

EFETIVIDADE

## CINCO MOTIVOS PELOS QUAIS SEU NEGÓCIO PRECISA DE UM CRM

▶▶ Leia na página 6

## Cinco KPIs (Key Performance Indicators) que todo CEO deve analisar

O papel de um CEO (Chief Executive Officer), a liderança máxima em uma organização, é fundamental para o bom andamento do trabalho, independentemente da área de atuação.

Para gerenciar equipes e modelos de negócios, é essencial que esse executivo tenha indicadores-chave que possam mensurar desempenho e performance.

As chamadas KPIs (do acrônimo em inglês Key Performance Indicators, ou indicadores-chave de desempenho, em tradução literal) são ferramentas fundamentais para a estratégia de crescimento de uma empresa e auxiliam a identificar e corrigir o que não está funcionando como deveria.

Para muitos líderes, a forma de estruturar indicadores essenciais para uma análise assertiva, sobretudo nos seus resultados, causam algumas dúvidas. Por isso, Dener Lippert, CEO da V4 Company, rede de profissionais que implementa e otimiza o processo de vendas através da internet, listou cinco KPIs importantes no dia a dia da V4 e que, sem dúvida, irão auxiliar muitos gestores nas conduções de suas companhias. Confira:

**1. LTV/CAC** - O LTV (sigla em inglês do termo Lifetime Value) é o valor do cliente ao longo do tempo de vida e ele precisa ser multiplicado com o ARPU (Average Revenue Per User), que é a receita média que um usuário deixa ao longo da sua jornada. Por exemplo: um consumidor compra em média cinco vezes o valor que ele gastou na primeira vez que foi à sua loja. Se o valor foi de R\$300,00, ele tem um ARPU de R\$1.500,00.

**Margem de Contribuição:** descontando todos os custos variáveis da venda como impostos, frete e comissão, quanto sobra para contribuir com os custos fixos? Essa é sua margem de contribuição. Vamos dizer que ela seja 40%, portanto seguindo o exemplo acima seu LTV seria R\$ 1500 - 40% = R\$ 600,00.

O segundo indicador é o CAC (Customer Acquisition Cost), que é quanto você gasta para adquirir um cliente. Vamos dizer que você fez uma campanha no Instagram investindo R\$1.000,00 e ela trouxe cerca de 10 clientes novos. Seu CAC foi



R\$100,00 nessa campanha. Sendo assim, o LTV/CAC aqui seria igual a  $600/100 = 6$ . Conforme o cálculo, isso quer dizer que a cada real investido, sua empresa ganhou R\$ 6,00 de margem.

**2. MRR/GMV** - O formato de plataforma está presente em diversas empresas, principalmente nos negócios de grande porte, como redes sociais e marketplaces, que são os maiores exemplos desta tendência. O principal indicador financeiro de uma plataforma como essa no varejo é o GMV (Gross Merchandise Volume) que refere-se a quanto um empreendimento, por exemplo, o Mercado Livre movimentou.

É diferente da sua receita, pois o GMV é o valor total transacionado na plataforma que deixa uma taxa para ela. Em paralelo a essa análise do GMV, é importante acompanhar o MRR (Monthly Recurring Revenue). Essa taxa é utilizada por empresas que atuam com assinaturas, como as SaaS (Software as a Service), para calcular os valores que entram mês a mês e, inclusive, prever ganhos futuros.

**3. MHS:** Must Have Score - A dependência dos consumidores por produtos como Apple, Google e Instagram segue crescendo, por isso essas empresas têm grande retenção e lucram bastante. Uma forma de medir esse nível de dependência é com a pesquisa de satisfação "Must Have Score". A ideia é separar uma amostra estatisticamente representativa da sua base de clientes e perguntar: Como você se sentiria se meu serviço não existisse mais?

(A) Muito decepcionado; (B) Pouco decepcionado; (C) Nada decepcionado (inútil); (D) Já nem quero usar mais. A referência ideal é que 40% das

respostas sejam (A), um indicio que seu produto/serviço tem um bom fit com o mercado. O restante que der outra resposta, vale monitorar para trazê-los para o nível da dependência.

**4. Integração/Onboarding** - Contratar pessoas é um processo importante tanto para o entrevistado quanto para a empresa. Colaboradores que passam por um procedimento de integração bem estruturado, iniciam o trabalho mais motivados. Isso acontece porque a insegurança é deixada de lado e ela dá lugar ao anseio de contribuir com a empresa e com os colegas.

O onboarding é o processo que promove a integração do recém-contratado ao time. Uma boa maneira de fazer isso é realizando um encontro para apresentação dos novos colaboradores do mês e promovendo um momento de aproximação. Assim, o desconforto desaparece e o clima organizacional só se beneficia.

**5. Churn rate** - Construir uma boa relação com o cliente é uma das maiores preocupações de muitas empresas. O propósito da companhia sempre é resolver o problema dos consumidores, afinal reter um cliente pode ser o caminho mais benéfico e lucrativo para um negócio.

Ao passo que um dos principais KPIs para acompanhar isso é o Churn Rate, uma métrica que representa quantos % da sua base de clientes deixaram de comprar na cadência média ou cancelaram um contrato. Por isso, mais importante do que acompanhar a evolução desse indicador é pegar todos os clientes que caíram e tentar fazer um dossiê com as causas e as soluções, para que esse problema não se repita mais. Fonte: Fala Criativa (<https://www.facebook.com/falacriativa>).

### Negócios em Pauta

Foto: canon.com/reprodução



### Imagem Digital

A Canon, líder mundial em desenvolvimento de soluções de imagem digital, anuncia que atingiu a marca de 150 milhões de lentes intercambiáveis RF e EF1 fabricadas. O número foi conquistado em janeiro com a produção da lente RF 70-200mm F2.8L IS USM. A Canon começou a produzir lentes em 1987 na Fábrica Utsunomiya. A produção de lentes EF chegou à marca de 10 milhões de unidades em 1995. Em 2009, ultrapassou o limite de 50 milhões. Em abril de 2014, celebrou sua primeira conquista mundial por ter fabricado 100 milhões, e agora, um novo recorde mundial, ao fabricar sua 150ª milionésima lente. Colocadas de ponta a ponta, todas as lentes fabricadas até agora mediriam 12.450 km de comprimento—algo quase equivalente ao diâmetro da Terra, que mede aproximadamente 12.742 km.

▶▶ Leia a coluna completa na página 3

### News@TI

Reprodução/<https://www.dynatrace.com/>

### Evento de performance digital

@A Dynatrace, líder mundial em inteligência de software, anuncia o Dynatrace Perform 2021 – maior evento de performance digital do mundo, com participação de mais de 3.500 usuários das soluções da empresa. A edição deste ano será virtual e acontecerá entre os dias 8 e 11 deste mês, com palestras e apresentações de personalidades da indústria de TI, dos negócios e muito mais. Para acompanhar, é necessário fazer a inscrição gratuita (<https://www.dynatrace.com/perform-2021/agenda/>). A programação inclui ainda a apresentação de marcas líderes de mercado, como Experian, Zurich e Mitchells & Butlers, que contarão experiências sobre processos de transformação digital e como a Dynatrace tem ajudado a garantir máxima performance nessa jornada. A agenda completa está disponível em <https://www.dynatrace.com/perform-2021/agenda/>. ▶▶ Leia a coluna completa na página 2

### 52% das pessoas sofrem de ansiedade no ambiente de trabalho

Colaboradores se sentem mais conectados aos colegas de trabalho do que à liderança da empresa e isso gera ansiedade. Isso ocorre porque a proximidade é que gera conexão. A falta dela, e de tudo o que vem junto como empatia e escuta-ativa, acaba provocando sentimentos negativos no ambiente de trabalho, como frustração, cansaço e desânimo. Esta é uma das conclusões da pesquisa inédita 'Comunicação Não-Violenta nas Organizações no Brasil', lançada pela Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (Aberje). ▶▶

### Sete verdades para impulsionar negócios neste ano

O ano que parou por alguns momentos a nossa vida (2020) trouxe muitas reflexões, dúvidas e ainda deixa insegurança. Mais do que a vacina aplicada, ainda existem novas etapas que estão por vir, um verdadeiro processo para que possamos retomar a nossa tranquilidade novamente. Pensando em tudo o que aprendemos e em toda a capacidade da nossa sociedade em superar dificuldades, se reinventar e driblar crises, selecionei sete pontos cruciais que podemos levar como experiência para a nossa vida, especialmente, usando esses aprendizados como ferramentas para o ano de 2021. ▶▶

### A anatomia de um ataque cibernético

Era uma quinta-feira, dez e meia da noite, e estávamos na segunda semana de trabalho incansável recuperando os servidores e as informações de uma grande companhia brasileira que tinha sofrido um ataque cibernético e estava sem operar havia sete dias consecutivos. Ao telefone com o presidente da empresa, expliquei porque todo o investimento em segurança tinha sido em vão. Detalhei o método utilizado pelo atacante e discorri sobre os erros cometidos, sobre as decisões erradas, e finalmente sugeri as soluções que precisavam ser implantadas imediatamente para voltarem à operação. ▶▶

Para informações sobre o

### MERCADO FINANCEIRO

faça a leitura do QR Code com seu celular



### Política

### O influencer

Por Heródoto Barbeiro



▶▶ Leia na página 2