


United we stand, Divided we fall

Manual do Parceiro Reev para Momentos de Crise



Estamos passando por um momento que, há algumas semanas atrás, não imaginávamos que fosse possível.

Parecia um problema distante que só afetaria significativamente outros países.

Porém, como toda crise, sabemos que é momentâneo.

Isso significa que são necessárias medidas não só para passarmos por essa fase, mas para preparar o seu negócio e estar pronto para se reerguer ao seu fim.



Por isso, estamos aqui.

Costumados dizer que os nossos parceiros são a extensão da nossa marca e, agora, não será diferente.

Sempre ajudamos os nossos clientes e parceiros e, independente se estamos em momentos altos ou baixos, vamos continuar assim.

Mas, entendemos que precisamos fazer mais neste cenário.

Por isso, queremos compartilhar com vocês a visão do Reev sobre a crise causada pelo COVID-19 e quais ações podem ser adotadas por você, parceiro, para superarmos esse momento juntos.





Sumário:

1. Cenário Atual
2. Primeiro Passo: Crie um Comitê
3. Segundo Passo: Seja estratégico
4. Terceiro Passo: Se adapte
5. Quarto Passo: Observe seus canais de geração de demanda
6. Quinto Passo: Priorize liquidez
7. Sexto Passo: Tenha os parceiros certos do seu lado



Cenário Atual



Nosso objetivo aqui é ajudar você, parceiro, a sair dessa crise da melhor maneira possível.

Dessa forma, não vamos trazer informações subjetivas sobre o que nós do time Reev achamos sobre o cenário atual.

Porém, é um fato que a pandemia está trazendo impactos significativos à economia nacional e mundial.

Isso nos faz ter que trabalhar diante de um cenário de incerteza.

Precisamos achar novas formas de gerar demanda, tendo em vista que para vários mercados ela caiu.

Isso somado a busca pela priorização de liquidez no seu negócio.



As nossas prioridades são nossos familiares queridos e o nosso time, que, dia após dia, está junto de nós.

Sei que muitos de vocês são CEOs e/ou founders, por isso, agora é o momento de ser uma liderança forte, pensar em soluções para garantir que os colaboradores estejam recebendo insumos financeiros e que tenham as condições necessárias para continuar trabalhando.

Assim, será necessário construir um plano de ação para conseguir alcançar este objetivo.





1º Passo: Crie um Comitê

Trabalhe diariamente com o melhor
e o pior cenário possível



Dado o cenário incerto que estamos enfrentando, ações terão que ser tomadas e repensadas o tempo todo.

É importante ter pessoas que estão no dia a dia das operações pensando sobre que medidas podem ser adotadas considerando os últimos acontecimentos e as previsões para o futuro.

A nossa sugestão é reunir alguns dos líderes da sua empresa para reuniões diárias, preferencialmente ao final do dia, ou intercaladas, dia sim dia não.

Caso sua empresa seja pequena ou você é o único nela, não tem problema.

Você quem será o comitê, mas garanta que você fechará um horário na sua agenda para pensar nessas questões estratégicas.

Comitê formado, agora é hora de definir quais serão as pautas.



Dado o cenário incerto que estamos enfrentando, ações terão que ser tomadas e repensadas o tempo todo.

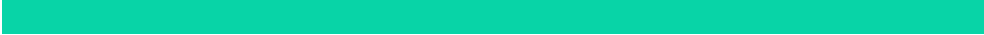
É importante ter pessoas que estão no dia a dia das operações pensando sobre que medidas podem ser adotadas considerando os últimos acontecimentos e as previsões para o futuro.

A nossa sugestão é reunir alguns dos líderes da sua empresa para reuniões diárias, preferencialmente ao final do dia, ou intercaladas, dia sim dia não.

Caso sua empresa seja pequena ou você é o único nela, não tem problema.

Você quem será o comitê, mas garanta que você fechará um horário na sua agenda para pensar nessas questões estratégicas.

Comitê formado, agora é hora de definir quais serão as pautas.




Como não sabemos quando nossa economia irá se estabilizar, devemos nos precaver já com diferentes medidas.

É aquela velha história de ter um plano A, mas o B também e talvez até o C.

Todos estas ações devem ser guiados por alguns pontos:

- O quanto você possui atualmente no caixa da sua empresa;
- Dados os custos atuais, até quando seu caixa será suficiente;
- Como o mercado em que você atua está se comportando;
- Quais custos podem ser reduzidos por não afetarem o desempenho da equipe;
- Como continuar trazendo receita para dentro de casa.

Lembre-se de que você precisará estar preparado para diferentes cenários: dos mais otimistas, até mais pessimistas.



Cenário Pessimista

Caso a crise se estenda por +-6 meses

Novas Receitas

AÇÕES:

- Política mais agressiva de flexibilização de contratos e descontos
- Adapte sua entrega ao momento de mercado

Estrutura de Custos

AÇÕES:

- Analisar diariamente seus custos, tanto fixos quanto variáveis
- Renegociar com fornecedores atuais
- Acompanhar as ações governamentais que possam te ajudar

Time

AÇÕES:

- Mantenha a transparência com o seu time sobre as ações do comitê.
- Comunique cada vez mais com seus colaboradores, acredite, eles vão gostar

Cenário Otimista

Caso a crise leve 3 meses, ou menos

Novas Receitas

AÇÕES:

- Reforce sua comunicação com seus clientes
- Pense em maneiras de aumentar sua receita com quem já está na sua base e não está sendo afetado pelo momento

Estrutura de Custos

AÇÕES:

- Revise suas despesas administrativas
- Adapte o seu fluxo de recebíveis com as datas de pagamentos aos seus fornecedores

Time

AÇÕES:

- Entenda se o seu time possui os insumos necessários para trabalhar remotamente
- Faça reuniões diariamente



Não há uma solução única para todos os casos.

Você vai precisar se debruçar sobre a sua realidade de mercado, do seu fluxo de caixa, do seu time, dos seus produtos e entender como essas ações poderão ser adaptadas.

Analise nas reuniões do comitê algumas métricas, como faturamento, taxa de churn e revise constantemente o caixa da sua empresa.

2º Passo: Seja estratégico

Entenda onde há oportunidade de mercado

A partir do momento que você definiu o seu comitê e como atuarão, o meu segundo conselho é analisar onde há oportunidade de mercado.

Alguns setores foram e serão mais afetados negativamente pelo atual cenário econômico, outros não tanto.

Por isso, entenda como a sua base de clientes está se comportando e como você consegue ajudá-los. No fim das contas, manter a base que você possui será essencial!



Adapte sua entrega!

Caso o cliente esteja com as operações fechadas, entenda como é possível continuar gerando valor para ele de outras formas.

Um exemplo de quem fez isso, são os restaurantes que passaram a optar pelo atendimento delivery, ou as academias que estão oferecendo aulas online.

Isso também vale para você, parceiro, ou seja, entenda se você consegue oferecer um novo serviço ou produto.

Priorize módulos de treinamento voltados para a real necessidade dos seus clientes!

Mostre eles como o projeto que vocês estão desenvolvendo pode ser adaptado para a situação atual.

Você pode, por exemplo, construir novas cadências com um copy direcionado para a crise, de forma a garantir que seus resultados não caiam.

Sabemos que a forma com que os leads devem ser trabalhados diante deste momento é diferente (falaremos mais sobre o processo de vendas no próximo objetivo).

P.S. - De novo, cada caso é um e que deve ser analisado individualmente. O que eu quero aqui é estimular algumas saídas viáveis :)



**Garanta que os clientes que estão
na sua base continuem
satisfeitos**

A manutenção da receita vai ser a chave para o seu negócio, pois o custo para trabalhar os clientes que já estão na sua base tende a ser menor do que o de aquisição de novas entradas.

Então, dê mais ênfase às atividades que trarão maior impacto e siga a lógica de pareto :)

Uma maneira de fazer isso é adaptando sua entrega, como falamos acima.





**Ofereça uma política
de preços competitiva**



Na medida em que fica mais difícil vender, é necessário ter como carta na manga - e não como primeira opção - a possibilidade de descontos para os novos leads, para upsells e crossells dentro da própria base.

Porém, já adianto.

Cuidado para não desvalorizar seu serviço ou diminuir significativamente sua margem de lucro.

A chave é entender se o lead enxerga valor na sua solução e qual é o quadro atual dele diante da crise.

Caso ele tenha perfil e maturidade para a sua solução, faz sentido oferecer um desconto ou uma flexibilização de contrato que não prejudique nenhuma das partes.

Tente sempre garantir que você está se prevenindo, caso esse cliente saia antes do previsto, por meio de um contrato recorrente.

No momento de incerteza, você precisa garantir que seu LTV seja mantido, por isso é a hora de ter um contrato com fidelidade anual, por exemplo.

The background is a teal color with a faint image of two hands shaking. A dark teal horizontal bar is at the top right, and a dark teal vertical bar is on the left side.

3º Passo: Se adapte

Molde o seu processo de vendas para
a realidade atual



O Vinícius, CEO aqui na Reev, publicou um texto no nosso blog o impacto do COVID-19 em vendas. O ponto essencial do texto é: você precisa adaptar o seu processo.

Apesar de que as vendas para muitas empresas terão uma queda, parar a prospecção não é a melhor saída.

Continuar tentando trazer receita para dentro de casa será essencial não só para o momento atual quanto para ter pipe para depois da crise.

Como fazer isso então?

Sempre falamos que gerar valor é imprescindível. Mas essa expressão tem um sentido muito amplo.

Quando eu falo de gerar valor aqui eu me refiro ao vendedor que consegue tirar o lead do status quo e pensa em soluções para o problema que ele enfrenta.



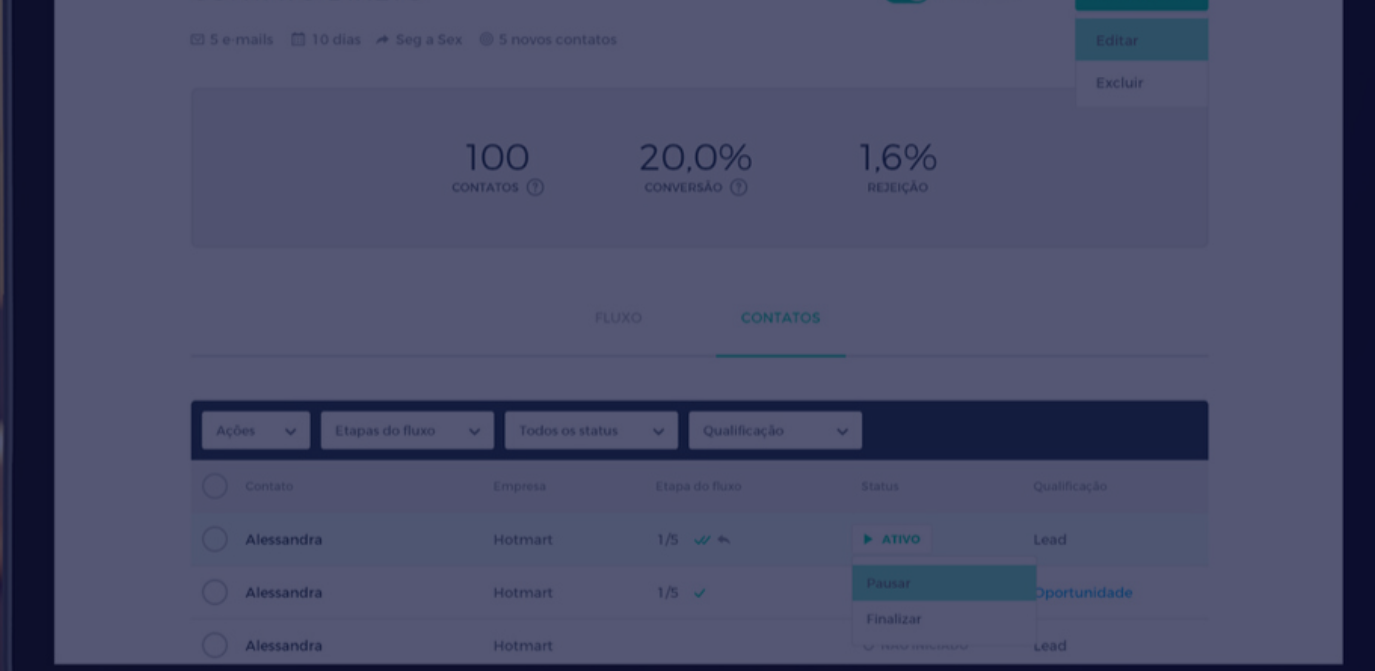
Convenhamos, o cenário de incerteza faz com que muitos empresários tenham receio de realizar um novo investimento, o que é normal.

Ou seja, ele vai desejar permanecer como está. Por isso, o vendedor deve realizar uma abordagem consultiva e personalizada.

A personalização, diferentemente da automação, permite que você consiga oferecer algo que seu lead realmente precisa e, assim, fazer com que os olhos dele brilhem.

Atenção! Não estou falando de pressionar o lead para fechamento não, viu?

Caso não seja o melhor momento, não calibre urgência, pois você pode queimar o deal ou trazer um cliente que ficará inandimplente ou churnará devido ao período.



Voltando então às estratégias para as abordagens de venda. As cadências de sales engagement deverão ter como foco, por sua vez:

- **mais emails, interações no LinkedIn e WhatsApp** (lembre-se que hoje é possível fazer uma interação por esse canal via ReeV);
- **semi-automação** para personalizar mais;
- **maior espaçamento** entre os touchpoints, não sendo invasivo;
- **menos ligações**, pois as pessoas não estarão no escritório, provavelmente.

Além disso, agora mais do que nunca será essencial ter um **processo de sales engagement** bem desenhado, pois:

- Seus vendedores, mesmo trabalhando de casa, precisam saber o que fazer com os leads;
- Você precisa ter visibilidade sobre o que os vendedores estão realizando;
- Os leads precisam ter uma próxima ação definida. Já pensou perder um negócio agora, porque não foi feito um follow-up de fechamento?



FLUXOS DE CADÊNCIA AO LONGO DO FUNIL DE VENDAS EM Y





Aqui eu quero trazer um foco para o de retomada, pois ele será o melhor amigo de muitos vendedores.

Alguns leads podem engajar com a prospecção, mas pedirem para retomar o contato daqui um, dois, três meses ou quando a crise passar.

Assim, já ter um fluxo pronto para trabalhá-los após este período e programar o início do contato nesta cadência para o período determinado, faz com que exista um próximo passo definido e estes leads não vão se perder na sua base.

Como esse lead só vai ser trabalhado após certo tempo, seu vendedor pode criar uma cadência de nutrição.

Fazendo isso, você será consultivo com o lead e, quando for a hora de retomar, ele estará bem mais educado quanto a solução e terá a sua empresa como opção para ajudá-lo :D

Agora, se o seu vendedor fechou um negócio durante a crise, não perca a oportunidade de pedir indicação!

Muito provavelmente, essa oportunidade conhece outras pessoas com uma visão de negócio parecida com a dele e que também precisam da sua solução neste momento!

Essas dicas para o processo de vendas também podem ser aplicadas de diferentes formas dado cada contexto.

Porém, todas têm em comum o fato de que é hora de arrumar a casa!

Além de definir a estratégia, não se esqueça de trabalhar outros 3 pontos importantes para o sistema de vendas:

- **Mindset**
- **Técnica**
- **Discurso**



Com os seus vendedores em casa, é necessário garantir que o discurso de vendas está alinhado, por isso, peça para que ele grave as ligações.

Inclusive, nós aqui do Reev, disponibilizamos uma minutagem gratuita de Voip para os clientes que não possuíam essa funcionalidade e lançamos um texto na nossa base sobre melhores práticas de uso.

[Boas práticas para utilização do VoIP](#)

Já as técnicas ajudarão o vendedor a trabalhar as objeções que poderão aumentar durante a crise, além de auxiliá-lo a entender se é o momento de compra.

Por fim, o mindset do seu time poderá ficar mais abalado. Assim, foque em trabalhar isso!

Caso você queira dar uma olhada nessa lógica do MTSP que eu acabei de abordar, vou deixar um conteúdo sobre:


<https://outboundmarketing.com.br/mtsp/>





4º Passo: Geração de demanda

Adapte seus canais de escoamento



Como já falei algumas vezes acima, ter um processo de vendas bem estabelecido, o ajudará não só para o cenário de crise quanto para após.

Seguindo essa lógica, você precisa garantir seu pipeline!

Além das estratégias relacionadas a sales engagement, que são imprescindíveis, você deve aliá-las a um fluxo constante de leads.

Por isso, tenha um volume de outbound para trabalhar.

Se hoje você depende de indicações, você, provavelmente, ficará à deriva, uma vez que as indicações tenderão a diminuir nesta fase.

Somado ao fato de que você não terá previsibilidade e poderá não ter leads para trabalhar após a crise.

Por outro lado, você pode depender do volume de leads via inbound.

Mas, a quantidade de pessoas procurando soluções para os problemas de suas empresas tenderá a diminuir em diversos mercados.

Assim, você pode se precaver e construir um funil em Y, tendo leads vindos tanto Inbound quanto Outbound. Optimize web landing pages.



5° Passo: Priorize liquidez

Garanta que o seu fluxo de caixa esteja saudável



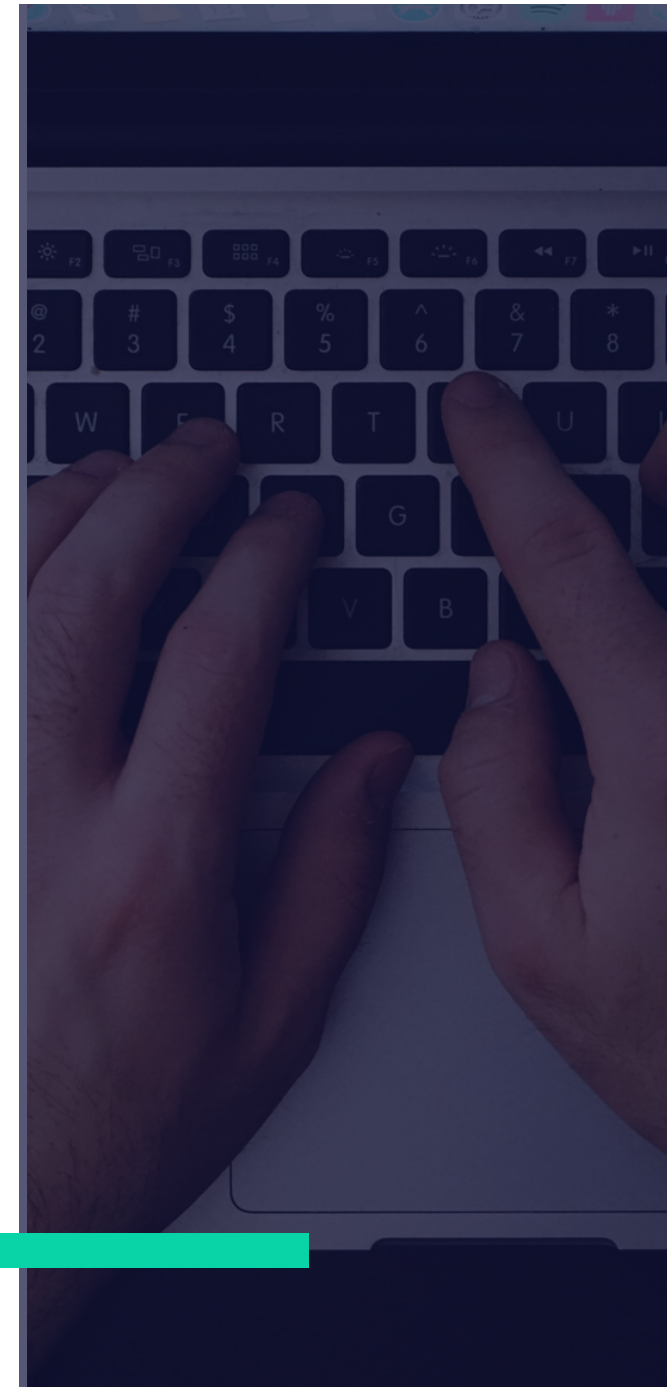
Você precisará olhar diariamente para o seu fluxo de caixa.

Inclusive, imagino que você já esteja fazendo isso.

Priorize a liquidez, pois dado o cenário de incerteza, você pode precisar de recursos financeiros em qualquer momento.

Assim, analise suas despesas atuais, lembre-se de considerar o cenário otimista e o pessimista, e entenda como pode atuar.

Como sei que o seu compromisso é com as pessoas, coloquei aqui algumas dicas, considerando o que pode ser viável para a sua empresa e o seu time.





Como esses são gastos que talvez não são essenciais, tente cortar ou renegociar.

Alguns exemplos:

Renegocie o aluguel, já que estarão trabalhando de casa, assim como, serviços de limpeza que você pode ter no seu escritório.

Além disso, fique atento às ações governamentais, pois estão sendo feitas algumas análises para adiamento de determinados impostos.

Despesas administrativas



Fluxo de pagamentos de fornecedores

Se você entender que o seu fluxo de recebíveis ocorre geralmente em um período diferente do pagamento dos seus fornecedores, tente renegociar com eles para alinhar as datas.

Assim, você assegura liquidez!



Linhas de crédito

Caso essa for uma opção, garanta que você está tomando uma decisão que é inteligente no longo prazo.

Ou seja, que não irá prejudicá-lo em relação aos juros. Procurar linha de crédito é importante, mas analise as suas possibilidades disponíveis.

Novamente fique atento às iniciativas do governo! Várias medidas relacionadas a linha de crédito estão sendo tomadas para ajudar os micro e pequenos empreendedores.

O BNDES, por exemplo, lançou linha de crédito pensando neste cenário.

6º Passo: Parceiros

Tenha os parceiros certos ao seu lado



Aqui na Reev acreditamos que parceria não é só para os momentos bons.

Gostamos sempre de fazer uma analogia com casamento: "você namora por um tempo e quando decide casar ninguém pensa em separação".


Se casamento é na "alegria e na tristeza", aqui não seria diferente.

Pode contar conosco para enfrentarmos essa situação difícil juntos e superarmos os desafios e, quando tudo isso passar, estaremos aqui também.

Do nosso lado, estamos fazendo o possível para auxiliar nosso time, nossos parceiros, nossos clientes e a comunidade de vendas em geral. E continuaremos assim.

Estamos produzindo diariamente conteúdos com insights relevantes que possam auxiliá-los, seja pelo LinkedIn, pelo nosso blog, pelas news que produzimos ou até mesmo pelo no FAQ.

Quero pedir para que se sintam à vontade para comunicar no grupo de parceiros. Afinal, estar do lado de outras pessoas que podem nos ajudar é sempre muito valioso!



Por fim, quero reforçar aqui que o time Reev está à disposição.

É só enviar um email para sos@reev.co contando do seu cenário, que iremos responder o mais rápido possível!

Além disso, é só procurar o Partner Success responsável por te atender que eles estarão à postos para te ajudar!



**Chegou a hora de
fazermos a nossa parte.**

Fiquem em casa,
cuidem dos seu
parentes, das pessoas
que amam e, acima de
tudo, cuidem de vocês
mesmos.

**Abrços,
Time Reev**