

GUIA DEFINITIVO PARA INTEGRAR VENDAS E IMPLANTAÇÃO

Project Builder

Agendor

ÍNDICE

Introdução	3
Principais desafios da integração implantação e vendas	4
Entendendo a necessidade do cliente para uma implantação de sucesso	8
Passagem de bastão: vendas X implantação	12
Boas práticas de proposta de projeto	14
Reunião de kick-off eficiente	17
Adotando a gestão de projetos com foco no sucesso do cliente	19
Conclusão	21
Sobre a Project Builder	22
Sobre o Agendor	24

INTRODUÇÃO

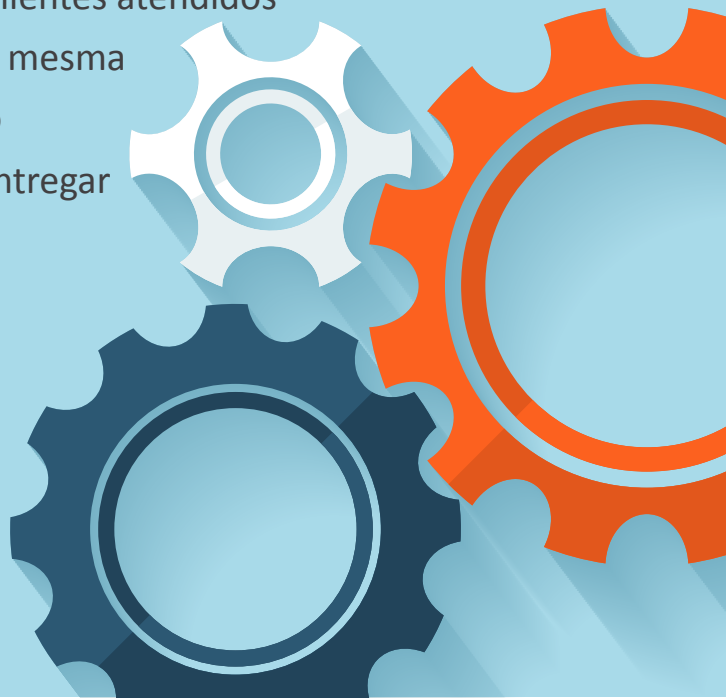
A integração entre o setor de vendas e o setor de implantação é um dos desafios mais básicos das empresas que trabalham com projetos, pois o perfeito alinhamento entre essas duas áreas é que garante o sucesso da execução do projeto e da empresa como fornecedora de soluções.

Esse alinhamento ocorre quando todos os envolvidos são bem informados a respeito das negociações com o cliente, bem como das possibilidades da equipe de implantação em atender ao que está sendo solicitado. Para tanto, é preciso dispor de boa vontade de ambas partes, mas também de ferramentas adequadas para a otimização de processos e gestão de projetos, que auxiliem as equipes a se concentrarem no que realmente importa: o cliente.

Neste e-book você verá o que é necessário para uma gestão de projetos mais focada no cliente e menos preocupada com os processos e os contratos, afinal, o sucesso do cliente é o seu sucesso! Aproveite!

Principais desafios da integração implantação e vendas

Independentemente do mercado de atuação, a prosperidade e a sustentabildade de qualquer organização são conquistadas pela expansão da base de clientes e, consequentemente, pelo faturamento e pela geração de valor — não necessariamente nesta ordem. Com essa visão clara, dividimos os desafios em duas áreas: vendas e implantação. O objetivo da equipe de vendas, de qualquer empresa, é sempre conquistar novos clientes, expandir receita em clientes atendidos e aumentar o faturamento da organização, ou seja: vender mais. Da mesma forma, a área de implantação ou área de projeto tem como objetivo entregar o resultado almejado pelo cliente — em outras palavras: entregar valor.



O grande desafio é que, se não existe um alinhamento entre as duas áreas, problemas, como escopo do projeto mal definido, cronogramas irreais, necessidades não identificadas e expectativas não alinhadas, podem gerar resultados na contramão dos objetivos

da empresa.

Não se preocupe se isso acontece na sua organização, esse é um caminho natural de quando começamos a escalar vendas. Da mesma forma que ele é danoso para a organização, nele existe uma oportunidade real de melhoria, de integração entre as áreas e de criação de um importante diferencial competitivo que é a perfeita integração entre vendas e implantação. Separamos alguns passos que vão te ajudar melhor a alinhar as duas áreas:



Crie um espírito de equipe entre as áreas

A equipe de vendas está sempre preocupada com números e metas — e isso é totalmente compreensível —, porém é preciso fazer com que ela enxergue além dos números. Uma boa forma de tornar isto possível é envolver a equipe de projetos nas reuniões de fechamento de escopo para que assim estimule um espírito de cooperação com a equipe de vendas — quem vende terá a dimensão do trabalho de quem implementa e vice-versa.

Trabalhe com proposta de projetos

Para promover a integração vendas e implantação

é fundamental adotar uma gestão de múltiplos projetos, pois somente desta forma o gerente de projetos saberá como estão disponibilizados seus recursos humanos e quais são as possibilidades para executar novos projetos sem a necessidade de novas contratações.

Use ferramentas de gestão de projetos

Capacitar o time comercial em gestão de projetos é uma forma muito positiva de resolver esse impasse. Cada vez mais, grandes consultorias adotam o canvas para entender melhor qual é a necessidade do cliente e até mesmo como proposta. No caso do PM Canvas construir junto com o cliente é uma excelente oportunidade de entender melhor os desafios do cliente, o produto que ele espera receber e seus requisitos. Outras ferramentas visuais como Estrutura Analítica de Projetos, Mapa Mental e cronograma ajudam a delimitar o escopo e a alinhar expectativas.

Não se comprometa com o que não é possível ser entregue

Uma vez compreendidos o cenário e as necessidades do cliente, é muito importante voltar para a empresa e fazer o dever de casa antes de se comprometer com o cliente. Pontos como disponibilidade da equipe, melhor perfil profissional para atender a demanda, desafios do projeto e experiência em cenários semelhantes só

poderão ser profundamente explorados pelo time de projetos. Com base nessas análises e com a identificação da disponibilidade de recursos da empresa é que será possível se comprometer com prazos de entrega e cronograma de projeto. Mesmo sabendo que às vezes a realidade não é a resposta que o cliente quer ouvir, lembre-se de que todo relacionamento duradouro começa com confiança e respeito.

Entendendo a necessidade do cliente para uma implantação de sucesso

Uma das maiores dificuldades do ser humano é a comunicação, e isso se intensifica quando há a necessidade de leitura de um problema específico do cliente. Muitas vezes nem ele mesmo sabe do que realmente precisa, e aí faz parte do objetivo do setor de vendas compreender o problema para então formatar uma solução adequada, que satisfaça o cliente e que seja executável pela equipe de implantação.

Além de compreender a necessidade do cliente, a equipe de vendas deve ter o cuidado de perceber outros desejos embutidos no problema apresentado, como melhoria do status da empresa, utilização de uma ferramenta para melhorar a reputação da marca e até mesmo maior performance da empresa no mercado.

Para compreender exatamente o que o cliente precisa, é necessário ouvi-lo. Uma, duas, três vezes, até que todos os detalhes estejam bastante claros para a equipe de vendas. Neste momento, envolver a equipe de implantação pode ser uma boa ideia, já que um olhar técnico sobre o problema do cliente pode trazer novos insights e

determinar a complexidade do trabalho com maior eficácia.

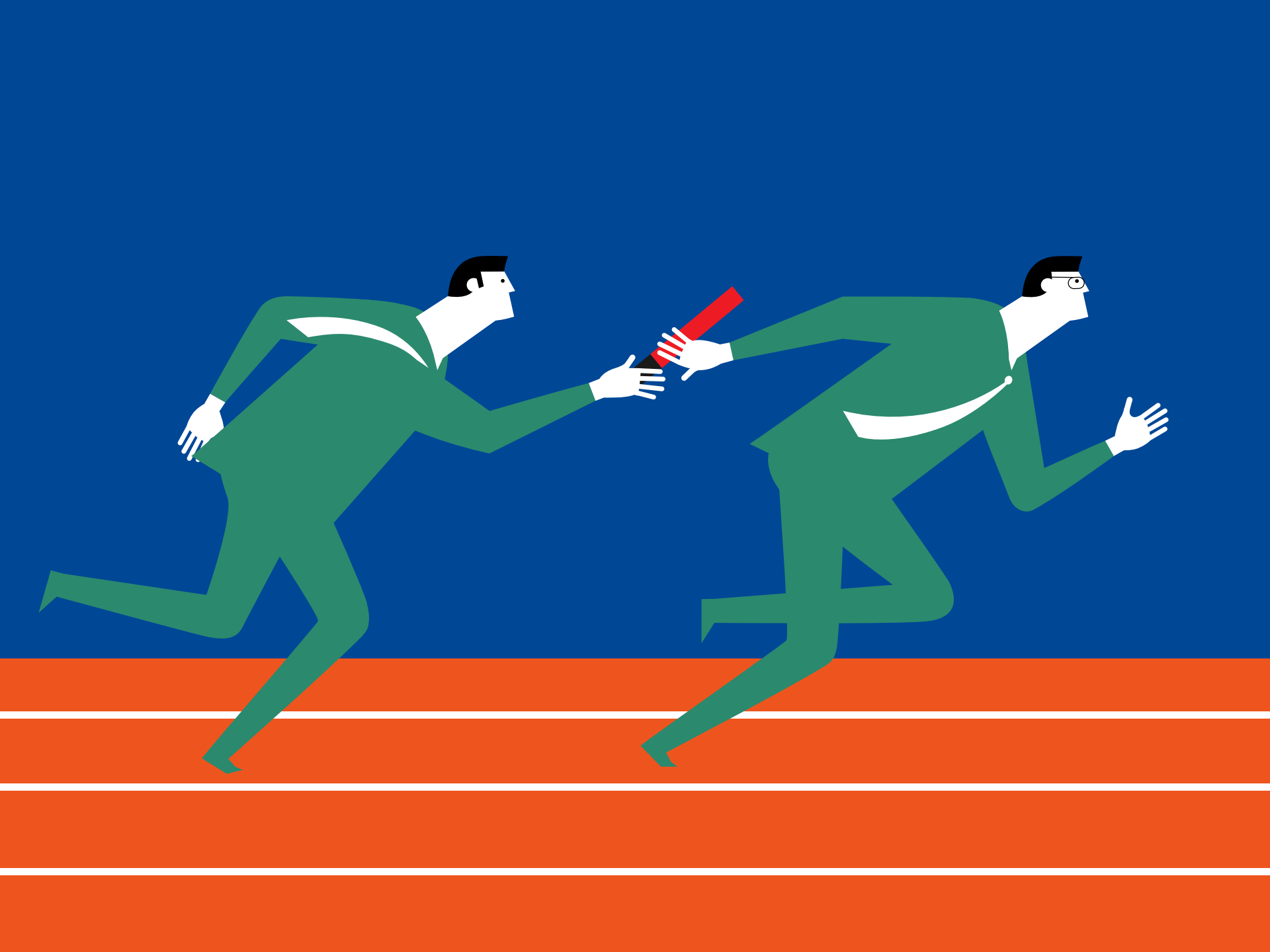
O ideal é que à medida que as negociações evoluam, o responsável de vendas anote tudo o que seja conversado com o cliente e, ao final, elabore um relatório para validação das informações. Um parecer da equipe de implantação é fundamental para que a proposta comercial seja elaborada com qualidade e esteja dentro dos padrões executáveis para o projeto.

Com a validação das informações, a proposta comercial é elaborada de acordo com o escopo pré-definido, por isso deve ser o mais fiel possível a todas as negociações anteriores. Caso surjam ideias de incremento no projeto antes da aceitação do cliente, o ideal é que se façam duas propostas comerciais para que o cliente possa verificar a possibilidade de desenvolver um projeto mais elaborado ou de deixar as melhorias para um segundo momento. A equipe de implantação pode perfeitamente orientar os dois



casos, mostrando os benefícios e desvantagens de cada situação. Aceita a proposta comercial, o escopo do projeto deve ser negociado e o contrato fechado.

É importante nessa fase envolver todos os players para que a necessidade do cliente seja atendida em todas as suas nuances, por isso comercial, implantação e cliente devem ter reuniões conjuntas para definir o melhor caminho a ser tomado. Sem a equipe de implantação envolvida, o comercial pode vir a prometer soluções ineficazes e até mesmo inviáveis. Deixar apenas a implantação na negociação tira a vantagem da empresa no que tange à persuasão e negociação com o cliente, portanto, não há como prescindir de nenhum destes players.



Passagem de bastão: vendas X implantação

Com a proposta fechada, chega a hora de a equipe de vendas passar o bastão para a implantação, para que esta comece os trabalhos. Uma reunião de alinhamento é essencial para que todos os que estarão envolvidos no projeto daqui por diante tenham conhecimento do que foi discutido e acordado com o cliente, visando manter o foco sempre na satisfação dele.

Acertados os primeiros passos, a reunião de kick-off serve para apresentar o planejamento do projeto, as principais entregas e marcos, bem como o cronograma de execução, visando dar um panorama geral de todo o desenvolvimento do projeto. Assim todos os envolvidos, desde o cliente até a equipe de projetos, têm suas expectativas alinhadas e bem cronometradas para que se possa executar o projeto com excelência.

Durante a reunião de kick-off é possível ainda apresentar a matriz de comunicação, que tem por objetivo determinar quem recebe que tipo de informação, de onde

as informações são demandadas e para quem vão. É uma maneira de estabelecer as melhores práticas de comunicação e deixar todos informados a respeito do andamento do projeto.

Finalizada a apresentação do projeto, algumas sugestões de próximos passos podem ser dadas, como, por exemplo, melhorias no sistema ou implantação de novas ferramentas para otimizar ainda mais os resultados do cliente. Essas observações são importantes para que o comercial tenha argumentos para oferecer novas soluções para clientes já existentes e possa ampliar ainda mais o portfólio de vendas da empresa.

Neste processo, um dos grandes auxiliares será o seu sistema de CRM, pois garantirá todo o histórico de conversações com o cliente, munindo a equipe de vendas de informações para aumentar o lifetime value do cliente e a satisfação do mesmo com a empresa. Perceba que no CRM devem constar todas as informações do setor de vendas e as observações do setor de implantação também, para que num futuro próximo se tenha um documento completo das necessidades do cliente e o que já foi realizado.

Boas práticas de proposta de projeto

Para desenvolver um bom projeto você deve passar por algumas fases essenciais, que nortearão a condução das suas ações e trarão à equipe maior confiança na execução de suas atividades.

Gestão de escopo

A gestão do escopo refere-se à definição das limitações do projeto, ou seja, o que ele contempla e o que ele não contempla. Isso se faz necessário para que não haja mudanças de escopo ao longo do projeto pela falta de detalhamento do que vem a ser o produto final do projeto.

Na gestão de escopo a equipe controla permanentemente todos os detalhes do escopo, desmembrando as atividades a serem realizadas, as entregas e os marcos de cada fase para que seja melhor visualizado o que deve ser realizado em cada etapa.

Gestão de tempo

A gestão de tempo é a gestão do cronograma do projeto, quer dizer, dos prazos acordados na reunião de kick-off. Manter cada atividade dentro do tempo estipulado

para ela garante que o projeto seja entregue na data combinada com o cliente, contribuindo para sua satisfação.

Gestão de custos

Os custos do projeto devem ser acompanhados de perto para que não extrapolem o orçamento previsto. Para tanto, é preciso estimar o custo de cada atividade do projeto detalhadamente, utilizando a CPI e curva S de custos para controlar a execução.

Gestão da comunicação

Garantir que a informação chegue às pessoas certas no momento certo é essencial para que o projeto flua com tranquilidade, e a gestão da comunicação é a responsável por isso. Sendo assim, garanta um fluxo de comunicação fluido e ágil.

Usar modelos e templates

Otimizar o planejamento das atividades contribui para que a equipe do projeto não perca tempo, sendo assim, utilize modelos e templates que possam ser aproveitados para vários projetos. Um software de gestão de projetos contribui consideravelmente para a otimização do planejamento, haja vista seu preparado para receber diversos tipos de projetos.



Reunião de kick-off eficiente

A reunião de kick-off é o pontapé inicial do projeto, portanto deve ser bem planejada e estruturada para surpreender os participantes, em especial, o cliente. Um convite formal, com antecedência, deve ser enviado a todos os envolvidos, visando dar o tempo necessário para que todos se preparem.

Durante a reunião, apresente o projeto de maneira clara e objetiva, sem entrar demasiadamente nos detalhes, mas também sem ser superficial. Dê uma visão geral de todo o projeto, como se dará sua execução, os prazos e próximos passos após a conclusão. Verifique se restam dúvidas em relação ao planejamento, para que o cliente não venha a se sentir lesado por falta de entendimento de alguma fase ou detalhe do projeto.

Não se esqueça de fazer uma apresentação criativa, que motive as pessoas, que suscite expectativas reais e plausíveis em relação ao projeto. Pessoas animadas são bons apoiadores, e sua equipe vai precisar deles.



Adotando a gestão de projetos com foco no sucesso do cliente

Para ter sucesso na gestão de projetos, lembre-se de que o projeto significa o atendimento de um sonho, uma expectativa do cliente, e portanto deve ser tratado como algo realmente importante. O projeto é mais do que um produto que se compra na prateleira, é uma solução a um problema iminente do cliente, que pode vir a gerar novos negócios para você e sua equipe, sendo assim, o foco no cliente e no problema que ele tem a resolver é essencial.

As fases da gestão de projetos que listamos aqui são apenas o esboço do complexo emaranhado de informações técnicas, habilidades pessoais e profissionais que envolvem o desenvolvimento de um projeto, e você pode incrementá-las ou simplificá-las de acordo com as suas necessidades e as necessidades do seu cliente de entendimento de como se dará a execução do projeto. Contudo, não se esqueça de que gestão de projetos é, acima de tudo, liderar pessoas para um objetivo em comum, e para isto é necessário exercitar seu poder de comunicação ao máximo, bem como competências como negociação, gestão de conflitos e liderança.

Ao determinar entregas intermediárias ao longo do projeto, você mantém o cliente consciente do desenvolvimento e o deixa motivado, aumenta suas expectativas e contribui para que, ao final, todos sejam recompensados. Dessa forma, mantenha sua comunicação bem estruturada para que sirva de veículo de percepção de valor para o seu cliente.

Havendo a necessidade de alguma mudança, demandada pelo cliente ou não, trate-a com todo o cuidado e verifique se há condições de atendê-la para melhorar ainda mais a experiência do cliente junto à sua empresa.
Por fim, a aquisição de um contrato é apenas um passo, o que importa é a fidelização que você conquista após a execução de um projeto de sucesso, portanto, faça do seu cliente um vencedor e vença com ele!

Conclusão

A integração entre vendas e implantação é um processo que deve ser continuamente acompanhado e revisto, visando manter a qualidade dos relacionamentos e a competitividade da empresa. Nesse sentido, padronizar processos e manter uma metodologia de implantação de qualidade gera não só maior produtividade para as equipes como garante a qualidade dos serviços prestados.

Um software de gerenciamento de projetos ajuda no sentido de que, além de permitir um controle profissional da execução dos serviços, ele também facilita que os principais desafios entrem na integração entre implantação e vendas. Entre outras coisas, na ferramenta é possível criar modelos de projetos associados aos tipos de serviços comercializados, configurar preferência de mensagens, integrando toda a comunicação em um único lugar, além de permitir a criação de mensagens e alertas automáticos, que fazem com que a equipe de implantação ou o gerente de contas possam agir antes de a crise acontecer.

Como recomendação, sugerimos o uso do Project Builder, um software de gestão de projetos que atende aos 20 maiores grupos econômicos do Brasil com excelência, além de outros empreendedores de pequeno, médio e grande portes. Mesmo sendo possível fazer a gestão de projetos através de planilhas eletrônicas e controles avulsos, a integração de recursos e informações é extremamente importante para que não se perca absolutamente nada de informação durante o desenvolvimento do projeto, portanto, pense na adoção de uma ferramenta de qualidade.

Para uma integração de efetiva entre equipes de vendas e implantação, a centralização das informações é de extrema importância, como também é a comunicação. O Agendor é um app que ajuda os vendedores a guardar os históricos de clientes, mantendo das as informações centralizadas em nuvem e facilitando a comunicação entre as áreas.

Sobre a Projet Builder

A Project Builder existe para ajudar empresas a acelerar seu crescimento empregando ferramentas e processos que simplificam sua gestão de projetos para múltiplos clientes. Com mais de uma década de atuação no mercado de gestão de projetos, a PB é reconhecida como provedora do mais bem sucedido software de gerenciamento de projetos no Brasil e no exterior. Hoje atendemos desde os 20 maiores grupos econômicos do Brasil até pequenas empresas e consultores individuais.

Sobre o Agendor

O Agendor nasceu para transformar a maneira como as pessoas trabalham. Nós acreditamos que trabalhar melhor é ser mais feliz e a maneira como incentivamos isso, é criando produtos enxutos, junto com conteúdos educativos e inspiradores, que tornam as pessoas mais produtivas diariamente. Assim, criamos aplicativos únicos para pessoas que trabalham com vendas.

GOSTOU?

COMPARTILHE!



