

MAPEAMENTO E GESTÃO DE RELACIONAMENTO COM CLIENTES ATIVOS E POTENCIAIS

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.

Serão explorados conceitos fundamentais que guiarão o ciclo de consultorias, como a diferenciação entre clientes e leads, LGPD e responsabilidade na tratativa de dados

Destacando como a gestão estratégica de clientes ativos e potenciais pode gerar oportunidades de vendas e ganhos significativos, independentemente do estágio de desenvolvimento do negócio.

↳ **ENTREGA:** Cronograma geral de execução do serviço, com escopo de trabalho e as datas previstas para este ciclo de consultoria.

ETAPA 02 | LEVANTANDO OS DADOS DOS CLIENTES

Nesta consultoria o consultor(a) mapeará junto à empresa qual o perfil de seus clientes. O objetivo será identificar e categorizar tanto o perfil de clientes cativos quanto os potenciais (leads), registrando dados essenciais como nome, telefone, e-mail e endereço.

Também serão discutidas informações adicionais que caracterizam a "lead" ideal de cada negócio, como preferências, histórico de compras e feedbacks. Essas informações permitirão abordagens mais personalizadas e eficazes, fortalecendo o relacionamento com o público.

Ao final da consultoria, a empresa terá uma visão mais prática sobre como mapear estrategicamente seus clientes, abrindo oportunidades para aprimorar o atendimento e fortalecer as relações com o público.

↳ **ENTREGA:** Resumo do atendimento com a descrição do que compões a "lead" ideal de cada negócio, segmentando seu público e otimizando os esforços de vendas.

ETAPA 03 | ESTRUTURANDO OS DADOS DOS CLIENTES

Nesta consultoria, cada empresa será guiada na definição de um sistema estruturado e organizado para categorizar tanto os clientes cativos quanto os potenciais.

O foco será a formalização do registro desses dados que compões a "lead" ideal de cada negócio, para uma compreensão mais estratégica das relações com o seu público.

Para empresas que ainda não possuem um sistema ativo, será oferecido suporte para a implementação de uma solução prática, que pode ser até uma planilha online. Já para aquelas que possuem um de CRM ativo (Customer Relationship Management), o encontro incluirá uma análise avançada da base de clientes, incluindo a qualidade dos dados, identificação de lacunas e informações desatualizadas, além de estratégias para aprimorar a gestão.

Essa estrutura fortalece o relacionamento com os clientes, gerando oportunidades de vendas mais precisas e resultados sustentáveis.

∨**ENTREGA:** Resumo do atendimento, destacando qual foi o sistema estruturado para categorizar tanto os clientes cativos quanto os potenciais.

ETAPA 04 | ANÁLISE DE MÉTRICAS E RESULTADOS OBTIDOS NA GESTÃO DE CLIENTES

Nesta consultoria, com os dados essenciais dos clientes cativos e potenciais já definidos e organizados em um sistema de fácil verificação, será realizada uma análise das métricas e dos resultados obtidos na gestão de clientes até então.

Esse será um momento valioso para realizar ajustes personalizados na estratégia de gestão de clientes, compartilhando com o(a) consultor(a) suas experiências com o processo em curso, destacando o que tem funcionado bem e identificando pontos de melhoria em suas abordagens.

∨**ENTREGA:** Resumo do atendimento, destacando ações essenciais que podem ajudar na organização e no acompanhamento do relacionamento com esses clientes.

ETAPA 05 | AJUSTES FINAIS NA GESTÃO DE CLIENTES E PRÓXIMOS PASSOS

Nesta consultoria, será feita uma revisão geral das ações implementadas até o momento, permitindo uma compreensão mais aprofundada sobre quem são os clientes ideais de cada negócio e como atendê-los de forma ainda mais eficaz.

Os participantes poderão discutir com o(a) consultor(a) novas formas de interação e relacionamento com seus clientes mapeados, explorando estratégias criativas para aumentar o engajamento de sua base de clientes para as vendas.

Revisitando junto ao consultor(a) a jornada percorrida até aqui e refinando abordagens conforme as necessidades específicas de cada empresa. Caso haja interesse, as empresas participantes poderão personalizar seus próximos passos dentro do programa, escolhendo fichas/soluções subsequentes ou complementares oferecidas pelo SEBRAETEC para pequenos e médios negócios.

9. Pré- Requisito

-

10. Benefícios e resultados esperados

Este ciclo de consultoria capacitará as empresas a implementar um sistema estratégico de gestão de clientes, promovendo maior organização e eficiência. Com suporte especializado, as participantes desenvolverão o registro e a gestão de seus clientes, tanto atuais quanto potenciais, assegurando que dados essenciais, como informações de contato e histórico de compras, estejam organizados e facilmente acessíveis.

A análise técnica personalizada permitirá identificar oportunidades para aprimorar abordagens de vendas e atendimento, fortalecendo a retenção e a satisfação dos clientes. Ao final do ciclo, as empresas estarão preparadas para melhorar o relacionamento com seu público e impulsionar vendas. O uso eficaz de ferramentas de CRM, quando aplicável, trará insights valiosos para decisões estratégicas, contribuindo para o crescimento sustentável do negócio.

11. Estrutura e materiais necessários

Cada empresa contará com 12 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.

