

Enunciado

Dentro da estrutura de **Planejamento Comercial da BU de restaurantes da empresa**, o **time de Eficiência em Oferta** é o **responsável** por **gerar leads** e contribuir com **ferramentas** e **processos** que suportam do **time de captação**, e você acaba de ser contratado(a) com o objetivo de maximizar a eficiência da captação de leads, garantindo que as equipes tenham um número adequado de leads para tratar dentro de suas capacidades mensais e priorizando os clusters mais relevantes.

Atualmente o time de comercial captação é composto por:

- **Outbound Interno** (interage com os restaurantes de maneira remota) - **80 HCs (HeadCount)**;
- **Viajantes** (interage com os restaurantes de maneira presencial) - **10 HCs**.

A **base de lead** disponível para o time captar, está **distribuída** da seguinte forma:

DISTRIBUIÇÃO DE BASE	Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4	Cluster 5	Cluster 6
# Leads	256.520	948.756	945.352	356.132	625.396	1.365.320
% Restaurantes Relevantes	80%	35%	12%	35%	15%	3%

A quantidade de Leads tratados por HC por mês é de:

- **Outbound Interno** (interage com os restaurantes de maneira remota) - **1050 leads/mês**;
- **Viajantes** (interage com os restaurantes de maneira presencial) - **650 leads/mês**.

Enunciado

Responda as seguintes perguntas:

1. Como você alocaria os leads disponíveis entre a equipe de Outbound Interno e os Viajantes para garantir que eles estejam dentro de suas capacidades mensais de tratativa?
2. Quais critérios você consideraria ao priorizar a distribuição de leads entre os clusters com base na porcentagem de restaurantes relevantes?
3. Como você garantiria que as equipes de Outbound Interno e os Viajantes tenham leads suficientes para tratar, mantendo um fluxo constante de trabalho ao longo dos meses?
4. Como você mediria e monitoraria a eficácia da captação de leads em cada cluster e o desempenho das equipes de Outbound Interno e Viajantes?



CASE ANALISTA PLANEJAMENTO COMERCIAL

EFICIÊNCIA EM OFERTA

RAFAEL SILLAS

Panorama Geral

Objetivo: maximizar a eficiência da captação de leads, garantindo que as equipes tenham um número adequado de leads para tratar dentro de suas capacidades mensais e priorizando os clusters mais relevantes.



Outbound Interno

80 HCs - 1050 leads/mês por HC
Remoto



Viajante

10 HCs - 650 leads/mês por HC
Presencial

Total

Capacidade
mensal

84.000

6.500

90.500

Pergunta 1

Como você alocaria os leads disponíveis entre a equipe de Outbound Interno e os Viajantes para garantir que eles estejam dentro de suas capacidades mensais de tratativa?



Outbound Interno

- Cobertura nacional, **baixo custo por lead tratado**
- **Menor potencial de conversão**
- **Trata grandes volumes de leads com mais agilidade**

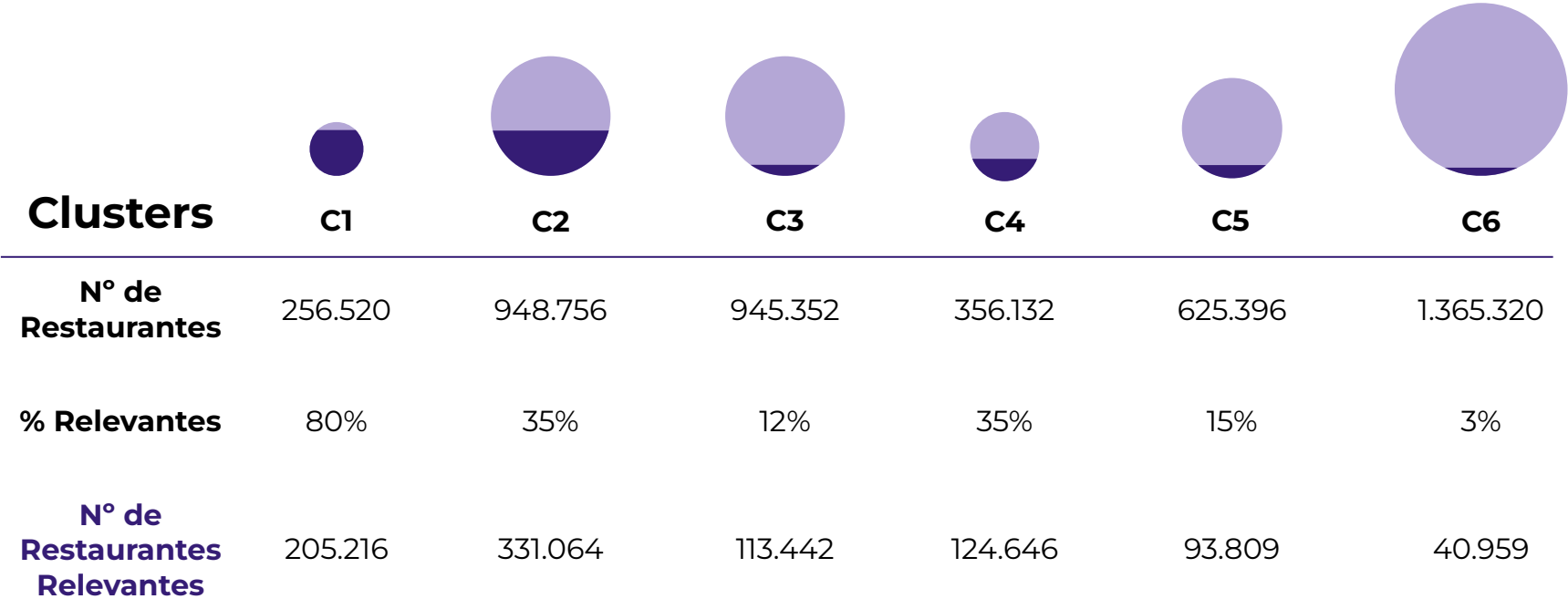


Viajante

- **Alto potencial de conversão** - maior credibilidade, comunicação mais rica, demonstração de comprometimento com o cliente
- **Maior custo e capacidade limitada**
- **Ideal para regiões com maior densidade de leads relevantes**

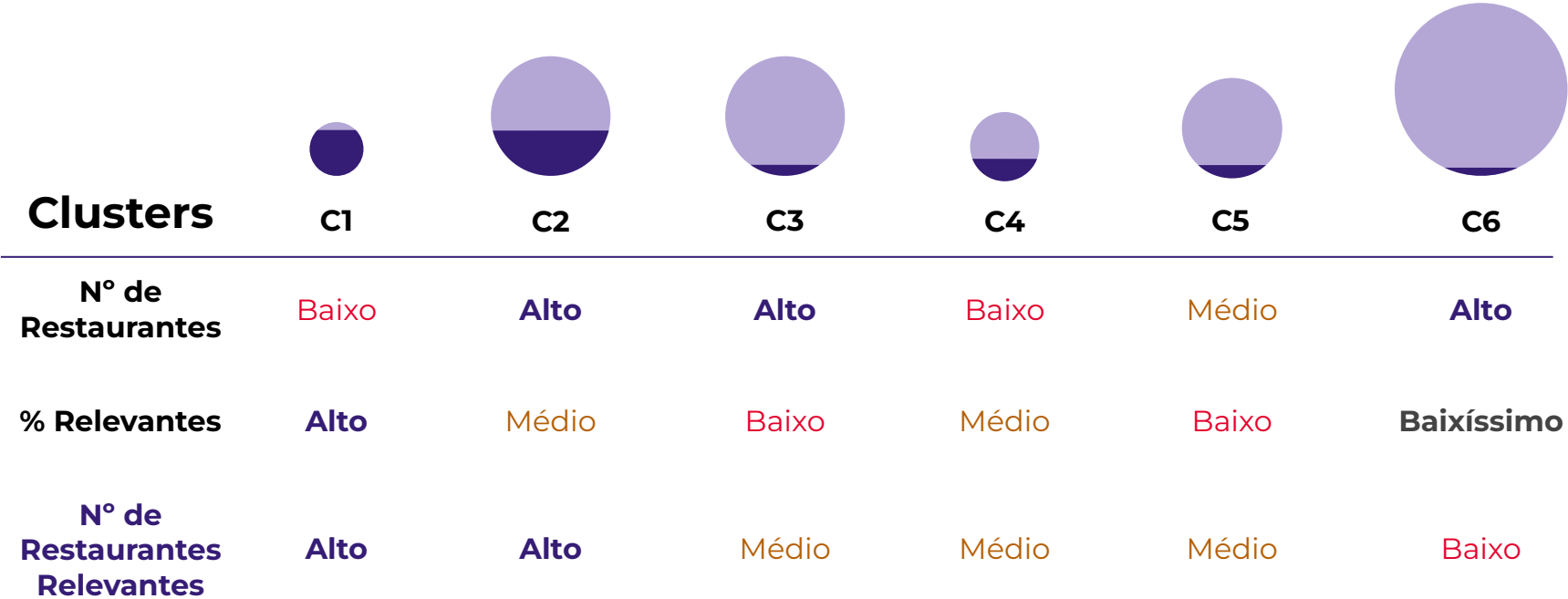
Pergunta 1

Como você alocaria os leads disponíveis entre a equipe de Outbound Interno e os Viajantes para garantir que eles estejam dentro de suas capacidades mensais de tratativa?



Pergunta 1

Como você alocaria os leads disponíveis entre a equipe de Outbound Interno e os Viajantes para garantir que eles estejam dentro de suas capacidades mensais de tratativa?



Pergunta 1

Como você alocaria os leads disponíveis entre a equipe de Outbound Interno e os Viajantes para garantir que eles estejam dentro de suas capacidades mensais de tratativa?

Estratégia por Cluster

A alocação deve priorizar eficiência e presença física onde ela gera mais valor

Outbound Interno: foca em clusters com alta densidade de restaurantes e menos necessidade de presença física

Viajantes: foca em clusters mais estratégicos e com maior porcentagem de relevância



Outbound Interno

Foco em **Clusters 2, 3, 4 e 5**. Distribuição por mês pode ser proporcional à quantidade de leads relevantes



Viajante

Foco majoritário em Cluster 1.

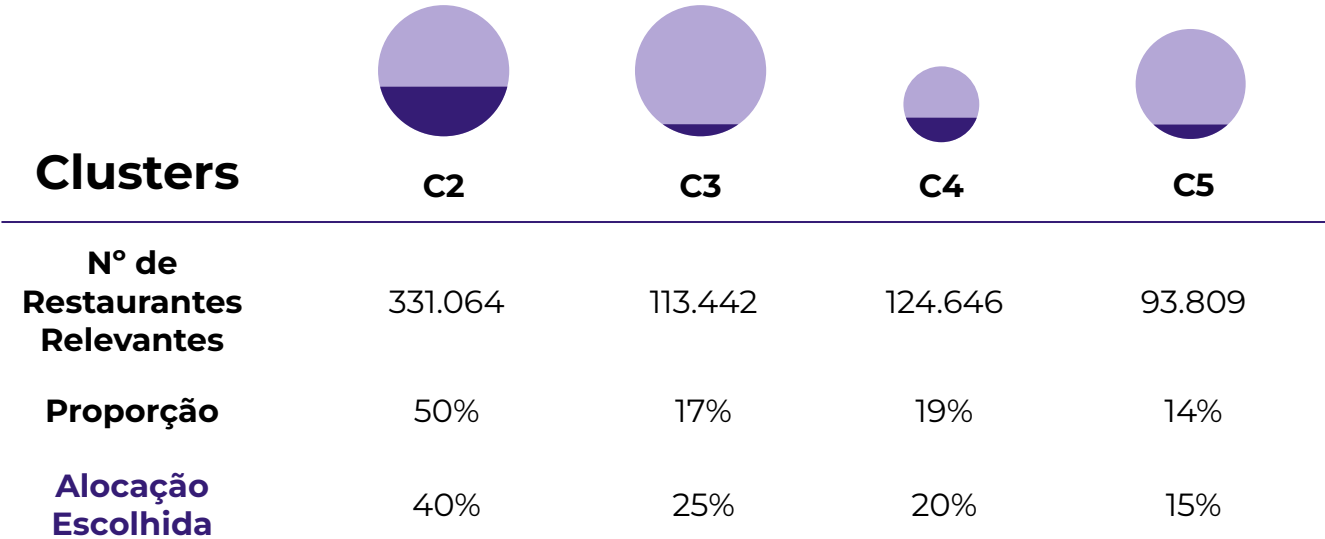
Poderiam levar 6.500 leads/mês por 3 meses = **19.500** leads tratados

Cluster 1 tem **muitos leads relevantes** (205 mil), suficiente para vários meses

Pergunta 1

Como você alocaria os leads disponíveis entre a equipe de Outbound Interno e os Viajantes para garantir que eles estejam dentro de suas capacidades mensais de tratativa?

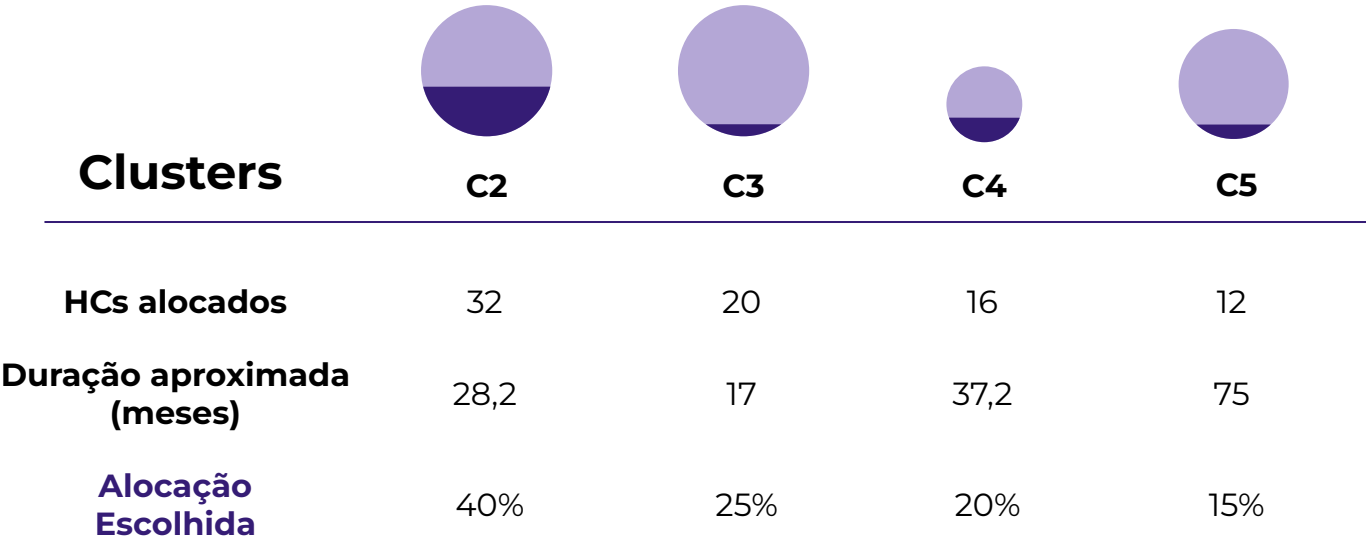
Alocação dos Outbounds



Pergunta 1

Como você alocaria os leads disponíveis entre a equipe de Outbound Interno e os Viajantes para garantir que eles estejam dentro de suas capacidades mensais de tratativa?

Alocação dos Outbounds



Pergunta 1

Como você alocaria os leads disponíveis entre a equipe de Outbound Interno e os Viajantes para garantir que eles estejam dentro de suas capacidades mensais de tratativa?



6.500 Viajantes/mês

Potencial para muito tempo (~39,4 meses até esgotamento)



C2



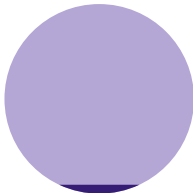
C3



C4



C5



C6

Não alocar

Custo-benefício ruim

Pode fazer sentido no futuro
(urgência estratégica)

Alocação
Escolhida

40%

25%

20%

15%

HCS/mês

32

20

16

12

Duração
aproximada
(meses)

28,2

17

37,2

75

Pergunta 2

Quais critérios você consideraria ao priorizar a distribuição de leads entre os clusters com base na porcentagem de restaurantes relevantes?

- **% de leads relevantes**

Clusters com maior % devem ser priorizados (Ex: Cluster 1 com 80%).

- **Volume de leads relevantes**

Mesmo com % menor, se o volume for alto, **ainda pode ser atrativo** (Ex: Cluster 2).

- **Capacidade e custo de operação**

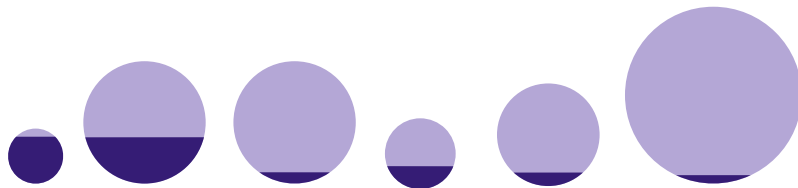
Enviar Viajantes apenas onde o **valor justifica o custo presencial**.

- **Potencial de conversão histórica (se disponível)**

Pode-se incluir **performance passada por cluster**.

- **Região geográfica e sobreposição de clusters**

Clusters próximos podem ser **agrupados para otimizar deslocamento**.



Pergunta 3 Como você garantiria que as equipes de Outbound Interno e os Viajantes tenham leads suficientes para tratar, mantendo um fluxo constante de trabalho ao longo dos meses?

**Planejamento
trimestral**

Estoque buffer (10–15%)
para ajustes de demanda,
baseado na capacidade
mensal de cada equipe

Requalificação

Leads que não foram
convertidos na primeira
tentativa **não precisam ser
descartados para sempre**

**Integração com
marketing e BI**

Gerar novos leads e
enriquecer base existente
(com **dados de relevância e
comportamento**)

CRM eficiente

Distribuição automatizada,
priorização por cluster,
**região e temperatura do
lead**

**Captação
contínua**

Reforçar geração em
clusters com **esgotamento
previsto**

Pergunta 4

Como você mediria e monitoraria a eficácia da captação de leads em cada cluster e o desempenho das equipes de Outbound Interno e Viajantes?

Por Cluster



Taxa de captação



**Tempo médio de
conversão**



**Custo por lead
convertido**



**Taxa de contato
efetivo**

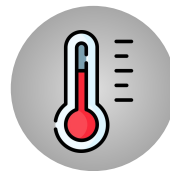
Por Equipe



**Conversão por
HC**



Leads esperados



**Esforço por
cluster**