

41

CBPP

OPORTUNIDADES
PARA AVANÇAR

#VAMOSAGIR

O DIGITAL E A NOVA CULTURA COMERCIAL

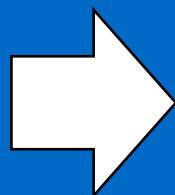
**PLANO DE
PREVIDÊNCIA**

**INFORMAÇÃO
TENTACULAR**

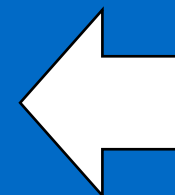
REGRAS E RISCOS

RECORRÊNCIA

CONCORRÊNCIA



COMPLEXIDADE



CONSUMIDOR

**DEMANDAS
DIVERSAS**

**NÍVEIS DE
MATURIDADE ≠**

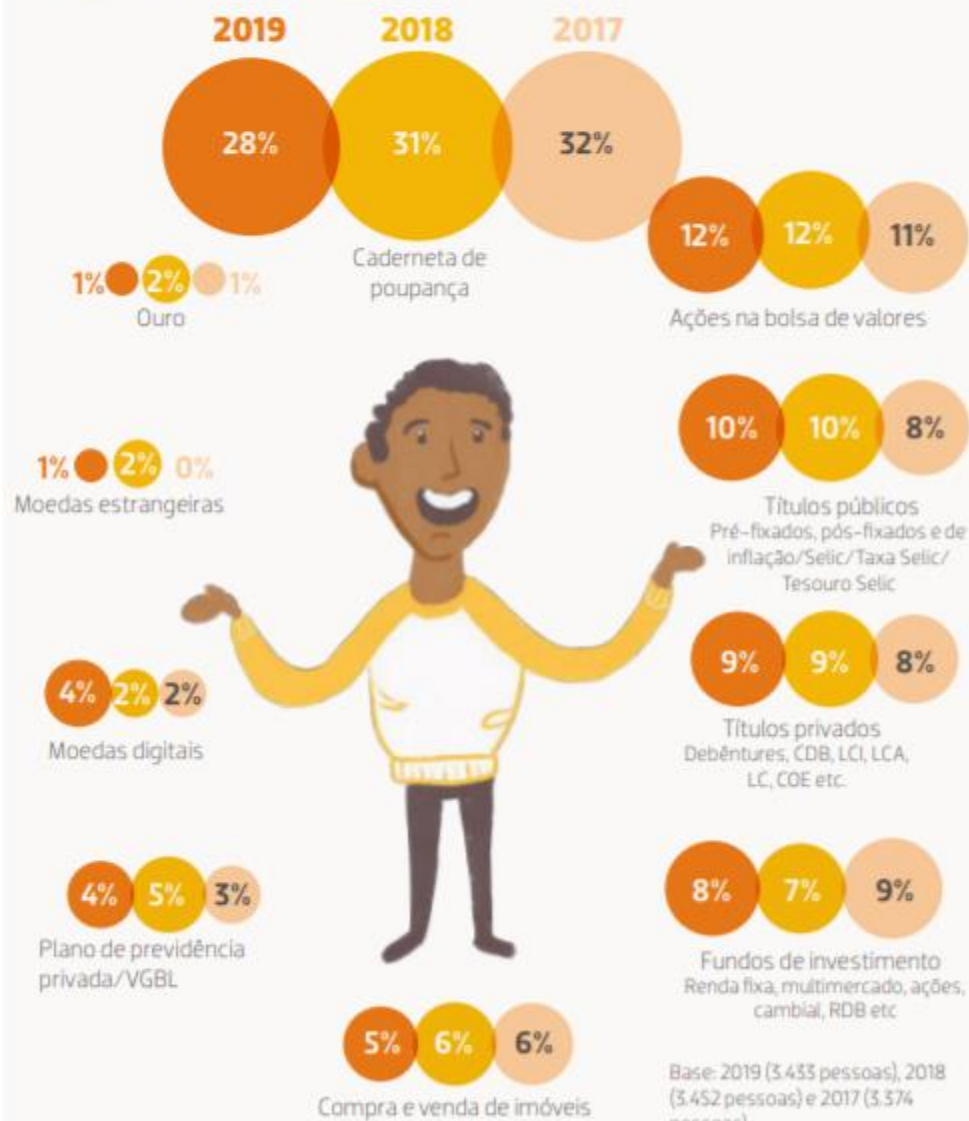
CUSTO BENEFÍCIO

**REVIEWS E
EXPERIÊNCIAS**

Como o brasileiro lida com dinheiro

Conhecimento sobre investimentos e finanças

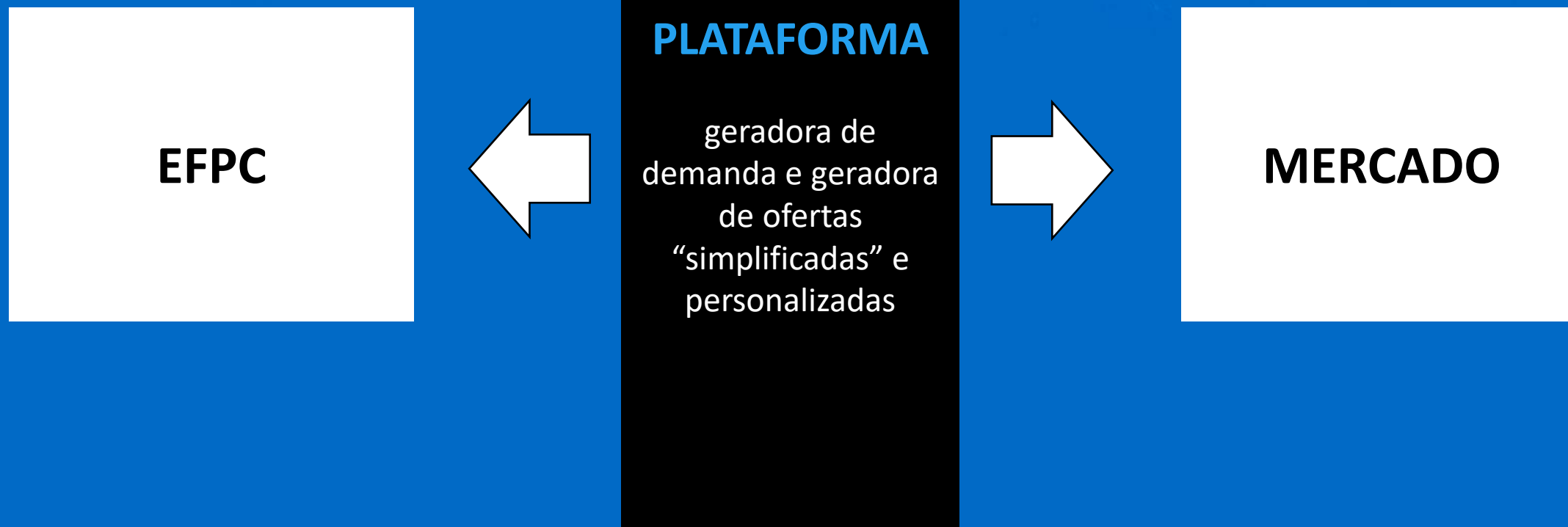
Conhecimento espontâneo



Base: 2019 (3.433 pessoas), 2018 (3.452 pessoas) e 2017 (3.574 pessoas)

PROCESSOS DE VENDA E COMPRA COMPLEXOS

alto envolvimento com o produto ou serviço, com significativas diferenças entre as marcas



COMO CHAMAMOS ESTE TIPO DE PLATAFORMA ?

**MÉTODO ANALÍTICO DE
RECEITA PREVISÍVEL**

O QUE É RECEITA PREVISÍVEL
=
MÁQUINA DE VENDAS

O QUE É PRECISO PARA CONSTRUIR UMA MÁQUINA DE VENDAS?

Geração previsível de leads

Equipe bem treinada, integrada e remunerada - mkt e vendas

Sistema de engajamento de vendas

Gestão de inteligência de cliente

GESTÃO PREVISÍVEL DE LEADS

PERFIL IDEAL

CRIAR GRUPOS
JUSTIFICÁVEIS E
PRIORITÁRIOS
COM VIABILIDADE
ECONÔMICA

LOCALIZAR LEADS
METRIFICÁVEIS

SEMENTES – PR
REDES E INDICAÇÕES –
PGR DE MKT –
GROWTHACKING E
INBOUND
ALVOS DEFINIDOS
BASES PRÓPRIAS
OUTBOUND
METAS DIÁRIAS

GERAÇÃO E
QUALIFICAÇÃO DE
LEAD

FUNIS E CADÊNCIAS
DO AWARENESS A
EDUCAÇÃO
FINANCEIRA

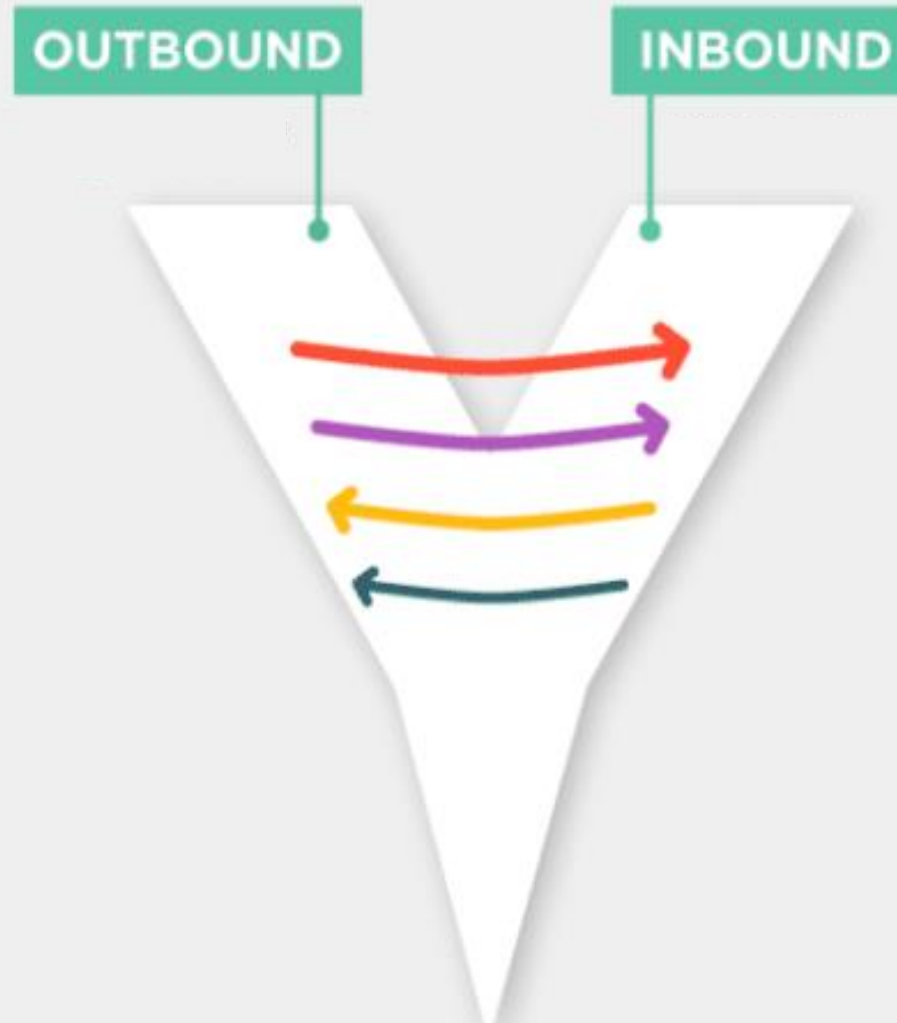
CONVERTER

FUNIL
DO E.COMMERCE A
CONSULTORIA DE
PLANEJAMENTO DE
VIDA
METAS DE
NEGÓCIO

GESTÃO PREVISÍVEL DE LEADS



**Aceleradores
de conversão**



- > Leads prospectados ainda imaturos que são enviados para fluxos de nutrição para educação e posterior conexão.
- > Leads outbound sem perfil de compra, mas que passam a receber a newsletter pois se interessam no conteúdo (foco em branding e posicionamento).
- < Leads com perfil e baixo engajamento em conteúdo que são enviados para fluxos de prospecção (fishing de leads na base).
- < Leads que convertem inbound, levantadas de mão, e caem em fluxos para conexão.

EQUIPES INTEGRADAS DE MKT E VENDAS

IDRs

SDRs

MRR

CLOSER

EXECUTIVO
DE CONTA

LEAD
DEVELOPMENT
REPRESENTATIVE
INBOUND

SALES
DEVELOPMENT
REP -
OUTBOUND

MARKET
RESPONSE REP –
ESPECIALISTA EM
PREVIDENCIA

VENDEDORES
RESPONSÁVEIS
POR FECHAR
CONTAS

QUEM CUIDA DO
POS VENDA E DA
RETENÇÃO– UP E
CROSS SELLING E
FIDELIZAÇÃO

EVANGELISTA

HUNTER

PROPOSTA

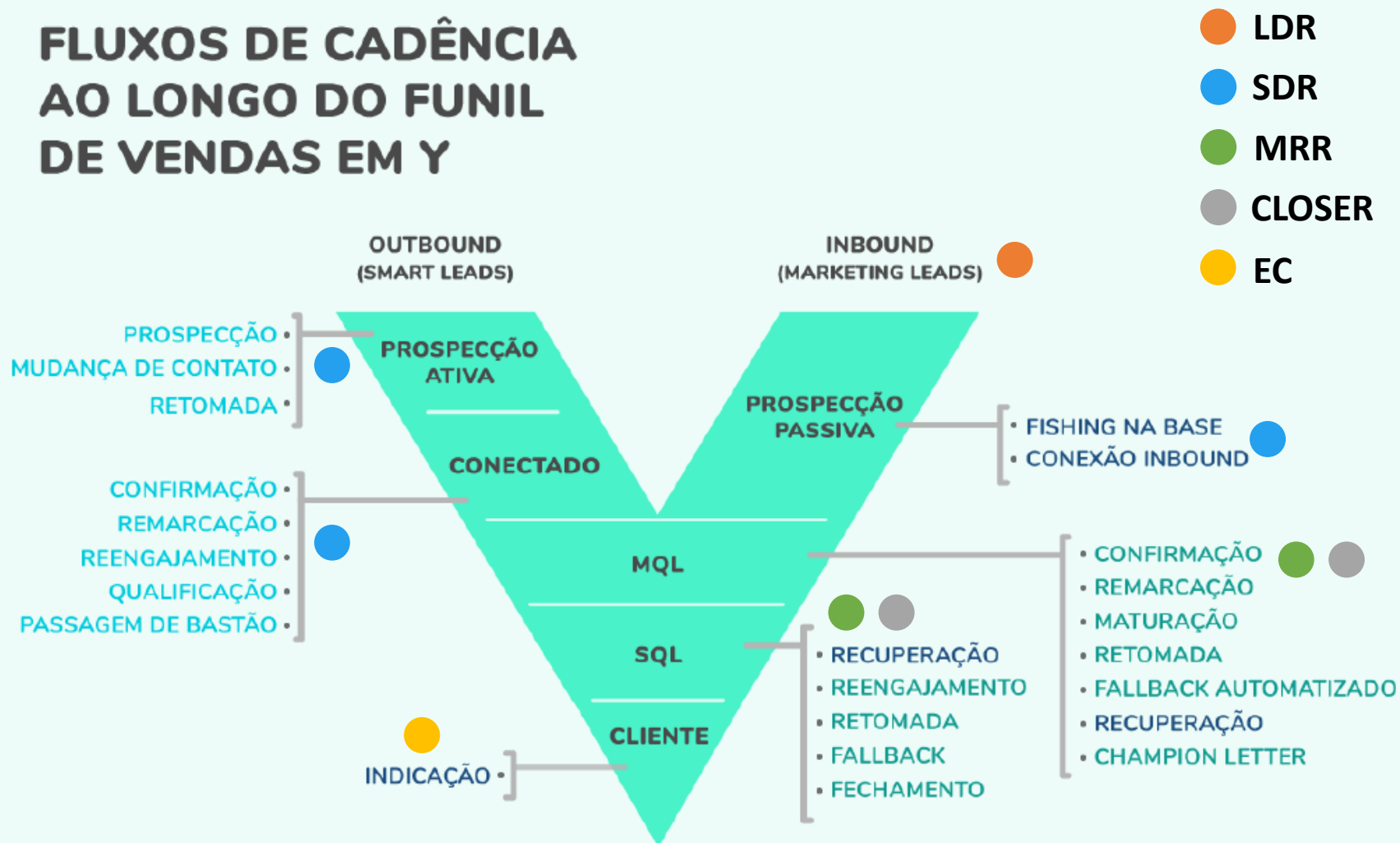
CONTRATO

GESTOR /
ASSISTENTE

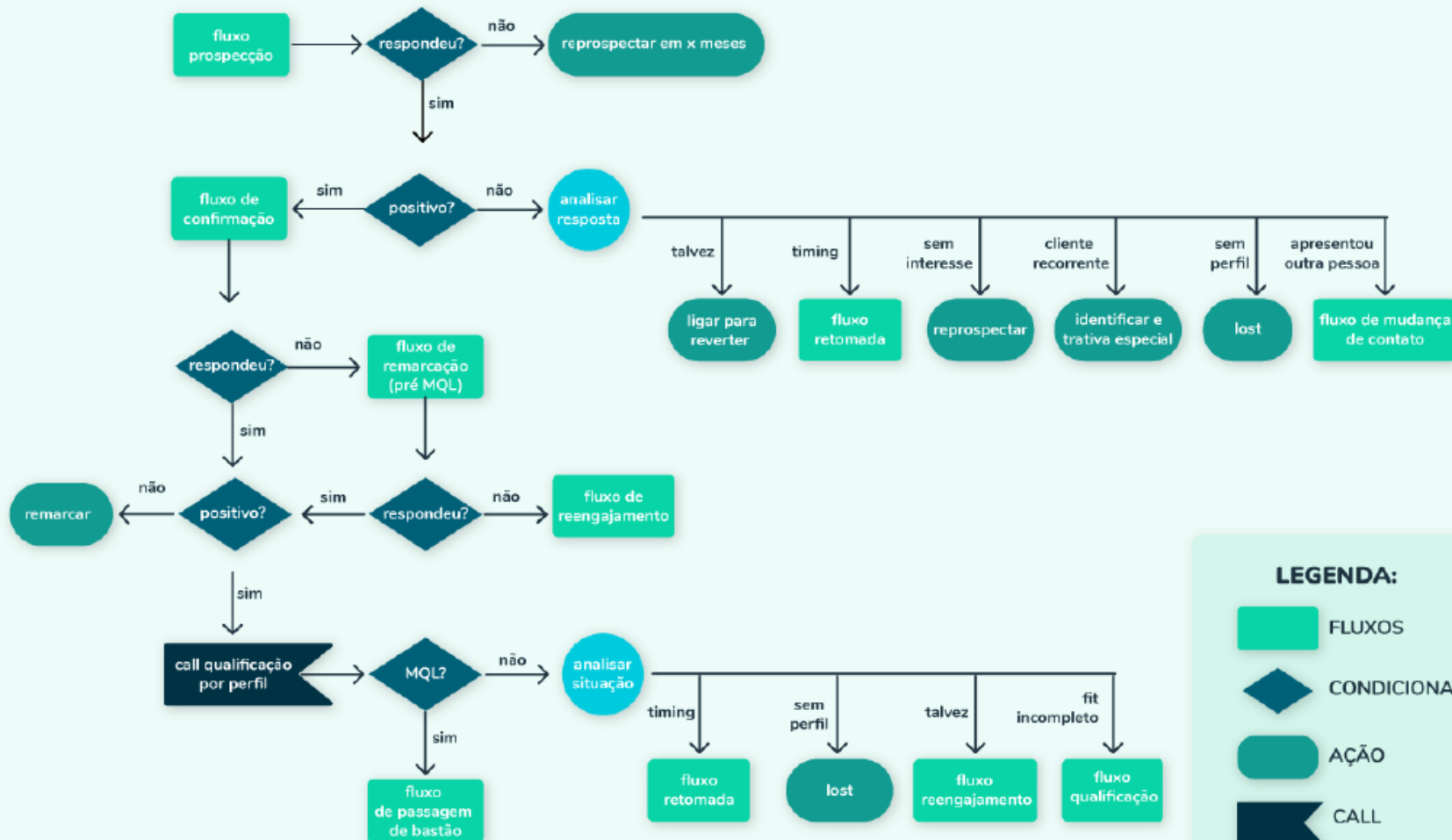
INTEGRADOS E FALANDO A MESMA LINGUA

EQUIPES INTEGRADAS DE MKT E VENDAS

FLUXOS DE CADÊNCIA AO LONGO DO FUNIL DE VENDAS EM Y



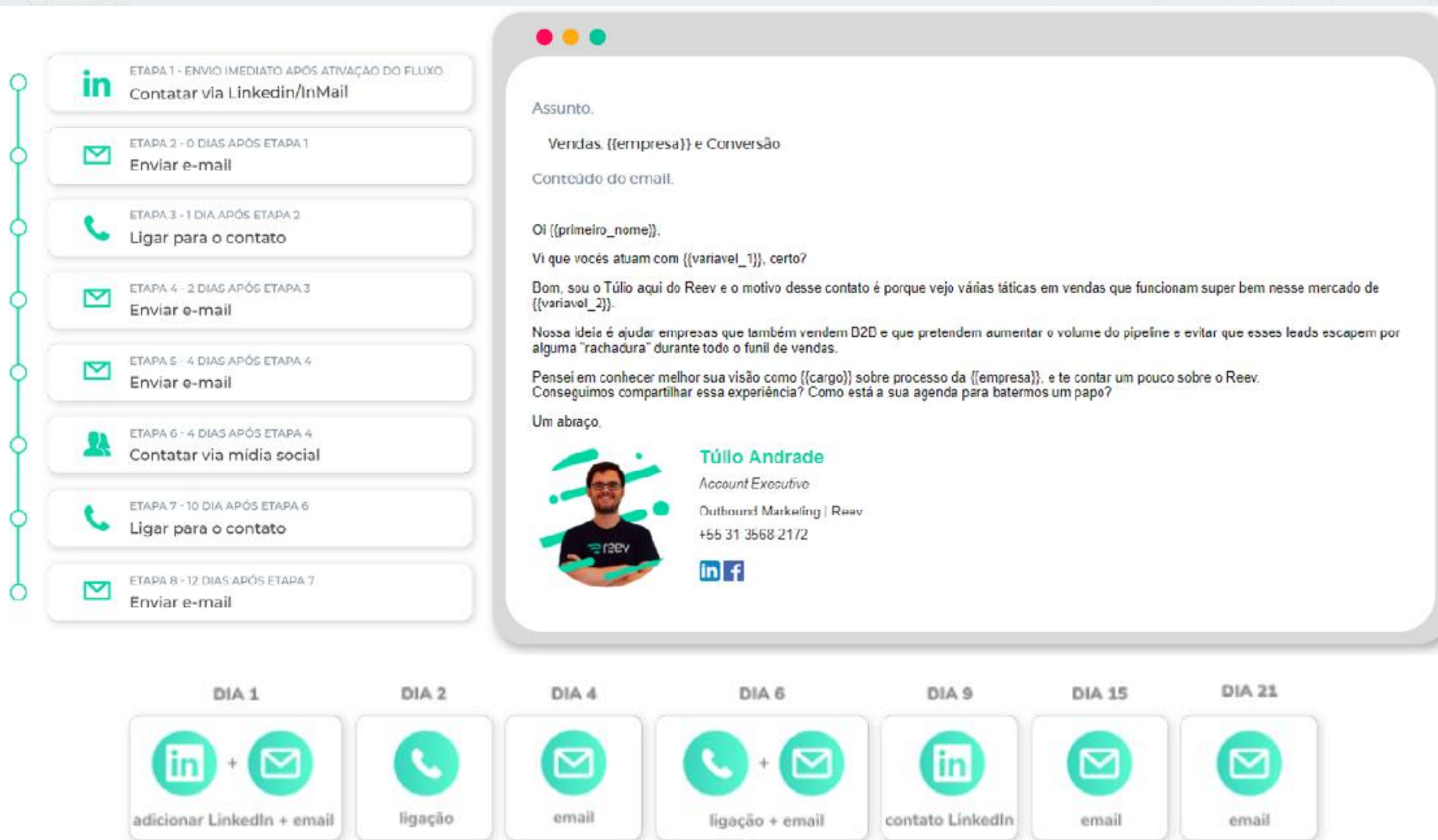
EQUIPES INTEGRADAS DE MKT E VENDAS



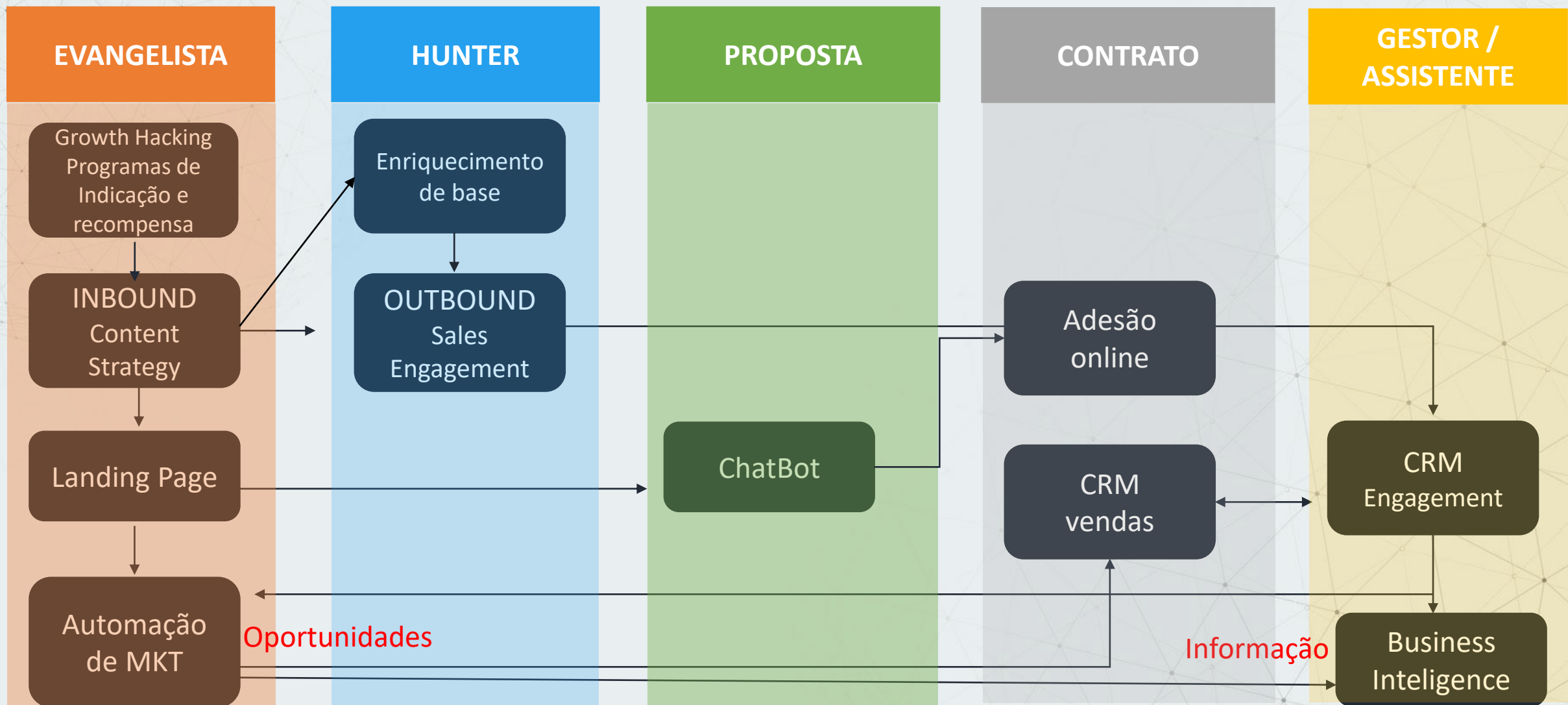
LEGENDA:

- FLUXOS
- CONDICIONAL
- AÇÃO
- CALL
- ANALISAR

EQUIPES INTEGRADAS DE MKT E VENDAS



SISTEMA DE ENGAJAMENTO DE VENDAS





Obrigada!

valeria.jureidini@inovativdora.com.br



#VAMOSAGIR

UniAbrapp

É diferente!