



**ALAVANCAGEM TOTAL**



## **AULA 3**

**Alavancagem: implementação e crescimento sustentável**

# ÍNDICE

## Alavancagem: implementação e crescimento sustentável

Controlo .....	03
Planeamento .....	04
Planeamento de atividades .....	06
Avaliação trimestral do progresso .....	08
Tipos de demonstrações .....	10
Controlo de progresso operacional .....	12
Controlo do tempo .....	14
Crescimento .....	16
Perceção de valor .....	18
Processo comercial .....	20
Marketing .....	22
Velocidade .....	24
Multiplicação .....	26
Abertura de capital .....	28

## 1. Controlo



Ter o controlo da empresa é primeiramente saber onde estamos e para onde vamos. É essencial ter uma visão clara da situação atual e das metas futuras da empresa. Este conceito envolve:

- ✚ Ter uma compreensão precisa da posição atual da empresa, identificando pontos fortes e fracos, oportunidades e ameaças.
- ✚ Definir metas e objetivos claros para o futuro, criando uma visão partilhada que guie as ações e decisões da equipa.

O controlo adequado proporciona uma base sólida para a gestão eficaz, permitindo que a empresa ajuste estratégias conforme necessário para alcançar os seus objetivos a curto, médio e longo prazo. É fundamental criar um plano com metas e prazos específicos. Não é necessário um plano muito extenso, muitas vezes, duas ou três páginas são suficientes.

## 2. Planejamento



- Plano Estratégico
  - Objetivos numéricos
  - Prazo 3/4/5 anos
  - Inegociável
- Plano de execução
  - Dia
  - Semana
  - Trimestre

### Plano Estratégico

**Objetivos Numéricos** - Estabelecer metas claras e mensuráveis para orientar o desempenho da empresa.

**Prazo 3/4/5 Anos** - Definir um horizonte de tempo a médio e longo prazo para atingir os objetivos estratégicos.

**Inegociável** - Compromisso com a implementação inabalável do plano estratégico, sem concessões nos objetivos essenciais.

 Plano de Execução

**Dia** - Detalhar as atividades diárias necessárias para alcançar os objetivos do plano estratégico.

**Semana** - Organizar as tarefas semanais, alinhadas com as metas a curto prazo.

**Trimestre** - Estabelecer marcos trimestrais para avaliar o progresso e fazer ajustes conforme necessário.

O planejamento cuidadoso e a execução disciplinada desses planos são fundamentais para atingir os objetivos estratégicos da empresa.



## 2. Planejamento de atividades



- Antecipação das atividades
- Calendarizar
- Priorizar
- Organizar recursos

### ✚ Antecipação das Atividades

Proativamente prever e antecipar as atividades necessárias para alcançar os objetivos da empresa.

Ser criativo quando se imaginam as atividades que contribuem para um objetivo fora da sua área de conhecimento/conforto.

Identificar potenciais desafios e oportunidades, permitindo uma preparação eficiente.

### ✚ Calendarizar

Estabelecer um calendário detalhado para as atividades planejadas, proporcionando uma visão clara do cronograma e prazos.

Priorizar tarefas com base na urgência, importância (impacto nos resultados), e facilitando a gestão do tempo e recursos.

#### Priorizar

Destacar as tarefas mais importantes, as que trazem mais alavancagem, para nos concentrarmos e alcançarmos o crescimento de forma eficaz.

#### Organizar Recursos

Aprender a distribuir e utilizar os recursos disponíveis da melhor forma para apoiar o nosso plano de crescimento.



### 3. Avaliação trimestral do progresso



- Medição do progresso
- 3 demonstrações financeiras
- Até ao dia 15 de cada mês
- Referentes ao mês anterior

É fundamental implementar práticas regulares de avaliação para acompanhar o desempenho da empresa. Aqui estão os elementos chave:

#### ✚ Medição do Progresso

Estabelecer métricas e indicadores de desempenho específicos para medir o progresso em relação aos objetivos estratégicos.

Utilizar dados quantitativos e qualitativos para uma avaliação abrangente.

#### ✚ Demonstrações Financeiras



Analisar regularmente as três principais demonstrações financeiras (Balanço, Demonstração de Resultados e Demonstração de Fluxo de Caixa) para avaliar a saúde financeira da empresa.

Identificar áreas de melhoria com base nas informações financeiras.

#### Prazos de gestão

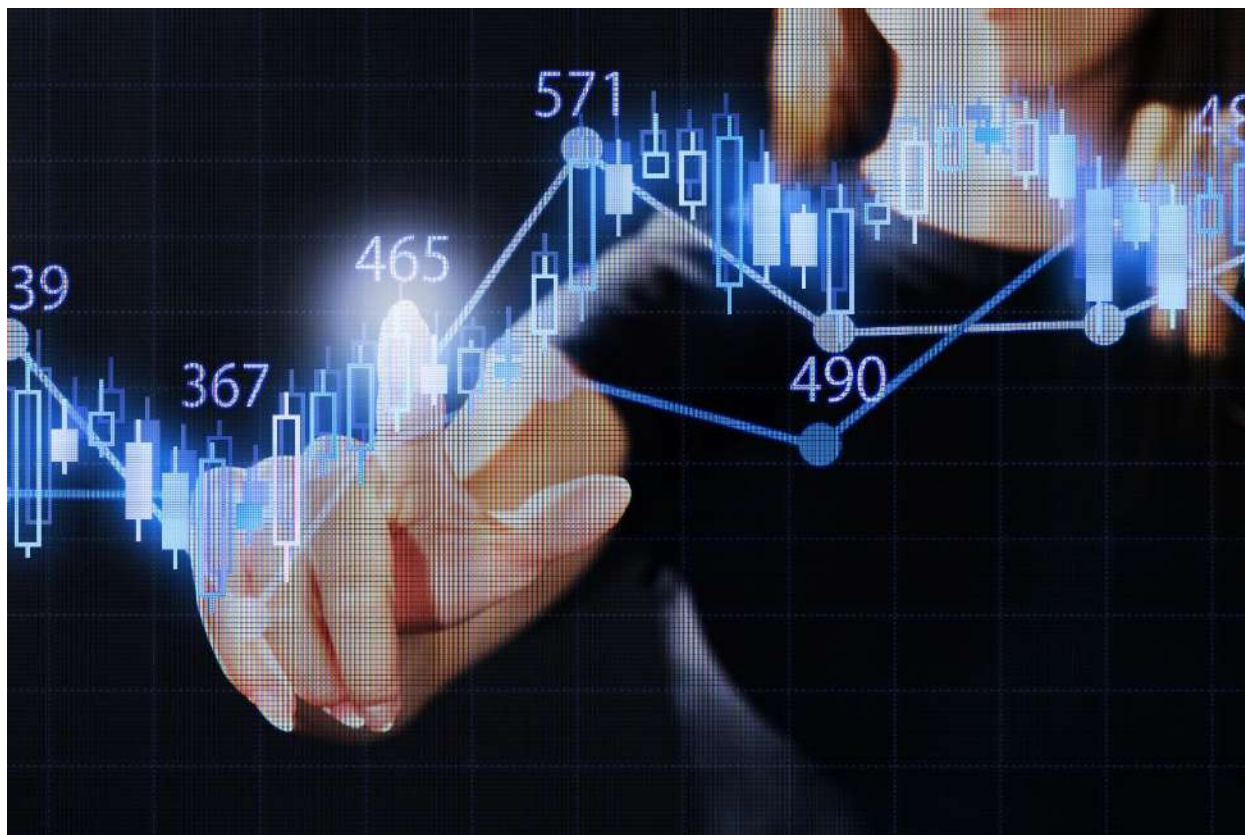
Garantir que tem, em tempo útil (até ao dia 15 de cada mês), as demonstrações financeiras necessárias para a sua avaliação.

Estabelecer uma data específica e partilhá-la com o contabilista, para a conclusão da avaliação trimestral, garantindo consistência e pontualidade nas análises.

Entregar toda a documentação necessária para que o seu contabilista possa produzir a informação.

A avaliação trimestral do progresso é uma ferramenta valiosa para aprimorar estratégias, mudar de direção quando necessário e manter a empresa alinhada com os seus objetivos a longo prazo.

## 4. Tipos de demonstrações



- Balanço
- Demonstração de resultados
- Demonstração de fluxos de caixa

As demonstrações financeiras são ferramentas essenciais para avaliar o desempenho e a saúde financeira de uma empresa. Aqui estão as três demonstrações financeiras que deve utilizar:

### Balanço

O Balanço fornece uma imagem instantânea da posição financeira da empresa num determinado momento. Ele apresenta os ativos (bens, etc.), passivos (obrigações e dívidas) e o patrimônio líquido da empresa. O Balanço é útil para entender a solidez financeira, a liquidez e a posição de endividamento de uma empresa.

### **Demonstração de Resultados**

A Demonstração de Resultados mostra e destaca os rendimentos, custos e despesas durante um período específico. Esta demonstração é crucial para avaliar a rentabilidade da empresa e identificar a margem de lucro líquido.

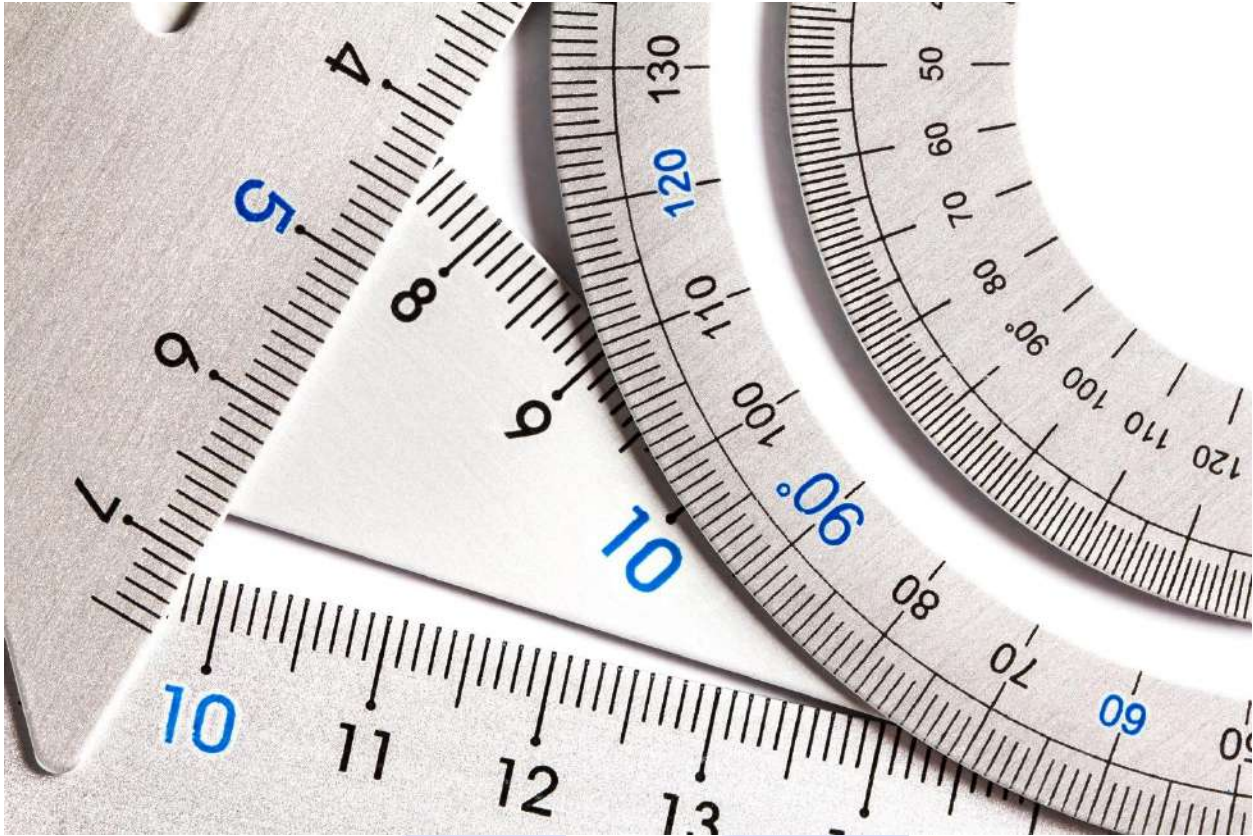
### **Demonstração de Fluxos de Caixa**

A Demonstração de Fluxo de Caixa identifica os movimentos reais de dinheiro dentro da empresa durante um determinado período. Oferece informações valiosas sobre a liquidez, as fontes de financiamento e a capacidade da empresa de gerar fluxo de caixa. Esta demonstração não é tão usual, mas deverá pedi-la ao seu contabilista.

Estas demonstrações financeiras, quando utilizadas em conjunto, proporcionam uma visão abrangente e detalhada da saúde financeira e do desempenho operacional de uma empresa. São essenciais para a tomada de decisões informadas por parte dos empresários.



## 5. Controlo de progresso operacional



- Medir o que acontece na empresa
- Indicadores-chave de performance
- Tudo o que acontece numa empresa pode ser medido

Controlo de Progresso Operacional – focamo-nos em práticas eficazes para medir e monitorizar o desempenho operacional da empresa. Aqui estão os elementos chave:

### **Medir o que acontece na empresa**

Implementar sistemas e processos para medir e registar atividades operacionais em vários setores da empresa.

Utilizar métricas e ferramentas de monitorização para ter uma compreensão clara do que está a acontecer em todas as áreas da organização.

### **Indicadores-Chave de performance (KPIs)**

Identificar e utilizar indicadores-chave de performance específicos para avaliar o sucesso em áreas críticas.

Estabelecer KPIs alinhados com os objetivos estratégicos para medir o progresso em direção às metas da empresa.

### **Tudo o que acontece numa empresa pode ser medido**

Reconhecer a ideia de que, idealmente, todas as atividades e processos de uma empresa podem ser quantificados e avaliados.

Desenvolver sistemas para medir quer as operações diárias quer os resultados a longo prazo.

Ao adotar um controlo de progresso operacional robusto, as empresas podem adaptar-se rapidamente às mudanças, otimizar operações e garantir que estão no caminho certo para alcançar os seus objetivos estratégicos.



## 6. Controlo do tempo



- Mais produtividade
- Definição de prioridades

Controlo do Tempo - Concentramo-nos em estratégias para gerir eficazmente o tempo, visando maior produtividade e eficiência. Aqui estão os elementos chave:

### Mais produtividade

Implementar práticas e ferramentas para melhorar a eficiência e a produtividade individual e da equipa.

Eliminar distrações, otimizar processos e utilizar métodos comprovados de gestão do tempo.

### Definição de Prioridades

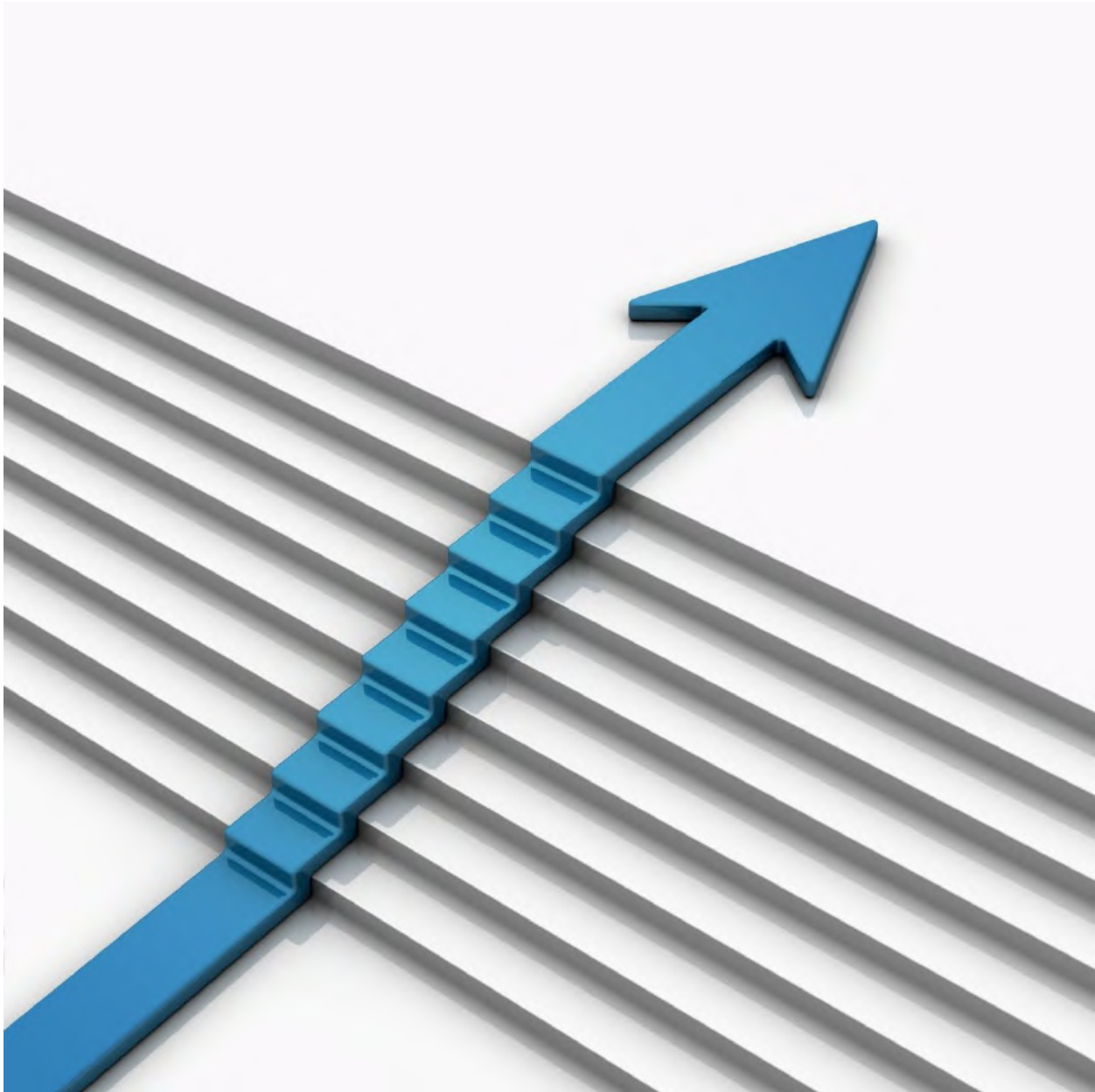
Estabelecer e comunicar claramente as prioridades da empresa, garantindo que todos compreendem e estão alinhados com os objetivos fundamentais.

Utilizar técnicas de gestão de prioridades para direcionar esforços para as tarefas mais importantes e de maior impacto (alavancagem positiva).

Ao controlar eficazmente o tempo, as empresas podem melhorar a eficácia operacional, minimizar o desperdício de recursos e maximizar o alcance de seus objetivos estratégicos.



## 7. Crescimento



- Decisões estratégicas face à concorrência
- Refinar proposta de valor
- Criação de valor
  - Eficiência
  - Inovação
  - Gestão de cliente



Crescimento - Exploramos estratégias específicas para impulsionar o desenvolvimento da empresa. Aqui estão os elementos chave:

#### **Decisões estratégicas face à concorrência**

Analisar e tomar decisões estratégicas em resposta à dinâmica competitiva do mercado. Identificar oportunidades para diferenciação e ganho de vantagem competitiva. Estudar a concorrência para identificar oportunidades que esta não está a endereçar.

#### **Refinar a proposta de valor**

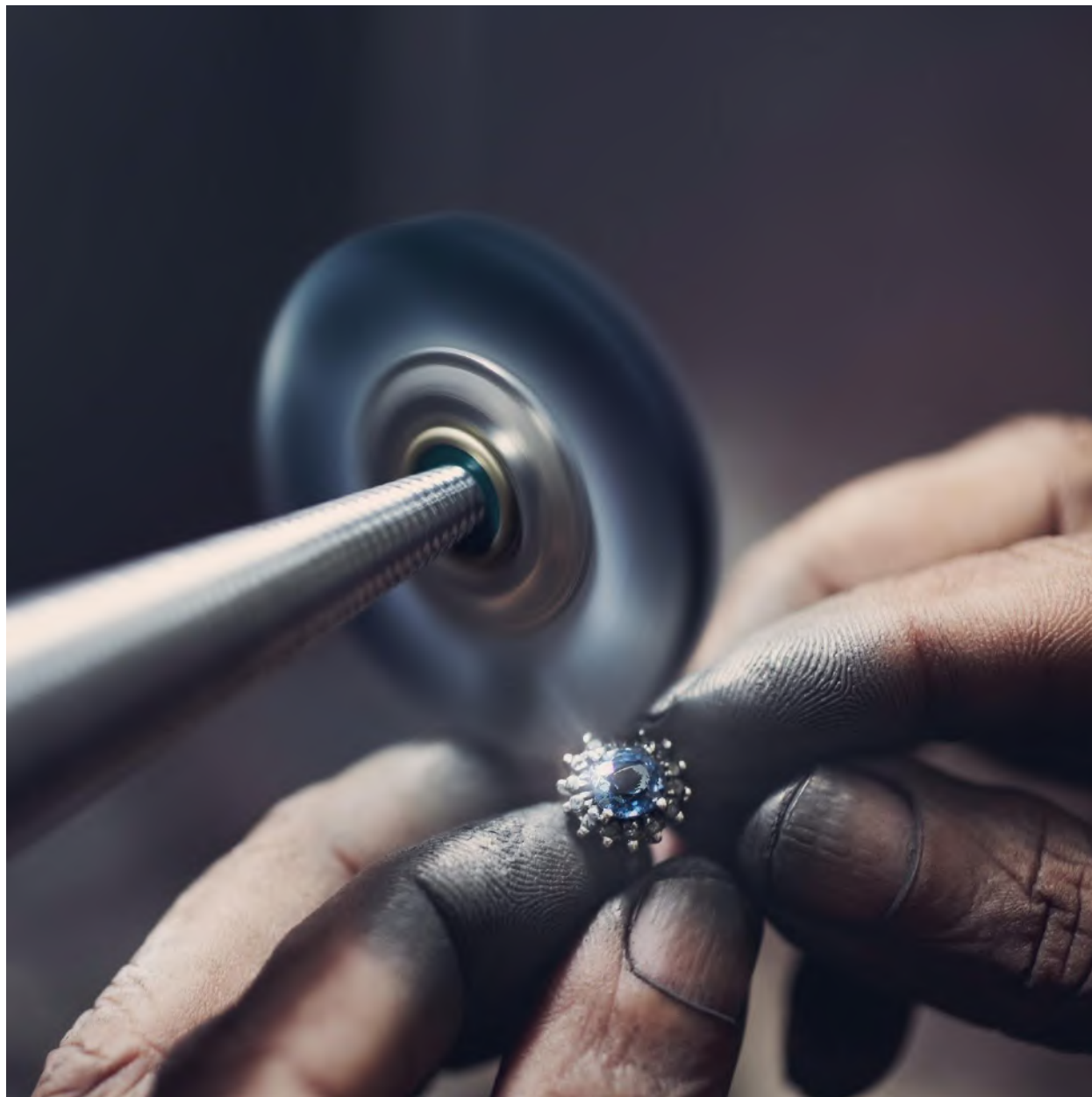
Aperfeiçoar a proposta de valor da empresa para atender às necessidades e expectativas dos clientes. Personalizar a oferta de forma diferenciada. Resolver os problemas dos clientes. Garantir que a proposta de valor destaca os benefícios e os pontos únicos e exclusivos da empresa.

#### **Criação de Valor**

- **Eficiência** - Procurar continuamente melhorias nos processos operacionais para aumentar a eficiência e reduzir custos.
- **Inovação** - Estimular a inovação para desenvolver novos produtos, novos serviços ou novas abordagens de negócios.
- **Gestão de Cliente** - Investir numa gestão de clientes eficaz e de proximidade para construir relacionamentos sólidos e garantir não só a satisfação do cliente, mas também a recomendação a terceiros.

Ao incorporar estratégias voltadas para o crescimento, as empresas podem posicionar-se de forma competitiva, oferecer valor excepcional aos clientes e impulsionar seu progresso no mercado.

## 8. Percepção de valor



- Produto/serviço
- Experiência de utilização
- Reputação/marca

Examinemos os fatores que influenciam a forma como os clientes percebem o valor oferecido pela empresa. Aqui estão os elementos-chave:

### **Produto/serviço**

As características, qualidade e funcionalidades do produto são determinantes e significativos na percepção de valor. A apresentação, design e inovação do produto/serviço contribuem para a percepção de qualidade. É fundamental que os produtos vão ao encontro quer das expectativas quer dos problemas que o cliente quer ver resolvidos.

### **Experiência de utilização**

A forma como os clientes interagem e experimentam o produto ou serviço afeta diretamente a sua percepção de valor. A facilidade de utilização, eficácia e satisfação do cliente durante a experiência influenciam a percepção global de valor.

### **Reputação/marca**

A reputação da empresa, construída através de experiências passadas, avaliações de clientes e a sua presença no mercado, desempenha um papel crítico. A confiança, credibilidade e percepção pública da empresa contribuem significativamente para a percepção de valor.

Ao compreender e otimizar estes fatores, as empresas podem influenciar positivamente a percepção de valor entre os clientes, fortalecendo a lealdade e a preferência pela marca.

## 9. Processo comercial



- Decisão do cliente
- Satisfazer as necessidades comerciais do cliente
- Monitorizar
- Estimular número de contactos
- Estimular taxa de conversão
- Criar sistema bola de neve

Exploremos etapas e estratégias para promover um processo comercial eficaz. Aqui estão os elementos-chave:

- ✚ **Decisão do cliente** - Compreender os fatores que influenciam a decisão do cliente e adaptar estratégias para alinhar a oferta da empresa com necessidades e preferências do cliente.
- ✚ **Satisfazer as necessidades comerciais do cliente** - Identificar e atender as necessidades específicas do cliente, oferecendo soluções que agreguem valor e resolver de forma célere e eficaz os problemas dos clientes.

- ✚ **Monitorizar** - Implementar sistemas de monitorização para identificar o progresso do cliente ao longo do processo de compra, bem como identificar pontos de fricção e respetivas oportunidades de melhoria.
- ✚ **Estimular número de contactos** - Proativamente gerar contactos e leads qualificados para alimentar o funil de vendas. Utilizar estratégias de marketing e prospeção para expandir a base de potenciais clientes.
- ✚ **Estimular taxa de conversão** - Otimizar os processos de forma a aumentar a eficácia na conversão de leads em clientes. Implementar práticas que melhorem a persuasão e satisfação do cliente durante o processo de vendas.
- ✚ **Criar sistema bola de neve** - Desenvolver um sistema que, uma vez iniciado, continua a crescer e a fortalecer-se de forma autónoma. Utilizar estratégias como referências de clientes satisfeitos para impulsionar o crescimento orgânico.

Ao investir na melhoria do processo comercial tendo como foco nas necessidades do cliente, monitorização constante e estímulo contínuo do crescimento, as empresas podem estabelecer uma abordagem robusta para aquisição e retenção de clientes.

## 10. Marketing



- Ciclos evolutivos
  - Comunicar ao mercado
  - Comunidade e reputação
  - Gerar leads
- **Vendas** alimentam **Leads** – **Leads** alimentam **Vendas**

Exploreemos as dinâmicas e estratégias para promover a marca e gerar oportunidades de negócio. Aqui estão os elementos-chave:

### Ciclos Evolutivos

- ✚ **Comunicar ao mercado** - O marketing envolve comunicar ao mercado, de forma eficaz, a proposta de valor da empresa. Isso inclui destacar os produtos, serviços e valores da marca.
- ✚ **Comunidade e reputação** - Criar e manter uma comunidade em torno da marca, construindo uma reputação positiva por meio de interações significativas e autenticidade.

- ✚ **Gerar leads** - Evoluir para a geração proativa de leads, identificando e atraindo potenciais clientes interessados.

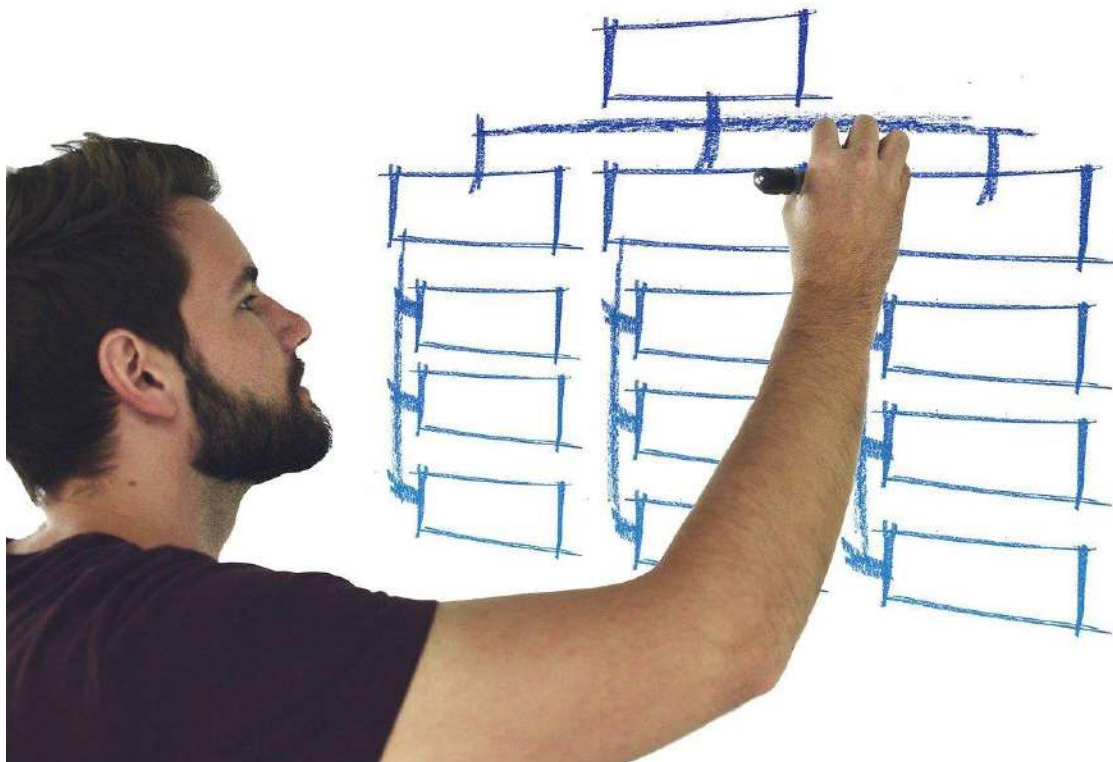
### Vendas alimentam leads – Leads alimentam vendas

- ✚ Reconhecer a interdependência entre vendas e marketing. Vendas eficazes alimentam o fluxo de leads, enquanto que leads qualificados gerados pelo marketing são essenciais para impulsionar as vendas.
- ✚ Integrar estratégias de marketing e vendas para criar um ciclo contínuo de crescimento e conversão.

Ao entender os ciclos evolutivos do marketing e a relação vital entre vendas e leads, as empresas podem desenvolver abordagens integradas que impulsionam o sucesso global da organização.



## 11. Velocidade



- Organograma funcional
- Os colaboradores devem servir o organograma e não o inverso
- Criar descritivos de funções
- Relações hierárquicas
- Avaliação de desempenho
- Sistematização do funcionamento da empresa
- Criação de processos operacionais

Exploremos estratégias para otimizar e acelerar os processos operacionais da empresa. Aqui estão os elementos-chave:

- ✚ **Organograma Funcional** - Desenvolver um organograma funcional que represente eficientemente a estrutura organizacional, destacando as funções e relações entre diferentes áreas.



- ✚ **Os colaboradores devem servir o organograma e não o inverso** – Criar o organograma tendo por base o modelo ideal para a organização, encaixando depois as pessoas nas funções para as quais têm competências, em vez de criar um organograma com base na equipa já existente e respetivas competências e funções.
- ✚ **Criar descritivos de funções** - Definir claramente as responsabilidades e tarefas associadas a cada função na empresa através de descritivos detalhados de funções, competências e responsabilidades.
- ✚ **Relações hierárquicas** - Estabelecer relações hierárquicas claras para facilitar a comunicação eficiente, a agilidade e a tomada de decisões.
- ✚ **Avaliação de desempenho** - Implementar processos regulares e justos de avaliação de desempenho para medir a eficácia individual e identificar áreas de melhoria, promovendo ativamente essa melhoria (formação, coaching, etc....)
- ✚ **Sistematização do funcionamento da empresa** - Desenvolver sistemas que permitam a operação suave e coordenada de diferentes departamentos ou unidades dentro da empresa.
- ✚ **Criação de processos operacionais** - Formalizar e documentar processos operacionais para promover consistência, reduzir erros e aumentar a eficiência.

As empresas podem otimizar as suas operações, promover a agilidade e responder rapidamente às mudanças no ambiente de negócios. O foco na equipa, na sua melhoria, na sua satisfação, na qualidade do seu ambiente de trabalho é fundamental para o crescimento de qualquer empresa.

## 12. Multiplicação



- Liderança
- Comunicação
- Sistema de avaliação de desempenho
- Planos de carreira
- Planos de formação
- Valorização das pessoas para valorização da equipa e empresa

Exploremos estratégias para multiplicar os recursos humanos e o potencial da empresa. Aqui estão os elementos-chave:

- ✚ **Liderança** - Identificar e ajudar a desenvolver líderes eficazes que possam inspirar, motivar e guiar as suas equipas para alcançar os objetivos organizacionais.

- ✚ **Comunicação** - Fomentar uma comunicação eficaz em todos os níveis da empresa, garantindo que as informações fluem de forma ágil, clara e transparente.
- ✚ **Sistema de avaliação de desempenho** - Implementar um sistema robusto de avaliação de desempenho para reconhecer e incentivar o crescimento contínuo dos colaboradores.
- ✚ **Planos de carreira** - Estabelecer planos de carreira claros que forneçam uma trajetória para o crescimento profissional dos colaboradores.
- ✚ **Planos de formação** - Investir em programas de formação contínua para desenvolver as competências dos colaboradores (hard skills e soft skills), alinhando estes planos com as necessidades e objetivos da empresa.
- ✚ **Valorização das pessoas para valorização da equipa e da empresa** - Criar uma cultura que valorize e premeie as contribuições individuais, promova a colaboração e fortaleça o sentimento de pertença à equipa e à empresa. O famoso “vestir a camisola”.

Ao multiplicar os recursos humanos através de lideranças eficazes, comunicação clara, desenvolvimento profissional e valorização pessoal, as empresas podem construir equipas estáveis e resilientes, e impulsionar um crescimento sustentável.

## 13. Abertura de capital



- Retenção de talento
- Crescimento exponencial

Exploremos os benefícios associados à decisão de abrir o capital da empresa a outras entidades. Aqui estão os elementos-chave:

- ✚ **Retenção de talento** - Manter uma estratégia de partilha do capital da empresa como forma eficaz de retenção de talentos, implementando políticas e benefícios que incentivem os colaboradores-chave a permanecerem na empresa.
- ✚ **Crescimento exponencial** - Capitalizar o acesso a novos recursos financeiros proporcionados pela abertura de capital para impulsionar um crescimento exponencial, ou para adquirir novos mercados.

Utilizar os fundos para expansões, inovações, aquisições estratégicas e outros projetos que catalisem o desenvolvimento acelerado da empresa.

Ao considerar a abertura de capital, as empresas devem equilibrar cuidadosamente os benefícios financeiros com os desafios potenciais, garantindo que qualquer decisão está alinhada com os objetivos estratégicos de longo prazo.