

BI Tools

Casos de Sucesso - Vendas



Jorge Couto

+55 (11) 8327-4360

BI Tools

Série Casos de Sucesso

DISTRIBUIÇÃO DAS QUOTAS ANUAIS DE VENDAS



SITUAÇÃO:

Historicamente, o processo de distribuição das quotas anuais de vendas da empresa, um importante fornecedor do setor de Tecnologia, levava três meses para ser concluído.

IMPACTO NOS NEGÓCIOS:

O atraso na liberação das quotas anuais para gerentes, vendedores, especialistas e canais, normalmente afetava o resultado de vendas da empresa nos dois primeiros meses do ano.

CAUSA PRINCIPAL:

As regras de distribuição de quotas eram bastante complexas e as informações necessárias à definição e à distribuição das mesmas encontravam-se dispersas em vários sistemas e planilhas na empresa. Não havia um processo padronizado para realizar essa função.

SOLUÇÃO ADOTADA:

Foi desenvolvido um banco de dados, onde todas as informações e regras necessárias à distribuição das quotas anuais de vendas eram consolidadas e integradas. Foram desenvolvidos vários relatórios, gráficos e pivot tables com formatação baseada nas regras de negócio, para análise dos dados por segmento, geografia, canal e produto. Foram criados formulários que apresentavam as informações históricas e disponibilizavam campos para serem utilizados na projeção das quotas para o próximo ano, onde a análise de what if era feita em tempo real. As informações apresentadas nesses formulários eram filtradas pela área de responsabilidade do usuário, identificada através do login na rede corporativa da empresa. Todos os executivos responsáveis pela distribuição das quotas de vendas foram então treinados, de forma presencial ou via webinars, no novo sistema, sendo acompanhados e orientados durante a execução do trabalho.

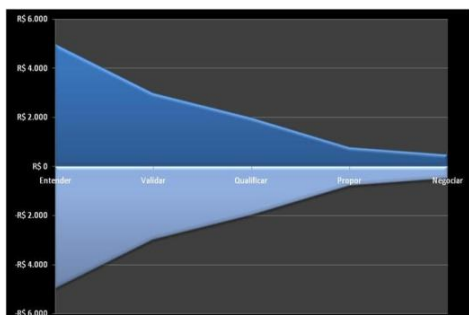
RESULTADOS E BENEFÍCIOS:

Com o novo sistema e com o novo processo, a distribuição de quotas, que anteriormente levava três meses, pôde ser concluída em três semanas, pela primeira vez na história da empresa, e as quotas comunicadas aos vendedores e especialistas de produtos já no início do ano fiscal. Com isso, o resultado no ano foi um dos melhores no Brasil.

Se você já identificou na sua empresa uma oportunidade de melhoria semelhante a esta, não perca tempo, ligue para (11) 8327-4360 - Jorge Couto para agendar uma visita.

Série Casos de Sucesso

GERENCIAMENTO DO PIPELINE



SITUAÇÃO:

A implantação de uma nova metodologia de vendas na subsidiária brasileira da empresa, um importante player do setor de Tecnologia, criada para facilitar o processo de administração do pipeline, estava praticamente parada.

IMPACTO NOS NEGÓCIOS:

Em função da falta de um processo padronizado de análise e de comunicação do pipeline de vendas, a previsibilidade do forecast apresentava variações muito grandes de mês para mês.

CAUSA PRINCIPAL:

Embora as forças de vendas e de marketing tivessem sido treinadas na nova metodologia, não havia ferramentas disponíveis que permitissem a análise dos dados das oportunidades do Siebel através das métricas definidas e pela ótica trazida pela mesma.

SOLUÇÃO ADOTADA:

Após uma série de entrevistas, onde foram levantadas as necessidades de todos os executivos da empresa envolvidos no processo, foi desenvolvida uma ferramenta analítica, definida pelo próprio Diretor Geral da empresa, que era alimentada diretamente pelos dados extraídos do Siebel, apresentando-os para análise agrupados pelas métricas e conceitos da nova metodologia e segmentando-os por produto, geografia e setor. Foram também desenvolvidas métricas de avaliação da qualidade dos dados extraídos. Vários treinamentos presenciais e via webinars foram então ministrados.

RESULTADOS E BENEFÍCIOS:

Graças aos recursos analíticos trazidos pela nova ferramenta, as quotas de vendas do ano foram atingidas em todos os segmentos, produtos e geografia no Brasil. Como o processo era integralmente baseado nas informações extraídas do sistema CRM, as mesmas apresentaram uma melhoria de 30% na qualidade.

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

PREVISIBILIDADE DO FORECAST



SITUAÇÃO:

Para acompanhar a tendência mundial do setor e tornar mais ágil o seu processo decisório, a empresa, uma grande multinacional do setor de Tecnologia, decidiu reduzir o seu ciclo de planejamento de 12 para 3 meses.

IMPACTO NOS NEGÓCIOS:

As previsões de Vendas, desenvolvidas para apoiar um ciclo de planejamento de doze meses, começaram a apresentar variações de até 50% no trimestre. Com isso, a alocação de pessoas e recursos, que era feita com base nessas previsões, começou a sofrer ajustes cada vez maiores e freqüentes, realimentando o problema de forma preocupante.

CAUSA PRINCIPAL:

O sistema de automação de Vendas implantado pela empresa não apresentava as informações no formato e na freqüência que os executivos necessitavam para analisar as suas oportunidades em detalhes e, com isso, obter a previsibilidade esperada nas previsões. Conseqüentemente, planilhas em diferentes formatos e com informações inconsistentes e desconectadas do sistema corporativo eram trazidas em número cada vez maior para as reuniões de revisão, tornando o processo cada vez mais moroso e improdutivo.

SOLUÇÃO ADOTADA:

Após uma criteriosa análise de necessidades, foi desenvolvida uma ferramenta analítica sob-medida, baseada em dados extraídos diretamente do sistema de automação de Vendas armazenados em um banco de dados construído para esse fim. A nova ferramenta foi estendida a todas as áreas da empresa envolvidas no processo (Vendas, Serviços, Logística, Operações, Supply Chain, Marketing e Finanças) criando uma visão comum das previsões de Vendas dentro da organização. Com base na metodologia de Simulação de Situações Reais de Negócios, foram ministradas 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:

A flexibilidade trazida pela nova ferramenta permitia aos gerentes e analistas da empresa fazerem as agregações e análises necessárias à obtenção de um melhor conhecimento do funil de vendas com rapidez. A visão agregada dos dados mostrava rapidamente o que necessitava ser corrigido no sistema corporativo, para que o mesmo refletisse com fidelidade a realidade de negócios da empresa. Durante cinco trimestres consecutivos a subsidiária brasileira cumpriu o que projetou nas suas previsões de vendas com variações praticamente desprezíveis. A credibilidade foi recuperada e a organização recebeu uma classificação "Com louvor" na auditoria corporativa que se seguiu. Em função da experiência bem sucedida, a região latino-americana decidiu implantar essa ferramenta e o processo de revisão de forecast desenvolvidos no Brasil nos demais países da região. O know how no desenvolvimento dessa ferramenta foi transferido para os Estados Unidos, através de um treinamento intensivo de uma semana ministrado via webcast a três engenheiros de software americanos e um argentino.

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

FERRAMENTA ANALÍTICA DO CRM



SITUAÇÃO:

Os sistemas CRM implantados a nível mundial pela empresa, primeiro o Oracle e depois o Siebel, não apresentavam as informações no formato requerido pelos executivos de Vendas e Finanças.

IMPACTO NOS NEGÓCIOS:

Como as respostas às questões de negócio demoravam muito para serem obtidas, o valor agregado por esses sistemas era bastante questionado na empresa. Como consequência, a taxa de adesão ao CRM era menor que 20% e, conseqüentemente, o investimento feito na sua implantação estava longe de produzir o retorno desejado.

CAUSA PRINCIPAL:

Em função da vasta oferta de produtos, a empresa estava organizada na forma de uma matriz complexa, na verdade um cubo. Essa modelagem, no entanto, não estava refletida nas ferramentas analíticas disponíveis para os usuários dos sistemas CRM. Conseqüentemente, a probabilidade de um executivo, de um analista ou de um usuário avançado de Vendas ou Finanças obterem as respostas de negócio requeridas pela sua função com a rapidez necessária era muito baixa.

SOLUÇÃO ADOTADA:

Foi construído um banco de dados, onde as informações extraídas diariamente do sistema CRM eram carregadas, pré-agregadas e otimizadas. Cubos de dados OLAP foram construídos de acordo com as necessidades específicas de cada área sendo atualizados diariamente. Uma ferramenta analítica Web, baseada em planilhas Excel dinâmicas (pivot tables) conectadas diretamente ao data mart foi desenvolvida e disponibilizada na Intranet da empresa. Com base na metodologia de Simulação de Situações Reais de Negócios, foram ministradas 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:

A ferramenta analítica, inicialmente desenvolvida para o Brasil, foi estendida a todos os países da América Latina e no final do projeto já era utilizada por 213 profissionais, entre diretores, gerentes e analistas das áreas de Vendas, Marketing e Finanças. A taxa de adesão ao CRM atingida na América Latina, maior que 90%, tornou-se a mais alta a nível mundial. A região latino-americana atingiu, pela primeira vez na história da empresa, a quota de Vendas de forma balanceada nos países, nos grupos de produtos e nos segmentos de Clientes.

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](#).