



# META SMART + KPIs E OKRs + BULLSEYE FRAMEWORK

Transformando estratégia em  
metas claras, mensuráveis e  
orientadas pelos canais certos.



# POR QUE ESSA AULA AGORA?

## Até aqui:

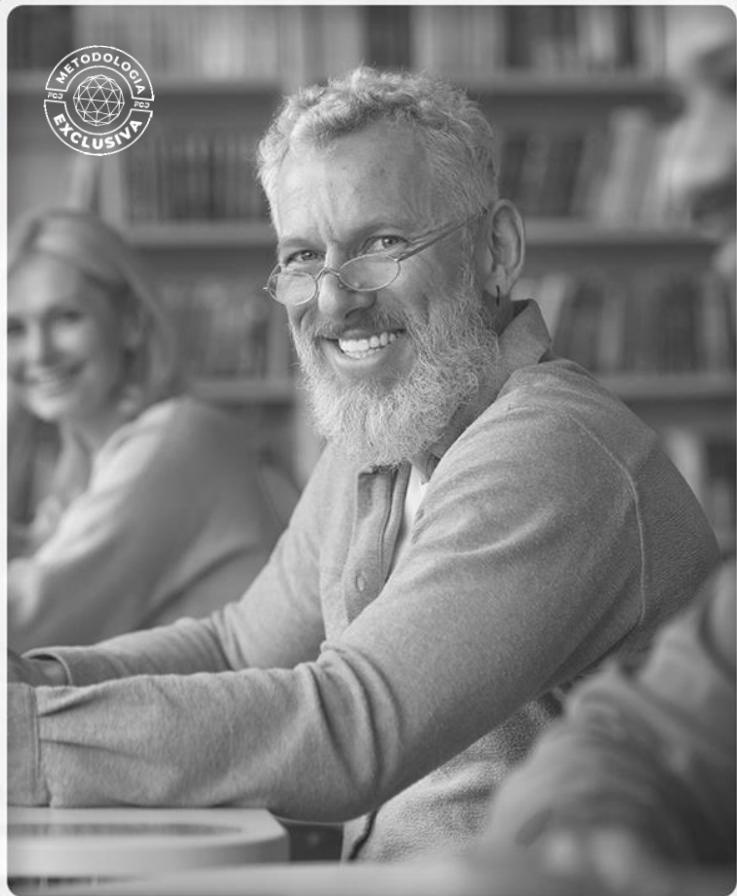
- Definimos quem é seu cliente ideal, ICP e persona.
- Estruturamos proposta única de valor, posicionamento e tom de voz.
- Construímos elementos de identidade (arquétipo, slogan, atributos da marca).
- Organizamos a jornada do cliente em um funil.
- Conectamos campanhas e pontos de contato a cada etapa no diagrama de estratégia.



# QUAIS OS OBJETIVOS DA AULA

O que vamos fazer:

- Aprender a criar metas **SMART** (específicas, mensuráveis, atingíveis, relevantes e temporais).
- Definir os **KPIs** e **OKRs** que acompanham cada etapa do funil.
- Usar o **Bullseye Framework** para priorizar os canais mais efetivos.
- Sair com um plano claro: o que medir, onde atuar e o que perseguir como resultado



# META SMART

FCJ  
TRACTION



# META SMART

## O QUE É UMA META SMART?

Uma forma clara e objetiva de definir metas que realmente podem ser alcançadas.

### Acrônimo SMART:

**S**pecific (específica)

**M**easurable (mensurável)

**A**chievable (atingível)

**R**elevant (relevante)

**T**ime-bound (temporal)



# META SMART

## ESTRUTURA DA META SMART?

Uma meta bem formulada deve responder:

- O que exatamente queremos alcançar?
- Como vamos medir o progresso?
- É viável no nosso contexto atual?
- Por que essa meta é importante agora?
- Qual o prazo final para entregar?



# META SMART

## ESTRUTURA DO TEMPLATE:

O template organiza a meta em diferentes níveis:

- **Visão Macro:** Objetivo + KPIs + OKRs + Meta SMART + Histórico.
- **Meta do Funil:** compara o funil atual x funil ideal (usuários, leads, oportunidades, clientes).

Essa estrutura conecta **objetivo estratégico** → **métricas** → **execução prática**.

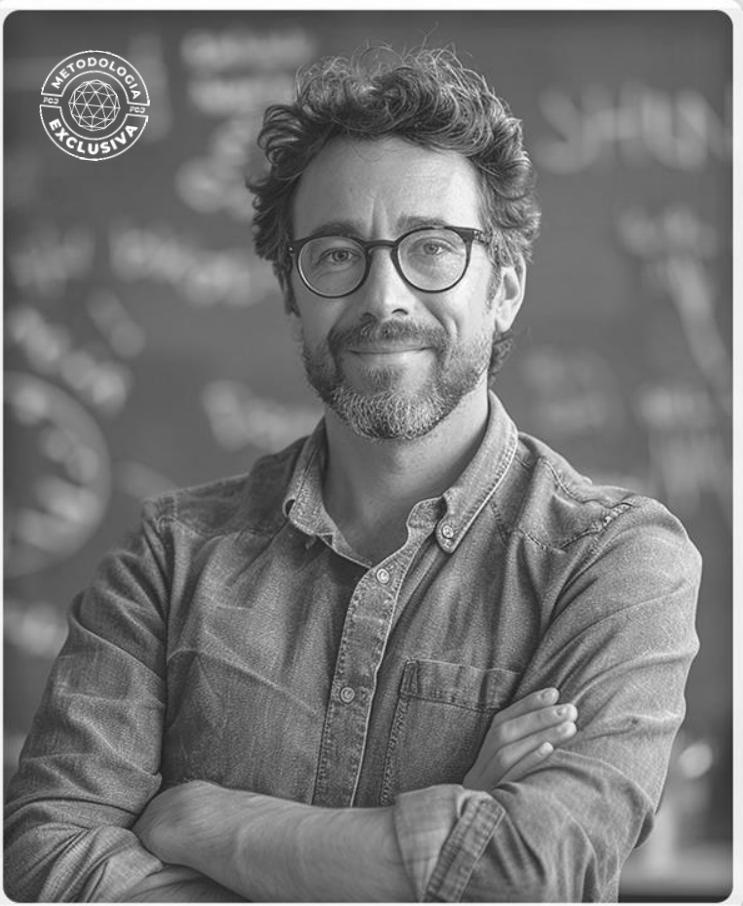


# META SMART

## Dicas:

- Comece pela **visão macro** (objetivo principal).
- Defina 2-3 KPIs que realmente importam.
- Construa OKRs que ajudem a chegar na meta.
- Compare sempre o **funil atual x ideal** para medir o gap.
- Use prazos realistas e revisões trimestrais.

[ACESSAR](#)



# OKRs E KPIs



# OKRs E KPIs

## O QUE SÃO OKRs?

### OKR (Objectives and Key Results)

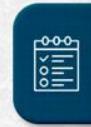
- Um OKR é uma metodologia de definição de metas que combina objetivos qualitativos com resultados-chave mensuráveis, ajudando equipes e organizações a manterem o foco, alinhamento e responsabilidade.
- Enquanto os Objetivos definem “o que queremos alcançar” (inspiração, direção), os Key Results indicam “como saberemos que estamos chegando lá” (métricas claras e mensuráveis).



# OKRs E KPIs

## IMPORTÂNCIA DOS OKRs:

- Alinhamento estratégico: todos na organização trabalham para o mesmo objetivo.
- Foco e priorização: poucos OKRs por período (geralmente 2-3) para evitar dispersão.
- Transparência e accountability: progressos visíveis para a equipe.
- Ritmo de cadência: revisões periódicas (mensal/trimestral) para ajuste de ações.



# OKRs E KPIs

## COMO DEFINIR OS OKRs:

- Comece pelo objetivo (O) que descreve o resultado desejado.
- Defina 2-4 KRs que sejam:
  - a. Específicos e mensuráveis (quantitativos quando possível)
  - b. Desafiadores, porém atingíveis
  - c. Verificáveis ao final do período
- Garanta que cada KR leve a um resultado claro ligado ao objetivo.
- Atribua owners, cadências de revisão e data de avaliação.



# OKRs E KPIs

## Exemplos de OKRs para a Clínica SaaS:

- **OKR 1: Acelerar aquisição de clientes (Q1)**
  - O: Atingir um ritmo estável de aquisição de assinaturas para clínicas pequenas.
  - KR1: Fechar 40 assinaturas ativas no trimestre.
  - KR2: Gerar 1.000 leads qualificados no trimestre.
  - KR3: Taxa de conversão site → trial  $\geq$  8%.
  - KR4: Onboarding automático para 100% dos trials.
- **E assim segue o padrão para os próximos quarters.**

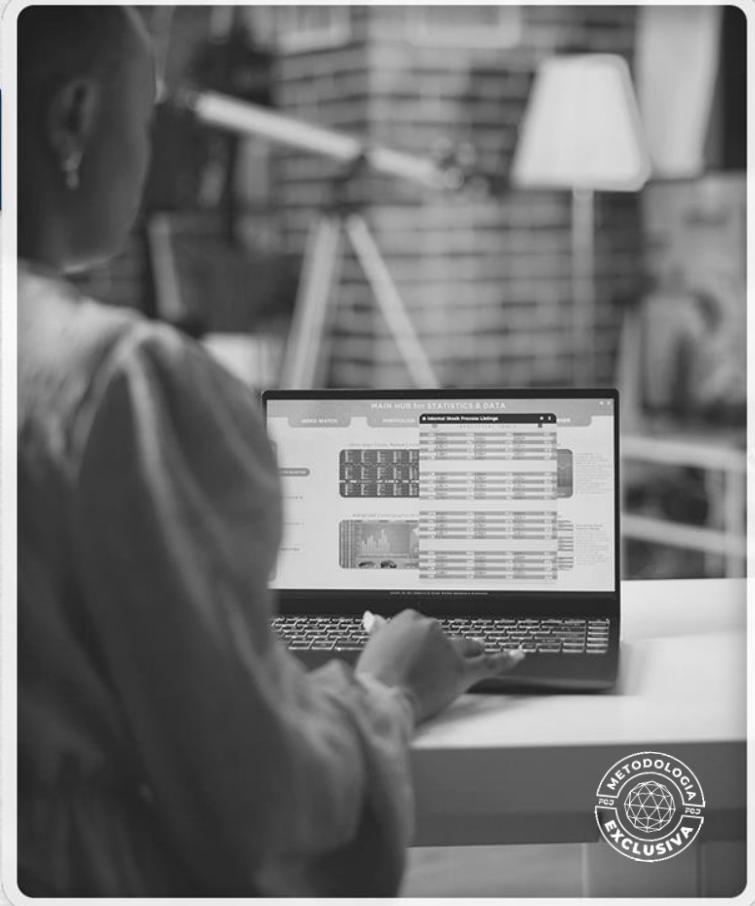


# OKRs E KPIs

## O QUE SÃO KPIs?

### KPI (Key Performance Indicators)

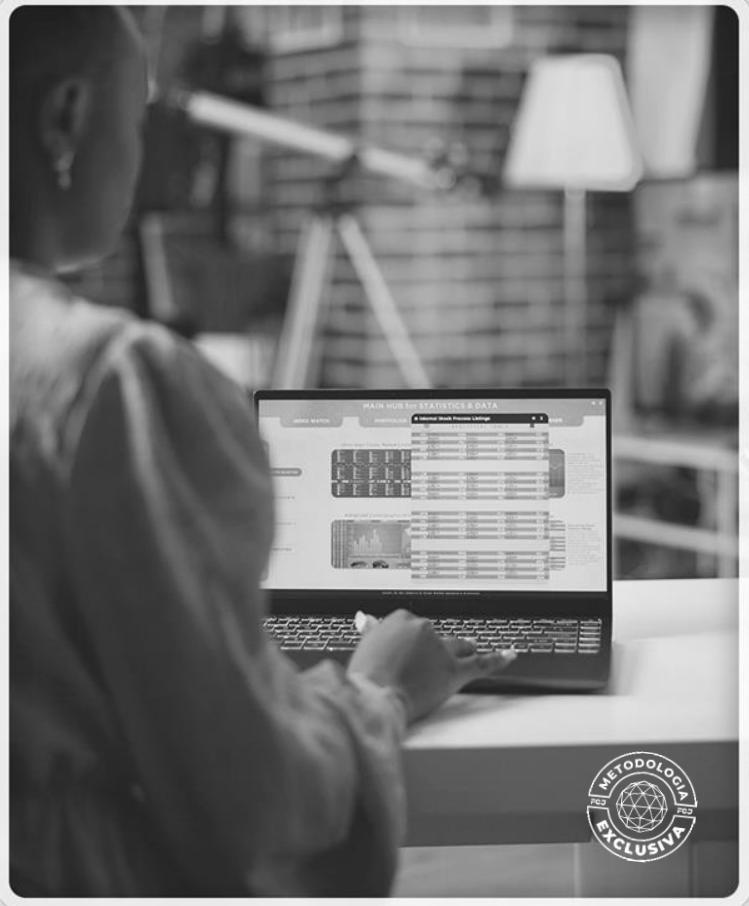
- Um KPI é uma métrica-chave usada para medir o desempenho de uma atividade ou de um processo específico ao longo do tempo.
- Características: mensurável, relevante, açãoável, com uma linha de base e meta.



# OKRs E KPIs

## IMPORTÂNCIA DOS KPIs?

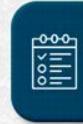
- **Dão foco:** mostram exatamente o que importa para o sucesso do negócio.
- **Facilitam a tomada de decisão:** ajudam a identificar problemas cedo e orientar ações.
- **Criam accountability:** cada KPI tem um responsável e um objetivo.
- **Permitem comparação:** cronometrar evoluções e comparar com benchmarks.



# OKRs E KPIs

## COMO ESCOLHER OS KPIs?

- Alinhados ao objetivo estratégico (ex., adoção, retenção, faturamento).
- Quantificáveis com dados disponíveis (CAC, churn, MRR, NPS).
- Acompanháveis com frequência adequada (mensal/trimestral).
- Evitar KPIs que não movem a agulha (overkill).



# OKRs E KPIs



## Exemplos de KPIs para a Clínica SaaS:

- CAC (Custo de Aquisição de Cliente): meta  $\leq X$ .
- LTV (Lifetime Value) por cliente:  $\geq Y$ .
- Churn mensal:  $\leq Z\%$ .
- MRR mensal: crescimento mês a mês.
- Taxa de conversão site  $\rightarrow$  trial:  $\geq x\%$ .
- Trial  $\rightarrow$  assinatura:  $\geq q\%$ .
- NPS: objetivo  $\geq 60$ .



# OKRs E KPIs

## Dicas:

- Comece definindo 1-3 OKRs por período (trimestre). Evite mais de 4 para não perder foco.
- Para cada OKR, escreva um Objetivo (O) claro e inspirador, seguido de 2-4 Key Results (KR) mensuráveis.
- Em KPIs, selecione 3-5 indicadores-chave que realmente movem o negócio e que sejam rastreáveis.

[ACESSAR](#)



# BULLSEYE FRAMEWORK

FCJ  
**TRACTION**



# BULLSEYE FRAMEWORK

## O QUE É O BULLSEYE FRAMEWORK?

O Bullseye Framework é uma ferramenta de priorização de canais de marketing.

Ele ajuda startups a escolher onde focar esforços, testando e validando canais de forma prática.



# BULLSEYE FRAMEWORK

## POR QUE USAR?

- Evita dispersão de tempo e dinheiro.
- Dá clareza sobre quais canais trazem mais resultado.
- Ajuda a testar rápido antes de investir pesado.
- Conecta estratégia com execução prática.



# BULLSEYE FRAMEWORK

## COMO FUNCIONA?

O framework divide os canais em 3 camadas:

- **Círculo Interno (Core):** os 3 canais principais onde você vai focar agora.
- **Faixa Central (Potenciais):** 6 canais para testar em paralelo e avaliar resultados.
- **Tiro Longo (Exploratórios):** todos os outros canais possíveis, para olhar futuramente.



# BULLSEYE FRAMEWORK

## PASSO A PASSO:

1. Liste todos os canais de aquisição possíveis para sua startup.
2. Classifique em **Interno, Central e Tiro Longo**.
3. Teste campanhas pequenas e rápidas em cada canal.
4. Meça resultados com KPIs (custo, qualidade de lead, impacto).
5. Foque nos canais que comprovadamente funcionam.



# BULLSEYE FRAMEWORK

## CHECKLIST DE PRIORIZAÇÃO:

Ao escolher os canais, avalie:

- Qualidade do lead gerado.
- Impacto no negócio.
- Custo da ação.
- Esforço para executar.

Essa avaliação gera um **Score** que mostra quais canais são mais promissores.



# BULLSEYE FRAMEWORK

## BENEFÍCIOS:

Com o Bullseye você tem:

- Clareza de onde investir tempo e verba.
- Mais foco nas ações que geram resultado.
- Menos desperdício em canais que não funcionam.
- Um processo replicável para campanhas futuras.



# BULLSEYE FRAMEWORK

## Dicas:

- Escolha canais realistas para seu momento.
- Dê notas de 1 a 5 para cada critério (qualidade, impacto, custo, esforço).
- Some os pontos e veja a prioridade.
- Lembre: score alto = foco imediato, score baixo teste ou esperar.
- Revise a cada 3–6 meses, pois prioridades mudam.

[ACESSAR](#)



# PRÓXIMOS PASSOS E DÚVIDAS



# PRÓXIMOS PASSOS



## Entregáveis:

- Template com a Meta SMART definida.
- KPIs e OKRs mapeadas e listadas para acompanhamento ao longo do projeto.
- Priorização de canais com Bullseyes Framework.
- Prazo:** até a próxima aula.



# PRÓXIMOS PASSOS

**Na próxima aula vamos:**

- Construir o briefing da campanha inicial e desenhar o roadmap dos próximos 90 dias.
- Briefing de Campanha + RoadMap



# PERGUNTAS, DÚVIDAS, INSIGHTS?

Espaço para perguntas, trocas entre startups, aprendizados em comum.

*"O que ficou mais claro pra você hoje?"*





OBRIGADO!

*“Crescer não é fazer mais.  
É fazer o certo.”*

Nos vemos na próxima aula!

