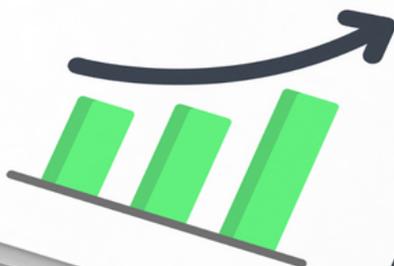




PROMAD JR.
Consultoria e Projetos

Como gerir seu negócio com qualidade:

Os 3 passos essenciais para o sucesso
(marketing, otimização, processos)



www.promadjr.com

www.promadjr.com



1- Planejamento estratégico

1.1 O que é e qual a importância do planejamento estratégico?

O planejamento estratégico é como um ponto de partida para todas as ações que uma empresa precisa fazer para chegar ao estágio que ela deseja. Analisando as forças e fraquezas que a empresa possui, ajudando a administrar tempo, recursos e energia para a estratégia de negócio, focando no que realmente importa a longo prazo.

É essencial a presença de um planejamento, em tudo na vida, pois ele te ajuda não só a chegar aonde você deseja, mas sim a se preparar para possíveis imprevistos que podem acontecer nesse meio tempo. Ou seja, ele prevê todo um processo de construção, análise e validação contínua da estratégia da empresa.

1.2 Quais os tipos de planejamento estratégico;





Planejamento estratégico

1- Estratégico

O plano de nível estratégico planeja as estratégias e metas que deverão ser pensadas a longo prazo. Seu escopo pode envolver ações para os próximos dois anos até os próximos dez anos.

Ele começa, geralmente, com a definição da missão, dos valores e da visão da empresa. Uma pergunta que pode te ajudar a ter um norte nessa etapa é: Como você vê seu negócio daqui a alguns anos?

2- O tático;

O planejamento tático se propõe a elaborar um plano de ataque a médio prazo, dando suporte ao planejamento estratégico. Sendo assim, definindo metas específicas para cada área da empresa. Ele deve incluir estratégias que o seu negócio planeja usar para alcançar o que está delineado no plano estratégico. Muitas vezes, o escopo de médio prazo é inferior a um ano e divide o plano estratégico em partes mais práticas. Pois isso é sempre bom ter um planejamento a longo prazo para que os dois possam se complementar entre si.

3- O operacional;

Os planos operacionais estão relacionados a como as coisas precisam acontecer no dia a dia. Ajuda na tomada de decisões e ações práticas da operação da empresa, ou seja, é um planejamento de curto prazo. Os gestores precisam garantir que as tarefas específicas da rotina sejam planejadas e executadas adequadamente dentro do negócio.



Planejamento estratégico

1.3 Quais são etapas e ferramentas;

1- Missão, Visão e Valores

A primeira etapa da lista é a **missão, visão e valores** do seu negócio. São aspectos que você precisa ter bem definidos, pois são princípios que vão sempre te colocar no eixo quando você sentir que a empresa está caminhando para um caminho diferente do esperado. É importante que **todos da empresa** conheçam a sua missão, visão e valores para saber se todos estão alinhados e de acordo.

- **Missão:** razão pela qual a empresa existe;
- **Visão:** onde a empresa quer chegar;
- **Valores:** princípios inegociáveis.

2 – Análise dos ambientes interno e externo

Para um bom planejamento estratégico é necessário analisar os **âmbitos internos e externos** para termos uma visão 360°. É ótimo para saber o que influencia e o que não causa muito efeito em sua empresa.

Uma boa ferramenta para isso é a **Análise SWOT**, com suas perguntas você consegue identificar o ambiente em que está inserida e criar a **base de informações** necessárias para planejar seu futuro.

Análise SWOT (ou FOFA)

Meio interno:

- Forças (Strength);
- Fraquezas (Weakness);

Meio externo:

- Oportunidades (Opportunities);
- Ameaças (Threats).

Planejamento estratégico

3 - Definição de metas e objetivos

Depois que você já analisou tudo, o próximo passo é definir **metas e objetivos** de forma assertiva. Uma das ferramentas que nós utilizamos é a **metodologia SMART**.

Isso significa que as metas e os objetivos devem ser específicos, mensuráveis, alcançáveis, relevantes e terem em um prazo.





Planejamento estratégico

4 – Definição do plano de ação

O Plano de Ação está aqui para separar a etapa de elaboração da de execução, facilitando na hora de botar a mão na massa e ajudando a definir suas prioridades com a ajuda de um cronograma. Ele que especifica o papel de cada colaborador e os recursos necessários para colocar em prática todas as ações previstas no planejamento estratégico.

Uma ferramenta é a 5W2H, que costuma ser muito útil durante essa etapa.

5W

What – O que fazer?

Why – Por que fazer?

Where – Onde fazer?

When – Quando fazer?

Who – Quem vai fazer?

2H

How – Como fazer?

How much – Quanto custa fazer?

Ao definir essas 7 perguntas, ficará mais fácil mapear e executar as atividades com maior eficiência.



Planejamento estratégico

5 – Mensuração e acompanhamento de resultados

A última etapa serve mais como um controle do seu planejamento estratégico. Mensurar e acompanhar é uma das etapas mais importantes do ciclo de planejamento estratégico, pois é nela que você vai ver se todo o seu esforço está obtendo resultado.

Lembre-se que a PROMAD Jr, está aqui para te ajudar em cada um dos passos e deixar o seu planejamento estratégico o mais eficiente possível. Entre em contato para que possamos marcar um diagnóstico gratuito!!

1.4 Case de sucesso (treelab);

Aqui na PROMAD Jr. tivemos a oportunidade de fazer um planejamento estratégico para a Treelab, um espaço de escalada de São Paulo. Eles precisavam de ajuda para tirar esse projeto do papel e o planejamento estratégico foi essencial para que isso acontecesse.

"Esse documento nos ajudou muito porque a partir dele, conseguimos fazer tudo! É um documento de consulta para qualquer coisa, qualquer ação que a gente fizer e ótimo para melhor visualizar caso tenhamos dúvidas. Nós vemos se estamos de acordo com o que a gente estipulou de missão, visão e valores e se a gente está indo para um lado diferente do que tínhamos estipulado também. Nos ajuda a nos manter centrado nas nossas prioridades e dos nossos resultados, nosso trabalho com a PROMAD Jr foi essencial" diz Suelen, sócia da Treelab.



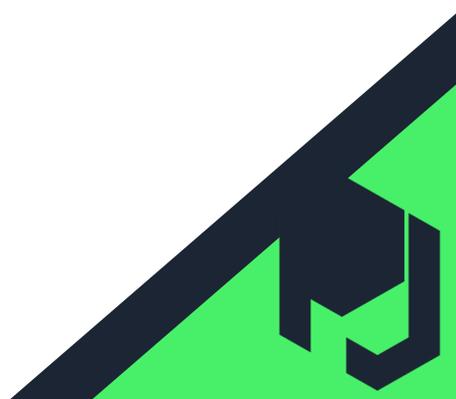
Planejamento estratégico

1.5 Gestão por processos

A gestão por processos pode ser um complemento para o planejamento estratégico, visto que a gestão de processos controla a empresa através da união de seus departamentos e processos para atingir objetivos específicos. São mapeados, padronizados, monitorados e melhorados continuamente com o objetivo de integrar o gerenciamento e de satisfazer o cliente interno.

É por meio dele que poderá se aproveitar melhor os recursos disponíveis e quais ações precisam ser tomadas para otimizar o fluxo de trabalho e adequar a organização às novas realidades do mercado.

Para saber um pouco mais sobre Gestão por Processos, acesse o blog da Promad Jr. que lá tem um post somente sobre isso!!





2- Otimização de processos

2.1 O que são processos e o que é otimização de processos?

Processos estão presentes em nosso dia a dia. Quando levantamos, lavamos o rosto e comemos algo, quando saímos de casa, chegamos ao trabalho e batemos o ponto... esses dois exemplos constituem belos casos em que um processo existe e funciona. Mas como eles foram definidos? E melhor: será que é possível otimizá-los? De forma geral, processos podem ser caracterizados como cada atividade realizada com o intuito de transformar uma entrada em saída. Isso significa que uma sequência lógica de tarefas que busquem um objetivo pode ser considerada um processo.

No caso de processos internos, eles são as atividades que acontecem dentro de uma determinada empresa. Em outras palavras, as atividades realizadas continuamente pelas equipes de uma instituição caracterizam processos.

Organizações enfrentam constantemente o desafio de produzir mais, gastando menos. Para crescer, empresas procuram meios de melhorar seus processos de uma maneira que resulte em redução de custos e em uma consciência sobre o que cada processo realmente representa dentro do negócio. Agora vem a pergunta: O que é uma otimização de processos?



Otimização de processos

Essa otimização significa realizar auditorias nos fluxos de atividades de trabalho, sejam elas automatizadas ou não, visando encontrar gargalos de produção, erros ou desperdício de tempo e dinheiro. O objetivo é alcançar o resultado traçado pela empresa, porém, com menos recursos e mais eficácia.

Por intermédio dela, tarefas desnecessárias, erros e desperdícios são consideravelmente reduzidos, melhorando os métodos de trabalho e proporcionando resultados mais satisfatórios.

2.2. Qual a importância?

E qual seria a importância dessa otimização para a sua empresa? Através dela é possível mapear e compreender os processos da empresa, o que significa saber exatamente quais atividades agregam e geram valor, quais recursos e procedimentos estão consumindo maiores recursos humanos e financeiros nas atividades organizacionais e quais os eventuais gargalos que estão impedindo que a empresa alcance melhores resultados.





Otimização de processos

2.3 Quais os principais passos para realizar a otimização de processos?

1- Mapeamento dos processos

O primeiro passo é entender todas as atividades que sua empresa executa para alcançar os objetivos traçados. O mapeamento consiste no estudo das atividades realizadas, de ponta a ponta em um processo, além da identificação das entradas e saídas. Com isso, se realiza um desenho do fluxo dessas tarefas, o que aumenta a compreensão de como o trabalho é realizado.

Nesta primeira etapa, é necessário responder as perguntas abaixo:

- Para que serve este processo?
- Quais as atividades desenvolvidas nele?
- Quais são as pessoas envolvidas no processo?
- Quais são os pontos negativos dele?

2- Identificação dos pontos de melhoria

A partir do mapeamento do processo, se torna mais fácil e preciso o processo de identificação das falhas e gargalos que afetam a produtividade e o resultado final. Nessa etapa, não basta identificar o problema e quais os seus impactos, é crucial conseguir apontar qual é a sua raiz e o que precisa ser feito para cortá-la.



Otimização de processos

3- Implementação das melhorias

Nesta etapa, é hora de implementar os pontos de melhoria definidos no tópico anterior. Uma dica é começar pelos pontos críticos, ou seja, aqueles que vão refletir a melhoria do processo rapidamente.

4- Monitoramento dos resultados

É essencial acompanhar os resultados; a gestão de processos deve ser um trabalho contínuo e, por isso, as etapas precisam ser vistas como um ciclo. Portanto, acompanhe o desempenho dos processos e, sempre que preciso, aplique as melhorias.

2.4 Como otimizar os lucros através da otimização de processos.

Através de uma consultoria é possível traçar essas metas mais facilmente e focar no que a empresa mais precisa para um melhor resultado, alguns desses pontos estão abaixo:

1. Estabeleça metas eficientes

Elabore metas de ganho de produtividade que sejam possíveis de concretizar e que estejam amparadas por uma base métrica consistente. Isso também será importante para controlar processos.

Se sua empresa tem o propósito de elevar a produtividade precisa acompanhar os resultados para verificar se, realmente, está sendo bem-sucedida. Para isso, os KPIs são fundamentais, pois vão indicar exatamente como estava o desempenho antes e depois das mudanças.



Otimização de processos

2- Aprimore e automatize processos

Um dos mecanismos mais eficazes para aumentar a produtividade de uma empresa é a automatização de processos. Softwares, sistemas e ferramentas tecnológicas podem encurtar etapas, agilizar as tarefas, evitar erros e retrabalho, além de tirar colaboradores de atividades meramente operacionais. Dessa forma, você aloca pessoal para o que realmente importa, como apoio estratégico. Um exemplo do quanto é importante automatizar processos está na quantidade de obrigações acessórias cumpridas pelas empresas brasileiras. De acordo com o levantamento Doing Business, do Banco Mundial, o Brasil é o país em que as organizações gastam mais tempo para atender às exigências tributárias.

São quase 2.000 horas por ano dedicadas a tarefas burocráticas. Vale lembrar que essa é uma média. Ou seja, existem empresas que gastam mais ou menos tempo com o cumprimento de obrigações acessórias. Não tenha dúvida que as mais eficientes usam sistemas de gestão informatizados, como Enterprise Resource Planning (ERP) e Customer Relationship Management (CRM).

Para empresas que já possuem ferramentas tecnológicas, o ponto central talvez seja verificar se é possível deixar os computadores mais rápidos, bastando apenas uma manutenção simples e barata.



Otimização de processos

3- Invista em tecnologia

A tecnologia pode contribuir substancialmente para ganhos de produtividade. Imagine quanto tempo é gasto com arquivamento, busca e controle de documentos físicos. Você já pensou em quanto trabalho é possível poupar investindo na digitalização de documentos?

Existem soluções de arquivamento e compartilhamento de documentos via Internet que permitem a localização rápida de qualquer informação. Outro ponto a favor está no fato de que ao reunir informações em ambiente digital é possível analisar dados relativos à gestão, às operações ou aos clientes.

Informatizar e digitalizar informações, arquivos e documentos permite à empresa identificar lacunas a serem corrigidas e oportunidades de negócio que podem ser aproveitadas.

Atente, ainda, para a necessidade de comprar novos computadores e equipamentos, cujas versões mais atualizadas oferecem um desempenho superior.

4- Capacite sua equipe

Equipe capacitada e bem treinada tem menos problema com retrabalho, executa as atividades de forma mais assertiva e gera melhores resultados. Investir na qualificação é fundamental para aumentar a produtividade. Mas, atenção: defina estratégias. Não adianta nada treinar por treinar, ou seja, comprometer horas de trabalho com capacitação que terá pouco efeito prático.



Otimização de processos

5- Flexibilize a execução das tarefas

O trabalho remoto (home office) ou mesmo a carga horária diferenciada podem ter um impacto positivo sobre a produtividade dos seus colaboradores. O menor tempo e desgaste no deslocamento de casa para o trabalho, por exemplo, beneficia o desempenho profissional.

Um estudo da Universidade de Stanford comprova essa tese. Com objetivo de verificar as vantagens do home office, os pesquisadores da universidade estudaram o caso de uma empresa chinesa de telemarketing que separou uma parte de sua equipe para desempenhar suas funções de casa durante quatro dias na semana. Os demais mantiveram a rotina tradicional.

Resultado: colaboradores que trabalharam remotamente tiveram uma produtividade 13% superior à dos demais funcionários. É claro que cada caso é um caso, mas esse é um aspecto a ser considerado.

Para colocar em prática esse tipo de medida é necessário adotar sistemas de comunicação remota e utilizar equipamentos adequados, como workstations, para a realização de tarefas via sistemas específicos e com capacidade de processamento compatível com as necessidades da empresa.



Otimização de processos

6- Reduza a quantidade de e-mails e reuniões

Cada vez mais empresas têm se preocupado com horas excessivas dedicadas a reuniões que, muitas vezes, não trazem resultado prático. Quanto mais frequentes e longos esses encontros, menor é a produtividade. Isso porque nem sempre estão claros os propósitos da reunião e a contribuição de cada um dos participantes. Aí fica difícil, mesmo que o efeito seja positivo.

O mesmo vale para e-mails que são disparados para um grande número de pessoas. Não raro, boa parte dos receptores dessas mensagens estão na lista sem que haja necessidade. E, assim, as caixas de e-mails vão lotando e ocupando um tempo que poderia ser melhor utilizado.

Por isso, fique atento: antes de realizar uma reunião, repasse o motivo do encontro aos participantes para que eles possam chegar já preparados para contribuir e otimizar o tempo.

Reveja, também, a prática de envio dos e-mails. Será que todo mundo precisa mesmo receber todas as mensagens?

7- Utilize computação em nuvem

Serviços de hospedagem e gestão na nuvem geram retorno imediato. Como você viu, a digitalização e automação dos processos é muito importante para melhorar o desempenho das suas operações. Com um suporte de computação em nuvem isso fica ainda mais evidente. Esse mecanismo permite integrar processos e informações. Além disso, torna possível acessar sistemas e analisar dados de qualquer lugar, viabilizando controles de gestão e, até mesmo, a prática de home office.



Otimização de processos

2.5 Benefícios da otimização de processos.

1- Redução de custos

Otimizar os processos possibilita a identificação e eliminação de desperdícios. Dessa forma, recursos mal-empregados começam a ter o destino correto. Além disso, fatores que comprometem a produtividade, como gargalos, erros, falhas e atrasos, são percebidos com mais facilidade. A partir do momento que você conhece os problemas e suas causas, consegue traçar um plano de ações para resolvê-los. Assim, há redução de custos, aumento da produtividade e, conseqüentemente, uma redução do tempo de entrega (lead time) para o cliente.

2- Maior confiabilidade nos processos

É um trabalho que envolve a adoção de melhorias práticas dos métodos de trabalho e da formalização, que ocorre por meio de um documento — que especifica como a atividade deve ser realizada, o tempo estimado e os recursos necessários para sua execução.

Com isso, a incidência de erros e dúvidas com relação ao processo são reduzidas consideravelmente, além do fato que, independentemente do colaborador que fará o trabalho, o método é uniforme, proporcionando os resultados esperados.



Otimização de processos

3- Aumento da eficiência

A capacidade de entregar produtos e serviços com qualidade e rapidez é bastante estudada na otimização de processos.

Corrigir falhas e padronizar a execução das atividades são apontadas como soluções para gerar mais resultados em menos tempo, mas com qualidade superior.

O desenho de processos traz clareza sobre quem é responsável por cada tarefa e quais conhecimentos são necessários para a execução das atividades. Dessa forma, as pessoas certas participarão do processo no momento certo, o que proporcionará aumento da eficiência. Com isso, é possível alcançar a uniformização dos processos de negócio, o que possibilita a manutenção dos procedimentos.

4- Gestão de tempo

Como dito anteriormente, a otimização permite identificar quais atividades não agregam valor ao resultado final e eliminá-las — sem consequências negativas. Além disso, com o estudo das tarefas e a avaliação de alternativas, torna-se possível elaborar métodos mais ágeis e mais eficientes de trabalho, possibilitando uma gestão de tempo mais eficiente dos processos.



Otimização de processos

5- Melhoria de resultados

O aprimoramento dos resultados é outro grande benefício da otimização de processos. Assim, a organização é capaz de oferecer maior qualidade aos clientes por um custo reduzido, através de um trabalho de alto valor. Por consequência, a empresa consegue se posicionar melhor no mercado, se destacar de seus concorrentes e aumentar as vendas. Além disso, o cliente tem uma experiência muito melhor e fica ainda mais satisfeito com a sua marca.

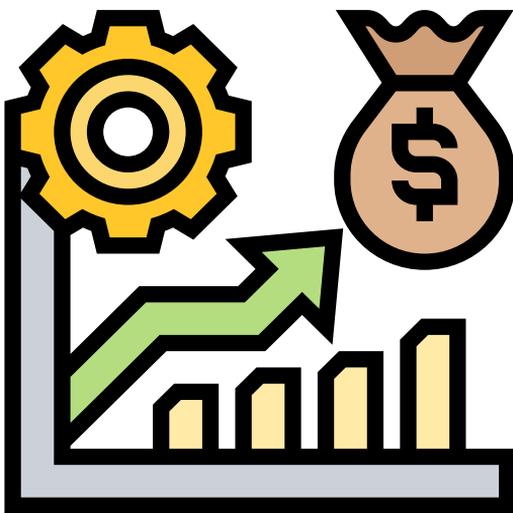




Otimização de processos

2.6 Quais empresas devem fazer uma otimização de processos?

E depois de tudo que falamos, quais são as empresas que devem fazer essa otimização de processos? A resposta é simples. Se sua empresa tem processos, ela já pode e deve fazer uma consultoria para saber o que pode ser melhorado com a otimização de processos. E nós da Promadjr te ajudamos com isso, venha fazer seu diagnóstico!





3- Marketing

3.1 Marketing: O que é?

Nos dias atuais, ousou dizer que marketing é uma das principais ferramentas que movem o mercado e garante uma vantagem competitiva em relação aos concorrentes, independente do seu ramo de atuação. É através do marketing que ocorre a criação da marca, da identificação, das promoções, e tantas outras garantias de contato com o cliente e tomada de decisão dos mesmos.

Voltando um pouco para a definição em si do marketing, vamos falar um pouco sobre como Philip Kotler, conhecido como o guru do marketing, define o mesmo. Conforme Kotler, o marketing é tanto um processo administrativo, quanto social, em que pessoas obtêm o que desejam e necessitam através do poder de gerar desejo, oferta e trocas de produtos de valor.

Com todas essas informações, é possível concluir que o marketing é o brilho no olho despertado no cliente. Toda vez que um potencial cliente se encontra em um estado de ativação do seu desejo, em que ele encontra no seu produto ou serviço uma forma de sanar alguma vontade ou necessidade, essa é a prova de que a sua empresa está com o marketing em dia. Ou melhor ainda, se o seu produto ou serviço desperta o senso de necessidade no cliente, faz com que ele veja como necessário obter o que você tem a oferecer, isso mostra que o seu trabalho está ideal.



Marketing

Mas afinal, agora que você já sabe o que é o marketing, vamos pra parte mais importante: como aplicá-lo? Nós sabemos como é difícil garantir o destaque em relação aos concorrentes, mas eu te garanto que até o final desse e-book, você descobrirá alguns segredos que, alinhados com constância, vão fazer toda a diferença no seu negócio.

3.2 Marketing Digital

Existem algumas formas de propagar o marketing da sua empresa para o mundo, mas sem sombras de dúvidas, o marketing digital é o principal caminho nos dias atuais. Vivemos em uma sociedade de imediatismos, em que grande parte do tempo das pessoas, independentemente da sua faixa etária, é gasto em redes sociais. É através da internet que dúvidas são sanadas, que entretenimento é buscado e é a maior fonte de informação, por isso, se você não tem o costume de seguir tendências no meio digital, a partir de hoje, pelo sucesso do seu negócio, isso precisa ser mudado. Bom, apesar do nome já ser suficientemente sugestivo, a definição de marketing digital é toda estratégia de marketing aplicada pelo ambiente digital, através de redes sociais, e-mail marketing e sites. Mas, é de se imaginar que não seja fácil se destacar em meio a tantas empresas mostrando sua marca, e realmente não é, mas existem algumas dicas básicas que podem ajudar, sendo elas:



Marketing

- Tenha consciência de que o maior intuito do marketing digital é aproximar sua marca dos seus potenciais clientes, então faça bom uso das ferramentas e dos algoritmos para alcançar as pessoas e fazer com que haja identificação com a sua marca. Tendo um bom planejamento estratégico da sua empresa, conhecendo seus valores, esse processo se torna muito mais simples;
- Use sempre ferramentas atuais. Muitas vezes, as pessoas acabam resistindo a novas atualizações e métodos de marketing digital, mas esses são os maiores meios de atingir uma quantidade maior de pessoas. Um exemplo são os reels utilizados no Instagram, uma ferramenta de fácil utilização que gera entretenimento, credibilidade e identificação;
- Faça campanhas de feedback para entender como está sua relação com seus clientes;
- Constância. De nada adianta usar a melhor estratégia do mundo, se a base não for constância.

Com ações direcionadas num geral para esses tópicos, é possível alcançar o êxito em relação a divulgação digital.

Lembre sempre que, o que faz as pessoas se identificarem é o diferencial, a sinceridade em relação aos valores da marca.

Vamos entender um pouco mais sobre esse ponto?



Marketing

3.3 Como ser assertivo

Bom, até aqui já falamos bastante sobre como fazer um bom marketing, mas tem um ponto que causa erros extremamente comuns entre os profissionais: não definir um público-alvo. É de suma importância que, ao decidir criar uma marca, ou seja, realizar um marketing de qualidade, você conheça os seus propósitos e valores. De nada adianta querer atingir a todos, pois assim não haverá identificação com público algum. Um exemplo disso é ter uma marca de roupas e não definir um estilo a ser seguido. Vamos supor que se tenha uma marca de roupas para praia, e se faça ensaios de fotos em ambientes fechados, ou se contrate uma pessoa que não possui aquele perfil para fazer divulgação. Não haverá verdade e nem identificação com o potencial público que você deseja atingir. É preciso identificar o conceito da marca, e com isso, entender os desejos do público com aquele estilo de vida.

Dessa forma, conhecendo seu produto e sabendo o perfil das pessoas que podem precisar do seu produto ou serviço, é possível saber como atingir, qual a melhor forma de comunicação verbal e não verbal, qual o melhor meio, quais tipos de promoções são mais viáveis, entre tantos outros pontos.

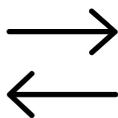


Marketing

3.4 Tráfego pago e Tráfego orgânico

Já falamos sobre o marketing, sobre marketing digital e como ser assertivo com tanta ferramenta para ser utilizada, mas ainda não falamos sobre dois pontos importantes nessa ciência: o tráfego pago e o orgânico.

Sendo bem simples na linguagem, tráfego pago é aquele feito através de pagamento, como google ads, em que é investida uma certa quantia para que seu conteúdo seja entregue para mais pessoas, e o orgânico, que é feito de forma natural, em que não se investe dinheiro diretamente. Quando se pensa nesse fato muitas pessoas, de forma equivocada, acabam acreditando que basta investir uma certa quantia com ferramentas pagas que o trabalho está feito, mas e se eu te contasse que não é bem assim?





Marketing

3.5 Porque investir em um marketing de qualidade

Agora, depois de todas essas informações, acho que já está bem claro a importância da qualidade do marketing, né? Aquele ditado de: “feito é melhor que perfeito” não se encaixa nessa ciência. Ser assertivo é o que vai ditar o rumo do sucesso ou do fracasso.

Investir em marketing e credibilidade é ser lembrado por fazer da melhor forma, garantir para o público que não há outra marca que faça melhor do que a sua. Quando se pensa em fast food, o primeiro a vir à mente é o Mc Donald 's. Quando se pensa em refrigerante, o primeiro a vir à mente é a Coca-Cola. Quando se pensa em referência de celular de qualidade, a Apple é a primeira a vir à mente. Isso é a verdadeira “criação da marca”, é sobre ser referência no seu ramo de atuação, se destacar em relação a qualquer concorrente. E como isso é realizado? Através de profissionais com qualificação, através de ferramentas que criem laços entre empresa e consumidor.

Tem interesse em saber mais sobre ferramentas para atingir esses patamares além de entender mais seu público e criar sua marca? Entre em contato conosco por algum de nossos contatos disponíveis no início e no fim do e-book, que teremos prazer em realizar um diagnóstico gratuito da sua empresa fazendo uma análise completa de pontos para serem melhorados e evoluídos.