



**9Blue**®

TRANSFORMANDO SONHOS EM REALIDADE.



**CRCGO**

CONSELHO REGIONAL DE CONTABILIDADE  
DE GOIÁS

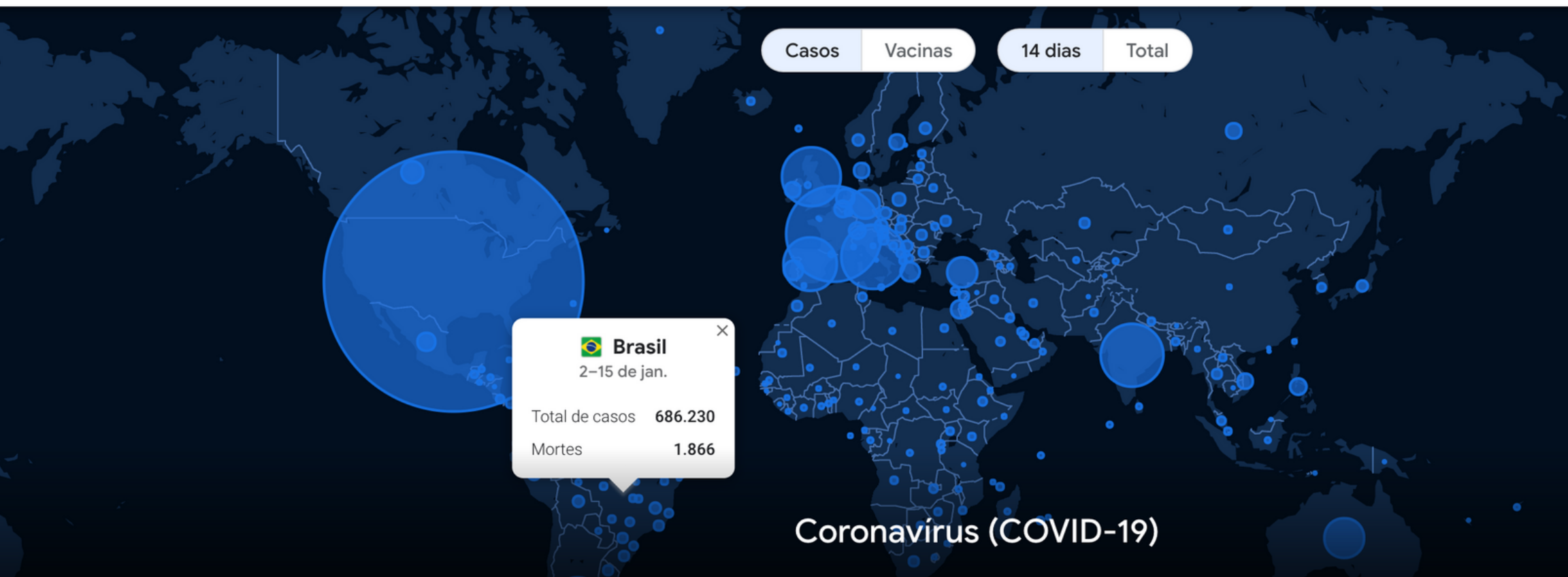
# Sumário

- 1. Cenário mundial**
- 2. Metodologia OKR**
- 3. 4 Passos básicos**
- 4. Pesquisa ISBB**
- 5. Quem somos**



# Como multiplicar o seu faturamento em 2022?





## Brasil

Total de casos

**22.981.851**

Informados ontem: **+48.562**

Novos casos (14 dias)



2-15 de jan.: **+ 686.230**

Mortes

**621.233**

Informados ontem: **+170**

Total de doses aplicadas

**340.281.915**

Informados ontem: **+292.952**

Novas doses aplicadas (14 dias)



2-15 de jan.: **+ 8.989.656**

Pessoas totalmente vacinadas

**145.459.361**

% da população: **68,8%**

"Total de doses aplicadas" mostra o número de doses de vacina aplicadas na população. Como algumas vacinas precisam de mais de uma dose, o número de pessoas totalmente vacinadas provavelmente é menor. "Pessoas totalmente vacinadas" mostra quantas pessoas receberam todas as doses necessárias da vacina da COVID-19.

Atualizado há menos de 1 hora • [Sobre os dados de casos](#) • [Sobre os dados de vacinação](#) • Fontes: [Wikipédia](#), [Universidade Johns Hopkins](#), [Our World In Data](#)

Casos Vacinas

| Local                | Total de casos ↓  | Novos casos (1 dia*) | Novos casos (últimos 60 dias) | Casos a cada um milhão de pessoas | Mortes         |
|----------------------|-------------------|----------------------|-------------------------------|-----------------------------------|----------------|
| 🌐 Global             | 326.152.828       | 2.584.941            |                               | 41.944                            | 5.535.426      |
| 🇧🇷 Brasil            | <b>22.981.851</b> | <b>48.562</b>        |                               | <b>108.745</b>                    | <b>621.233</b> |
| 🇧🇷 São Paulo         | 4.498.145         | 744                  |                               | 102.149                           | 155.707        |
| 🇧🇷 Minas Gerais      | 2.349.381         | 19.153               |                               | 112.577                           | 56.810         |
| 🇧🇷 Paraná            | 1.693.867         | 10.116               |                               | 152.853                           | 40.931         |
| 🇧🇷 Rio Grande do Sul | 1.581.887         | 0                    |                               | 140.157                           | 36.521         |
| 🇧🇷 Rio de Janeiro    | 1.438.711         | 390                  |                               | 87.400                            | 69.579         |
| 🇧🇷 Santa Catarina    | 1.298.857         | 2.838                |                               | 181.283                           | 20.268         |
| 🇧🇷 Bahia             | 1.287.084         | 918                  |                               | 85.085                            | 27.658         |
| 🇧🇷 Goiás             | 969.099           | 260                  |                               | 148.561                           | 24.765         |

\*É o número de novos casos confirmados do dia mais recente de dados completos, nos últimos três dias

[Sobre esses dados](#) • Fontes: [Our World In Data](#), [Universidade Johns Hopkins](#), [Wikipédia](#)

# Resultado da Pandemia

CRISE

# Cerca de 600 mil empresas fecharam as portas durante a pandemia

Impactos também são sentidos por funcionários que perderam seus postos de trabalho.

20/09/2021 14:00:02 — 13,5 mil acessos



Fonte: <https://www.contabeis.com.br/noticias/48730/cerca-de-600-mil-empresas-fecharam-as-portas-durante-a-pandemia/>

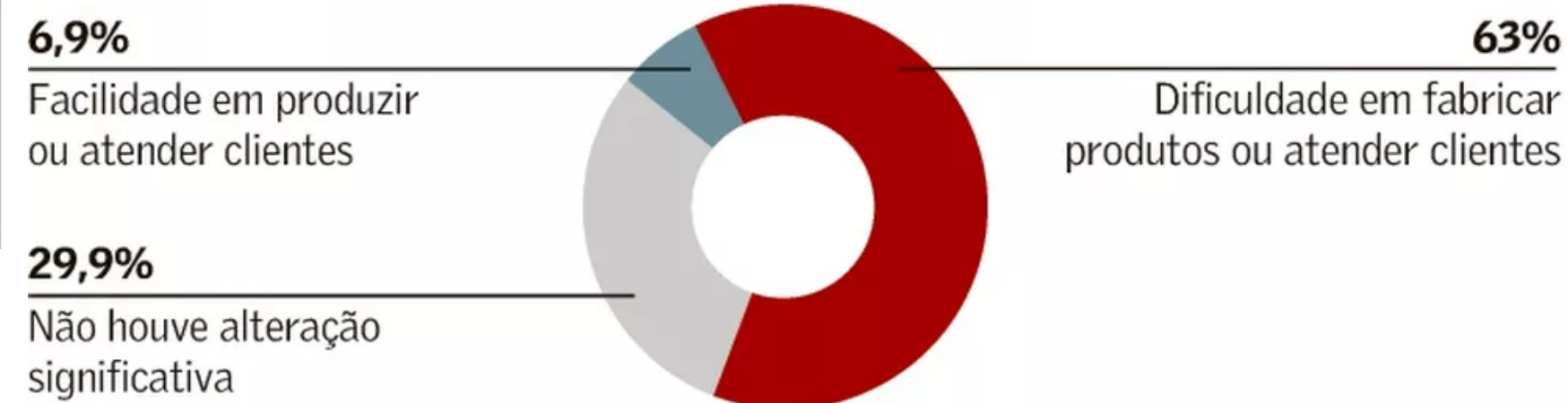
## O impacto do coronavírus

Empresas de pequeno porte sofrem grande baque na pandemia

| Porte          | Número           | Parcela no total (em %) |
|----------------|------------------|-------------------------|
| ■ Pequeno      | 518,4 mil        | 99,2                    |
| ■ Médio        | 4,1 mil          | 0,8                     |
| ■ Grande       | 110              | 0**                     |
| ■ <b>Total</b> | <b>522,7 mil</b> | <b>100</b>              |

### Empresas têm dificuldades de atendimento na pandemia

Na 1ª quinzena de junho, mais da metade sofreu para produzir e atender clientes\*\*\*



Fonte: IBGE. \*Período de análise 1ª quinzena de junho. \*\* Número considerado estatisticamente zero no total. \*\*\*Total de empresas no país estimado em 4 milhões na 1ª quinzena de junho

Fonte: <https://valor.globo.com/brasil/noticia/2020/07/17/pandemia-fecha-522-mil-negocios-no-pais-a-maioria-de-pequeno-porte.ghtml>

# As marcas mais valiosas do mundo em 2021, segundo a Brand Finance



|    |  |           | Valorização | Posição | Origem |
|----|--|-----------|-------------|---------|--------|
| 1  |  | Apple     | +80.4%      | ▲+3     |        |
| 2  |  | Amazon    | +10.8%      | ▼-1     |        |
| 3  |  | Google    | -2.4%       | ▼-1     |        |
| 4  |  | Microsoft | +15.5%      | -       |        |
| 5  |  | Samsung   | +4.5%       | -       |        |
| 6  |  | Walmart   | +15.7%      | ▲+8     |        |
| 7  |  | Facebook  | -1,7%       | -       |        |
| 8  |  | ICBC      | -13.3%      | ▼-6     |        |
| 9  |  | Verizon   | +4.1%       | ▲+12    |        |
| 10 |  | WeChat    | +20.7       | ▲+19    |        |

▲ Subiu ▼ Desceu - Manteve

Fonte: <https://blog.aaainovacao.com.br/marcas-valiosas-mundo/>

Ações em queda

## Nubank (NUBR33) deixa de ser o banco mais valioso da América Latina após queda na Bolsa

A fintech terminou a sexta-feira avaliada em US\$ 37,4 bilhões, enquanto o Itaú, maior banco privado do Brasil, valia US\$ 39,5 bilhões

Por Estadão Conteúdo 16 jan 2022 09h20-Atualizado 6 horas atrás

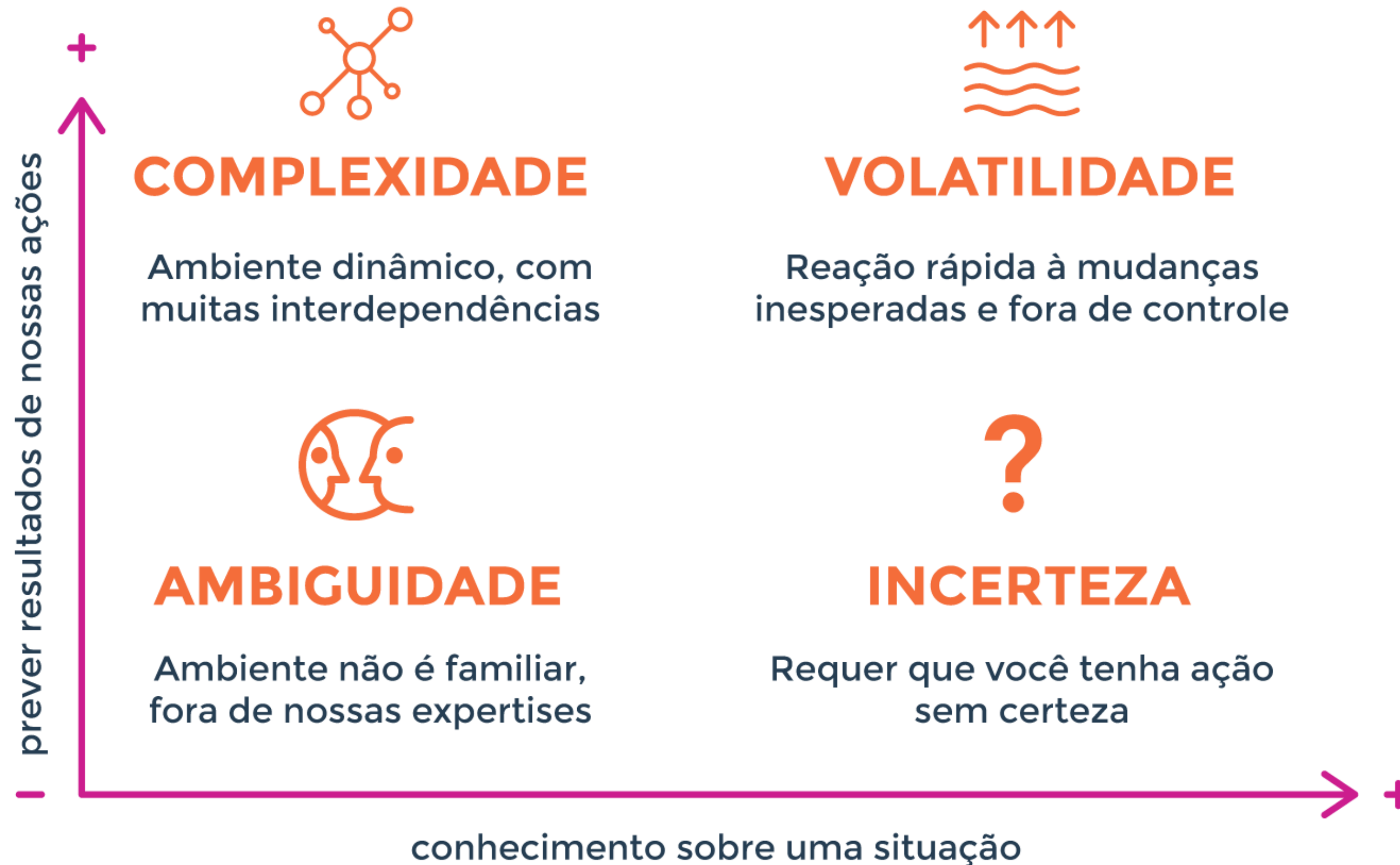


### Magazine Luiza (MGLU3): O pior já passou, destaca Goldman, que vê alta de 94% das ações

O Magazine Luiza (MGLU3) foi um dos grandes destaques negativos em 2021. A ação derreteu tão rápido como subiu, regredindo para os patamares de preço de

Money Times / Renan Dantas / Jan 14

# Mundo V.U.C.A



# Concorrentes

**Contabilizei.** SOLUÇÕES CIDADES SERVIÇOS PLANOS RECUR

## Contabilidade da sua empresa de forma prática, segura e econômica.

O maior escritório contábil do Brasil ajudando a impulsionar o crescimento da sua empresa.

- ✓ Tenha sua contabilidade 100% online e acesso a um serviço completo e digital.
- ✓ Economia real: planos a partir de R\$96/mês.

ABRIR MINHA EMPRESA GRÁTIS

TROCAR DE CONTADOR

ESPECIALISTAS

+600

CLIENTES

+30.000

CIDADES ATENDIDAS

+50

BÚSSOLA

### Contabilizei oferece atendimento gratuito para empreendedores em SP

Contabilizei disponibiliza equipe para atender profissionais autônomos e liberais e pequenos empreendedores em seu primeiro ponto físico em São Paulo

Por **Bússola**

Publicado em: 01/12/2021 às 16h19

Alterado em: 01/12/2021 às 16h33

Tempo de leitura: 2 min





**NÃO ATENDER AS DEMANDAS DOS CLIENTES É, SIM, A MAIOR AMEAÇA PARA QUALQUER NEGÓCIO**

**NETFLIX**

**NÃO ACABOU COM A BLOCKBUSTER**

AS COBRANÇAS DE MULTA POR ATRASO, SIM

**UBER**

**NÃO ATRAPALHOU OS TAXISTAS**

O MAL SERVIÇO E AS TARIFAS, SIM



**NÃO MATOU A INDÚSTRIA MUSICAL**

OBRIGAR A COMPRA DE ÁLBUNS COMPLETOS, SIM

**amazon**

**NÃO PREJUDICOU OS VAREJISTAS**

OS SERVIÇOS DE PÉSSIMA QUALIDADE, SIM

**airbnb**

**NÃO DESTRUIU A HOTELARIA**

A DISPONIBILIDADE LIMITADA E OS PREÇOS ALTOS, SIM

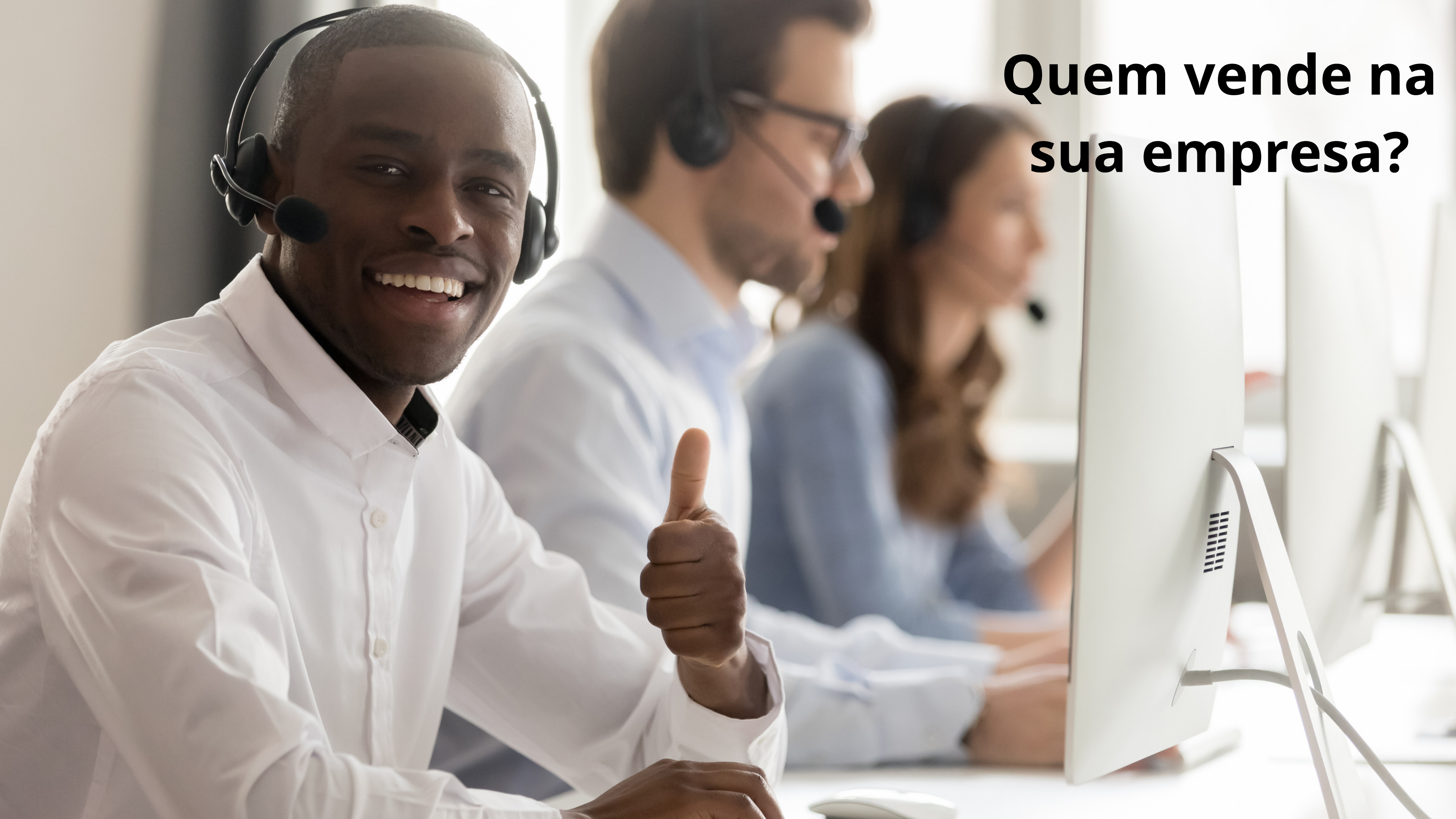
**RICAM**

**E você, está atendendo as demandas dos seus clientes?**



**Qual é o seu diferencial perante os seus concorrentes?**

**Quem vende na  
sua empresa?**





"Nada acontece até que  
uma **VENDA** seja feita."

Red Motley - 1946

# Metodologia OKR



# METODOLOGIA OKR

OKR é a sigla para "Objective Key Results", uma metodologia para orientar os esforços das empresas em direção a objetivos cruciais mensuráveis. O modelo de gestão por OKRs busca estabelecer direções claras para alcançar os números que indicam o crescimento de um negócio.

A metodologia OKR é a abordagem perfeita para empresas que procuram otimizar seus modelos de gestão e escalar seus negócios de forma simples, sem se afundar na complexidade de vários métodos atuais.

**Objectives:** Os objetivos apresentam uma direção clara do que a empresa pretende conquistar

**Key Results:** são metas menores que ajudam diretamente na conquista do alvo principal

## Como estruturar a metodologia OKR em 6 passos?

1. Defina metas claras e específicas
2. Divida os objetivos entre top-down e bottom-up
3. Estabeleça prazos razoavelmente curtos
4. Acompanhe os resultados de forma constante
5. Deixe os OKRs à vista de todos
6. Não confunda esforços e resultados

Se você não  
pode medir,  
você não pode  
gerenciar.

Peter Drucker

 PENSADOR



# 4 PASSOS BÁSICOS PARA VENDER MAIS





# 1º PASSO: MEDIR

Quantos clientes você atende hoje?

Quantos clientes novos você converte por ano?

Qual é o principal segmento?

Qual é o ticket médio?

Qual é o seu faturamento médio mensal?

Qual é o serviço mais lucrativo?

Quais serviços você mais vende?

Quem são os seus principais clientes?

Qual é o custo de cada cliente?

Qual é o seu lucro líquido?

Como está o seu negócio ano/ano?



## 2º PASSO: DEFINIR

Qual é o seu sonho/objetivo/propósito?

Quanto você quer faturar?

Quanto você quer lucrar?

Quantos clientes você precisa atender?

Qual segmento/persona você vai focar?

Quais serviços você vai priorizar?

Quanto por cento você quer crescer em 2022?



# 3º PASSO: ANALISAR/PLANEJAR

A estrutura atual suporta o crescimento?

A equipe atual suporta o aumento da demanda?

Em qual periodicidade a meta será analisada?

Precisa fazer algum investimento?

Vou usar capital próprio ou de terceiros?

O aumento do faturamento suporta o de custos?

Onde e como eu vou prospectar mais clientes?

Como atingir o segmento desejado?

Quais ações de marketing aplicar?



## 4º PASSO: AGIR/CHECAR

Todo o time está ciente do objetivo?

A equipe foi devidamente treinada e orientada?

A meta está sendo atingida?

Quantos clientes estão sendo abordados/dia?

Quais são as melhores fontes de prospecção?

Quais ações de marketing estão sendo mais efetivas?

O faturamento cresce conforme o planejado?

O trabalho de prospecção está surtindo resultado?

O público alvo está sendo alcançado?

O lucro almejado está sendo atingido?





**PROSPECTS**

# Inside Sales Benchmark Brasil

2021 | 5ª edição

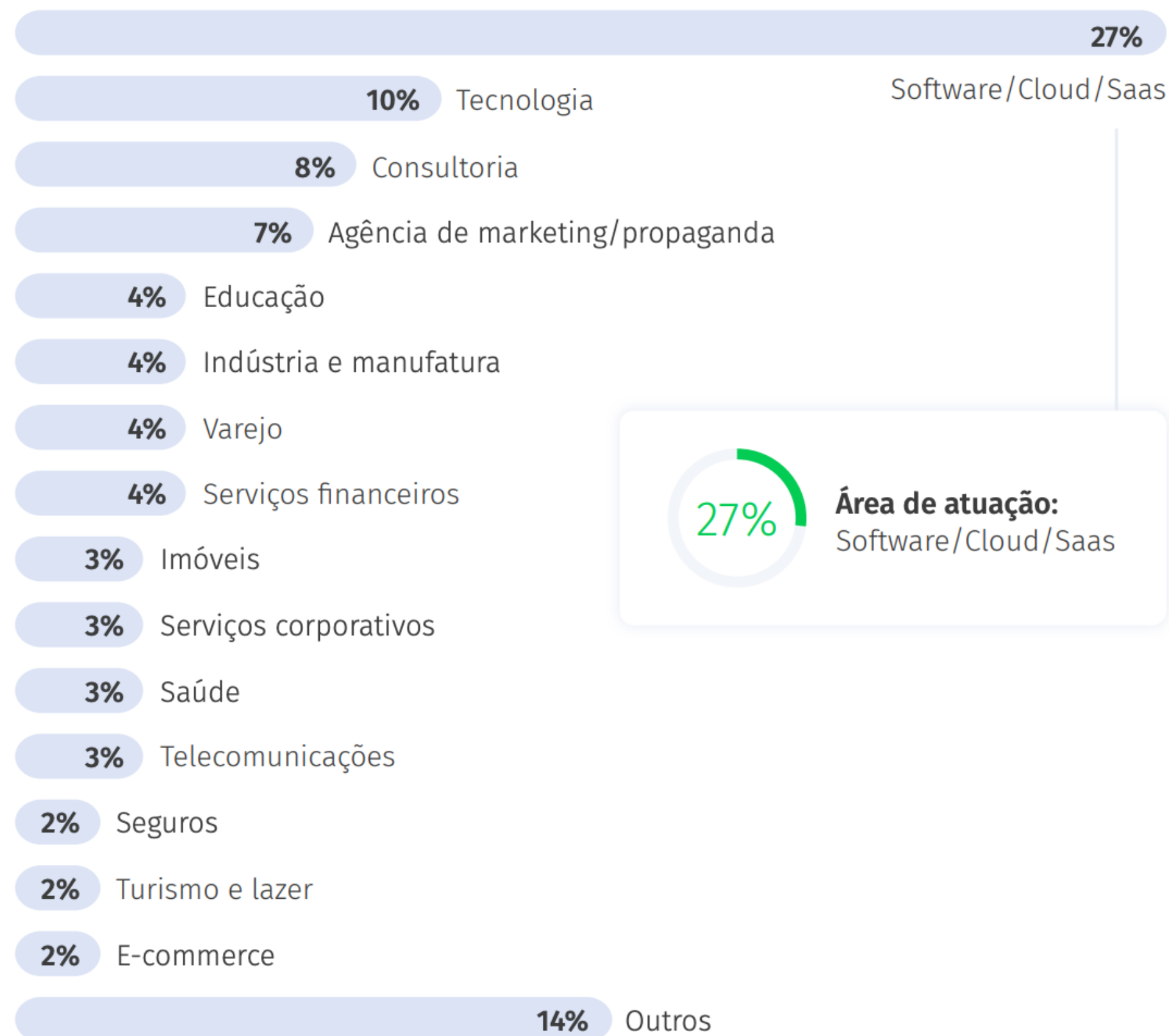


# Perfil dos respondentes

Neste ano, **236 empresas** responderam à pesquisa. A primeira análise deste estudo é justamente do perfil delas. A distribuição das empresas por área de atuação segue o gráfico ao lado.

Assim como em 2020, o setor mais presente na pesquisa foi o de **Software / Cloud / SaaS, com 27%** dos respondentes, exatamente como na última edição. A partir daí a distribuição é bem heterogênea: Tecnologia e Consultoria completam as 3 primeiras posições.

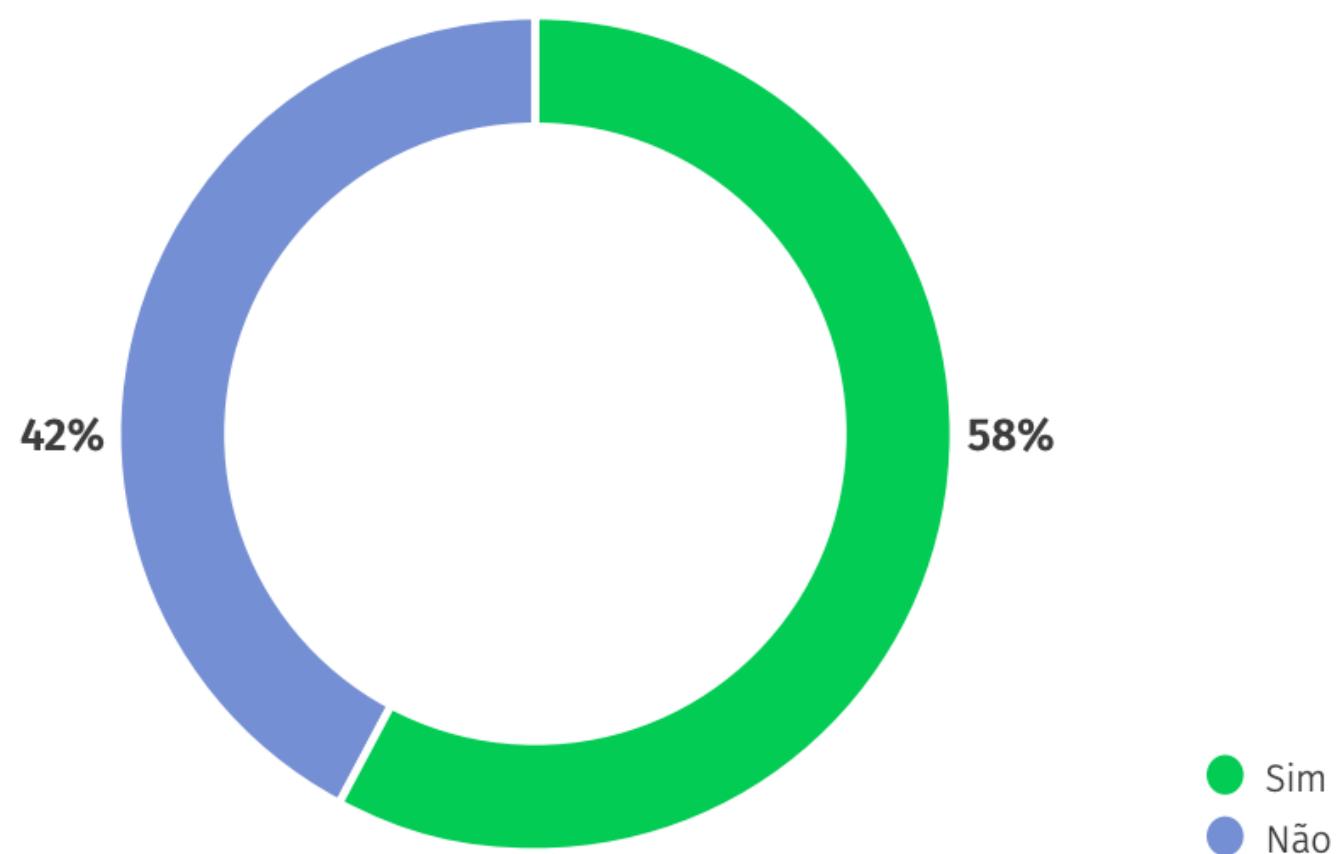
Qual é a área de atuação da sua empresa?



**Área de atuação:**  
Software/Cloud/SaaS

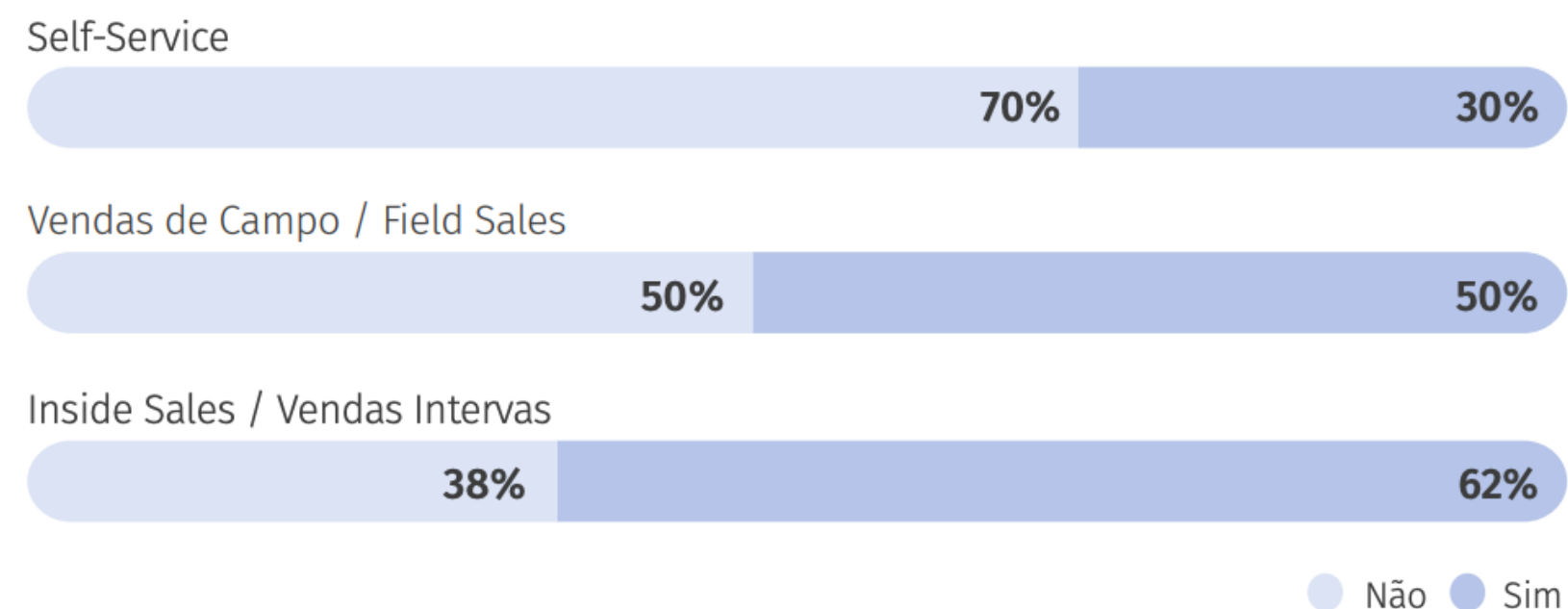
Quando questionadas **se trabalham com pré-vendas**, 58% delas responderam que Sim.

#### Sua empresa trabalha com times de pré-vendas (SDRs, BDRs) em 2020?



Mergulhamos nos dados e confrontamos a adoção de SDRs com o canal de aquisição primário. A adoção de SDRs cresce de **30% em Self-service**, para **50% em Field Sales** e atingindo **62% das empresas que têm Inside Sales** como canal de aquisição primário. Um ponto de atenção é que, semelhante a 2020, 30% dos respondentes que tem Self-service como canal de aquisição primário adotam SDR.

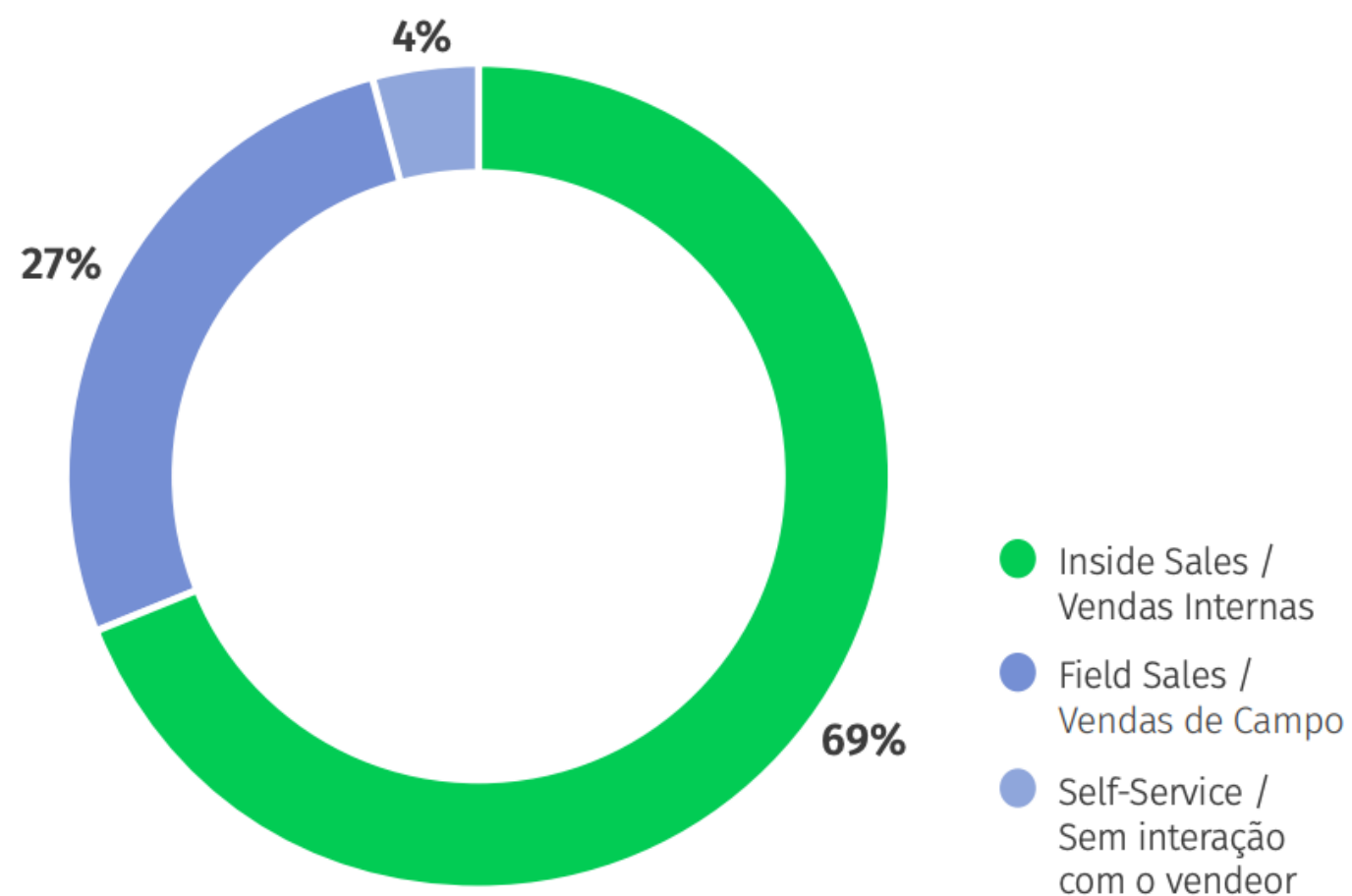
#### Adotou SDR x Canal de Aquisição Primário





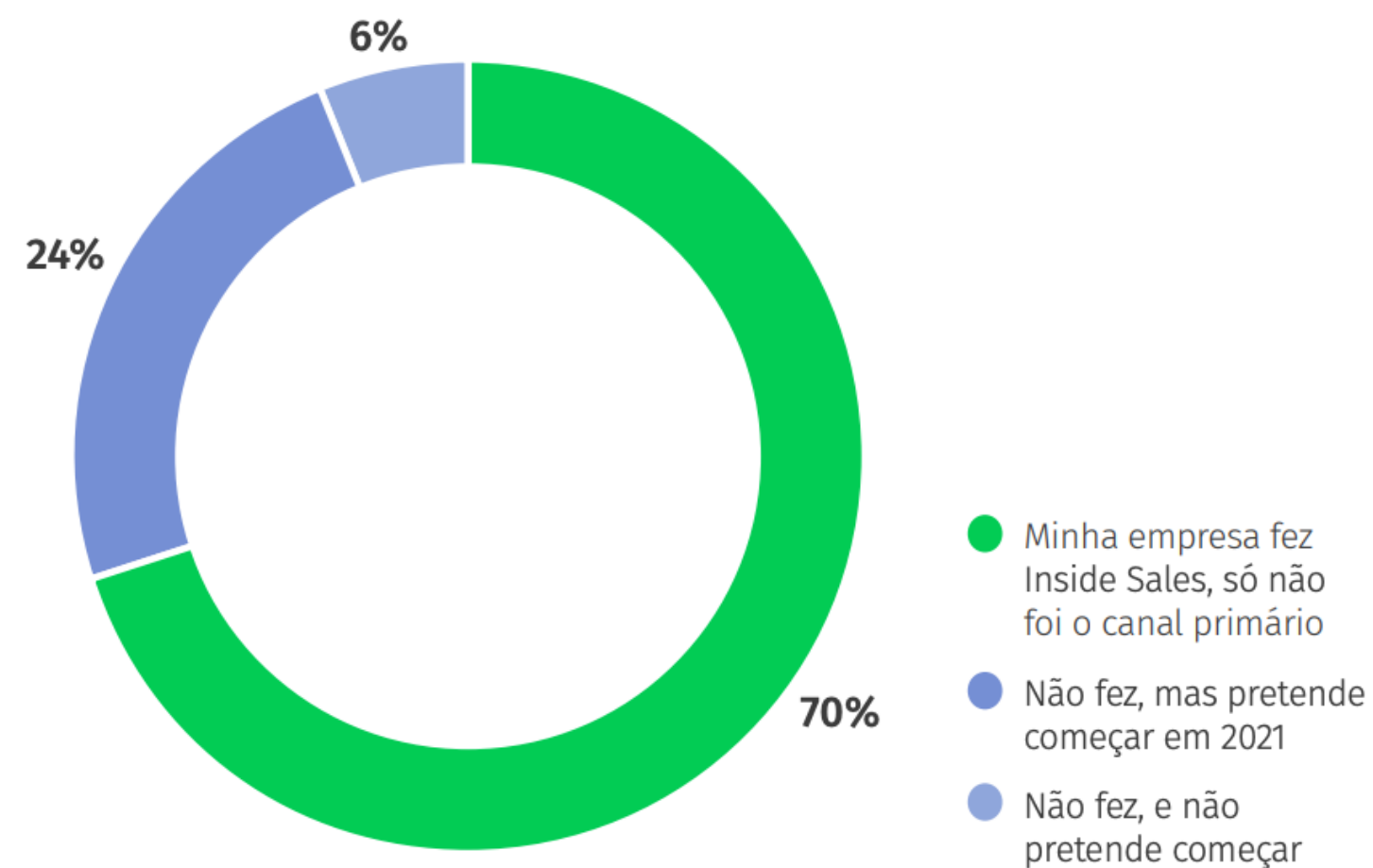
Quando questionadas sobre o **canal de vendas primário** das empresas, **69%** delas responderam **Inside Sales**.

Qual foi o canal primário de vendas para sua empresa em 2020?



Para as empresas que **não têm Inside Sales como canal primário**, perguntamos como elas avaliam o tema:

Mesmo não sendo o canal primário, como sua empresa considera Inside Sales?

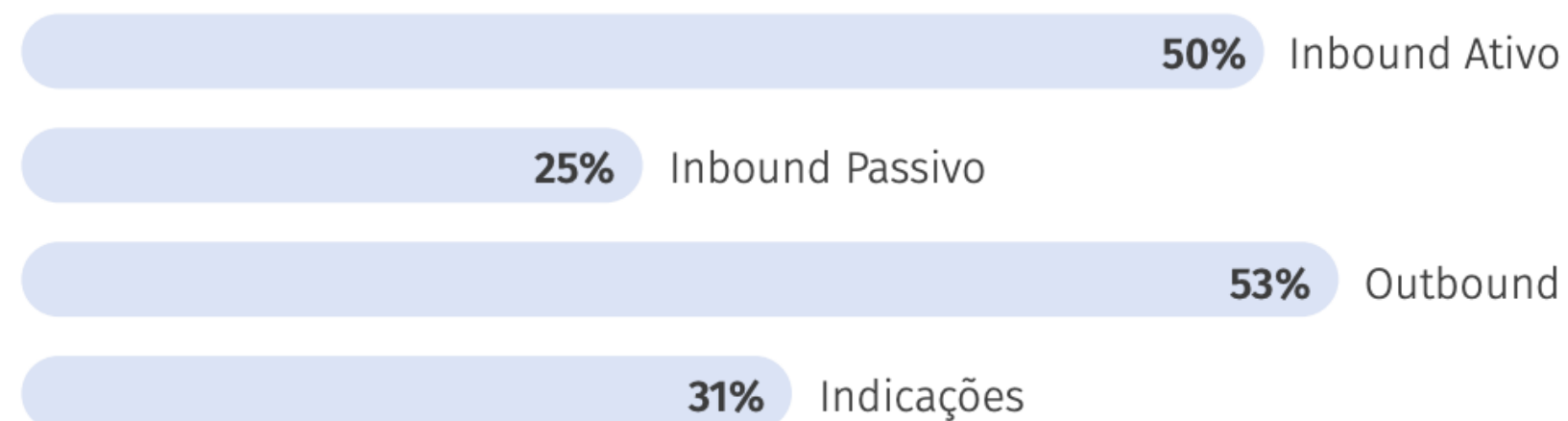


70% delas responderam que fazem Inside Sales, mas a modalidade não é o canal primário e 24% delas pretendem começar ainda em 2021.

No estudo questionamos as empresas sobre qual o modelo utilizado para a geração de leads, sendo as alternativas não excludentes entre si.

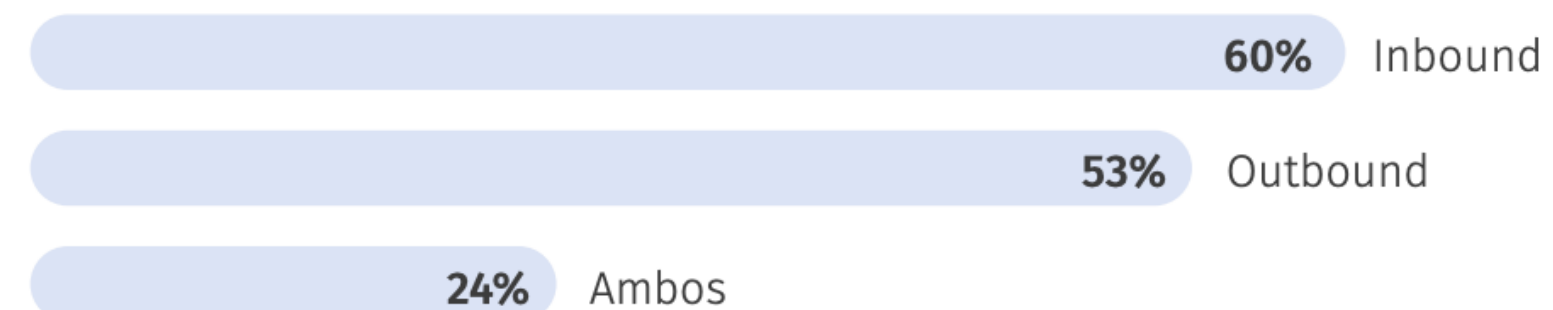
**50% das empresas trabalham com Inbound Ativos** (leads que pediram um contato comercial), e apenas 25% com Inbound Passivos (leads que converteram em um material, mas não pediram contato). 53% das empresas trabalham com leads Outbound (listas construídas ativamente) e 31% delas com Indicações.

Qual foi o modelo de geração de leads para sua força de vendas em 2020?



Agrupando as empresas que fazem algum tipo de Inbound, Outbound e Ambos, a distribuição fica como mostrado abaixo. Vale ressaltar que as alternativas não são excludentes, ou seja, o gráfico não soma 100%.

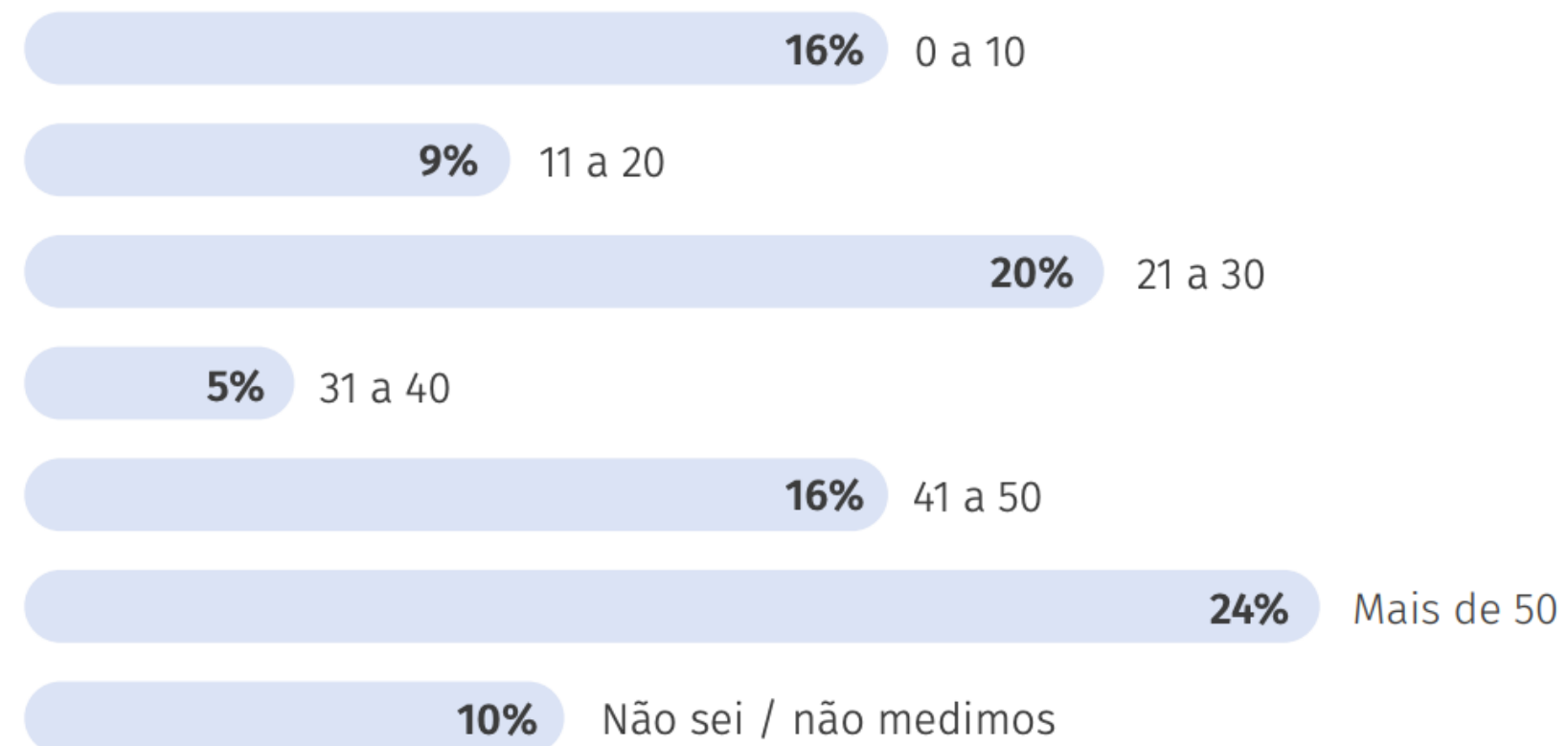
Qual foi o modelo de geração de leads para sua força de vendas em 2020?



Outro aspecto importante para entender como anda a produtividade das prospecções brasileiras é analisar como estão as atividades de prospecção.

Em 2021 separamos novamente os papéis, e questionamos as empresas sobre **quantas atividades de prospecção diárias um SDR e um vendedor fazem**, em média por dia.

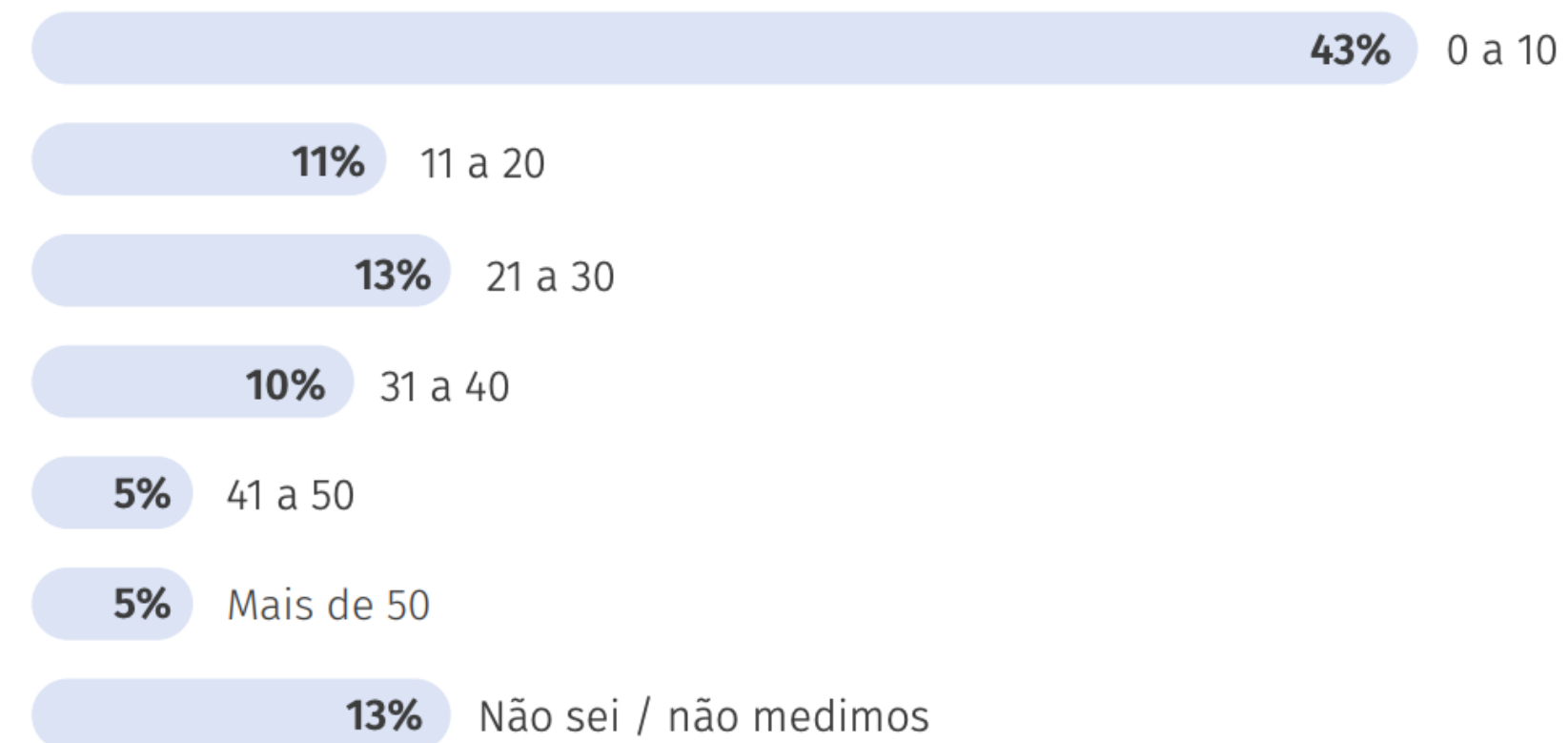
### Em média, quantas atividades de prospecção diárias um SDR fez em 2020?

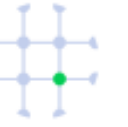


A **média de atividades de prospecção diárias por SDR é de 38 atividades**, 81% maior que a média de atividades diárias de prospecção entre os vendedores (21 atividades).

A distribuição das atividades diárias de prospecção por SDR e por vendedor, dos quais originaram-se as médias acima, seguem os dois próximos gráficos.

### Em média, quantas atividades de prospecção diárias um Vendedor fez em 2020?





Outra análise interessante é compararmos o número de leads abordados e o número de oportunidades geradas, ambos mensalmente, em relação ao modelo de geração de leads (Inbound e Outbound).

**Em operações que fazem Inbound**, os SDRs abordam em média 95 leads e convertem 29 oportunidades por mês, resultando em uma taxa de conversão de 31%.

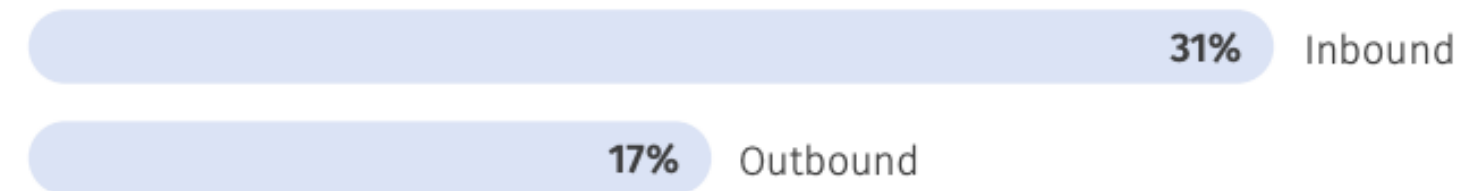
**Já nas operações derivadas do Outbound**, os SDRs abordam em média 78 leads e convertem 13 oportunidades por mês, **a uma taxa de conversão de 17%**.

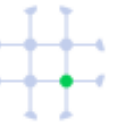
Ambos os parágrafos acima estão retratados nos próximos dois gráficos.

**Leads Abordados por mês (por SDR) e Oportunidades Geradas x Modelo de Geração de Leads**



**Taxa de conversão (média) de Leads em Oportunidades x Modelo de Geração de Leads**





Nas operações comerciais brasileiras, um **SDR gera em média 21 oportunidades comerciais por mês.**

Convém, por hora, apresentarmos um resumo de atividades diárias na prospecção (por SDR), leads abordados por mês e oportunidades geradas de acordo com o ticket médio.

**Essa é uma forma resumida de expressar o esforço e o resultado na prospecção,** e a distribuição segue o gráfico abaixo.

### Atividades Diárias, Leads abordados por mês e oportunidades geradas x Ticket Médio Mensal (Recorrente)

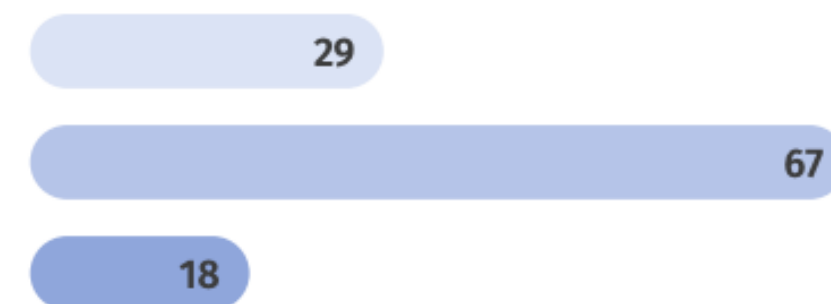
Até R\$ 1k



Entre R\$1k e R\$5k



R\$ 5k +



- Atividades diárias (por SDR)
- Leads abordados por mês (por SDR)
- Oportunidades geradas por mês (por SDR)

# SIMULAÇÃO

## FUNIL DE VENDAS



Meta Leads por dia: 50

1.000 Leads abordados

600 Leads interessados

Taxa de conversão: 10%

Conversão: 60 clientes

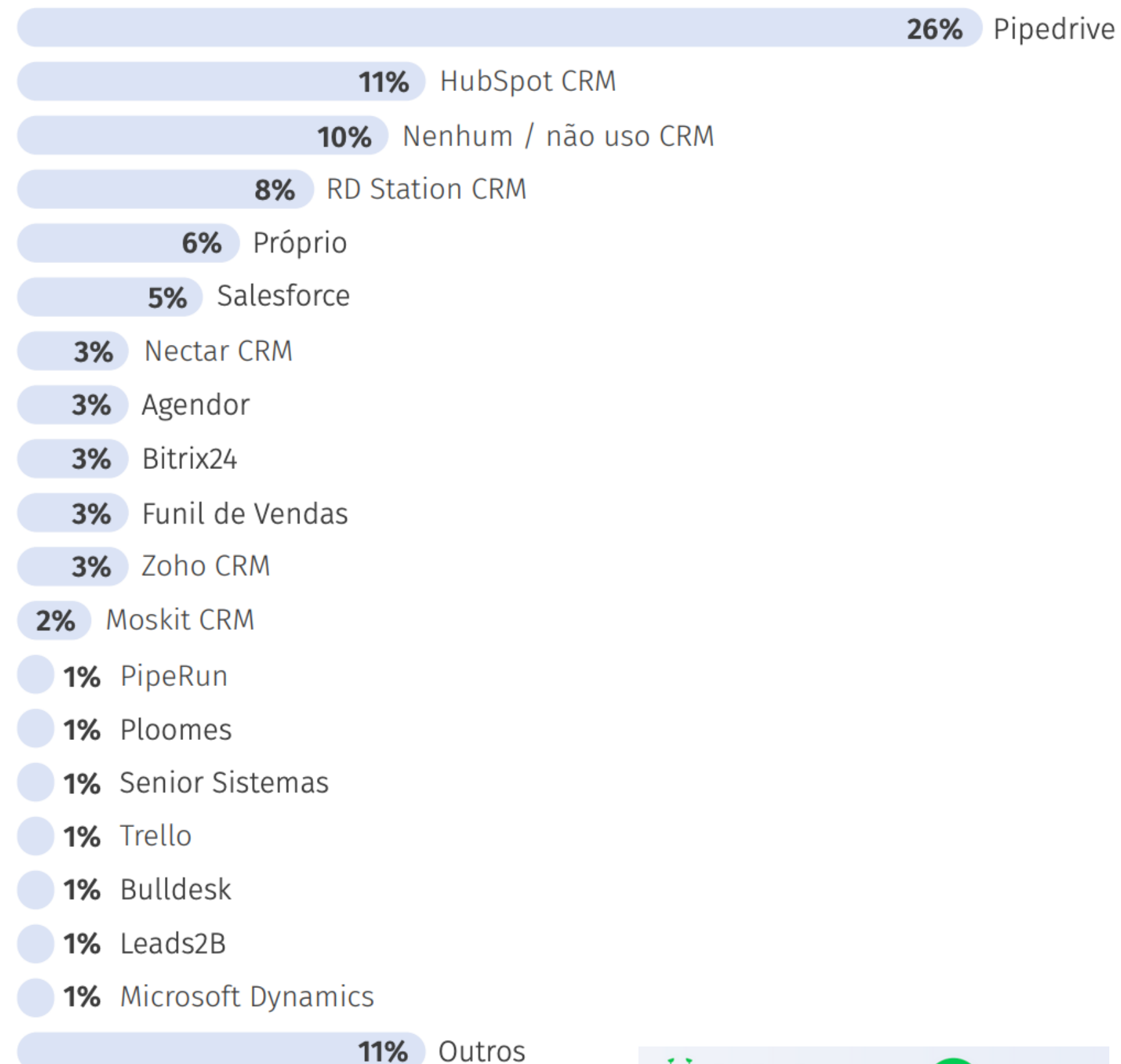
**Ticket Médio: R\$ 1k x 60 = R\$ 60k/mês = R\$ 720 mil/ano**

Pelo quinto ano consecutivo o Pipedrive é o CRM mais utilizado no mercado brasileiro. Outro destaque são a consolidação dos softwares HubSpot CRM e RD Station CRM entre os 3 primeiros.

O dado ainda a se destacar é que **10% das empresas respondentes não usam nenhum software de CRM**, um dos pilares mais básicos de uma operação de Inside Sales.

Na edição anterior esse número era 16%, o que mostra melhoria no índice. Uma das hipóteses para isso é o amadurecimento natural do mercado, aumentando a aceitação dos softwares de CRM pelas empresas.

### Qual software de CRM sua empresa usa?



# O cenário de vendas no Brasil

Edição 2021



## Conheça as 6 tendências que estão definindo o futuro das vendas:

- #1 As vendas virtuais são o novo padrão
- #2 Investir em tecnologia é a resposta para o novo cenário de vendas
- #3 Os negócios não são fechados apenas com confiança e carisma
- #4 Coloque os clientes em primeiro lugar
- #5 Os dados são o diferencial em um cenário de vendas digitais
- #6 A diversidade fornece uma vantagem competitiva essencial





**9Blue**®

TRANSFORMANDO **SONHOS** EM **REALIDADE**.

**CONTE  
CONOSCO!**

## ENDEREÇO

Rua 137, 556, Setor Marista  
Goiânia/GO

## TELEFONE

(62) 99821-7459

(62) 98576-9671 (whatsapp)

## E-MAIL

[contato@9blue.com.br](mailto:contato@9blue.com.br)

## SITE

[www.9blue.com.br](http://www.9blue.com.br)