



## MANUAL DO COMERCIAL

### SUMÁRIO

#### 1. **Cultura**

##### 1.1. *10 leis*

#### 2. **Introdução**

##### 2.1. *Macroprocessos*

##### 2.2. *Microprocessos (suas atividades)*

##### 2.3. *Informações relevantes*

##### 2.3.1. *Informações e dúvidas frequentes*

##### 2.3.2. *Nossos serviços*

##### 2.4. *O que esperamos de você?*

#### 3. **Clientes**

##### 3.1. *SGQ*

##### 3.2. *Onboarding de clientes*

##### 3.3. *Relacionamento com os clientes*

##### 3.4. *Encantamento*

#### 2 - Cultura

##### 2.1 - *Missão*

##### 2.2 - *Visão*

##### 2.3 - *Valores*

##### 2.4 - *Princípios Solução*

##### 2.5 - *10 Leis*

##### 2.6 - *Manual de conduta*

#### 3 - Organograma

#### 4 - Escopo de trabalho

##### 4.1 - *Macroprocessos*



## 1 - Cultura

### 1.1 - 10 LEIS

*Essas são as 10 leis que regem o nosso grupo.*

#### 1 - Seja honesto.

A honestidade e transparência são princípios inegociáveis, então é importante que você saiba disso. Mesmo que isso signifique que você poderá tomar uma bronca às vezes.

#### 2 - Seja ambicioso.

Somos um grupo em crescimento exponencial, então gostamos de ter por perto pessoas que também tem esse objetivo e que desejam mais!

#### 3 - Seja disponível.

O tempo é nosso ativo mais importante, então toda vez que você se mostra disponível para nós, nós enxergamos isso com bons olhos e entendemos que você deseja crescer junto com esse grupo

#### 4 - Seja criativo.

Ser criativo é fazer algo que todo mundo faz de uma maneira diferente.

Esperamos que você seja criativo na execução das suas tarefas, e se enxergar uma oportunidade de ser mais eficaz em alguma outra função, fale com o seu superior para implementar essa ideia.

#### 5 - Não prometa o que não pode cumprir.

Toda vez que surgir um desafio pra você você deve levar em consideração a sua capacidade, o prazo e a entrega, seja sincero com o que você tem a oferecer e não prometa mais do que você pode cumprir.

#### 6 - Nós crescemos juntos e ganhamos juntos.

“Se você come um bolo de chocolate uma vez você come sozinho, se você compartilha você como sempre”

Nós entendemos que não ganhamos nada sozinhos, então se você nos ajudar a ganhar, nós compartilharemos disto.

#### 7 - Se temos uma meta teremos uma recompensa.

Nós temos nossas obrigações e fazer isso com excelência é o que nós esperamos.

Acreditamos que a melhor maneira de manter as pessoas motivadas é através de metas e



recompensas, então quando nós traçarmos uma meta, entenda que você será recompensado se alcançarmos esse objetivos.

**8 - Ultrapasse seus limites.**

Nós oferecemos diversas oportunidades de desenvolvimento tanto pessoal, quanto profissional, então deseje se tornar alguém melhor e isso te levará a lugares e pessoas que você não imagina!

**9 - Seja referência.**

Se desenvolva a ponto de ser tão bom no seu trabalho e executar tão bem as suas tarefas de uma maneira em que você se torne uma parte essencial desse processo, vire uma referência!

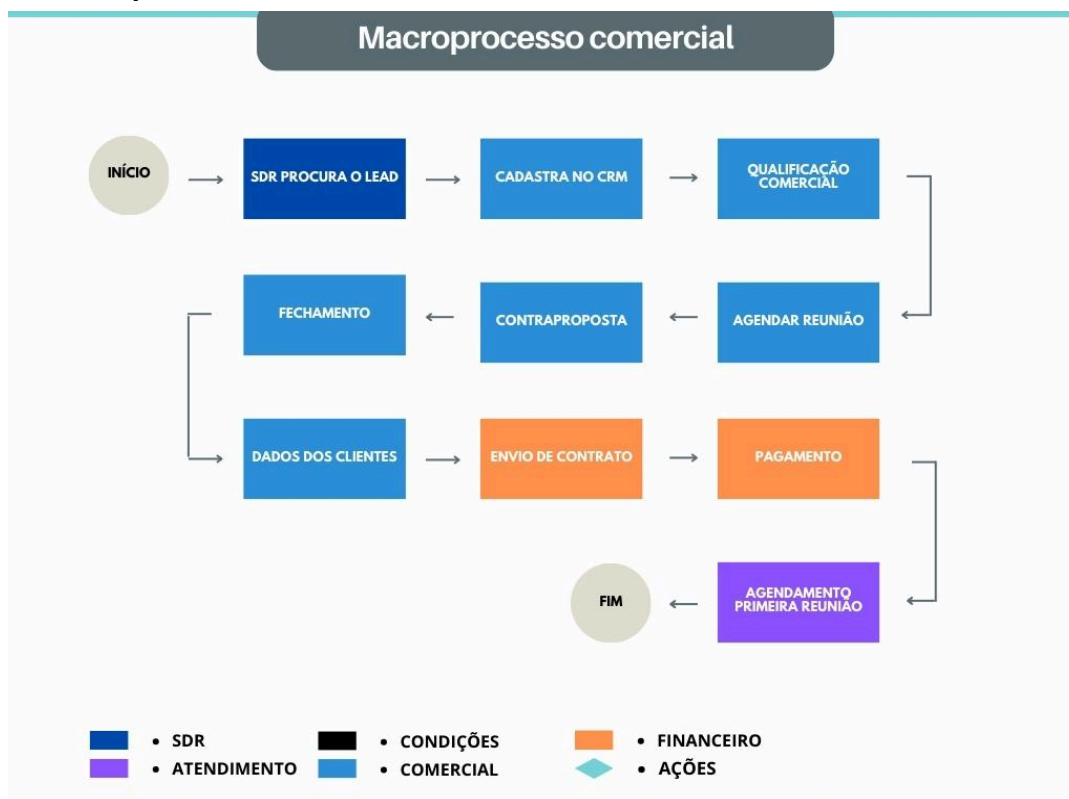
**10 - Ser o próximo sócio só depende de você.**

Nós sempre priorizamos quem nós conhecemos, confiamos e já nos ajudou a chegar em algum lugar.

Então, se você deseja ser o dono do seu próprio negócio, ser o próximo sócio da empresa deste grupo só depende de você.

## 2 - Introdução

### 2.1 - Macroprocesso



O macroprocesso é um breve resumo de como o processo comercial acontece, as principais etapas e setores envolvidos, essa é uma forma visual de identificar quais as responsabilidades de cada função! (“onde o trabalho começa” e “onde o trabalho termina”)

- - SDR - O SDR é o responsável por sair em busca do lead e enviá-lo ao setor comercial através do grupo.
- - Comercial - O comercial faz todo o processo comercial com o cliente, desde o primeiro contato ao fechamento, ele também é responsável por acompanhar o andamento das outras etapas, para avaliar a satisfação do cliente com o serviço nesse primeiro momento.
- - Financeiro - É responsável por fazer o contrato e enviar os boletos.
- - Atendimento - É responsável por fazer o agendamento dos clientes.
- - Condições - é importante ressaltar que as atividades só iniciam após pagamento do boleto e assinatura do contrato.
- ◆ - Ações - São as possíveis atitudes do cliente em relação ao cumprimento das etapas (ex.: assinou o contrato? Fechou?)



### 2.2.1 - Introdução ao comercial

#### Dicionário Comercial:

**Lead:** Pessoa com possível interesse nos nossos serviços, qualquer pessoa que você identifique como possível/futuro cliente.

**escassez.Cliente:** Qualquer pessoa que fechou os nossos serviços e já entrou em nossa base de dados.

**CRM:** Plataforma utilizada para monitoramento de leads e clientes, com o objetivo de unificar informações para desenvolver relacionamento. Nós utilizamos o pipefy.

**LTV:** Essa é uma sigla em inglês que significa “Life Time Value” nada mais é que o tempo de vida do cliente dentro da sua empresa, o que ele consome durante a sua estadia.

**CAC:** Essa sigla significa “Custo de aquisição do cliente” de forma literal, tem o intuito de entender qual é o custo para esse cliente entrar na sua empresa, qual o esforço que você faz e o quanto você gasta para trazer esse cara pra perto e fechar.

**ROI:** Essa é uma sigla em inglês que significa “Return Over Investment” que nada mais é que retorno sobre o investimento, por exemplo se fazemos um evento e gastamos R\$10.000,00, qualquer valor abaixo desse, significa que o investimento não foi bom.

**Ticket Médio:** É a média do valor que você ganha com seu produto. (Se você tem 5 clientes pagando 5 mil reais, seu ticket médio é de 5 mil reais).

**Esteira de produtos:** o conceito de esteira de produto é ter variedade na precificação com intuito de impactar o público que você alcança, essa estratégia tem finalidade de trazer o seu perfil de cliente que ainda não te conhece nem confia pra perto de você fazendo ele gastar pouco ou seja diminuindo a barreira de entrada.

**Funil de vendas:** O funil de vendas são as etapas comerciais que utilizadas com uma esteira de produto que tem finalidade de fazer o cliente ganhar confiança em

**Briefing:** Análise resumida de informações classificadas como importantes.

**Onboarding:** É a introdução de uma nova pessoa ao nosso ecossistema, seja um cliente que está contratando e entendo o que faremos em seu negócio, quanto um novo colaborador que irá conhecer mais sobre o grupo, o intuito do onboarding é facilitar a introdução de



uma pessoa a um grupo.

**Objeção:** Objeções são possíveis motivos que podem fazer o lead desistir de fechar, na maior parte das vezes são dúvidas que ele não se sentiu à vontade para tirar, dificuldade financeira ou a ausência do tomador de decisão na negociação.

**Ancoragem:** Considere uma situação onde o cliente acha o valor do produto caro, na técnica de ancoragem você adiciona um outro produto a esse mesmo produto que está sendo vendido por um preço caro, e o faz enxergar mais valor na oferta.

Exemplo:

**Imersão individual: R\$1.500,00**

**Pacote de 5 imersões: R\$5.000,00**

Neste caso, condicionamos a redução do valor a uma compra maior, também é uma técnica de ancoragem.

**Consultoria com o Yan: R\$5.000,00 por mês**

**3 meses de consultoria com o Yan + Imersão: R\$12.000,00**

Neste caso, aumentamos o preço total, e adicionamos o pacote de imersões, o que faz aumentar a percepção de valor do cliente.

## 2.2.2. Processo Comercial

### a) Prospecção

Prospecção é o processo de busca pelo lead.

Hoje nosso processo comercial acontece com o SDR (Representante de Vendas) fazendo essa seleção de leads em potencial através do Instagram, Google, Grupos de lançamento, lista de contatos e afins, o nosso objetivo é ter o SDR fazendo esse primeiro contato comercial, e passando para o Closer apenas os leads que aparentam ter interesse em nossos produtos.

### b) 1° Contato Comercial

Após o SDR fazer um briefing básico com o cliente envolvendo: nicho, engajamento da empresa ou dono com as redes sociais, tamanho e maturidade do negócio e principalmente o interesse em expandir e desenvolver a empresa.

O 1° contato comercial é uma etapa muito importante, é o momento onde a conversa muda de autoridade, e deixa de ser uma conversa de dedução (baseada na análise do SDR sobre o potencial desse lead) para ser uma conversa embasada em dados reais onde o comercial qualifica esse cliente.

A primeira mensagem do Closer para lead, deve ser um mensagem de apresentação, contendo os seguintes elementos:

- Seu nome
- Empresa
- O nome da pessoa que atendeu o lead anteriormente
- As informações do briefing

Temos 2 princípios fundamentais:

1° - chame o lead pelo nome: Nós somos uma empresa onde prezamos pelo relacionamento, e entendemos que chamar o seu lead pelo nome, aproxima(r) ele de você e facilita na construção desse relacionamento, caso você não tenha essa informação, ela é a primeira que você deve conseguir.

2° - envie texto em blocos: Textos longos tem uma taxa menor de interação e retorno, além do que, quando você envia um texto longo ou você copia e cola um script, fica evidente que aquilo é um script e isso reduz a percepção de um



atendimento individualizado.

Quando você envia o texto em blocos você facilita a leitura pro cliente, e mantém a sensação de “conversa/diálogo” da mesma forma que você pode ter com os seus amigos, também é importante não enviar muitas perguntas em sequência mesmo que em blocos separados, aguarde o lead responder para ver se é possível desenvolver um diálogo, antes de enviar as informações em conjunto.

Nem sempre o seu cliente vai te responder de imediato, por isso nós desenvolvemos um script de ações para tentar otimizar essas respostas.

### **Tentativas de Contato**

1° Apresentação - Se apresente e apresente o grupo.

2° Mensagem rotina - Pedindo para não deixar o time no vácuo

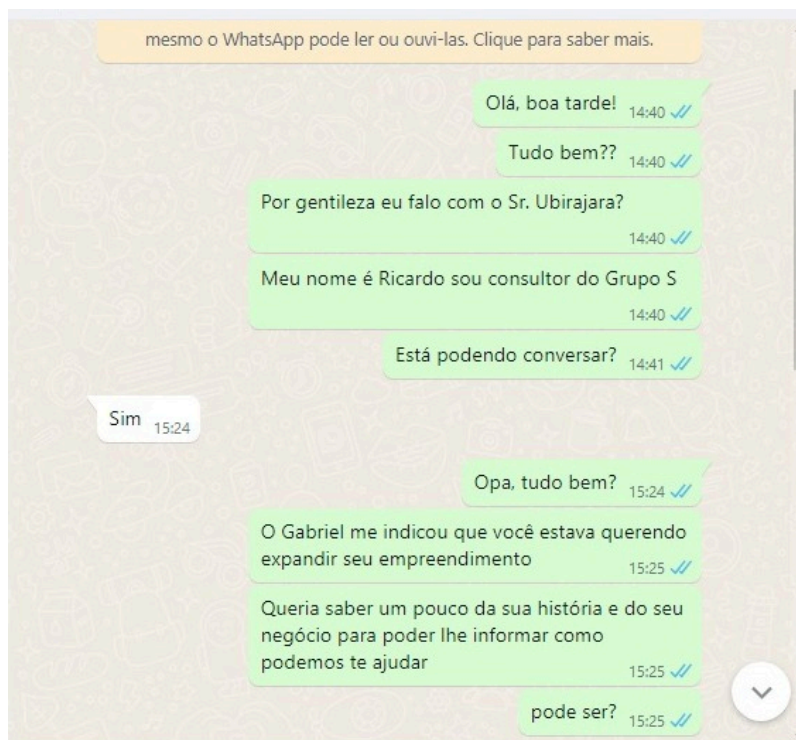
3° Ligação - Tente ligar para esse lead, talvez ele só tenha dificuldade em responder o whatsapp.

4° Mensagem de Xequê Mate. - Essa é uma mensagem com a finalidade de encerrar a conversa, e se posicionar para adquirir uma resposta.

**\*INSERIR EXEMPLOS DE CADA PONTO**

**\*ABAIXO DE CADA EXEMPLO DETALHAR A ESTRUTURA DA COMPOSIÇÃO DA MENSAGEM**

## 1º - Apresentação



Deixar explícito o motivo do seu contato e dizer como você chegou até essa pessoa é muito importante, pois isso auxilia no desenvolvimento da conversa e a pessoa se sente mais segura.

Chamar a pessoa pelo nome é indispensável!

## 2º - Mensagem rotina



Você deve ser insistente, porém tem que escolher bem as palavras que usará para não parecer inconveniente ou mal educado.

Você está falando com uma pessoa que não tem a menor obrigação de te responder ou dar uma satisfação, ser grosseiro não é o caminho ideal para criar um vínculo com essa pessoa.

Se coloque no lugar dela e seja compreensivo.

### 3º - Ligação

A ligação é um método de conversa que você disponibiliza quando está em contato com o lead e pergunta “qual sua preferência? Wpp, ligação ou uma reunião presencial?”. Porém utilizamos isso como uma estratégia para retomar o lead quando a pessoa “some”.

Você deve ligar pra essa pessoa com alguns intervalos de tempo, tentando retomar esse contato e caso não tenha sucesso, envie uma mensagem pra ela.

#### script inicial:

MSG1: “Olá, [nome do cliente] estou tentando te ligar, você consegue me atender um momento?”

#### script final ligação.

“ MSG1: [nome do cliente] está tudo bem?

MSG2: Me coloquei à sua disposição diversas vezes nos últimos dias, para tentar conversar e chegamos a um consenso, mas não tive sucesso.

MSG3: Aconteceu alguma coisa?

MSG4: Meu objetivo aqui é exclusivamente te ajudar a [inserir como solucionarmos as dores do negócio].

MSG5: aguardo sua resposta! “

#### Intervalos de tempo:

Dia 1 - ligação de manhã / ligação a noite

Dia 2 - Ligação a tarde / mensagem inicial

Dia 3 - ligação de manhã / ligação a tarde / mensagem final

Esse é um método para tentar resgatar o cliente que parou de te responder, mas demonstrou interesse.

Normalmente as objeções mais comuns que fazem um cliente sumir são:

- Achar o preço da mensalidade alto.
- Não se sentir seguro em relação ao resultado que dizemos.
- Não entender o que fazemos e como fazemos.



- Não ver valor no que fazemos.

#### 4º - Xeque-Mate

A mensagem xeque-mate é uma mensagem final que encerra o atendimento, nós utilizamos principalmente com clientes que demonstram o interesse e somem.

A mensagem consiste em:

- Mostrar o seu esforço em fazer o contato
- Evidenciar isso, através das mensagens de tentativas de contato
- Mostrar a disponibilidade com essa pessoa
- Mostrar que o seu esforço e cuidado pra tentar ajudar o negócio
- E se posicionar como pessoa que ficou decepcionada com essa atitude
- Fazer a pessoa responder

Ex:

Olá [nome do cliente], estou entrando em contato pra confessar que estou decepcionado com você, na última semana tentei falar com você diversas vezes por mensagem e ligação pra entender se tinha acontecido algo e o motivo de você estar ausente, mas não tive nenhuma resposta.

Me coloquei à sua disposição para sanar todas as suas dúvidas, negocieei com a direção um plano adaptado para te ajudar com relação a [inserir principais dores da pessoa] e eu esperava ouvir uma resposta sua, mesmo que fosse um não.

Hoje vou encerrar o nosso atendimento!

Entenda que o objetivo não é tratar a pessoa com grosseria, mas sim usar um gatilho mental que ataca num ponto de orgulho da pessoa, e fazer ela se “sentir mal” por ter te ignorado, e assim conseguir uma resposta seja para um não, sanar alguma dúvida ou de fato realizar o fechamento.

Cada pessoa tem seus pontos de vulnerabilidade, é importante que você esteja atento a isso, na hora de enviar a mensagem de xeque-mate.

### c) Qualificação Comercial

Nós recebemos diversos leads, principalmente porque o nosso diretor é uma pessoa pública, então muitas pessoas acabam entrando em contato conosco e tentando marcar uma reunião apenas com o intuito de conhecê-lo.

O primeiro passo para fazer uma qualificação comercial bem feita é entender que as pessoas não sabem o que elas precisam.

Muitos empresários hoje não têm conhecimento sobre seus negócios além da operação e isso acaba prejudicando o desenvolvimento e expansão da sua empresa, o pequeno e médio empreendedor acaba ficando estagnado por falta de conhecimento.

Então muitas pessoas vão chegar até nós querendo uma coisa, entretanto isso que ela busca, pode não ser o que ela precisa nesse momento, e isso pode acabar nos gerando um cliente frustrado com o nosso serviço.

A qualificação comercial consiste em entender o que esse lead de fato precisa e o quão ele está disposto a investir em seu negócio. E para alcançar essa compreensão sobre o lead, nós separamos alguns pontos-chaves que serão capazes de te auxiliar a descobrir mais sobre o negócio desse lead.

#### 1) Nicho

Conhecer e estudar o nicho do seu lead é fundamental para entender as suas necessidades, o Chat GPT é um ótimo aliado para ajudar a compreender esse cenário, você pode perguntar ao chat as principais dificuldades do nicho em questão, ou qualquer outra dúvida que tenha.

Quando fizer qualquer pergunta ao chat, é muito importante que você contextualize, e não faça as perguntas de forma tão direta, quanto melhor forem as suas perguntas, melhor serão as respostas do chat.

Entender o nicho vai te ajudar a trazer o lead para perto e gerar conexão com ele, ele precisa enxergar alguém que consegue resolver o problema dele.



## 2) Maturidade

O lead na maioria das vezes não sabe o que ele precisa, pois ele não entende o momento e maturidade do negócio, entender esse aspecto é muito importante pro fechamento da sua venda, pois isso pode influenciar no tempo que você pode demorar pra fechar, o preço, e principalmente na satisfação desse lead, pois não queremos vender o produto certo no tempo errado.

Nós precisamos nos posicionar como especialistas no assunto, e gerar confiança nesse lead, ele precisa te ver como um consultor de vendas que está disposto a apresentar a melhor solução.

Por esse motivo, é importante você fazer um briefing sobre a área de atuação do cliente, para que ele não te enxergue como alguém que sabe menos que ele e está tentando vender pra ele.

Quando você trabalha um lead em potencial que não vê valor no nosso serviço, nós trabalhamos algo chamado jornada de consciência, que nada mais é que é investir tempo e atenção nesse cliente de forma “amigável” para trazer ele pra perto, gerar relacionamento e fazer ele confiar em nosso trabalho e mostrar pra ele como podemos ajudá-lo.

## 3) Dor

Identificar a dor do cliente é acima de tudo entender o negócio dele e a motivação que fez ele buscar ajuda, isso nem sempre acontece de forma clara, pois o cliente está no início na jornada de consciência e não tem maturidade o suficiente sobre o que o negócio precisa.

Você como consultor, deve extrair o máximo de informação possível sobre essa pessoa e esse negócio, nem sempre a dor da pessoa é algo evidente aos seus olhos, ou é algo diretamente vinculada a empresa.

Já tivemos muitos clientes que estavam satisfeitos com suas empresas, faturamentos, crescimento de seu negócio e nos contratou porque sua maior dor era não ter tempo para desfrutar do que conquistou com sua família, pois seu foco estava na empresa.

A dor do lead é algo muito pessoal, por isso você deve se relacionar e extrair o máximo de informações possíveis sobre essa pessoa.

#### 4) Faturamento

Descobrir o real faturamento do cliente é fundamental, pois tem impacto direto no serviço que você irá oferecer para ajudar a alcançar o objetivo dele. Se você identifica que uma pessoa precisa de ajuda em vários cenários, você não pode oferecer todas as soluções ao mesmo tempo sem saber se ela tem condições de arcar com isso.

A partir do momento em que você identifica o faturamento do lead como baixo, você passa a oferecer a solução pelo grau de urgência do mesmo, por exemplo, se o maior problema dele for vendas, e ele vende bolo de pote, e tem um instagram horrível, é muito mais coerente você oferecer o serviço de marketing, do que a consultoria empresarial no primeiro momento.

Se esse mesmo lead tivesse um faturamento alto, e o mesmo problema com o Instagram, além do serviço de marketing, você também poderia oferecer a consultoria empresarial, para ajudar a otimizar o seu processo operacional interno, e definir estratégias que o ajudassem a vender fora da sazonalidade.

Você precisa deixar claro que tem a solução desse cliente, e que precisa saber essa informação, para saber como vai ajudá-lo!

#### 5) Disposição (Prioridade)

Analisar o quanto o lead está disposto ou o quanto o negócio dele é prioridade, é um fator decisivo, pois isso implica na jornada de consciência e maturidade de seu negócio.

A jornada de consciência é o tempo necessário que esse lead precisou ficar no seu perfil e aprender com você para consumir algo. É o tempo no qual ele ganha confiança, interage com você, entende sobre o seu produto ou serviço, vê pessoas com resultado até tomar a decisão da compra, nesse período é fundamental fortalecer o relacionamento.

Quando falamos de maturidade do negócio, significa , às vezes o lead quer algo que o negócio dele ainda não está preparado para ter, a maturidade do

negócio alinham a projeção e a realidade (financeira ou operacional) da empresa, e justifica uma atitude arriscada em prol do futuro do negócio.

Um lead maduro é um lead que tem um lucro baixo, mas é capaz de comprometer um valor alto do seu faturamento para sair dessa fase e melhorar o seu faturamento, essa é uma pessoa com disposição para pagar o preço e vê o negócio como prioridade.

Um lead imaturo, é um lead que não confia no nosso trabalho ou não acredita que temos a solução para o problema dele, costuma ser o lead que tem dúvidas e não fala, só se ausenta ou diz que perdeu o interesse, esse tipo de pessoa precisa ser incluída na jornada de consciência para ganhar confiança.

O seu papel como consultor comercial, é identificar o tomador de decisão do negócio e encontrar a melhor forma para conquistá-lo.

## 6) Solução

Independente da objeção apresentada, do recurso financeiro ou do tomador de decisão, você precisa fazer o seu cliente ver valor no seu serviço e te enxergar como a solução que ele precisa nesse momento.

Ser reconhecido como alguém que quer ajudar o negócio dele a evoluir, e está disposto a gastar tempo com ele, pois acredita no potencial do seu negócio, essa é a imagem que você deve passar como vendedor, mesmo que às vezes seja necessário ter um posicionamento mais rígido.

\* Ter um posicionamento firme jamais deverá resultar em falta de educação, quando você precisar falar de maneira mais ríspida escolha muito bem as suas palavras para que não seja interpretado como grosseria.

\* A insistência no cliente não deve ultrapassar a barreira da inconveniência, nós seguimos a linha de raciocínio de “ou compra ou bloqueia” e isso enfatiza a nossa insistência nos nossos leads, entretanto, nós devemos sempre respeitar os profissionais do outro lado evitando a inconveniência.

## d) Negociação

A etapa de negociação é a parte mais delicada do processo comercial, é importante você estar atento ao briefing do cliente, os problemas mais comuns do seu nicho, em específico as dores dele e principalmente saber os preços que você pode negociar.

Normalmente nós usamos a técnica de ancoragem junto ao preço de tabela, para aumentar a percepção de valor do cliente, e conseguir ter uma margem maior para trabalhar

Nas reuniões de fechamento presenciais ou online, é muito importante que você esteja atento a sua imagem pessoal e a forma como você fala, tudo isso tem muita influência para realizar o fechamento.

Nessa etapa você também pode sofrer contrapropostas do serviço oferecido e preço, então é importante você entender o valor de cada serviço para não acabar fazendo uma proposta que seja inviável de ser concretizada.

#### **e) - Fechamento**

A etapa do fechamento é a parte mais tranquila, ela consiste apenas na elaboração do contrato e envio do boleto ou pix, por nossa parte, e assinatura do contrato e efetivação do pagamento por parte do cliente.

Caso essa reunião de fechamento seja presencial, é importante você deixar a pessoa responsável pelo setor financeiro ciente da possibilidade de fechamento, para poder fazer isso de forma rápida e eficiente, então se comunique com essa pessoa para deixar o contrato pré pronto de acordo com a sua proposta.

#### **f) Pós venda**

Pós venda é a etapa comercial onde nós conquistamos e fidelizamos o nosso cliente, com base na confiança, atendimento, atenciosidade e relacionamento.

Após o fechamento do cliente e o início dos serviços oferecidos, nós devemos manter o relacionamento com o nosso cliente para explorar outras oportunidades de fechamento nos outros serviços do grupo.



Mas isso não deve acontecer de forma indireta ou inconveniente, você deve fazer isso de forma gradativa, à medida que ele confia em nós e é por isso que você deve acompanhar a satisfação e evolução dele, para entender como ele se sente.

É muito importante pedir depoimentos para esse cliente contando um pouco da sua evolução, o que tem achado do serviço, se valeu a pena, se ele tem gostado, se já consegue ver os primeiros resultados e coisas relacionadas a isso.

Outra forma de venda importante que podemos explorar no pós venda são as indicações, após acompanhar e ver a satisfação do cliente sendo desenvolvida, você pode pedir indicações ao seu cliente e verificar com seu superior se existe alguma campanha estratégica de indicação que beneficie o seu cliente.

Informações que são importante descobrir ao longo do tempo:

Aniversário do dono e família

Aniversário da empresa

Datas comemorativas da empresa

Metas planejadas e alcançadas de maneira geral

O objetivo de saber essas informações é celebrar as pequenas conquistas e parabenizar o nosso cliente

#### **g) Resgate de Clientes/Lead (Follow Up)**

Quando os leads que entramos em contato não fecham por conta de uma situação momentânea, nós sempre deixamos eles sinalizados em nosso CRM para entrar em contato novamente, normalmente levamos em consideração o tempo de 90 dias, para entrar em contato com esse lead novamente.



É importante que ao retomar esse contato você leve em consideração a situação que motivou o cliente a não fechar conosco ou a não ter interesse naquele momento, e tenha empatia.

Você não deve se posicionar de forma agressiva, mas sim de forma amigável, se possível com um contraponto para indicar para a ele que podemos ajudar a melhorar muitas coisas em seu negócio.

### **2.2.3. Ferramentas e Softwares**

Para facilitar a nossa comunicação, nós utilizamos algumas plataformas e ferramentas para lidar com os nossos clientes e nos organizar!

#### **4.2.3.1 - Whatsapp**

Temos um número corporativo único, que é dividido em usuários, então todos os nossos vendedores utilizam esse mesmo número com usuários diferentes. Como nós funcionamos como pequenas engrenagens, dividimos os assuntos através de grupos:

##### **4.2.3.1.1 - Grupos**

**Comercial Grupo S:** Este grupo tem o objetivo de receber os contatos conseguidos pelos SDR, e de compartilhar informações úteis sobre os leads, como dúvidas relacionadas à negociação, abordagem, agendamento de reunião e outros possíveis assuntos relacionados aos leads.

Acesse este link para entrar no grupo “Comercial GrupoS” no Whatsapp:  
<https://chat.whatsapp.com/Fy2JI0ZKwcv1Evd2UUZueT>

**Onboarding:** Este grupo tem o objetivo de comunicar informações sobre relacionadas aos clientes que fecharam e precisam ser introduzidos ao grupo, nele além do comercial temos a pessoa responsável pelo financeiro, então passamos os dados do cliente através desse grupo e essa pessoa sinaliza quando o contrato e o boleto for enviado.

Acesse este link para entrar no grupo “Onboarding” no WhatsApp:  
<https://chat.whatsapp.com/GFXTpl0JnVVFnrLo9AAnFs>



**Recepção:** Neste grupo trocamos informações quando o cliente vem a uma reunião presencial no escritório, então enviamos uma foto do lead para fazer a preparação da arte que fica exposta quando ele chega, e enviamos o contato do lead para a secretária enviar uma mensagem de confirmação da reunião.

Acesse este link para entrar no grupo “Recepção” no WhatsApp:  
<https://chat.whatsapp.com/FjN59GZUbQNLUWeFh6SItd>

**Imersão:** Neste grupo nós abordamos as informações dos confirmados para o nosso curso presencial que acontece aos finais de semana, a secretaria envia um informativo sobre as datas do evento para o aluno e faz a primeira confirmação, faltando duas semanas para o evento ela envia a segunda confirmação, na semana do evento você envia uma mensagem de aquecimento em dias específicos e faz a confirmação do aluno.

Acesse este link para entrar no grupo “Imersão” no WhatsApp:  
<https://chat.whatsapp.com/liBrDeUwDSwKU2JStsLGqH>

Então a secretaria sinaliza a primeira confirmação na listagem com esse símbolo , e você sinaliza o envio da mensagem de aquecimento enviando o segundo símbolo deste .

Exemplo de como a listagem de confirmação acontece.:

Imersão Vendas Prof: X (Sab)  
Dia: DIA/MÊS  
Alunos confirmados:  
1) Aluno 1  (confirmação dupla)  
2) Aluno 2  (confirmação dupla)  
3) Aluno 3  (confirmação do informativo)  
4) Aluno 4 (aluno não confirmou)  
5) Aluno 5  (confirmação do informativo)

**Grupo S:** Neste grupo nós não falamos nada relacionado a sua área, nós utilizamos para fazer informativos internos as pessoas que fazem parte do nosso grupo.

*Recomendamos que você entre com seu número pessoal para se manter informado!*



Acesse este link para entrar no grupo “Grupo S” no WhatsApp:

<https://chat.whatsapp.com/laMUWXzoN85FS6bnWEpU76>

**Problemas no ponto:** Nós usamos este grupo para sinalizar sobre os problemas que podem acontecer ao registrar o ponto

*Recomendamos que você entre com seu número pessoal para se manter informado!*

Acesse este link para entrar no grupo “Problema no ponto”

<https://chat.whatsapp.com/I0X8HLJlmhMAgF4ueb7jUU>

### Chat Center

Nós utilizamos uma plataforma dentro do whatsapp chamada Chat Center para fazer o acompanhamento de mensagens

O Chat center é uma plataforma de comunicação onde nós utilizamos os seguintes recursos diariamente:

- Modo CRM
- Cadastro de Clientes
- Agendamentos de mensagens (Chatbot)
- Etiquetas
- **Dashboard (desenvolvimento pendente)**

#### a) Modo CRM

Após o recebimento do lead a primeira mensagem deve ser enviada e o cliente automaticamente deve ser colocado em *Primeiro Contato* após isso, quando conseguir pelo menos o nome do cliente, registrá-lo como contato. Durante todo o processo comercial, ir atualizando o card, desde o valor da negociação a informações adicionais, como faturamento, área de atuação e toda e qualquer informação que seja relevante para a negociação. O Card (contato) se encerra apenas nas fases de Ganho (Fechamento) ou de não interesse ou ignorado.

A não atualização do Modo CRM é passível de advertência verbal.

#### b) Cadastro de Clientes

O Cadastro do cliente precisa ser preenchido por completo, até a fase de Qualificação Comercial, deve conter nome, área de atuação, faturamento e



tomador de decisão e com isso adicionar a etiqueta do serviço que será oferecido. Não pode mover o card de Qualificação Comercial até o preenchimento dessas informações.

### c) Agendamento de Mensagens (Chatbot)

Gostamos da apresentação dos nossos serviços e do follow up de maneira orgânica, porém agendamentos de mensagens não são proibidas, mas gostaríamos que utilizassem de maneira consciente. Recomendamos o agendamento de mensagem nas seguintes ocasiões.

- Follow Up em X dias
- Retorno de contato
- Lembrete de proposta
- Avisos de férias e ou ausência do comercial

### d) Etiquetas

As Etiquetas servem para identificar os serviços oferecidos para o Lead em contato, sendo dividida nas seguintes categorias:

- Solução
- Solar
- Imersão
- Singular
- MDE (Manhã do Empreendedor)
- TDE (Tarde do Empreendedor)
- NDE (Noite do Empreendedor)

As etiquetas devem ser adicionadas ao card do cliente, após a qualificação comercial.

### d) Dashboard (desenvolvimento pendente)

...

## Tempo de resposta

Um de nossos ideais é tratar o cliente com excelência, pensando nisso definimos um tempo de resposta padrão, para manter o atendimento de excelência com os nossos leads.

- - Tempo ideal - de 0 a 5 minutos .
- - Tempo aceitável - 5 a 15 minutos.

Consideramos este tempo de resposta durante a jornada de trabalho que funciona em 2 turnos, somatizando o período de 08:00 às 19:00.

Esse tempo de resposta se aplica às mensagens que chegam dentro desse horário, e enfatizamos esse tempo principalmente quando os clientes entram em contato conosco.

## CRM

Um CRM, significa "Customer Relationship Management" (Gestão de Relacionamento com o Cliente), é uma ferramenta utilizada por empresas para gerenciar e analisar interações com clientes ao longo do tempo, com o objetivo de melhorar os relacionamentos comerciais.

Um sistema CRM ajuda empresas a manter contato com clientes, automatizar processos de vendas, marketing e suporte ao cliente, e também aumentar a eficiência e melhorar a satisfação do cliente.

### Pipefy (definição de CRM pendente)

Nós optamos por utilizar o como nosso

## Planilhas

As nossas planilhas tem a finalidade de armazenar as informações principais dos leads e clientes em uma outra rede, para não perdermos esses dados.

### 1) Database (falta detalhar cada um)

O database é uma janela da planilha com a finalidade de arquivo.

Você deve adicionar todas as informações relevantes do cliente como data de entrada, nome do cliente, telefone, ativo/inativo, nicho , faturamento de entrada, valor de contrato, tempo de contrato, data de saída, observações.



## 2) Gestão de Clientes

Nessa aba da nossa planilha você fará o acompanhamento de seus clientes ativos em relação a evolução financeira dos mesmos.

## 3) Dashboard

Nesta janela da nossa planilha

### *Reuniões Online*

Nós preferimos a reunião presencial, porque tende a ter uma inclinação maior para o fechamento presencialmente, entretanto, quando o cliente tem a objeções como agenda, deslocamento ou horário, nós fazemos a reunião online para não perder essa pessoa.

Utilizámos o zoom para fazer as nossas reuniões, mas também podemos fazer pelo google meet pela facilidade de não precisar baixar aplicativos.

### *Relatórios*

O seu relatório deve ser apresentado ao final de cada mês, e deve conter

Semanal/Mensal / Trimestral / Anual

O relatório semana

DATA:

SEU NOME

Número de leads recebidos: 00

Número de leads recebidos SDR: 00

Número de leads recebidos tráfego: 00

Numero de leads convertidos em reunião: 00

Número de leads convertidos em fechamento: 00

Exemplo:

#### **Relatório de Desempenho Comercial - [Nome da Empresa]**

Nome: [Seu nome]

Cargo: [Seu cargo]

Período: [Data de Início] a [Data de Fim]



## 1. Resumo Executivo

- Breve descrição dos resultados chave.
- Comparação rápida com o período anterior.
- Destaque de quaisquer eventos significativos que tenham impactado os resultados.

## 2. Análise de Vendas

- Vendas Totais: Apresente o total de vendas do período e compare com o período anterior.
- Quantidade de leads recebidos: Diferenciar SDR/Tráfego/Indicação
- Quantidade de reuniões agendadas: Diferenciar marcadas e comparecidas
- Vendas Totais: Apresente o total de vendas do período e compare com o período anterior.
- Por Produto/Serviço: Detalhamento das vendas por produto ou serviço.
- Por Região: Análise das vendas por regiões geográficas.
- Clientes Novos vs. Recorrentes: Dados sobre novos clientes adquiridos e atividades de vendas para clientes recorrentes.

## 3. Performance de Canais de Venda

- Vendas Diretas: Desempenho das vendas diretas através da equipe interna.
- Parceiros/Distribuidores: Desempenho das vendas feitas através de parceiros ou distribuidores.
- Online: Vendas realizadas através do website ou plataformas de e-commerce.

## 4. Análise Competitiva

- Breve análise do posicionamento de mercado frente aos principais concorrentes.
- Estratégias adotadas pelos concorrentes que impactaram no mercado.

## 5. Desafios e Oportunidades

- Descrição dos principais desafios enfrentados pela equipe de vendas.
- Oportunidades identificadas que podem ser exploradas nos próximos períodos.

## 6. Ações Estratégicas e Recomendações

- Medidas tomadas em resposta a desafios.
- Recomendações para ações futuras baseadas nas análises de dados.

## 7. Conclusão

- Sumário dos pontos chave do relatório.
- Visão geral de expectativas para o próximo período.

## 8. Anexos e Suporte de Dados

- Gráficos detalhados.
- Tabelas de vendas.

- Documentos de suporte.
- 

## **Dicas para Eficiência no Relatório:**

- **Clareza e Concisão:** Seja direto e evite jargões desnecessários para que o relatório seja compreensível por todos os stakeholders.
- **Visuais:** Utilize gráficos e tabelas para tornar as informações mais acessíveis e fáceis de entender.
- **Dados Atuais:** Garanta que os dados estejam atualizados e sejam precisos para evitar decisões mal informadas.
- **Ação Orientada:** Cada análise deve incluir recomendações claras de ações a serem tomadas.

Um relatório eficiente na área comercial não apenas relata os resultados, mas também serve como uma ferramenta de planejamento estratégico, ajudando a guiar a tomada de decisão para futuras ações de negócios.



## 2.3 - Informações relevantes

### 2.3.1 - Informações que podem ser úteis no seu início.

Agora que você já faz parte do nosso grupo você pode estar com algumas dúvidas, com relação a datas, normas, e outras coisas, por isso, respondemos aqui os principais questionamentos que normalmente temos.

1. Nós respeitamos a LGPD então não se preocupe com a relação de documentos enviados para a admissão, nós entendemos a seriedade e será protegido por nós.
2. A sua passagem é transferida para você até o último dia do mês e o pagamento do salário é feito até o quinto dia útil e.
3. O nosso reembolso acontece todo dia 15 e dia 30, então caso você tenha pagado o seu ASO (Exame Admissional) ou em outras situações com necessidade de reembolso fique ciente de que nós respeitamos essas duas datas.
4. É importante saber que precisamos da Nota Fiscal ou algum outro comprovante de compra para fazer o reembolso.
5. As informações para acessar o Wifi são:  
Login: HostSingular  
Senha: SingularSolarSolucao
6. Você poderá solicitar o benefício de língua estrangeira após concluir os 3 meses de experiência, entre em contato com o seu superior ou o responsável pelos benefícios.
7. Os nossos teclados e mouses são a pilha, quando a bateria dos seus periféricos acabarem você pode ir até a recepção, trocar por pilhas carregadas, é importante levar as suas descarregadas também.



## 2.3.2 - Nossos produtos

### **Growth:**

#### ***Consultoria empresarial***

##### ***O que é?***

É um serviço que tem como finalidade assessorar empreendedores de pequeno e médio porte para alavancar seus negócios. Nós utilizamos da expertise de negócios do nosso time e empresas do grupo, seja direcionada a tempo ou área de atuação, para ajudar nossos clientes a alcançarem resultados mais rápidos e reduzindo seus custos.

Esse serviço acontece através de reuniões com duração pré definidas em contrato, que podem ser presenciais ou online.

##### ***Preço:***

R\$6.000,00 à R\$4.000,00 / mensal info (2024)

##### ***Duração de contrato:***

Tempo indeterminado, porém consideramos o valor cheio para contratos com duração inferior a 3 meses, e a partir de 3 meses aumentamos diminuimos a mensalidade.(o ideal mínimo para venda é de 3 à 6 meses)

##### ***Forma de pagamento:***

Cartão de crédito, boleto ou pix, você também pode mesclar essas 3 opções de pagamento para facilitar a sua venda

##### ***Margem de Negociação:***

O valor médio da consultoria é de R\$6.000,00 com o nosso diretor expert e de R\$3.000,00 com o nosso consultor júnior, o mínimo para esses valores serem vendidos são R\$4.000,00 (com o diretor expert) e R\$3.000,00 com o consultor jr, entretanto esses valores só podem ser ofertados caso a duração de contrato seja de 12 meses.



## **Imersões**

### **O que são?**

As imersões são cursos individuais onde nós abrimos a “caixa preta” do nosso negócio, e falamos das técnicas, plataformas, sistemas que utilizamos para alcançar os nossos resultados.

Nas imersões nós ensinamos o caminho para que a pessoa aplique isso no negócio dela, diferente da consultoria onde nós ajudamos a idealizar a aplicação.

Existem 5 cursos:

#### ***Como transformar seu instagram num canal de vendas.***

Esse é o nosso curso de instagram e nós ensinamos: como produzir conteúdo que viraliza, aprendendo a gravar reels que vendem, como criar linha editorial, calendário de postagens.

#### ***Como vender qualquer coisa.***

Esse é o nosso curso de vendas que ensina a montar funil de vendas, criar esteira de produtos, upsell, downsell, crosssell, pós venda, técnicas de venda, ferramentas de vendas, quebra de objeções e muito mais...

#### ***Como contratar pessoas e criar cultura.***

Nesse curso nós ensinamos sobre o cenário do mercado de trabalho, valor de mercado, salário e benefícios, gestão de desempenho e feedback, cultura organizacional, contratação.

#### ***Como controlar as finanças do seu negócio.***

Nesse curso nós ensinamos sobre educação financeira empresarial, aumentar sua lucratividade, reduzir custos e otimizar dívidas, definir metas e conceitos financeiros.

#### ***Como criar um líder.***

Esse é o nosso curso onde ensinamos técnicas para se tornar um bom líder, entender qual o seu perfil gerencial, atribuições de liderança, 1a1 (conversa com vínculo pessoal e conhecimento do colaborador), como delegar de forma certa

**Preço:**

R\$5.000 (pacote) à R\$1500,00 (único)

**Duração de contrato:**

A imersão é um evento único, cada curso dura 1 dia. É possível remarcar até duas vezes.

**Forma de pagamento:**

Cartão de crédito, boleto ou pix, você também pode mesclar essas 3 opções de pagamento para facilitar a sua venda

**Margem de Negociação:**

O valor do pacote com 5 imersões custa R\$5.000,00, o valor individual de 1 imersão é R\$1.500,00, caso aconteça de alguma pessoa querer 2 (R\$2.500,00) imersões ou 3 (R\$4.000,00) ao invés do pacote completo, você pode negociar levando em consideração o preço mínimo de R\$1.000,00 apenas fechando todas.

**Treinamento de equipe****O que é?**

O treinamento de equipe é um treinamento externo, que normalmente nossos experts vão até a sede da empresa treinar seus colaboradores.

É sempre importante levar em consideração a quantidade de pessoas, horas e o local da sede antes de definir o valor que será cobrado.

**Preço:** Exemplo de como os preços podem ser definidos:

10 funcionários (quantidade de colaboradores)

Caxias (distância)

4 horas (tempo)

Preço: R\$2.500,00

**Duração de contrato:** Depende da negociação, pode ser um evento único ou dividido em algumas datas.

**Forma de pagamento:** Cartão de crédito, boleto ou pix, você também pode mesclar essas 3 opções de pagamento para facilitar a sua venda.

**Margem de Negociação:** Como esse serviço depende de muitos fatores antes de ser fechado, não deixamos a margem e negociação explícita aqui de maneira prévia, entretanto caso essa pessoa feche mais de um serviço você pode negociar com seus superiores.



## **Mentoria em grupo**

### **O que é?**

Mentoria é um relacionamento de desenvolvimento profissional em que uma pessoa mais experiente ou mais conhecedora, chamada de mentor, oferece orientação, conselhos e suporte a uma pessoa menos experiente, conhecida como mente ou mentora.

Esse serviço acontece essencialmente em grupo e on-line.

**Preço:** R\$6.000,00

**Duração de contrato:** 6 meses (fixo)

**Forma de pagamento:** Pode ser pago à vista no pix, ou dividido em até 6 parcelas no cartão de crédito

**Margem de Negociação:** Esse é um produto sem margem de negociação, o preço está muito abaixo do nosso ticket médio e pode ser considerado um produto de entrada.

## **Ficha de precificação**

### **O que é?**

É um documento ou ferramenta utilizada por empresas para definir e justificar o preço de seus produtos ou serviços. Esta ficha é essencial para garantir que todos os custos estejam cobertos e que o preço final ofereça uma margem de lucro adequada, ao mesmo tempo em que se mantém competitivo no mercado.

Ficha técnica é a ficha com a receita (quantidade de insumos necessários para montar um produto.)

**Preço:** R\$15.000 á R\$5.000,00

Ex.: Hamburgueria com 10 itens sem ficha técnica) custaria R\$5.000,00

Ex.: 11 a 30 itens

Ex.: 31 a 60 itens

**Duração de contrato:** Único (Prazo de entrega 15 a 30 dias)

**Forma de pagamento:** Cartão de crédito, boleto ou pix, você também pode mesclar essas 3 opções de pagamento para facilitar a sua venda.

**Negociação:**



### ***Estudo de viabilidade de mercado***

#### ***O que é?***

É um serviço que tem como objetivo determinar se uma ideia de negócio ou projeto é viável antes de se investir tempo e recursos significativos. Ele analisa se o projeto pode ser realizado de maneira prática e se pode gerar retorno financeiro suficiente.

**Preço:** R\$ média de 10% do valor a ser investido. com piso de R\$10.000,00

**Duração de contrato:** contrato único (prazo de entrega 30 a 90 dias)

**Forma de pagamento:** Pagamento antecipado

**Negociação:** Pode facilitar para metade no início e metade no final

### ***Plano de Negócio***

#### ***O que é?***

É um serviço que cria um documento detalhado que descreve como um negócio será implementado, operado e gerenciado. Ele é usado tanto para guiar a gestão interna do negócio quanto para convencer investidores e outros parceiros externos do potencial e estrutura do negócio.

**Preço:** R\$ média de 10% do valor a ser investido. com piso de R\$10.000,00

**Duração de contrato:** contrato único (prazo de entrega 30 a 90 dias)

**Forma de pagamento:** Pagamento antecipado

**Negociação:** Pode facilitar para metade no início e metade no final

### ***Consultoria financeira***

#### ***O que é?***

É um serviço que ensina a gerenciar suas finanças de forma eficaz para atingir seus objetivos econômicos. Os consultores financeiros fornecem orientação em várias áreas, incluindo prestar serviços de assessoria e consultoria financeira, orientar e auxiliar na gestão do relatório de fluxo de caixa, contas a pagar, contas a receber e na elaboração do Demonstrativo de Resultados do Exercício (DRE).

**Preço:** R\$1.500,00 á R\$3.000,00 ancoragem em 3k

**Duração de contrato:** 6 meses (6 a 12 meses)

**Forma de pagamento:** xx

**Negociação:** xx



## **Consultoria Jurídica**

### **O que é?**

Consultoria jurídica é um serviço profissional oferecido por advogados ou especialistas em direito que visa fornecer aconselhamento, orientação e suporte legal a indivíduos, empresas e organizações incluindo elaboração e revisão de contratos, análise de risco, levantamento de passivo da empresa e representação em audiências trabalhistas e civis.

Esse serviço é fundamental para garantir que as atividades do cliente estejam em conformidade com as leis vigentes e para ajudar a navegar no complexo sistema legal.

**Preço:** R\$1.500 a 5.000 dependendo do tamanho de funcionários

Depende da quantidade de funcionários e da área de atuação

**Duração de contrato:** 1 ano mínimo

**Forma de pagamento:**

**Negociação:** xx

## Marketing:

### Assessoria de rede social

#### O que é?

O gerenciamento de redes sociais é o processo de administrar a presença online de uma pessoa, marca ou organização em plataformas de mídia social como Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, entre outros. Este gerenciamento envolve uma série de atividades estratégicas e operacionais como para criar, publicar, promover e monitorar conteúdo em canais de redes sociais.

**Preço:** R\$3.000,00 à R\$2.500,00

**Duração de contrato:** Duração de contrato mínima sugerida é de 6 meses.

**Forma de pagamento:** Cartão de crédito, boleto ou pix, você também pode mesclar essas 3 opções de pagamento para facilitar a sua venda.

**Negociação:** xx

### Principais Atividades:

Gerenciamento de rede 5x semana

Tráfego pago com relatório semanal

Fotos profissionais a cada 45 dias

1 Gravação de criativo por mês no estúdio ou externa

Criação de linha editorial

Estratégia para rede social

1 reunião estratégica online por mês

Acesso ao banco de talentos da solar para busca de influenciadores

Elaboração de script para criativos

- **Posicionamento estratégico:** Nós trabalhamos o seu posicionamento de imagem (branding) para te auxiliar com o tipo de conteúdo que você deve produzir para se conectar com o seu cliente ideal.
- **Gerenciamento de rede social:** Nós elaboramos desde o script, tema, formato, estratégia de postagem até a postagem da mesma.
- **Gravação de conteúdo externa ou no estúdio:** Nós enviamos uma pessoa responsável por captar as imagens e áudio, para produzir conteúdo para você em nosso estúdio ou no local que escolher.
- **Criação de linha editorial:** Traçamos as possíveis rotas de comunicação com o seu público para não deixar que o seu conteúdo fique cansativo ou desconexo com o que você busca.



- **Reunião estratégica de alinhamento:** Nas nossas reuniões de alinhamento nós avaliamos o resultado da meta traçada x meta alcançada e traçamos novos alvos para alcançarmos.

## Tráfego

### O que é?

O tráfego pago refere-se ao uso de métodos de publicidade pagos para direcionar visitantes a um site ou plataforma online. Esse tipo de tráfego é gerado quando uma empresa ou indivíduo compra anúncios em diferentes plataformas de mídia para promover seus produtos, serviços ou conteúdo. É importante ressaltar que além do pagamento pelo serviço, o cliente investe o valor dos anúncios também.

**O tráfego NÃO é vendido de maneira separada, somente vendemos tráfego para os clientes que cuidamos do gerenciamento de rede.**

**Preço:** R\$1000.00 á R\$500,00

**Duração de contrato:** xx

**Forma de pagamento:** Cartão de crédito, boleto ou pix.

**Negociação:** xx

## Ecommerce

### O que é?

O e-commerce, ou comércio eletrônico, é basicamente uma forma de comprar e vender produtos e serviços pela internet. Funciona como uma loja online, imagine um supermercado onde você pode escolher itens, colocá-los em um carrinho de compras virtual e pagar por eles sem sair de casa.

**Preço:** R\$13.000,00

**Duração de contrato:** único

**Forma de pagamento:** xx

**Negociação:**

Durante a negociação é importante ter atenção em algumas coisas:

**(desenvolvimento de pontos chaves pendentes com manu)**

## Site

### O que é?

Um site corporativo é uma plataforma online projetada para representar uma empresa na internet. Ele serve como um canal central para a comunicação e interação com clientes, investidores, parceiros e outros stakeholders. Um site corporativo é crucial para estabelecer a presença online de uma empresa e



oferecer informações sobre seus produtos, serviços, valores, e visão.

**Preço:** R\$7.000,00

**Duração de contrato:** único

**Forma de pagamento:** Cartão de crédito, boleto ou pix, você também pode mesclar essas 3 opções de pagamento para facilitar a sua venda.

**Negociação:** xx

**(desenvolvimento de pontos chaves pendentes com manu)**

## Landingpage

### O que é?

Uma landing page, ou página de destino, é uma página web criada especificamente para uma campanha de marketing ou publicidade. Ela é projetada para receber visitantes que clicam em um link promocional ou anúncio e tem como objetivo principal converter esses visitantes em leads ou clientes.

**Preço:** R\$2.000,00

**Duração de contrato:** único

**Forma de pagamento:** Cartão de crédito, boleto ou pix, você também pode mesclar essas 3 opções de pagamento para facilitar a sua venda.

**Negociação:** xx

**(desenvolvimento de pontos chaves pendentes com manu)**



## Recursos Humanos:

### Recrutamento -

#### **O que é?**

O serviço de recrutamento e seleção consiste em otimizar o tempo e atenção do empresário terceirizando a busca, triagem e seleção de candidatos para vagas abertas. Isso pode incluir a publicação de ofertas de emprego, a realização de entrevistas, testes de habilidades e a verificação de referências. Desde a seleção de currículos até o envio da relação de documentos para a admissão.

**Preço:** O preço é o valor do primeiro salário porém o piso é de R\$2.000,00 por contratação, ou seja se contratar um funcionário que receba abaixo de R\$2.000,00 o mínimo que cobramos é R\$2.000,00

**Duração de contrato:** Único

**Forma de pagamento:** Cartão de crédito, boleto ou pix, você também pode mesclar essas 3 opções de pagamento para facilitar a sua venda.

**Margem de Negociação:** Como neste serviço o preço varia de acordo com o salário/profissão, você pode baixar o valor se for fechado mais de uma contratação. Ex. Foram fechadas 2 contratações de 1 salário mínimo, você pode cobrar R\$3.000,00 pelas duas contratações.

### Terceirização do RH:

#### **O que é?**

A terceirização do RH é quando a empresa precisa delegar tarefas operacionais e administrativas de recursos humanos a um fornecedor externo especializado. Esse modelo é utilizado para reduzir a carga de trabalho do departamento interno de RH, economizar custos e melhorar a eficiência das operações diárias.

Foco nas atividades operacionais e administrativas de RH, permitindo que a empresa se concentre em seu core business.

### Principais Atividades:

- **Recrutamento e Seleção:** A empresa terceirizada assume todo o processo de recrutamento, desde a criação e divulgação de vagas, triagem de currículos, entrevistas e seleção final dos candidatos. Isso inclui o uso de plataformas de recrutamento e técnicas avançadas de seleção.

- **Administração de Pessoal:** Gestão de tarefas administrativas como processamento da folha de pagamento, gerenciamento de benefícios (assistência médica, vale-transporte, etc.), controle de ponto eletrônico, administração de férias, rescisões e atendimento às obrigações trabalhistas e previdenciárias.
- **Treinamento e Desenvolvimento:** Implementação de programas de treinamento e desenvolvimento para melhorar as habilidades e competências dos colaboradores. Isso pode incluir treinamentos técnicos, comportamentais e programas de integração.
- **Compliance e Legislação Trabalhista:** Garantia de que todas as práticas de RH estão em conformidade com a legislação trabalhista vigente, evitando riscos legais e multas. Isso inclui a atualização contínua sobre mudanças nas leis trabalhistas e previdenciárias.

#### **Preço:**

R\$2.000,00 (até 10 funcionários)

R\$3.000,00 (11 até 30 funcionários)

R\$4.000,00 (31 até 50 funcionários)

**Duração de contrato:** mínimo de 6 meses

**Forma de pagamento:** Cartão de crédito, boleto ou pix, você também pode mesclar essas 3 opções de pagamento para facilitar a sua venda.

**Negociação:** É necessário entender se já existe uma contabilidade, e o que a empresa oferece ao funcionário e principalmente a quantidade de funcionários.

## **Consultoria Estratégica de RH || Implementação de RH**

### **O que é?**

A consultoria estratégica de RH visa alinhar as práticas de recursos humanos com os objetivos estratégicos da organização. Esse tipo de consultoria foca na melhoria das capacidades internas de RH para suportar a estratégia e os objetivos de longo prazo da empresa.

Foco em alinhar as práticas de RH com a estratégia da empresa, promovendo melhorias e inovações para apoiar o crescimento e sucesso a longo prazo.

### **Principais Atividades:**

- **Diagnóstico Organizacional:** Realização de uma análise profunda da estrutura organizacional, cultura, práticas de gestão de pessoas e desempenho atual do departamento de RH. Identificação de pontos fortes e áreas de melhoria.
- **Planejamento Estratégico de RH:** Desenvolvimento de um plano estratégico para o departamento de RH que esteja alinhado com os objetivos e metas da empresa. Isso

pode incluir estratégias de recrutamento, retenção de talentos, desenvolvimento de carreira e sucessão.

- **Desenvolvimento de Liderança:** Criação de programas específicos para identificar e desenvolver líderes dentro da organização. Isso inclui coaching, mentoring, programas de desenvolvimento de liderança e sucessão.
- **Gestão de Mudanças:** Apoio na implementação de mudanças organizacionais significativas, como reestruturações, fusões e aquisições. A consultoria ajuda a gerenciar a transição de forma eficaz para minimizar impactos negativos e maximizar os benefícios.
- **Engajamento e Cultura Organizacional:** Desenvolvimento e implementação de iniciativas para melhorar o engajamento dos colaboradores e fortalecer a cultura organizacional. Isso pode incluir pesquisas de clima organizacional, programas de reconhecimento e recompensas, e atividades de team building.
- **Avaliação de Desempenho e Remuneração:** Criação e implementação de sistemas de avaliação de desempenho que sejam justos e alinhados com os objetivos da empresa. Desenvolvimento de políticas de remuneração competitivas para atrair e reter talentos.

#### **Preço:**

R\$3.000,00 (0 a 25 funcionários)

R\$4.000,00 (26 a 60 funcionários)

+R\$5.000,00 (acima de 60 funcionários)

**Duração de contrato:** mínimo de 6 meses

**Forma de pagamento:** Cartão de crédito, boleto ou pix, você também pode mesclar essas 3 opções de pagamento para facilitar a sua venda.

**Negociação:** É necessário entender se tudo será criado do zero, ou se já existe uma cultura na empresa que não é implementada, entender se vão ter gestores para auxiliar no desenvolvimento.

Implementação - para quem não tem

Terceirização - pra quem não quer ter

Consultoria - para que já tem

## **CF**

### **Abertura de empresa**

#### **O que é?**



Identificação e desenvolvimento de potenciais líderes e gestão do pipeline de talentos para posições críticas.

**Preço:** R\$1 salário mínimo + as taxas

**Duração de contrato:** xx

**Forma de pagamento:** Cartão de crédito, boleto ou pix, você também pode mesclar essas 3 opções de pagamento para facilitar a sua venda.

**Negociação:** xx

### Acompanhamento contábil (honorários do contador)

#### O que é?

Identificação e desenvolvimento de potenciais líderes e gestão do pipeline de talentos para posições críticas.

**Preço:** R\$depende

**Duração de contrato:** xx

**Forma de pagamento:** Cartão de crédito, boleto ou pix, você também pode mesclar essas 3 opções de pagamento para facilitar a sua venda.

**Negociação:** xx

abertura de empresa

1 salario minimo + taxas

honorários mensais em média 1 salário mínimo



## COMBO DE SERVIÇOS

Existem algumas condições onde você consegue reduzir o preço do serviço, e eu vou te explicar melhor como elas funcionam agora.

### **Contratos Longos:**

Nós hoje vendemos contratos de 3 e 6 meses, porém isso acaba comprometendo a entrega do serviço em alguns casos.

O contrato de 3 meses é o tempo mínimo para a pessoa ter resultado naquele serviço.

O contrato de 6 meses é o tempo ideal para ter aplicar o que foi ensinado e corrigir as falhas.

O contrato ideal para nós como empresa é o de 12 meses, pois durante esse período conseguimos de fato adentrar no negócio do cliente, corrigir o que é necessário além de implementar novas idéias e auxiliar na expansão.

Contrato trimestral: R\$5.000,00 /mês - R\$15.000,00

Contrato semestral: R\$4.000,00 /mês - R\$24.000,00

Contrato anual: R\$3.000,00 /mês - R\$36.000,00

Quando fechamos contratos anuais nós aumentamos o LTV desse cliente aqui.

### **Recompra:**

Quando um cliente é cliente de alguma das empresas e que comprar um novo serviço, nós conseguimos oferecer melhores condições de pagamento dependendo do que for vendido, porque o nosso objetivo é fazer com que eles consumam todos os nossos serviços.

### **Combo de serviços:**

Quando nós identificamos que o lead tem potencial para mais de um serviço e tem saúde financeira pra isso, nós fazemos um combo de serviços.

Toda vez que você for incluir mais de um serviço na sua proposta e colocar um tempo de contrato aceitável nós conseguimos reduzir o preço consideravelmente.

Sempre que isso acontecer, é importante que você mantenha o contato e converse sobre as condições de pagamento com o responsável da empresa.



## Pacote Básico Grupo S

### Solar

Gerenciamento de rede 3x semana  
Tráfego pago com relatório mensal  
1 Gravação de criativo por mês no estúdio ou externa  
Criação de linha editorial  
Estratégia para rede social  
1 reunião estratégica online por mês  
Acesso ao banco de talentos da solar para busca de influenciadores  
Elaboração de script para criativos

TOTAL: R\$2.000,00

### Solução

#### **Atendimento Ricardo**

Reuniões quinzenais ( a cada 15 dias) com duração de 1 hora  
R\$1.500,00

Reuniões semanais ( a cada 7 dias) com duração de 1 hora  
R\$3.000,00

#### **Atendimento Yan**

Reuniões semanais ( a cada 15 dias) com duração de 1 hora  
R\$3.000,00

### Simplifica

Pacote 1: Consultoria RH

- Diagnóstico Organizacional Realização de uma análise profunda da estrutura organizacional, cultura, práticas de gestão de pessoas e desempenho atual dos funcionários.

R\$1.500,00 (até 15 funcionários)



## Pacote Completo Grupo S

### Solar

Gerenciamento de rede 5x semana  
Tráfego pago com relatório semanal  
Fotos profissionais a cada 45 dias  
1 Gravação de criativo por mês no estúdio ou externa  
Criação de linha editorial  
Estratégia para rede social  
1 reunião estratégica online por mês  
Acesso ao banco de talentos da solar para busca de influenciadores  
Elaboração de script para criativos

**TOTAL: R\$3.000,00**

### Solução

#### **Atendimento Ricardo**

Reuniões semanais ( a cada 7 dias) com duração de 1 hora  
**R\$3.000,00**

#### **Atendimento Yan**

Reuniões semanais ( a cada 7 dias) com duração de 1 hora  
**R\$6.000,00**

### Simplifica

Pacote 1: Consultoria RH

- Diagnóstico Organizacional
- Planejamento Estratégico de RH:
- Desenvolvimento de Liderança:
- Gestão de Mudanças:
- Engajamento e Cultura Organizacional:
- Avaliação de Desempenho e Remuneração:

**R\$3.000,00 (até 15 funcionários)**



## Pacote UX Grupo S

### Solar

Gerenciamento de rede 5x semana  
Tráfego pago com relatório semanal  
Fotos profissionais a cada 45 dias  
1 Gravação de criativo por mês no estúdio ou externa  
Criação de linha editorial  
Estratégia para rede social  
1 reunião estratégica online por mês  
Acesso ao banco de talentos da solar para busca de influenciadores  
Elaboração de script para criativo  
**TOTAL: R\$3.000,00**

### Solução

#### **Atendimento Yan**

Reuniões semanais ( a cada 7 dias) com duração de 1 hora  
**R\$6.000,00**

+

#### **Atendimento Ricardo**

Reuniões semanais ( a cada 7 dias) com duração de 1 hora  
**R\$2.000,00**

+

Pacote imersões

### Simplifica

Pacote 1: Consultoria RH

- Diagnóstico Organizacional
  - Planejamento Estratégico de RH:
  - Desenvolvimento de Liderança:
  - Gestão de Mudanças:
  - Engajamento e Cultura Organizacional:
  - Avaliação de Desempenho e Remuneração:
- + Contrações até 3 mensais  
OU

Pacote 1: Terceirização RH

- Diagnóstico Organizacional
  - Planejamento Estratégico de RH:
  - Desenvolvimento de Liderança:
  - Gestão de Mudanças:
  - Engajamento e Cultura Organizacional:
  - Avaliação de Desempenho e Remuneração
  - DP
- + Contrações até 3 mensais

**R\$4.000,00 (até 50 funcionários)**





## Solução

### ***Pacote Experimental 1***

Duração de 1 mês

Reuniões semanais ( a cada 7 dias) com duração de 1 hora

Imersão de venda e instagram.

**R\$5.000,00**

### ***Pacote Experimental 2***

Duração de 3 meses

Reuniões semanais ( a cada 7 dias) com duração de 1 hora

Pacote todas as imersões

**R\$15.000,00**



#### **4.4 - O que esperamos de você!**

Nós buscamos uma pessoa proativa, comprometida e ambiciosa! A posição de comercial é uma posição que está diretamente conectada com o desenvolvimento da empresa, por isso prezamos a excelência na comunicação, tanto com os clientes quanto com o seu time, no atendimento ao cliente, na educação e na execução de suas tarefas!

Se o nosso comercial não vende, a empresa não fatura para se desenvolver, se o nosso comercial vende e os clientes não seguem, ou estamos qualificando pouco os clientes ou temos algum problema na nossa entrega que acaba prejudicando a retenção.

Nós queremos vender e reter cliente cada vez em uma escala maior, pra isso nós estamos dispostos a fazer reuniões de alinhamento semanal, e temos nossos grupos no whatsapp para tirar dúvidas em um momento onde seus superiores não estejam.

O seu período de experiência/treinamento é muito importante, então esperamos que nesse período você se envolva com essa atmosfera e tire suas dúvidas!!

Fazemos questão de recompensar e manter por perto pessoas que se comprometem, entregam e estão alinhadas com a cultura da empresa!

## 5 - CLIENTES

### 5.1 - SGQ

SGQ nada mais é que a abreviação de Sistema de Gestão da Qualidade. Essa é uma norma importante para avaliar a qualidade do que entregamos aos nossos clientes, ou seja, são regras para que você execute as suas atividades de acordo com o nosso parâmetro de qualidade.

#### a) Manutenção da Imagem Pessoal Profissional

- Objetivo do SGQ: Assegurar que todos os funcionários apresentem uma imagem profissional que reflita os valores e padrões da empresa, especialmente em interações com clientes ou durante reuniões.

#### Responsabilidade do Funcionário:

- Adesão ao Código de Vestimenta: Seguir rigorosamente o código de vestimenta estabelecido pela empresa, que define o tipo de vestuário apropriado para diferentes situações de trabalho, incluindo reuniões com clientes.

#### Ações Específicas:

##### 1. Conhecimento e Compreensão:

- Ação: Cada funcionário deve se familiarizar com o manual do código de vestimenta da empresa, entendendo claramente o que é considerado apropriado para diferentes contextos profissionais.
- Cada funcionário deve garantir que seu cabelo e barba (se aplicável) estejam bem cuidados e arrumados. Isso significa manter o cabelo penteado e a barba aparada ou feita, conforme apropriado para um ambiente de negócios.
- Vestuário: Vestir-se de maneira profissional e adequada ao contexto da reunião ou ao ambiente de trabalho. Isso inclui o uso de roupas limpas, bem passadas e conservadoras que se alinhem com a política de vestimenta da empresa.
- Acessórios: Utilizar acessórios de forma discreta e profissional. Evitar o uso excessivo de jóias ou acessórios que possam distrair durante as interações comerciais.
- Higiene Pessoal: Manter excelente higiene pessoal, incluindo o uso de desodorante e a manutenção de unhas limpas e cuidadas.

##### 2. Preparação para Reuniões:



- Ação: Antes de qualquer reunião, você deve revisar sua aparência para garantir que estejam em conformidade com o código de vestimenta e apresentem um aspecto profissional. Isso inclui verificar o traje, a higiene pessoal e os acessórios.
3. Feedback e Autoavaliação:
- Ação: É importante que você recolha feedbacks dos seus clientes e superiores para ter um melhor rendimento, mas também é importante que você esteja atento a dar feedbacks sobre o que pode melhorar para os seus superiores.
4. Treinamento e Recursos:
- Ação: Nós oferecemos diversos treinamentos (imersões) relacionadas a diversas áreas e você pode fazer todos eles de maneira não obrigatório. Entretanto, se você não participa e isso tem aplicação direta na sua área de atuação isso demonstra desinteresse.

## **b) Prontidão no Contato com o Cliente**

- Objetivo: Assegurar um contato rápido e eficiente com potenciais clientes logo após o recebimento de leads do time de Desenvolvimento de Vendas (SDR), melhorando assim a taxa de conversão de leads em vendas e demonstrando comprometimento e eficiência da empresa.
- Ação específica:
  - Contato Imediato: Efetuar contato com o cliente potencial dentro de um intervalo de 5 a 10 minutos após a recepção do lead pelo SDR. Isso demonstra proatividade e interesse no cliente, características valorizadas que podem diferenciar a empresa no mercado competitivo.

## **c) Uso Obrigatório do Sistema CRM**

- Objetivo: Garantir que todas as interações com clientes sejam devidamente documentadas no sistema CRM para facilitar um acompanhamento eficaz, a análise de dados de vendas e a personalização do atendimento ao cliente.
- Ação Específica:

- Cadastro Completo: Assegurar que informações completas e precisas de todos os clientes e potenciais clientes sejam inseridas no CRM imediatamente após qualquer contato ou atualização.
- Inserir no CRM detalhes como nome do contato, detalhes da empresa, telefone, e-mail, histórico de interações, status do cliente (potencial, ativo, inativo), e notas relevantes sobre necessidades e preferências do cliente.
- Utilizar o CRM para registrar todas as comunicações, incluindo e-mails, chamadas telefônicas, reuniões e propostas enviadas.
- Assegurar que as informações sejam atualizadas regularmente para refletir mudanças no status do cliente ou novas interações.

#### **d) Monitoramento e Análise de Qualidade de Serviço**

- Objetivo: Monitorar consistentemente a qualidade do serviço prestado e realizar ajustes baseados em dados concretos.
- Ação específica:
  - Coleta de Dados: Garantir que todos os dados relevantes sobre a qualidade do serviço sejam coletados sistematicamente. Isso pode incluir tempos de resposta, satisfação do cliente, resolução de problemas na primeira interação, etc.
  - Análise Regular: Analisar os dados coletados para identificar tendências, problemas recorrentes e oportunidades de melhoria.
  - Implementação de Melhorias: Aplicar as mudanças necessárias para melhorar a qualidade do serviço com base na análise dos dados.



## 5.2 - Onboarding de clientes

Nós prezamos por um bom relacionamento com o cliente, então como já falamos anteriormente das etapas do onboarding no grupo de whatsapp e ilustramos pela fluxograma como acontece esse onboarding.

Nesse processo você deve acompanhar o cliente até a primeira reunião, verificando se ele tem alguma dúvida, se está com alguma dificuldade, se já teve a reunião marcada e é importante você recebê-lo em sua primeira reunião.

## 5.3 - Relacionamento com os clientes (Gestão de Clientes)

A gestão de cliente que realizamos através do pipefy, é uma etapa muito valiosa, pois

**\*falta definir o CRM para descrever como faremos a gestão de clientes fechados**

## 5.4 - Encantamento

