

## GEOMARKETING E 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 - DESENVOLVIMENTO DA ESTRATÉGIA DE EXPANSÃO**

Os itens abaixo e suas respectivas entregas serão realizados de acordo com a necessidade da empresa contratante identificada no alinhamento da proposta na Etapa 01.

Apresentação conceitual de projetos Geomarketing e como ele é usado pelas principais redes de comércio e serviços; Motivação e expectativas relacionadas à expansão da rede. Apresentação do segmento de atividade da empresa e seus concorrentes identificados, cabendo aparecerem outros durante o estudo;

Fase 01 - Levantamento de características de mercado e padrões de sucesso

Fase 02 - Análise do perfil de Ponto, Produto, Preço e Promoção

Análise detalhada da demanda

Fase 03 - Análise do mercado-alvo, entendimento do perfil do entorno e suas potencialidades

Fase 04 - Análise da concorrência e seus padrões de sucesso

Fase 05 - Caminhos de captura do potencial que a região oferece

**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 apresentou base de dados possível de ser trabalhada em um processo de geolocalização de vendas e de clientes.
- Documento com resultados obtidos de todas as fases da etapa 03: características de mercado e padrões de sucesso; análise do perfil de ponto, produto, preço e promoção; análise do mercado-alvo, entendimento do perfil do entorno e suas potencialidades; análise da concorrência e seus padrões de sucesso; caminhos da captura do potencial que a região oferece.

**ETAPA 04 | REALIZAÇÃO DE PROJETO DE GEOMARKETING PARA A EXPANSÃO**

Com base no plano de ação gerado na ETAPA 02 e 03, 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 04:**

- 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 Projeto de Geomarketing para Expansão, 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 corpo técnico formado por profissionais com experiência certificada em estudos de Geomarketing, com domínio de técnicas e conceitos.
- Empresa com experiência, conhecimento e acesso a ferramentas de geolocalização que disponibilizem dados demográficos e socioeconômicos provenientes de fontes qualificadas e verificáveis, com autoria de profissional capacitado em seu desenvolvimento e projeção, e disponibilizados em escala intra-urbana para todo o Brasil em mapas compartilháveis.

#### 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. O Projeto de Geomarketing para Expansão não prevê a identificação e seleção de imóveis, sendo um serviço estritamente estratégico, sem obrigação de que a oportunidade se materialize.
5. O Projeto de Geomarketing para Expansão oferece recomendações estratégicas referentes às melhores áreas para determinadas atividades comerciais, ou melhores atividades comerciais para determinadas áreas, sendo que a Empresa Demandante tem total liberdade para escolher como explorar as oportunidades apresentadas, e as fará por sua própria responsabilidade e risco, não implicando em qualquer responsabilidade da prestadora do serviço.



6. É vedada à prestadora de serviços apresentar informações e estudos de forma a indicar opções que possam lhe trazer vantagens, comissões ou rebates.
7. 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).
8. A consultoria não inclui a produção de informações técnicas necessárias ao consumidor de modo a se atender requisitos legais.
9. 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;
10. 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;
11. É de responsabilidade do prestador de serviço todo o projeto, da concepção à aprovação do cliente;
12. O prestador de serviço não pode ser responsabilizado por erros de terceiros contratados pelo cliente.

<b>HISTÓRICO DE ALTERAÇÕES</b>			
<b>Versão</b>	<b>Data</b>	<b>Link</b>	<b>Responsável</b>
1	10/09/2020	<a href="https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2023/10/Geolocalizacao-de-clientes-TD46016-1.pdf">https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2023/10/Geolocalizacao-de-clientes-TD46016-1.pdf</a>	Liza Myrella Cavalcante Melo Bádue  Wagner Cezar Ayres Carvalho
2	19/10/2023	<a href="https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2023/10/Geomarketing-e-Geolocalizacao-de-clientes-TD46016-2.pdf">https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2023/10/Geomarketing-e-Geolocalizacao-de-clientes-TD46016-2.pdf</a>	Coordenação Sebraetec