

Como tornar sua empresa lucrativa com o uso de tecnologia.

4



passos para automatizar seus processos
começando absolutamente do zero.

Sumário

Para quem foi escrito este livro	5
O propósito de uma empresa é gerar lucro?	7
Seu sonho não se tornará realidade até se tornar um objetivo	10
Conheça a estrutura da sua empresa	18
Transformação Digital na prática	26
A resposta definitiva e suas consequências	36
Considerações Finais	39



Diego Platini

 @diegoplatini_  diegoplatini

DIEGO PLATINI é um empreendedor atuante na área de tecnologia, ocupando atualmente a função de *Chief Executive Office* (CEO) na Youfy, empresa focada no desenvolvimento de robôs computacionais, que atua em todas as regiões do Brasil, contando inclusive com clientes em países da América Latina. Além disso, esta organização recebeu investimentos de um grupo que está presente em mais de 125 países do mundo.

Ele gosta de se definir como uma pessoa que acredita que é preciso “desinventar” o mundo, pois as coisas não querem mais ser vistas por pessoas razoáveis. Assim, percebe-se que se trata de um entusiasta da inovação e da tecnologia. Escreveu este livro como forma de convidar você a conhecer este novo mundo, onde a tecnologia potencializa os negócios e transforma o sucesso acessível a todos que trabalham arduamente.

Para quem foi escrito este livro

Este livro foi escrito para os verdadeiros empreendedores, aqueles que nascem com a capacidade de transformar ideias em realidade, que sabem o real significado da palavra resiliência; para você que enxerga nos problemas as verdadeiras oportunidades de transformar o mundo em um lugar melhor. Sabemos que na prática ser empresário é uma jornada bem menos glamorosa do que se comentam no mercado. Existem inúmeros obstáculos que surgem, alguns destes previsíveis e outros nem tanto, mas resolver problemas é o que resume a rotina de quem decidiu seguir este caminho.

Esta obra tem por objetivo mostrar que a tecnologia pode ser sua principal aliada e que sua aplicação pode ser simples, ao contrário do que muitos tentam fazer você acreditar. Às vezes me dá a impressão de que os gurus do mercado tornam o tema mais complexo, pois de certa forma isso valoriza a capacidade deles. O que eles não percebem é que esse comportamento cria um abismo entre os problemas e as soluções.

Assim, preciso que você acredite em um ponto: transformar sua empresa por meio de tecnologia deve ser algo simples!

No decorrer deste livro, comprometo-me a detalhar como isso é possível.

Lembro que simples é o contrário de complexo, e não de difícil. Ou seja, não quero vender a ideia de facilidades e de receitas secretas para o sucesso instantâneo. Isso simplesmente não existe!

O que de fato existe são métodos validados como boas práticas e ferramentas que podem potencializar seus resultados! Então, se você chegou até aqui, com certeza está com uma ideia fixa de transformar o seu projeto em um negócio de sucesso. E o que eu vou lhe ensinar é criar a caixa de ferramentas ideal para que seu objetivo se concretize, seja alcançado.

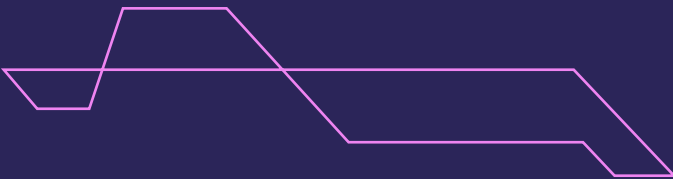
Todos os empresários já sabem da importância da tecnologia para os negócios, mas o que a maioria não faz ideia é de como usá-la na prática.

Então, fique atento aos próximos capítulos, pois eles trarão a resposta para a seguinte pergunta: - Como transformar lucrativa minha empresa com o uso de tecnologia?



CAPÍTULO 1

O propósito de uma empresa é gerar lucro?



A sociedade brasileira tem uma grande dificuldade em entender a relação entre lucro e propósito de uma empresa. Talvez por isso, muitos empresários sintam dificuldade em falar abertamente sobre a necessidade de ter uma empresa lucrativa. Então, antes de qualquer ponto, precisamos desfazer essa confusão conceitual.

Talvez a pergunta mais complexa para se fazer a um empreendedor seja: qual o propósito da sua empresa? Pergunta simples, mas nada fácil de responder.

O propósito de uma empresa é simplesmente a razão de existir dela, ou seja, qual a contribuição que ela dá para a sociedade? Qual é o seu grande porquê? Qual o problema que ela resolve?

Podemos afirmar que o propósito de qualquer empresa seja gerar lucro?

Absolutamente não! E isso não é uma ideologia barata, e eu posso explicar! Para isso, vou fazer uma analogia com o corpo humano. Nós, seres humanos, para não morreremos, produzimos constantemente anticorpos, mas você consegue afirmar que a razão da sua vida é produzir anticorpos?

O mesmo cabe às empresas: elas precisam gerar lucros para não morrer, mas a razão de existir delas é a verdadeira contribuição para a sociedade. Quer ver alguns exemplos?



Starbucks

Inspirar e nutrir o espírito humano – uma pessoa, um copo e uma comunidade de cada vez.

Evernote

Ajudar as pessoas a encontrarem foco agora, no momento, para ter progresso naquilo que mais importa.

Tesla

Acelerar o movimento de transição de uma economia baseada em mineração e queima de hidrocarbonetos para uma economia solar e elétrica, a qual, acredito, ser primariamente, apesar de não a única, solução à sustentabilidade.

Assim, sempre que você encontrar uma pessoa que lhe perguntar por que você está abrindo um negócio, e a sua resposta for: ganhar dinheiro! Provavelmente, esse projeto fracassará, pois você não pode ser recompensado por não fazer nada, por não gerar uma verdadeira contribuição para o consumidor.

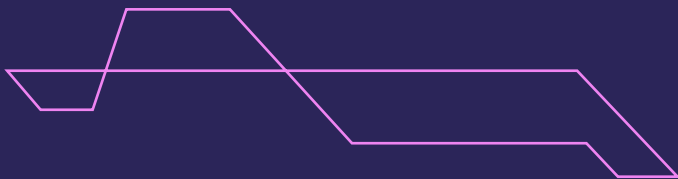
Fiz questão de trazer esse tema logo no primeiro capítulo para deixar claro que não existe negócio lucrativo que não tenha um propósito claro. E a ausência de um propósito não pode ser resolvido com tecnologia.

Ao mesmo tempo, vale salientar que existem muitas empresas com belos propósitos, mas que não geram resultados para garantir sua sobrevivência. Se você está nesse cenário, com certeza esta leitura ajudará você a reverter esse quadro.



CAPÍTULO 2

Seu sonho não se tornará realidade até se tornar um objetivo



Fui muito direto ao afirmar que uma empresa que só pensa em lucros sem um propósito claro acaba não obtendo êxito. Agora vou fazer uma segunda afirmação: sucesso não acontece por acaso, não existe fator sorte. Não adianta pensar que basta apenas sonhar, e o destino fará o resto acontecer. Não é bem assim que funciona!

Sonho pode ser considerado o ponto de partida. Afinal, tudo que existe, um dia foi imaginado por alguém, mas ele é só o ponto de partida.

Então, você deve estar se perguntando: qual o próximo passo?

O próximo passo é transformar seu sonho em um objetivo. Ou seja, você precisa ter metas claras e assertivas para seu negócio. Nesse sentido, sugiro que use o método SMART para defini-las.

2.1. O que são metas SMART?

Definir metas usando o método SMART é a forma ideal para obter um entendimento concreto do que se pretende alcançar. Assim, esse método propõe que, para ter metas inteligentes, elas devem apresentar cinco características fundamentais, a saber:



S – *specific* (específica)

Para garantir o alinhamento de todos os envolvidos, **a meta deve ser específica**. Determinar que a empresa deve reduzir os custos, por exemplo, é muito genérico e não revela o que precisa ser feito para atingir esse resultado.

Para especificar o máximo possível a sua meta, considere aspectos como:

- o resultado que se pretende conquistar;
- por que ele é importante para o negócio;
- como esse objetivo será alcançado;
- quais recursos e ações serão necessários;
- quem será o responsável;
- quando a meta deve ser atingida.

Aplicando esse método no caso do exemplo citado, uma meta mais eficiente seria diminuir em 40% as despesas com logística até o final do ano. Assim, há uma clareza maior de detalhes e um entendimento de todos sobre aonde devem chegar e como podem fazer isso.



M - *measurable* (mensurável)

Uma meta mensurável, ou seja, que pode ser medida, permite o monitoramento do seu progresso. Isso é importante porque possibilita que a empresa reavalie suas ações e otimize sua estratégia para chegar mais perto da concretização do objetivo.

Para isso, devem ser definidos indicadores que serão periodicamente acompanhados para avaliar os resultados alcançados.

Se a sua meta for aumentar as vendas em 25% até o final do primeiro trimestre, por exemplo, você pode monitorá-la por meio do faturamento da empresa ao longo do período estipulado.

Por meio desse acompanhamento das metas, também é possível determinar marcos a serem celebrados quando alcançados. Essa é uma boa forma de estimular o desempenho da equipe.



A - *attainable* (atingível)

Uma meta deve ser desafiadora, mas atingível. Afinal, nada adianta estabelecer um objetivo muito ambicioso, se ele não puder ser alcançado. Isso pode frustrar aqueles que se esforçaram para atingir o resultado esperado, gerando uma desmotivação interna.

Para garantir que sua meta seja atingível, estude a realidade do seu negócio, avaliando o histórico, o cenário do mercado e os recursos disponíveis, tanto financeiros quanto humanos.

Desse modo, será possível definir uma meta que desafie sua equipe, mas que seja alcançável, incentivando as pessoas a atingi-la.



R - *relevant* (relevante)

Pode parecer óbvio, mas vale destacar que as metas devem ser relevantes para o seu negócio. Isso quer dizer que todos devem entender a importância dos objetivos traçados e os benefícios que eles podem trazer.

Para avaliar a relevância de uma meta, pense em como ela pode impactar o negócio e por que ela é importante no momento.

É necessário analisar os números da empresa e a realidade do mercado, bem como os macro-objetivos estratégicos da organização. Com isso, será possível analisar se o contexto é propício e se a meta deve ser priorizada.

Se o mercado estiver passando por uma crise econômica, por exemplo, uma meta relacionada à redução de custos será relevante para toda a empresa. E, ao entenderem a importância desse objetivo para o negócio, os envolvidos se sentirão muito mais motivados para alcançá-lo.



T - *time based* (temporal)

Trabalhar com metas temporais é imprescindível. Sem um prazo definido, as metas podem não ser levadas a sério, sendo continuamente procrastinadas.

Já, ao determinar um período para o atingimento dos objetivos, é possível organizar e priorizar as ações de forma eficiente, visando alcançar os resultados no tempo esperado.

Para isso, é importante criar um cronograma com os prazos para o alcance de cada meta, além das datas para todas as tarefas e marcos previstos. Esse planejamento pode sofrer alterações ao longo do caminho, mas é essencial já ter um calendário inicial que sirva de base para as estratégias.

Os prazos também devem ser viáveis. Por isso, converse com sua equipe para entender quanto tempo eles acreditam ser necessário para o cumprimento das ações e identifique quem será o responsável por implementar cada uma delas.

Ao atender esses requisitos, as metas SMART oferecem as informações necessárias para direcionar a estratégia da em-



presa rumo aos resultados esperados. Com isso, todos os colaboradores compreendem os objetivos do negócio e os principais passos para alcançá-los.

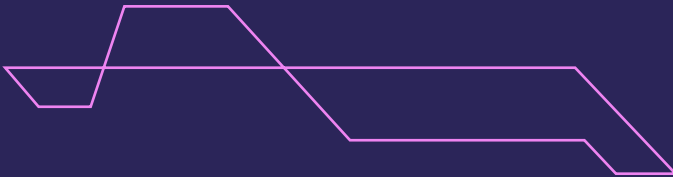
Resolvi falar sobre esse tema, porque, por diversas vezes, ao perguntar a empresários qual o objetivo da sua empresa, recebia respostas vagas, como: crescer, gerar caixa, ser líder de mercado, ser referência de mercado. Ou seja, respostas que não dão a direção de que a empresa precisa para alcançar o seu objetivo.

Agora que você já sabe como definir suas metas, vamos para o próximo passo rumo à lucratividade.



CAPÍTULO 3

Conheça a estrutura da sua empresa



Vou iniciar este capítulo pedindo licença para abordar o conceito de lucratividade de maneira bem simples. Assim, lucro nada mais é que a diferença entre as entradas e as saídas dos recursos financeiros da sua empresa.

O que quero mostrar abordando esse conceito de maneira tão superficial é que existem combinações limitadas para aumentar o lucro da empresa, e elas são:

- 1. Aumentar a receita da empresa**
- 2. Reduzir os custos da empresa**
- 3. Aumentar as receitas e reduzir os custos simultaneamente**

Não preciso nem explicar que a terceira opção é a mais complexa de aplicar. Mas a provocação que quero trazer é que, para saber qual o caminho é viável seguir, você precisa conhecer a estrutura e a maturidade da sua empresa.

3.1. A empresa como uma plataforma

A maior virtude que um empreendedor pode ter é a de conhecer profundamente o seu negócio. Pode parecer algo óbvio, pois como não iria ele conhecer algo que criou?

Mas na prática não é bem assim que acontece. Conhecer é o ato de, a partir de informações, conseguir prever e entender o funcionamento da sua estrutura. Porém, na prática poucos empresários têm informações sobre o

seu negócio e menos ainda conseguem transformá-las em conhecimento. Assim gostaria de sugerir uma maneira que vai lhe ensinar enxergar sua empresa: pense nela como uma plataforma, ou seja, um conjunto de micros-serviços que funcionam tão sincronizados que parecem um organismo só. Um exemplo prático é o Uber que, para funcionar, requer diversos processos, como:

- **Buscar motoristas disponíveis.**
- **Realizar cobranças.**
- **Enviar comunicações aos clientes sobre a viagem.**
- **Levar os motoristas até os clientes pela localização.**
- **Acompanhar as viagens em execução.**
- **Realizar pesquisa de satisfação junto ao cliente.**

Ele entendeu quais os processos seriam necessários para atender ao propósito de tornar viagens democráticas a todos e buscou soluções tecnológicas que suportassem a execução dessas rotinas de maneira integrada, levando em conta que, para o cliente, o Uber é apenas um aplicativo. Ele, o cliente, o enxerga assim. Mas, na prática, o Uber é um conjunto de tecnologias, como mostrado abaixo:

Uber	Serviços	Solução
	Localização	
	Pagamentos	Braintree
	Comunicação	

Você concorda que a localização dos veículos poderia ser feita por rádio, o pagamento ser feito por dinheiro na hora e a comunicação por telefone? Tanto pode, como era o modelo de funcionamento dos táxis tradicionais. O que o Uber fez foi usar a tecnologia para criar um modelo mais lucrativo, gerando mais valor aos seus clientes. Eles montaram um grande quebra-cabeça, com tecnologias totalmente plug and play e acessíveis a todos. Para contratar as tecnologias acima, você consegue iniciar com planos gratuitos.

Quando conto esse exemplo, muitos empresários pensam: mas isso só funciona em empresas de tecnologia. Não se aplica ao meu negócio!

Vou lhe fazer algumas perguntas, e, se em pelo menos uma delas a resposta for “não”, eu me comprometo a concordar com você.

- **Para consumir seu produto, seu cliente tem que fazer um pedido? Ou você precisa prospectá-lo para vender?**
- **Ao vender seu produto/serviço, você precisa gerar uma cobrança?**
- **Você precisa acompanhar a execução/produção do seu produto/serviço?**
- **Você precisa acompanhar a entrega do seu produto?**
- **Você precisa medir a satisfação do seu cliente?**

Se sua resposta foi sim, a estrutura de plataforma funciona para você. Agora vou lhe fazer uma outra pergunta: essas rotinas funcionam de maneira automática e sincronizada na sua empresa? Ou ainda é feita de maneira manual?

Se sua resposta foi de maneira manual, pode buscar entender o porquê, pois são nessas atividades que sua margem de lucro está sendo consumida.

O que você precisa entender é que não importa se sua empresa é um unicórnio (startups avaliadas em pelo menos 1 bilhão de dólares) ou um salão de beleza. Em ambos os casos, a estrutura das empresas segue a mesma lógica:

- 1. Vender.**
- 2. Produzir (Operação).**
- 3. Entregar (Logística).**
- 4. Se relacionar (Pós-venda).**

A matriz é a mesma, o que muda são as regras de cada negócio. Mas meu objetivo com este capítulo é que você consiga enxergar quais são os microsserviços que compõem sua empresa e que, com isso, consiga enxergar se nesse quebra-cabeça as peças estão se encaixando, ou seja:

- **Essas rotinas funcionam de maneira automática? Existe uma tecnologia orquestrando seu funcionamento? Ou depende de uma peça e uma planilha que ela criou?**

Ao identificar quais peças não estão se encaixando, você conseguirá identificar qual é seu principal objetivo no momento, e que, como falei, só existem três opções: aumentar a receita, reduzir custos ou fazer os dois simultaneamente.

E aí, qual é o seu objetivo do momento?

Para responder a essa questão, vou convidar você a mergulhar nas rotinas de sua empresa, sem se perder nas profundidades, e entender quais são as alavancas de crescimento que estão travadas em sua organização.

3.2. Conhecendo os processos da sua empresa

No tocante à gestão de processos, existem inúmeras metodologias, ferramentas e até rituais definidos. Mas, como disse anteriormente, sou adepto da simplicidade e, no fundo, nosso objetivo é um só: conhecer as rotinas da sua empresa e identificar quais atividades são o gargalo para o seu crescimento, e ponto final.

A ferramenta mais eficaz que conheço é uma de origem japonesa, que é ir ao gembu. Ou seja, ir ao lugar onde as coisas realmente acontecem.

- Quer entender seu processo de vendas? Vá fazer vendas com seu time comercial.
- Quer entender seu processo produtivo? Vá acompanhar a produção.

E há um detalhe importante: ao ir acompanhar essas atividades, quero que você use uns óculos com os quais enxergará tudo em três cores (verde, vermelho e amarelo). Deixe-me explicar melhor.

Ao acompanhar cada rotina, você vai listar todas as tarefas que a compõem, e, na sequência, vai classificá-las em três tipos:

Atividades que **agregam valor:**

são as atividades que, ao serem executadas, aumentam o valor do seu produto/serviço, ou seja, fazem com que o cliente fique disposto a pagar mais pela existência dessas atividades ou deixar de consumir de você, caso elas deixem de existir.

Atividades que **NÃO agregam valor:**

são os conhecidos desperdícios, atividades que não geram valor para os clientes, e só consomem tempo e recursos da sua organização.

Incidentais:

são atividades que não geram valor diretamente para o cliente, mas servem para dar sustentação ao negócio. Você não pode eliminá-las, mas pode diminuir seu impacto, para focar realmente no que importa.

Ao conhecer cada rotina, seu primeiro desafio é aprender a enxergar. Após isso, seu foco será eliminar as atividades que não agregam valor, minimizar o impacto das incidentais e potencializar as que agregam valor.

Após esses três primeiros capítulos, você já deve ter as seguintes definições sobre o seu negócio:

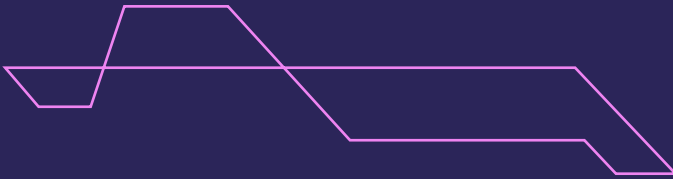
- 1. Qual é o seu objetivo de maneira SMART.**
- 2. Quais são os serviços que garantem o funcionamento da sua empresa (visão de plataforma).**
- 3. Como funcionam os processos da sua empresa. Quais devem ser eliminados, otimizados e potencializados.**

Com essa clareza de visão, quero lhe dizer que, para cada dor, existe um remédio. E, no próximo capítulo, vou lhe apresentar um mundo no qual você terá acesso a tecnologia de ponta, sem depender de uma equipe de desenvolvimento de software.



CAPÍTULO 4

Transformação Digital na prática



Com certeza você já ouviu falar na palavra eficiência, que nada mais é do que fazer mais com menos. Ou seja, gerar mais resultados consumindo o mínimo possível de recursos. Ser eficiente é a base para ser lucrativo. E a tecnologia pode ser sua principal aliada nessa busca.

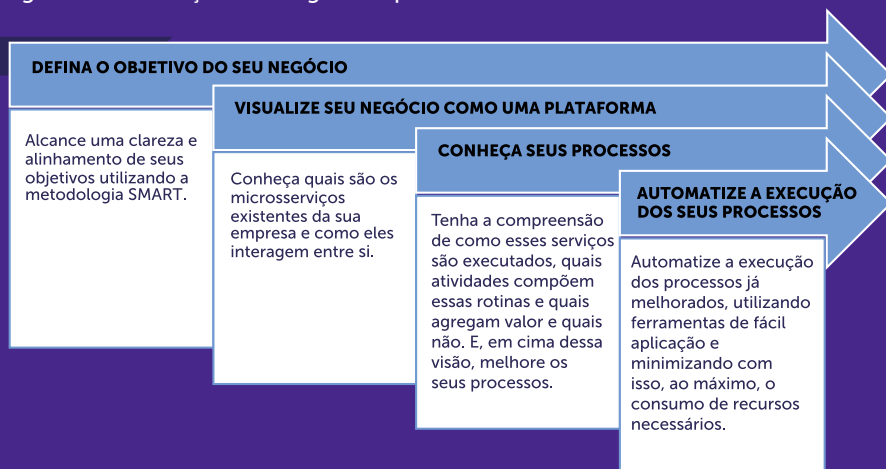
Dedicamos os primeiros capítulos ao entendimento dos seus objetivos e à análise dos seus processos, pois sabemos que a tecnologia só potencializa os resultados. O que quero dizer com isso é que se você tem um processo ruim, a tecnologia gera resultados ruins, e se você aplicar a tecnologia nele, ele continuará gerando resultados ruins, sendo que em uma escala infinitamente maior. Por isso, ter a consciência do real funcionamento da sua empresa antecede a qualquer aplicação de tecnologia.

Estamos passando por um momento ímpar na história da tecnologia, pois agora a sua aplicação está sendo democratizada. Anteriormente, somente desenvolvedores e especialistas conseguiam implantar e desenvolver sistemas; agora, com o surgimento de conceitos como *low code* e *no code*, os gestores alcançaram um nível de autonomia bastante significativo.

Essas ferramentas, além de oferecer facilidade na implantação, trazem a baixa complexidade de integração entre elas, permitindo uma comunicação de dados eficiente. Integrações que podem ser feitas com apenas alguns cliques, com o uso de integradores como zapier, integromat, pluga e similares.



Este tema é o núcleo do que estamos tratando, pois nele está a resposta da pergunta principal que este livro busca responder. A pergunta feita foi: como tornar minha empresa lucrativa com o uso de tecnologia? A resposta é simples: automatizando a execução de suas rotinas. E o que propomos até agora é a realização dos seguintes passos:



A execução desses quatro passos permitirá que sua empresa se torne um negócio lucrativo e escalável, pois, com o foco em automatizar processos, você quebrará a estrutura linear tradicional, em que, ao crescer sua receita, os custos crescem na mesma proporção.

Fazer mais com mais não é o conceito de eficiência, concordam?

O que propomos aqui é uma abordagem em que a base operacional é a tecnologia, ficando as pessoas alocadas em atividades estratégicas. Como o intuito deste conteúdo é ser de cunho prático, a seção seguinte será destinada a um exemplo prático de como esses passos podem ser aplicados.

4.1. Exemplo Prático

Como afirmei anteriormente, esse raciocínio lógico é aplicável a qualquer tipo de negócio, pois, independentemente do seu segmento de atuação, sua empresa sempre terá: objetivos, serviços e tarefas internas a executar. Concorda?

Mas somente para ter um exemplo prático, vou pedir que imagine estar à frente da gestão da empresa XPTO Financeira, uma empresa de terceirização de serviços financeiros. Na prática, quem a contrata recebe os seguintes entregáveis:

- **Gestão de contas a receber.**
- **Gestão de contas a pagar.**
- **Uma análise estratégica de fluxo de caixa e DRE** (demonstração de resultados).

Imaginem também que a empresa XPTO está passando por problemas de lucratividade e busca alternativas para tornar seu negócio lucrativo e escalável. Vamos executar juntos os quatro passos indicados?

Passo 1: Definir o objetivo do negócio

O objetivo do negócio para ser assertivo é preciso que tenha uma clareza na sua escrita e comunicação, a fim de garantir o profundo alinhamento de todos os envolvidos nas ações necessárias e na sua concretização.

Logo, ao analisar a situação da empresa XPTO, percebemos que o objetivo dela é:

Alcançar uma lucratividade de 20% no primeiro trimestre de 2023, gerando um fluxo de caixa livre de pelo menos R\$ 80 mil.

Percebem o quanto fica claro para todos qual o objetivo que a organização pretende alcançar? E isso só se tornou possível porque os requisitos da metodologia SMART foram atendidos, conforme descrito abaixo:

- **ESPECÍFICO:** Alcançar lucratividade.
- **MENSURÁVEL:** 20% com fluxo de caixa livre de pelo menos R\$ 80 mil.
- **RELEVANTE:** Gerar caixa para a empresa.
- **TEMPORAL:** No primeiro trimestre de 2023.

Para ser alcançável, a equipe precisa ter a capacidade de desdobrar a meta em um plano, pois sem isso ela não conseguirá acreditar. Ou seja, ela preci-

sa conseguir definir as ações necessárias para alcançar esse objetivo, como, por exemplo:

- **Precisaremos reduzir o custo operacional em 17%, ou seja, R\$ 32 mil/mês.**
- **Além disso, precisaremos conquistar 12 novos clientes.**

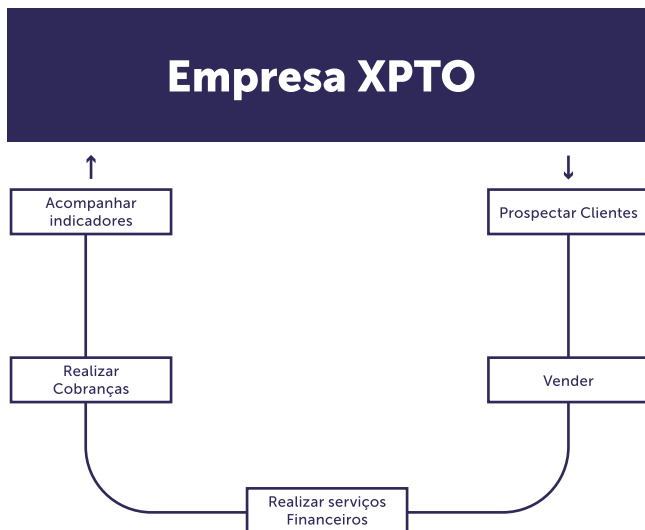
Ao obter esse tipo de visão, a equipe terá clareza da sua missão, e isso gera um engajamento natural das pessoas envolvidas. Após isso, o próximo passo é entender seu estado atual, como é o funcionamento da empresa de maneira macro.

Passo 2: Visualize a empresa como uma plataforma

Entender quais são os serviços internos que dão sustentação ao seu negócio e como eles se inter-relacionam é fundamental. Afinal sua principal missão é transformar seu negócio em um organismo totalmente sincronizado. Assim, busque listar quais são essas funções fundamentais para sua empresa, de maneira bem simples, como, por exemplo:

- **Preciso buscar novos clientes.**
- **Preciso vender para novos clientes e para minha carteira atual.**
- **Preciso realizar o serviço vendido.**
- **Preciso realizar cobranças do serviço executado.**
- **Preciso acompanhar indicadores de desempenho do meu negócio.**

Se possível, tente transformar essa lista em algo visual. Como ilustrado abaixo:



Após entender quais serviços existem internamente em sua empresa, você está apto a seguir para o passo seguinte, que é entender como eles são executados e quais são as possibilidades de melhoria.

Passo 3: Conheça seus processos

Inúmeras empresas acreditam que ter seus processos desenhados em um pedaço de papel é sinônimo de conhecê-los, e acredito que quase sempre isso não é realidade. Para entender o porquê, vou lhe fazer uma pergunta simples:

Se eu lhe der o mapa de Paris você consegue me afirmar que conhece a cidade?

Sua resposta é não. Porque, para afirmar que conhece, é preciso ter tido a experiência de ir lá, de vivenciar a rotina da cidade e entender o seu real funcionamento. Pois bem, o mesmo serve para os processos da sua empresa.

Você precisará entender como cada serviço é executado, ou seja, precisará ter respostas para algumas perguntas. Pegando o serviço de prospectar como exemplo, deverão surgir perguntas tais como:

- Como meu time define o público para novos clientes?
- Após definir esse público, qual a estratégia utilizada para prospectá-lo: *inbound*, *outbound* ou os dois?
- Quais canais de comunicação eles estão utilizando?
- Quais ferramentas utilizam para prospectar? A prospecção é feita manual ou de maneira automática?
- Quantos leads estamos conseguindo gerar por dia?

Essas respostas só surgirão se você for ao gamba [local real], ou seja, visualizar como as pessoas estão fazendo e, se possível, até executando junto com elas. Só lá você poderá observar situações como:

- Minha equipe alimenta de maneira manual uma planilha em Excel com os possíveis contatos.

- Por ser uma planilha compartilhada, acontece de duas ou mais pessoas abordarem o mesmo *prospect*.

Enfim, ter a capacidade de enxergar pontos de melhoria e, além disso, ter a capacidade de entender quais pontos podem ser automatizados e quais requisitos o software precisa atender para potencializar sua prospecção.

Passo 4: **Automatize seus processos**

Após entender quais requisitos precisam ser atendidos, você terá propriedade para pesquisar, avaliar e implementar o software que automatizará, de maneira eficiente, sua execução.

Sua prioridade máxima é tornar a execução do seu processo a mais automática possível, pois somente assim você poderá reduzir os custos de execução do seu processo e permitir que ele atinja o máximo possível de clientes.

Na busca por ferramentas, obviamente você priorizará as que atendem aos requisitos do processo da sua empresa. Mas, além disso, sugiro que fique atento aos seguintes pontos:

- A ferramenta tem o modelo de negócio no formato *Software as a service* (SAAS), ou seja, o software como um serviço, permitindo que você tenha um software como um modelo de assinatura, com maior flexibilidade, inclusive para trocas futuras;

- A ferramenta tem fácil integração, ou seja, esse sistema tem possibilidade de interação com outros sistemas por meio dos integradores de mercado;
- A usabilidade do software permite uma fácil adaptação de uso por parte da minha equipe;

Esses são só alguns dos critérios relevantes para essa escolha. Como forma de seguir na prática do exemplo da empresa XPTO, trago abaixo algumas opções de softwares para cada serviço:

PROSPECTAR CLIENTES	VENDER	SERVIÇOS FINANCEIROS	REALIZAR COBRANÇAS	ACOMPANHAR INDICADORES
  	  	  	  	  

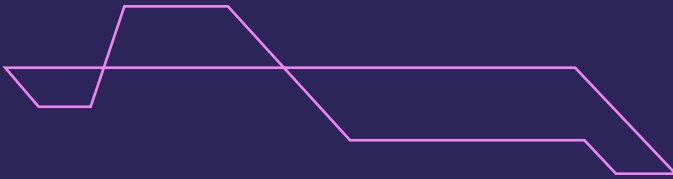
Lembro que na ilustração acima trago apenas exemplos, pois hoje existem inúmeras soluções possíveis e com alta facilidade de contratação e implantação, muitas delas permitindo inclusive períodos de experimentação gratuita.

De fato, o que eu preciso que você entenda é que hoje existe volume tão grande de possibilidades e alternativas de soluções que a principal habilidade que será exigida de você é a de ser curioso, de buscar incansavelmente qual solução é a ideal para automatizar a execução do seu negócio.



CAPÍTULO 5

A resposta definitiva e suas consequências



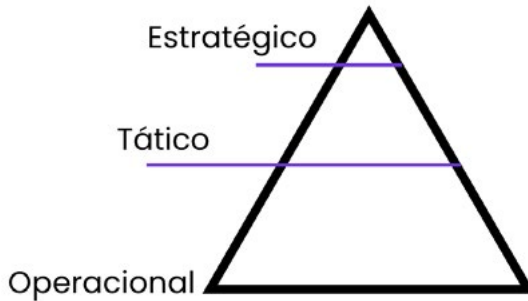
Foi bom contar com sua companhia nessa jornada, mas é chegada a hora final! E espero que, ao chegar até você, tenha compreendido que **a resposta para alcançar a lucratividade está em automatizar o máximo a execução das suas rotinas operacionais.**

Mas preciso lhe dizer mais uma coisa: essa decisão tem consequências que você precisa conhecer. Ao decidir seguir este caminho, a estrutura funcional da sua empresa mudará drasticamente. Vou lhe explicar melhor:

Como sabemos, toda empresa é dividida em três camadas que acomodam as pessoas:

- **ESTRATÉGICA:** Nela ficam as pessoas responsáveis por definir a direção que a empresa deve perseguir, estabelecendo as melhores estratégias para alcançar os seus objetivos.
- **TÁTICO:** Nela ficam os gestores que vão organizar a operação para que as ações necessárias ocorram, normalmente fazendo interface entre a empresa e o meio externo (clientes, fornecedores e stakeholders).
- **OPERACIONAL:** Nela ficam os responsáveis por executar as rotinas diárias.

A configuração mais usual das empresas tem um formato triangular, em que a maior parte dos colaboradores fica na base operacional.



Ao decidir seguir o caminho da automatização, a estrutura da sua empresa mudará drasticamente, pois, por consequência, a necessidade de pessoas na sua base operacional reduzirá e o volume de pessoas no ambiente tático tende a ser a parte mais representativa da sua empresa. Na prática, você terá menos auxiliares e mais analistas, o que torna sua equipe com maior capacidade de tomar decisões e criar novos caminhos para sua organização. Assim, ter e reter pessoas com maior nível de qualificação será seu foco de atuação.



Considerações Finais

Comecei este livro dizendo da importância de entender que não existem fórmulas mágicas para o crescimento das empresas, mas existem sim boas práticas e ferramentas que podem potencializar os seus negócios. Assim, ao se deparar com um problema, sugiro que se faça as seguintes perguntas:

ALGUÉM NO MUNDO JÁ PASSOU POR ISSO? E JÁ SOLUCIONOU? COMO?

Difícilmente você estará passando por um desafio inédito. Por consequência, tem a oportunidade de ser muito mais ágil partindo de um conhecimento compartilhado.

Sabemos que empreender não é uma jornada para pessoas que buscam facilidades, mas os desafios já são tão intensos que, se você não buscar simplificar as situações, terá que ter uma grande capacidade de resistência para não desistir. E como diria Steve Jobs, a única diferença entre a pessoa que não tem sucesso e a que tem, é que a primeira desistiu primeiro.



Assim, tenho uma regra que gostaria de compartilhar com você, que é:

SE ESTÁ COMPLEXO, ESTÁ ERRADO!

Quando uma pessoa vem e me diz que tem um ótimo plano, mas que não consegue explicar, porque é algo complexo, imediatamente paro de escutar, pois a regra é clara. Sigo isso, pois, como empreendedores, a facilidade não é uma escolha, mas a simplicidade sim.

Por último, preciso alertar você que a leitura deste livro não irá alterar a realidade da sua empresa. O que mudará é se algum conhecimento absorvido aqui for aplicado. Espero que este conteúdo seja um motivador para gerar ações que transformem sua empresa. Não deixe para amanhã, comece agora. O mundo precisa do que você tem a oferecer.



Este e-book é parte do acervo da Book Store, plataforma digital de conteúdos do SSA-CE.

Acesse gratuitamente os outros temas disponíveis em:

www.ssa-ce.com.br/bookstore

