

# BI Tools

## Casos de Sucesso - Marketing



Jorge Couto

+55 (11) 8327-4360

BI Tools

## Série Casos de Sucesso

### ANÁLISE DO MARKET SHARE



#### SITUAÇÃO:

As vendas na região latino-americana estavam expandindo-se rapidamente e a corporação julgou estratégico aplicar recursos adicionais para acelerar esse crescimento. Entretanto, para conseguir a aprovação desses investimentos, era necessário que os executivos da região preenchessem vários templates enviados pela corporação, mapeando detalhadamente o mercado e o posicionamento competitivo dos produtos e serviços da empresa no mesmo. A região, entretanto não dispunha dessas informações.

#### IMPACTO NOS NEGÓCIOS:

Sem o fornecimento dessas informações no formato solicitado nos templates seria praticamente impossível aproveitar a oportunidade de investimento.

#### CAUSA PRINCIPAL:

A empresa estava organizada numa forma diferente da apresentada nos estudos de mercado existentes (IDC, Gartner Group, etc.), o que impossibilitava a realização da análise comparativa solicitada.

#### SOLUÇÃO ADOTADA:

Um banco de dados foi construído e no mesmo carregados os estudos de mercado e os dados históricos de Vendas de todos os países da região. Tabelas de conversão foram montadas para permitir a análise da empresa sob a ótica do mercado e vice-versa. Uma ferramenta analítica foi desenvolvida para agrupar os dados nos vários formatos requeridos nos templates. Com base na metodologia de Simulação de Situações Reais de Negócios, foram ministradas sessões de treinamento para grupos homogêneos de usuários com a utilização de exemplos relacionados ao dia-a-dia.

#### RESULTADOS E BENEFÍCIOS:

Além de preparar as análises solicitadas nos templates enviados pela corporação dentro do prazo requerido, ainda foi possível utilizar os dados obtidos para fazer análises das vendas nos últimos 5 anos na região e desenvolver matrizes [BCG](#) (crescimento do mercado x crescimento da empresa), com segmentação por produto/geografia/setor/faixa de valor, que apoiaram de maneira importante o processo de planejamento nos anos seguintes. O investimento na região latino-americana foi aprovado na íntegra e a sua implementação gerou os resultados de crescimento previstos. O executivo brasileiro que liderou o projeto foi promovido a uma função de nível global.

Se você já identificou uma oportunidade de melhoria semelhante a esta, [não corra riscos desnecessários](#), inscreva já toda a sua equipe para um [treinamento de um dia](#).

## Série Casos de Sucesso

### HISTÓRICO DE VENDAS A CLIENTES



#### SITUAÇÃO:

O processo de planejamento anual da empresa, uma grande multinacional do setor de Tecnologia, havia mudado passando a priorizar as oportunidades de vendas cruzadas (cross-selling) e de aumento de participação nas vendas na base instalada (share of wallet). A região de Vendas, entretanto não dispunha de um histórico de vendas a Clientes no nível de detalhe requerido pelo novo planejamento.

#### IMPACTO NOS NEGÓCIOS:

Sem essa informação, os executivos de Vendas e Marketing da região encontrariam muita dificuldade para justificar e aprovar os investimentos que estavam sendo propostos para o exercício seguinte.

#### CAUSA PRINCIPAL:

As informações sobre Vendas a Clientes encontravam-se espalhadas por vários sistemas corporativos de ordens, onde os Clientes não possuíam um identificador único.

#### SOLUÇÃO ADOTADA:

Foi desenvolvido um data mart, onde as informações de Vendas da empresa na América Latina, extraídas dos vários sistemas corporativos de ordens, eram consolidadas, formando um histórico de seis anos. Foi implantado um identificador único de Cliente e um processo mensal de inclusão e atualização de novos registros. Com base no histórico de compras, foram implantados atributos individuais de Recência, Frequência e Valor (RFV) e a classificação ABCD dos Clientes, calculada com base na ponderação dos mesmos. Foi desenvolvida e disponibilizada na Intranet da empresa uma ferramenta analítica, que permitia aos gerentes, analistas e usuários avançados obterem os dados de vendas históricas agregados por Geografia, Classificação ABCD, Produto, Segmento de cliente, Ano, Mês, etc. para utilização no planejamento de campanhas e de iniciativas de Marketing e de Vendas. Com base na metodologia de Simulação de Situações Reais de Negócios, foram desenvolvidas sessões de treinamento, presenciais e via webcast, para grupos homogêneos de usuários com a utilização de exemplos relacionados ao dia-a-dia.

#### RESULTADOS E BENEFÍCIOS:

Em função da qualidade das análises e justificativas apresentadas, investimentos da ordem de 50 milhões de dólares foram aprovados para aumentar as vendas da empresa na base instalada. Os dados do novo data mart passaram a ser amplamente utilizados nos planos de gerenciamento de contas (AMP) e de canais (CHAMP), eliminando o "achismo" do processo decisório. Por essa realização, o gerente da área recebeu da o prêmio de colaborador-chave (Key Contributor) da região latino-americana.

Se você já identificou uma oportunidade de melhoria semelhante a esta, [não corra riscos desnecessários](#), inscreva já toda a sua equipe para um [treinamento de um dia](#).