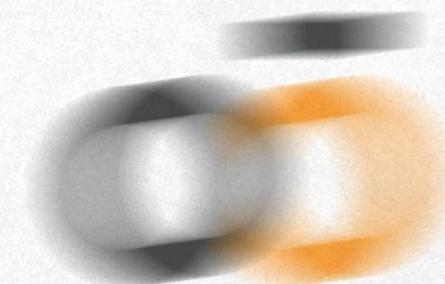
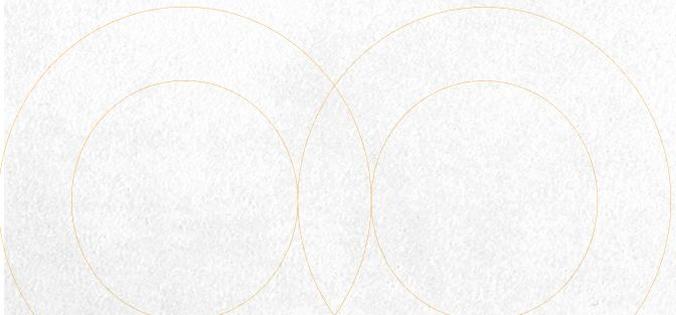
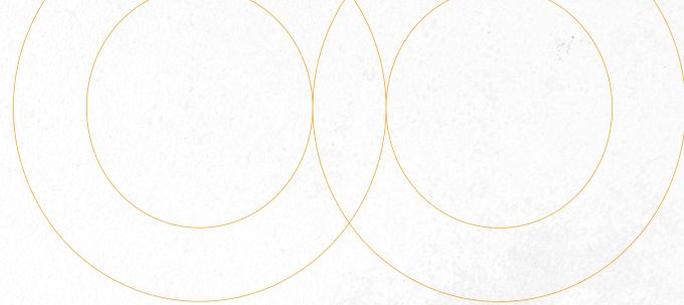


TE MŌ
MŌ RI



— *Apresentação*

CMO as a Service

MBA em Marketing, consumo e mídia online

Podcaster no SocialMediaCast

Criador de conteúdo no EAD Temo Mori





O que mudou no mercado B2B?
83% dos compradores **B2B** prefere fazer
as suas compras ***através do digital***,
segundo pesquisa da Gartner

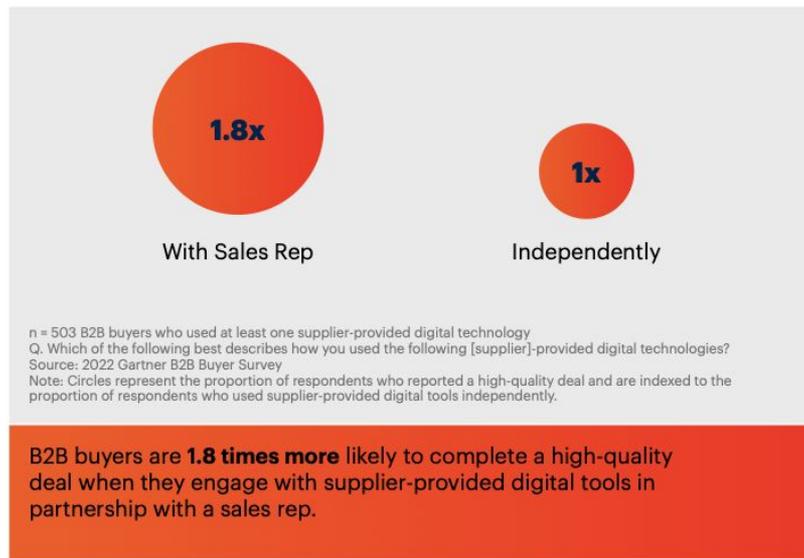


— 0 Paradoxo do B2B

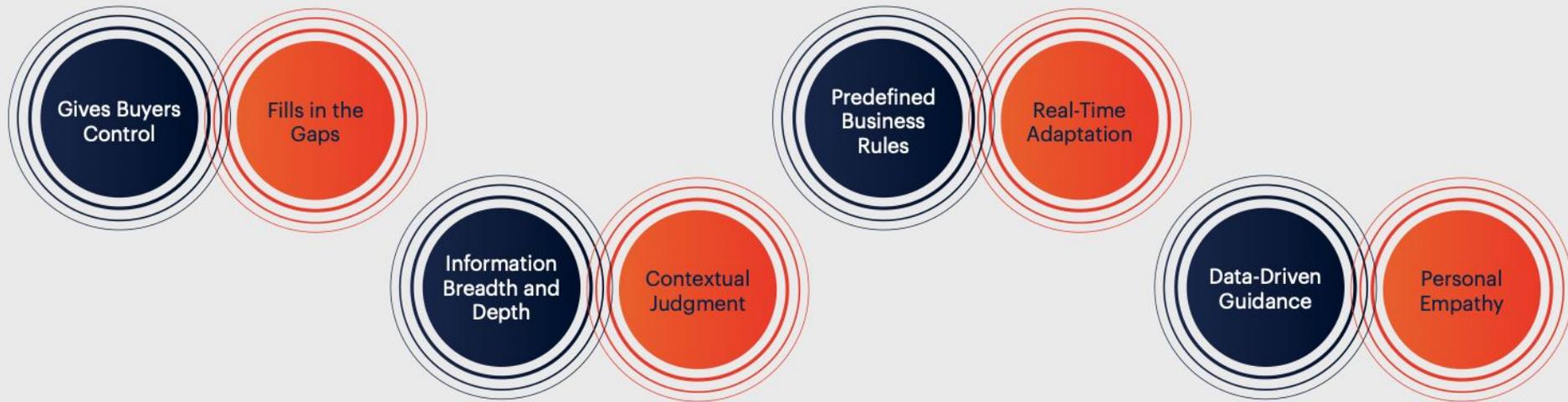
B2B buyers face a paradox: They prefer digital but make better purchases with a rep in the mix

Reps Maximize the Value of Digital Tools

Likelihood of buyers reporting a high-quality deal by how they used supplier-provided digital technologies



— O Paradoxo do B2B



Source: Gartner

● Digital strengths

● Seller strengths

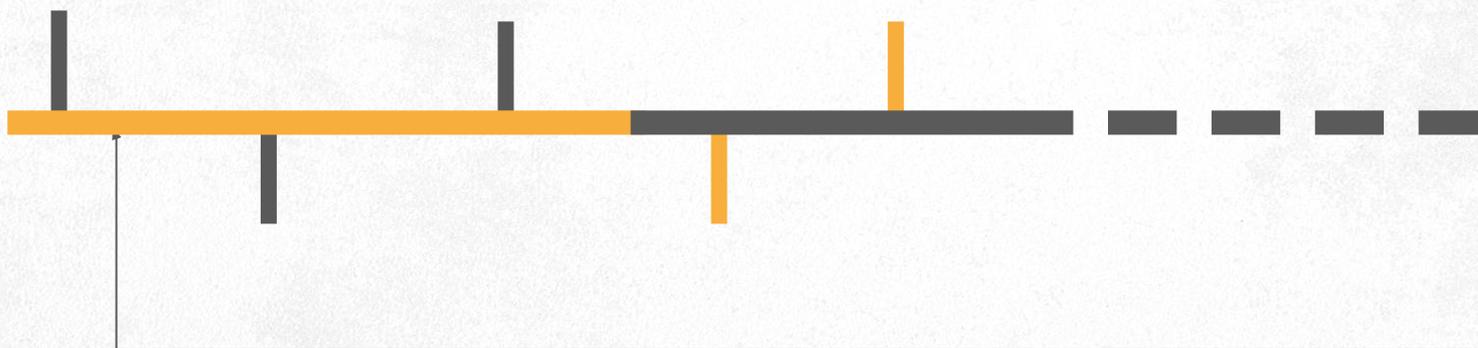
 ***Marketing precisa apoiar vendas!***



O apoio vem com o mapeamento

Ganho

Perda



Como funciona o meu trabalho?

🧱 Metodologia

👤 Experiência

💬 Muita conversa

🐕 Muita orientação

🎓 Muito aprendizado

👨‍🎓 Muita transferência de conhecimento

📊 Mensuração

📈 Análise

↕ Não necessariamente nessa ordem



— Metodologia DIS



Diagnóstico
(Ímpar)



Implementação



Sustentação



Diagnóstico Ímpar

Imersão

Melhor **P**roblema

Ação

Resultado





Diagnóstico Ímpar

Nosso objetivo aqui é tomar conhecimento da **situação real** de **forma detalhada**

Diagnóstico Ímpar - IMERSÃO

- ☕ Estrutura interna
- ☕ Equipe alocada
- ☕ Estágio de desenvolvimento de canais de conteúdo
- ☕ Concorrência (Que canais utilizam? Qual o tom de voz?)
- ☕ Posicionamento
- ☕ Iniciativas já tomadas para geração de leads



Diagnóstico Ímpar - IMERSÃO

- ☕ ICP (Validação com metodologia)
- ☕ Mapeamento de necessidades do ICP
- ☕ Entendimento das métricas atuais
- ☕ Definição de estratégia alternativa de geração de demanda qualificada
- ☕ Mapeamento do time interno



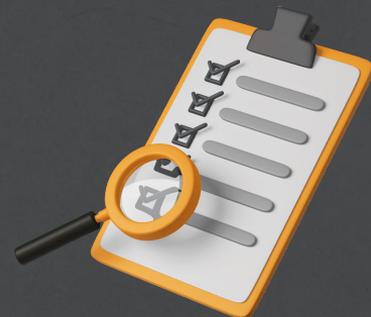
Diagnóstico Ímpar - MELHOR PROBLEMA

- 🧠 Levantamento de problemas cruciais
- 🧠 Classificação dos problemas
- 🧠 Priorização



Diagnóstico Ímpar - AÇÃO

- 💡 Definições de próximos passos
- 💡 Alocação de responsabilidades
- 💡 Priorização
- 💡 Criação do plano de curto prazo





Diagnóstico Ímpar - RESULTADOS

 Alinhamento de expectativas

 Definição de métricas

 Priorização



Prazos e Checkins



Diagnóstico

 4 a 6 semanas
 1 a 2 call/sem

— Implementação

Nesta etapa o **objetivo** é a implementação do plano de **curto prazo**



— Implementação

- Início de cronograma de ações
- Implementação das estratégias
- Necessidade de cada canal (tração, engajamento, alcance)
- Dimensionamento de fornecedores, quando necessário (sempre pensando na empresa em primeiro lugar).



— Implementação

- Execução das estratégias desenhadas
- Mensuração de resultados iniciais
- Revisão da estratégia já adotada



Prazos e Checkins



Diagnóstico

 4 a 6 semanas
 1 a 2 call/sem



Implementação

 8 a 12 semanas
 1 a 2 call/sem

Sustentação

Foco no que importa:
Os **OKRs**



— *Sustentação*

- 🧠 Criação dos OKRs
- 🧠 Avaliando métricas
- 🧠 Documentando as ações
- 🧠 Aprendendo
- 🧠 Acompanhando o progresso do time
- 🧠 Ensinando
- 🧠 Planejando o Upskill do time



Prazos e Checkins



Diagnóstico

 4 a 6 semanas
 1 a 2 call/sem



Implementação

 8 a 12 semanas
 1 a 2 call/sem



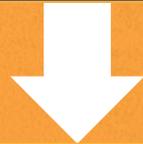
Sustentação

 indeterminado
 1 call/sem

Investimento

Mentoria

**Escopo fechado:
Diagnóstico Ímpar
+
Start de
cronograma**



R\$ 25.000,00

Semestral

**Ciclo mínimo para
adequação de
estratégias**



**R\$ 18.700,00 +
4 x R\$ 5.950,00**

Anual

**Solução
duradoura**



12 x 5.697,00



Bora fechar?