** Reduzir o **Tempo Médio de Resolução para menos de 3 horas**.
- **Controladoria**
 - **KR1:** Manter o **Índice de Perdas Operacionais abaixo de 5%**.

Produto

- **UX**
 - **KR1:** Aumentar o **NPS Clientes para 70**.

- **KR2:** Melhorar o **Índice de Independência dos Usuários em mais 15%.**
- **Tecnologia**
 - **KR1:** Reduzir **Bugs em 30%.**
 - **KR2:** Manter **99.95% de Tempo de Uptime.**

Jurídico e Pessoas

- **KR1:** Reduzir o **Turnover para menos de 10%.**
 - **KR2:** Completar **100% das revisões de conformidade legal.**
-

4.3.4. 4º Trimestre: Maximização e Preparação para 2026

Objetivo Principal: Maximizar os resultados alcançados e preparar a empresa para o próximo ano.

Metas por Área:

Comercial

- **Hunting**
 - **KR1:** Conquistar **mais 20 novos clientes corporativos.**
 - **KR2:** Finalizar **2 novas estratégias de prospecção para 2026.**
- **Novos Clientes**
 - **KR1:** Aumentar o **MRR para R\$ 5 milhões** ao final do ano.
 - **KR2:** Desenvolver e lançar **mais 3 campanhas de aquisição de clientes.**

Finanças

- **Controller**
 - **KR1:** Atingir a **Lucratividade projetada de 40%** ao longo do ano.
 - **KR2:** Melhorar o **Índice de Eficiência Operacional para 100%.**
- **Cobrança**
 - **KR1:** Manter o **Índice de Inadimplência abaixo de 3%.**
 - **KR2:** Aumentar o **fluxo de caixa em mais 15%.**

Operações

- **Customer Success**
 - **KR1:** Manter o **Churn abaixo de 3%.**
 - **KR2:** Aumentar o **Índice de Independência dos Usuários em mais 10%.**

- **Atendimento**
 - **KR1:** Atingir um **CSAT de 95%**.
 - **KR2:** Reduzir o **Tempo Médio de Resolução** para menos de 2 horas.
- **Controladoria**
 - **KR1:** Manter o **Índice de Perdas Operacionais** abaixo de 3%.

Produto

- **UX**
 - **KR1:** Aumentar o **NPS Clientes** para 75.
 - **KR2:** Melhorar o **Índice de Independência dos Usuários** em mais 20%.
- **Tecnologia**
 - **KR1:** Reduzir **Defect Return Rate** em 50%.
 - **KR2:** Manter **99.95% de Tempo de Uptime**.

Jurídico e Pessoas

- **KR1:** Completar **todas as revisões legais anuais**.
- **KR2:** Atingir um **NPS Interno de 60**.

5. Alinhamento das Áreas com os Objetivos Institucionais

Cada área da Eshows tem metas e ações que contribuem diretamente para os objetivos institucionais e seus respectivos KRs.

Comercial

Objetivos Institucionais Alinhados:

- **Retomar o Crescimento da Eshows (KR: R\$ 5 milhões em faturamento)**
- **Melhorar a Imagem da Eshows no Mercado (KR: NPS de Artistas de 70)**

Contribuições:

- Aumento do MRR através da aquisição de novos clientes.
- Desenvolvimento de campanhas que fortaleçam a presença da marca.

Finanças

Objetivos Institucionais Alinhados:

- **Retomar o Crescimento da Eshows**

- **Ser uma Empresa Enxuta e Eficiente (KR: 20% de lucratividade)**

Contribuições:

- Gestão financeira para maximizar a lucratividade.
- Redução de inadimplência e aumento do fluxo de caixa.

Operações

Objetivos Institucionais Alinhados:

- **Caminhar para a Independência do Usuário (KR: Índice de Independência de 60%)**
- **Ser uma Empresa Enxuta e Eficiente**
- **Melhorar a Imagem da Eshows no Mercado (KR: NPS de Artistas de 70)**

Contribuições:

- Programas de capacitação para usuários.
- Atendimento de excelência para melhorar a satisfação dos clientes.
- Otimização de processos e redução de perdas operacionais.

Produto

Objetivos Institucionais Alinhados:

- **Caminhar para a Independência do Usuário**
- **Retomar o Crescimento da Eshows**

Contribuições:

- Melhorias na plataforma para aumentar a independência e satisfação dos usuários.
- Inovações que suportem o crescimento e atraiam novos clientes.

Jurídico e Pessoas

Objetivos Institucionais Alinhados:

- **Ser uma Empresa Enxuta e Eficiente**
- **Retomar o Crescimento da Eshows**

Contribuições:

- Garantia de conformidade legal para operações seguras.
- Recrutamento estratégico para suportar o crescimento.

6. Comunicação e Transparência

Para o sucesso do plano, é essencial que todos os colaboradores estejam alinhados e informados:

1. **Comunicação Clara:** O plano será compartilhado com todas as equipes, detalhando como cada área contribui para os objetivos institucionais e seus KRs.
 2. **Transparência nos KPIs e KRs:** Todos os colaboradores conhecerão os indicadores pelos quais serão avaliados.
 3. **Reuniões Regulares:** Encontros trimestrais para revisar o progresso e ajustar estratégias.
 4. **Ferramentas de Monitoramento:** Utilização de dashboards e sistemas de gestão para acompanhamento em tempo real.
-

7. Próximos Passos

1. **Revisão Interna:**
 - Discutir este plano com a liderança e ajustar conforme necessário.
 2. **Discussão dos Valores Propostos:**
 - Realizar reuniões para definir e acordar os valores finais dos KRs, considerando as contribuições de todas as áreas.
 3. **Alinhamento com as Equipes:**
 - Apresentar o plano para todas as áreas e coletar feedbacks.
 4. **Definição de Responsáveis:**
 - Designar líderes para cada KR e estabelecer prazos e recursos necessários.
 5. **Implementação:**
 - Iniciar a execução das ações planejadas, garantindo o comprometimento de todos.
 6. **Monitoramento Contínuo:**
 - Acompanhar os KPIs e KRs regularmente, realizando ajustes quando necessário.
-

8. Nota sobre os Valores e Metodologia

Os valores apresentados neste plano, especialmente os relacionados aos Key Results (KRs) dos Objetivos Institucionais, são um **rascunho**. Eles servem como exemplos de como podemos aplicar a metodologia OKR, envolvendo todas as áreas da empresa trabalhando juntas em objetivos comuns.

Importante: Teremos discussões internas para revisar e finalizar esses valores, garantindo que sejam desafiadores, porém realistas, e alinhados com a capacidade e estratégia da Eshows. A participação de todas as áreas é fundamental para ajustar as metas de forma colaborativa.

Eshows - Potencializando a Indústria da Música ao Vivo

Este documento serve como guia estratégico para 2025, alinhando a visão da empresa com ações práticas e metas claras. A participação ativa de todas as áreas e colaboradores é fundamental para o sucesso deste plano. Juntos, alcançaremos nossos objetivos e fortaleceremos ainda mais a posição da Eshows no mercado da música ao vivo.