

ANÁLISE E SELEÇÃO DOS CANAIS DE VENDA

1. Tema

Desenvolvimento Tecnológico

2. Subtema

Transformação Digital

3. Categoria de serviço

Acesso a Serviços de Terceiros

4. Tipo de serviço / instrumento

Consultoria tecnológica

5. Modalidade

Online - Remoto/A distância

6. Público alvo

ME, MEI, EPP, Artesão

7. Setor indicado

Agronegócio, Comércio, Indústria, Serviços

8. Descrição

ETAPA 01 | LEVANTAMENTO INICIAL E BRIEFING DO CLIENTE

Pesquisa inicial respondida pela empresa para diagnosticar seu estágio atual de digitalização.

Briefing com um resumo das impressões sobre as empresas atendidas, orientando as próximas etapas da consultoria.

Será também uma oportunidade para examinar alternativas de canais, incluindo loja física, loja online, marketplaces, WhatsApp, e redes de revendedores, entre outros.

O objetivo é que a empresa conclua o encontro mais consciente e confiante para decisões cruciais que virão a seguir, como a identificação e o eventual corte de canais de venda que não estejam trazendo retornos significativos.

↳ **ENTREGA:** Pesquisa inicial de diagnóstico, respondido pela empresa. Cronograma geral de execução do serviço, com escopo de trabalho e as datas previstas para este ciclo de consultoria.

ETAPA 02 | LEVANTAMENTO DOS CANAIS DE VENDA

Nesta consultoria, será realizado um mapeamento detalhado de todos os canais de venda utilizados pela empresa, como loja física, e-commerce, marketplaces, WhatsApp, revendedores, entre outros.

Serão definidas, junto ao consultor(a), métricas e números relevantes ao processo, mas que podem exigir tempo para resgate até a sessão seguinte de consultoria.

O objetivo é começar a identificar os canais que oferecem as vendas mais significativas e recorrentes, comparando os ganhos gerados com os recursos investidos — tempo, dinheiro e equipe — para otimizar esforços e maximizar o retorno sobre os investimentos.

↳ **ENTREGA:** Resumo do atendimento de cada empresa com uma descrição atual de seus canais de venda.

ETAPA 03 | DEFINIÇÃO DOS CANAIS DE VENDA MAIS ESTRATÉGICOS

Nesta consultoria, com o apoio do consultor(a), serão definidos os três canais de venda prioritários da empresa. Com base na realidade atual do negócio, serão selecionados e ranqueados os canais com maior potencial de retorno, considerando os resultados já alcançados e os recursos disponíveis.

Essa abordagem estratégica ajudará a empresa a tomar decisões baseadas em dados concretos, priorizando os canais mais eficientes e sustentáveis para o crescimento do negócio. Considerando fatores como valor gasto pelos clientes, frequência de compra, custo de aquisição e manutenção, histórico de recompra e custos diretos e indiretos de cada canal.

A priorização desses canais permitirá uma visão mais estratégica, otimizando os esforços de marketing e vendas. Concentrando esforços nos canais que mais contribuem para o desempenho e a expansão da empresa.

Essa etapa é essencial para que a empresa concentre seus esforços nos canais que mais contribuem para o crescimento, fortalecendo sua estratégia de vendas e impulsionando seu desenvolvimento. **✓ENTREGA:** Resumo do atendimento de cada empresa destacando os seus canais mais eficientes, e a lógica empregada para priorização ou descontinuidade dos canais, focando na gestão dos 3 canais prioritários do negócio, visando o aumento da lucratividade e na sustentabilidade do negócio.

ETAPA 04 | ANÁLISE DE MÉTRICAS E REFLEXÕES ATÉ O MOMENTO

Esta consultoria será uma oportunidade valiosa para as empresas compartilharem aprendizados, insights e suas experiências sobre a escolha e utilização de seus três principais canais de venda, enquanto o processo de consultoria ainda está em andamento.

Com o acompanhamento próximo do consultor(a), serão exploradas as principais métricas para observar e critérios que podem auxiliar a tomada de decisões mais estratégicas nesses canais. Ajudando cada empresa a direcionar seus esforços e recursos de forma mais eficaz.

✓ENTREGA: Resumo do atendimento de cada empresa, com sugestões de ações práticas para otimizar a gestão dos três canais prioritários do negócio

ETAPA 05 | RESULTADOS OBTIDOS E PLANEJAMENTO FUTURO

Nesta consultoria, o foco será a maximização dos resultados de vendas obtidos até então e o aprimoramento da performance geral do negócio em seus três canais prioritários.

As estratégias implementadas e os aprendizados adquiridos ao longo do processo serão revisados, permitindo uma análise detalhada do impacto dos canais de venda selecionados.

Esse será um momento para ajustes estratégicos, garantindo que cada empresa refine suas abordagens conforme suas necessidades específicas.

Além disso, caso haja interesse, as empresas participantes poderão definir seus próximos passos dentro do programa, escolhendo fichas/soluções subsequentes ou complementares oferecidas pelo SEBRAETEC para pequenos e médios negócios.

✓ENTREGA: Relatório final entregue à empresa, apresentando um panorama da evolução do negócio ao longo da consultoria, com as principais recomendações estratégicas, métricas e insights levantados para a gestão dos três canais prioritários do negócio.

9. Pré- Requisito

-

10. Benefícios e resultados esperados

Este ciclo de consultorias foi projetado para oferecer aos empreendedores uma compreensão aprofundada de seus canais de venda, permitindo uma análise técnica e estratégica. Ao final do ciclo, os participantes estarão aptos a identificar e priorizar os três melhores canais de venda para seus negócios, otimizando esforços e recursos. Além disso, por meio das práticas aplicadas e do compartilhamento de experiências, as empresas consigam aumentar a eficácia de suas operações, melhorando o custo de aquisição de clientes e maximizando a rentabilidade

11. Estrutura e materiais necessários

Cada empresa contará com 10 horas de consultoria, distribuídas em cinco encontros online. É fundamental acompanhar o cronograma e a carga horária prevista para cada sessão com o consultor(a).

Os encontros serão realizados em plataformas como Google Meet, Zoom ou Microsoft Teams, conforme a programação estabelecida. Além disso, o consultor(a) fará o acompanhamento das sessões (follow-up) com o cliente por meio do WhatsApp ou outros canais acordados. Esse acompanhamento inclui a verificação dos entregáveis concluídos ou pendentes entre as sessões.

12. Responsabilidade da empresa demandante

1. Aprovar a proposta do Sebrae, valores e condições de pagamento;
2. Conhecer e validar a proposta de trabalho, o escopo das etapas e as entregas do prestador de serviço;
3. Disponibilizar agenda prévia para visitas, reuniões e atividades propostas pelo prestador de serviço;
4. Fornecer informações técnicas sobre os processos, produtos ou serviços ao prestador de serviço para o desenvolvimento do trabalho;
5. Avaliar o serviço prestado.

13. Responsabilidade da prestadora de serviço

1. Realizar reunião para alinhamento e apresentação das atividades previstas;
2. Analisar a demanda e as informações fornecidas pela empresa;
3. Elaborar proposta, escopo de trabalho, cronograma das etapas do projeto, agenda de reuniões e atividades, sendo necessário validar com a Empresa Demandante;
4. Fornecer as entregas previstas, validadas pela empresa demandante, ao Sebrae;
5. Orientar a empresa que os gastos subsidiados pelo Sebrae, quando for o caso, sejam apenas para itens permitidos pelas regras da linha de reembolso determinadas pelo Sebrae, e não atuar em conluio com fornecedores e/ou empresa demandante para obter vantagens indevidas ou permitir a prática de preços acima do mercado.

