

GEOLOCALIZAÇÃO DE CLIENTES

1. Tema

Desenvolvimento Tecnológico

2. Subtema

Transformação Digital

3. Categoria de serviço

Acesso a Serviços de Terceiros

4. Tipo de serviço / instrumento

Consultoria tecnológica / Acesso a Serviço Tecnológico

5. Modalidade

Presencial e/ou a distância

6. Público alvo

ME e EPP

7. Setor indicado

Agronegócio, Comércio, Indústria e Serviços

8. Macrosssegmento

-

9. Descrição

ETAPA 01 | ALINHAMENTO DA PROPOSTA

- Realizar reunião de abertura junto ao cliente, para nivelamento do escopo do trabalho e validação do planejamento de execução dos serviços, composto de cronograma resumido com os principais eventos, agendas de reuniões e definição dos responsáveis pelo acompanhamento dos serviços por parte do cliente e da prestadora de serviço tecnológico.

- Realizar levantamento de dados no cliente com o objetivo de organizar as informações disponíveis na empresa sobre estratégias, atuação, clientes e mercado potencial para a realização de análise de geolocalização de clientes.

ENTREGA ETAPA 01: Documento contendo os responsáveis pela prestação do serviço, o escopo do serviço, o plano de ação com o cronograma das atividades e outros aspectos acordados entre as partes, assinado pela Empresa Demandante.

ETAPA 02 | DESENVOLVIMENTO DA BASE DE DADOS

O desenvolvimento da base de dados do cliente consiste na coleta, organização, filtragem e limpeza para obtenção de base de dados que possa ser analisada em ferramentas de geolocalização.

O processo de desenvolvimento dos dados a serem analisados para geolocalização de clientes são baseados nas seguintes fases:

- **Fase 01** – Coleta de dados: análise dos relatórios e formas de exportação de dados de vendas, produtos e clientes para construção da base de dados da geolocalização.
- **Fase 02** – Organização: organização dos dados para criação da base de dados a ser analisada.
- **Fase 03** – Limpeza: exclusão de dados duplicados, correção de erros, complemento de dados incompletos e outras ações para melhor nível e acuidade dos dados coletados

ENTREGA ETAPA 02: Declaração assinada pelo empresário atestando o recebimento da (s) entrega (s) realizadas pelo prestador de serviço tecnológico e que o prestador de serviço tecnológico apresentou base de dados possível de ser trabalhada em um processo de geolocalização de vendas e de clientes.

ETAPA 03 | REALIZAÇÃO DA GEOLOCALIZAÇÃO DE CLIENTES

Com base no plano de ação gerado na ETAPA 02, o prestador criará o relatório de geolocalização de clientes e desempenho que será apresentado para o cliente. Será treinada a equipe do cliente para utilização da ferramenta para futuras análises. Proposição de ações comerciais e estratégicas para atingimento dos objetivos estratégicos. Podendo ser, a depender das informações e necessidades dos clientes: estratégia de mix, preço, promoção, canal, abordagem, argumentação, roteirização, definição de equipes, áreas quentes e frias, intensificação ou redução da atuação etc.

ENTREGA ETAPA 03:

- Declaração assinada pelo empresário atestando o recebimento da(s) entrega(s) realizadas pelo prestador de serviço tecnológico e que o prestador de serviço tecnológico explicou ao cliente o conteúdo da(s) entrega(s) efetivada(s).
- Documento com a geolocalização de vendas e mercados, seguido de análises de desempenho para tomada de decisões comerciais e estratégicas.

10. Benefícios e resultados esperados

Espera-se que ao final da consultoria a empresa cliente tenha definido, de maneira clara e objetiva, a geolocalização de suas vendas e de seu mercado, identificando falhas em seu processo comercial e oportunidades de crescimento comercial através da escolha de mercados potenciais e conquista de novos clientes.

Espera-se, ainda, um amadurecimento das formas de análise de mercado e criação de estratégias, buscando realizar:

- Identificação clara do nível de penetração da empresa no mercado;
- Entendimento das oportunidades nas áreas atuais para a oferta de novos produtos;
- Conscientização de áreas com maior potenciais de conquista de novos clientes;
- Identificação de áreas frias e quentes para melhoria do direcionamento dos esforços comerciais;
- Definição das habilidades necessárias para a equipe na forma de análise de mercado;
- Criação de novas estratégias comerciais mais assertivas, direcionadas para áreas de melhor potencial de resultados.

11. Estrutura e materiais necessários

Ferramentas de geolocalização e conhecimento das metodologias analíticas de potencial de mercado baseado em geolocalização.

12. Responsabilidade da empresa demandante

1. Aprovar a proposta do Sebrae, valores e condições de pagamento.
2. Conhecer e validar a proposta de trabalho, o escopo das etapas e as entregas do prestador de serviço.
3. Disponibilizar agenda prévia para visitas, reuniões e atividades propostas pelo prestador de serviço.
4. Fornecer informações técnicas sobre os processos, produtos ou serviços ao prestador de serviço para o desenvolvimento do trabalho.
5. Acompanhar o prestador de serviço em visita(s) técnica(s) aos espaços físicos, se previsto no escopo do trabalho.
6. Avaliar o serviço prestado.

13. Responsabilidade da prestadora de serviço

1. Realizar reunião para alinhamento e apresentação das atividades previstas;
2. Analisar a demanda e as informações fornecidas pela empresa;
3. Elaborar proposta, escopo de trabalho, cronograma das etapas do projeto, agenda de reuniões e atividades, sendo necessário validar com a Empresa Demandante;
4. Fornecer as entregas previstas, validadas pela empresa demandante, ao Sebrae;
5. Cumprir com as obrigações previstas no Regulamento do Sebraetec.

14. Perfil desejado da prestadora de serviço

- Empresa com experiência e conhecimento em inteligência comercial;
- Empresa com experiência e conhecimento em ferramentas de geolocalização;
- Empresa com experiência em criação e implantação de estratégias comerciais avançadas.

15. Pré-diagnóstico

- Identificar a existência de sistema e bases de dados possíveis de serem analisadas;
- Identificar a real existência de demanda para o desenvolvimento de análise de geolocalização para a criação de inteligência comercial e estratégias comerciais avançadas.

16. Observações

1. Na impossibilidade desta ficha técnica ser aplicada presencialmente, ela poderá ser aplicada de forma remota (ferramentas de videoconferência, ligações telefônicas, aplicativos de mensagem se/ou e-mails). No momento da contratação a empresa demandante deverá ser comunicada que parte do serviço ou a integralidade dele, quando aplicável, acontecerá de forma remota. Além disso, o alinhamento do formato do atendimento deve ser feito na Etapa 01 entre a empresa demandante e a prestadora de serviço tecnológico;
2. Na impossibilidade de as entregas serem assinadas fisicamente pela empresa demandante, elas poderão ser validadas via assinatura digital, aceite eletrônico ou e-mail, em que a empresa demandante deverá manifestar o aceite e encaminhar para a prestadora de serviço tecnológico, e esta deverá incluir o comprovante de validação da empresa demandante nas entregas para o registro do atendimento;
3. O serviço inclui ações relacionadas a criação de análise de geolocalização de vendas e mercados, visando entendimento geográfico do desempenho e a criação de modelos de inteligência comercial e montagem de estratégias comerciais avançadas e efetivas.
4. A implantação das ações comerciais determinadas pela análise de geolocalização não está contemplada neste trabalho, apenas o planejamento e a definição das ações. Os custos de implementação são de responsabilidade do empresário (contratante).
5. A consultoria não inclui a produção de informações técnicas necessárias ao consumidor de modo a se atender requisitos legais.
6. Os valores dos honorários apresentados devem incluir todas as despesas com impostos e encargos sociais, conforme legislação tributária em vigor, que possa incidir sobre o objeto da proposta;
7. Despesas adicionais com terceiros (direitos autorais, fotografias, hospedagem, imagens, registro de domínio, revisões, textos, conteúdo dinâmico, entre outros) ficam a cargo exclusivo do cliente e devem ser previamente autorizadas por ele durante a validação da proposta de trabalho;

8. É de responsabilidade do prestador de serviço todo o projeto, da concepção à aprovação do cliente;
9. O prestador de serviço não pode ser responsabilizado por erros de terceiros contratados pelo cliente.

HISTÓRICO DE ALTERAÇÕES			
Versão	Data	Link	Responsável
1	10/09/2020	https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2020/09/Geolocalização-de-clientes-TD46016-1.pdf	Liza Myrella Cavalcante Melo Bádue Wagner Cezar Ayres Carvalho