



# Workshop de Marketing Estratégico e Inteligência Competitiva na Prática



 **Pesquisa Inteligência Empresarial, MKT e Vendas**

 **Realidade, Desafios e Cenários Marketing e Vendas**

 **Parcerias estratégicas no setor de TIC**

 **Método REVIE – Rede de Valor para Inteligência Empresarial**

 **Ações nas empresas de TIC: valor com resultados**

 **Rede de Valor de Parceiros REVIE**



# **Pesquisa sobre Inteligência Empresarial e Melhores Práticas em Marketing e Vendas**



# Amostra da Pesquisa



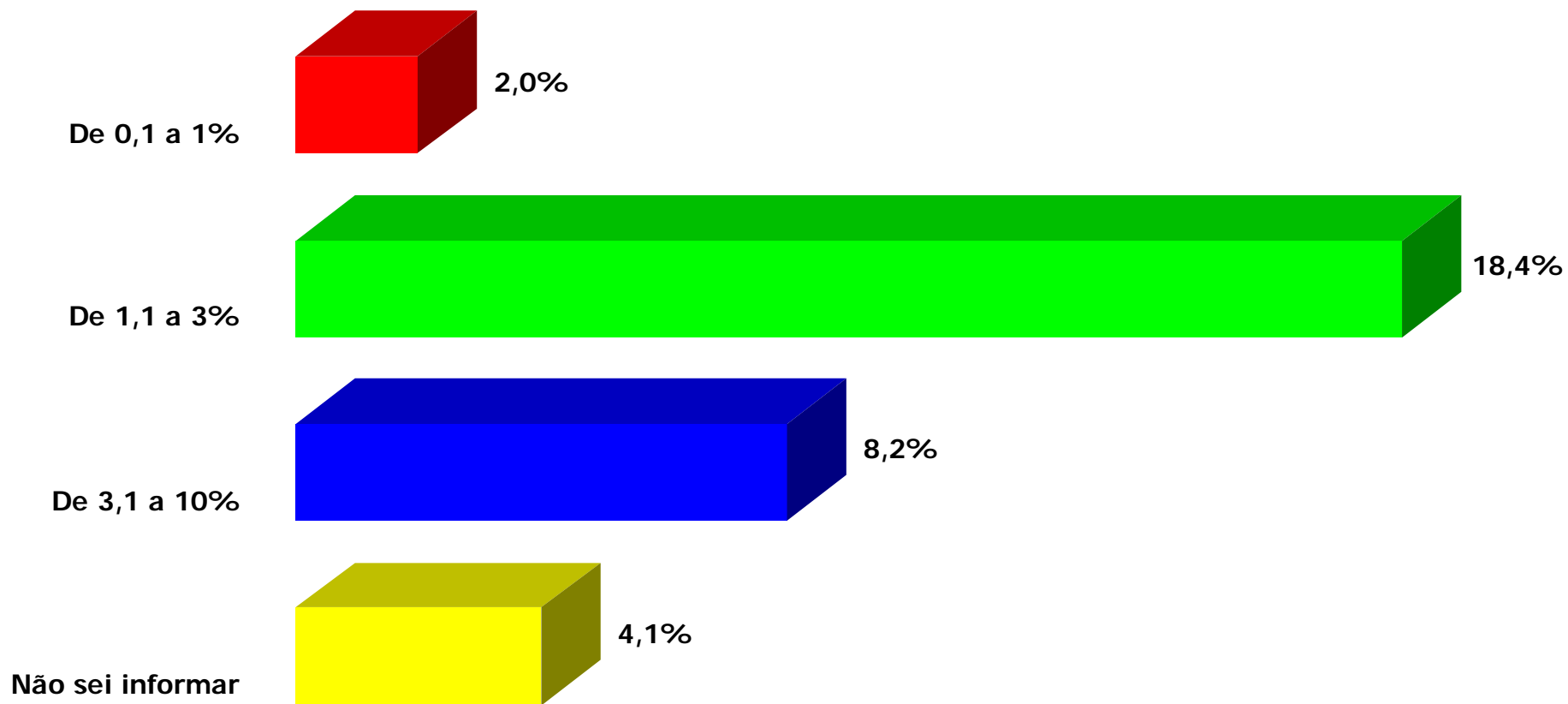
**Amostra:** 50 Empresas participantes

**Público-Alvo:** Profissionais da área de Marketing e Vendas em empresas de TI, indústria e setor de serviços

# Faturamento x Iniciativas de Marketing



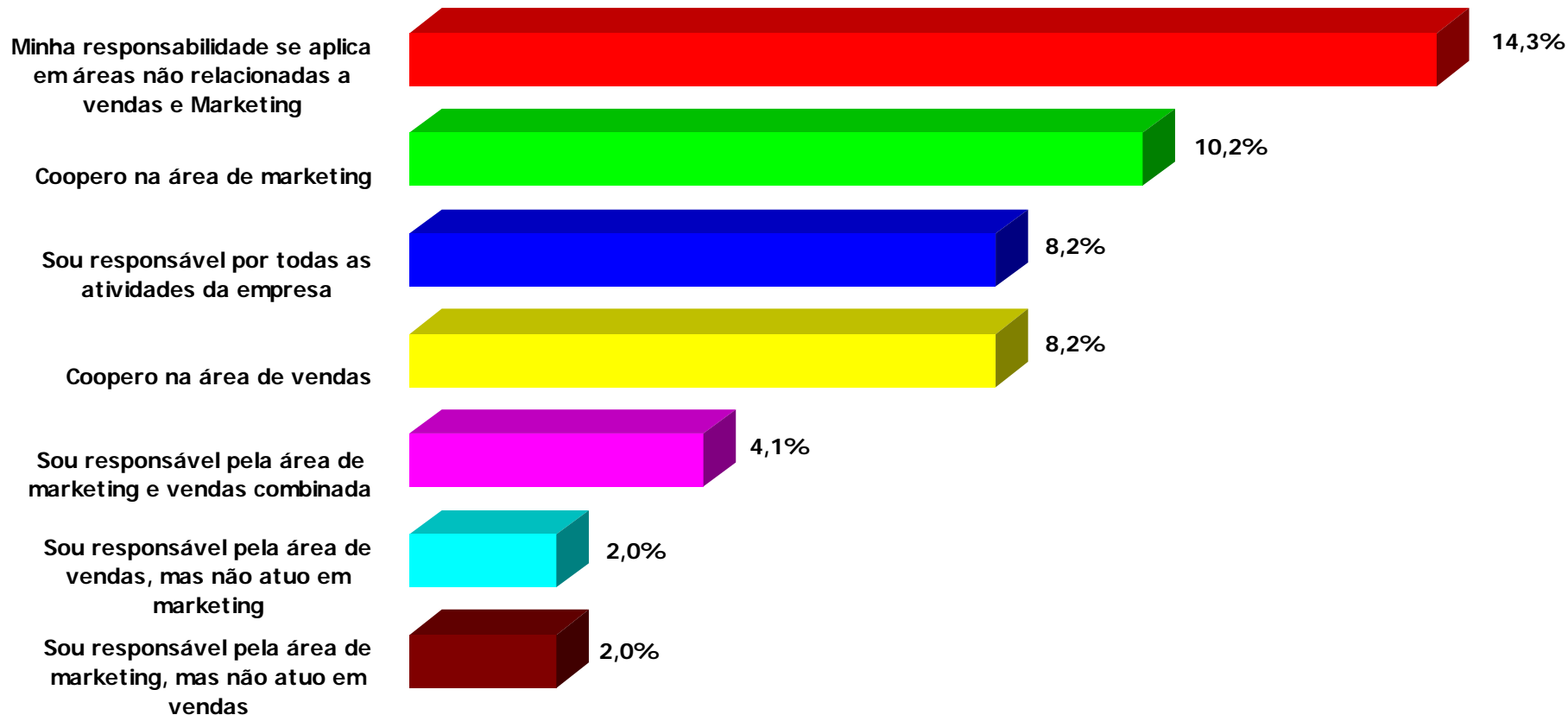
Qual é o percentual do faturamento anual da empresa que é alocado como orçamento das iniciativas de marketing no ano em curso?



# Responsabilidades Atuais na Empresa



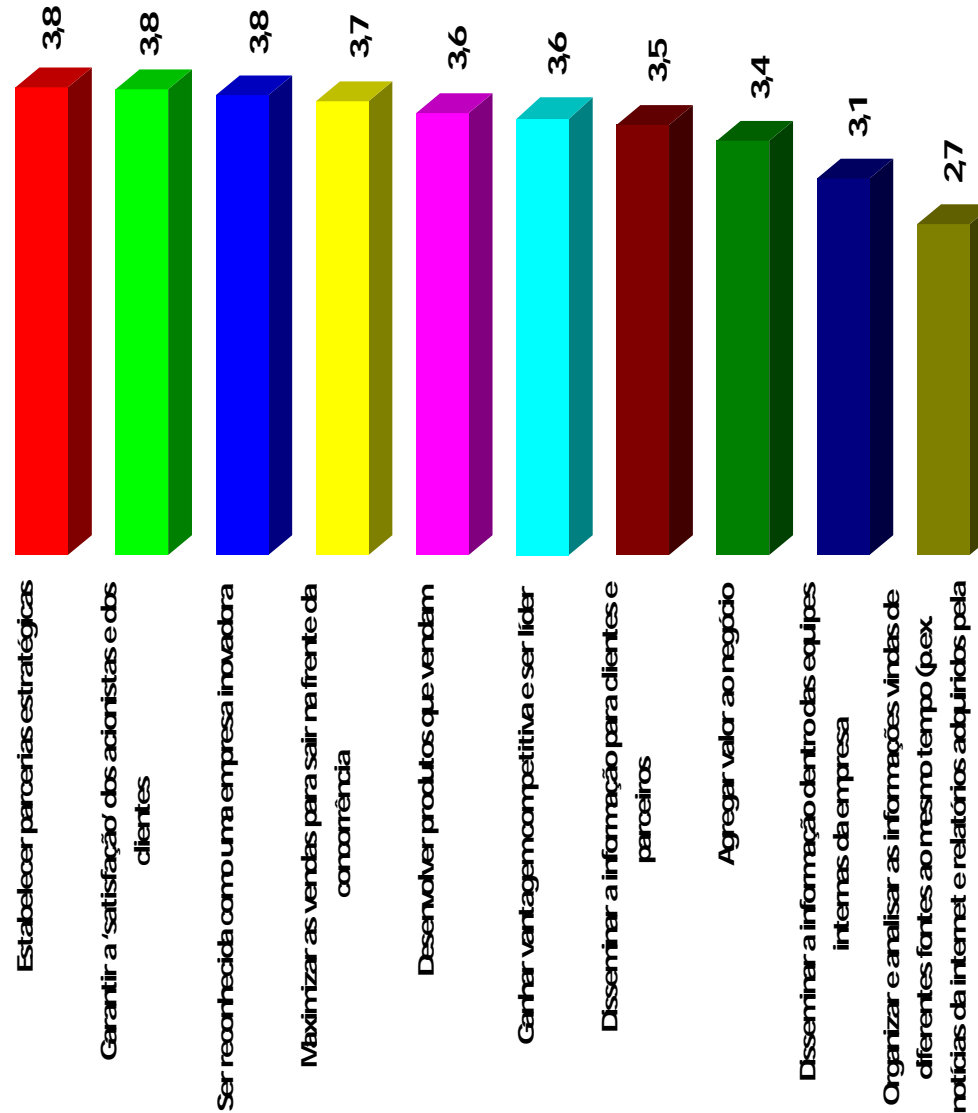
Quais destas descrições melhor se aplica às suas responsabilidades atuais na empresa?



# Dificuldades em Marketing e Vendas



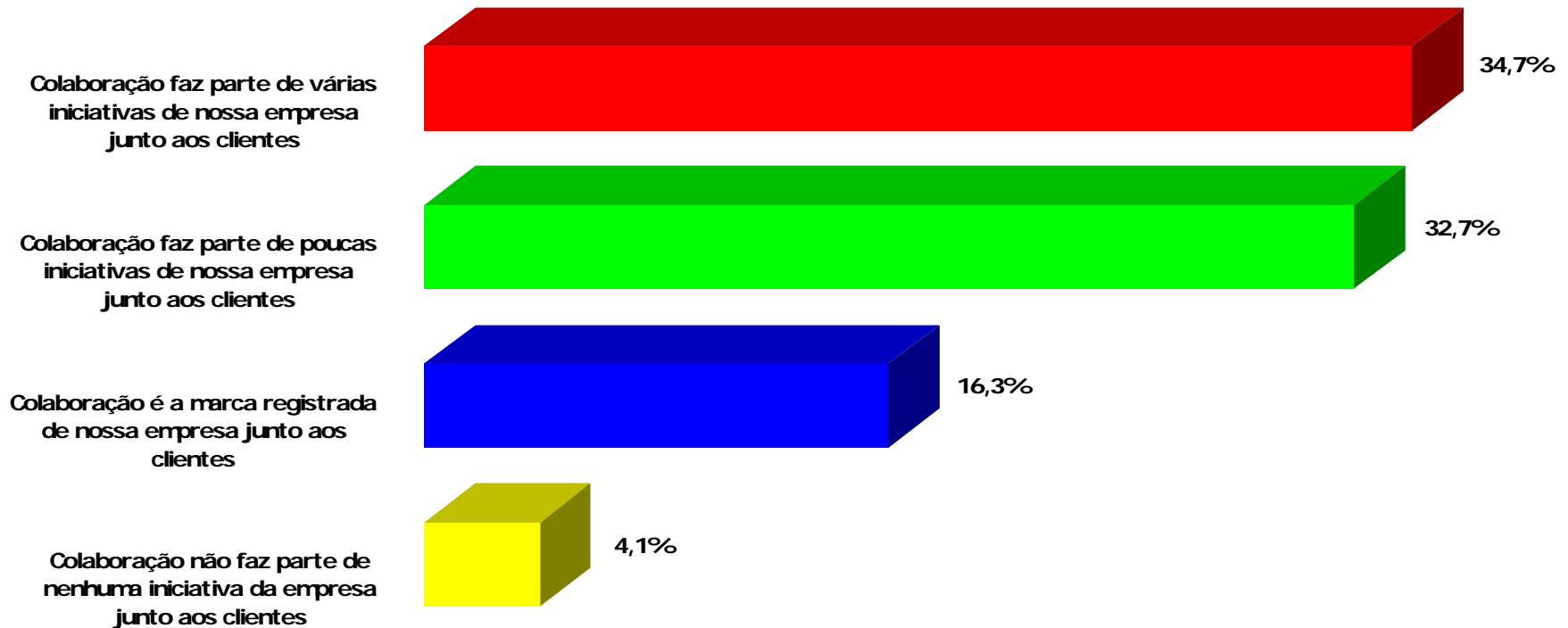
Indique, na percepção da sua empresa, qual o grau de dificuldade para as equipes de Marketing e Vendas, desenvolver as seguintes tarefas, (usando uma nota de 1 a 5):



# Colaboração com os Clientes nas Ações de Marketing e Vendas



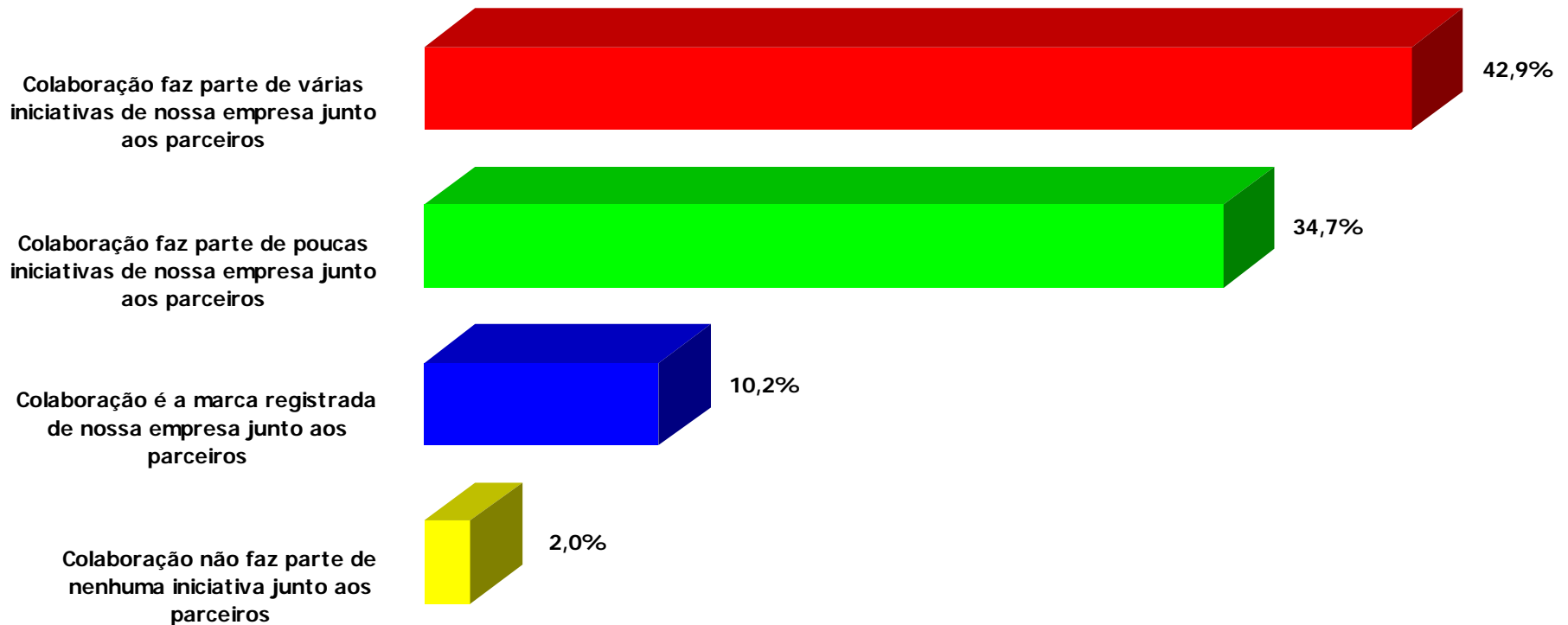
Na sua opinião, como você avalia o grau de COLABORAÇÃO com os clientes nas ações de Marketing e Vendas dos produtos e serviços na sua empresa?



# Colaboração com os Parceiros nas Ações de Marketing e Vendas



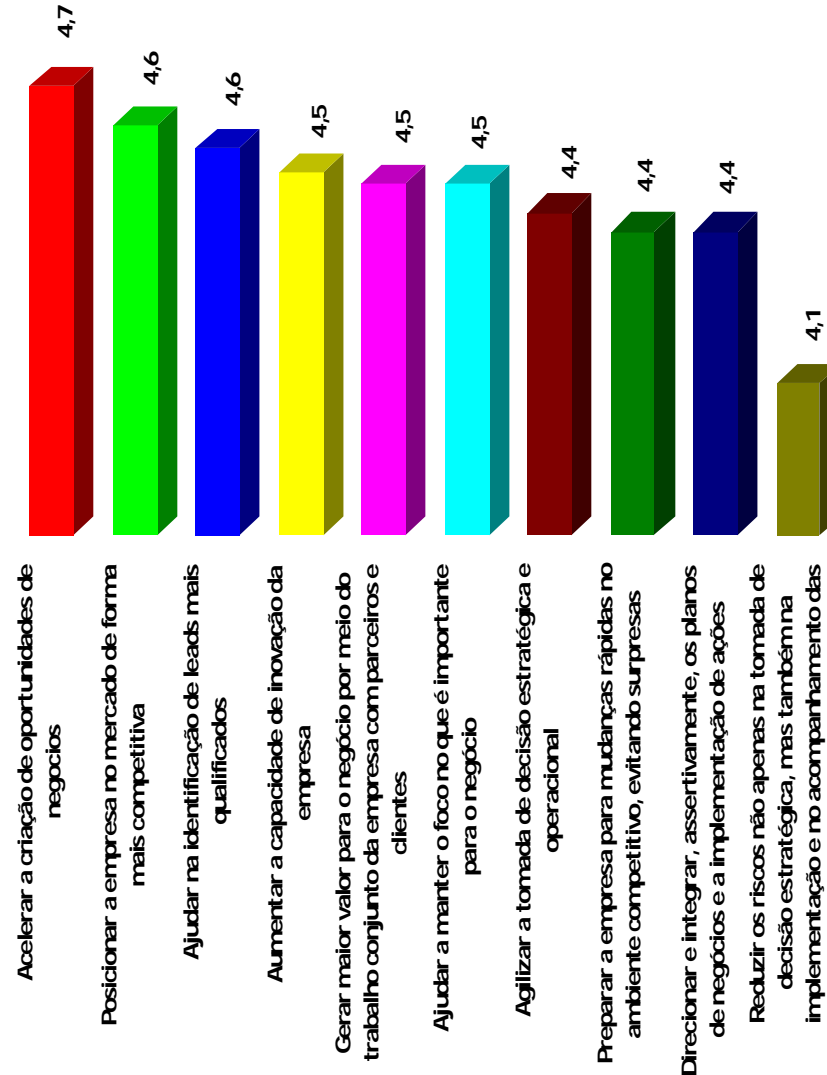
Na sua opinião, como você avalia o grau de COLABORAÇÃO com os parceiros nas ações de Marketing e Vendas dos produtos e serviços na sua empresa?



# Integração das ações de Marketing e Vendas



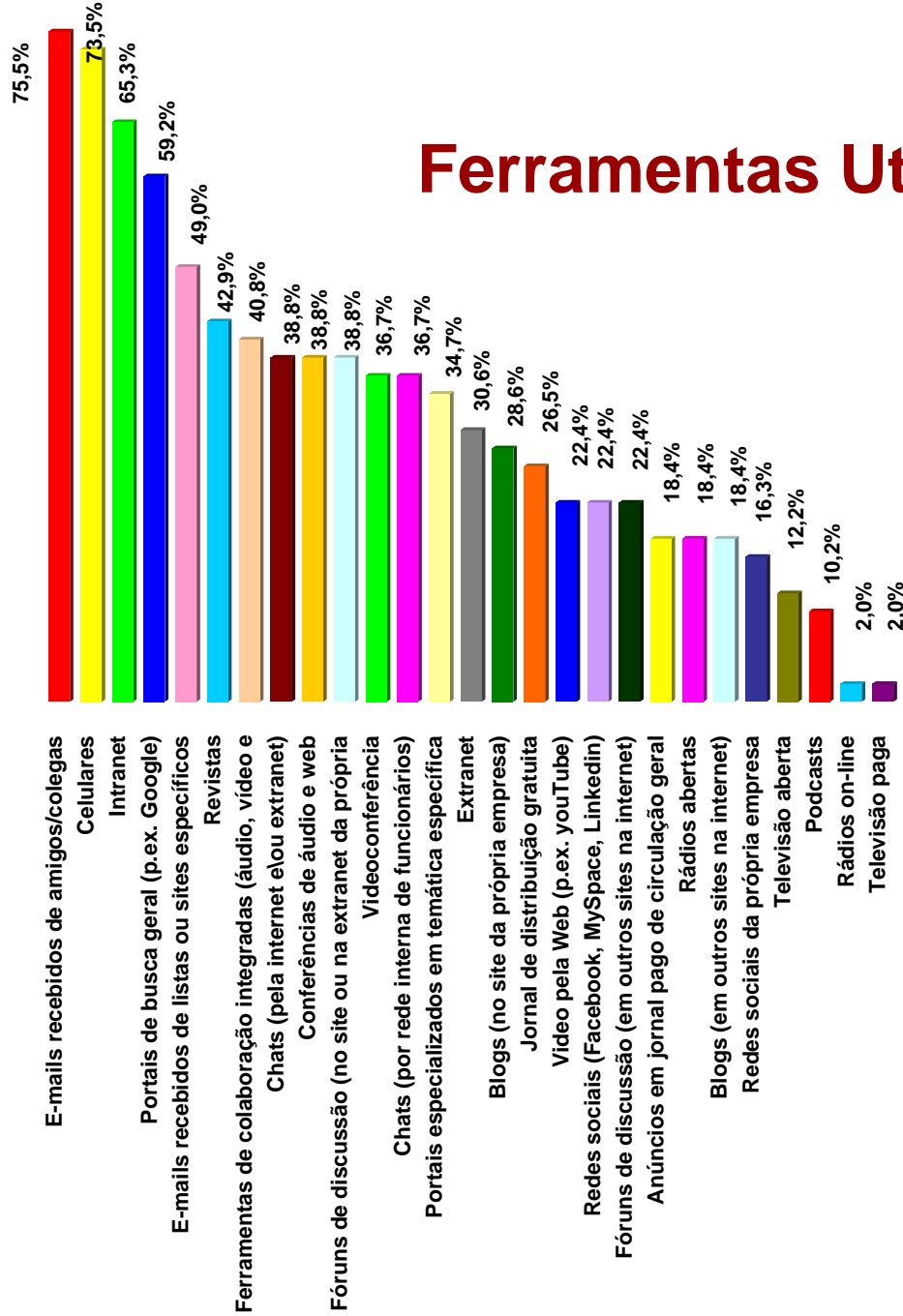
Indique por meio de uma nota de 1 a 5, como você avalia o benefício que sua empresa pode obter com a integração das ações de Marketing e Vendas englobando produtos/serviços, clientes, parceiros e inteligência de mercado:





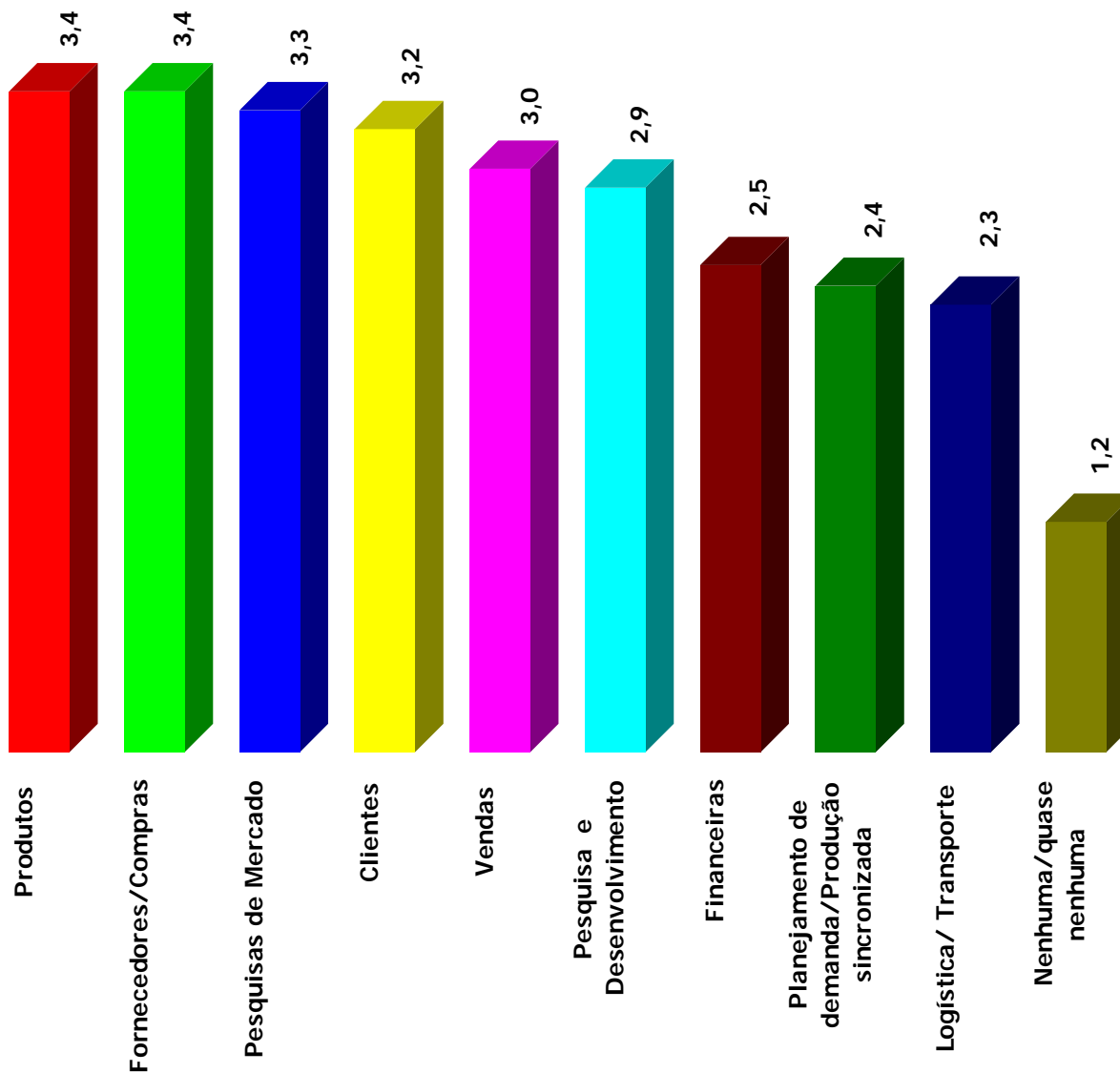
# Ferramentas Utilizadas pela Empresa

Marque, dentre as alternativas abaixo, todas aquelas que são utilizadas pela sua empresa, independentemente da finalidade:



# Informações Compartilhadas com Parceiros

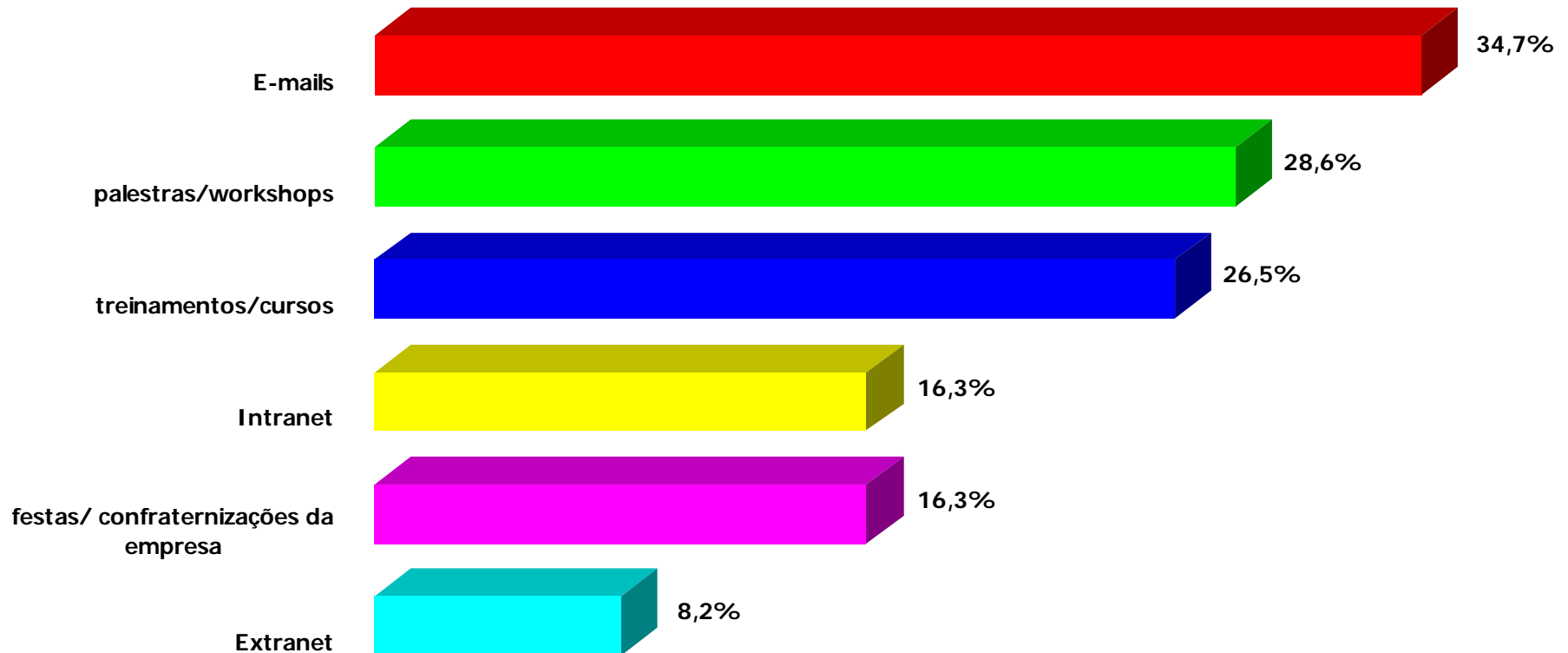
Indique, por meio de uma nota de 0 a 5 (ONDE 5 INDICA MAIS UTILIZADA E 0 NÃO UTILIZADA),  
quais informações a empresa compartilha com os seus parceiros de negócios hoje?



# Divulgação de Marketing e Vendas Utilizadas pela Empresa



Quais destas formas de divulgação das melhores práticas em Marketing e Vendas são utilizadas na sua empresa? Marque todas que se aplicam.





# Realidade, Desafios e Cenários

## Mercado de TIC - Marketing e Vendas



# Realidade Mercado Brasileiro de TI



**Receita das empresas de TI em Hardware, Software e Serviços em 2008:**

**US\$ 29,4 bilhões**

## Drivers do Mercado

- Mercado interno forte e diversificado: 8º maior PIB de TI do mundo.
- Investe 3 % do PIB em TI, média de países mais avançados = 6 %.
- 4o maior mercado de PCs - 60 milhões em uso no ano de 2008
- Mercado aberto e competitivo
- Uso intensivo de diversas plataformas: Oracle, SAP, TOTVS, BI, CRM, SOA, EAI, Mainframe, Unix, Linux, .Net, Java, Natural Adabas, entre outras
- Abordagem de negócios para tecnologia adquirida do mercado local: Serviços Financeiros, e-Gov, Manufatura, Telecom, Petróleo e Gás e Varejo.

# Realidade Mercado Brasileiro de TI



## Movimentos concretos de globalização

- Consolidação de empresas brasileiras nos mercados americano e europeu: Stefanini, CPM Braxis, BRQ.
- Ações efetivas do ITS/Softex para apoiar empresas de pequeno e médio porte de TI na abordagem e realização de negócios na AL e USA:
- PSV Gestão Empresarial no NE USA e PSV Finanças na Florida.
- **Brasscom:** [www.brasscom.com.br](http://www.brasscom.com.br)
- **ActMinds:** [www.actminds.com.br](http://www.actminds.com.br)

# O Mundo Colaborativo: mas o que está acontecendo?



- Comunidades tiram poder das instituições
- Amadores tomam lugar de profissionais
- Informação na ponta dos dedos, gratuita e em alto volume (ex: Google, Blogs, Wikipedia, Podcasts etc)
- Consumidores como advogados da marca; inovação criada pelo cliente
- Empresas adotando modelos colaborativos em redes de negócios (b-webs)



Era Web 2.0: evolução da internet com a nova web abre novas frentes de inovação, conhecimento e geração de valor para as empresas.

# O Mundo Colaborativo: a Era Web 2.0



## Elements of the Web's Next Generation



Fonte: [http://content.zdnet.com/2347-9595\\_22-10672-10673.html?seq=1](http://content.zdnet.com/2347-9595_22-10672-10673.html?seq=1)

# Convergência: agregando no Customer Experience



O ambiente de convergência transforma e revoluciona a experiência dos consumidores.

## Mundo Convergente



# Business Intelligence (Inteligência de Negócios)



## Ranking das 10 tecnologias: prioridades dos gestores de TI da América Latina

1. **Business Intelligence**
2. **Aplicações de negócios** (ERP, CRM e SCM)
3. **Tecnologias de armazenamento** (virtualização)  
ocupava a 8ª colocação em 2008.
4. **VoIP**
5. **Atualização, modernização e substituição de sistemas legados.**
6. **Tecnologias de segurança**
7. **Tecnologias colaborativas**
8. **SOA**
9. **Aplicações e aparelhos de mobilidade**
10. **Gerenciamento de fluxo de trabalho**



# Parcerias estratégicas no setor de TIC: drivers, evolução e modelos de colaboração





## Parcerias Estratégicas - Drivers



- ✓ Alianças e Parcerias, F & A: prática mundial em mercados competitivos.
- ✓ Convergência em TIC: faz com que as empresas revejam a cadeia de valor.
- ✓ Crescimento de soluções convergentes.
- ✓ Disparada do Full Outsourcing em Telecom.
- ✓ 85% dos CEOs pretendem entrar em parcerias para aproveitar as oportunidades de integração global – e mais da metade planeja fazê-lo intensivamente. Fonte: Estudo Global de CEO da IBM. 2008



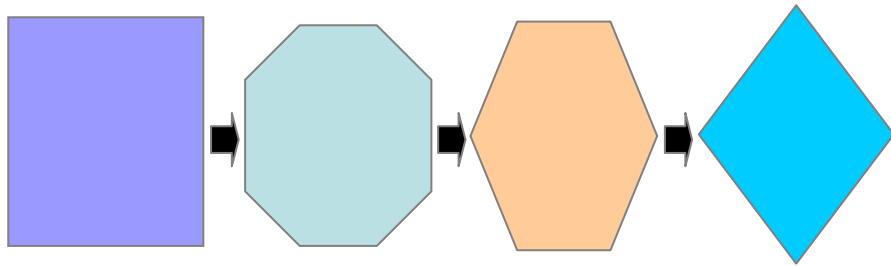
## ↑ Inteligência de Parceiros

- ✓ Modelos Colaborativos de Negócio: relação win-win
- ✓ Benchmarking com outras indústrias

# Evolução da Cadeia Produtiva para Rede de Valor

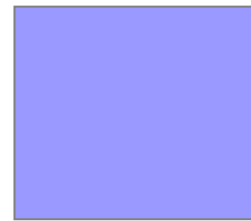


## Cadeia Produtiva:

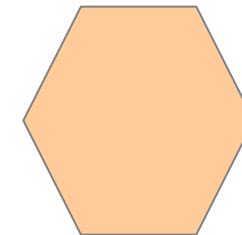


## Rede Colaborativa de Valor:

Fornecedor



Distribuidor



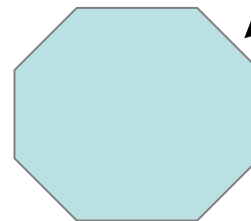
e-Transformation



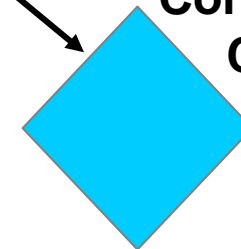
web  
hubs



Consumidor/  
Cliente



Manufatura



Varejo

Processo Serial



# Formação de Redes de Valor e de Cooperação Empresarial em TI



**A Virtus** IS

**PORTODIGITAL**

**AVAYA**

**Microsoft**

**actminds**



# Desafios de Marketing e Vendas



# Desafios de Marketing e Vendas



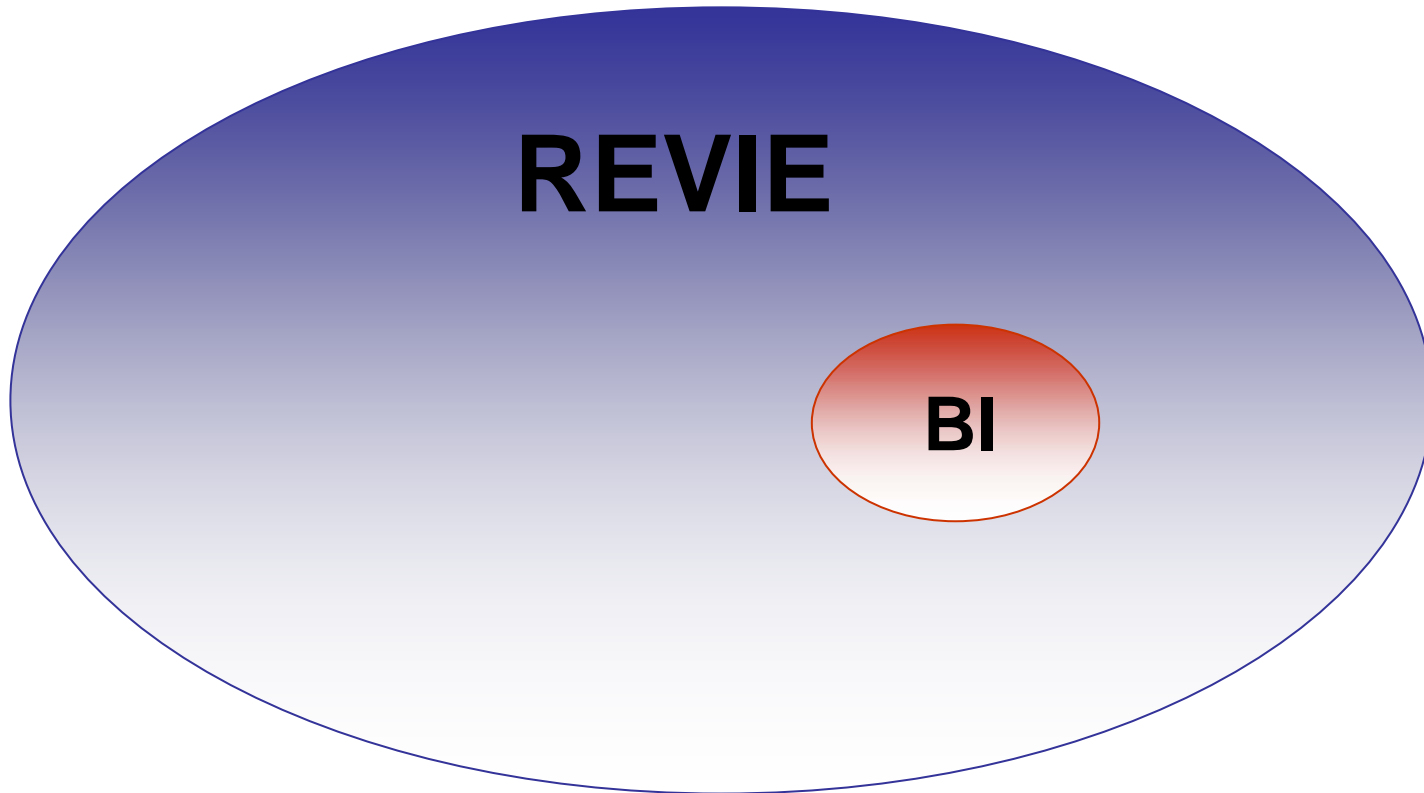
- como lidar com tanta **informação**?
- como sair na frente em **vendas**?
- como **agregar valor** ao negócio, ganhar vantagem competitiva e ser líder?
- como fazer **parceiras** estratégicas?
- como garantir a '**satisfação**' dos acionistas e dos clientes?
- como desenvolver **produtos** que vendam?
- como ser realmente reconhecida como uma empresa **inovadora**?



# **Método REVIE - Rede de Valor para Inteligência Empresarial**



# A Dimensão da REVIE



**REVIE – Rede de Valor para Inteligência Empresarial**  
**BI – Business Intelligence**

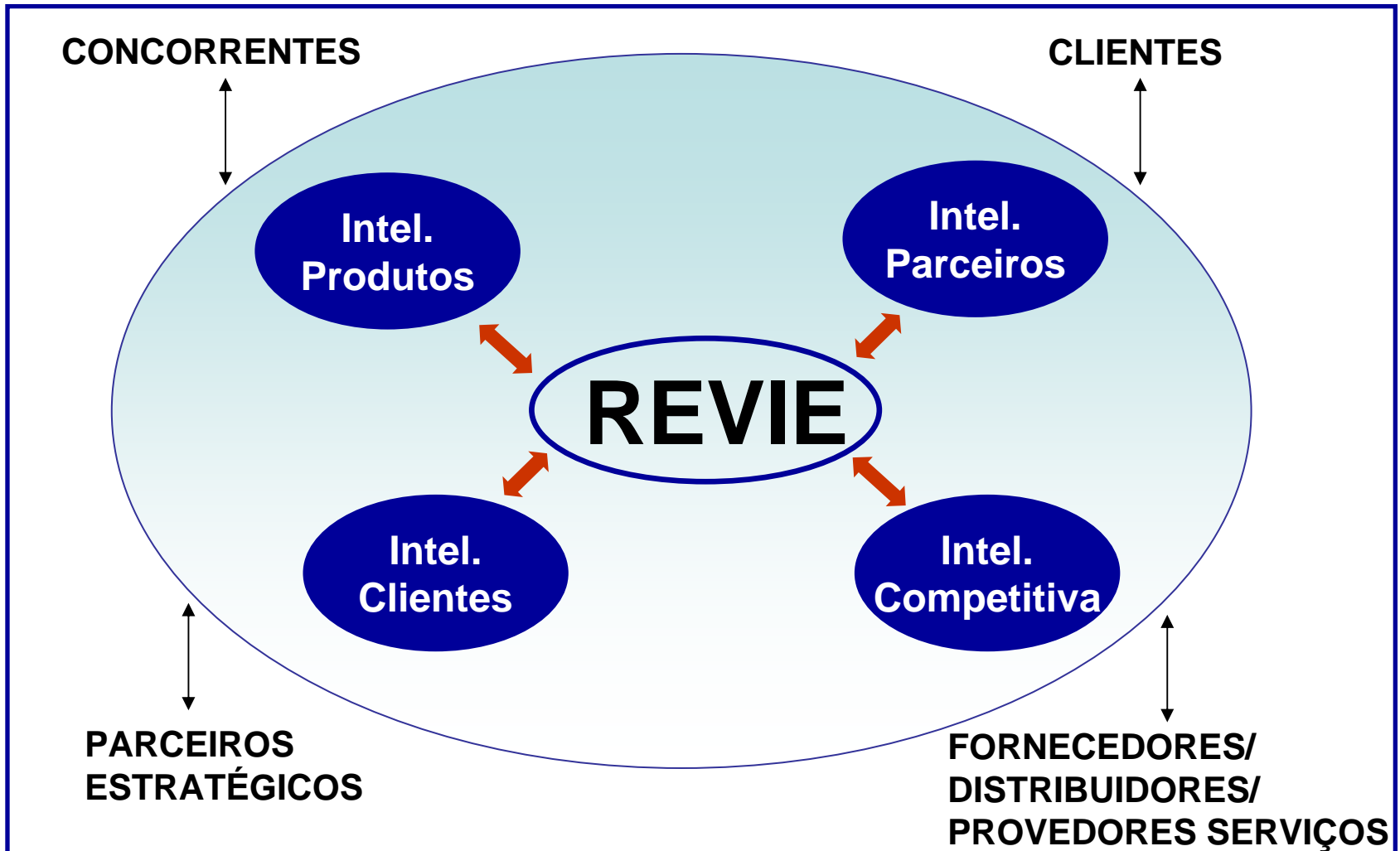
Fonte: TEIXEIRA, Daniela Ramos. Rede de Valor para Inteligência Empresarial.  
Revista da ESPM, vol. 16, Edição nº 1, pg. 80-90, janeiro/fevereiro 2009.



# Método REVIE



**Inovação** ↔ **RESULTADOS** ↔ **Valor**



**Conhecimento** ↔ **BASE** ↔ **Colaboração**



# Os 10 Benefícios da REVIE



1. Cria **oportunidades de negócios** (empresa-parceiro; empresa-cliente; parceiro-cliente).
2. Gera **maior valor ao negócio** com o trabalho em conjunto de parceiros, clientes e empresa.
3. Direciona e integra, assertivamente, os **planos de negócios** e a **implementação de ações nos quatro eixos**: mercado, produtos, clientes e parceiros.
4. Identifica **leads qualificados**.
5. Agiliza a **tomada de decisão** estratégica e operacional.
6. Reduz os **riscos** não apenas na tomada de decisão estratégica, mas também na implementação e no acompanhamento das ações.
7. **Evita surpresas** para a empresa nos quatro eixos: mercado, produtos, clientes e parceiros, preparando a empresa para mudanças rápidas no ambiente competitivo.
8. Ajuda a **manter o foco** no que é importante para o negócio.
9. **Posiciona a empresa** no mercado de forma mais competitiva, com foco no cliente e em parcerias estratégicas (modelo *win-win*).
10. Aumenta a **capacidade de inovação** da empresa.



# Método REVIE

## Como Funciona e Implementação



## Como Funciona e Implementação

- Há técnicas, ferramentas, modelos e metodologias de trabalho aplicáveis para cada eixo da Inteligência.

- Implementação:



projeto específico ou linha de produtos.



toda a empresa na dimensão de produtos/serviços, clientes e parcerias estratégicas.



cada um dos 4 eixos da REVIE (produtos/serviços, clientes, parceiros, mercado/concorrência) pode ser implementado separadamente, de acordo com a necessidade e prioridade da empresa.



# Implementação do Método REVIE



3 etapas:

1. identificar as necessidades das empresas em Marketing e Vendas.
2. selecionar as melhores práticas de Marketing e Vendas, definindo a aplicabilidade nos quatro eixos da Inteligência.
3. implementar as ações em Marketing e Vendas e medir os resultados alcançados durante e depois da implantação do método REVIE.

*Fonte: TEIXEIRA, Daniela R. Método REVIE, 2009.*



# **Ações nas empresas de TIC: como agregar valor com resultados no curto prazo**



# Como agregar valor com resultados no curto prazo



 A **REVIE** inova!

Ajuda as empresas:

- a ver o todo e a “sair da caixa”.
- a manter o controle e o foco no que é importante - curto, médio ou longo prazos.


**Inovação em MKT e Vendas para PMEs** - aplicabilidade imediata da Inteligência Empresarial com resultados eficientes e periódicos: planejamento + implementação das ações.

*Fonte: TEIXEIRA, Daniela R. Método REVIE, 2009.*



# Como agregar valor com resultados no curto prazo



 A **REVIE** contribui com as empresas no desenvolvimento de Redes de Negócios entre empresa-clientes, empresa-parceiros e clientes-parceiros.

**Redes de Valor + Inteligência Empresarial + Planejamento + Melhores Práticas + Táticas de Guerrilha**

**REVIE**

**REVIE – relação win-win.**

**Ganha a empresa. Ganha o cliente. Ganham os parceiros.**



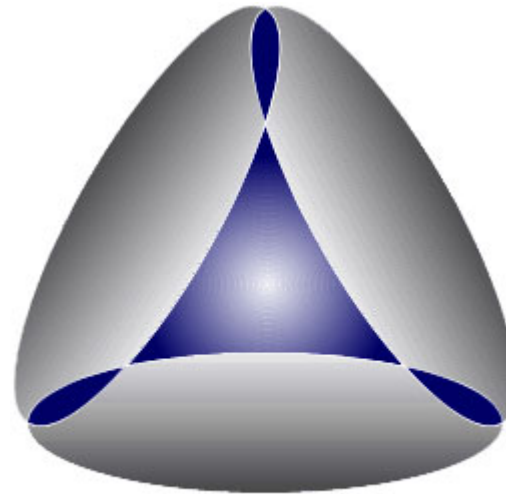
# Rede de Valor de Parceiros REVIE



# Principais Áreas de Atuação

- ▲ Inteligência Empresarial, Competitiva e Estratégica
  - ▲ Marketing Estratégico
    - Plano de Negócio (venture capital, instituições de fomento)
  - ▲ Desenvolvimento de Redes de Valor de Negócios
    - empresa-clientes
    - empresa-parceiros
    - parceiros-clientes
  - ▲ Gestão da Experiência com o Cliente (Customer Experience) e projetos web 2.0
  - ▲ Pesquisa de Mercado
- Parcerias/ Canais
  - Produtos/ Serviços
  - Clientes
  - Mercado/ Concorrentes

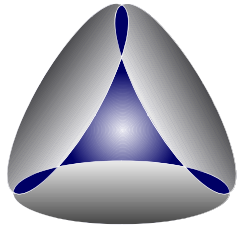
# Rede de Valor de Parceiros REVIE



**REVIE**



# Obrigada!



**REVIE**

**Daniela Ramos Teixeira**

e-mail: [dteixeira@revie.com.br](mailto:dteixeira@revie.com.br)

fone.: 11 7690 3909

blog: <http://www.inteligenciaempresarial-brasil.blogspot.com>

web site: [www.revie.com.br](http://www.revie.com.br) (em construção)



**José Jairo Santos Martins**

e-mail: [martins@mobile-telematica.com.br](mailto:martins@mobile-telematica.com.br)

fores: 11 5524-3021 / 9930-9700

web site: [www.mobile-telematica.com.br](http://www.mobile-telematica.com.br)



**Roberto Carlos Mayer**

e-mail: [rocmayer@mbi.com.br](mailto:rocmayer@mbi.com.br)

fores.: 11 3717-3066 / 9216-9776

web site: [www.mbi.com.br](http://www.mbi.com.br)





## Copyright - direitos autorais



Os direitos autorais de todo o material desta apresentação sobre o Método REVIE (Rede de Valor para Inteligência Empresarial) são propriedade de Daniela Ramos Teixeira.

A reprodução, adaptação, modificação ou utilização do conteúdo disponibilizado, parcial ou integralmente, é expressamente proibida sem a permissão prévia por escrito da autora Daniela Ramos Teixeira.

Mesmo procedimento aplica-se as imagens e logotipos cuja fonte seja mencionada Teixeira 2009, Método REVIE (Rede de Valor para Inteligência Empresarial) e/ou REVIE.

Qualquer uso não autorizado de qualquer material incluído nesta apresentação sobre o Método REVIE (Rede de Valor para Inteligência Empresarial) pode constituir uma violação das leis de direitos autorais, das leis de marcas comerciais, das leis de privacidade e publicidade e das leis e regras de comunicações.