UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

FÁBIO ROGÉRIO WESTERMANI
JADY LOUISY MONTEIRO PAULINO
THAYNÁ CLÉO PELOZI CARDOSO DOS REIS

RELATÓRIO TÉCNICO DE IMPLANTAÇÃO
ELABORAÇÃO DE INSTRUÇÃO DE TRABALHO PARA AS ATIVIDADES DE ATENDIMENTO INBOUND DO SETOR DE PRÉ VENDAS DE LOCAÇÃO DE VEÍCULOS PESADOS NA EMPRESA ADDIANTE S.A.

CURITIBA
2024

FÁBIO ROGÉRIO WESTERMANI
JADY LOUISY MONTEIRO PAULINO
THAYNÁ CLÉO PELOZI CARDOSO DOS REIS

RELATÓRIO TÉCNICO DE IMPLANTAÇÃO
ELABORAÇÃO DE INSTRUÇÃO DE TRABALHO PARA AS ATIVIDADES DE ATENDIMENTO INBOUND DO SETOR DE PRÉ VENDAS DE LOCAÇÃO DE VEÍCULOS PESADOS NA EMPRESA ADDIANTE S.A.

Relatório técnico apresentado para obtenção de nota final da disciplina de Implantação de Projetos Multidisciplinares do Curso Superior de Tecnologia em Secretariado, Setor de Educação Profissional e Tecnológica da Universidade Federal do Paraná.

Orientador (a): Profa. Dra. Fernanda Landolfi Maia.

CURITIBA
2024

IDENTIFICAÇÃO DOS ACADÊMICOS

Fábio Rogério Westermani - GRR20220820

Jady Louisy Monteiro Paulino - GRR20220819

Thayná Cléo Pelozi Cardoso dos Reis - GRR20223183

Professora Orientadora: Dra. Fernanda Landolfi Maia

IDENTIFICAÇÃO DA EMPRESA

Razão Social: ADDIANTE S.A

CNPJ: 48.430.290/0001-30

Setor: Planejamento Comercial

Endereço: Av. Rua Doutor Alexandre Gutierrez, 826, conj. 2101 (andar 21) – Cond. New Zealand Empresarial, Água Verde

Cidade: Curitiba

Estado: Paraná

CEP: 80.240-130

Fone/Fax: 0800-7201500

E-mail: addiante@addiante.com.br

Supervisor Técnico: Marcus Vinicius Luz Genari

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM SECRETARIADO

AUTORIZAÇÃO E APROVAÇÃO DE IMPLANTAÇÃO DE PROJETO MULTIDISCPLINAR DO CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM SECRETARIADO

Concordamos com a execução do projeto Elaboração de Instrução do Curso Superior de Tecnologia em Secretariado da Universidade Federal do Paraná, proposto pela(o) aluna(o) Fábia Regério Westermann do 6 .º período/(ano)-(semestre).

Curitiba, novembro de 2024.

Supervisor Técnico (empresa):

AGRADECIMENTOS

Aos nossos pais, avós, irmãos, amores, amigos, colegas de trabalho, e colegas de equipe por serem fontes de inspiração, força e que nos proporcionaram todo o apoio necessário para a realização do presente relatório, além de nos apoiarem em nossas vidas profissionais e pessoais.

À professora orientadora Fernanda Landolfi Maia, pelas inúmeras contribuições neste relatório.

RESUMO

O presente relatório tratou da elaboração de uma instrução de trabalho para as atividades de atendimento *Inbound,* do setor de planejamento comercial de pré-vendas de locações de veículos pesados. Após o relato do colaborador Fábio Rogério Westermani, a equipe apontou como principal problemática a falta do mapeamento dos processos, o que fazia com que muitos colaboradores tivessem dúvidas durante as atividades diárias. Para a identificação desta problemática, foi realizada uma coleta de dados através de um questionário enviado aos colaboradores para ser respondido de forma anônima. Para a criação da instrução de trabalho, foram empregados os conceitos de gestão de qualidade e suas ferramentas de planejamento, como os 5S e o Diagrama de Ishikawa. Estas ferramentas da qualidade nos possibilitaram através do conhecimento adquirido no estudo e nas pesquisas, a elaboração de uma instrução de trabalho. A partir da elaboração da proposta foi possível avistar que promoverá uma melhora na qualidade dos atendimentos e na satisfação dos clientes atendidos pelo setor. Assim sendo, o desenvolvimento do referido projeto permitiu compreender ainda mais a importância do profissional do Secretariado atuando como gestor organizacional, utilizando as ferramentas da qualidade para aprimorar os processos de uma instituição.

Palavras- Chave: Instrução de trabalho. Ferramentas da qualidade. Secretariado.

ABSTRACT

The present report dealt with the elaboration of a work instruction for the inbound service activities of the commercial pre-sales planning sector for heavy vehicle rentals. Following a report by employee Fábio Rogério Westermani, the team pointed out that the main problem was the lack of process mapping, which caused many employees to have doubts during their daily activities. To identify this problem, data was collected using a questionnaire sent to employees to be answered anonymously. To create the work instructions, the concepts of quality management and its planning tools, such as 5S and the Ishikawa Diagram, were used. These quality tools enabled us, through the knowledge acquired in the study and research, to draw up a work instruction. Once the proposal has been drawn up, we can see that it will lead to an improvement in the quality of care and customer satisfaction in the sector. Therefore, the development of this project has made it possible to further understand the importance of the secretarial professional acting as an organization manager, using quatily tools to improve an institution’s processes.

Keywords: Work instructions, quality tools, secretariat.

LISTA DE SIGLAS

ABNT - Associação Brasileira de Normas Técnicas

CRM - Customer Relationship Management

CNPJ - Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica

IT - Instrução de trabalho

JR - Júnior

S.A. - Sociedade anônima

SDR - Sales Development Representative

SOP - Standard Operation Procedure

UFPR - Universidade Federal do Paraná

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 – PERFIL DOS RESPONDENTES.....13
QUADRO 2 - EIXOS E DIMENSÕES DE ANÁLISE.....13
QUADRO 3 - PERCEPÇÃO DOS RESPONDENTES A RESPEITO DA ROTINA DE TRABALHO.....32

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – ORGANOGRAMA DO SETOR DE PLANEJAMENTO COMERCIAL DE PRÉ VENDAS.....17
FIGURA 2 – ADAPTAÇÃO DO DIAGRAMA DE ISHIKAWA.....20
FIGURA 3 – FUNCIONOGRAMA ATIVIDADES DOS SDRS.....24
FIGURA 4 – FLUXOGRAMA DE PROCESSOS INBOUND.....25
FIGURA 5 – PRIMEIRA GRAVAÇÃO DE DESCRIÇÃO DOS PROCESSOS.....35
FIGURA 6 – SEGUNDA GRAVAÇÃO DE DESCRIÇÃO DOS PROCESSOS.....36
FIGURA 7 - CABEÇALHO DA IT.....37
FIGURA 8 – INFORMAÇÃO SOBRE PLATAFORMA E SEU FUNCIONAMENTO....38
FIGURA 9 – APRESENTAÇÃO DA IT.....40

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 – PERGUNTA 1.....26
GRÁFICO 2 – PERGUNTA 4.....28
GRÁFICO 3 – PERGUNTA 6.....29
GRÁFICO 4 – PERGUNTA 7.....30
GRÁFICO 5 – PERGUNTA 8.....31

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....10

2 METODOLOGIA.....12

3 DESCRIÇÃO DO AMBIENTE DE IMPLANTAÇÃO.....16

4 DESENVOLVIMENTO DAS ATIVIDADES.....18

4.1 ETAPA 1 - ANALISAR AS PROBLEMÁTICAS.....18

4.2 ETAPA 2 - REALIZAR DE LEITURAS, PESQUISA DE CAMPO E BIBLIOGRÁFICAS.....21

4.3 ETAPA 3 - MAPEAR OS PROCESSOS DA ÁREA.....22

4.4 ETAPA 4 - REALIZAR LEVANTAMENTO DAS PRINCIPAIS DÚVIDAS COM APLICAÇÃO DE QUESTIONÁRIO AOS FUNCIONÁRIOS.....26

4.5 ETAPA 5 - CRIAR INSTRUÇÃO DE TRABALHO A PARTIR DOS DADOS COLETADOS NO INSTRUMENTO DE PESQUISA APLICADO COM OS COLABORADORES EM RELAÇÃO AO PROCESSO.....33

4.6 ETAPA 6 – APRESENTAR A INSTRUÇÃO DE TRABALHO PARA O GESTOR DO SETOR DE PLANEJAMENTO COMERCIAL E FORNECER MATERIAL IMPRESSO.....39

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....42

APÊNDICE A - PRÉ-PROJETO.....47

ANEXO 1 – QUESTIONÁRIO QUANTITATIVO.....65

APÊNDICE C – INSTRUÇÃO DE TRABALHO.....66

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho trata-se de um relatório técnico, o qual faz parte da disciplina de Implantação de Projetos Multidisciplinares, e tem o intuito de mapear fluxo dos processos das atividades de atendimento *Inbound* do setor comercial de vendas da empresa Addiante S.A. com a elaboração de uma instrução de trabalho para os funcionários da área.

A pesquisa, inicialmente, conforme apêndice A, seria realizada na empresa Unidas Serviço e Locação S.A. Devido ao desligamento do colaborador Fábio (membro da equipe de implantação), houve alteração de empresa, da Unidas para Addiante, porém, o tema e os objetivos do trabalho se mantêm os mesmos.

Destaca-se que o estudante supracitado é, atualmente, colaborador no setor de planejamento comercial de pré-vendas de locações de veículos pesados na empresa Addiante, e identificou e relatou a problemática da falta de uma equipe de treinamento, junto a criação do processo da área, que iniciou em março de 2024. Percebeu-se, numa pré-análise, que ainda não existe um padrão de processo das atividades do *SDR (Sales Development Representative) Inbound*, surgindo a ideia do presente projeto que teve como objetivo principal elaboração de uma instrução de trabalho para a área, que está localizada na sede de Curitiba, especificamente no bairro Água Verde.

De acordo com Paim, et al. (2009, p 20), “Uma das principais motivações para a gestão de processos tem sido sua capacidade de contribuir para superar as limitações do modelo funcional de organização do trabalho”. Sendo assim, tendo a Instrução de Trabalho e o mapeamento dos processos das atividades do *SDR Inbound*, que começam a partir do recebimento das informações de possíveis clientes, que chegaram via site ou redes sociais da empresa, e que possuem perfil condizente com a política de locação da empresa. Esses cadastros são direcionados ao *SDR*, que é pré-vendedor, e que precisa entrar em contato com o cliente para entender se há uma oportunidade para seguir com uma proposta de locação com a Addiante, identificar possíveis dores e realizar a tentativa de conduzi-lo a uma agenda com o especialista em vendas. O processo todo é longo, até o contrato ser fechado, levando

em média 6 meses. A Instrução de trabalho facilitará a padronização do atendimento, poderá minimizar erros e diminuirá a probabilidade de os processos serem perdidos.

A partir disso, após análise do passo a passo necessário para o processo desse atendimento e acompanhamento dos clientes, percebemos que a criação da instrução de trabalho poderá dar mais confiança ao *SDR* e novos colaboradores do setor, tendo como consequência a melhoria da qualidade do trabalho, minimizando também, o tempo de explicações dos processos aos novos colaboradores, para que possam ser mais eficientes e diretos apenas em dúvidas mais direcionadas. Em função do exposto acima o objetivo geral da pesquisa foi: elaborar instruções de trabalho para as atividades de atendimento *inbound* do setor de Planejamento Comercial da empresa Addiante. Já nos objetivos específicos, que são as etapas de desenvolvimento da presente pesquisa: analisou-se a problemática, realizar leituras, pesquisas de campo e referências bibliográficas; mapeou-se os processos da área; realizou-se um levantamento das principais dúvidas; criou-se uma instrução de trabalho; apresentou-se a IT para a empresa; forneceu-se o material de apoio para que os colaboradores possam se sentir confiantes em relação ao processo.

A questão que norteou o trabalho foi: “Como a elaboração de uma instrução de trabalho e mapeamento das atividades poderá auxiliar no desenvolvimento das atividades de atendimento *Inbound* do setor de Planejamento Comercial na empresa Addiante?”

Este relatório está dividido em quatro partes. Iniciando-se com a metodologia, onde destacamos o método da pesquisa utilizada. Em seguida, temos a descrição do ambiente de implantação, onde detalhamos o atual funcionamento do setor. Após isso, vem o desenvolvimento das atividades, que está dividido em 6 etapas, as quais fomos construindo durante o presente relatório. E por fim, as considerações finais.

2 METODOLOGIA

Desenvolveu-se todo o percurso metodológico da presente pesquisa a partir de análises técnicas, considerando o relato feito pelo aluno e colaborador da Addiante S.A, Fábio Westermani, e a pesquisa de campo aplicada no mês outubro de 2024.

Nesse sentido, buscou-se entender a importância de se levantar dados para análise, visto que para Deming (1986, p. 39), “Não se pode melhorar o que não se pode medir. É crucial estabelecer medidas de desempenho que guiem a melhoria contínua e a eficácia das operações.”

Dessa forma, iniciou-se coletando dados qualitativos e quantitativos, através da aplicação de um questionário com perguntas fechadas e abertas. Objetivou-se identificar as dificuldades e relatos dos demais funcionários do setor, pois segundo Kaoru (1985, p. 60), “Para alcançar a qualidade total, é essencial que todos os colaboradores estejam envolvidos e comprometidos com as metas da organização”.

No setor de planejamento comercial, a pesquisa foi aplicada, em outubro, à quatro colaboradoras *SDRs*[1] júnior, sendo que 02 trabalham no setor desde o surgimento do setor de pré-vendas, que foi em março de 2024 e 02 foram contratadas, juntamente com Fábio, em julho de 2024. O setor de pré-vendas, é dividido em dois segmentos: *Inbound* e *Outbound.* São 04 colaboradores *Outbound*[2] e 01 *Inbound*[3]*,* porém, na ausência do colaborador *Inbound*, os *SDRs Outbound* o substituem. Devido a esse cenário, sugeriu-se a implementação de uma instrução de trabalho para auxiliar os demais colaboradores nas atividades quando estiverem substituindo o funcionário responsável pelo segmento *Inbound,* e para que, futuramente, auxilie em treinamentos de novos colaboradores, visto que para Tadeu Cruz (2021, p. 151), “A padronização dos procedimentos aumenta e garante a eficácia, a eficiência e a produtividade, pois todos os colaboradores executarão suas atividades sob padrões de operações.”

No quadro 1, podemos identificar as informações coletadas, com o número de respondentes, idade, sexo e tempo de casa.

---

[1] Segundo Aaron Ross e Marylou Tyler (2016, p.68), *SDR* significa *Sales Development Representative*, que traduzido para o português, significa Representante de Venda.
[2] Ross e Tyler (2016, p. 68), definem Outbound como uma nomenclatura diferente para *SDR*, pois, este profissional é responsável pela prospecção e atração de novos clientes.
[3] Já como *SDR Inbound*, Aaron e Marylou (2016, p. 68), dizem que este colaborador é o representante de vendas interno que cuida exclusivamente de leads vindos do site ou redes sociais da empresa.

QUADRO 1 – PERFIL DOS RESPONDENTES

Nº	Idade	Sexo	Tempo de casa	Tempo de atuação como SDR
Respondente 1	22	F	6 meses	Não possui experiência
Respondente 2	26	F	3 meses	2 anos de experiência
Respondente 3	26	F	3 meses	2 anos de experiência
Respondente 4	29	F	7 meses	Não possui experiência

Fonte: Pesquisa de Campo, elaborado pelos autores, 2024.

As informações descritas no Quadro 1 nos ajudaram a visualizar a diferença no tempo de experiência de cada colaboradora dentro da empresa e se já haviam ocupado a posição de *SDR* anteriormente. Isso contribuiu para a nossa compreensão sobre a abordagem a ser utilizada durante a elaboração da instrução de trabalho (IT). O questionário também nos ajudou a decidir se o documento deveria ser mais detalhado ou se deveríamos focar apenas em alguns pontos específicos, os quais conseguimos identificar como os de maior dificuldade. Apesar dos perfis (idade, sexo e tempo de casa) serem semelhantes, de acordo com os relatos de duas das colaboradoras que não haviam atuado na área anteriormente, optamos por seguir com uma IT mais detalhada. Isso não só auxiliará os atuais colaboradores que têm mais dificuldades com as tecnologias dos sistemas, mas também será útil para a contratação de novos colaboradores, visto que o potencial de expansão da empresa é crescente. Acreditou-se que uma IT mais elaborada ajudará esses colaboradores de forma mais eficaz.

As respostas serão analisadas a partir da análise de conteúdo de Bardin (2011) por meio de eixos de análise pré-estabelecidos.

QUADRO 2 - EIXOS E DIMENSÕES DE ANÁLISE

EIXOS E DIMENSÕES	**TIPO DE ANÁLISE**
Percepções das colaboradoras sobre o treinamento do sistema *SalesForce*	Analisar a clareza e qualidade do conteúdo disponibilizado
Aplicabilidade de informações de acordo com a percepção de experiências e tempo de casa	Analisar os perfis para entender o tipo de linguagem a ser utilizada na IT
Percepções do dia a dia das colaboradoras	Identificar a opinião pessoal de cada *SDR* em relação as atividades que realizam

FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

Como observamos no quadro 2, com a aplicação do questionário, procuramos entender as percepções e experiências pessoais de cada uma das colaboradoras.

A presente pesquisa se classifica como descritiva e exploratória que busca caracterizar e entender as características em questão, coletando dados que permitem uma visão geral das dificuldades enfrentadas pelos colaboradores do setor. A pesquisa exploratória visa também investigar novas possibilidades e identificar as variáveis que podem influenciar o desempenho e a qualidade do trabalho em equipe.

Para a aplicação na elaboração da Instrução de Trabalho, fez-se necessária a análise baseada na pesquisa exploratória, que, para Gil (2019, p. 26), “Este tipo de pesquisa é realizado especialmente, quando o tema escolhido é pouco explorado e torna-se difícil formular hipóteses precisas e operacionalizáveis sobre ele.”

Nesse sentido, usamos dessa abordagem para o desenvolvimento da IT, visando mapear todas as etapas que devem ser incluídas e como facilitar o processo.

Na sequência, com base na pesquisa descritiva, que segundo Ribeiro e Cruz (2004, p. 18), “Estudo, análise, registro e interpretação dos fatos do mundo físico sem a interferência do pesquisador.”.

Dessa forma, detalhando claramente cada etapa (passo a passo) com a elaboração das instruções detalhadas para que os colaboradores tenham acesso para se guiar.

Foi aplicado um questionário, por meio do *Google Forms*, conforme anexo 1, voltado aos colaboradores da empresa, especificamente aos que trabalham no setor, contendo nove questões, divididas em perguntas fechadas e abertas, permitindo uma coleta de dados quantitativos e qualitativos. As perguntas contidas nesse questionário, foram elaboradas para captar as dificuldades enfrentadas e suas percepções sobre a atuação do setor. Realizou-se leituras e estudos sobre as ferramentas da qualidade para embasar a criação das instruções de trabalho focadas no processo e nas dúvidas apresentadas no questionário. Usamos como base a ferramenta 5S, que se concentra na organização e padronização do ambiente de trabalho, são eles: seiri, seiton, seiso, seiketsu e shitsuke, podendo ser traduzidos respectivamente como sensos de utilização, arrumação, limpeza, manutenção e disciplina; O método 5S será abordado na etapa 5 do desenvolvimento das atividades.

Realizou-se uma análise documental que consistia em examinar documentos existentes para entender práticas atuais, identificar lacunas e fundamentar a criação

das instruções de trabalho. Através do fluxograma entendemos o desenvolvimento do processo e pudemos focar na área onde mais gerou dúvida, tendo as respostas do questionário aplicado.

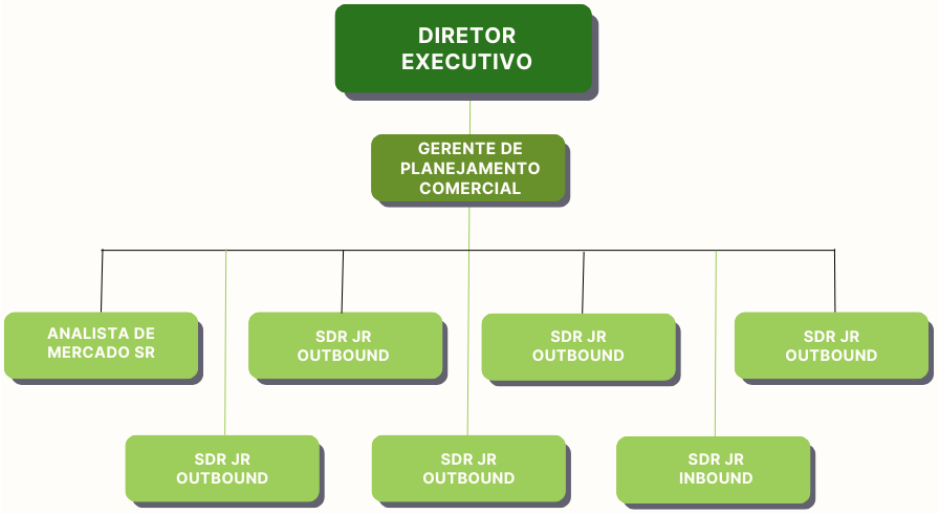
3 DESCRIÇÃO DO AMBIENTE DE IMPLANTAÇÃO

Após a união de interesses de duas grandes empresas do mercado, a Randoncorp e a Gerdau, em novembro do ano de 2022 na cidade de Curitiba - PR, foi fundada a primeira sede da *joint venture* [4]Addiante Locação de Pesados. A sede da companhia está localizada em Curitiba no bairro Água Verde, situada na rua Dr. Alexandre Gutierrez, número 826, estrategicamente pensada para estar entre as matrizes de suas mães, Gerdau, que está situada em São Paulo, e a Randoncorp, que está situada no Rio Grande do Sul. Hoje a empresa possui 2 anos de mercado, tendo cerca de 3.000 ativos e mais de 70 funcionários sob sua gestão. Apesar de ser uma empresa nova, a Addiante já possui o certificado de GPTW (*Great Place to Work*), que traduzido para o português significa “Ótima Empresa para se Trabalhar” recebido em 19 de junho de 2024.

A instrução de trabalho foi proposta, especificamente, para as atividades do *SDR Inbound*, no setor de planejamento comercial de pré-vendas de locação de veículos pesados. Levando em consideração que não há uma equipe de treinamento na companhia para prestar o suporte e capacitação de novos colaboradores, que há apenas 01 colaborador responsável pelo canal de atendimento e a possibilidade de rotatividade de funcionários, corre-se o risco de alguns processos serem perdidos.

[4] Uma joint venture, segundo Mariângela de Castro (2024), é uma parceria comercial em que duas ou mais empresas colaboram para realizar um projeto específico de interesse de ambas, compartilhando riscos e recursos em geral.

FIGURA 1 – ORGANOGRAMA DO SETOR DE PLANEJAMENTO COMERCIAL DE PRÉ VENDAS



FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

*Legenda do organograma:

*Diretor executivo - responsável por gerenciar a empresa;

*Gerente de planejamento comercial: responsável por gerenciar a área de marketing e pré-vendas;

*Analista de mercado SR (sênior): responsável por gerar lista de possíveis clientes com perfil para locação e gerenciamento do sistema SalesForce;

**SDR* JR (júnior): responsáveis pela pré-venda de locação para possíveis novos clientes.

A unidade de trabalho do colaborador Fábio é a de *SDR* JR *Outbound*. O setor de planejamento comercial é responsável pelo atendimento de possíveis novos clientes e a qualificação para gerar oportunidades de negociação referente a locação de caminhões, máquinas e implementos. De acordo com o material interno consultado "Política de Crédito para Locação", é direcionado para Cadastros Nacionais de Pessoa Jurídica (CNPJs) ativos há mais de 5 anos e com faturamento superior a 1 milhão de reais mensais. Os funcionários da área, recebem diariamente *leads*[5] dentro do sistema *SalesForce*, que nada mais são do que dados de empresas que possuem potencial e perfil para se tornarem clientes.

[5] Segundo Serasa Experian, *leads* são pessoas ou empresas que são potenciais futuros consumidores e foram atraídas pelo que você tem a vender, mas ainda não estão necessariamente prontas para fazer uma aquisição propriamente dita naquele momento em específico.

4 DESENVOLVIMENTO DAS ATIVIDADES

Desenvolveram-se as atividades dividindo-as em seis etapas. Na etapa 1, analisaram-se as problemáticas a partir do relato do acadêmico Fábio Westermani. Realizou-se pesquisa de campo, leituras e pesquisa bibliográfica para a etapa 2. Mapeou-se os processos da área, concluindo-se a etapa 3. Aplicou-se um questionário para alcançar o objetivo de levantamento de dúvidas na etapa 4. Na etapa 5, criou-se uma IT a partir da conclusão das etapas anteriores. Por fim, após o término do desenvolvimento do produto, nomeado como instrução de trabalho, entregou-se o material para o gestor direto da área.

4.1 ETAPA 1 – ANALISAR AS PROBLEMÁTICAS

Nesta etapa, foi analisada a problemática a partir de relato realizado pelo aluno Fábio Westermani, colaborador desta companhia desde julho de 2024 e atuante como *SDR* no setor de planejamento comercial de locação de veículos pesados. Identificamos que a área possui muitas oportunidades de melhorias em relação ao processo.

Segundo Marcelo Rita, (2019, p. 09), “O mapeamento dos processos facilita para empresa enxergar como as atividades são executadas, com os dados coletados em cada etapa, se torna possível avaliar e padronizar as atividades”.

A Addiante, atualmente, não possui um time focado em treinamento e não tem as atividades dessa área mapeadas, sendo prejudicial, pois conforme a rotatividade da área for naturalmente acontecendo, alguns processos podem se perder no caminho, além do fato de que atualmente, apenas 01 colaborador é responsável pelas atividades do atendimento Inbound, surgindo a necessidade de que um dos quatro *SDRs Outbound,* o substituam em sua ausência.

Em setembro de 2024, um dos colaboradores, *SDR Inbound* sofreu um acidente que causou a quebra de seu pé direito, fazendo com que ele precisasse se afastar de suas atividades durante sete dias. Neste período, cada dia da semana, um colaborador Outbound ficou responsável pelas atividades do atendimento Inbound, e devido a não existência de um documento padronizando as atividades, houve dificuldades em realizar alguns procedimentos, como envio de mensagens ativas na

plataforma *Blip Desk*[6], e o esquecimento de perguntas imprescindíveis para qualificação do *lead*, como a confirmação verbal de faturamento exigido pela política de crédito para locação. Por este motivo, identificamos que o segmento do setor que, no momento, mais necessita de uma instrução de trabalho, é o de atendimento *Inbound*.

Para conseguirmos identificar os problemas causados pela falta dos processos mapeados, utilizamos como base a ferramenta Diagrama de Ishikawa, a qual também é conhecida como Diagrama Espinha de Peixe, por conta de seu formato, ou também, Diagrama de Causa e Efeito. Essa ferramenta foi criada pelo professor Kaoru Ishikawa, o qual em 1941 começou sua carreira na área da qualidade, e desde então, houve várias contribuições para a área. O modelo tradicional dessa ferramenta utiliza como causas primárias e secundárias, sendo as causas primárias divididas em 6 grupos, conhecidos como os 6Ms, sendo eles: 1- Meio ambiente, 2- medida, 3- matéria, 4- mão de obra, 5- método e por fim, 6- máquina, podendo ser adaptados conforme necessidade de análise. Já as causas secundárias, são aquelas que influenciam diretamente nas causas primárias. Elas representam categorias amplas de possíveis causas do efeito central que são as causas primárias, ou seja, não são divididas em categorias especificas, pois são adaptadas conforme a causa primária.

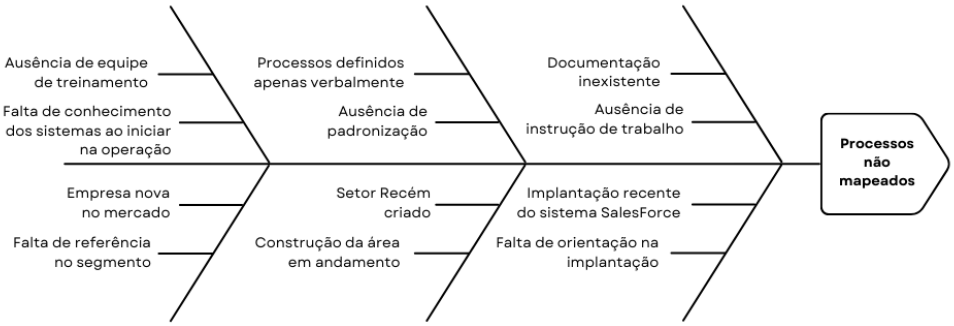
Conforme afirmou Souza (2021, p. 9), “Quando temos um problema, geralmente, percebemos antes de qualquer coisa o efeito que esse problema produz, portanto necessitamos de uma ferramenta visual como esse Diagrama para facilitar o diagnóstico.”

Então, fizemos um levantamento das principais causas da problemática, como podemos visualizar na figura 2.

---

[6] *Blip Desk* é um sistema de atendimento ao cliente que redireciona mensagens de WhatsApp de um usuário para um humano. *Blip Desk* não tem um significado padrão, pois se trata do nome de uma plataforma específica.

FIGURA 2 – ADAPTAÇÃO DO DIAGRAMA DE ISHIKAWA



FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

Como vimos na figura 2, através do impasse localizado sendo as atividades *Inbound* não mapeadas no setor, após alguns levantamentos, notou-se seis principais causas desse problema, sendo eles: empresa nova no mercado, a ausência de equipe de treinamento, processos definidos apenas verbalmente, setor recém-criado, documentação inexistente e implantação recente do sistema *SalesForce*. Pode-se observar que o fato de a empresa ser nova no mercado, nos mostra que ela ainda não possui uma equipe completa e impacta diretamente na ausência de uma equipe de treinamento. Levando em consideração que atualmente o treinamento é passado dos colaboradores mais antigos para os recém-contratados, é inevitável que cada colaborador acabe desenvolvendo seu próprio jeito de trabalhar, o que pode acarretar um baixo desempenho por não receberem uma formação adequada. Além disso, a padronização das atividades é apenas verbal, o que é um risco pois os processos podem ser perdidos conforme o passar do tempo. É importante que o setor tenha uma instrução de trabalho para que novos colaboradores, e até mesmo os funcionários veteranos, possam consultar durante o dia a dia e no processo de aprendizagem. A falta de referência de *SDRs* que atuem em empresas do segmento de locação para pesados, contribui com a dificuldade na definição dos processos pois ele precisa ser criado do zero. A falta de conhecimento dos sistemas ao iniciar a operação, também é um fator que pode ocasionar uma maior quantidade de erros na rotina de trabalho, e consequentemente, levar ao retrabalho de processos que poderiam até ser considerados simples, e, sem saber manusear o sistema adequadamente, pode-se deixar de usufruir de funcionalidades específicas que facilitariam o processo.

A implantação recente do sistema e a falta de orientação durante o processo de implantação também foram fatores que contribuíram para a ausência de uma instrução de trabalho. Como a construção da área está em andamento, é necessário que cada mudança seja registrada para que a definição não caia em esquecimento e já seja criado um padrão para determinada atividade.

4.2 ETAPA 2 - REALIZAR LEITURAS, PESQUISA DE CAMPO E BIBLIOGRÁFICAS

Na etapa 2 foi realizada a pesquisa de campo a partir de leituras de livros da área da qualidade e análise de documentos institucionais, pois segundo Campos (2004, p. 78), “O procedimento operacional é preparado pra as pessoas diretamente ligadas à tarefa com o objetivo de atingir de forma eficiente e segura os requisitos da qualidade”.

Realizou-se leituras direcionadas a textos clássicos e contemporâneos sobre gestão da qualidade e metodologias especificas para área de pré-vendas, incluindo autores como Aaron Ross, Marylou Tyler, Vicente Falconi, Kaoru Ishikawa, entre outros. Esses autores forneceram uma base teórica sólida e nos proporcionaram uma experiência enriquecedora e multifacetada, pois nos tornou aptos para a elaboração da presente pesquisa, abordando conceitos fundamentais como melhoria contínua e controle de qualidade. Vários trechos das obras dos autores referenciados puderam contribuir para o presente relatório. A combinação de leituras teóricas, da pesquisa de campo e da análise documental interna da empresa proporcionou uma ampla visão sobre a gestão da qualidade, permitindo integrar a nossa instrução de trabalho conceitos fundamentais, além de auxiliar a observar as práticas e relacioná-las as teorias consultadas. A interação direta com um dos colaboradores, discente Fábio, e seus relatos, aproximaram as demais autoras, do ambiente de trabalho dele, proporcionando compreensão e revelando a realidade que muitas das vezes não são capturadas por autores, mas também trazendo à tona a importância da teoria quando confrontada com a realidade.

Efetuou-se a pesquisa bibliográfica na biblioteca do Setor de Educação Profissional e Tecnológica (SEPT), na plataforma virtual Minha Biblioteca da UFPR, na plataforma digital *Kindle Unlimited* e na própria empresa, que gentilmente nos disponibilizou o livro “Receita Previsível” dos autores Aaron Ross e Marylou Tyler, que

é um guia para a área comercial de pré-vendas. Fomos a campo procurar normas internas da instituição e encontramos no site da empresa o código de conduta ética Addiante, que nos deu informações valiosas sobre os propósitos e valores da companhia. O discente e funcionário da empresa, Fábio, ficou responsável por consultar materiais que só são disponibilizados internamente, como a "Política de Crédito para Locação" e "Política de Compliance", que foram cruciais para a elaboração da IT e acrescentou uma nova camada em nossa pesquisa. Investigar diretrizes e normativas internas da Addiante permitiu entender o funcionamento da companhia, suas práticas e valores. A leitura desses documentos foi essencial para garantir que a informação coletada fosse de qualidade e relevante. A combinação de leituras, relatos de experiências práticas e análise de documentos institucionais resultou em uma visão abrangente e capacitada para a pesquisa, reforçando a possibilidade de realizarmos conexão entre teoria e prática e destacando a importância de cada etapa no processo de elaboração.

4.3 ETAPA 3 – MAPEAR OS PROCESSOS DA ÁREA

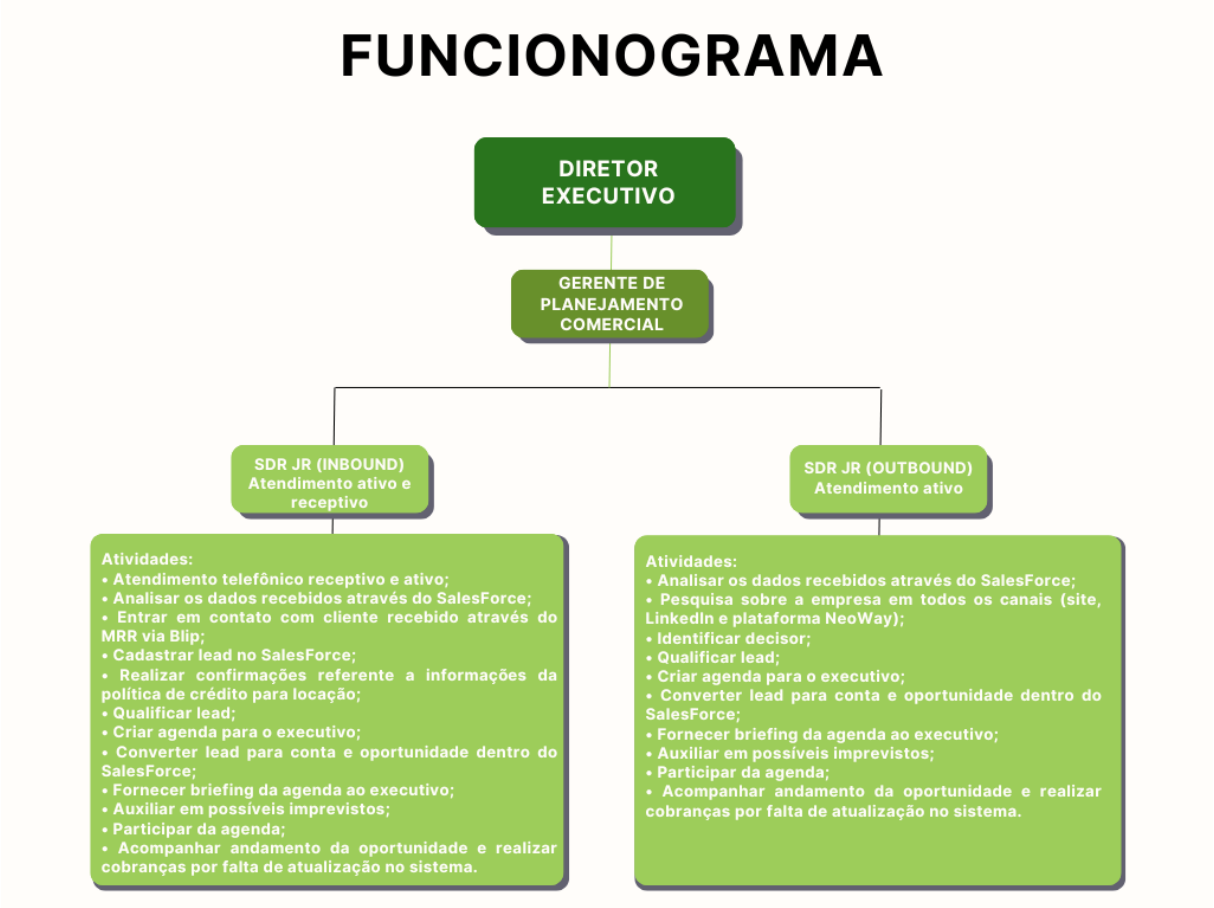
Nesta etapa, a ideia da criação de uma instrução de trabalho para o setor de planejamento comercial, surgiu após o relato do discente, Fábio Westermani, colaborador da Addiante desde julho de 2024, e que desempenha a função de *SDR* realizando atividades como: atendimento receptivo e ativo de possíveis novos clientes, qualificação de leads, agendamento de reuniões com executivos comerciais, levantamento de informações para criação de cotação, alimentar sistema com informações pertinentes, entre outras. O acadêmico relatou as problemáticas de não terem recebido um treinamento assertivo sobre o sistema *SalesForce*. Como a implantação do sistema é recente e a criação do setor também, a padronização está definida apenas verbalmente; além do fato de que a empresa não possui uma equipe focada na realização de treinamentos e de que, atualmente, apenas um colaborador é responsável pelo atendimento do segmento *Inbound.* A partir disso, percebemos que a falta de documentos e mapeamento das atividades poderá impactar futuramente, fazendo com que a falta de padronização dos processos não permita que os colaboradores utilizem de forma assertiva todas as ferramentas que o sistema oferece e que os processos sejam perdidos conforme a rotatividade do setor for naturalmente

acontecendo ou deixem de ser realizados na ausência do colaborador responsável, como já aconteceu anteriormente.

O setor de pré-vendas é divido entre dois segmentos: *Inbound* e *Outbound*. O setor em geral, presta atendimento ativo e receptivo a clientes que possuem o perfil da política de crédito para locação da companhia, para contrato via CNPJ. O departamento atualmente é composto por 05 *SDRs*, 01 gerente e 01 diretor, sendo que 04 dos *SDRs* são do segmento *Outbound*, que realiza atendimento ativo, e 01 *SDR* é do segmento *Inbound*, que realiza atendimento receptivo. Para iniciarmos de fato o mapeamento das funções do setor de pré-vendas, utilizamos a ferramenta funcionograma para documentar as funções dos *SDRs outbound* e *inbound*. Para entendermos melhor o funcionamento da ferramenta funcionograma se fez necessário realizar leituras sobre o objetivo dela, visto que de acordo com María Esmeralda Ballestero-Alvarez (2015, p. 232), "Tem como objetivo representar as funções de uma área específica dentro da empresa e é uma extensão do organograma tradicional... Efetua uma fotografia ampliada dos trabalhos desenvolvidos por uma área."

Desta forma, para melhor compreensão das funções do *SDR Inbound* e dos *SDRs outbound*, a seguir, estão representadas através de um funcionograma conforme figura 3.

FIGURA 3 – FUNCIONOGRAMA ATIVIDADES DOS SDRS



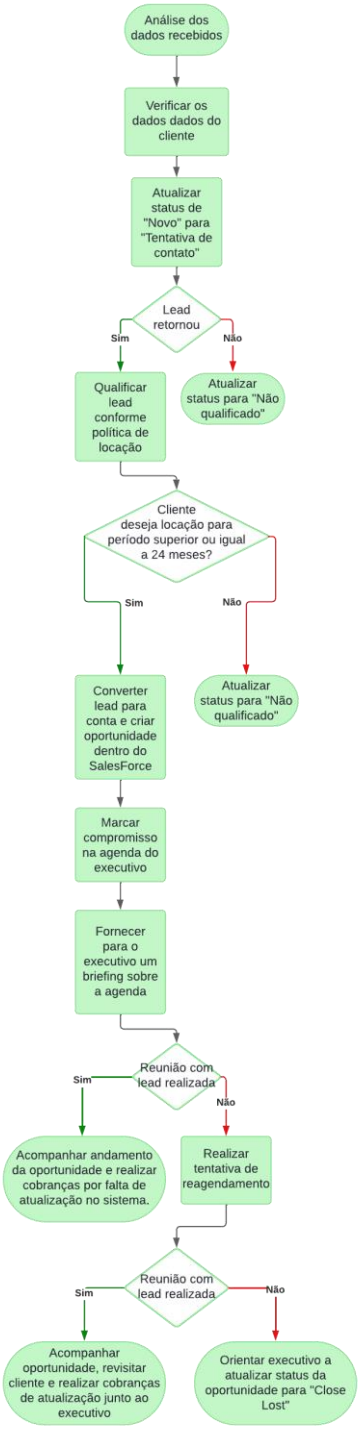
FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

Após a criação do funcionograma, partimos para a montagem do fluxograma de processos que, segundo Thalita Helena Landiva (2021, pg. 40), "O Fluxograma... Tem como objetivo fazer com que qualquer pessoa seja capaz de ver se os processos estão atendendo aos padrões de operação".

Diante disso, para a construção da IT (Instrução de Trabalho), realizou-se um estudo de campo aprofundado dentro do setor de planejamento comercial para conhecer e identificar as dificuldades, que possivelmente não foram mencionadas no questionário que foi aplicado na equipe. Para melhor entendimento das discentes, Jady e Thayná, sobre o processo das atividades realizadas pelo segmento *Inbound*, contamos com o relato do colaborador e aluno Fábio, através de uma chamada de vídeo realizada via *Google Meet*,

onde as autoras e alunas elaboraram um diário de campo como material de apoio para a construção visual do processo.

FIGURA 4 – FLUXOGRAMA DE PROCESSOS *INBOUND*



FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

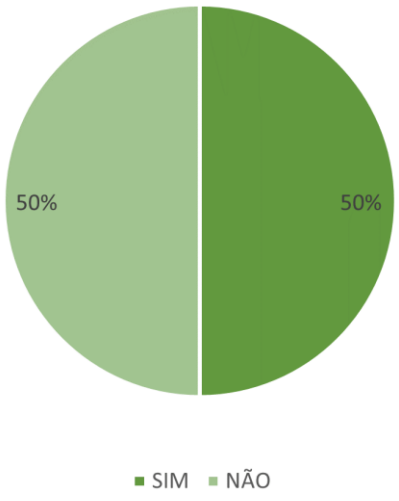
Como observamos no fluxograma, conseguimos visualizar melhor as etapas do atendimento inbound, desde a análise dos dados recebidos até a etapa do acompanhamento final. Podemos notar que são vários passos, que são realizados por uma única pessoa do setor, e na ausência dela, os demais colaboradores que assumem essa função precisam compreender o processo de atendimento, o qual há diferenças para o formato *Outbound*.

4.4 ETAPA 4 - REALIZAR LEVANTAMENTO DAS PRINCIPAIS DÚVIDAS COM APLICAÇÃO DE QUESTIONÁRIO AOS FUNCIONÁRIOS

Nesta etapa, a partir das respostas que foram obtidas a partir do questionário, podemos concluir que as informações descritas nos quadros 1 e 2, nos gráficos abaixo, foram de encontro com o relato inicialmente realizado pelo acadêmico e colaborador Fábio, e justificam a necessidade da construção da instrução de trabalho porque transmite a visão das demais colaboradoras que vivenciam o setor diariamente.

Iniciamos o questionário perguntando se os colaboradores já haviam atuado como *SDR* anteriormente. Conforme gráfico 1, 50% dos respondentes afirmaram que sim, enquanto 50% responderam que não.

GRÁFICO 1 – PERGUNTA 1



FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

Os resultados mostram que a quantidade dos colaboradores (50%) que já atuaram anteriormente como *SDR*, é igual a quantidade dos que não aturam. Isso indica um nível específico de experiência dentro da equipe. Essa experiência prévia pode facilitar a integração de novos colaboradores, uma vez que aqueles que já atuaram como *SDR* podem servir como auxiliadores para os demais. No entanto, é importante também considerar a perspectiva dos 50% que não têm essa experiência. Oferecer treinamentos específicos e oportunidades de aprendizado para esses colaboradores pode garantir que todos sejam alinhados com as melhores práticas e potencializar o desempenho da equipe como um todo.

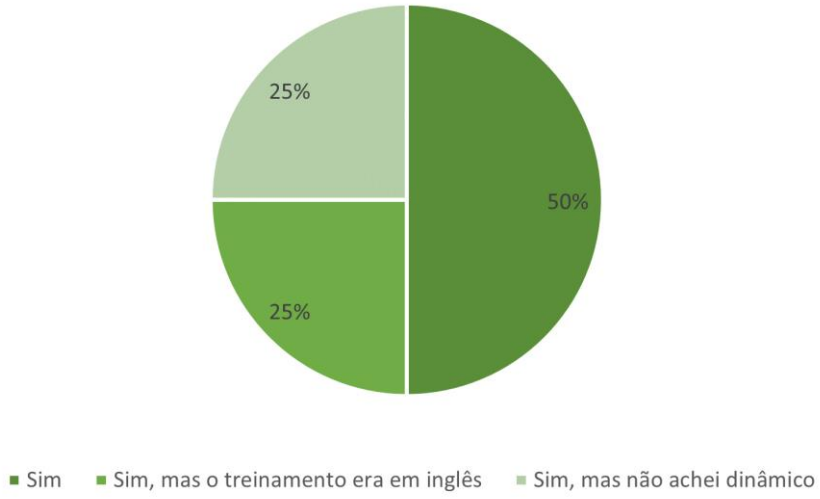
Ao serem questionados, na pergunta 2, se um mapeamento especificando os passos a serem seguidos para a execução do seu trabalho facilitaria a rotina dos respondentes, 100% afirmaram que sim.

Os resultados revelaram que 100% dos respondentes afirmaram que um mapeamento claro dos passos a serem seguidos facilitaria sua rotina de trabalho. Destacando a necessidade de um suporte estruturado que possa orientar os colaboradores. Portanto, um mapeamento bem-feito não apenas oferece clareza sobre as responsabilidades e tarefas de cada membro da equipe, mas também ajuda a identificar pontos de melhoria nos processos existentes. Com uma IT visual e estruturada, os colaboradores podem se sentir mais confiantes, diminuindo a margem de erro.

Após serem questionados, na pergunta 3, se a falta de uma IT afeta a eficiência do setor de maneira geral, o resultado foi que 50% acharam que sim, e 50% não. A divisão nas opiniões sobre a influência da falta de uma instrução de trabalho padronizada destaca diferentes experiências e percepções dentro do setor comercial. Implementar um projeto para desenvolver e testar uma IT padronizada pode não apenas atender às necessidades de todos, mas também promover um ambiente de trabalho mais assertivo e produtivo onde todos os colaboradores se sintam apoiados.

Na pergunta sobre o treinamento para as ferramentas utilizadas em suas funções, as respostas mostraram opiniões diferentes, conforme gráfico 2. Dentre os respondentes 25% disseram ter recebido o treinamento, mas em inglês, 25% afirmaram que receberam o treinamento, mas o consideraram pouco dinâmico, enquanto 50% informaram que participaram de um treinamento.

GRÁFICO 2 – PERGUNTA 4

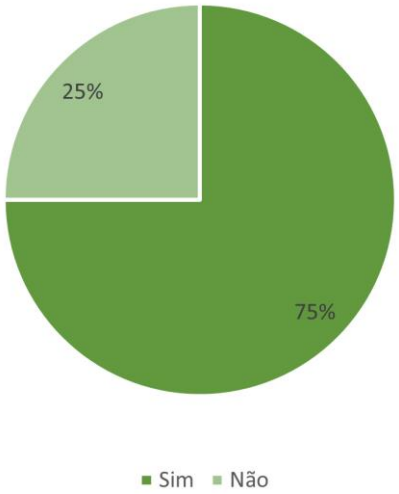


FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

As respostas no gráfico 2 ressaltam a importância de que o treinamento e a instrução de trabalho sejam apresentados de maneira que os colaboradores possam compreender em sua totalidade. Embora o inglês seja uma língua falada em diversas partes do mundo, oferecer a instrução na língua nativa dos colaboradores facilita a compreensão do conteúdo. Essa abordagem não apenas promove um aprendizado mais eficaz, mas também demonstra um respeito pelas necessidades linguísticas da equipe, contribuindo para um ambiente de trabalho mais inclusivo e produtivo.

O gráfico 3, ilustra as respostas relacionadas à ferramenta *SalesForce*. Dos respondentes, 25% não estavam cientes de que todos os campos do *Lead* devem ser preenchidos a partir da etapa "Em Atendimento", enquanto 75% demonstraram ter esse conhecimento.

GRÁFICO 3 – PERGUNTA 6

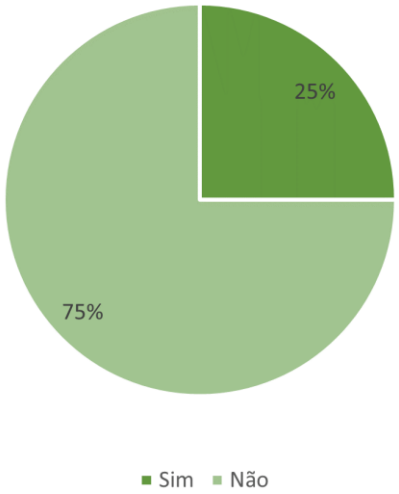


FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

Os resultados do gráfico 3 indicam que, embora a maioria esteja ciente da importância de preencher todos os campos, existe uma parte significativa de colaboradores que pode solicitar orientação adicional. Essa falta de conhecimento pode afetar a eficiência no gerenciamento de *Leads* e destaca a necessidade de treinamentos sobre o uso da ferramenta, garantindo que todos os membros da equipe compreendam os processos críticos para melhorar o fluxo de trabalho.

Na pergunta número 7, que aborda a ferramenta *SalesForce*, questionou-se sobre o conhecimento a respeito dos significados de todos os campos utilizados para registros e/ou desqualificação de *Leads*. Revelou-se no gráfico 4 que 75% dos respondentes não tinham esse conhecimento, enquanto apenas 25% afirmaram estar cientes do significado dos campos.

GRÁFICO 4 – PERGUNTA 7

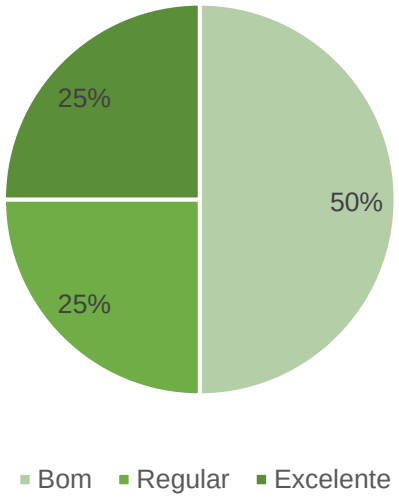


FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

Uma baixa porcentagem de respondentes afirmou conhecer o significado de todos os campos, o que indica uma lacuna significativa no entendimento da ferramenta. Isso, futuramente, poderá impactar a eficiência das operações de vendas e até na experiência e satisfação do cliente. Evidenciou-se, novamente, a necessidade de treinamentos mais aprofundados e materiais de apoio para garantir que todos estejam capacitados para utilizar as funcionalidades do *SalesForce*.

Na pergunta 8, solicitamos aos respondentes que avaliassem a comunicação e o compartilhamento de informações dentro do setor. No gráfico 5, consta a crucial avaliação dos colaboradores, pois uma comunicação eficaz é fundamental para a colaboração entre equipes e a agilidade nos processos.

GRÁFICO 5 - PERGUNTA 8



FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

No gráfico 5, enquanto 25% dos respondentes avaliaram a comunicação do setor como excelente, a mesma quantidade classifica-a como regular, o que sugere que há espaço para melhorias. 50% acham bom, porém, esses resultados apontam para a importância de promover um ambiente de comunicação aberto e transparente. Para alcançar uma avaliação "excelente", é fundamental identificar as barreiras.

Abaixo, apresentamos um quadro descritivo com as percepções dos respondentes a respeito da rotina de trabalho.

QUADRO 3 - PERCEPÇÃO DOS RESPONDENTES A RESPEITO DA ROTINA DE TRABALHO

Eixo de análise	Extrato das respostas obtidas
Dificuldades na rotina de trabalho: Identificação de pontos específicos, baixa utilização dos recursos que os sistemas disponibilizam, didática dos conteúdos que foram disponibilizados na implementação do sistema *SalesForce*.	"O CRM[7] que utilizamos é o 'melhor do mundo', porém por falta de treinamento da própria plataforma e da empresa em si, acaba que só conseguimos utilizar o básico do básico. Tem muitas funções e automações no *SalesForce* que poderíamos aprender, mas a falta de treinamento impede. O treinamento disponibilizado pela plataforma era bem longo e pouco didático, além de ser em inglês e não ter tradução, foi bem difícil aprender o mínimo sobre. Confesso que aprendi mais perguntando aos colegas e no dia a dia do que no treinamento em si." (Respondente 1) "Recebemos um treinamento do *SalesForce* por meio de um link disponibilizado por eles, um conteúdo não muito didático, mas os processos com o tempo ficam mais fáceis.” (Respondente 2) "Saber os significados de alguns campos no SF ajudaria. Por ser uma ferramenta nova na empresa e ainda não estar rodando da forma com que querem, às vezes tenho dificuldade para usar o SF. Ainda não é padronizado e sinto falta de ter um 'protocolo' de como executar o atendimento e para alimentar o sistema." (Respondente 3) "Creio que quando iniciamos com o SF, poderíamos ter tido um treinamento mais robusto em equipe... Assim não teríamos tantas dificuldades com a ferramenta." (Respondente 4)

FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

A partir da pesquisa de campo realizada foi possível identificar as principais dificuldades dos colaboradores optando pela ferramenta da qualidade nominada Instrução de trabalho (IT) ou também conhecida como Procedimento Operacional (*Standard Operation Procedure – SOP*), onde os processos e fluxos poderiam ser descritos e disponibilizados na empresa em questão. A diferença entre a IT e a *SOP*, é que a IT tende a ser mais detalhada.

Na etapa 5 será detalhado o processo de criação da IT.

[7] De acordo com o site da plataforma *SalesForce*, *CRM* é a sigla usada para *Costumer Relationship Management*. Traduzido para o português, a sigla significa gestão de relacionamento com o cliente.

4.5 ETAPA 5 – CRIAR INSTRUÇÃO DE TRABALHO A PARTIR DOS DADOS COLETADOS NO INSTRUMENTO DE PESQUISA APLICADO COM OS COLABORADORES EM RELAÇÃO AO PROCESSO

Nesta etapa, iniciou-se o processo de criação da instrução de trabalho com a aplicação de um questionário junto aos colaboradores, que auxiliou no entendimento das dificuldades enfrentadas dentro processo, na identificação de oportunidades de melhoria e detalhes das atividades em comum que seriam indispensáveis incluirmos dentro das ITs, como por exemplo, o significado de cada submotivo das tarefas registradas diariamente no sistema *SalesForce*. Esse questionário foi elaborado com perguntas abertas e fechadas, e abordou-se temas como a percepção individual de cada funcionário, desafios enfrentados, sugestões de melhorias, a avaliação das ferramentas e recursos utilizados na realização das atividades. As respostas foram coletadas dos colaboradores que estão diretamente envolvidos no processo e, a partir daí, consolidou-se as respostas dividindo-as em categorias. Utilizou-se da organização das categorias para agrupar as respostas, baseando-se nos 5S. Assim, dividimos as respostas nas seguintes categorias: perguntas abertas, agrupando as respostas de mesmo sentido, e perguntas fechadas, para uma análise quantitativa. Após o agrupamento das respostas utilizando os princípios dos 5S, realizou-se uma análise detalhada de cada relato para que fosse determinado os passos descritos nas ITs e o tipo de linguagem simples, que foi o escolhido para utilizarmos na escrita para facilitar a compreensão dos colaboradores, visto que foi destacada a falta de um treinamento didático sobre a ferramenta *SalesForce e* que o passo a passo disponibilizado pela plataforma estava na língua inglesa, dificultando a compreensão e aproveitamento do conteúdo.

Utilizou-se, também, ferramentas da qualidade como o funcionograma, fluxograma e o diagrama de Ishikawa para auxiliar no mapeamento das atividades e construção da IT.

Para a criação de um funcionograma para a área, utilizou-se como referência bibliográfica a obra “Manual de Organização, Sistemas e Métodos: Abordagem Teórica e Prática da Engenharia da Informação” da autora María Esmeralda Ballestero-Alvarez para a compreensão do conceito da ferramenta. Após isso, levou-se em conta os dados extraídos do questionário aplicado aos colaboradores, o relato inicial do discente e autor Fábio Westermani, e o livro “Receita Previsível” dos autores Aaron

Ross e Marylou Tyler. Esse livro descreve o cenário ideal de uma área de pré-vendas e que foi utilizado como base para a criação do setor dentro da Addiante,

Criou-se o fluxograma após a descrição das atividades no funcionograma para que tornasse possível realizar um comparativo entre as atividades que são designadas a área e os processos de atendimento ao cliente interno e externo. Buscou-se referências bibliográficas para a compreensão da ferramenta e utilizou-se a obra “Gestão da Qualidade Total”, publicada em 2021 pela autora Thalita Helena Landiva.

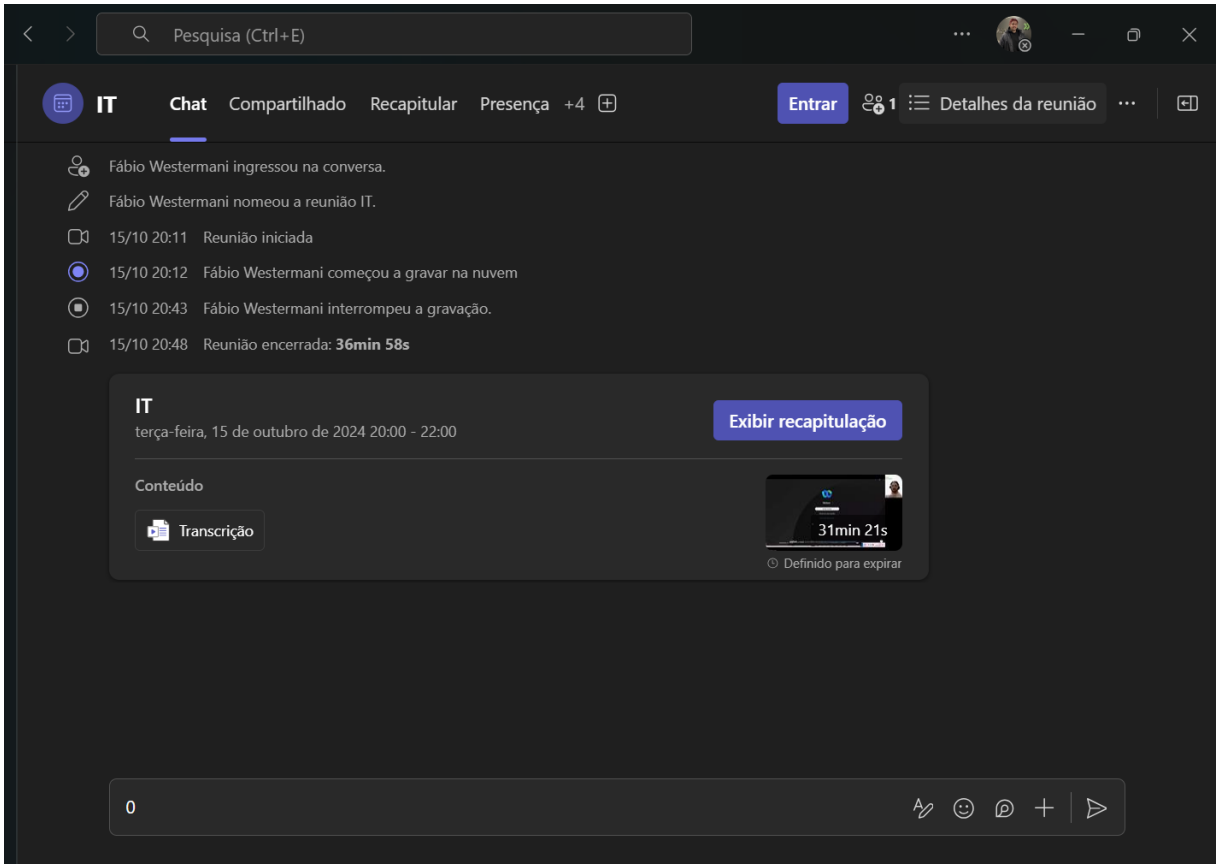
Já o diagrama de Ishikawa, auxiliou no entendimento das problemáticas existentes que impactavam na ausência de documentos que descrevessem o processo de atendimento *Inbound*. Utilizou-se como referência a obra “Diagrama de Ishikawa: Diagnosticar e resolver problemas” do autor José Orlando de Lima Souza.

Buscou-se também, a consulta de materiais internos da Addiante, que estão disponíveis no site da empresa e internamente para os colaboradores. O funcionário e discente, Fábio, relatou não haver dificuldades na consulta das normas da empresa, política da área de crédito para locação e até mesmo em instruções de outros setores.

Após o mapeamento do setor e a criação dos materiais citados, partiu-se para o desenvolvimento da instrução de trabalho em si. Definiu-se no planejamento da criação da IT que o foco principal seria o sistema *SalesForce*, mas como algumas atividades ainda dependem de ferramentas externas como a *Blip,* sistema utilizado para contato de mensagens escritas, e o *Webex,* sistema utilizado para receber e realizar chamadas de voz*,* incluímos informações focadas no auxílio de acesso as ferramentas e como executar as atividades para quais eles têm serventia. Durante esse planejamento, deu-se destaque a ações que pudessem reduzir erros e retrabalho, como os campos que devem ser preenchidos na criação de um lead e agendamento de tarefas a ações que não dependem exatamente do setor, mas que podem impactar em relatórios caso haja não preenchimento de campos específicos como o campo “Nome de campanha” de um *lead*. Optou-se por elaborar o documento de forma objetiva, com um passo a passo claro para cada etapa do processo. As responsabilidades foram bem definidas, para auxiliar que todos tenham ciência do que fazer em cada fase do processo e quais os recursos necessários para a execução das atividades especificadas nas ITs.

Durante a criação da IT, conforme figura 5, realizou-se uma primeira gravação de reunião via *Teams*, visto que, por conta de seus empregos, os autores do presente trabalho não possuíam disponibilidade total durante os dias úteis.

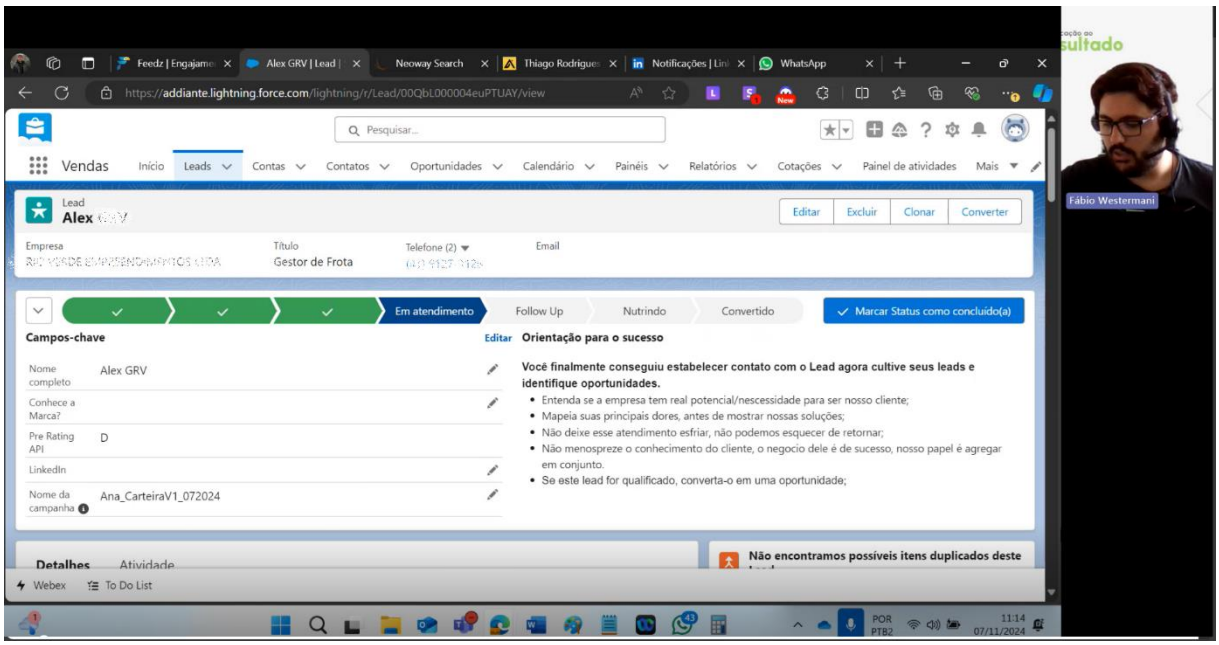
FIGURA 5 – PRIMEIRA GRAVAÇÃO DE DESCRIÇÃO DOS PROCESSOS



FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

Após as autoras do presente relatório assistirem a primeira gravação, identificou-se a falta de algumas informações sobre o processo. Portanto, realizou-se uma segunda reunião gravada, a qual o colaborador e acadêmico abrangeu de forma mais completa a descrição dos processos, conforme figura 6.

FIGURA 6 – SEGUNDA GRAVAÇÃO DE DESCRIÇÃO DOS PROCESSOS



FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

As reuniões gravadas, foram compartilhadas com as autoras e discentes Jady e Thayná, porém, optou-se por focar o desenvolvimento das ITs no colaborador e autor Fábio porque ele vive o processo interno da Addiante.

A instrução de trabalho seguiu os padrões da ABNT, conforme figura 7, iniciando com cabeçalho seguido descrição das principais atividades desenvolvidas pelo setor de planejamento comercial de pré-vendas.

FIGURA 7 – CABEÇALHO DA IT

Addiante	**MANUAL DE INTRUÇÕES DE TRABALHO** PROCESSOS SDR INBOUND E OUTBOUND	**Código:**
		Estabelecido em: novembro/2024
		Revisado em: novembro/2024
		Nº da revisão:
Tarefa: atendimento do *lead*		
Executante: *SDR (Sales Delovepment Representative) Inbound*		
Objetivo da tarefa: conversão de *lead* para conta, transferência de propriedade de conta		
Materiais necessários: sugestão de script		
Sistemas de gestão: *SalesForce*		

FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

Além do cabeçalho e do descritivo das atividades, a instrução de trabalho contempla informações sobre as plataformas utilizadas pela empresa e seu funcionamento, conforme figura 13.

FIGURA 8 – INFORMAÇÃO SOBRE PLATAFORMA E SEU FUNCIONAMENTO

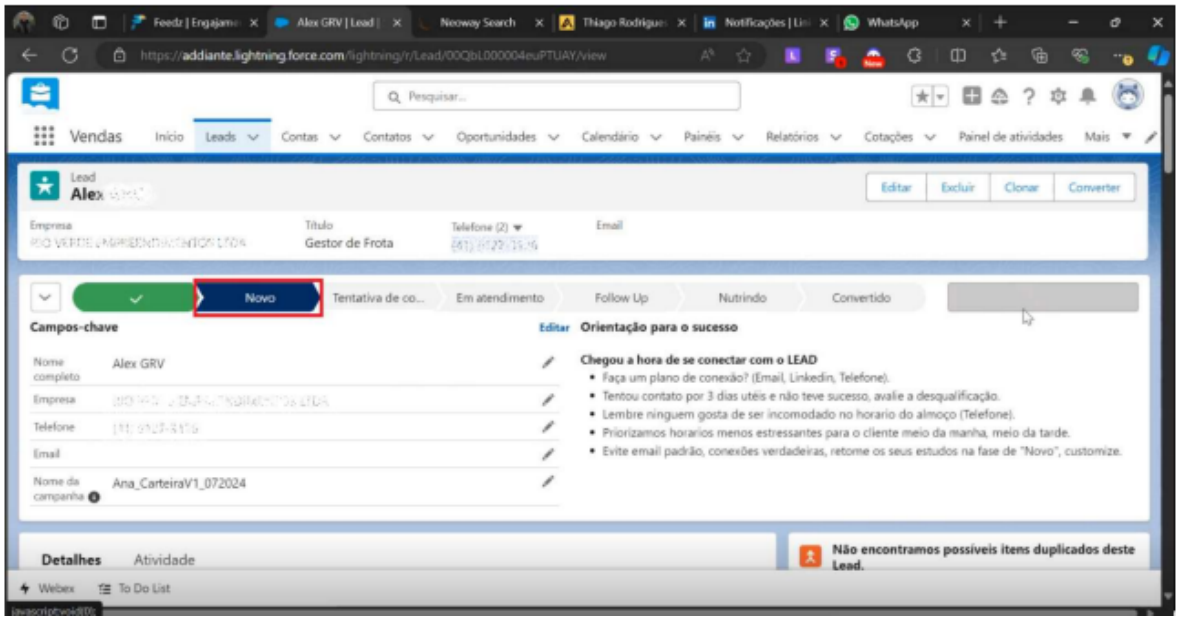
Addiante	**MANUAL DE INTRUÇÕES DE TRABALHO** PROCESSOS SDR INBOUND E OUTBOUND	**Código:** **Estabelecido em:** novembro/2024 **Revisado em:** novembro/2024 **Nº da revisão:**
Tarefa: atendimento do *lead*		
Executante: *SDR (Sales Delovepment Representative) Inbound*		
Objetivo da tarefa: conversão de *lead* para conta, transferência de propriedade de conta		
Materiais necessários: sugestão de script		
Sistemas de gestão: *SalesForce*		

DESCRIÇÃO DO PROCESSO

1 ATENDIMENTO DE LEADS

1.1 LEAD PRÉ-QUALIFICADO

Conforme já descrito anteriormente, os *leads* pré-qualificados automaticamente, ficam na etapa "Novo", conforme exemplo abaixo.



FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

Durante o processo de desenvolvimento do presente relatório e do produto criado, enfrentou-se algumas dificuldades. A principal delas foi o estado emocional da equipe, que, no geral, passou por episódios de ansiedade intensa, acidente de carro

e até mesmo ausência de equipamento necessário, por conta de avarias, para desenvolver a pesquisa. Apesar das adversidades, a equipe conseguiu concluir a entrega do relatório e conclui-se que estão aptos a apresentarem-se a banca de aprovação.

4.6 ETAPA 6 – APRESENTAR A INSTRUÇÃO DE TRABALHO PARA O GESTOR DO SETOR DE PLANEJAMENTO COMERCIAL E FORNECER MATERIAL IMPRESSO

No dia 12 de novembro de 2024, a equipe reuniu-se com o gestor direto do setor de pré-vendas e quatro colaboradoras, que desempenham o papel de *SDR* na Addiante, em uma agenda que foi realizada, de forma remota, via *Teams*, devido aos horários dos autores não se encaixarem para uma apresentação presencial por conta das respectivas relações de trabalho. Dividiu-se a apresentação em dois momentos, sendo que no primeiro discorreu-se sobre a problemática do setor, expondo-se a metodologia diagrama de Ishikawa e seu funcionamento, ressaltou-se que a pesquisa foi baseada no relato do funcionário Fábio, na pesquisa quantitativa e qualitativa realizada com as demais funcionárias do setor, falta de treinamento na implantação do sistema *SalesForce*, foco exclusivo das atividades em uma colaboradora e retrabalhos. No mesmo tempo, justificou-se através de referências bibliográficas a necessidade da elaboração de um documento que registrasse as atividades do setor padronizando-as e os riscos de mantê-las definidas apenas verbalmente.

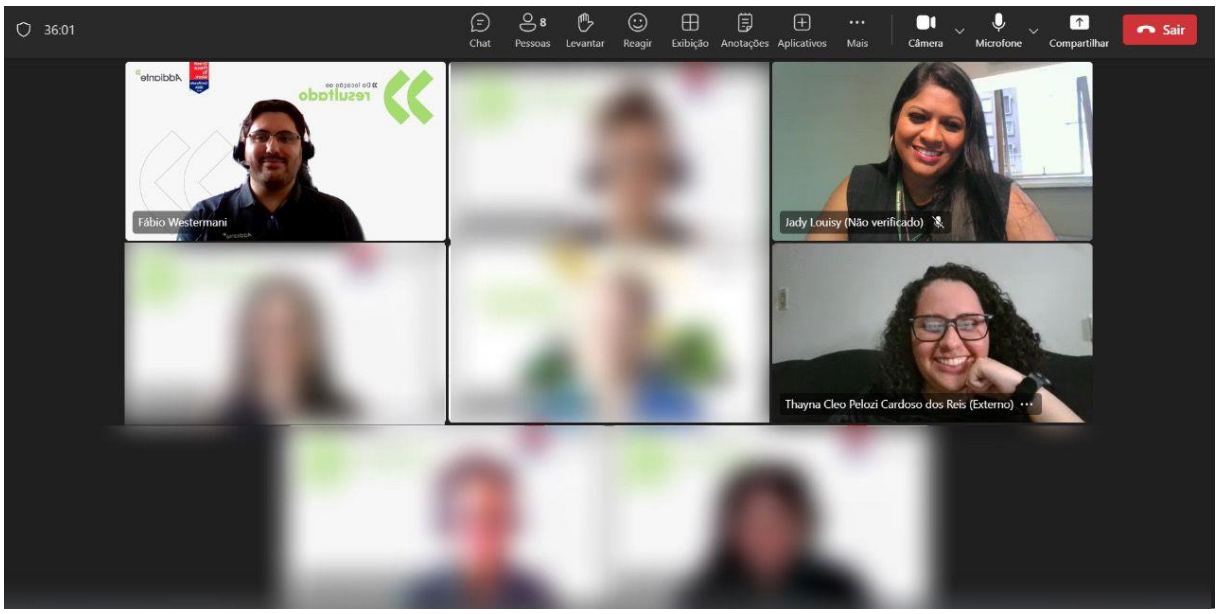
No segundo momento, dissertamos brevemente sobre o conceito de instrução de trabalho, quais serão os benefícios da aplicação da ferramenta para o setor, como e quem a utilizará. Mostrou-se cada uma das instruções de trabalhos elaboradas e explicou-se o objetivo de cada uma delas. Finalizou-se a apresentação com agradecimento aos participantes da agenda, em especial ao gestor direto da área que oportunizou e viabilizou a realização desta pesquisa, cedendo informações necessárias para o estudo, desenvolvimento e aplicação da ferramenta que servirá como uma melhoria para o processo.

Perguntou-se ao gestor direto e às colaboradoras se havia sugestão de melhorias em relação a IT, e, por ora, foi solicitada a inclusão do processo de verificação de identidade e poucas observações, gerando a versão 3.0 da IT. A colaboradora responsável pelo segmento Inbound expressou sua gratidão a

elaboração do material, contextualizando a trajetória dela dentro da empresa e relembrando o momento em que ainda não havia um processo definido durante a transição de sistema. O gestor agradeceu a ideia do projeto e à equipe por ter se dedicado a elaboração de um material completo e detalhado sobre o processo que ainda está em construção.

Registrou-se o momento da apresentação da ferramenta com uma foto, conforme a figura 9, realizada via *print screen*, que nada mais é do que uma foto da tela.

FIGURA 9 - APRESENTAÇÃO DA IT



Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

Apresentar esta ferramenta à Addiante, nos permitiu enxergar de que forma a solução às problemáticas encontradas poderão atender as expectativas da área e proporcionar melhorias significativas através da padronização das atividades, sanando as dificuldades enfrentadas na ausência da colaboradora focal do atendimento *Inbound*.

Após nosso encontro, ainda no mês de novembro, as colaboradoras do setor receberam cópias físicas da IT, entregues pelo integrante Fábio Westermani.

Seguida da entrega das cópias físicas da IT, Fábio informou que as colaboradoras e o gestor direto agradeceram novamente a equipe pela elaboração do

material e que sem dúvidas será consultado para auxiliar em dúvidas diárias e, futuramente, para o treinamento de novos colaboradores.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo deste trabalho era a criação de uma instrução de trabalho para o setor comercial da empresa Unidas, descrito no pré-projeto. Após a mudança do colaborador e discente Fábio para a nova empresa Addiante S.A, o objetivo do projeto permaneceu o mesmo visto que a empresa Addiante, assim como a Unidas, atua no segmento de locação, porém, realizou-se algumas adaptações necessárias para que conseguisse atender a nova empresa.

Em uma análise inicial, constatou-se que a empresa Addiante não possuía os processos realizados pelo colaborador Inbound mapeados, o que dificultava a execução do trabalho por outro colaborador em sua ausência, tampouco um treinamento da área.

Posteriormente a mudança da empresa e ajuste no projeto, iniciou-se a pesquisa de campo para ajudar a levantar a problemática.

Com a aplicação de um questionário, estudo de campo, pesquisa bibliográfica e demais ferramentas supracitadas, entendeu-se a problemática, o que consequentemente, auxiliou na criação da IT. Durante a elaboração, foi possível perceber a importância de ter os processos mapeados. Um dos resultados obtidos foi o mapeamento dos processos executados pelo colaborador *inbound,* o que padroniza o atendimento, quando realizado por outros colaboradores, evitando o retrabalho e minimizando os erros. Com a criação deste documento, de forma clara e objetiva, torna inclusive mais ágil a integração de novos colaboradores.

Em conclusão, a criação da IT no contexto desse projeto, representa um passo significativo na padronização, organização e formalização de processos operacionais, importantes para tornar o ambiente mais seguro para os colaboradores, contribuindo para a eficiência e melhoria da qualidade. A metodologia adotada foi de encontro as necessidades.

Quanto à formação acadêmica, os estudantes envolvidos na criação deste material, puderam concluir que o conhecimento adquirido ao longo da graduação auxiliou de maneira indispensável para a formação da instrução de trabalho e do presente relatório, onde usufruíram substancialmente do referencial teórico das disciplinas de gestão de processos, técnicas secretariais IV, gestão secretarial II, técnicas secretariais III e língua inglesa. Ademais, essa experiência contribuiu não

somente profissional, mas para toda a vida dos acadêmicos, por aplicarem técnicas de relacionamento intra e interpessoais necessárias para o sucesso de um trabalho em equipe, como também a ampliação de seu senso de responsabilidade, valores, atitudes criatividade e habilidades na criação e apresentação de um trabalho ético e profissional.

Agradecemos a todos os envolvidos diretamente e indiretamente nesse projeto, que desenvolvemos com as suas experiências, seus conhecimentos e dedicação para a criação da instrução de trabalho e do referido relatório. Esse resultado é fruto do trabalho em equipe, comprometimento e da dedicação de cada um.

REFERÊNCIAS

ADDIANTE LOCAÇÃO DE PESADOS. Disponível em: https://addiante.com.br/a-addiante/. Acesso em: 12 set. 2024;

AURUM. **Joint Venture: confira como funciona essa estratégia e tire suas dúvidas**. Disponível em: https://www.aurum.com.br/blog/joint-venture/. Acesso em 14 nov 2024.

BALLESTERO-ALVAREZ, María E. **Manual de Organização, Sistemas e Métodos: Abordagem Teórica e Prática da Engenharia da Informação**. 6ª edição. Rio de Janeiro: Atlas, 2015. E-book. p.232. ISBN 9788522493265. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522493265/. Acesso em: 28 out. 2024;

BLIP. Com a Blip sua empresa atende no automático no WhatsApp Business e faz muito mais!. Disponível em: https://digital.blip.ai/whatsapp/chatbot/?utm_source=Microsoft&utm_medium=cpc&utm_term=blip&utm_campaign=MA-P_Conv_BOFU_Always-On_INT-GERAL_Institucional-Nova_Search_Geral&hsa_acc=2783574544&hsa_kw=blip&hsa_ve=3&hsa_ad=84250641636187&hsa_net=adwords&hsa_mt=p&hsa_cam=531389748&hsa_src=o&hsa_tgt=kwd-84251400181280:aud-821076238:loc-20&hsa_grp=1348003789586720&utm_id=bi_cmp-531389748_adg-1348003789586720_ad-84250641636187_kwd-84251400181280:aud-821076238:loc-20_dev-c_ext-_prd-_sig-9231b69e0a1e1e9d294bd1d03f82e32f&msclkid=9231b69e0a1e1e9d294bd1d03f82e32f. Acesso em: 5 nov 2024;

CANVA. Neutral Beige Minimalist Company Organizational Chart. Disponível em: https://www.canva.com/p/templates/EAFkeB3Ezpg-neutral-beige-minimalist-company-organizational-chart/. Acesso em: 20 abril 2024;

CAMPOS, V. F. **Qualidade total: padronização de empresas**. Nova Lima: INDG Tecnologia e Serviços, 2004.

CORRE, A. C.; AGUIAR, C.P.; CARVALHO, E. **Proposta de reestruturação do setor de compras - apoio de viagens da Ordem dos Advogados do Brasil - Seção do Paraná**. 112 f. Trabalho de graduação (Tecnologia em Secretariado) - Setor de Educação Profissional e Tecnológica, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2019;

CRUZ, Carla; RIBEIRO, Uirá. **Metodologia científica: teoria e prática**. 2. ed. Rio de Janeiro: Axcel Books do Brasil Editora, 2004;

CRUZ, Tadeu. **Processos Organizacionais e Métodos**. 5th ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2021. E-book. p.151. ISBN 9788597027488. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597027488/. Acesso em: 13 nov. 2024;

DEMING, W. Edwards. **Out of the Crisis. Cambridge: MIT Press**, 1986.

GIL, Antonio C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**, 7ª edição. Rio de Janeiro: Atlas, 2019. E-book. p.26. ISBN 9788597020991. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597020991/. Acesso em: 03 nov. 2024;

ISHKAWA, Kaoru. **What is Total Quality Control? The Japanese Way**. Englewood Cliffs: Prentice-Hall, 1985.

LANDIVA, Talita H. **Gestão da qualidade total**. [São Paulo – SP] SRV Editora LTDA, 2021. E-book. ISBN 9786553560529. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786553560529/. Acesso em: 07 maio 2024;

LUCID CHART. Fazer fluxogramas online. Disponível em: https://www.lucidchart.com/pages/pt/landing/programa-para-fazer-fluxograma-gratuito?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=_chart_pt_allcountries_desktop_search_nb_exact-phrase_&km_CPC_CampaignId=2074713332&km_CPC_AdGroupID=71781871570&km_CPC_Keyword=fluxograma%20online&km_CPC_MatchType=e&km_CPC_ExtensionID=&km_CPC_Network=g&km_CPC_AdPosition=&km_CPC_Creative=505603632453&km_CPC_TargetID=kwd-310216941525&km_CPC_Country=1001634&km_CPC_Device=c&km_CPC_placement=&km_CPC_target=&gad_source=1&gclid=Cj0KCQjw0MexBhD3ARIsAEI3WHJm1ZlkPPPeKD_f0hU432xCRjpqu94BKo5qr2W7zwsy1ozlAgX4lwwaAjF0EALw_wcB. Acesso em: 30 julho 2024;

PAIM, Rafael; CARDOSO, Vinicius; CAULLIRAUX, Heitor; et al. **Gestão de processos: pensar, agir e aprender**. [Porto Alegre: Bookman]: Grupo A, 2009. E-book. ISBN 9788577805327. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788577805327/. Acesso em: 05 maio 2024;

RITA, Marcelo Sarmento. **Guia prático para mapeamento de processos: inicie sua jornada em 8 passos**. 1. ed. [S.l.: s.n.], 2019;

ROSS, Aaron; TYLER, Marylou. **Receita Previsível**. 2. ed. CIDADE: Autêntica Business, 2020.

SALESFORCE. **CRM: O que é?**. Disponível em: https://www.salesforce.com/br/crm/#crm-definicao-e-conceitos-scroll-tab. Acesso 02 dez 2024;

SEBRAE. **Processos: instrução de trabalho**. Disponível em: https://sebraers.com.br/wp-content/uploads/2019/01/e-book_-processos-instrucao-de-trabalho.pdf. Acesso em: 11 nov. 2024

SILVA, Angelo. **5S: transforme o caos em harmonia**. São Paulo: Libri et Scientia, 2024.

SOUZA, J. O. L.; Diagrama de Ishikawa: Diagnosticar e resolver problemas (Ferramentas de Gestão). 1. ed. E-Book Kindle, 2021.

APÊNDICE A – PRÉ PROJETO

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLOGICA TECNÓLOGO EM SECRETARIADO

FÁBIO ROGÉRIO WESTERMANI
JADY LOUISY MONTEIRO PAULINO
THYNÁ CLÉO PELOZI CARDOSO DOS REIS

PRÉ PROJETO
ELABORAÇÃO DE INSTRUÇÃO DE TRABALHO PARA O SETOR COMERCIAL DE VENDAS DE LOCAÇÃO DE VEÍCULOS LEVES NA EMPRESA UNIDAS

CURITIBA
2024

FÁBIO ROGÉRIO WESTERMANI
JADY LOUISY MONTEIRO PAULINO
THAYNÁ CLÉO PELOZI CARDOSO DOS REIS

PRÉ PROJETO
ELABORAÇÃO DE INSTRUÇÃO DE TRABALHO PARA O SETOR COMERCIAL DE VENDAS DE LOCAÇÃO DE VEÍCULOS LEVES NA EMPRESA UNIDAS

Pré-Projeto apresentado como requisito para obtenção de nota na disciplina de Metodologia da Pesquisa, do Curso Superior de Tecnologia em Secretariado, Setor de Educação Profissional e Tecnológica da Universidade Federal do Paraná ministrada pela Profa. Dra. Fernanda Landolfi Maia.

CURITIBA
2024

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – ORGANOGRAMA SETOR COMERCIAL LEVES.....8

FIGURA 2 – FLUXOGRAMA DE LOCAÇÃO PESSOA JÚRIDICA.....12

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO 51
2. ANÁLISE DO AMBIENTE 53
2.1 ORGANOGRAMA 53
2.2 MISSÃO 54
2.3 VISÃO 54
2.4 VALORES 55
3. QUESTÃO NORTEADORA 56
4. OBJETIVO GERAL 57
5. DIAGNOSE 58
6. PROGNOSE 60
7. METODOLOGIA 61
8. CRONOGRAMA 62
9. REFERÊNCIAS 63
APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO 64

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho trata-se de um pré-projeto, o qual faz parte da disciplina de Metodologia da Pesquisa, e tem o intuito de mapear o processo do setor comercial de vendas da empresa Unidas com a elaboração de uma instrução de trabalho para a área.

Destaca-se que um dos integrantes da equipe, o aluno Fábio Westermani, é colaborador no setor comercial de vendas de locações de veículos leves na empresa Unidas Locadora, e identificou e relatou a problemática da falta de uma equipe de treinamento, junto a rotatividade de funcionários significativa no setor em dezembro de 2023. Percebeu-se, numa pré análise, a dificuldade dos consultores em manterem um padrão no processo, surgindo a ideia do presente projeto que tem como objetivo principal elaboração de uma instrução de trabalho para a área, que está localizada especificamente na sede da Cidade Industrial de Curitiba (CIC).

De acordo com Paim, et al. (2009, p 20), “Uma das principais motivações para a gestão de processos tem sido sua capacidade de contribuir para superar as limitações do modelo funcional de organização do trabalho.” Sendo assim, tendo a Instrução de Trabalho e o mapeamento dos processos para seguir, as atividades dos consultores que começam a partir do recebimento das informações referentes aos possíveis clientes que fizeram cadastro ou demonstraram interesse nas locações através do site, e esses cadastros são direcionados aos consultores, os quais precisam entrar em contato com o cliente dentro de 24 horas, e o atendimento continua até o acompanhamento das necessidades dos clientes após o contrato ser fechado. O processo todo até o contrato ser fechado leva em média 10 dias úteis, então, irá facilitar a padronização do atendimento e minimizar erros e a possibilidade de os processos serem perdidos.

Em conclusão, após análise do passo a passo necessário para o processo desse atendimento e acompanhamento dos clientes, percebemos que a criação da instrução de trabalho poderá dar mais confiança aos consultores e novos colaboradores do setor, tendo como consequência a melhoria da qualidade do trabalho, minimizando também, o tempo de explicações dos processos aos novos colaboradores, para que possam ser mais eficientes e diretos apenas em dúvidas mais direcionadas.

Este projeto está dividido em: Análise do ambiente, onde detalhamos o atual funcionamento do setor comercial; O organograma, onde detalhamos a hierarquia dos cargos do setor; Missão, visão e valores da empresa, sendo a visão uma sugestão criada pela equipe, visto que a empresa não possui; Questão norteadora onde apresentamos a problemática identificada; Objetivo geral que descreve o objetivo da pesquisa e o específico onde detalhamos as etapas que a pesquisa irá percorrer; Diagnose, a qual descreve detalhadamente a oportunidade de melhoria; Prognose, solução proposta pela equipe; Metodologia que foi utilizada e a proposta de cronograma que será seguido.

2 ANÁLISE DO AMBIENTE

No ano de 1973, na cidade de Ponta Grossa no Estado do Paraná, foi fundada a primeira sede da transportadora Ouro Verde. O primeiro passo para expansão dos negócios foi dado em 1985, onde a sede da companhia foi transferida para Curitiba e passa a ser localizada no Cidade Industrial de Curitiba (CIC), situado na rua João Chede,

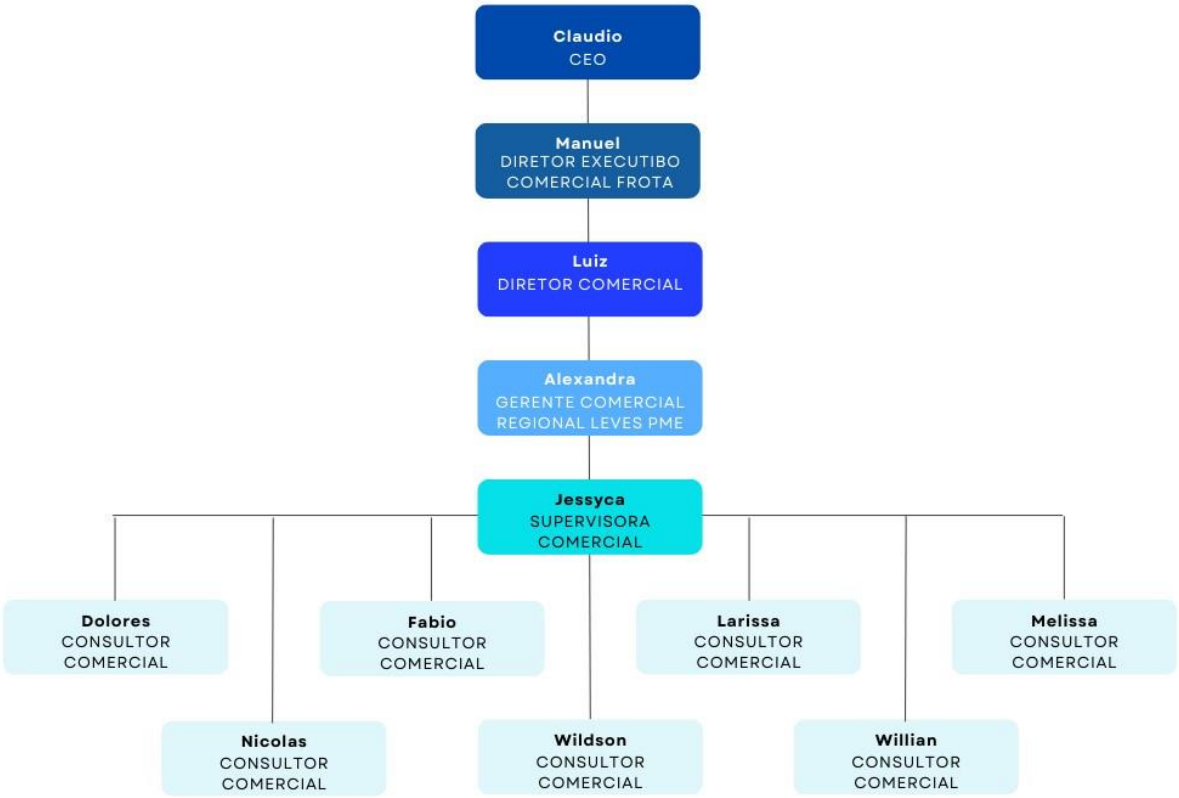
3136, que mais tarde, em 2019, tem seu capital social inteiramente adquirido pelo grupo Brookfield Asset Managenent. Em outubro de 2022, por uma decisão do grupo Brookfield, ocorreu a fusão entre Ouro Verde e Unidas Locadora, marcando o início do oferecimento de serviços de locação de carros por assinatura e modelos elétricos. Hoje a empresa possui 49 anos de mercado, possuindo mais de 90.000 ativos e mais de 3.600 funcionários sob sua gestão. Hoje, a Unidas é uma das maiores empresas de locações do Brasil e conta com mais de 180 lojas espalhadas por todo o país (Fonte: Site Unidas Frotas, 2024).

O projeto será implantado, especificamente, no setor Comercial de vendas de locação de veículos leves, levando em consideração que não há uma equipe de treinamento na companhia para prestar o suporte e capacitação de novos colaboradores, e com a possibilidade de rotatividade de funcionários, corre-se o risco de alguns processos serem perdidos.

O setor Comercial PME (Pequenas e Médias Empresas) é responsável pelo atendimento e negociação referente a locação de ativos leves para CNPJs ativos há mais de 1 ano. Os colaboradores da área, recebem diariamente do setor de Mapeamento os chamados Leads, que nada mais são os cadastros realizados nas plataformas da Unidas que demonstram por conta própria interesse na locação de frotas.

2.1 ORGANOGRAMA

FIGURA 1 – ORGANOGRAMA SETOR COMERCIAL LEVES



FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

2.2 MISSÃO

Unidas Frotas (2024): “A missão da Unidas é simplificar a vida dos clientes, oferecendo uma plataforma completa de serviços customizados que incluem soluções tecnológicas, manutenção e operações de ativos.”

2.3 VISÃO

A empresa Unidas não possui uma Visão definida, no entanto os autores, após pesquisa dentro dos canais da organização, elaboraram a seguinte sugestão “Ser referência no ramo de locações do país. Oferecendo praticidade, de modo ágil e eficaz.”.

FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

2.4 VALORES

Unidas Frotas (2024): “Foco total no cliente, sempre valorizando as pessoas e buscando excelência nos serviços para que construamos uma reputação sólida com resultados extraordinários.”

3 QUESTÃO NORTEADORA

Como a elaboração de uma instrução de trabalho e mapeamento das atividades poderá auxiliar no desenvolvimento do setor Comercial na empresa Unidas?

4 OBJETIVO GERAL

Elaborar instruções de trabalho para o Setor Comercial da empresa Unidas.

4.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar leituras, pesquisa de campo e referências bibliográficas;
- Mapear os processos da área;
- Realizar um levantamento das principais dúvidas;
- Criar uma instrução de trabalho;
- Garantir com que os consultores se sintam confiantes em relação ao processo.

5 DIAGNOSE

Conforme o relato do aluno Fábio Westermani, colaborador desta companhia desde fevereiro de 2024 e atuante como consultor comercial no setor de vendas de locação de veículos leves, identificamos que a área possui muitas oportunidades de melhorias em relação ao processo. Atualmente, a Unidas não possui um time focado em treinamento e não tem as atividades da área comercial mapeadas, sendo prejudicial, pois conforme a rotatividade da área for naturalmente acontecendo, alguns processos podem se perder no caminho.

Este setor presta atendimento a clientes que demonstram interesse em realizar locação via CNPJ. O departamento atualmente é composto por 07 consultores comerciais, 01 supervisora, 01 gerente e 01 diretor. As atividades da supervisora são voltadas a reporte direto a gerência, auxílio na cobrança de SLA (Service Level Agreement) das áreas parceiras, intervenção em casos de atrito, apoio na cobrança de resoluções de problemas, acompanhamento das metas gerais e individuais, cobrança direta para atualização de contrato assinado em sistema e coordenação das atividades.

Para compreensão das funções dos consultores comerciais, a seguir, estão especificadas em formato de lista, seguidas em fluxograma conforme Figura 2 na página 12:

- Análise de cadastro;
- Atendimento ao cliente CNPJ em todos os canais (telefone, WhatsApp e e-mail);
- Auxílio em dúvidas gerais;
- Criação de oportunidade de venda no sistema Sales Force;
- Criação de orçamento no sistema Sales Force com no mínimo 3 veículos de mesma categoria com a que o cliente tenha demonstrado interesse;
- Direcionamento ao setor correto caso cliente deseje falar sobre um assunto fora da alçada;
- Auxílio no envio de faturas junto ao time de Faturamento;
- Análise prévia de documentação;
- Negociação de valor de mensalidade junto ao time de Pricing;
- Responsável pelo direcionamento e avanço de oportunidades as áreas de Crédito, Administrador de Vendas Leves e Jurídico;

- Responsável pelo direcionamento do cliente ao setor RAC (Rent A Car), se aplicável para locação de provisório após assinatura de contrato;
- Abertura de contestação junto ao time de Faturamento no caso de emissão incorreta de fatura;
- Reporte pipeline semanal ao Administrador de Vendas Leves;
- Levantamento de ofertas junto as montadoras;
- Responsável pelo cadastro de novos clientes que tenham chegado através de indicação e/ou algum canal de responsabilidade do setor no sistema Sales Force;
- Direcionamento de possíveis locatários na modalidade CPF para o setor RAC (Rent A Car);
- Disponibilidade no horário comercial para atendimento de ligações pelo número de celular corporativo.

FIGURA 2 - FLUXOGRAMA DE LOCAÇÃO PESSOA JURÍDICA

Fonte: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

6 PROGNOSE

Nosso propósito é criar uma instrução de trabalho para que os consultores do setor comercial de leves da Unidas tenham mais segurança em relação aos procedimentos da área e consequentemente proporcionar maior segurança em relação atendimento prestado aos possíveis locatários. Além de disponibilizar o material de forma digital, iremos fazer 08 cópias físicas para garantir que os processos mapeados não se percam e não dependam de um dispositivo digital para acesso.

Para a Coordenadora de Arquivo e Estatística na Empresa Unimed Bebedouro, Ana Carolina Lopes (2013, Blog da Qualidade:

> "As Instruções de Trabalho (IT), além de manter e unificar o conhecimento de tal processo aumenta o nível de segurança, facilita o mapeamento e análise da tarefa por pessoas e colaboradores que desconhecem o processo.”

7 METODOLOGIA

Para andamento do presente projeto, utilizaremos a pesquisa exploratória como principal método. Em paralelo, utilizamos elementos da pesquisa qualitativa para o mapeamento e a construção de um fluxograma.

Para Willian Zikmund e Barry Babin (2011, p 51):

“A pesquisa exploratória é conduzida para esclarecer situações ambíguas ou descobrir ideia de que possam ser possíveis oportunidades de negócio”.

Para a construção da instrução de trabalho, utilizaremos como base o fluxograma do processo, conforme a FIGURA 2, e um questionário, que será aplicado aos 7 consultores no mês de julho através da plataforma Google Forms, (apêndice 1), onde a equipe poderá descrever as principais dificuldades enfrentadas na área em relação ao processo, suas possíveis tomadas de decisões, até o objetivo final que não é somente receber um novo locatário, mas também fidelizá-lo através do atendimento prestado.

Para a montagem do fluxograma e do mapeamento dos processos, contamos com o relato do colaborador e aluno Fábio, através de uma vídeo chamada realizada via Google Meet, a qual as alunas Jady e Thayná elaboraram um diário de campo como material de apoio para a construção visual do processo.

Para Thalita Helena landiva (2021, pg. 40):

"O Fluxograma... Tem como objetivo fazer com que qualquer pessoa seja capaz de ver se os processos estão atendendo aos padrões de operação...". Diante disso, para a construção da IT (Instrução de Trabalho), será realizado um estudo de campo aprofundado dentro do setor Comercial para conhecer e identificar as dificuldades, que possivelmente não serão mencionadas no questionário que será aplicado para a equipe.

8 CRONOGRAMA

CRONOGRAMA DE PLANEJAMENTO	
MÊS	**ATIVIDADE**
Maio - Julho	Mapeamento das atividades e levantamento das principais dúvidas presentes no setor;
Julho	Desenvolvimento e aprovação da instrução de trabalho;
Agosto	Aplicação do material;
Setembro	Coletar os dados de Pesquisa de Satisfação e observar as possíveis evoluções em relação ao mês anterior.

REFERÊNCIAS

CANVA. Neutral Beige Minimalist Company Organizational Chart. Disponível em: https://www.canva.com/p/templates/EAFkeB3Ezpg-neutral-beige-minimalist-companyorganizational-chart/. Acesso em 20 abril 2024;

LANDIVA, Talita H. **Gestão da qualidade total**. [São Paulo – SP] SRV Editora LTDA, 2021. E-book. ISBN 9786553560529. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786553560529/. Acesso em: 07 maio 2024;

LUCID CHART. **Fazer fluxogramas online**. Disponível em: https://www.lucidchart.com/pages/pt/landing/programa-para-fazer-fluxogramagratuito?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=_chart_pt_allcountries_desktop_search_nb_exactphrase_&km_CPC_CampaignId=2074713332&km_CPC_AdGroupID=71781871570&km_CPC_Keyword=fluxograma%20online&km_CPC_MatchType=e&km_CPC_ExtensionID=&km_CPC_Network=g&km_CPC_AdPosition=&km_CPC_Creative=505603632453&km_CPC_TargetID=kwd-310216941525&km_CPC_Country=1001634&km_CPC_Device=c&km_CPC_placement=&km_CPC_target=&gad_source=1&gclid=Cj0KCQjw0MexBhD3ARIsAEI3WHJm1Zl kPPPeKD_f0hU432xCRjpqu94BKo5qr2W7zwsy1ozlAgX4lwwaAjF0EALw_wcB Acesso 30 abril 2024;

PAIM, Rafael; CARDOSO, Vinicius; CAULLIRAUX, Heitor; et al. **Gestão de processos: pensar, agir e aprender**. [Porto Alegre: Bookman]: Grupo A, 2009. E-book. ISBN 9788577805327. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788577805327/. Acesso em: 05 maio 2024;

QUALIEX: BLOG DA QUALIDADE. Disponível em: **https://blogdaqualidade.com.br/descricao-de-instrucaode-trabalho-padronizando-para-eficiencia/**. Acesso em: 01 maio 2024;

UNIDAS FROTAS. Disponível em: <https://frotas.unidas.com.br/quemsomos/> Acesso em 13 de abril de 2024;

ZIKMUND, William; BABIN, Barry. **Princípios da Pesquisa de Marketing. 2ª edição brasileira**. São Paulo - -SP: Cengage Learning, 2011.

APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO

1- Você considera que o processo de atendimento do setor tem muitas etapas?
( ) Sim. ( ) Não.

2- Sente dificuldade em seguir todas essas etapas na rotina do trabalho?
( ) Sim. ( ) Não.

3- Você se sentiria mais confortável em relação aos processos caso fosse feito um mapeamento especificando os passos a serem seguidos?
( ) Sim. ( ) Não.

4- Você acredita que a falta de uma instrução de trabalho padronizado afeta a eficiência do setor comercial de maneira geral?
( ) Sim. ( ) Não.

5- Você recebeu um treinamento adequado para desempenhar suas funções no setor comercial?

6- Você acha que o treinamento que recebeu poderia melhorar e/ou ser mais detalhado?

7- Você concorda que a implementação de uma instrução de trabalho pode reduzir a rotatividade de funcionários neste setor?
( ) Concordo totalmente.( ) Concordo parcialmente. ( ) Discordo totalmente.

8- Como você avalia a comunicação e compartilhamento de informações dentro do setor?

9- Você sente que alguma parte do processo não está clara? Se sim, qual?

ANEXO 1 – QUESTIONÁRIO QUANTITATIVO

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM SECRETARIADO

Questionário destinado aos colaboradores do setor de pré-vendas da Addiante S.A, para relatório técnico de implantação

Sexo:

Feminino ( ) Masculino ( )

Qual sua idade? _____

Há quanto tempo você está nesta empresa? _____

1. Já havia atuado como pré-vendedor (*SDR*) anteriormente?

   ( ) Sim ( ) Não

2. Um mapeamento especificando os passos a serem seguidos para a execução do seu trabalho facilitaria sua rotina?

   ( ) Sim ( ) Não ( ) Talvez

3. Você acredita que a falta de uma instrução de trabalho (passo a passo para realizar tarefas) padronizada afeta a eficiência do setor de pré-vendas de maneira geral?

   ( ) Sim ( ) Não ( ) Talvez

4. Você recebeu treinamento das ferramentas que utiliza para desempenhar suas funções no setor de planejamento comercial?

   ( ) Sim ( ) Não

5. Caso tenha recebido treinamento, você acha que o treinamento que recebeu poderia melhorar e/ou ser mais detalhado?

6. Sobre a ferramenta *SalesForce*, você tem ciência de todos os campos do lead que devem estar preenchidos a partir da etapa "Em atendimento"?

   ( ) Sim ( ) Não

7. Ainda sobre a ferramenta *SalesForce*, você sabe o significado de todos os campos para registro e/ou desqualificação de *Lead*?

8. Como você avalia a comunicação e compartilhamento de informações dentro do setor?
   ( ) Excelente ( ) Bom ( ) Regular ( ) Ruim

9. Atualmente, o que você apontaria como sua maior dificuldade dentro do processo da área?

APÊNDICE B – INSTRUÇÃO DE TRABALHO

INSTRUÇÃO DE TRABALHO – SETOR DE PLANEJAMENTO COMERCIAL DE PRÉ VENDAS DE LOCAÇÃO DE ATIVOS PESADOS

VERSÃO 1.0

1.1 Curitiba 2024

ADDIANTE S.A.

Endereço: Av. Rua Doutor Alexandre Gutierrez, 826, conj. 2101 (andar 21) – Cond. New Zealand Empresarial, Água Verde

CEP: 80.240-130

Telefone: 0800-7201500

Site: https://addiante.com.br/

Expediente: **Setor de Planejamento Comercial – Pré vendas de locação de veículos pesados**

RESPONSABILIDADE PELO CONTEÚDO

Addiante S.A.

COMPILAÇÃO, ORGANIZAÇÃO E FORMATAÇÃO DOS CONTEUDOS

Colaborador e acadêmico: Fábio Rogério Westermani.

Acadêmica: Jady Louisy Monteiro Paulino.

Acadêmica: Thayná Cléo Pelozi Cardoso dos Reis.

DOCUMENTO TESTIFICADO

Colaboradores setor de pré-vendas

Hugo Bichara

Maisa Dias

Marcus Vinicius Luz Genari

HISTORICO DE REVISÕES

Data	Versão	Descrição	Gestor das Instruções	Responsável pelas alterações
11/11/2024	1.0	Administra os sistemas e cria estratégias	Gestor direto	Gestor direto
11/11/2024	2.0	SDR Inbound – atua com as atividades diariamente	SDR Inbound	SDR Inbound

Apresentação

Prezado(a) Addiantado, você está recebendo uma instrução de trabalho, que visa padronizar processos e ser um material de consulta para a execução correta das atividades de pré-vendas Inbound.

Conforme Aaron Ross e Marylou Tyler descrevem no livro “Receita Previsível”, especificamente, na página 196, a importância de se ter um processo de vendas bem definido e como sempre é possível melhorá-lo.

Esperamos que esse material seja um apoio indispensável na busca pela qualidade do seu trabalho, promovendo organização, clareza e confiança para exercer suas atividades.

OBJETIVO

O objetivo deste manual de instruções de trabalho é documentar de forma eficaz, clara e acessível todos os processos das atividades especificas do setor de pré-vendas, para os processos de atendimento qualitativo receptivo inbound.

Nesse sentido, pesquisadores afirmam que:

Um dos principais desafios na gestão da qualidade é a documentação eficaz dos processos, que deve ser clara e acessível a todos os colaboradores Joseph M. Juran (1999, p. 145).

Os procedimentos de atendimento ativo e receptivo deverão ser executados por colaboradores do efetivo setor, designados para a função correspondente.

Addiante	**MANUAL DE INTRUÇÕES DE TRABALHO** PROCESSOS SDR INBOUND	**Código:**
		Estabelecido em: novembro/2024
		Revisado em: novembro/2024
		Nº da revisão:
Tarefa: acesso a plataforma		
Executante: *SDR (Sales Delovepment Representative) Inbound*		
Objetivo da tarefa: logar no sistema		
Materiais necessários: N/A		
Sistemas de gestão: Webex		

2.1 DESCRIÇÃO DO PROCESSO

1 WEBEX

O Webex é um sistema que permite a realização e recebimento de telefonemas.

1.1 LOGIN

a) Abrir a Plataforma: Inicie a plataforma *Webex* em seu computador ou dispositivo.

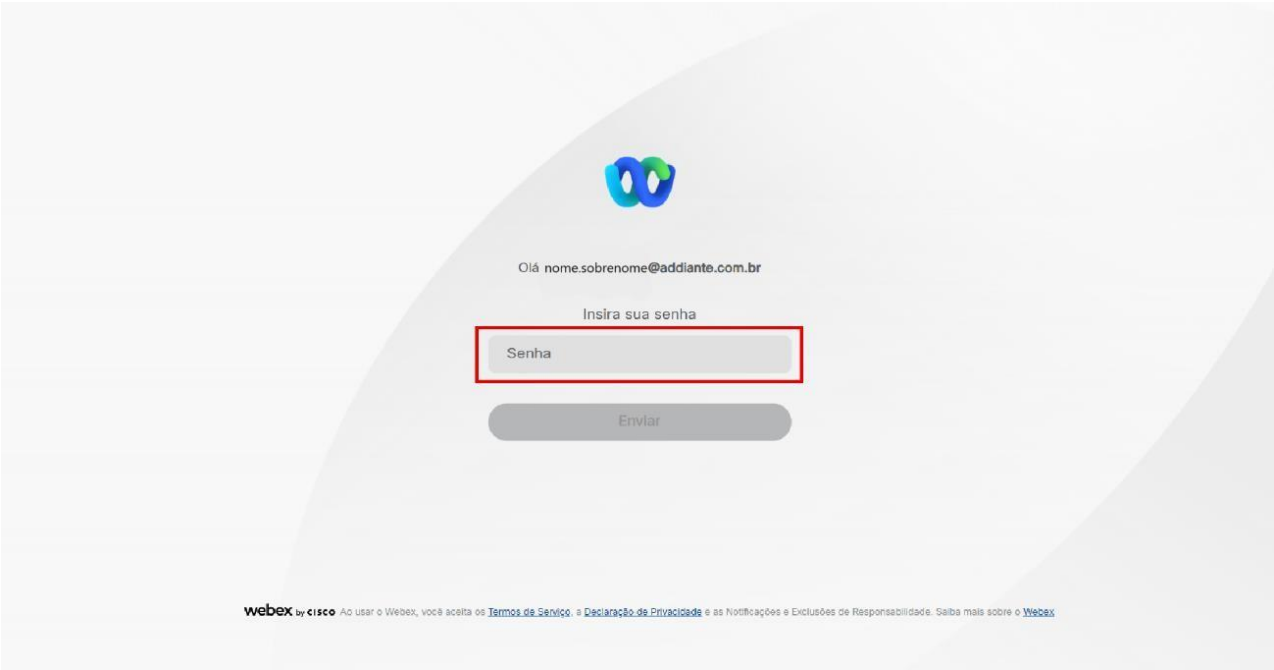
b) Inserir E-mail: Digite seu e-mail no campo de login.

FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

c) Clique em "Próximo": Após inserir o e-mail, clique no botão "Próximo".

FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

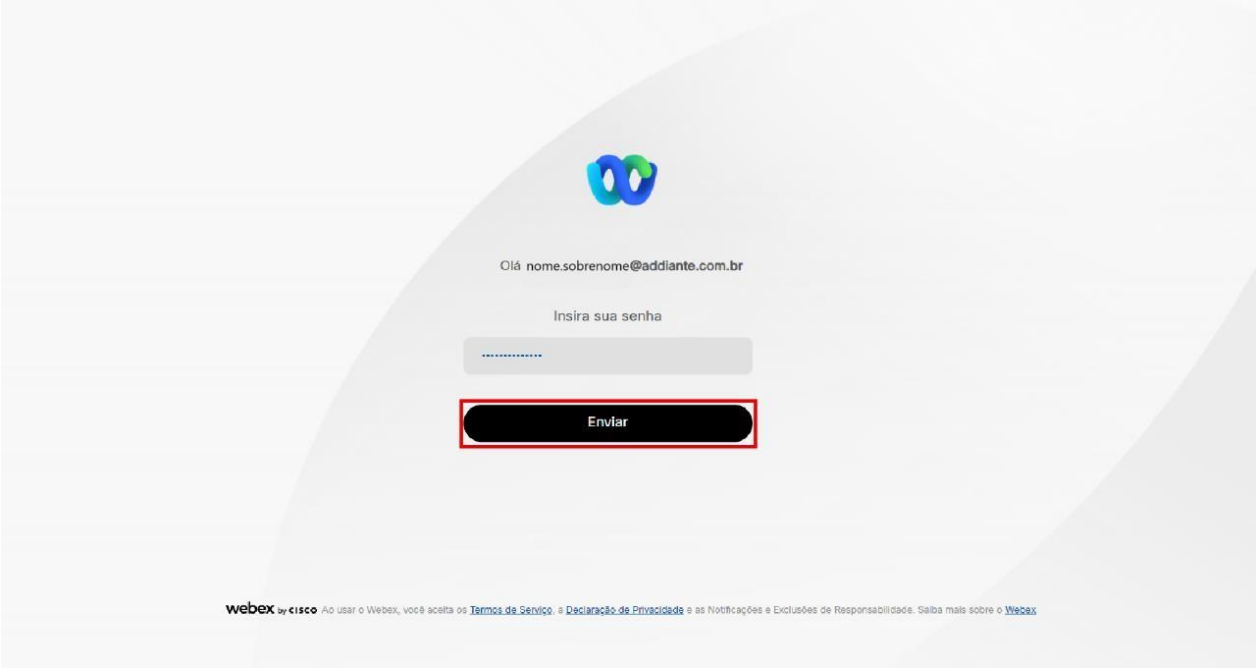
d) Inserir Senha:



FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

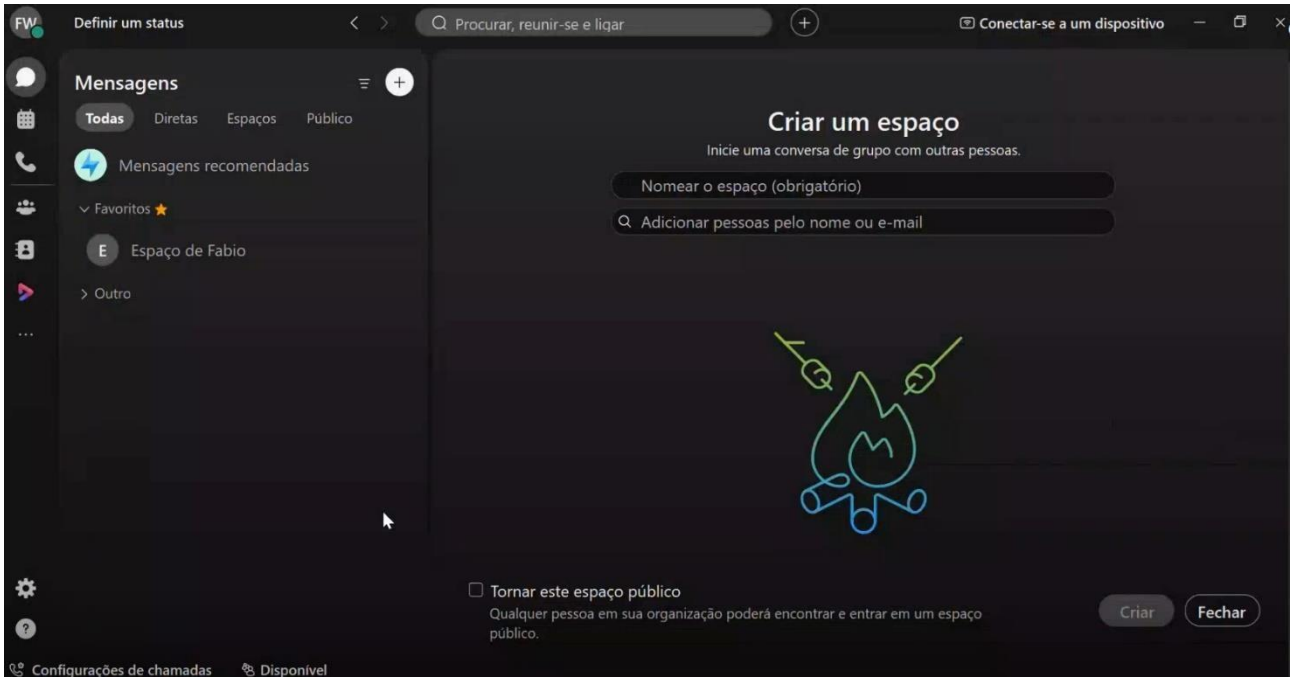
✓ Em caso de primeiro acesso, senha padrão será enviada pelo seu gestor.

e) Após inserir a senha, clique em "Enviar".



FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

✓ Após logar na plataforma, você deverá visualizar conforme imagem abaixo.



FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

Addiante	MANUAL DE INTRUÇÕES DE TRABALHO PROCESSOS SDR INBOUND	**Estabelecido em:** novembro/2024 **Revisado em:** novembro/2024 **Nº da revisão:**
Tarefa: receber chamadas receptivas e realizar chamadas ativas		
Executante: *SDR (Sales Delovepment Representative) Inbound*		
Objetivo da tarefa: contatar *lead* que deseja se tornar cliente		
Materiais necessários: sugestão de script		
Sistemas de gestão: Webex		

3.1 DESCRIÇÃO DO PROCESSO

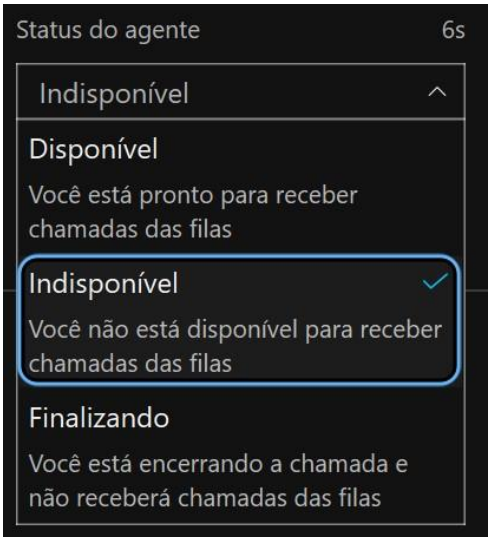
Para realizar uma chamada ativa, você deve estar devidamente logado, conforme o passo anterior e deverá estar disponível, tanto para realizar chamadas, quanto para receber chamadas da fila.

1 STATUS DO AGENTE

Os status do agente disponíveis no *Webex* são:

✓ Disponível: você está pronto para realizar chamadas e receber chamadas das filas; ✓ Indisponível: você não está disponível para realizar chamadas e nem receber chamadas da fila;

✓ Finalizando: você está encerrando um atendimento e por este motivo não pode receber chamadas das filas.

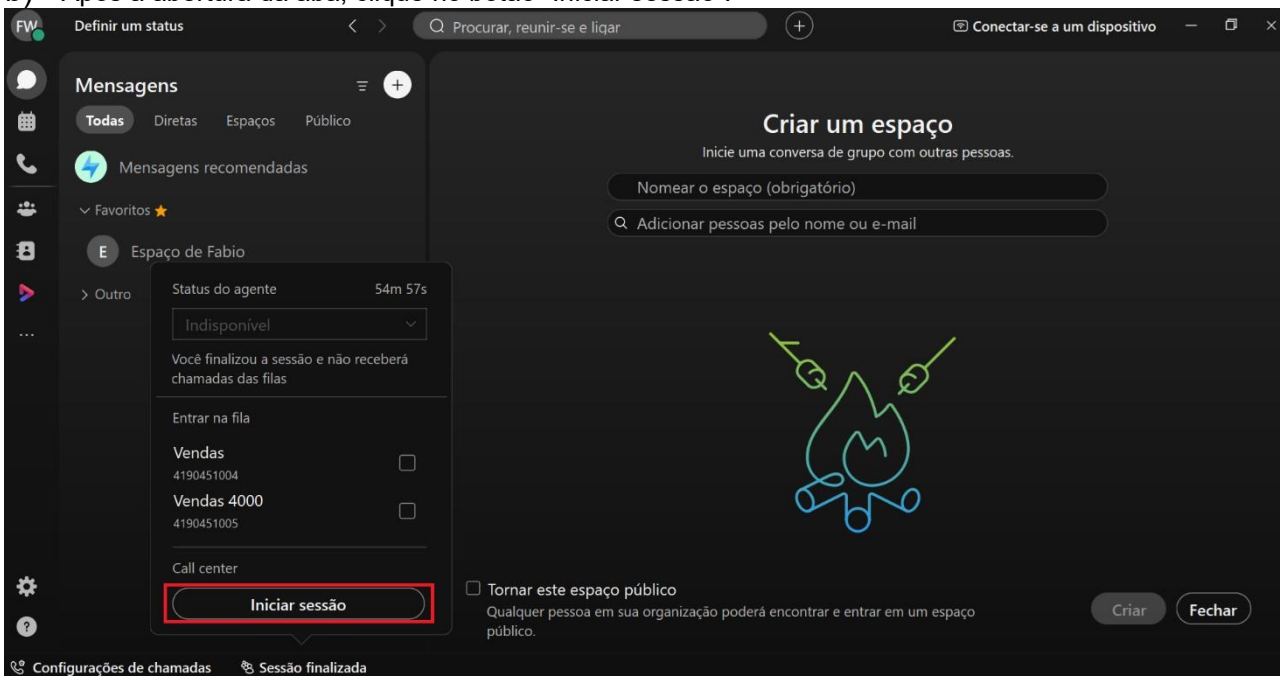


FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

a) Após estar logado, clique sobre o ícone escrito “Sessão Finalizada”.

FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

b) Após a abertura da aba, clique no botão “Iniciar sessão”.

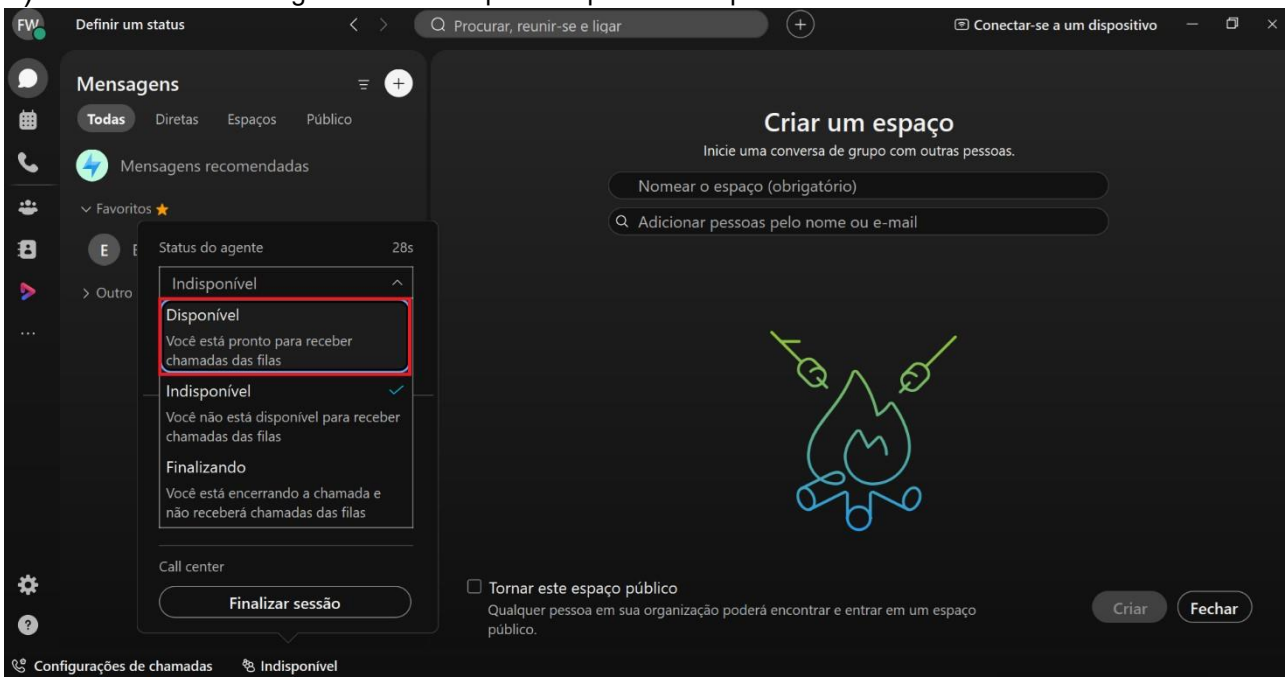


FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

c) Clique abaixo do status do agente “Indisponível” para alterar o status de indisponível para disponível.

FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

d) Altere o status do agente como “Disponível” para estar apto a realizar chamadas.



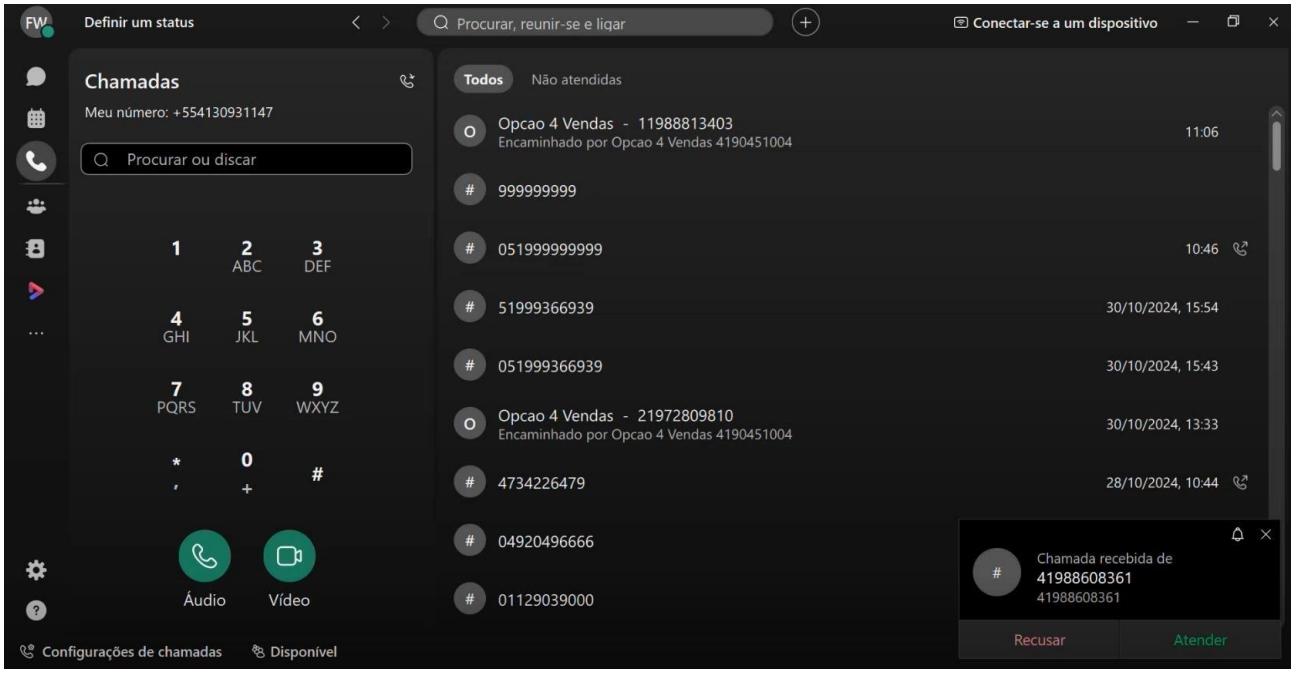
FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

e) Para receber chamadas das filas, habilite as opções “Vendas” e “Vendas 4000” conforme abaixo.

FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

2 RECEBENDO UMA CHAMADA

Após estar com status do agente disponível e com as filas flegadas, você estará apto a receber chamadas. Ao receber uma chamada, irá ser emitido um som de alerta e aparecerá um pop-up com o número do telefone.

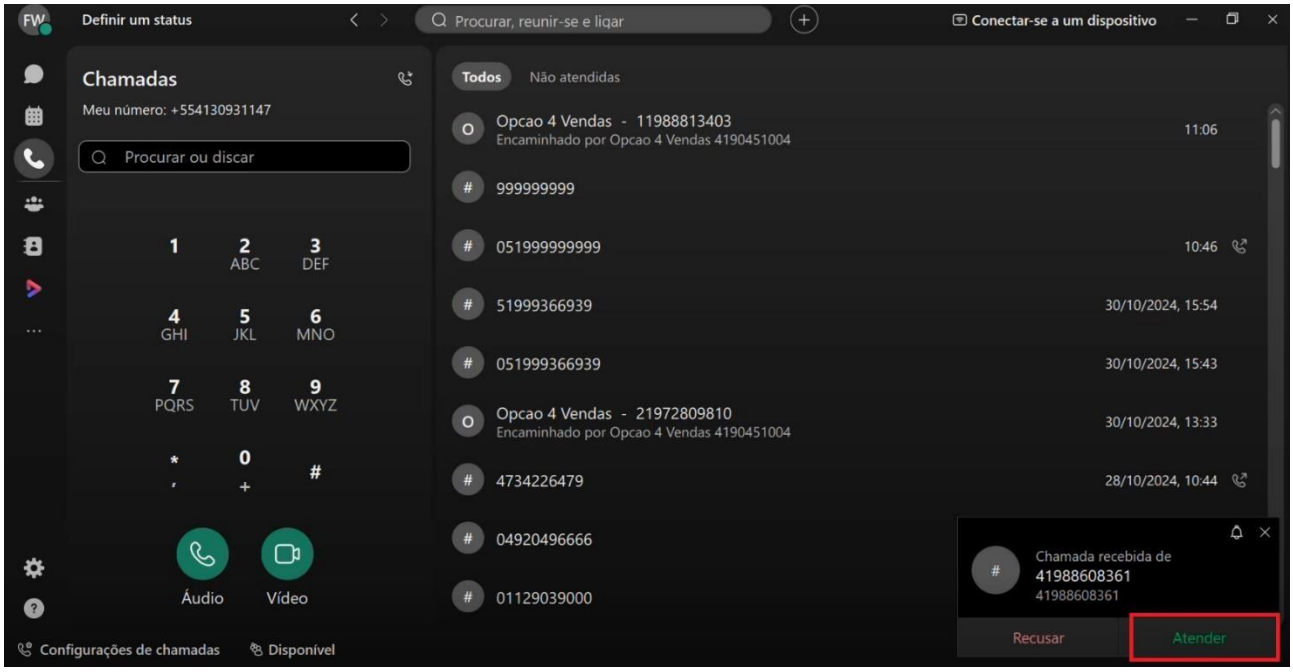


FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

Você terá as seguintes opções:

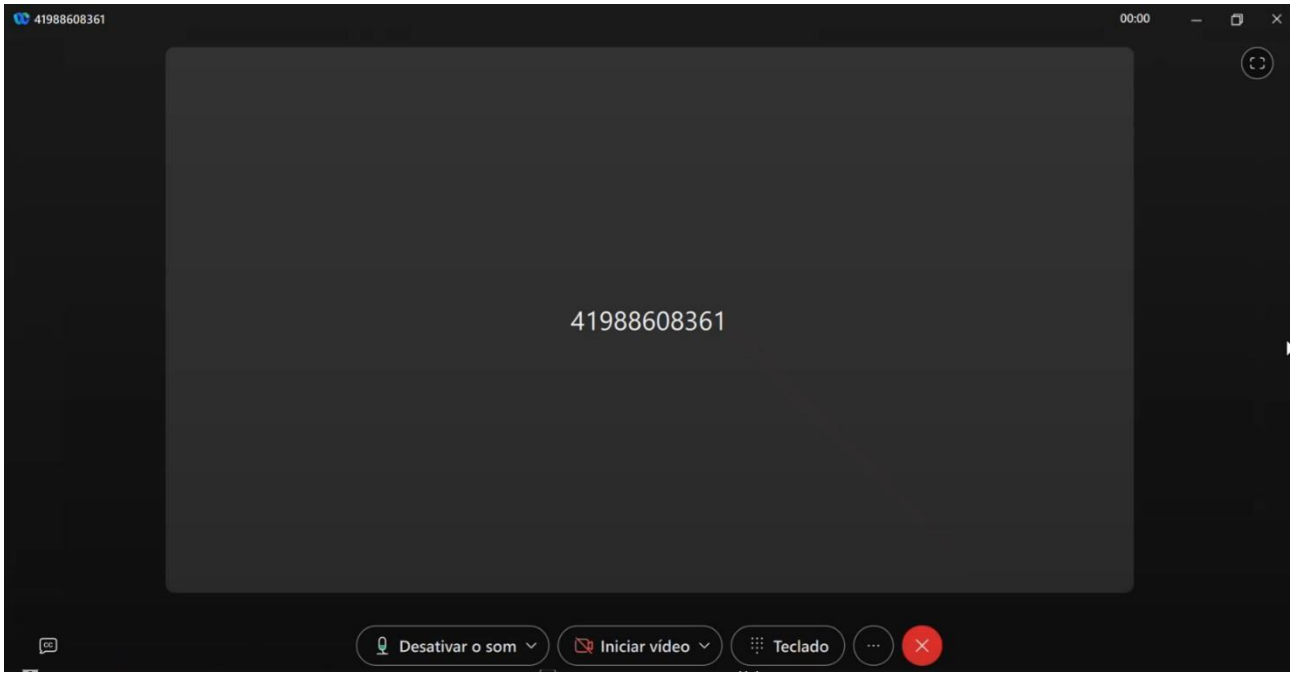
✓ Recusar: utilize para não aceitar a chamada;

✓ Atender: utilize para se conectar a chamada. a) Clique na opção "Atender".



FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

b) Você será conectado automaticamente a chamada.



FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

Recomendamos que inicie a chamada com a seguinte sugestão de *script*:

"Addiante Locação de Pesados, bom dia/boa tarde!
Me chamo **(seu nome)** e falo diretamente do setor de pré-vendas da Addiante, no que posso lhe ajudar?"

✓ Caso seja um possível cliente, pergunte o CNPJ e tente entender a demanda;

✓ Caso seja uma empresa que deseja se tornar fornecedor, tente entender o serviço/produto da organização para identificar o melhor cliente interno.

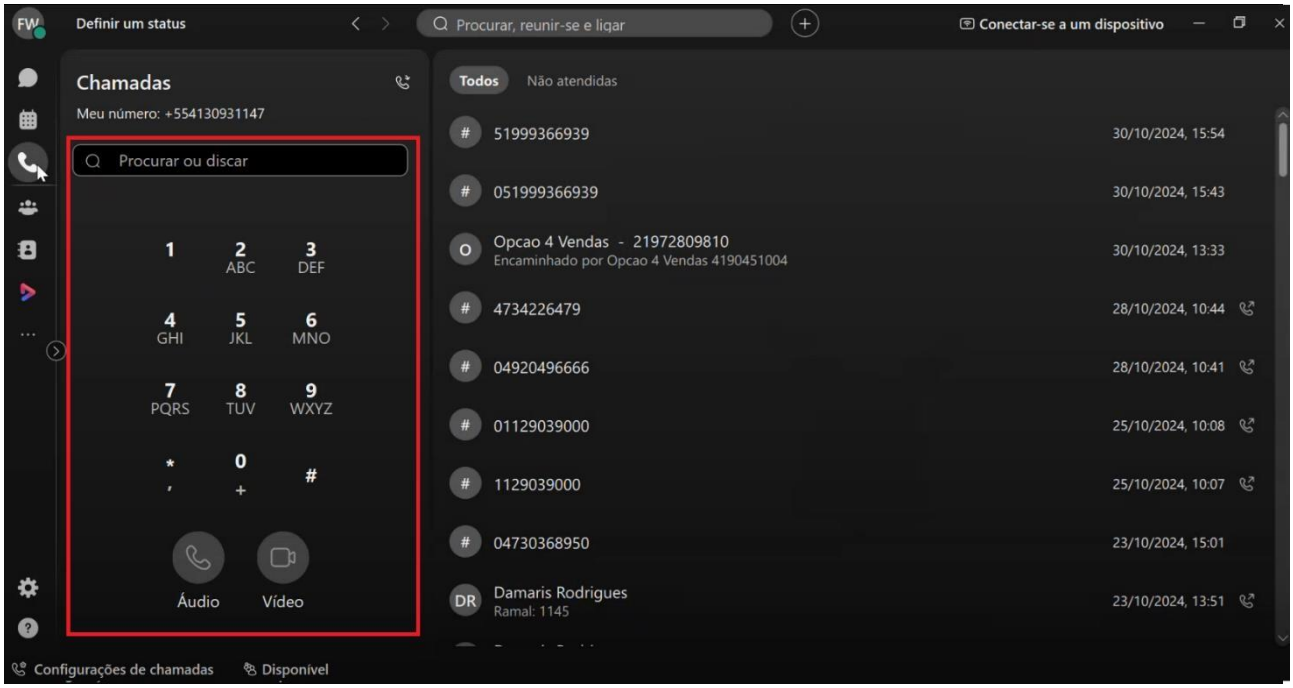
3 REALIZANDO CHAMADAS

Estando com status do agente disponível, você conseguirá realizar chamadas.

a) Para realizar uma chamada, você deverá clicar no ícone de telefone.

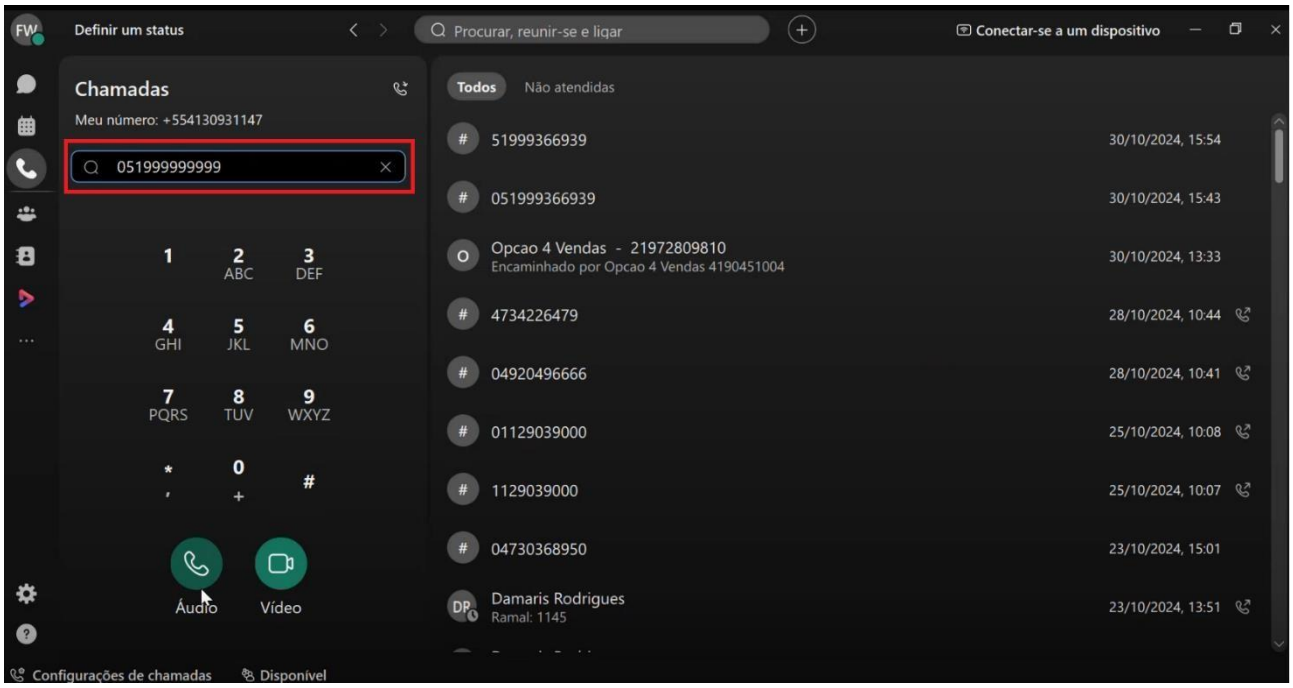
FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

b) Para realizar uma chamada, você irá inserir o número no discador sinalizado abaixo.



FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

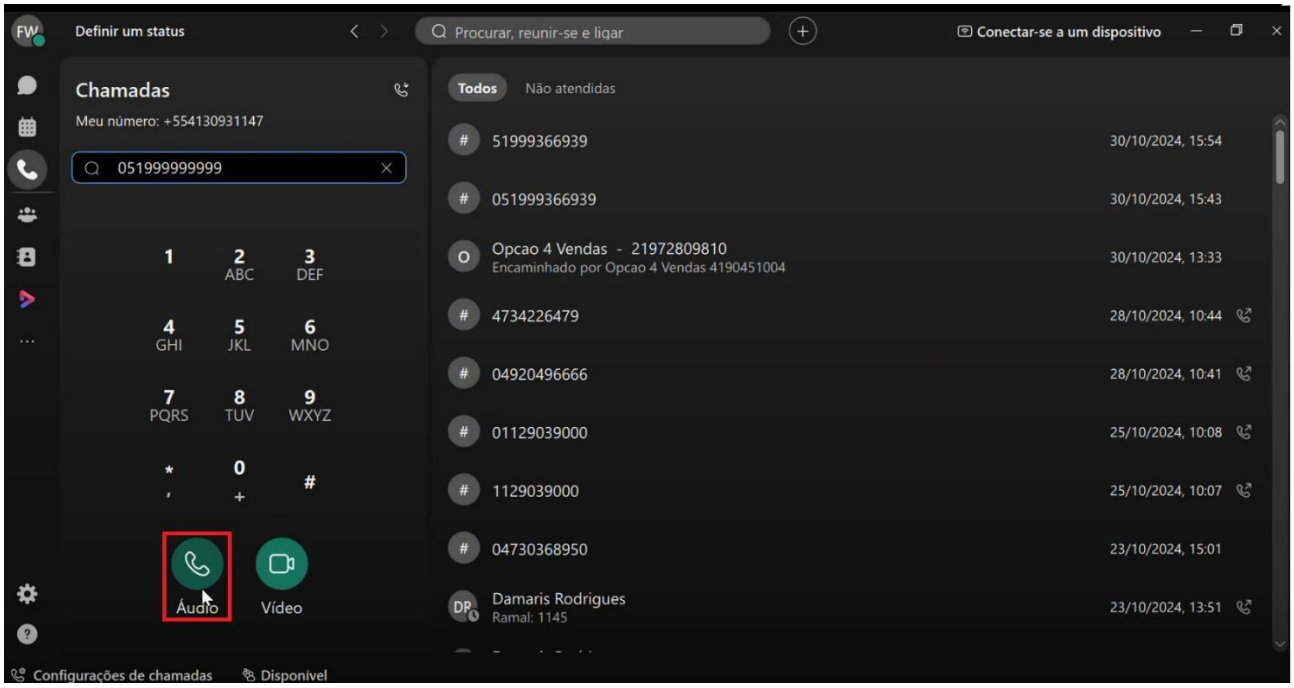
✓ Obrigatoriamente, inicie a discagem pelo número 0, seguido do DDD e o número do telefone para o qual deseja entrar em contato, conforme exemplo abaixo.



FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

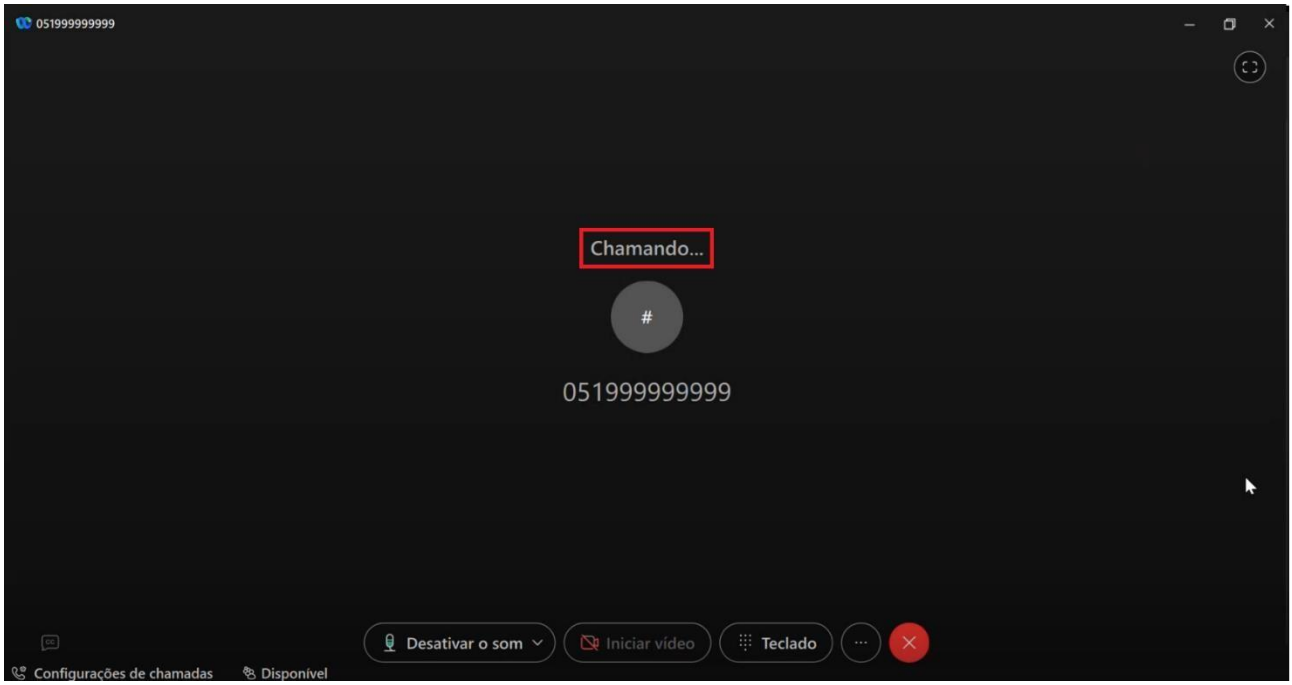
✓ Para chamadas para Curitiba e região, com DDD 41, disque apenas o número pois não é necessário incluir o 0 e nem o DDD.

c) Para completar a chamada, clique sobre o ícone de telefone sinalizado como “Áudio”.



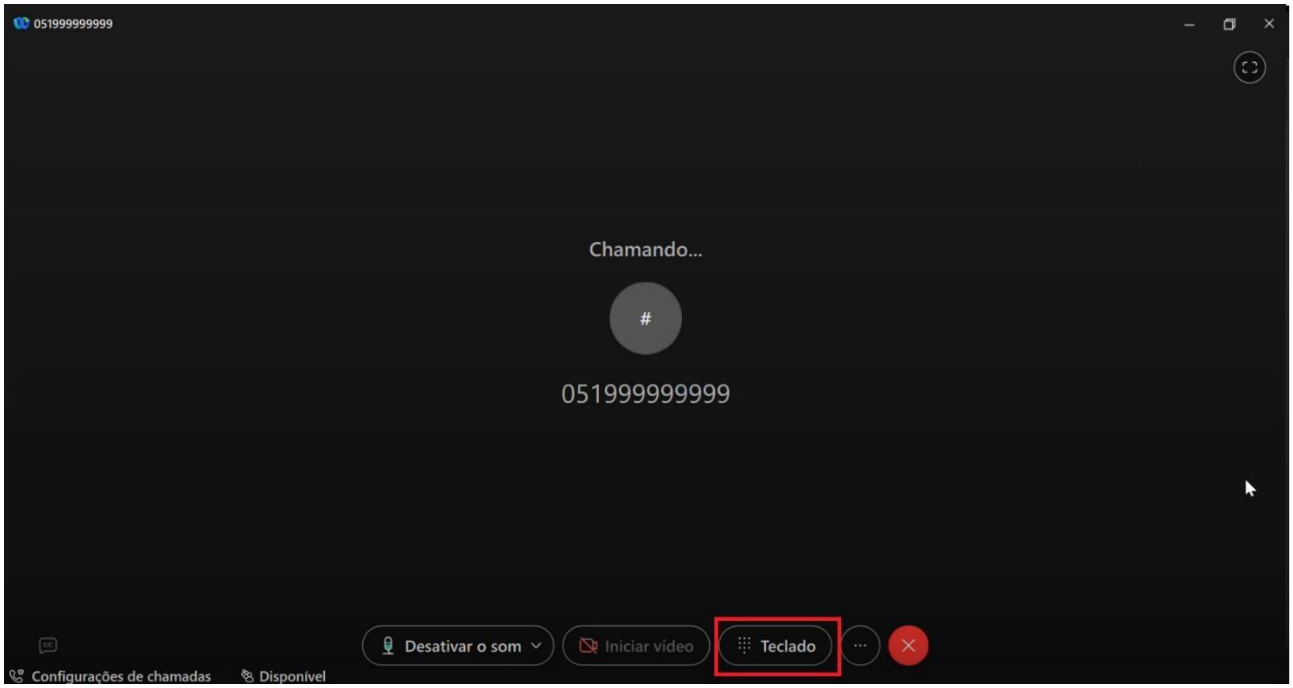
FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

✓ Você será conectado automaticamente a chamada.

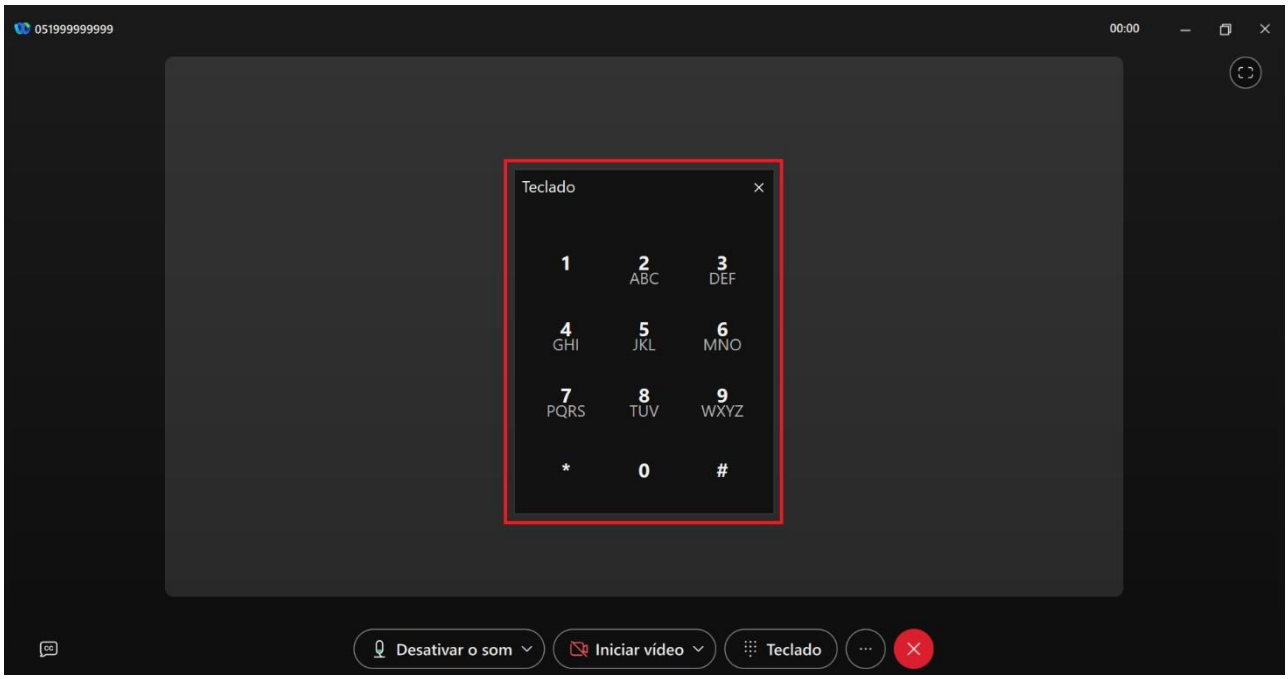


FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

d) Caso necessite digitar um ramal, clique sobre o ícone de discador “Teclado” para abrir o teclado de números e digitar o ramal desejado.



FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.



FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

✓ Após digitar o ramal, você será conectado automaticamente ao ramal que discou.

e) Após ser atendido, sugerimos que inicie a chamada com a seguinte sugestão de *script*:

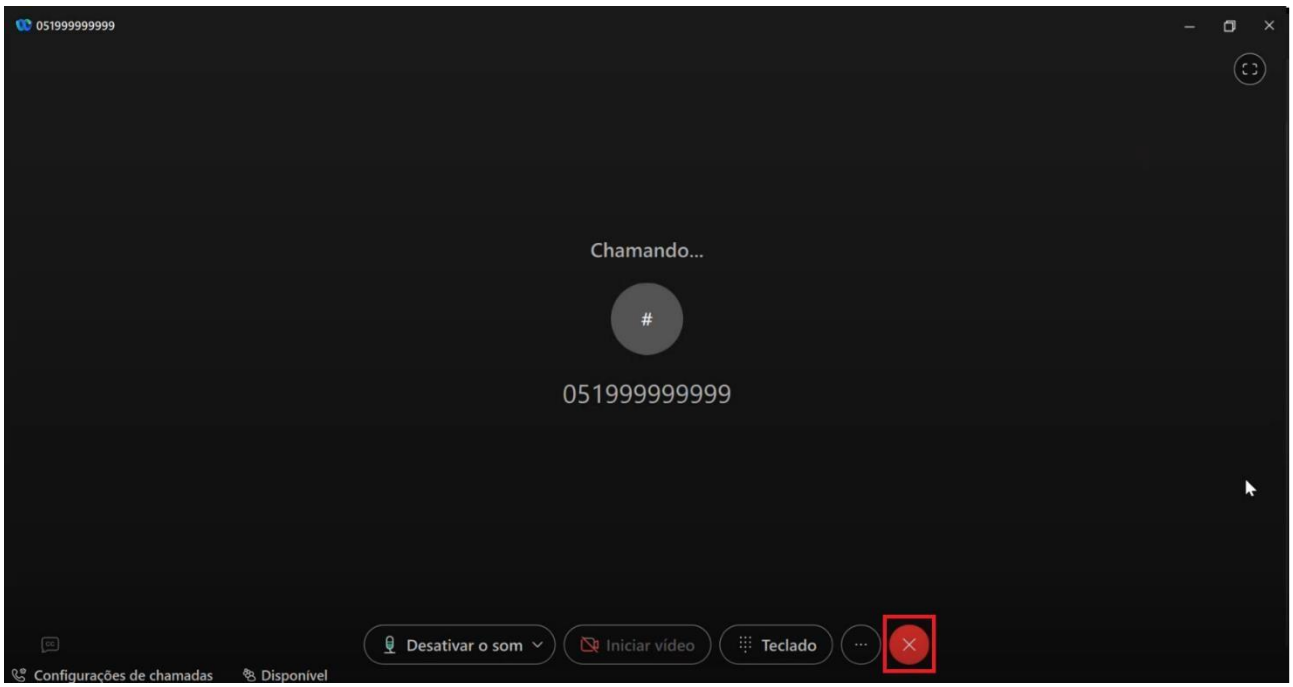
> "Bom dia, **(nome do *lead*)**! Tudo bem?
>
> Me chamo **(seu nome)** e falo diretamente do setor de pré-vendas da Addiante. Recebemos seu pedido de contato, podemos falar sobre como a Addiante pode lhe ajudar?"

✓ Busque entender a demanda do cliente, sempre conectando com a política de crédito para locação e reforçando os diferenciais da Addiante.

✓ Caso o cliente não se enquadre na política de crédito para locação, utilize a seguinte sugestão de script:

> "**(nome do *lead*)**, verifiquei que o CNPJ **(dize o que não se enquadra)** ... No momento não conseguimos atender este perfil, mas a Addiante está em constante busca de melhoria para atender CNPJs com este perfil em breve.
>
> Agradecemos o seu contato e desejamos um ótimo dia!"

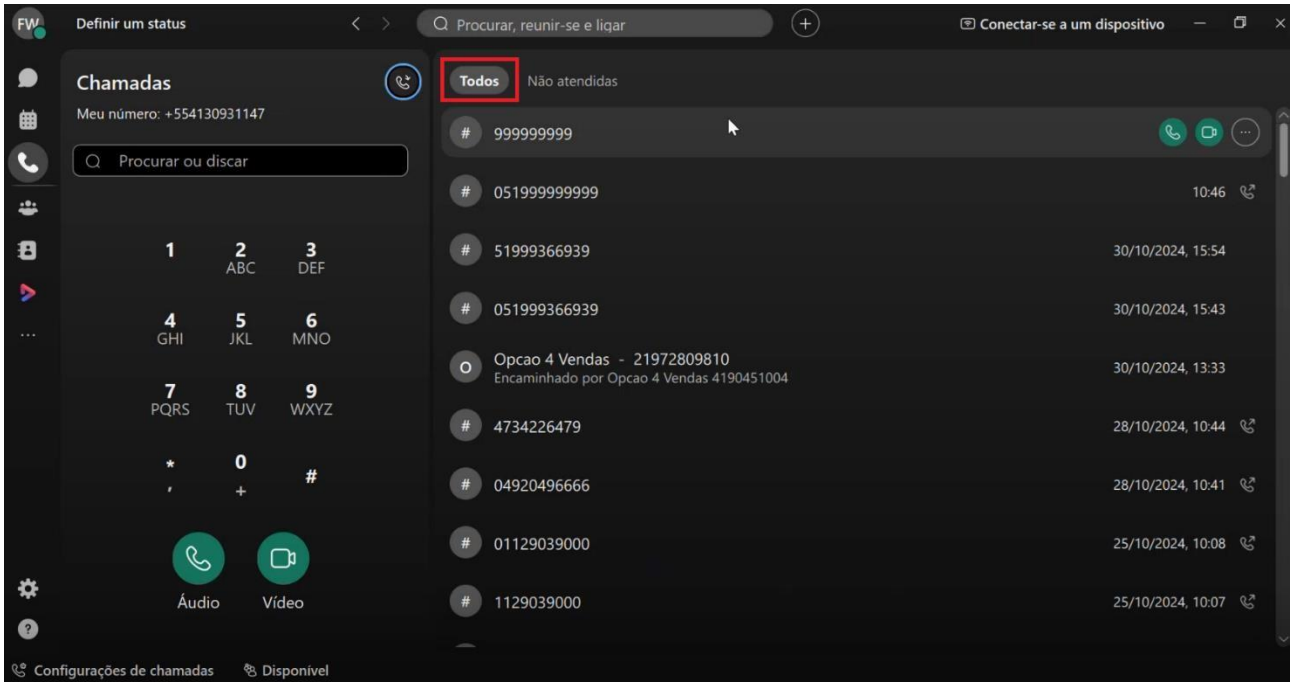
f) Para encerrar a chamada, clique sobre o ícone de "X" na cor vermelha.



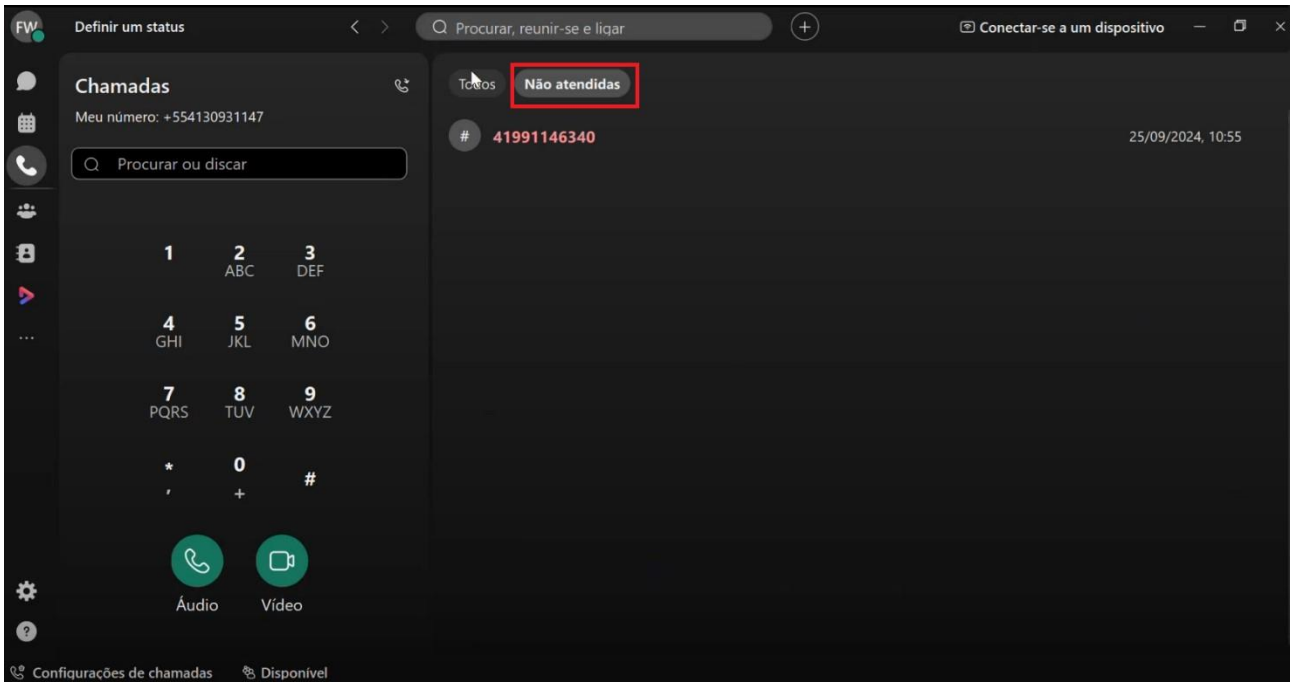
FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

Ainda na aba chamadas, é possível visualizar todo o histórico de chamadas, sendo que são divididos em duas categorias:

✓ Todos: visualização de todas as chamadas, tanto realizadas, quanto recebidas; ✓ Não atendidas: visualização apenas das chamadas que não foram atendidas.



FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.



FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

Addiante	MANUAL DE INTRUÇÕES DE TRABALHO *PROCESSOS* SDR INBOUND	**Estabelecido em:** novembro/2024 **Revisado em:** novembro/2024 **Nº da revisão:**
Tarefa: acesso a plataforma		
Executante: *SDR (Sales Delovepment Representative) Inbound*		
Objetivo da tarefa: logar no sistema		
Materiais necessários: N/A		
Sistemas de gestão: *Blip*		

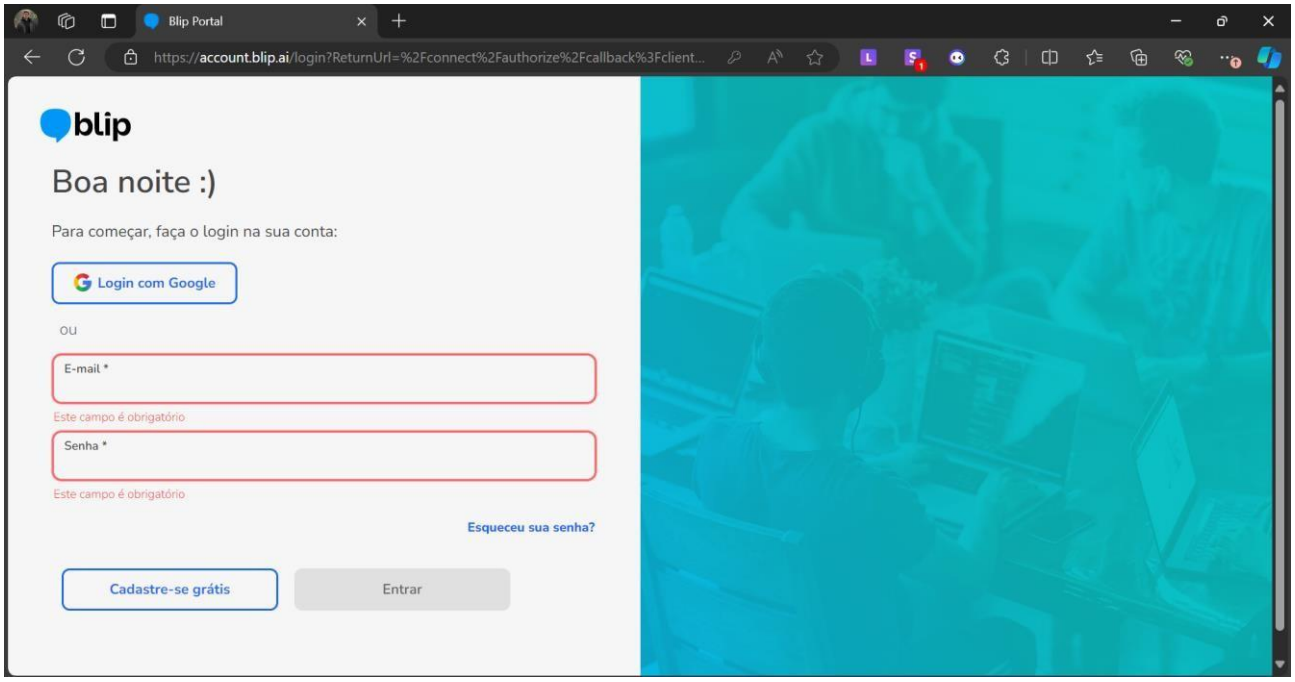
4.1 DESCRIÇÃO DO PROCESSO

1 BLIP

A plataforma *Blip*, é um sistema que envia e recebe mensagens de *WhatsApp*. Além de enviar e receber mensagens, é possível salvar mensagens pré-escritas.

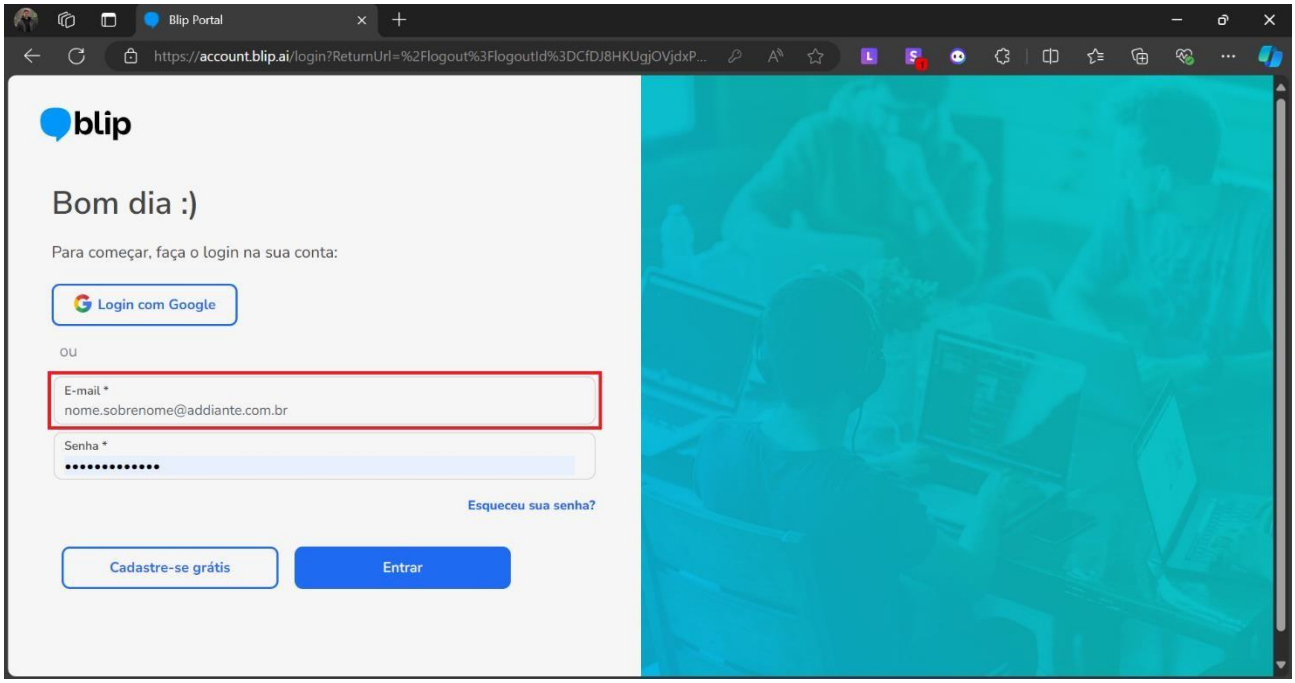
1.1 LOGIN

Para logar na plataforma, acesse o link https://addiante.desk.blip.ai, para obter a visualização abaixo.



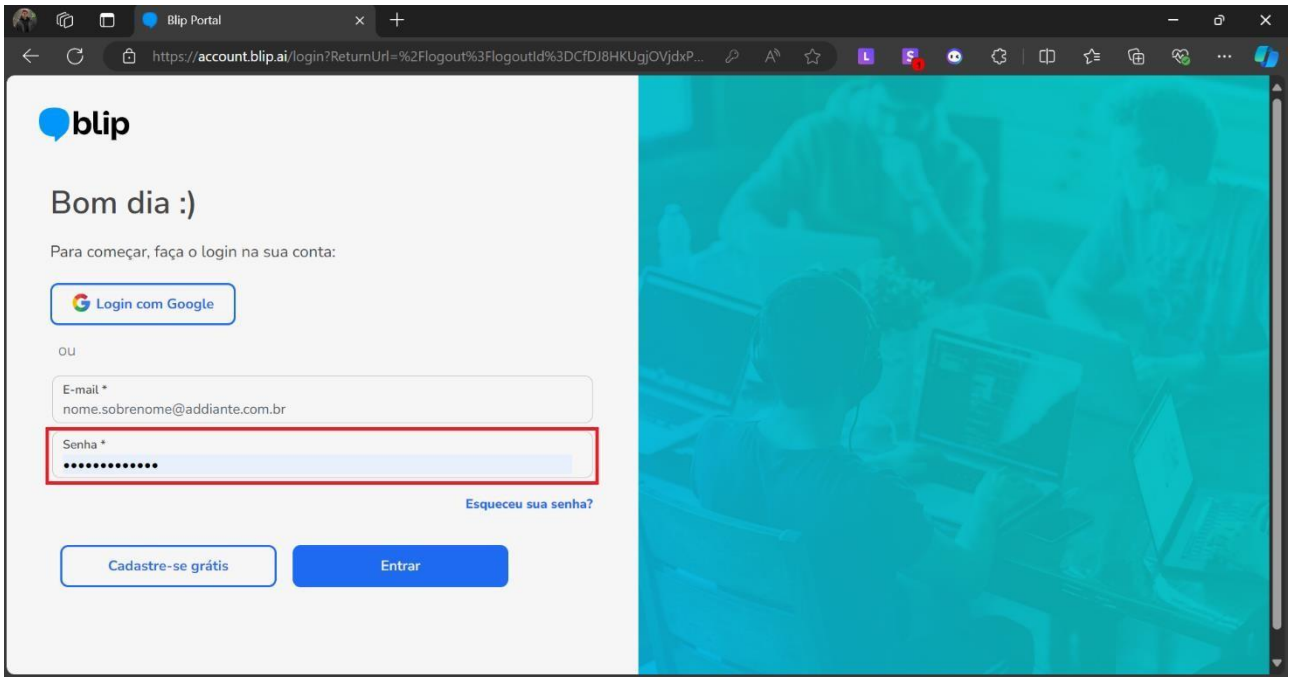
FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

a) Para realizar seu login, insira seu e-mail no campo correspondente.



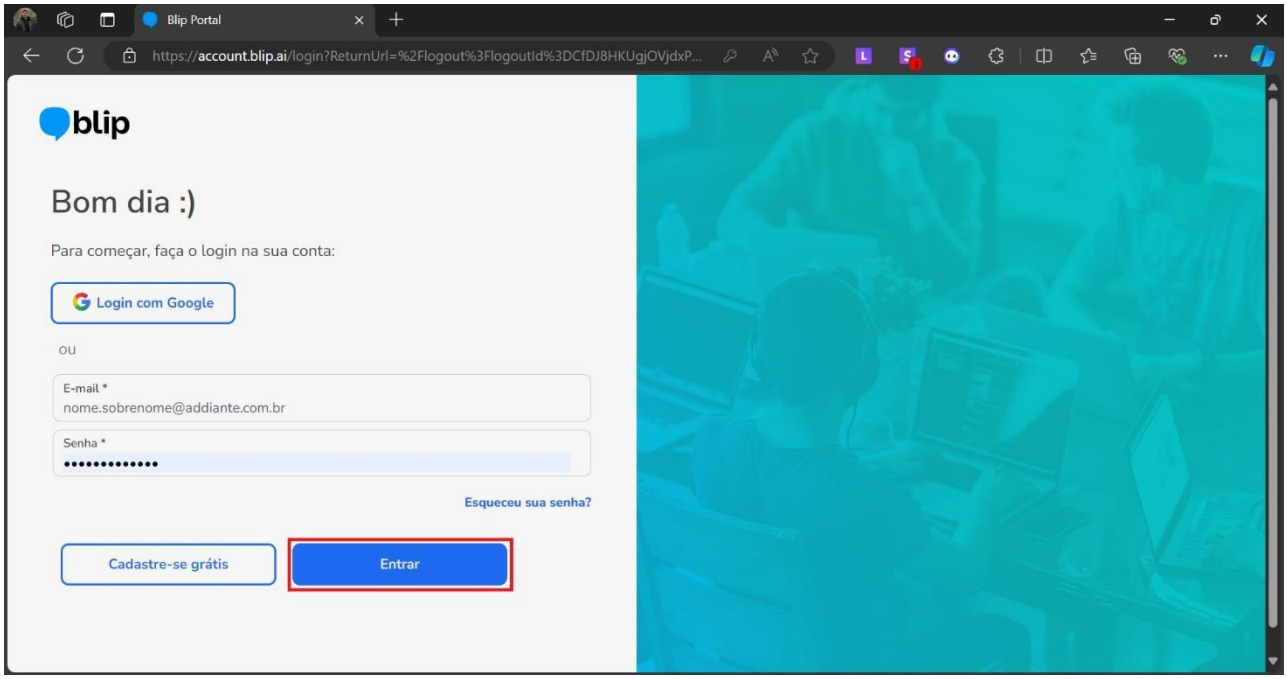
FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

b) Utilize a senha escolhida por você.



FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

c) Após o preenchimento dos campos de e-mail e senha, clique em “Entrar”.



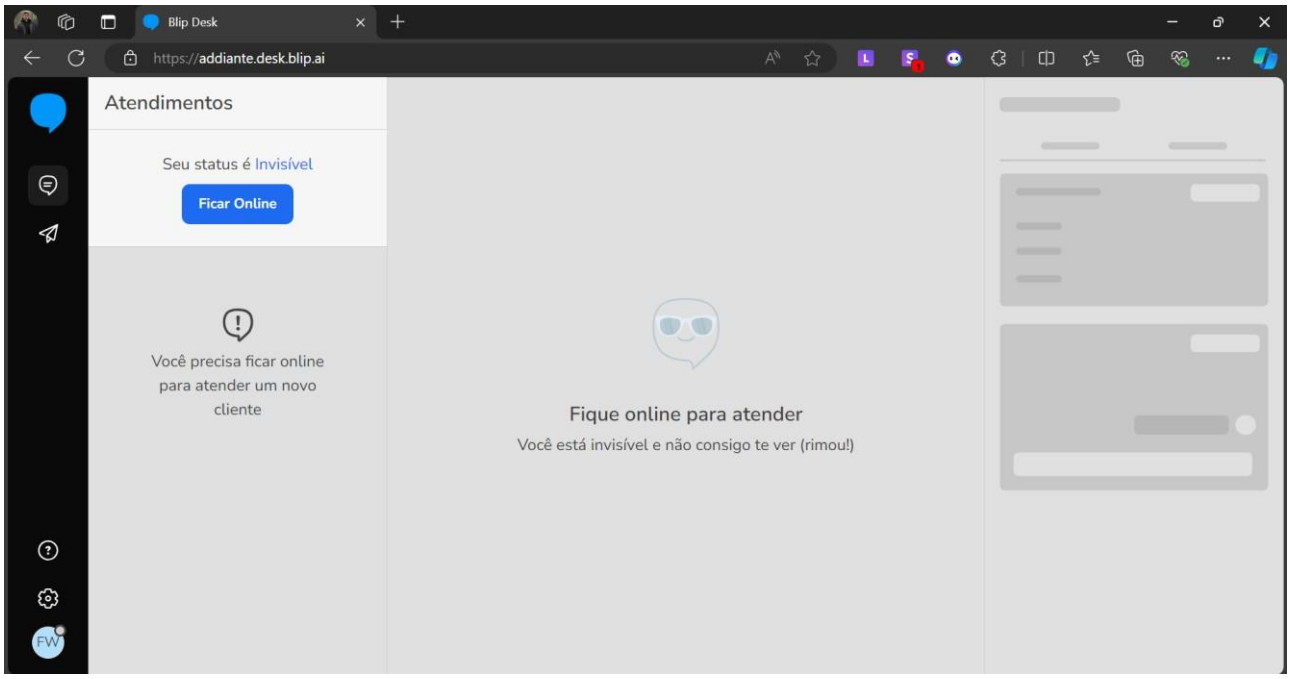
FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

Observações:

✓ No primeiro acesso, será necessário um convite enviado para seu e-mail.

✓ Consulte seu gestor para orientações sobre o processo de cadastro.

Após logar na plataforma, você deverá visualizar o layout abaixo.



FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

Addiante	**MANUAL DE INTRUÇÕES DE TRABALHO** PROCESSOS SDR INBOUND	**Código:**
		Estabelecido em: novembro/2024
		Revisado em: novembro/2024
		Nº da revisão:
Tarefa: envio e recebimento de mensagens *WhatsApp*		
Executante: *SDR (Sales Delovepment Representative) Inbound*		
Objetivo da tarefa: qualificar *lead*, entender sua demanda e direcioná-la ao executivo comercial		
Materiais necessários: sugestão de script		
Sistemas de gestão: *Blip*		

5.1 DESCRIÇÃO DO PROCESSO

1 BLIP

Para receber e realizar envio de mensagens *WhatsApp*, você deve estar devidamente logado, conforme o passo anterior e deverá estar com *status* disponível.

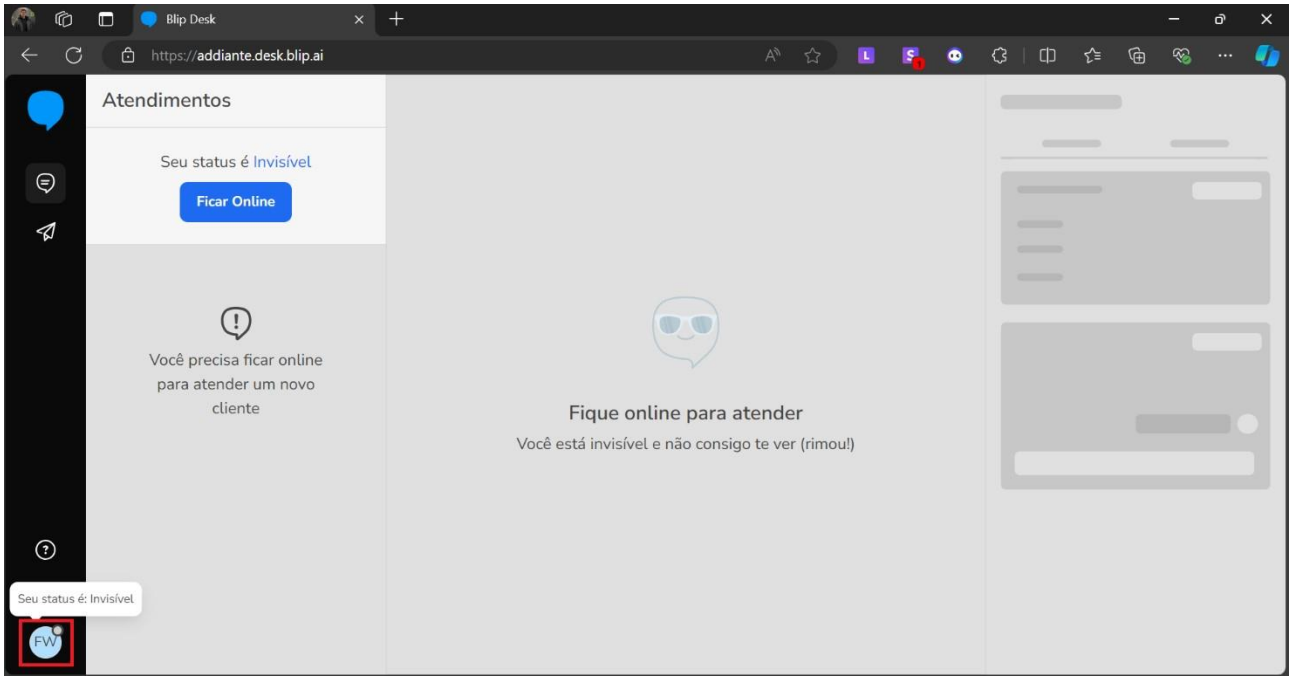
Dentro da *Blip*, temos três status do agente:

✓ Online: para sinalizar que você está ativo e disponível para receber e enviar mensagens;

✓ Em pausa: para quando você está em jornada de trabalho, mas está em horário de almoço ou ausente por um curto período;

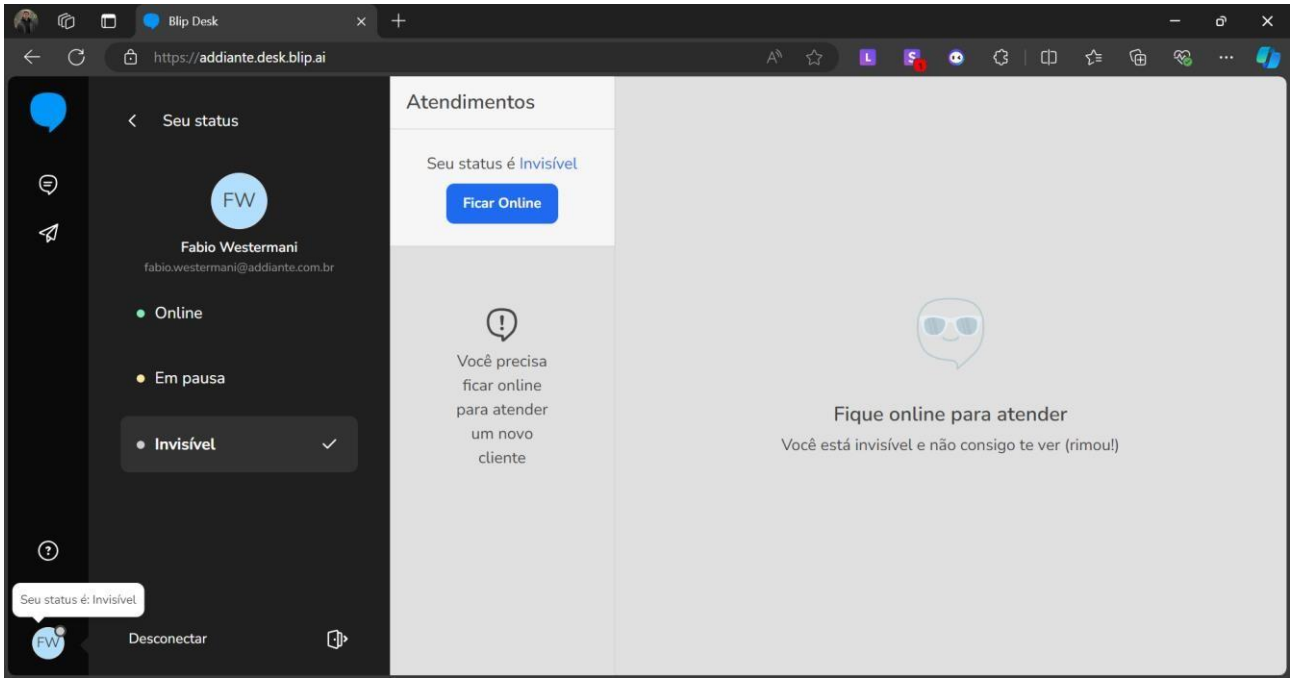
✓ Invisível: para quando você estiver encerrando a jornada de trabalho ou ausente por um longo período.

a) Para visualizar os status disponíveis, clique sobre o ícone com suas iniciais.



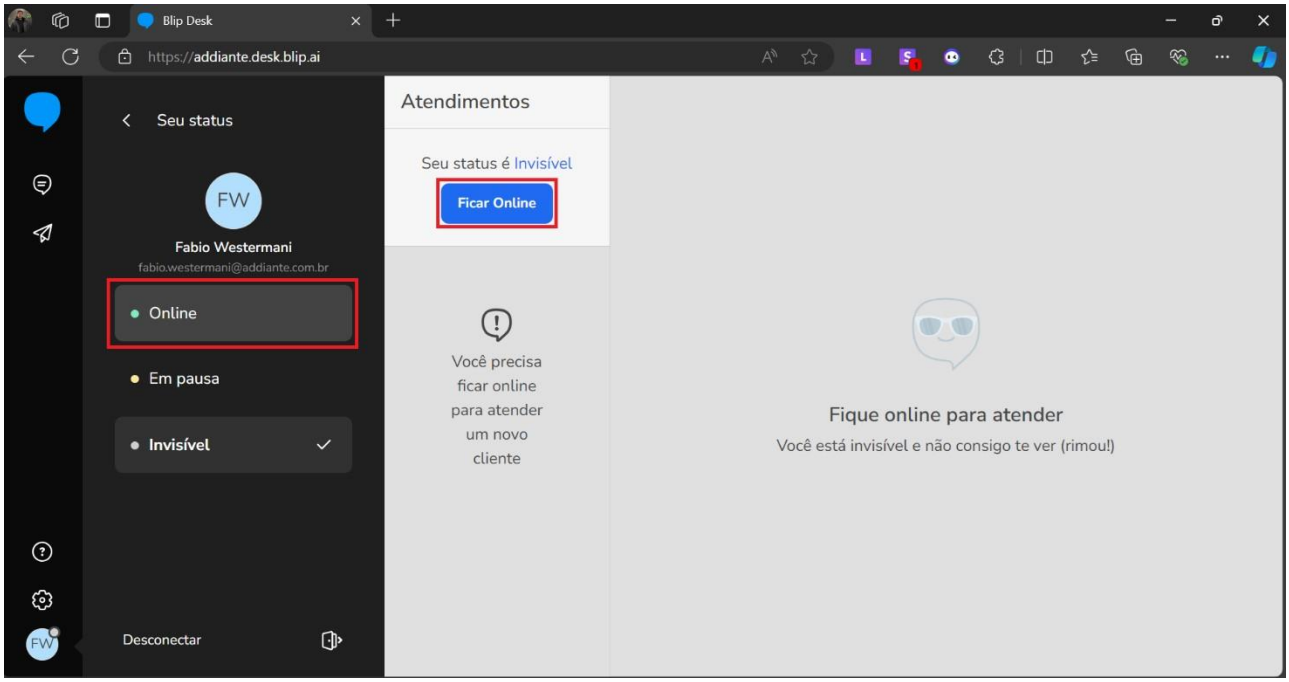
FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

b) Após isso, abrirá uma janela com os status disponíveis.



FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

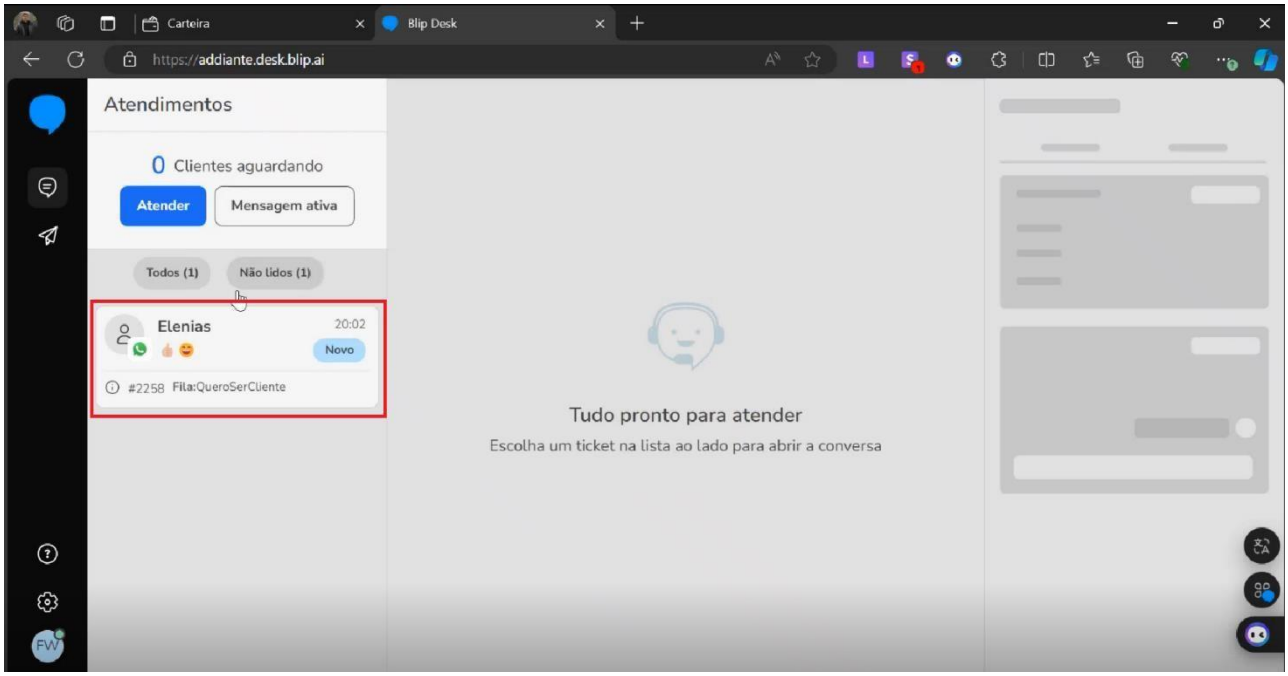
c) Para receber e enviar mensagens, clique em “*Online*” ou "Ficar *Online*".



FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

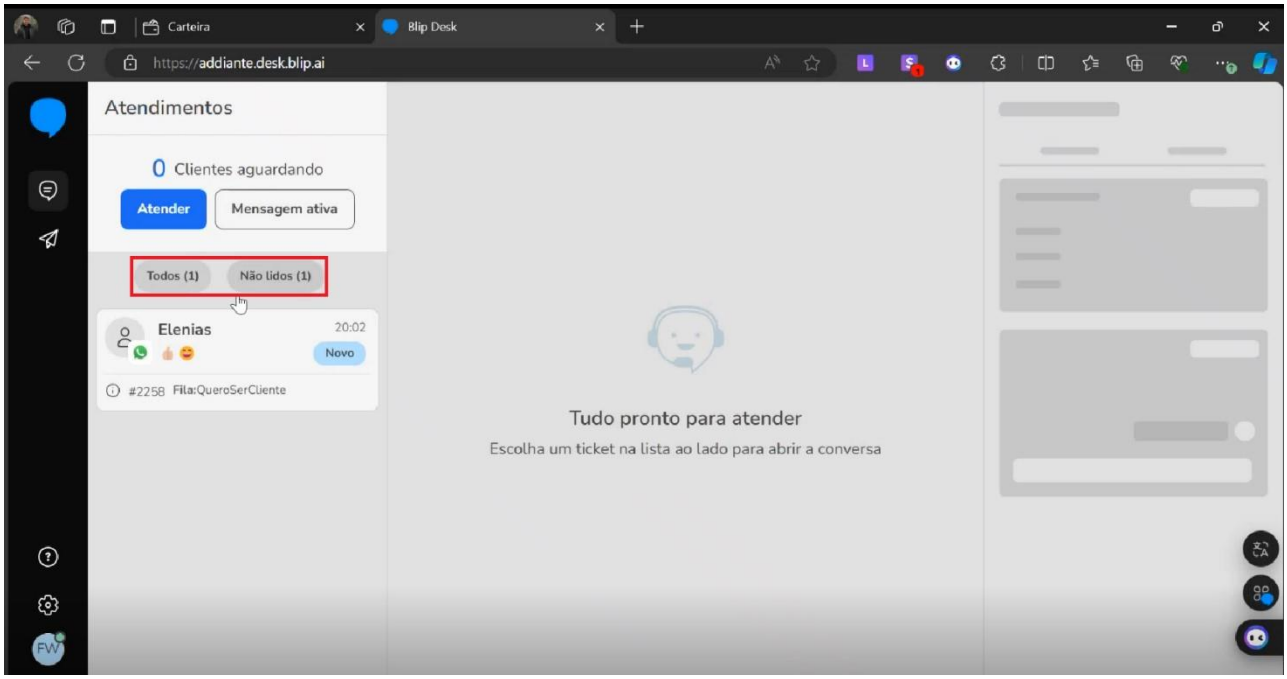
1.1 RECEBENDO MENSAGENS

a) Quando uma mensagem chegar, o nome do cliente e o histórico da conversa aparecerão na tela.



FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

Você ainda pode filtrar as mensagens por “Todos” ou “Não lidos”, sendo que “Todos” mostra todas as conversas em andamento e “Não lidos” conversas que possuem mensagens não vistas.



FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

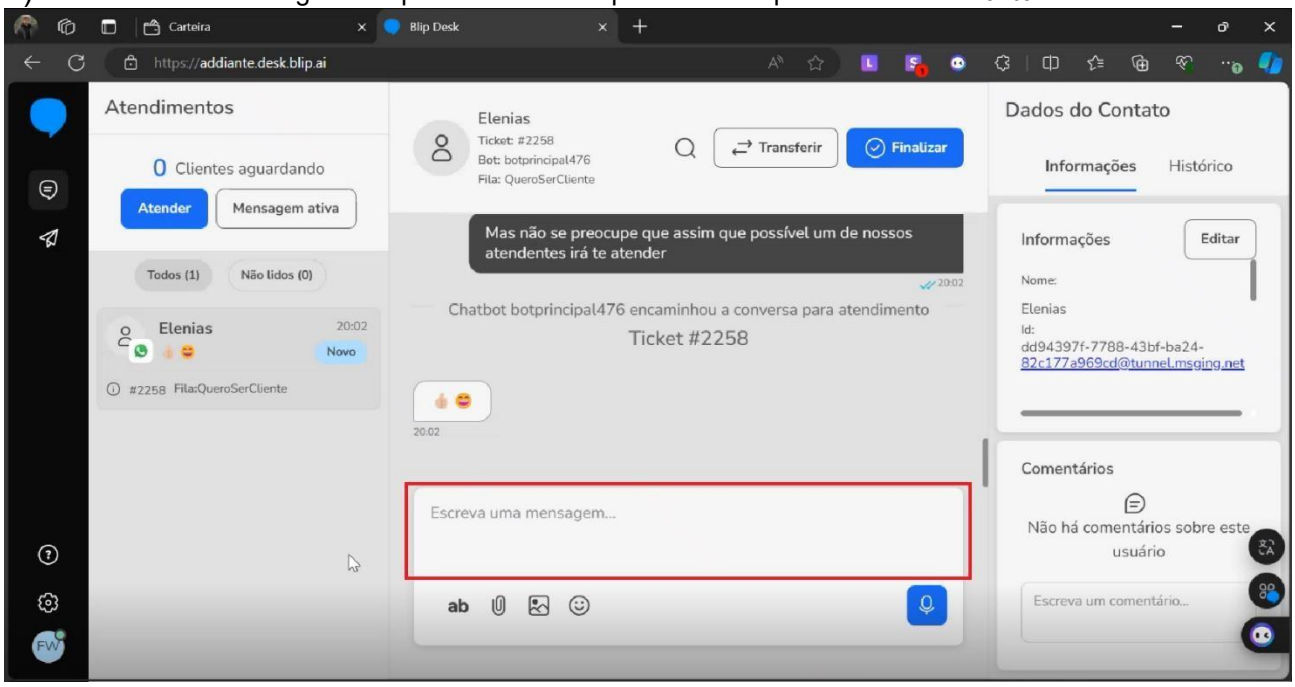
Para iniciar o atendimento, clique sobre a mensagem e utilize um texto de apresentação, abaixo uma sugestão:

"Olá (nome do cliente), tudo bem? Fico feliz em poder te atender!

Me chamo (seu nome), e falo diretamente da área de pré-vendas da Addiante "

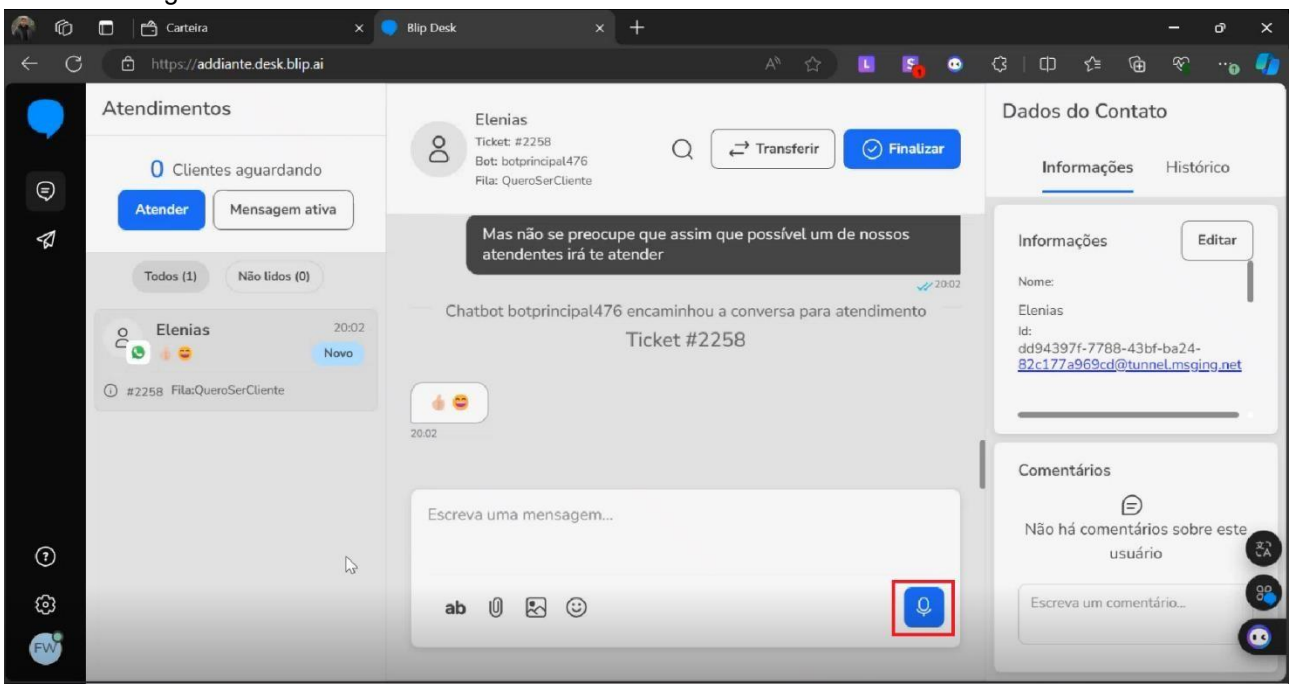
Em que posso te ajudar hoje?"

b) Escreva sua mensagem no quadro indicado e para enviá-la pressione a tecla *enter*.



FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

✓ Ainda no quadro indicado anteriormente, utilizando o ícone de microfone, você pode enviar mensagens de áudio.



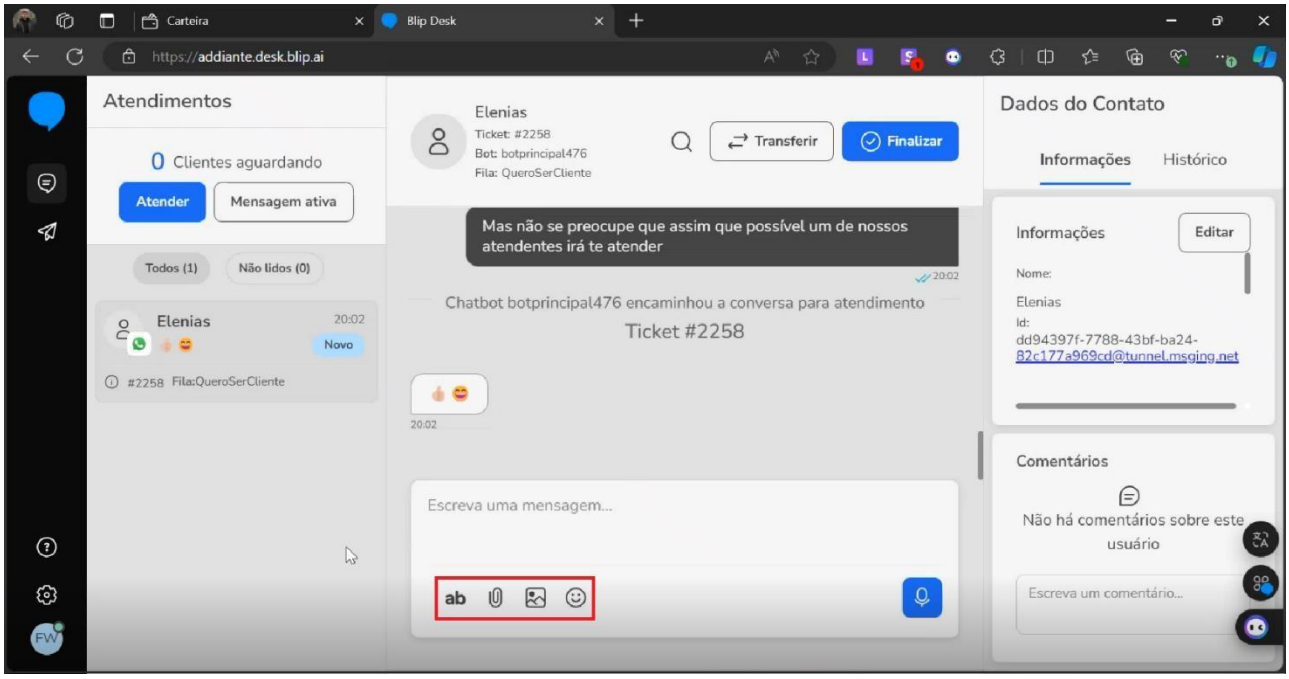
FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

✓ Para enviar mensagens prontas, clique sobre o ícone ab;

✓ Para enviar anexos clique sobre o ícone de clips;

✓ Para enviar uma imagem clique sobre o quadro com montanhas;

✓ Para adicionar símbolos de emoção clique sobre a carinha sorrindo.



FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

Após apresentação, envie a política de locação para que o cliente esteja ciente. Abaixo, sugerimos um texto padrão:

> “Primeiramente vou te enviar a nossa política de locação, pois é preciso seguir os critérios para que nosso time de especialistas consiga entrar em contato e passar projeto e valores.
>
> *Atenção a nossa política de locação*
> Nossa locação é com prazo mínimo de 24 meses, proporcionando aos nossos clientes a oportunidade de usufruir de veículos zero quilômetro. Além do aluguel, disponibilizamos serviços abrangentes, tais como manutenção preventiva e corretiva, gestão de pneus e acompanhamento de multas.
>
> *A Addiante, no momento, não está disponibilizando serviços de locação para empresas enquadradas como ME, EIRELLI, EPP, ÓRGÃO PÚBLICO e MEI. Adicionalmente, não realizamos locações para empresas com faturamento inferior a R$1.000.000,00 de reais por mês, Optante Simples Nacional e aquelas que estão operando há menos de 5 anos*.”

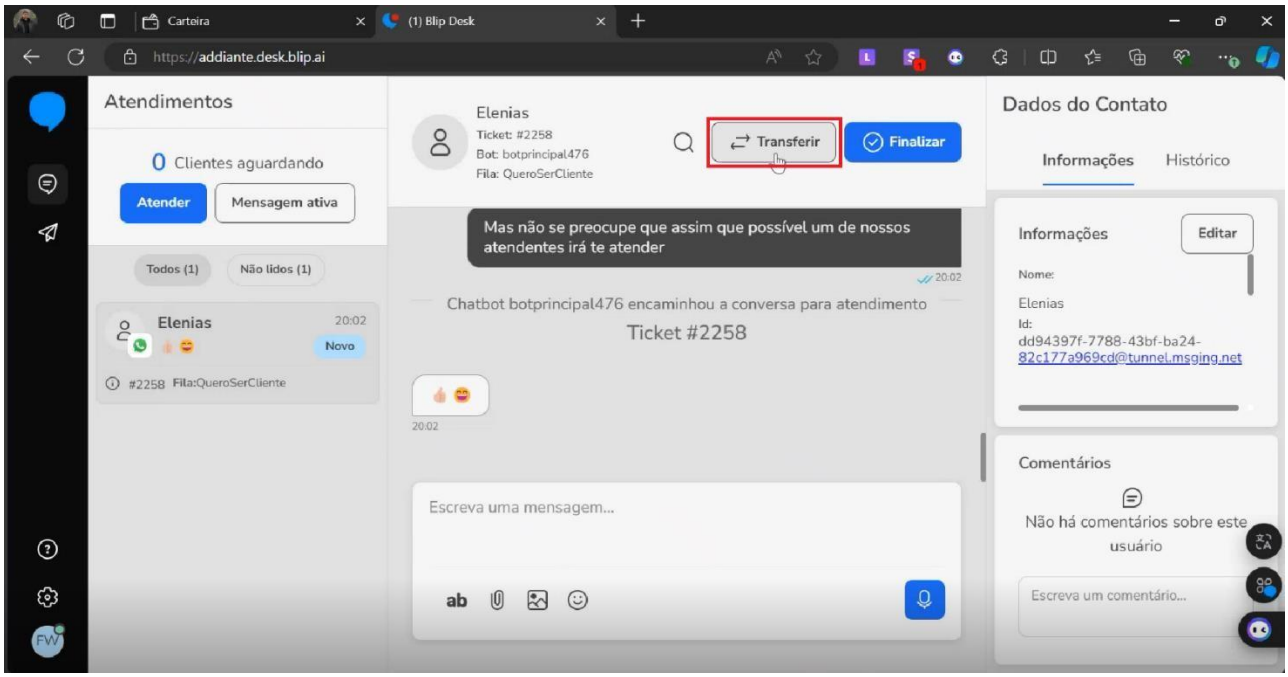
É de extrema importância que, além do envio da política de locação, o *SDR* qualifique os pontos e confirmações abaixo:

- ✓ Simples Nacional: confirmar se o cliente é optante por simples nacional, caso seja, descartar;
- ✓ Faturamento: confirmar se o cliente possui faturamento superior a R$1.000.000,00 milhão, conforme determinar a política de locação;
- ✓ Período de contrato: perguntar por quanto tempo o cliente pretende utilizar o(s) ativo(s), levando em consideração a política de locação a qual o prazo mínimo determinado para contrato é de 24 meses;
- ✓ Modelos: quais modelos o cliente tem interesse;
- ✓ Marca: se possui preferência de marca;
- ✓ Quilometragem: perguntar sobre a quilometragem aproximada que o(s) veículo(s) percorrerá(ão) mensalmente;
- ✓ Implemento(s): perguntar se o cliente deseja que a cotação seja realizada incluindo ativo e implemento ou se será apenas ativo ou apenas o implemento;
- ✓ Expectativa de recebimento dos ativos: perguntar ao cliente qual a expectativa de recebimento do(s) veículo(s);

✓ Demanda: perguntar sobre a utilização dos veículos e até mesmo em qual tipo de solo ele rodará.

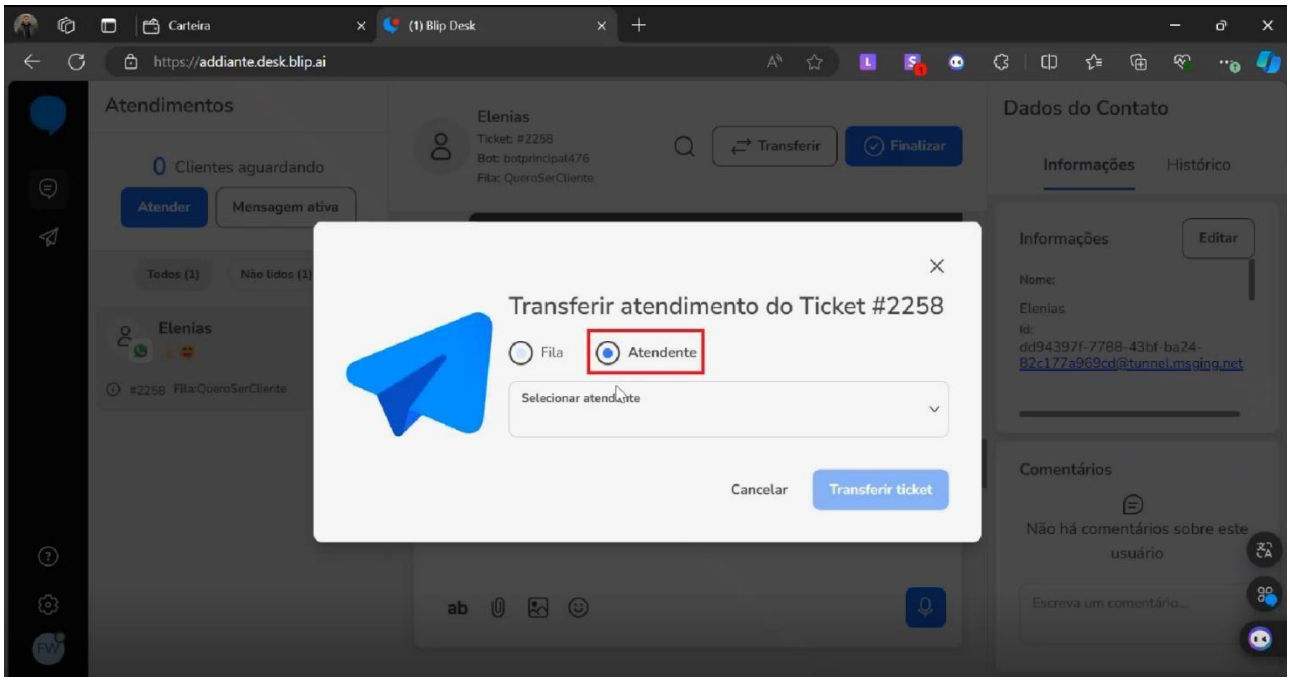
2.1 TRANSFERINDO ATENDIMENTO

a) Para transferir o atendimento a um outro *SDR*, ou para outra área de atendimento, clique em "Transferir".



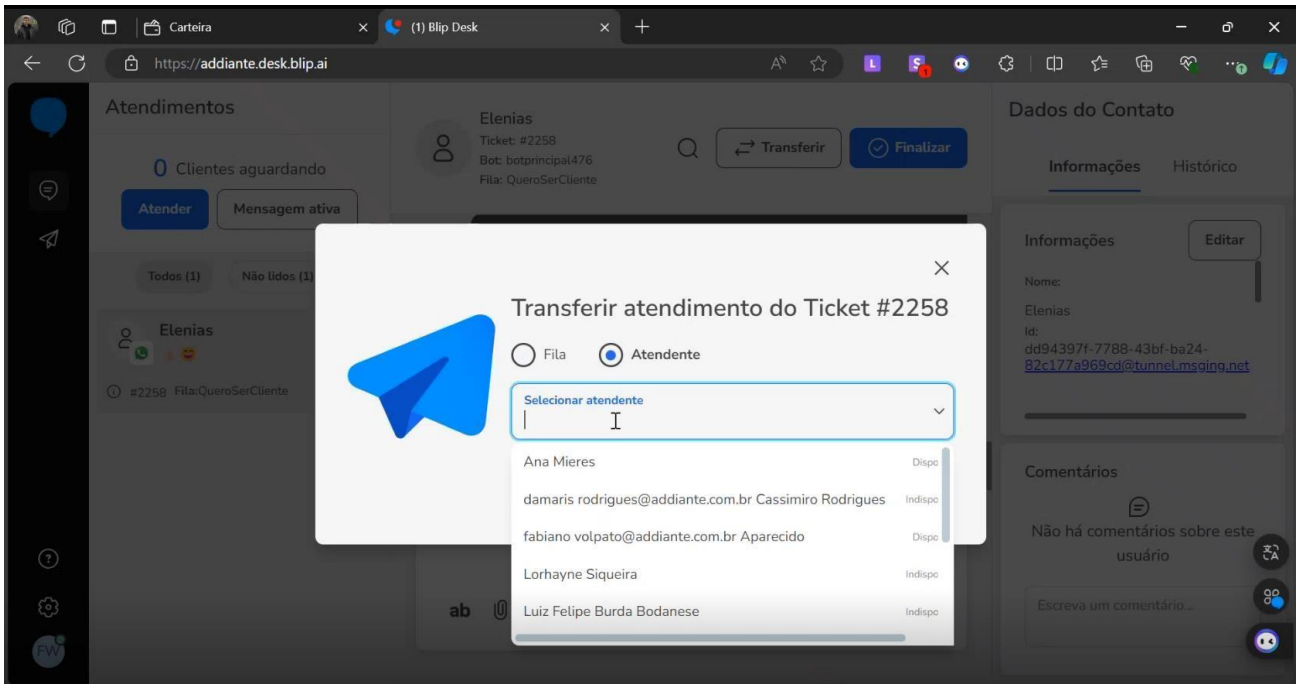
FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

b) Selecione a opção "Atendente".



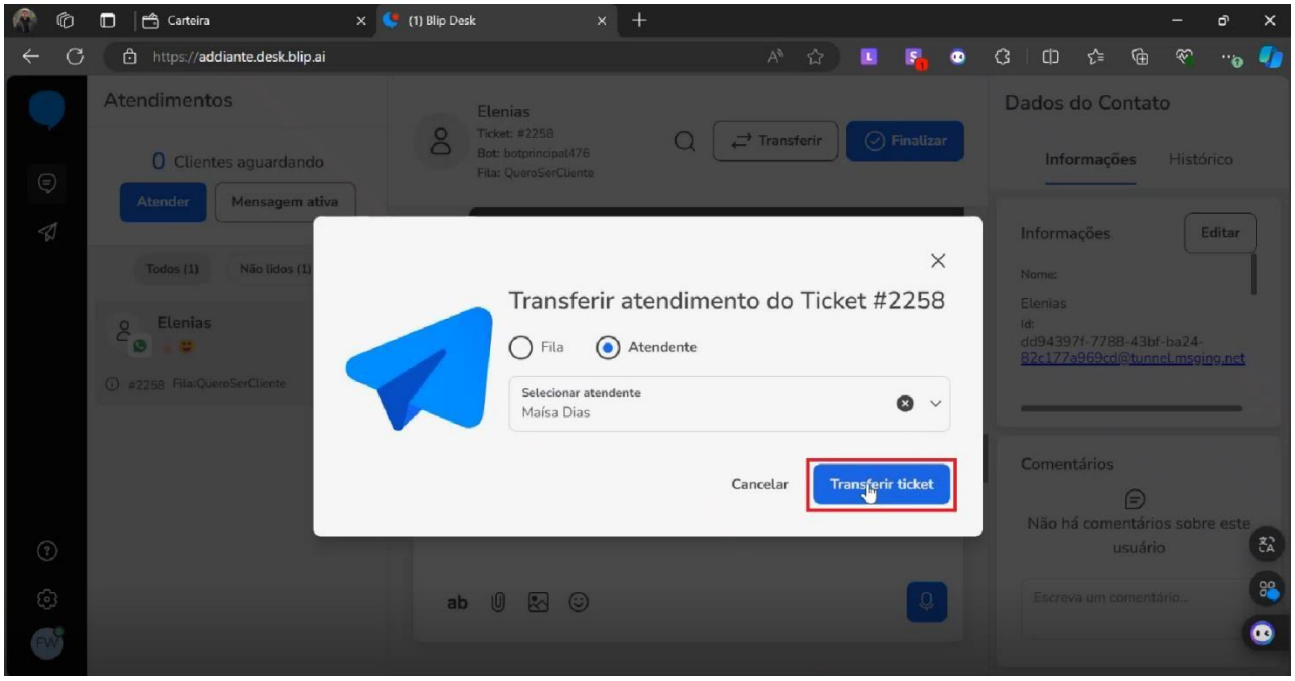
FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

c) Em atendente, selecione o nome do Addiantado para quem você deseja transferir o atendimento.



FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

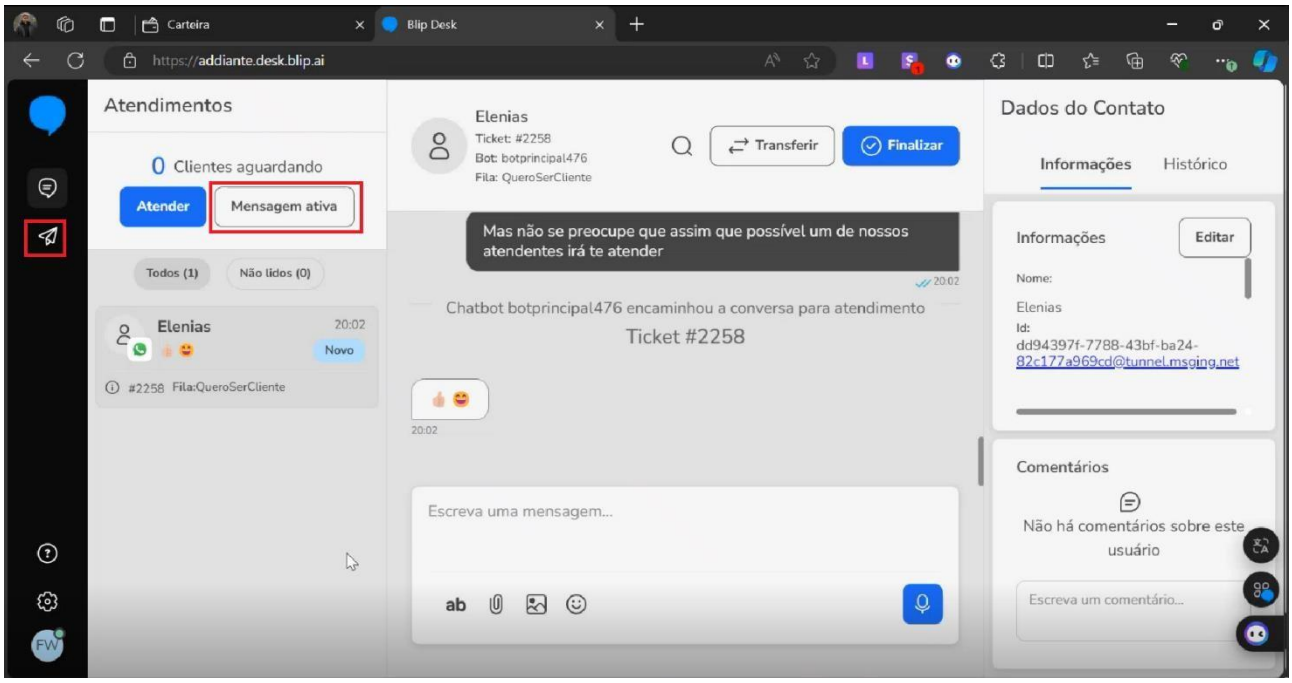
d) Para confirmar a transferência, clique em "Transferir *Ticket*" para finalizar este processo.



FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

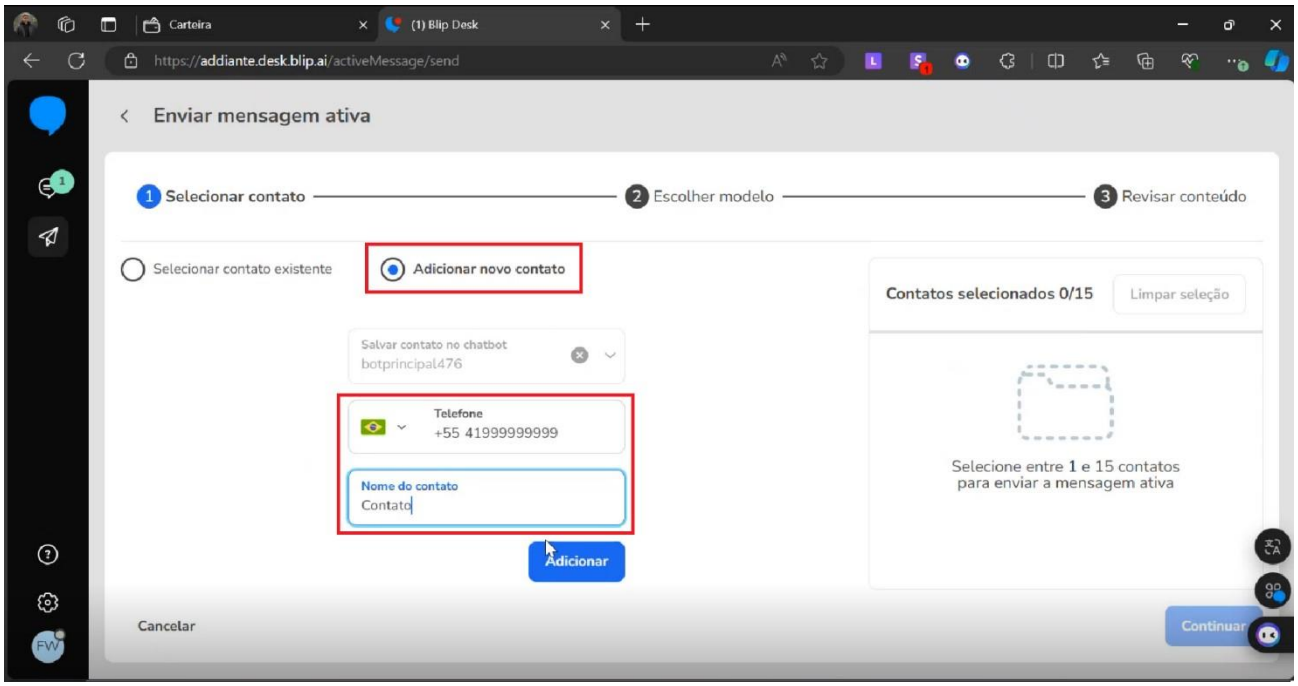
3.1 ENVIO DE MENSAGENS ATIVAS

a) Para enviar mensagens ativas para clientes que chegam através do MRR (para detalhes vá até a **página 41**), clique em “Mensagem ativa” ou no ícone de avião de papel.



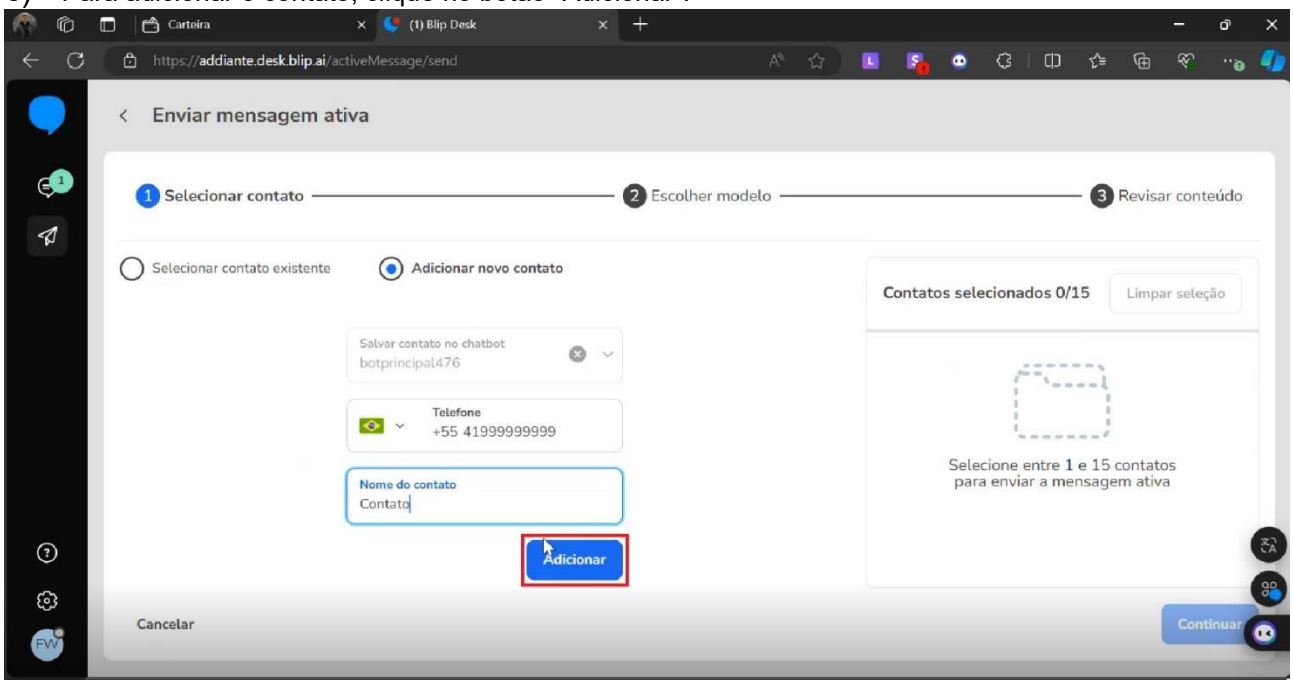
FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

b) Será necessário primeiramente adicionar o contato dentro do sistema. Clique em "Adicionar um Novo Contato", preencha os campos “Telefone” e “Nome do contato”, conforme os dados recebidos via *SalesForce*, conforme mostrado na **página 42**.



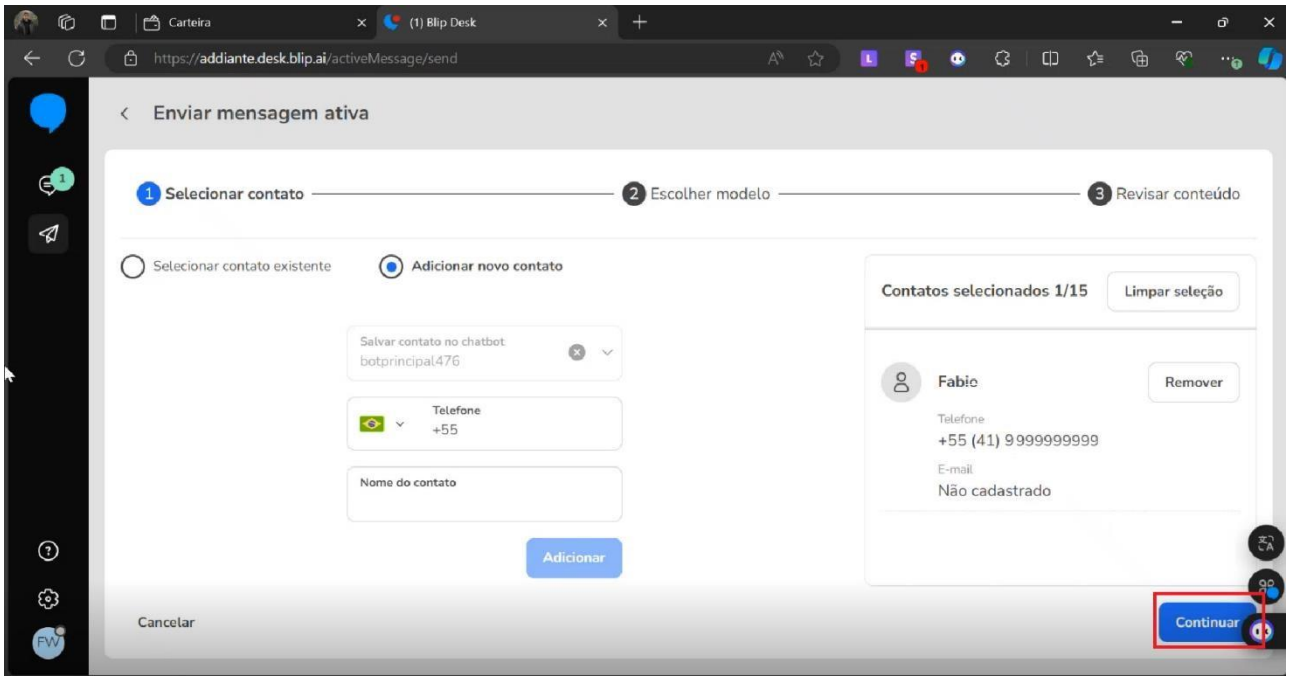
FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

c) Para adicionar o contato, clique no botão “Adicionar”.



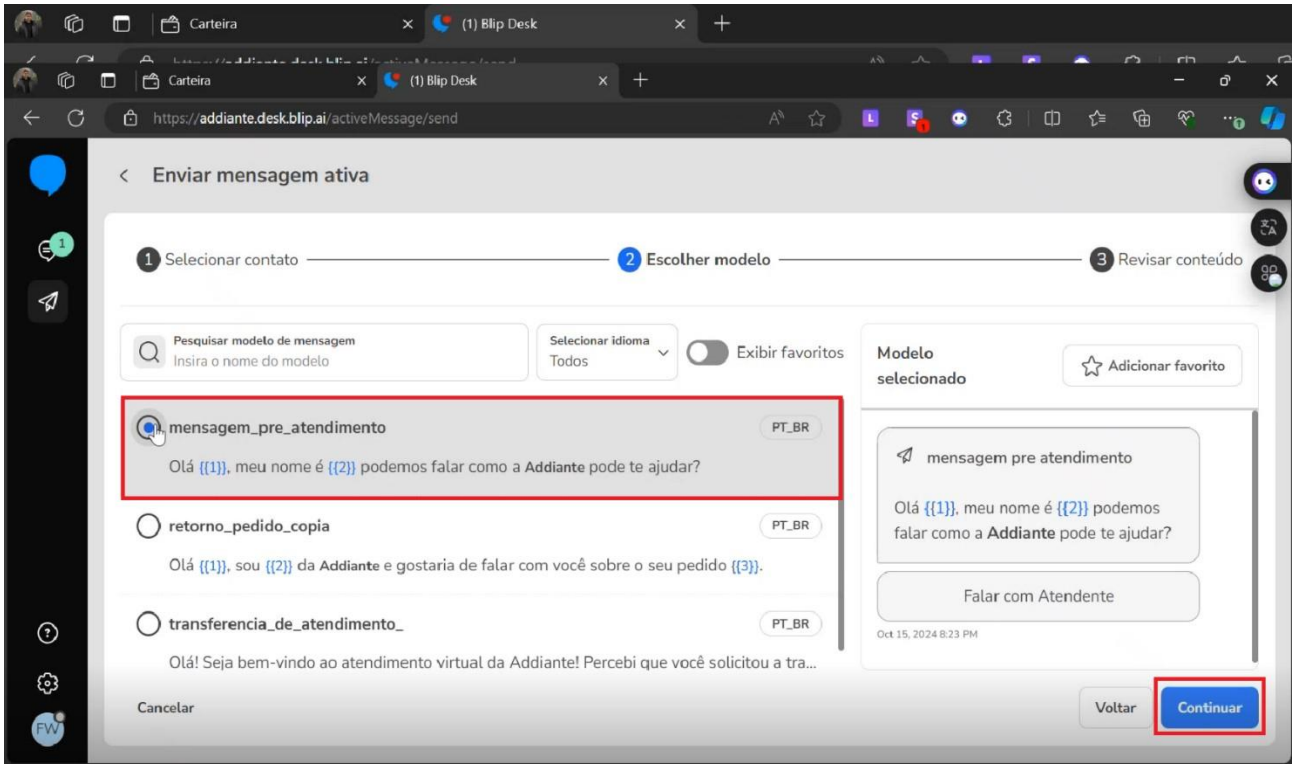
FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

d) O contato adicionado aparecerá em “Contatos Selecionados”. Clique em "Continuar" para ser direcionado a tela para enviá-lo uma mensagem.



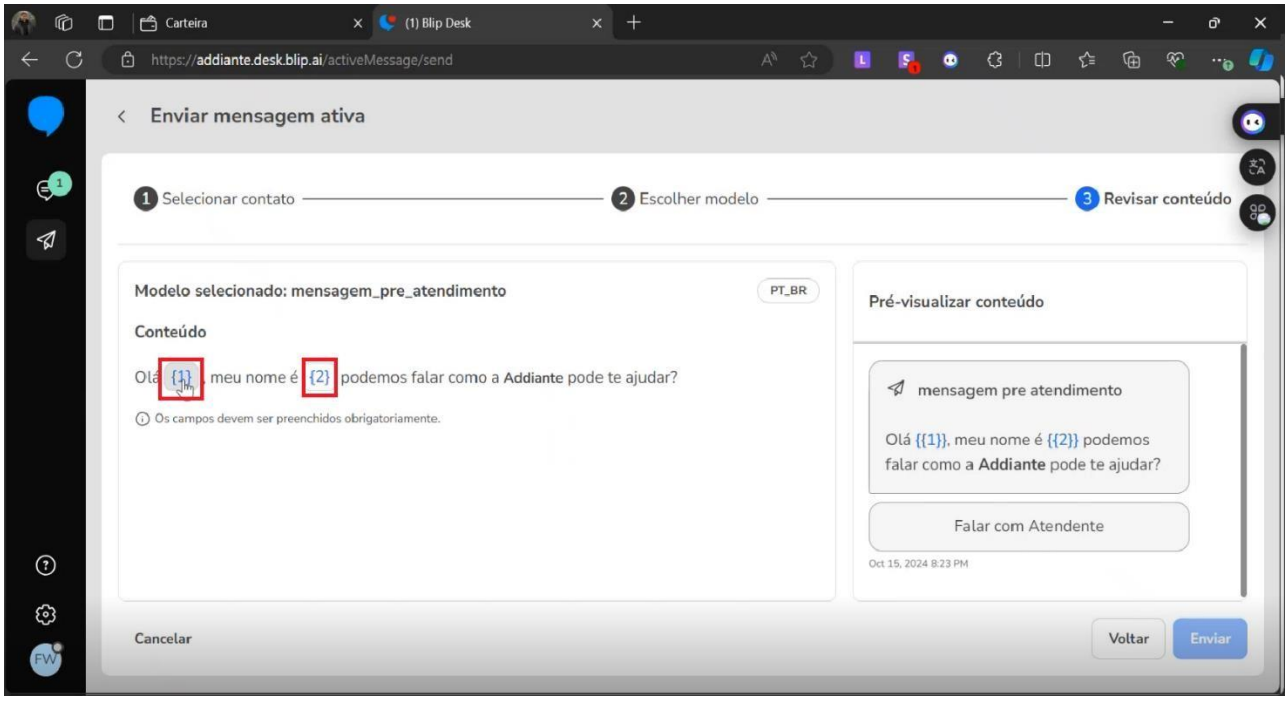
FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

e) Escolha uma mensagem modelo desejada na lista disponível, recomendamos que utilize a “mensagem_pre_atendimento”. Em seguida clique em “Continua” para revisar o conteúdo a ser enviado.



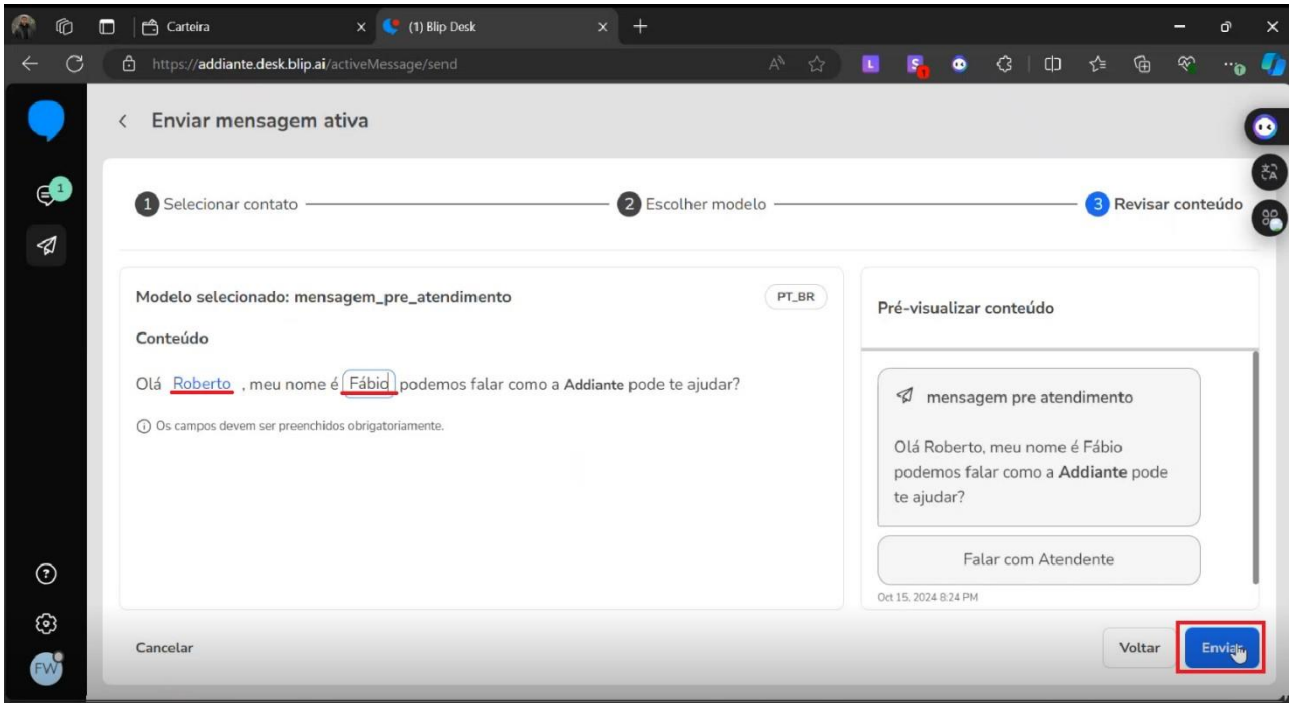
FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

f) Os números destacados ({1},{2},{3}...) indicam que estes campos podem ser personalizados.



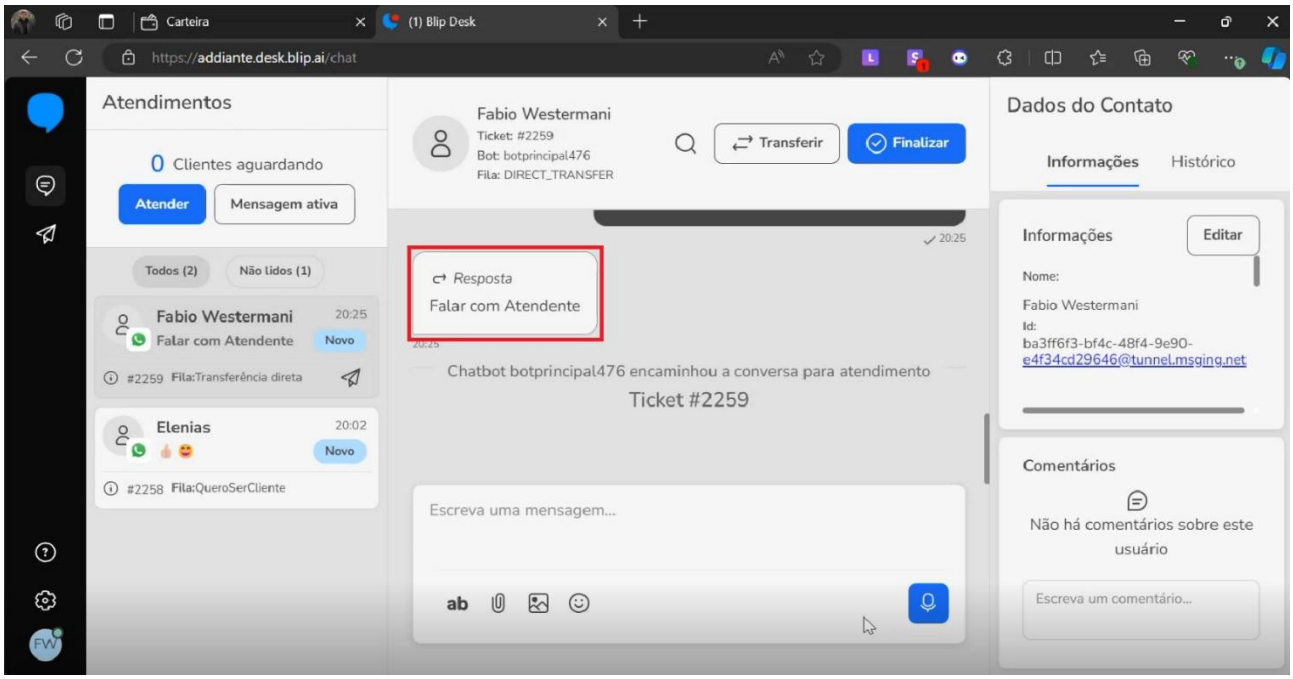
FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

g) No caso da mensagem pré-atendimento, no campo {1} você irá inserir o nome do cliente e no campo {2} o seu nome. Após preencher, revise o conteúdo e clique em "Enviar" e a mensagem será enviada ao cliente.



FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

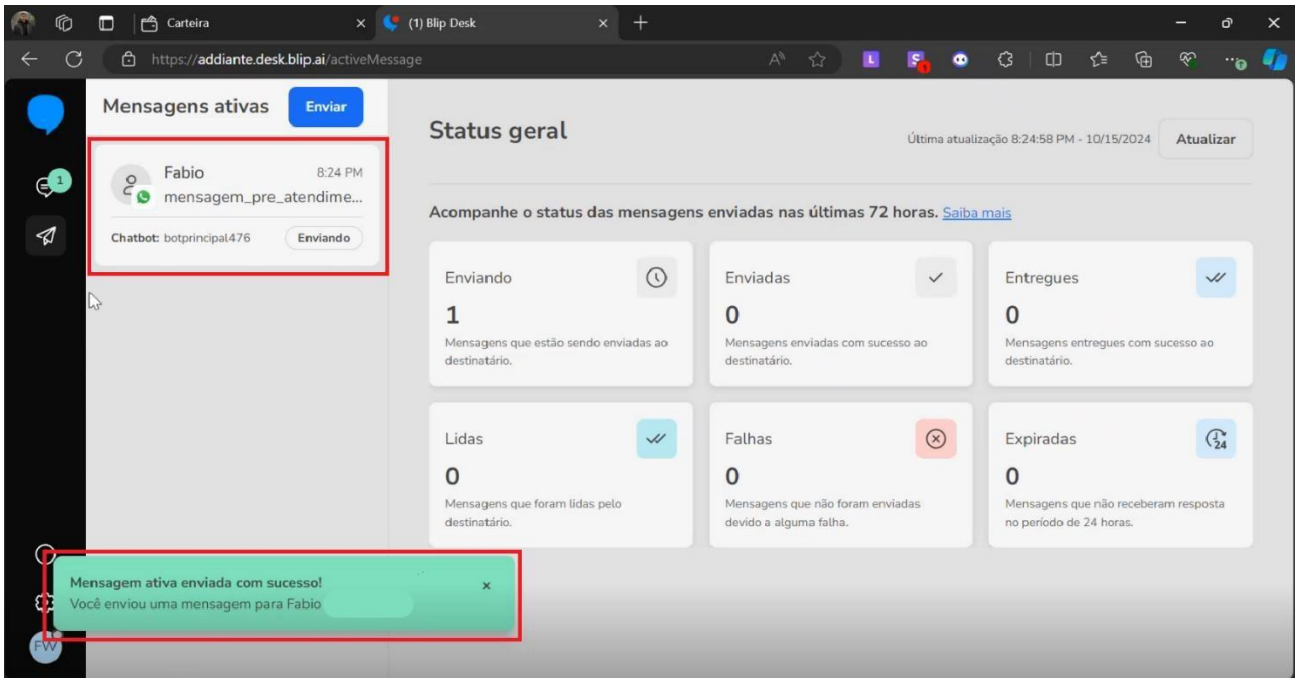
h) Após o envio, aparecerá um pop-up informando que a mensagem ativa foi enviada com sucesso. Quando o cliente clicar em "Falar com Atendente".



FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

A mensagem do cliente aparecerá automaticamente na caixa de entrada em “Atendimentos” e terá visualização conforme exemplo acima.

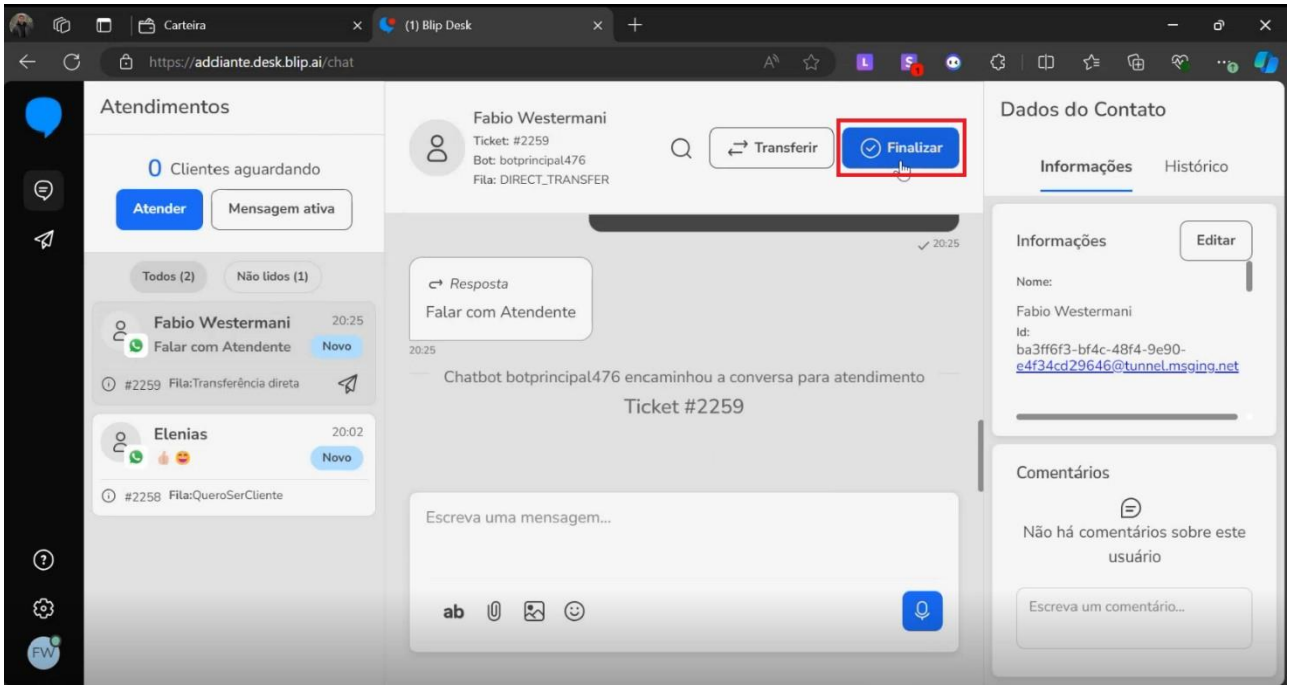
Ainda na seção "Mensagens Ativas", você pode revisar o histórico de todas as mensagens enviadas.



FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

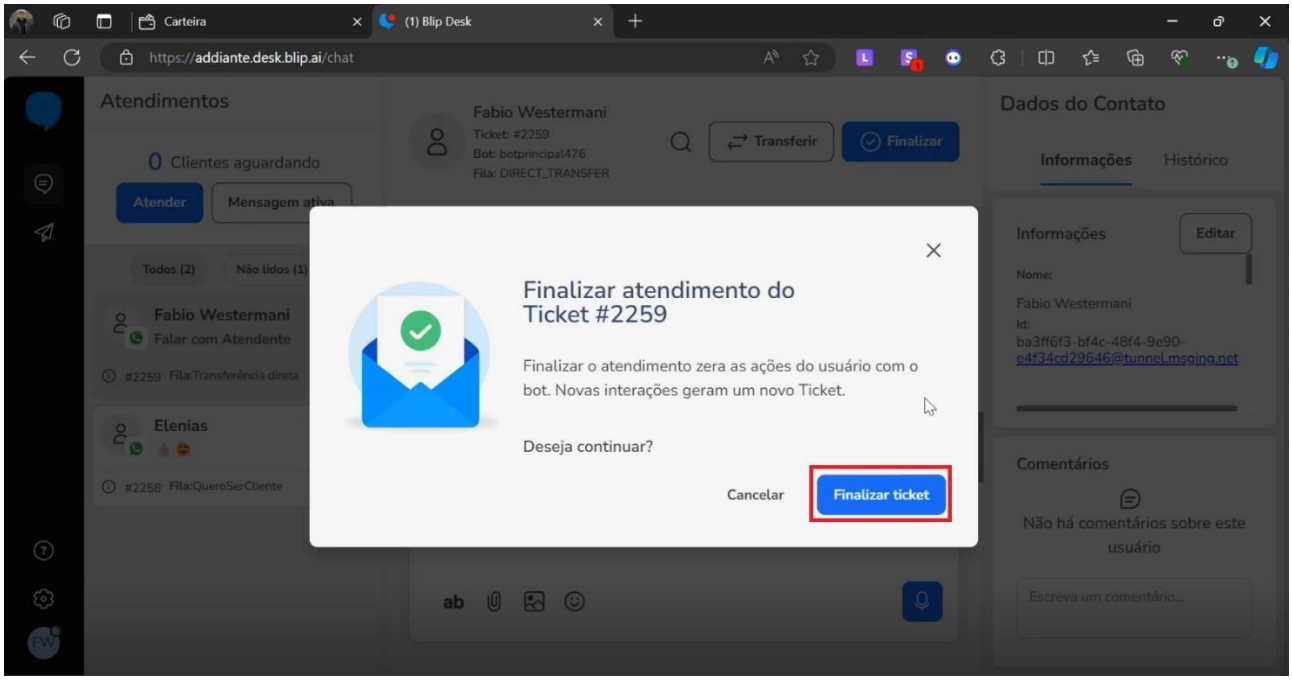
4.1 FINALIZANDO ATENDIMENTO

a) Após finalizar todo o processo de qualificação e ter redirecionado todas as informações ao executivo comercial, conforme sugestão de *briefing* mostrado na **página 63**, finalize o atendimento clicando em “Finalizar".



FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

b) Em seguida em “Finalizar *ticket*” para retirar o atendimento da caixa de entrada.



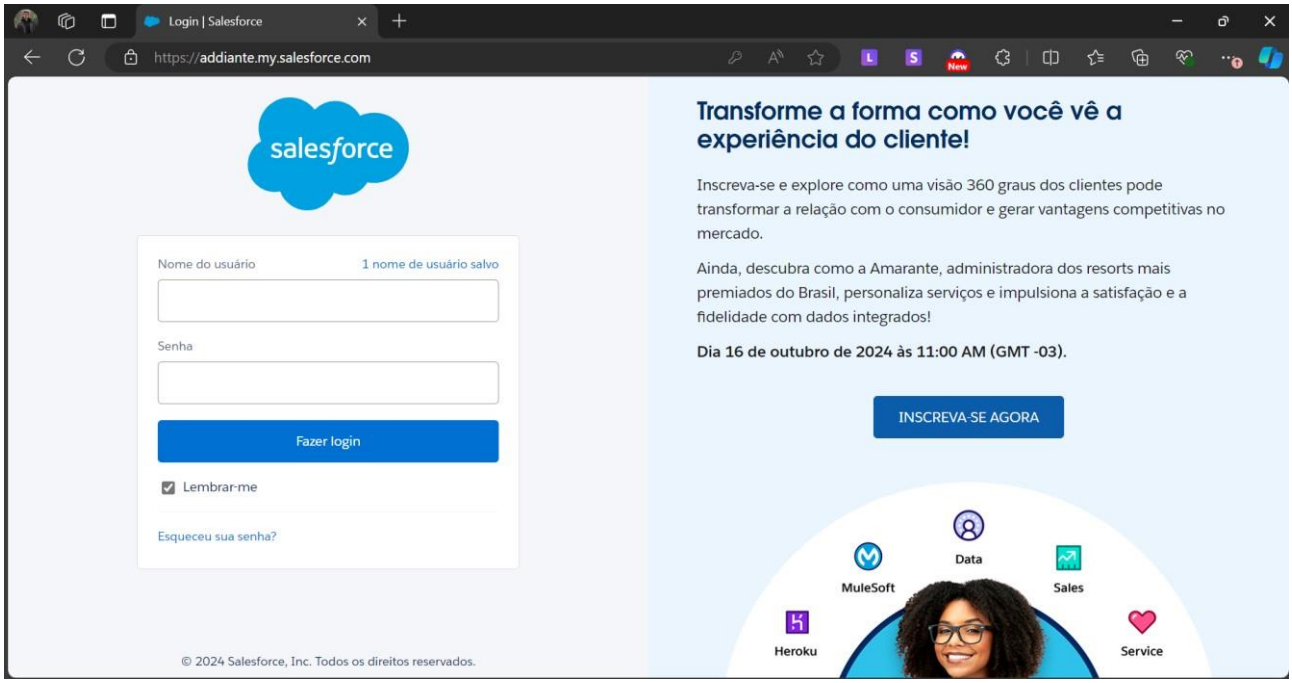
FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

Addiante	**MANUAL DE INTRUÇÕES DE TRABALHO** PROCESSOS SDR INBOUND	**Código:**
		Estabelecido em: novembro/2024
		Revisado em: novembro/2024
		Nº da revisão:
Tarefa: acessar plataforma		
Executante: *SDR (Sales Delovepment Representative) Inbound*		
Objetivo da tarefa: logar na plataforma		
Materiais necessários: N/A		
Sistemas de gestão: *SalesForce*		

6.1 DESCRIÇÃO DO PROCESSO

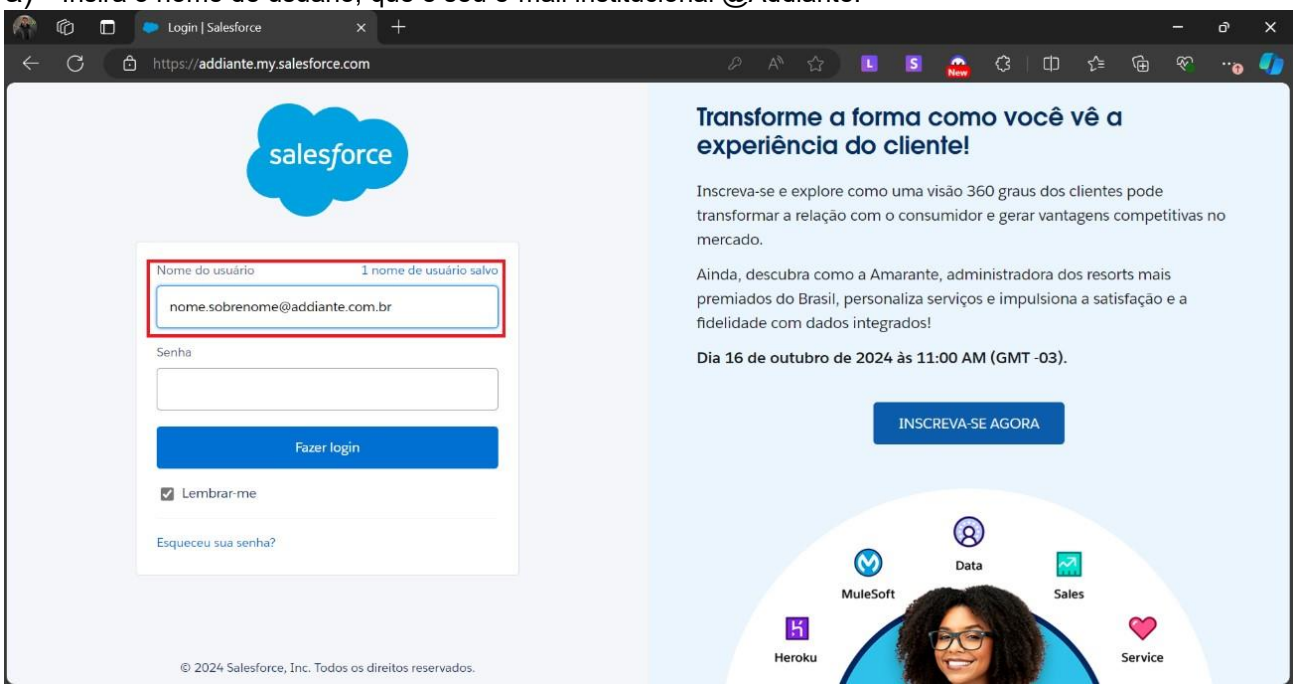
1 LOGIN

Para logar na plataforma, acesse o link https://addiante.my.salesforce.com/, para obter a visualização abaixo.



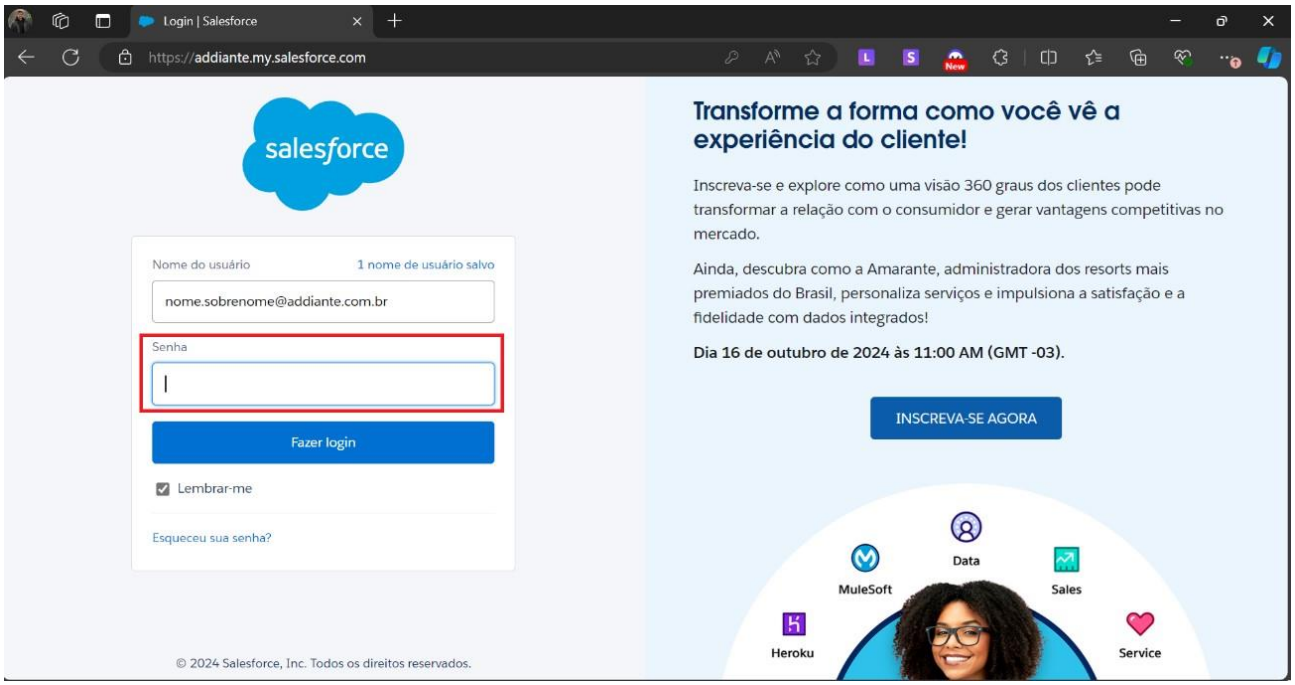
FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

a) Insira o nome de usuário, que é seu e-mail institucional @Addiante.



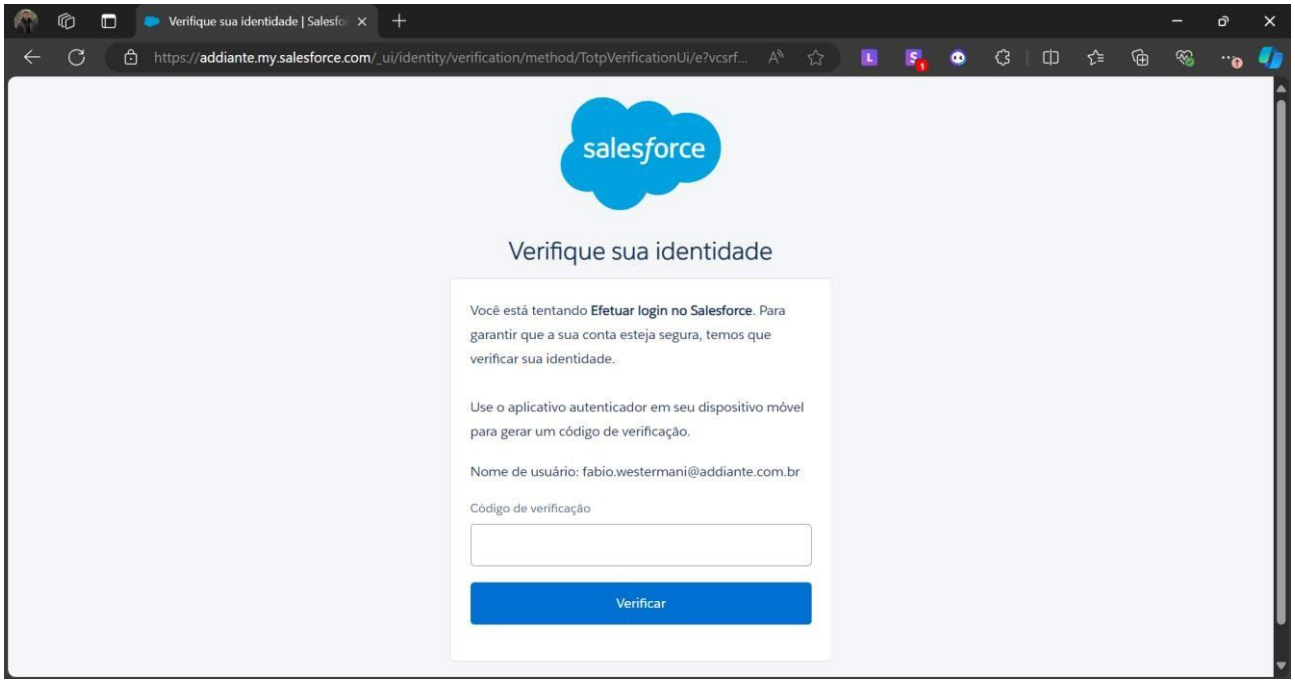
FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

b) Em seguida, no campo senha, insira a senha padrão encaminhada por seu gestor direto em caso de primeiro acesso e a senha escolhida por você caso já tenha acessado o sistema.



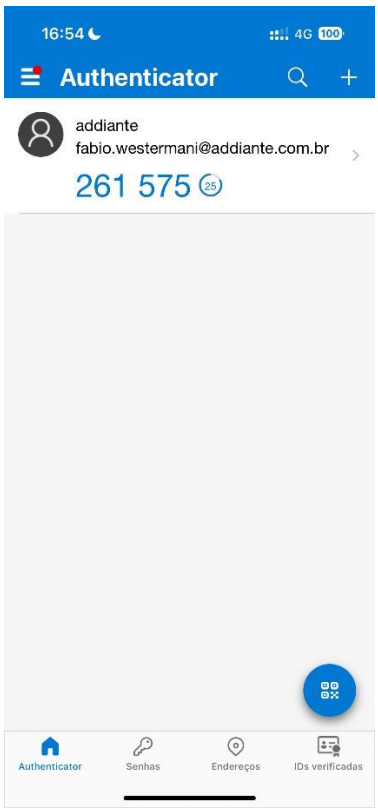
FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

c) Após clicar no botão “Fazer *login*”, você será redirecionado para verificação de identidade, conforme exemplo abaixo.

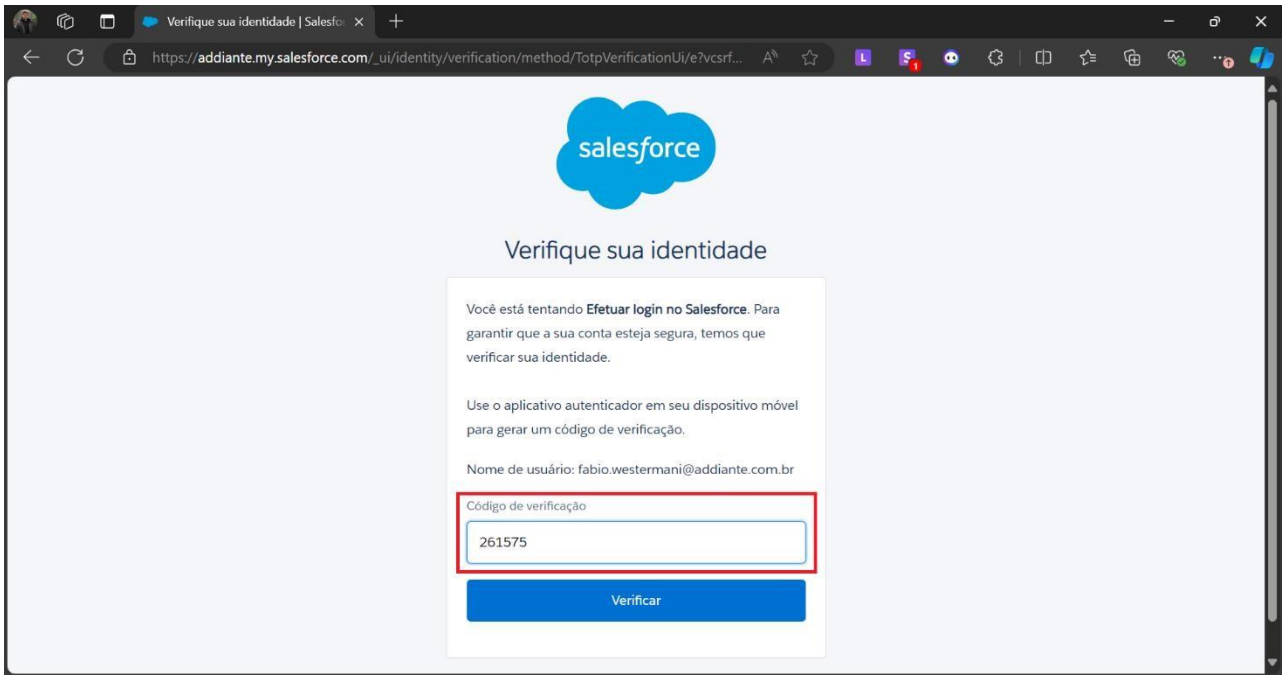


FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

d) No campo “Código de verificação”, insira o código mostrado no aplicativo *Authenticator* da conta corporativa *Microsoft*.

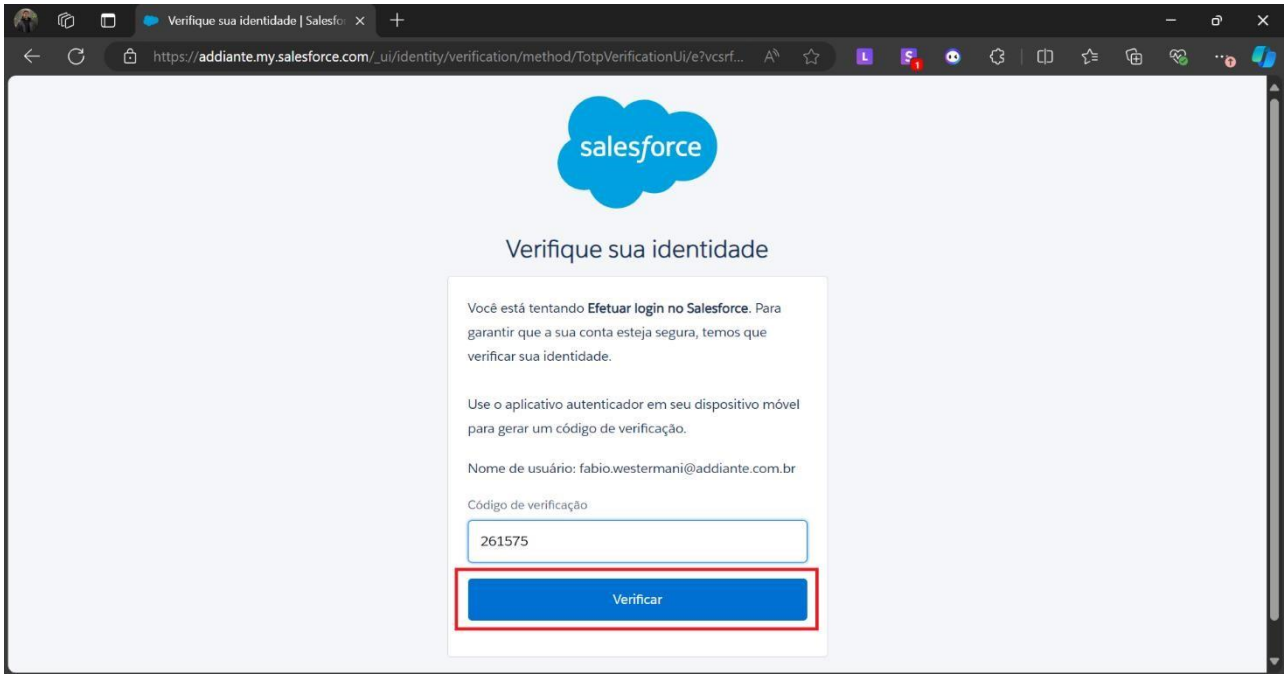


FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.



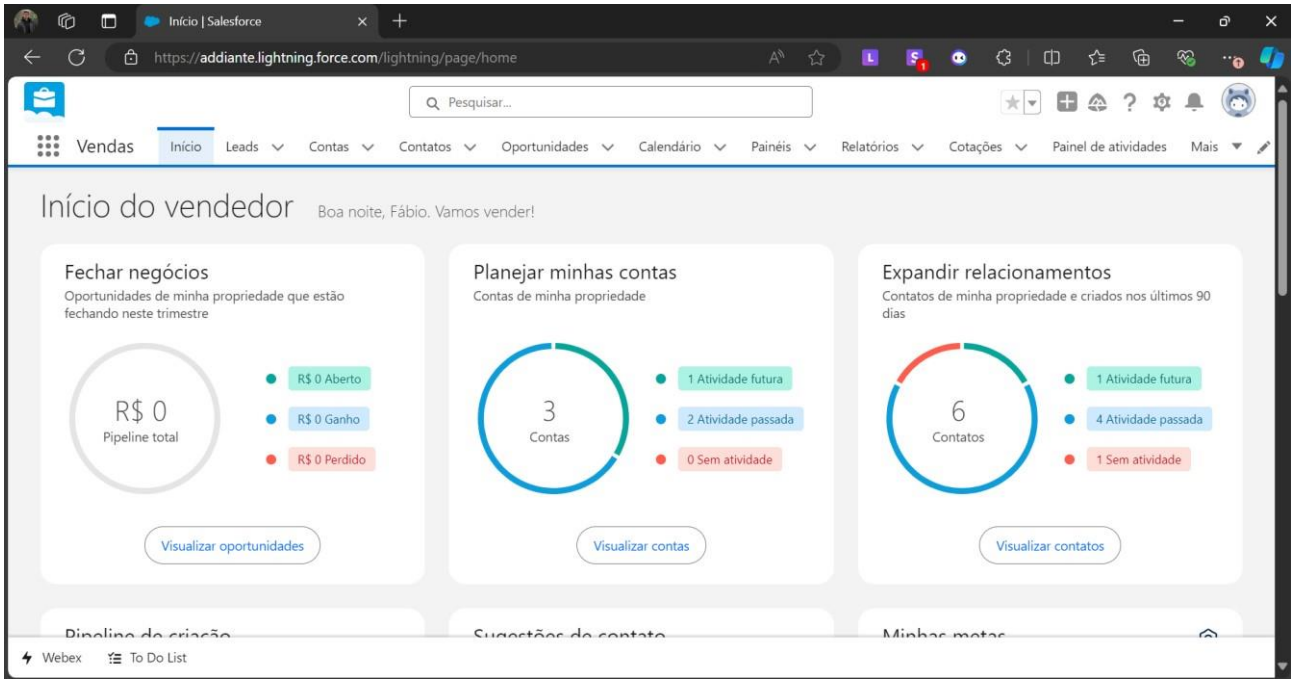
FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

e) Em seguida, clique em verificar.



FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

Após logar na plataforma, você deverá visualizar o layout abaixo.



FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

Observação: o acesso ao aplicativo *Authenticator* será realizado com auxílio da equipe de tecnologia da informação (T.I) ou de seu gestor direto. No seu primeiro acesso, o próprio sistema lhe redirecionará para a página de alteração de senha. A nova senha será de sua escolha. Caso haja dificuldades no processo, consulte seu gestor direto ou algum membro da equipe para orientações sobre como proceder.

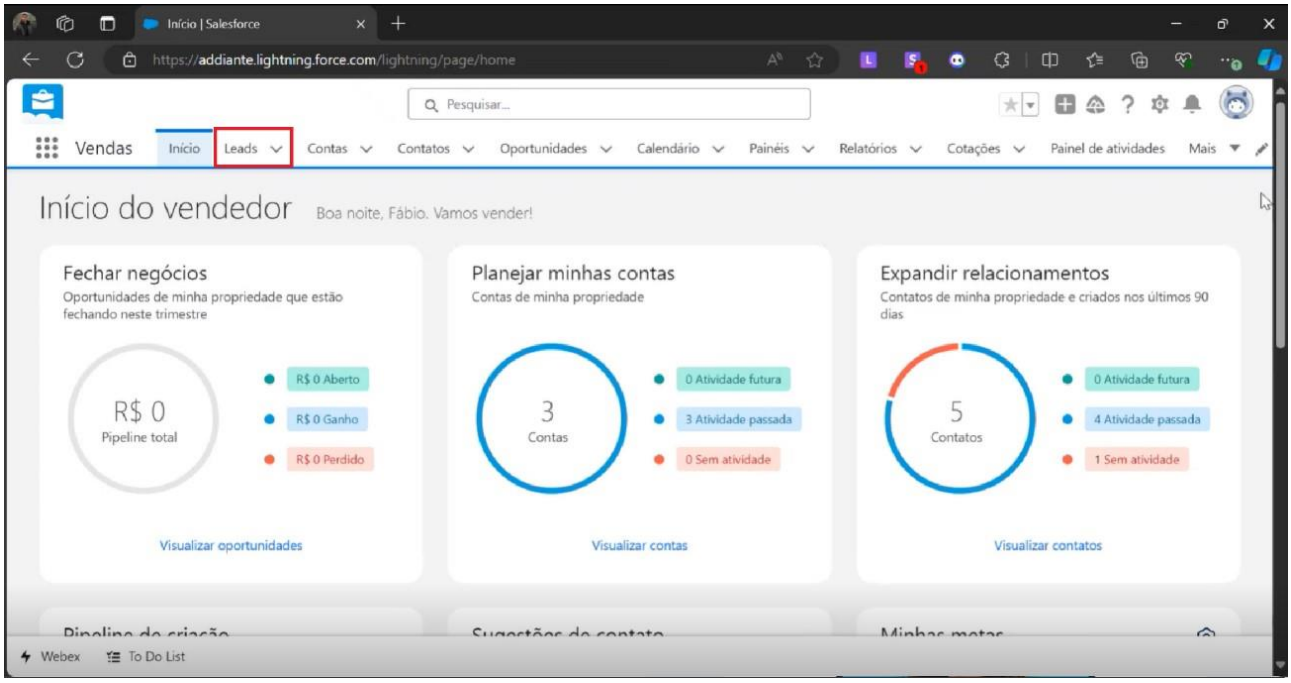
Addiante	**MANUAL DE INTRUÇÕES DE TRABALHO** PROCESSOS SDR INBOUND E OUTBOUND	**Código:**
		Estabelecido em: novembro/2024
		Revisado em: novembro/2024
		Nº da revisão:
Tarefa: acessar aba *"Leads"*		
Executante: *SDR (Sales Delovepment Representative) Inbound*		
Objetivo da tarefa: identificar informações de clientes que entraram em contato através do site ou redes sociais da Addiante		
Materiais necessários: N/A		
Sistemas de gestão: *SalesForce*		

7.1 DESCRIÇÃO DO PROCESSO

1 ACESSANDO LEADS

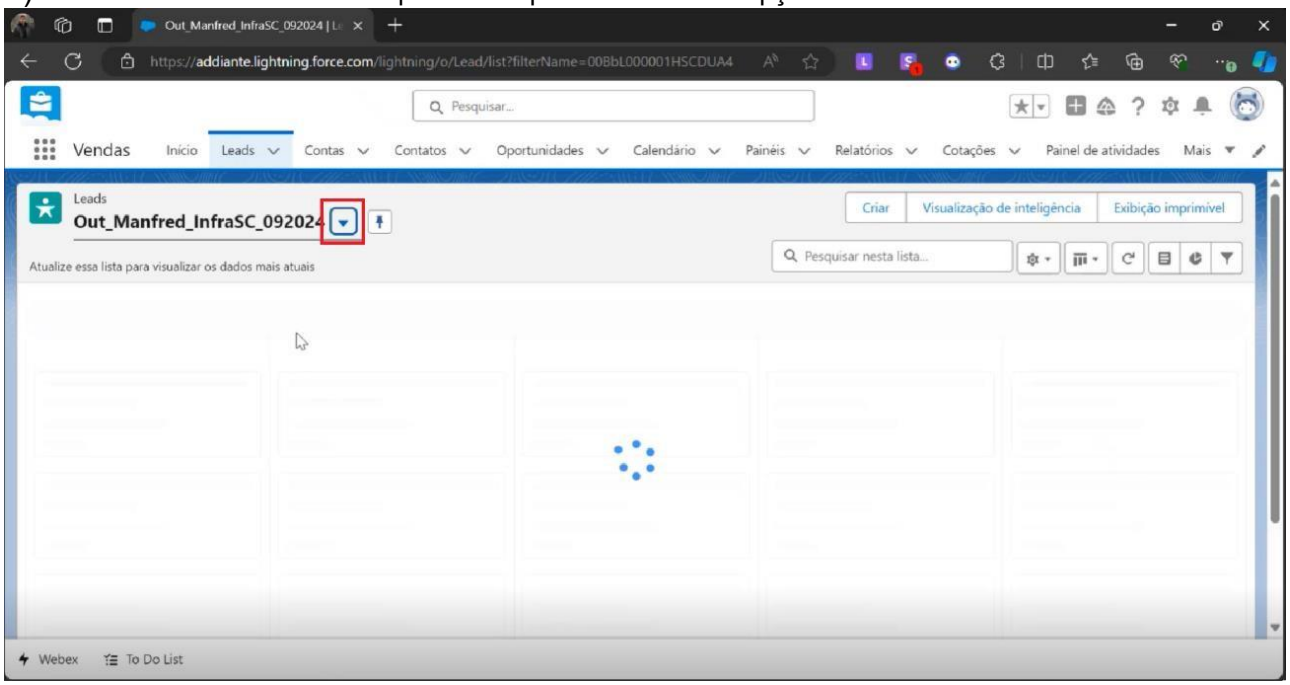
Os *leads Inbound*, chegam automaticamente através da integração direta com o site oficial da Addiante. Todos os *leads* recebidos, são resultados das campanhas de Marketing.

a) Para acessar a lista, clique em "*Leads*" na aba superior.



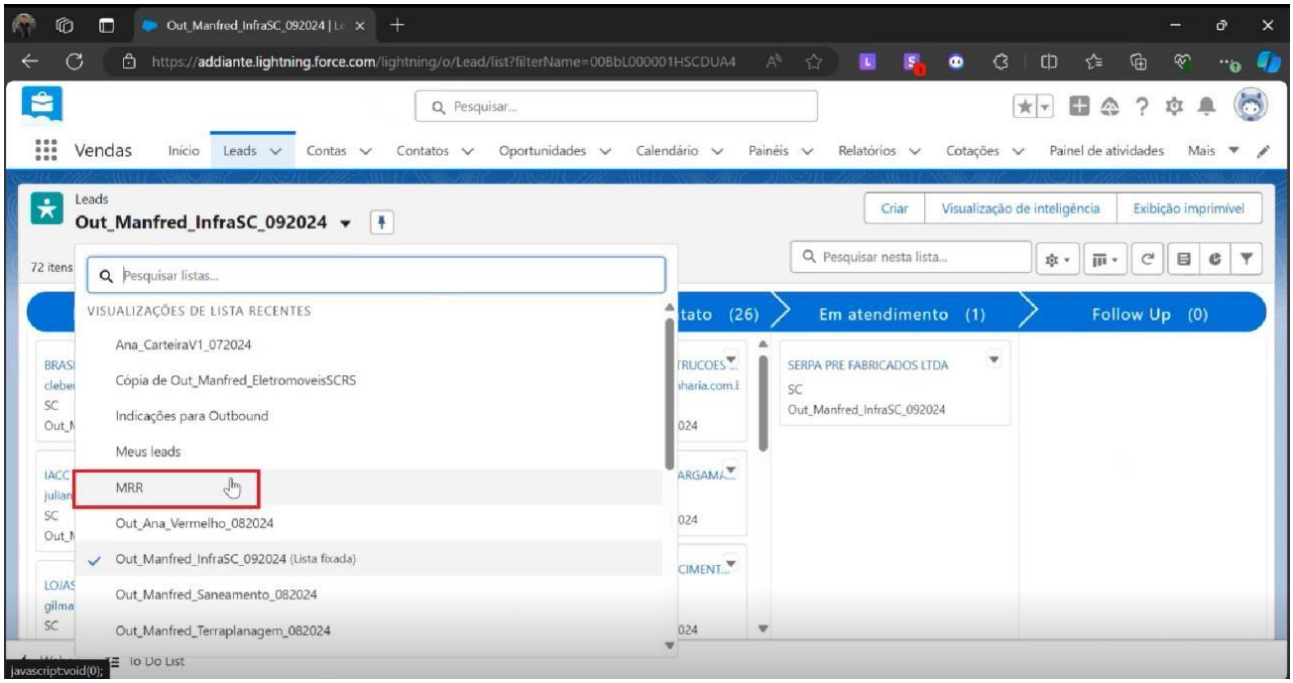
FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

b) Selecione a o ícone de seta para baixo para visualizar as opções.



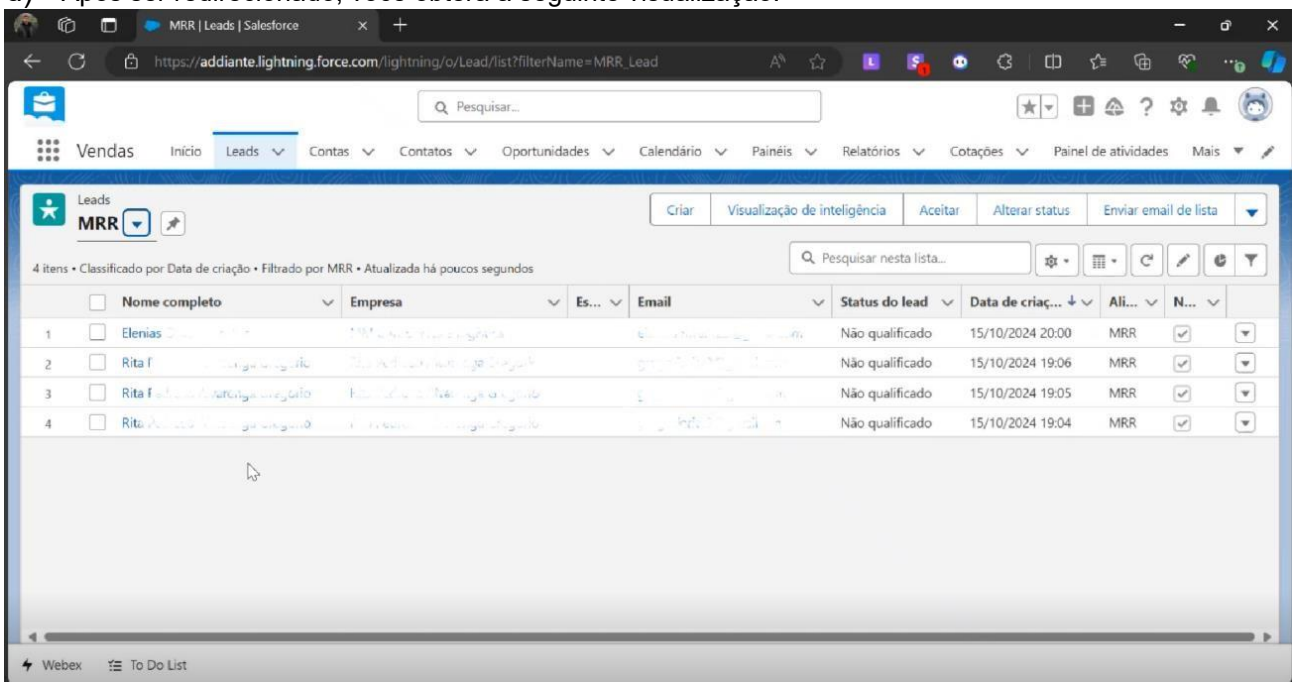
FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

c) Em seguida, clique sobre “MRR”.



FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

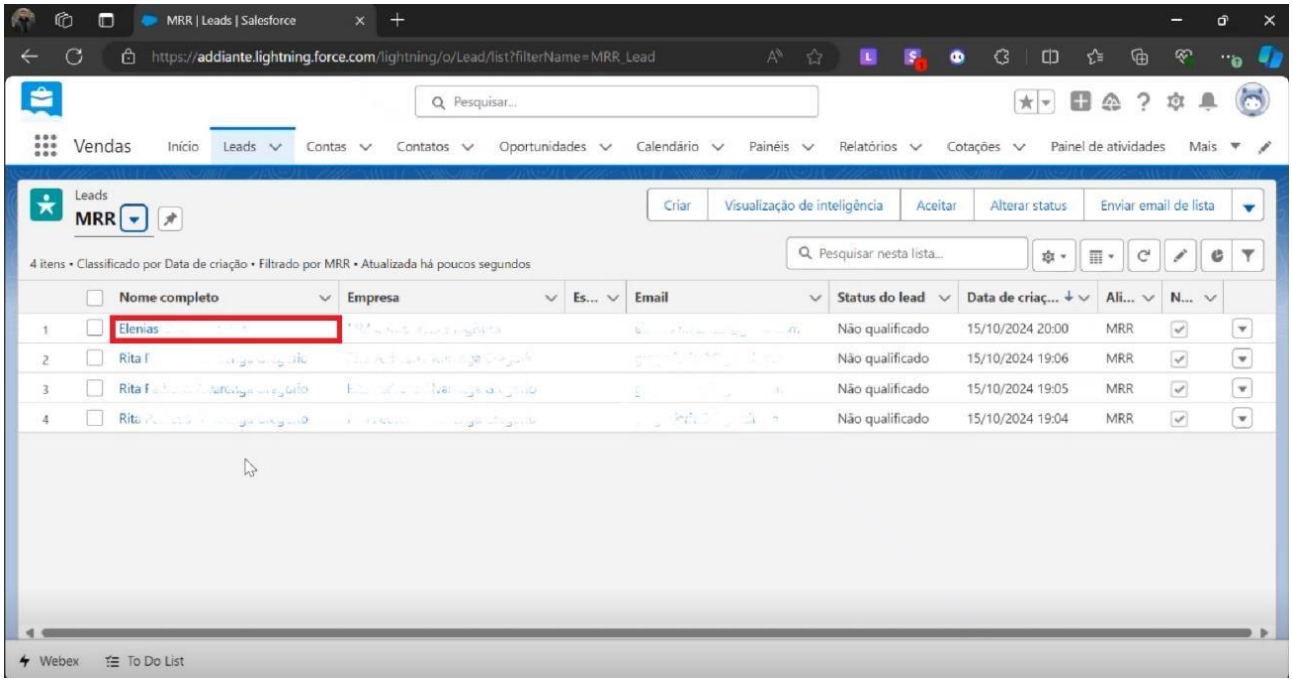
d) Após ser redirecionado, você obterá a seguinte visualização.



FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

Aqui estão os *leads* que foram gerados e que estão aguardando atendimento.

Selecione o nome do *lead* para abrir as informações detalhadas.

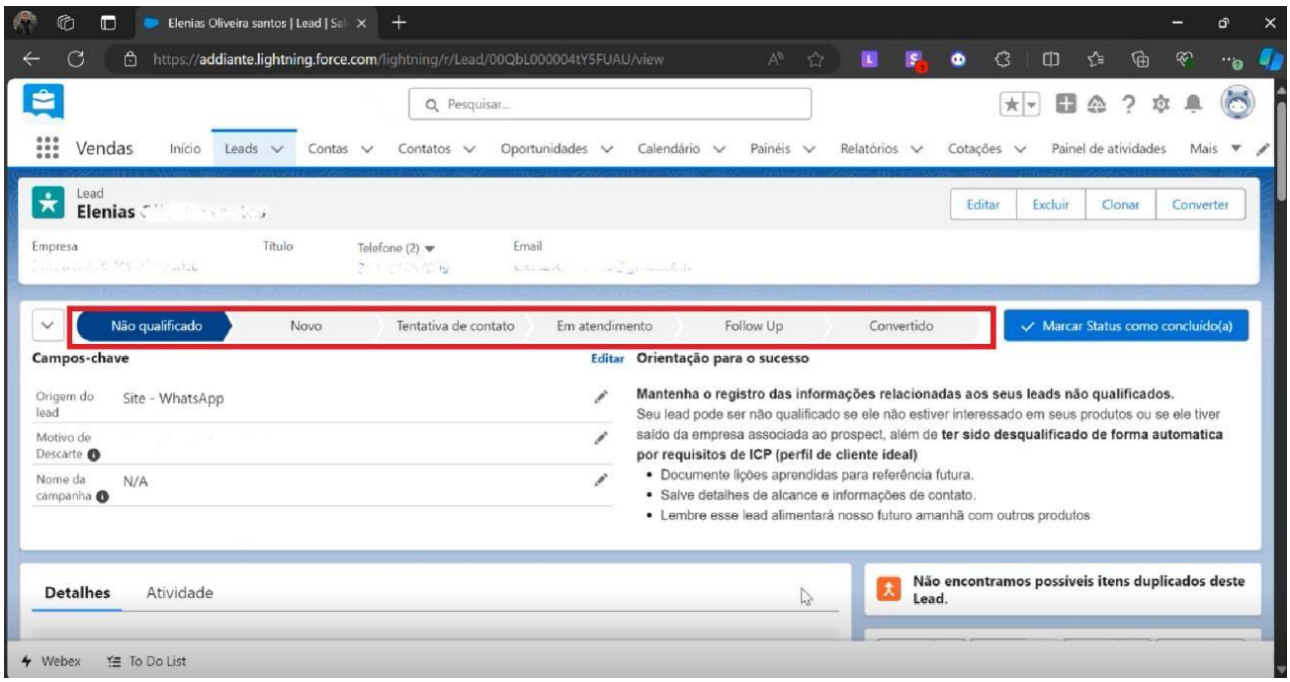


FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

Entre as informações disponíveis incluem o nome da pessoa que solicitou contato, telefone, e-mail, nome da empresa, origem do *lead* e CNPJ. Estas informações são imprescindíveis para que você possa realizar o atendimento.

2 ETAPAS DE ATENDIMENTO

As etapas de atendimento ficam disponíveis logo abaixo das informações destacadas sobre o cliente.



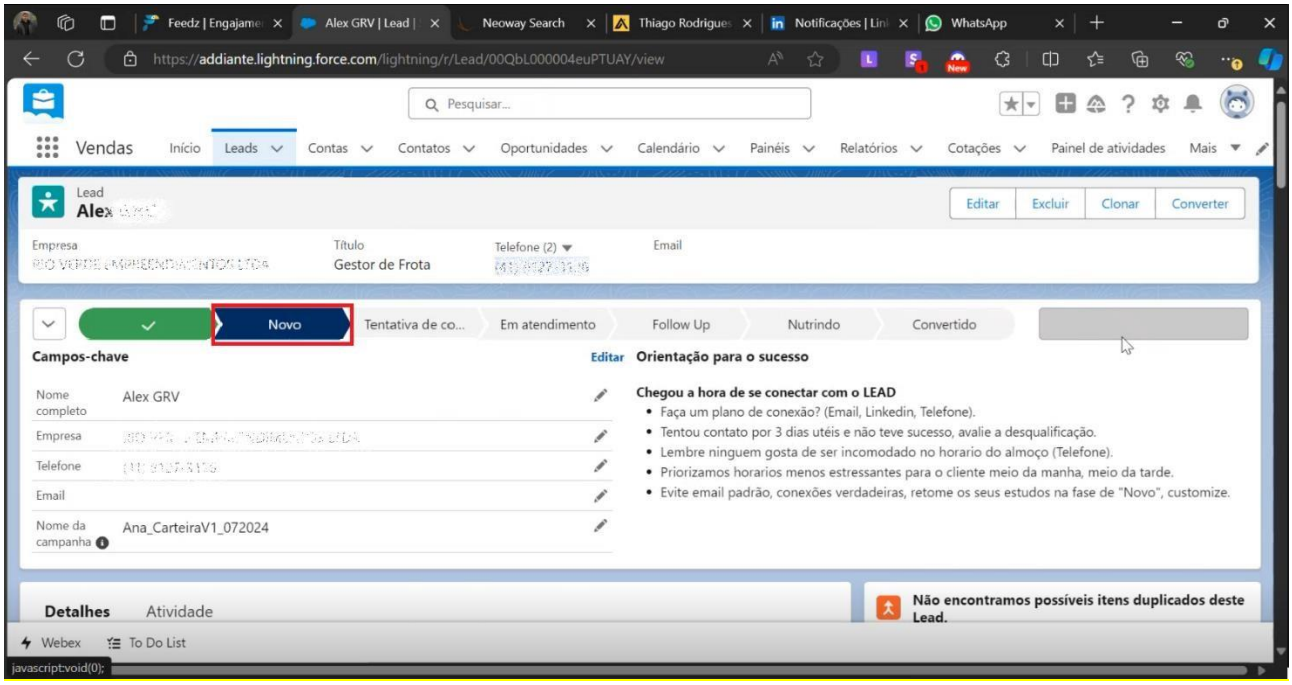
FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

As etapas de atendimento são:

- ✓ **Não qualificado:** empresa não está dentro dos padrões exigidos ou não procura locação conforme as especificações da Política de Locação criada pelo time Financeiro e por este motivo deve estar nesta etapa;
- ✓ **Novo:** *lead* apto para ser trabalho e qualificado;
- ✓ **Tentativa de contato:** nesta etapa devem constar cliente que você entrou em contato de alguma forma, porém, ainda não houve retorno;
- ✓ **Em atendimento:** clientes com quem você está conversando;
- ✓ ***Follow Up*:** clientes que já estão qualificados, porém, você aguarda a confirmação de agenda;
- ✓ **Convertido:** cliente qualificado e direcionado para o executivo comercial.

2.1 LEAD PRÉ-QUALIFICADO

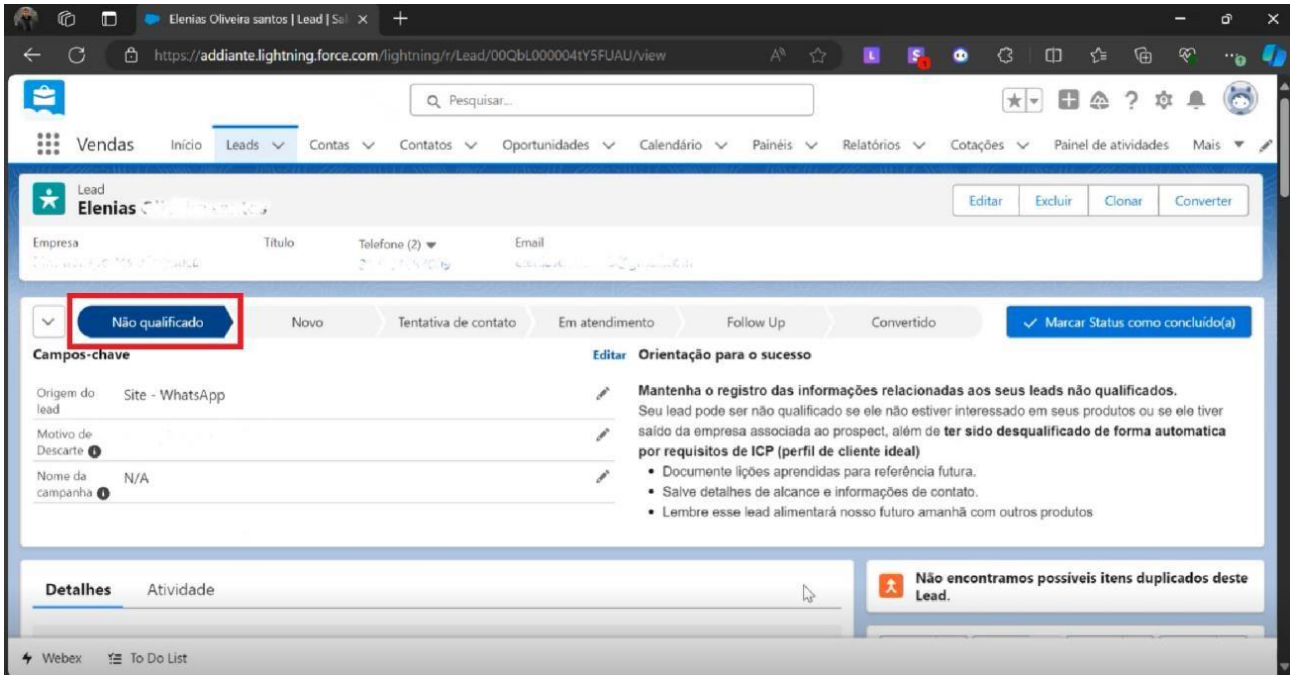
Um *lead* pré-qualificado, consta automaticamente na etapa “Novo”, conforme exemplo abaixo.



FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

3.1 LEAD NÃO QUALIFICADO

Um *lead* não qualificado, consta automaticamente na etapa “Não qualificado”, conforme exemplo abaixo. Sendo o próprio sistema a fazer esse filtro se a empresa está dentro ou não da nossa política.

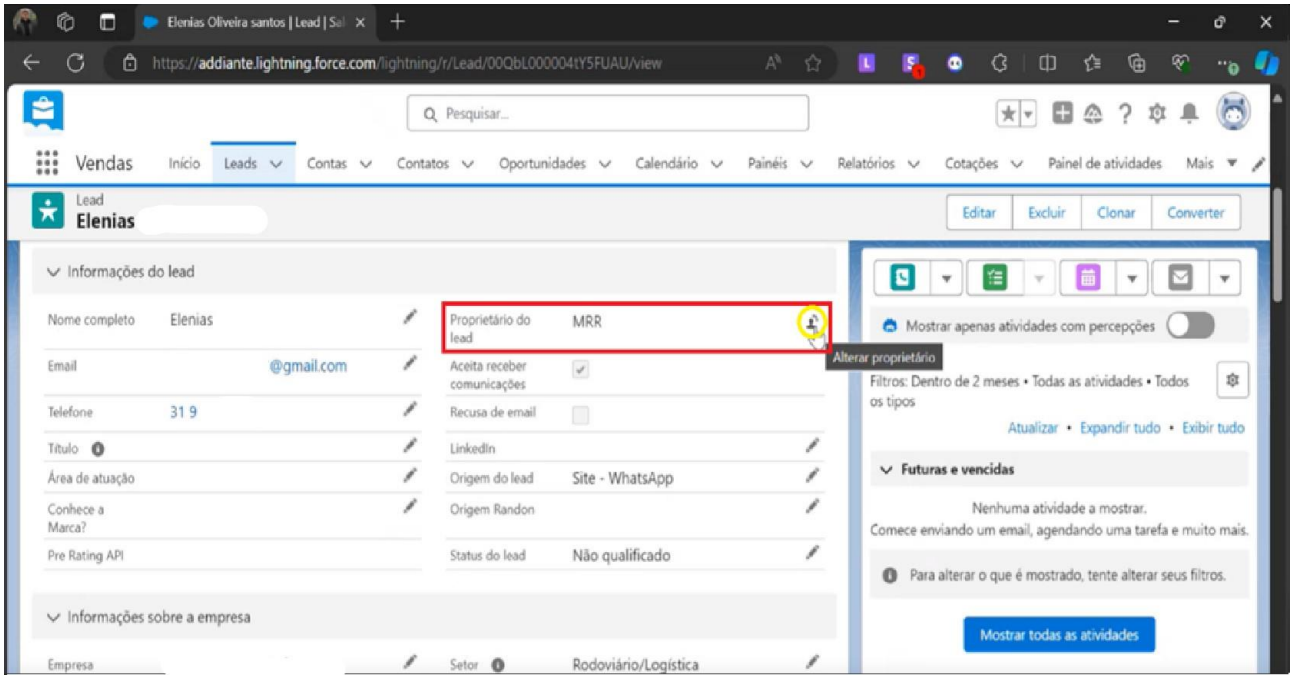


FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

3 TRANSFERIR PROPRIEDADE

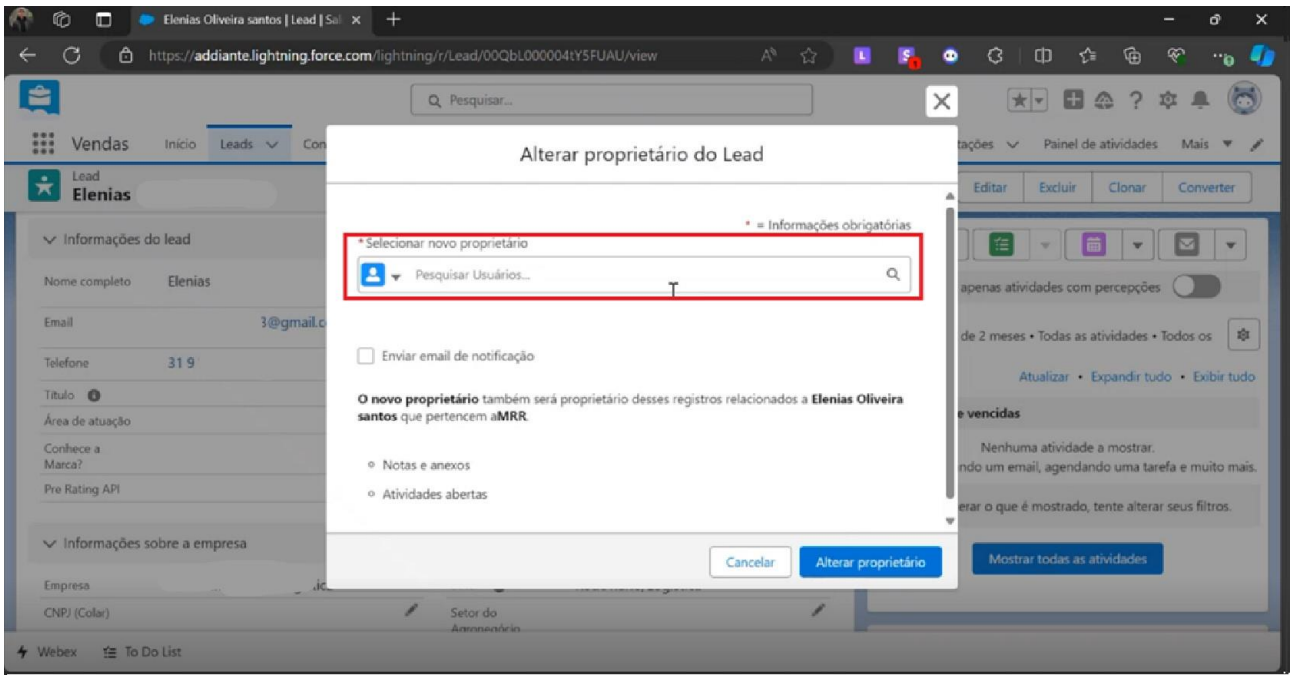
Quando um *lead* chega através do MRR, é necessário transferir a propriedade para sua conta.

a) No campo “Propriedade do *Lead*” clique no ícone a direita "Alterar Proprietário" para transferir o *lead* a si mesmo ou a outro atendente.



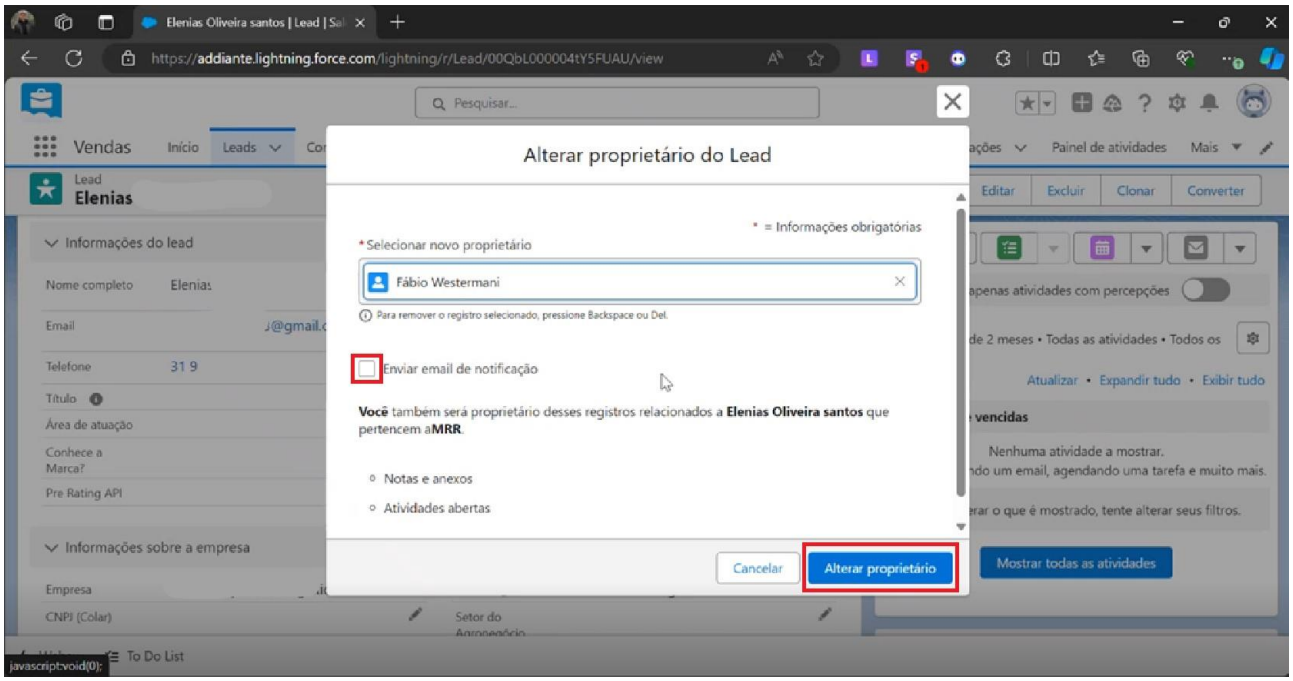
FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

b) Após clicar em “Alterar proprietário”, na caixa “Pesquisar Usuários” digite o nome do Addiantado para o qual você deseja transferir o *lead*.



FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

c) Após selecionar o Addiantado para o qual deseja transferir o *lead*, flegue a opção “Enviar e-mail de notificação” para que o usuário receba um aviso de que recebeu um novo *lead* e clique em “Alterar Proprietário”.



FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

Addiante	**MANUAL DE INTRUÇÕES DE TRABALHO** PROCESSOS SDR INBOUND E OUTBOUND	**Código:**
		Estabelecido em: novembro/2024
		Revisado em: novembro/2024
		Nº da revisão:
Tarefa: registrar uma chamada e agendar tarefas		
Executante: *SDR (Sales Delovepment Representative) Outbound e Inbound*		
Objetivo da tarefa: tabulação as atividades executadas em sistema e solicitação de atividade de outras áreas		
Materiais necessários: N/A		
Sistemas de gestão: *SalesForce*		

8.1 DESCRIÇÃO DO PROCESSO

1 REGISTRAR UMA CHAMADA

Esta opção, serve para tabular informações gerais que são geradas e coletadas durante um atendimento, sendo elas:

1.1 CHAMADA SDR

✓ **Ligação**: utilizado para detalhar informações sobre uma chamada;

✓ **Enviar apresentação:** utilizada para registrar o envio de uma apresentação;

✓ **Cobrança de retorno (não atendido):** utilizado para registrar a cobrança de retorno por parte de um executivo a um cliente;

✓ **Enviar LinkedIn:** registrar o envio de mensagem a um *lead*;

✓ **Enviar *WhatsApp*:** registrar o envio de mensagem a um *lead*;

✓ ***Follow Up*:** retornar em um *lead* para mais uma tentativa de contato;

✓ ***Follow Down*:** retornar em um *lead* para a última tentativa de contato;

✓ **Oportunidade Futura:** quando identificado que futuramente poderá haver negociação;

✓ **Propor Agenda:** quando é proposta uma agenda;

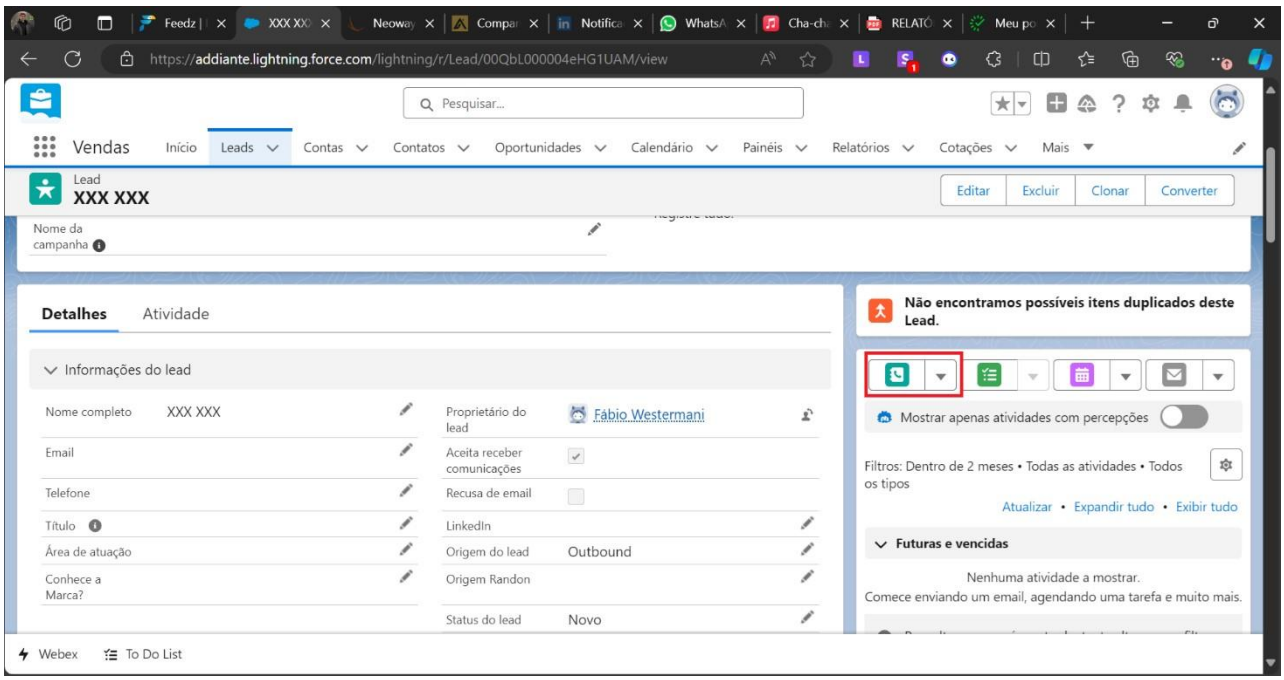
✓ **Reunião Agendada:** registrar que uma reunião foi agendada;

✓ **Re-Teste (Em Atendimento):** registrar que entrou em contato com um *lead* que está em atendimento pelo executivo comercial;

✓ **Re-Teste (Não atendido):** registrar que entrou em contato com um *lead* que ainda não foi atendido pelo executivo comercial;

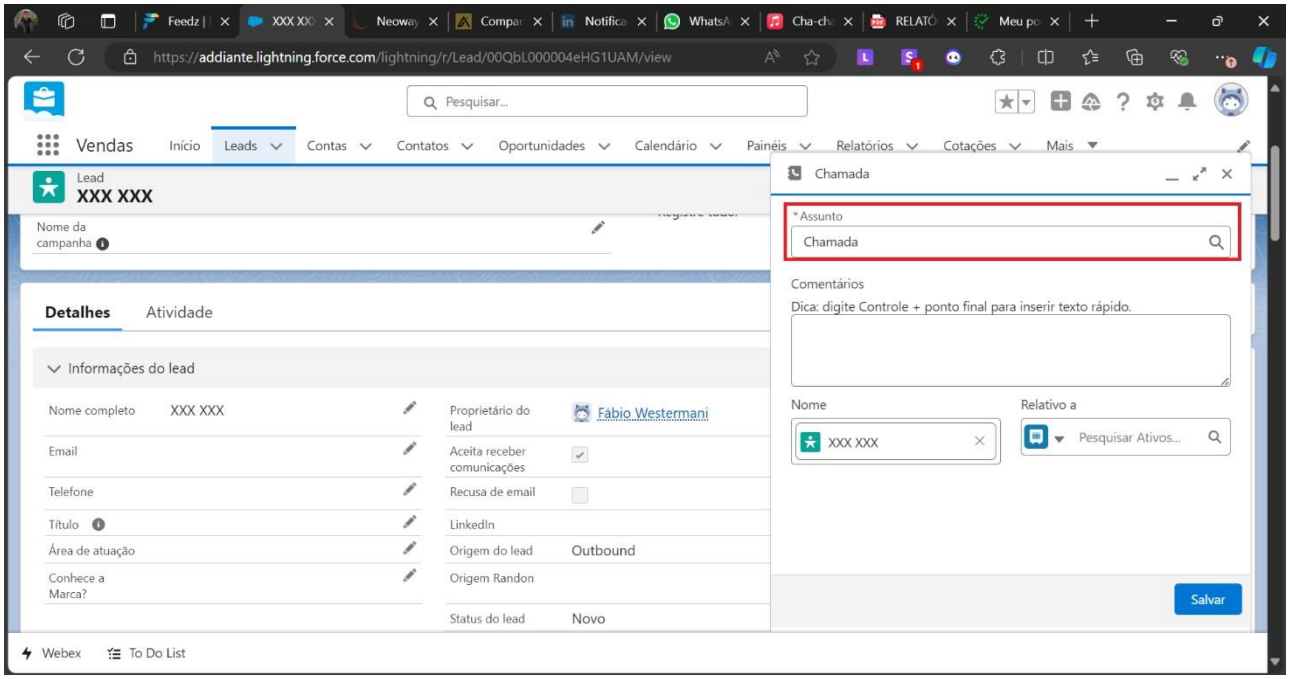
✓ **Re-Teste (Não atende):** registrar que entrou em contato com um *lead* mas que não houve sucesso no contato.

a) Para registrar uma tarefa, clique no ícone de telefone sinalizado.



FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

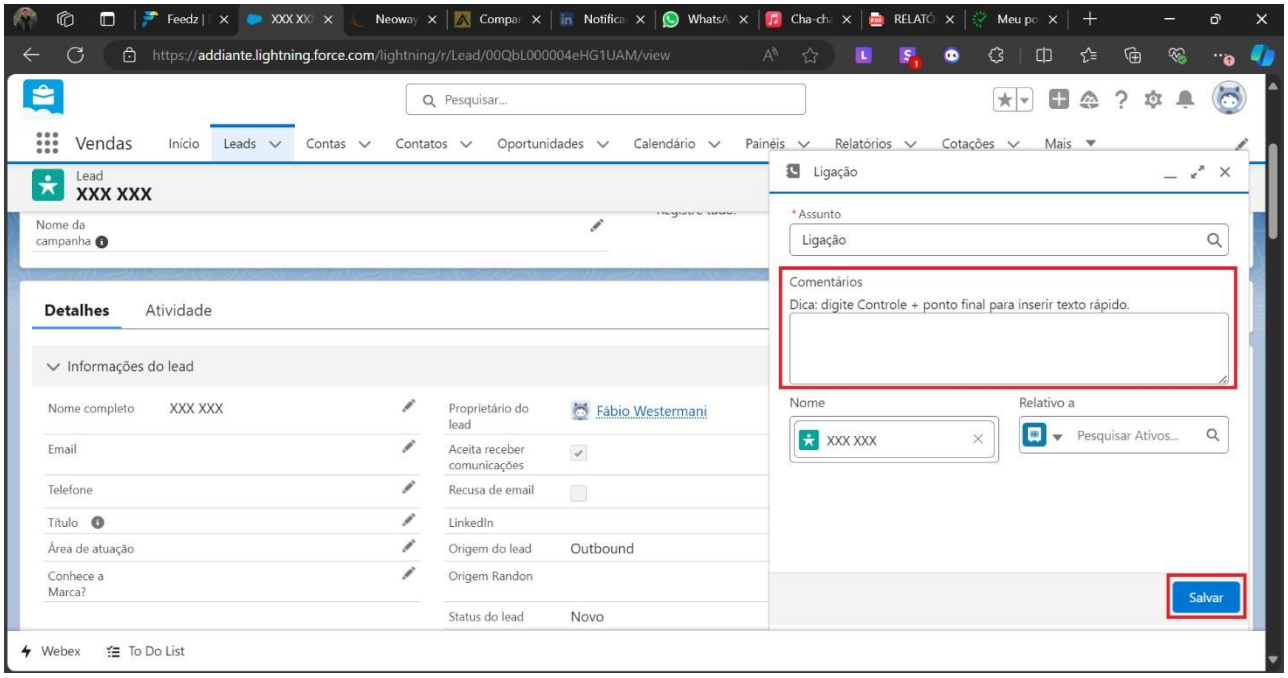
b) Em seguida, após abertura da aba no canto inferior direito, clique em “Chamada”, abaixo de *assunto.



FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

c) Após selecionar o motivo no assunto, insira comentários para registrar detalhes sobre o atendimento.

Em seguida, clique no botão “Salvar”.



FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

2 MOTIVOS DE DESCARTE SDR

1.2 ATENDIMENTO

✓ **Sem Interesse em Conhecer:** *lead* não se interessa em conhecer a marca Addiante;

✓ **Sem Retorno/Sem Contato:** quando não houve sucesso na tentativa de contato;

✓ **Demora no *Follow*:** houve sucesso no contato, mas *lead* não retornou;

✓ **Engano:** quando o contato localizado não pertence a empresa em questão;

✓ **Fornecedor**: empresas que entraram em contato para demonstrar interesse em se tornarem fornecedores da Addiante;

✓ **Interesse em outra área:** empresas que entraram em contato em busca de colaborador de outra área;

✓ **Oportunidade Futura:** quando identificado que futuramente poderá haver negociação;

✓ **Relacionamento Ativo:** cliente em atendimento por parte dos executivos comerciais;

✓ **Sem Contato com o Decisor:** não houve contato com a pessoa responsável por negociar dentro da empresa;

2.2 ESCOPO

✓ **Ativos Fora do Perfil:** busca locação de ativos que a Addiante não loca, como por exemplo, veículos leves;

✓ **Prazo/*Spot*:** cliente possui interesse na locação inferior ao período de 24 meses;

✓ **Perfil:** CNPJs que sejam referentes a órgãos públicos, economias mistas, paraestatais, sindicatos, cooperativa de transportadores e com concentração de faturamento em órgãos públicos ou estatais em sua base de clientes;

✓ **Baixada ou Inapta:** empresa com CNPJ desativado ou fora da política de crédito para locação;

✓ **Cnae:** utilizar para empresas que possuem CNAE empresas de coleta de lixo e garimpos;

✓ **CNPJ Inexistente:** não há cadastro para o número informado;

✓ **Pré-*Rating*:** classificação de crédito prévia D;

Observação: a Addiante optou por, neste momento, não realizar cotações para clientes com *rating* prévio D, porém, está sujeito a alteração.

✓ **Faturamento:** cliente fatura valor inferior a R$1.000.000,00;

✓ **Ligação com Concorrente:** possui ligação ou pertence ao grupo de um concorrente direto;

✓ **Natureza Jurídica:** não qualificado por ser pessoa física, MEI, EPP, ME, EIRELI ou órgão público.

✓ **Simples Nacional:** CNPJ atua no modelo de simples nacional;

✓ **Tempo de Empresa:** possui tempo de atuação inferior a 5 anos;

✓ **Cliente Ativo:** possui contrato ativo com a Addiante;

3.2 DEMANDA

✓ **Compra Recente:** cliente comprou recentemente e por este motivo não possui interesse em negociação;

✓ **Contrato com Concorrente:** possui contrato ativo com o concorrente e não tem interesse na Addiante;

✓ **Frota Atual Suficiente:** não tem demanda para expandir a frota;

✓ **Interesse em Compra:** não possui interesse em locação;

✓ **Locação Recente:** contrato recém assinado com concorrente;

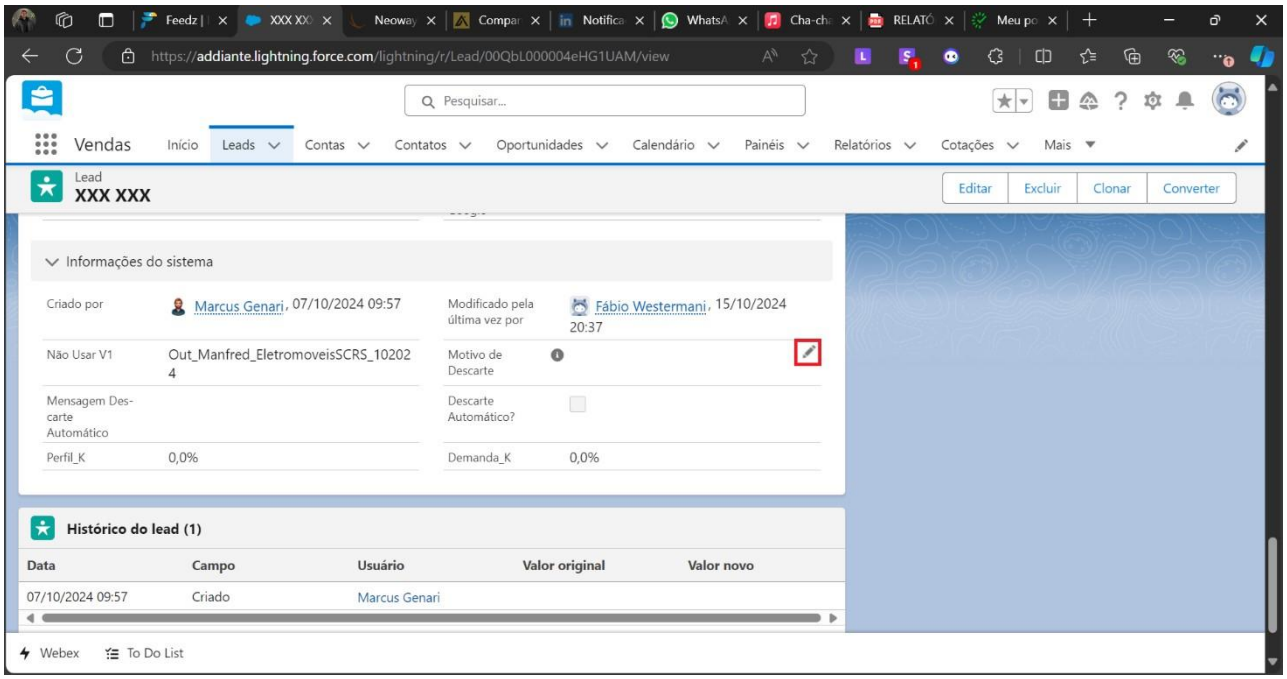
✓ **Usa Transportadoras:** não possui frota própria e nem terceirizada, os transportes são feitos por transportadora;

4.2 ERROS

✓ **Duplicado:** *lead* cadastrado duas vezes ou mais;

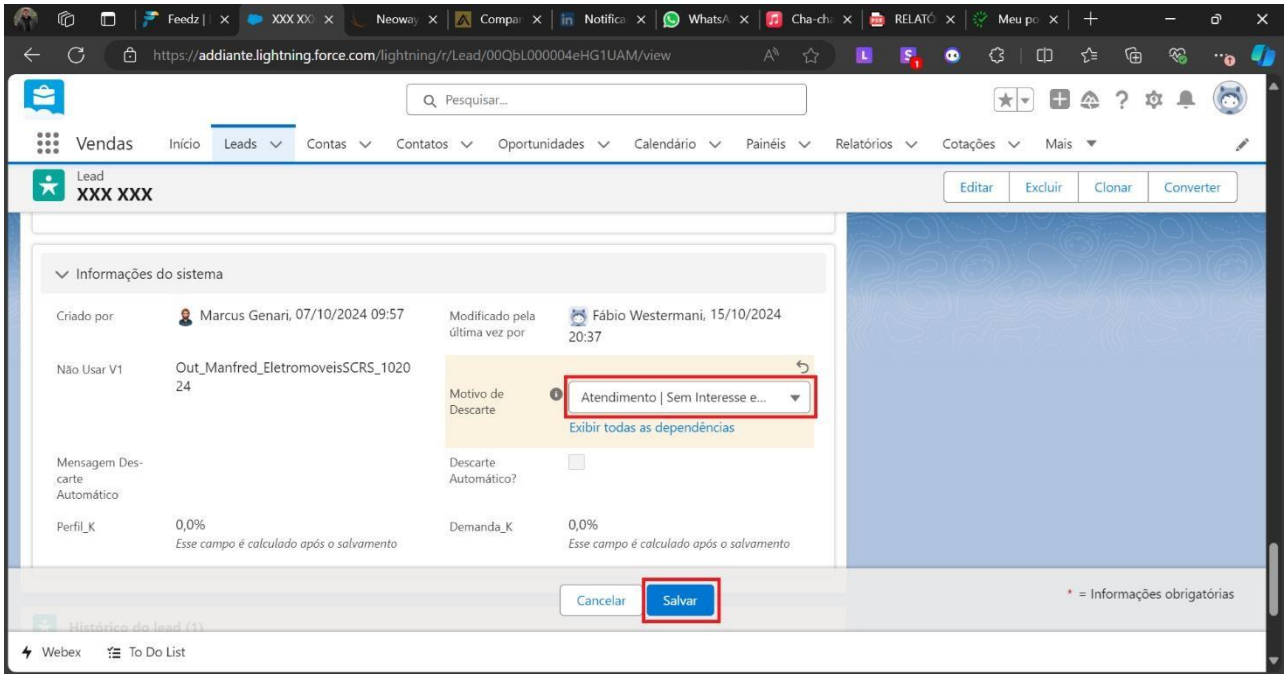
✓ **Teste:** testes em geral;

a) Para selecionar o motivo de descarte, role até o final da página e no campo “Motivo de descarte”, clique no ícone de lápis para editar o *lead*.



FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

b) Selecione o motivo que melhor se enquadra com o porquê de o *lead* não se qualificar e em seguida clique em “Salvar”.



FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

2 REGISTRO DE TAREFA OUTRAS ÁREAS

Os motivos abaixo, não deverão ser utilizados pelos *SDRs*.

1.2 ADMINISTRADOR DO SISTEMA

✓ ***Bug*:** erros por problemas sistêmicos e integração;

✓ **Limpeza:** processo futuro para designar variáveis quando o *SalesForce* estiver muito congestionado.

2.2 CRÉDITO

✓ **Crédito:** negociação recusada após análise documental da empresa;

3 REGISTRAR TAREFA PARA OUTRAS ÁREAS

Os motivos abaixo, serão utilizados para solicitar uma ação a outra área.

1.3 ADMINISTRADOR DO SISTEMA

✓ **Incluir na campanha:** sinalizar o administrador do sistema a necessidade de inclusão de *lead* em uma campanha.

2.3 EXECUTIVOS COMERCIAIS

✓ **Ligação**: sinalizar ao executivo comercial a necessidade de realizar uma chamada;

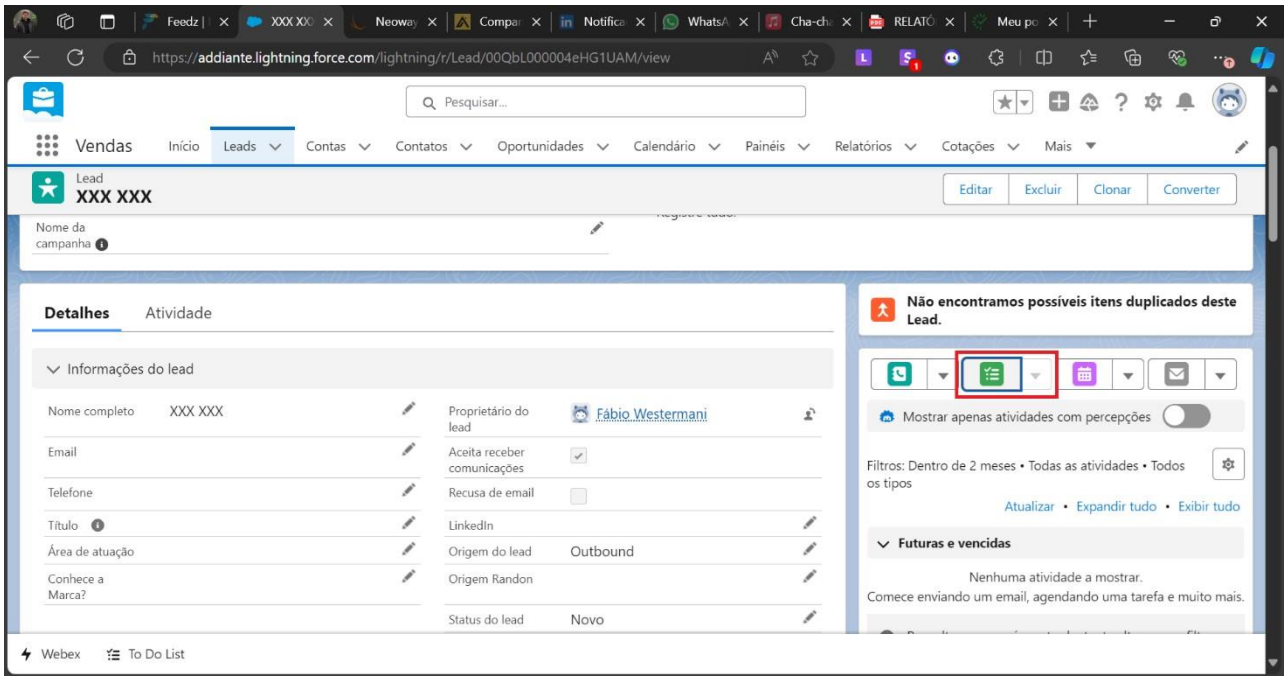
✓ **Enviar apresentação:** sinalizar ao executivo comercial a necessidade do envio de uma apresentação;

✓ **Enviar *WhatsApp*:** sinalizar ao executivo comercial a necessidade do envio de mensagem a um *lead*.

3.3 CRÉDITO

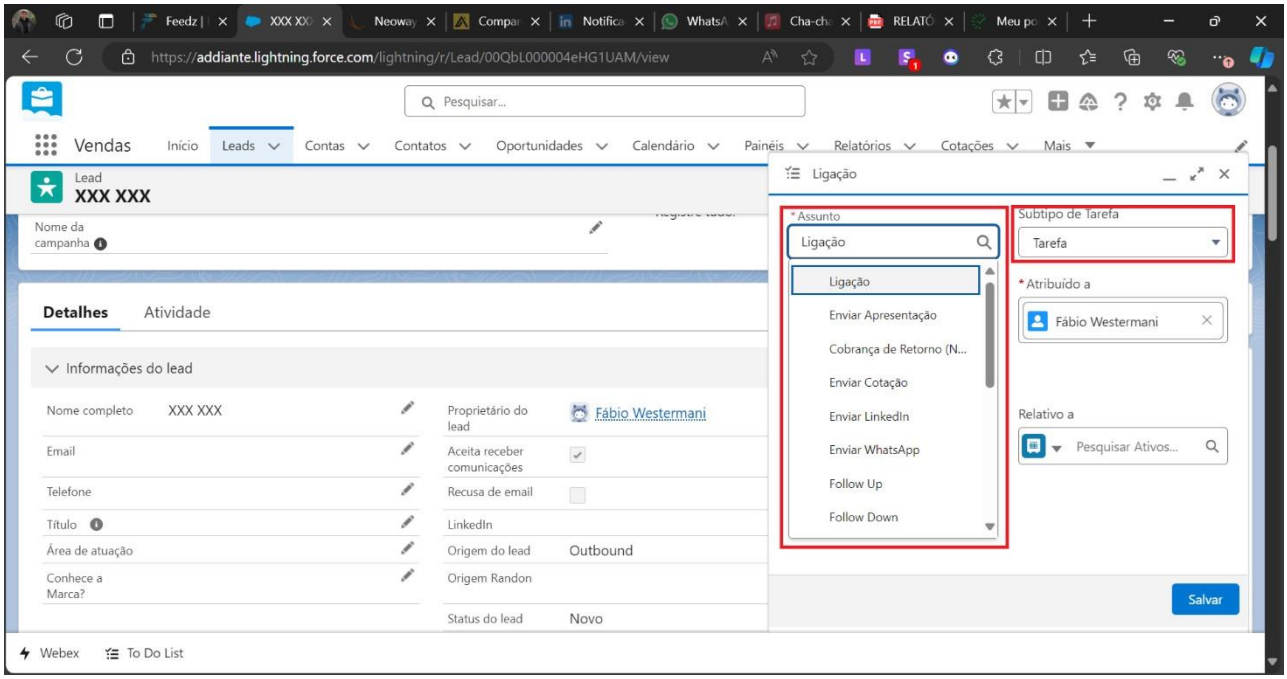
✓ **Revalidar *Rating*:** sinalizar para o setor de crédito a necessidade de revalidar *rating* (verificar com a gestão).

a) Para agendar uma tarefa para um usuário, clique no ícone verde, que significa “Nova tarefa”, conforme sinalizado abaixo.



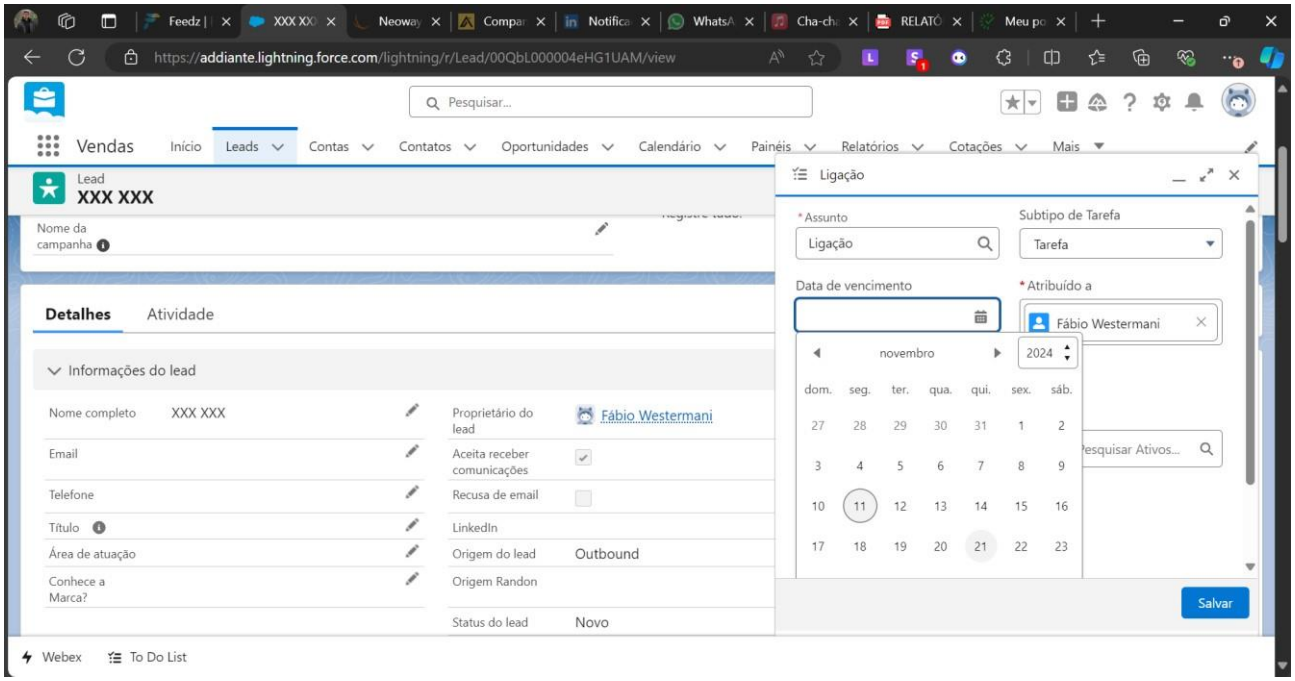
FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

b) Em seguida, selecione o assunto da tarefa e no campo subtipo de tarefa, selecione “Tarefa”.



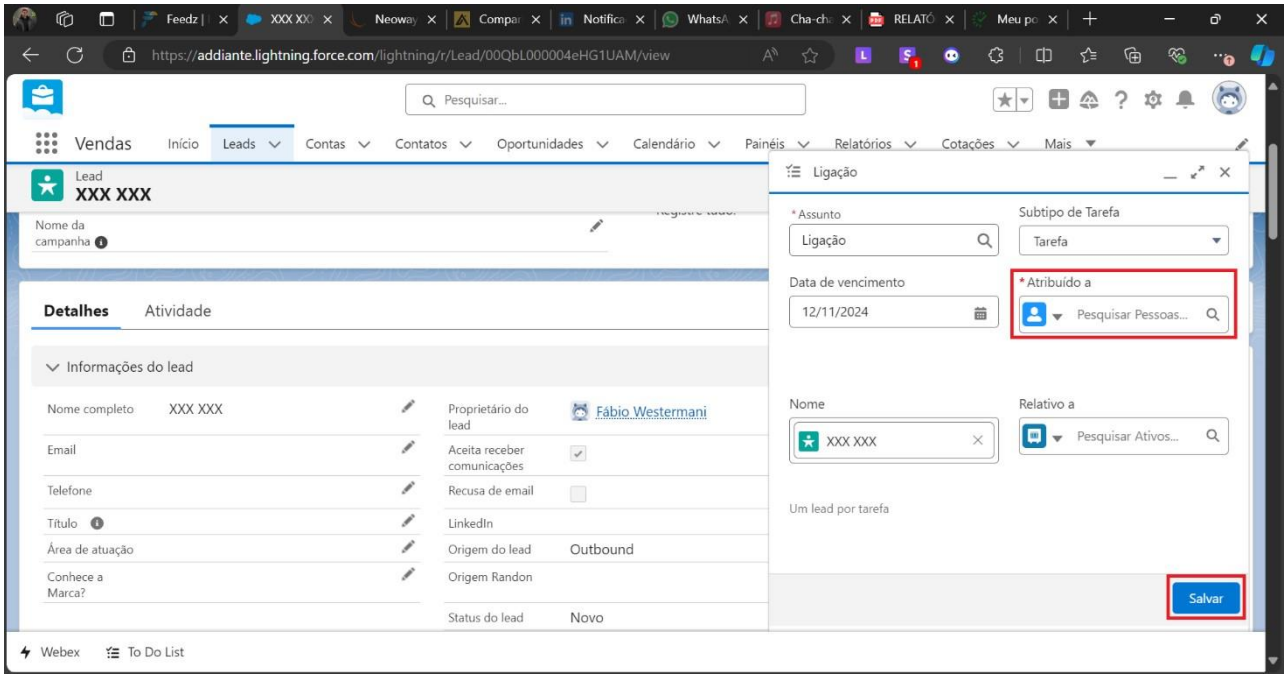
FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

Selecione também a data de vencimento da tarefa.



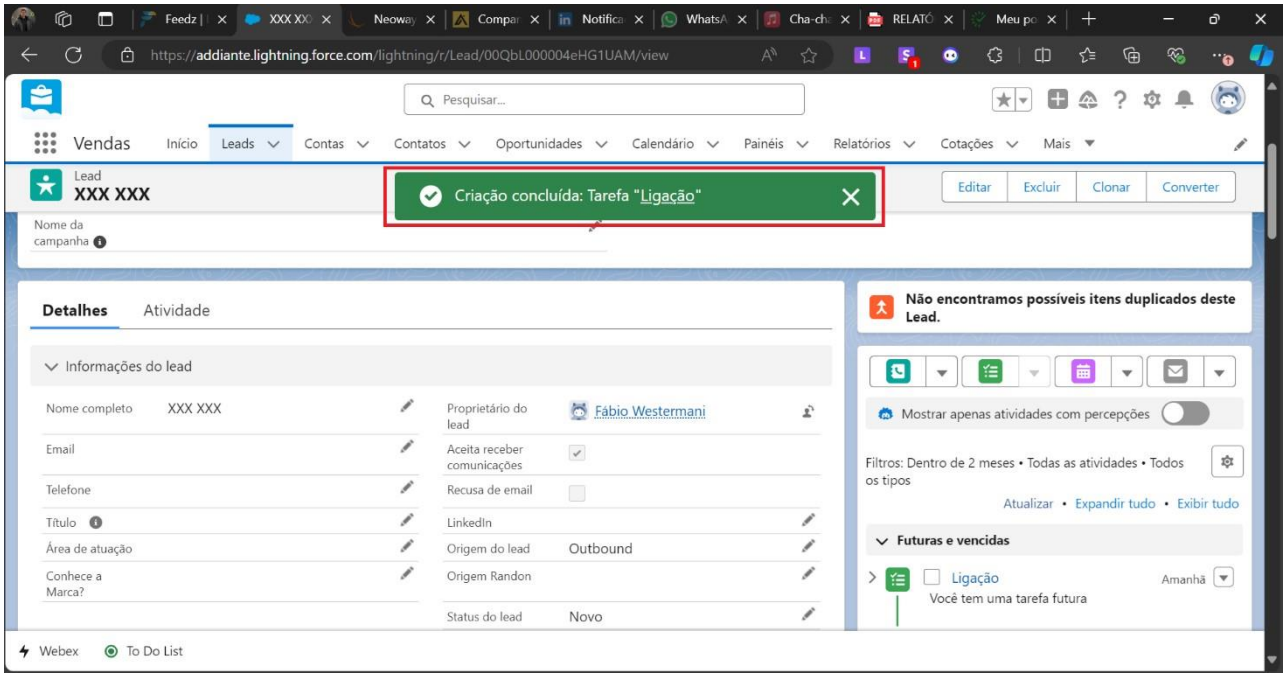
FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

Em seguida, procure pelo usuário que deseja atribuir a tarefa no campo “Atribuído a” e clique em salvar.



FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

Após a clicar em salvar, uma mensagem de “Criação concluída: Tarefa **(assunto da tarefa)**” será apresentada na tela.



FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

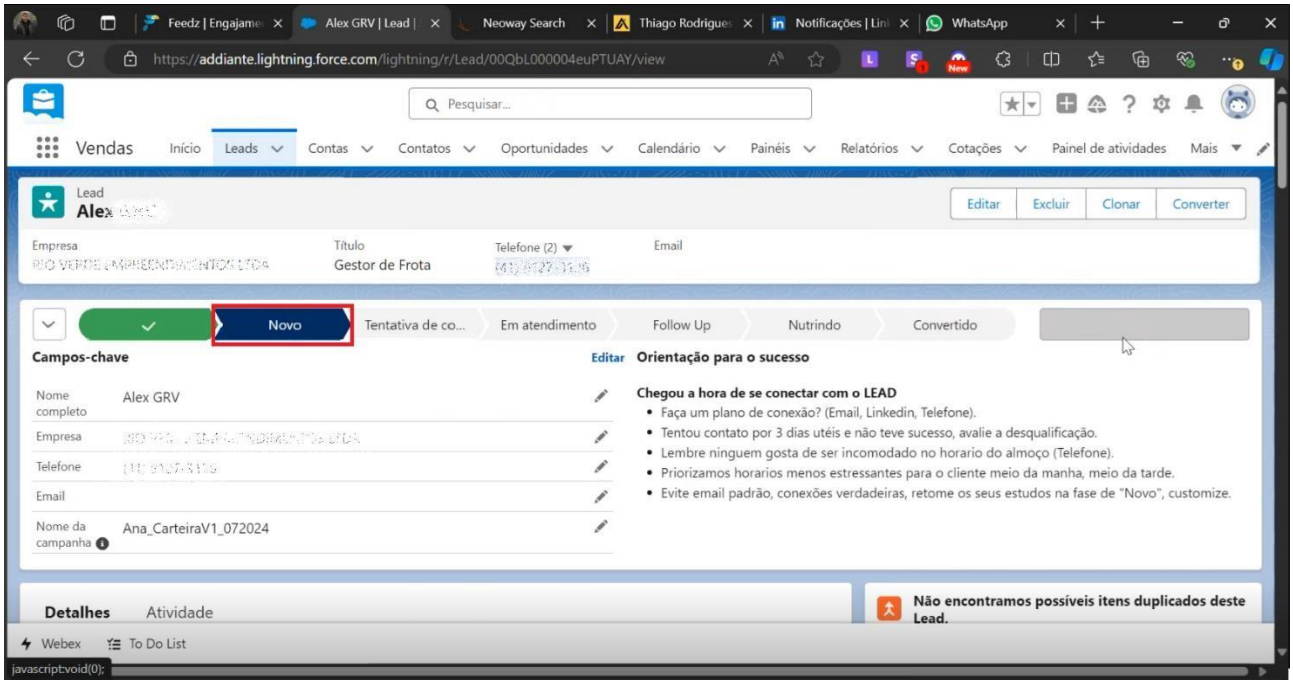
Addiante	**MANUAL DE INTRUÇÕES DE TRABALHO** PROCESSOS SDR INBOUND E OUTBOUND	**Código:**
		Estabelecido em: novembro/2024
		Revisado em: novembro/2024
		Nº da revisão:
Tarefa: atendimento do *lead*		
Executante: *SDR (Sales Delovepment Representative) Inbound*		
Objetivo da tarefa: conversão de *lead* para conta, transferência de propriedade de conta		
Materiais necessários: sugestão de script		
Sistemas de gestão: *SalesForce*		

9.1 DESCRIÇÃO DO PROCESSO

1 ATENDIMENTO DE LEADS

1.1 LEAD PRÉ-QUALIFICADO

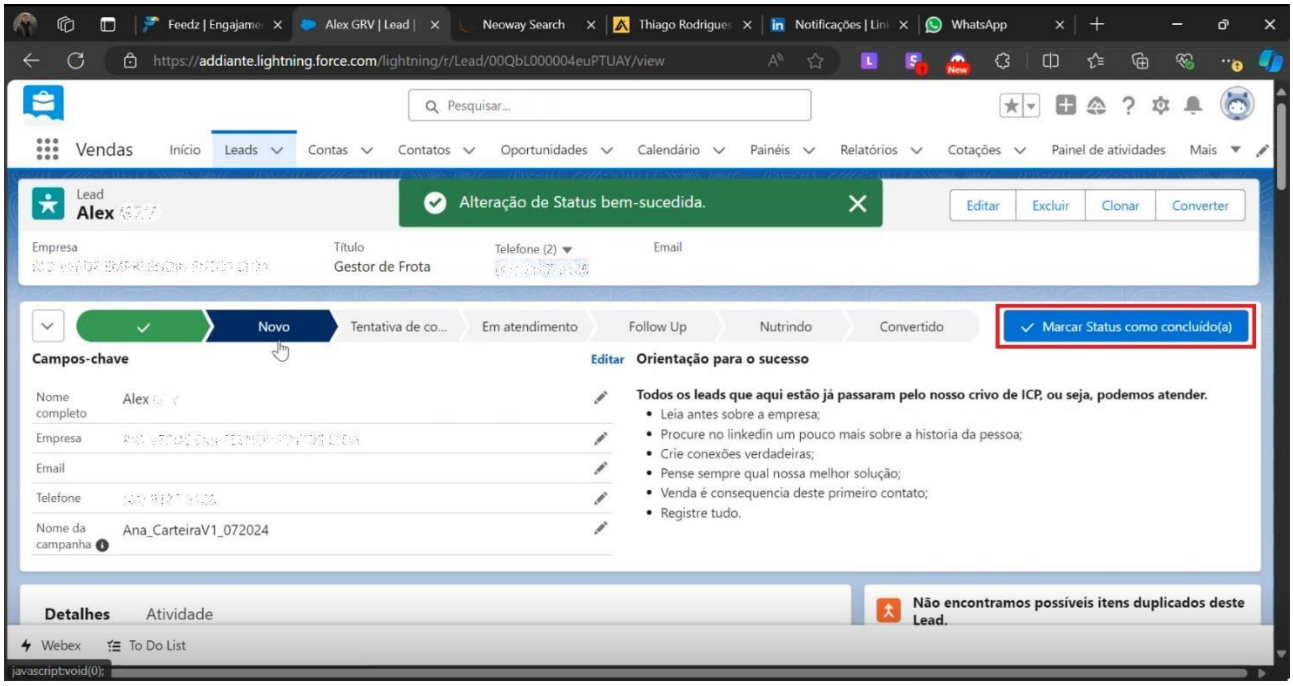
Conforme já descrito anteriormente, os *leads* pré-qualificados automaticamente, ficam na etapa “Novo”, conforme exemplo abaixo.



FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

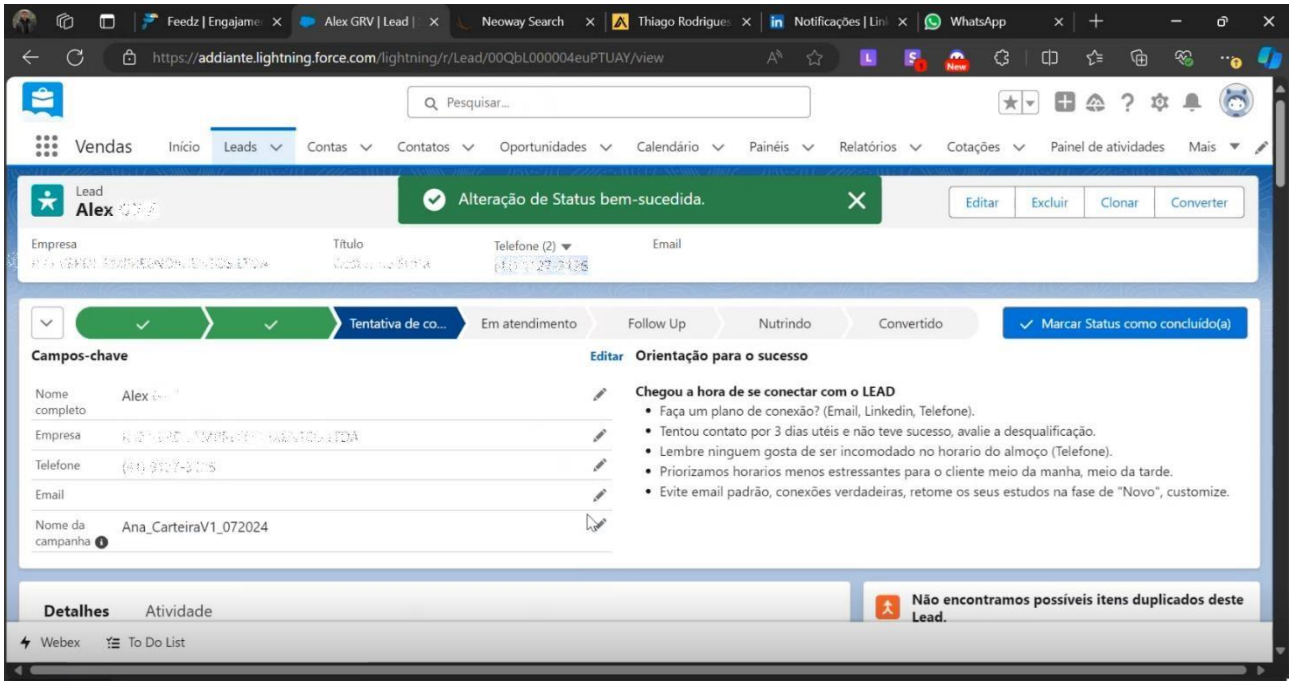
a) Caso o cliente não tenha entrado em contato via *Blip*, faça o contato ativo pelo *Blip* ou por telefone. Este passo, você aprendeu na tarefa “Envio de mensagens” e em “Chamadas ativas” que constam nas páginas e respectivamente.

✓ Para avançar uma fase, clique no botão “Marcar status como concluído”.



FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

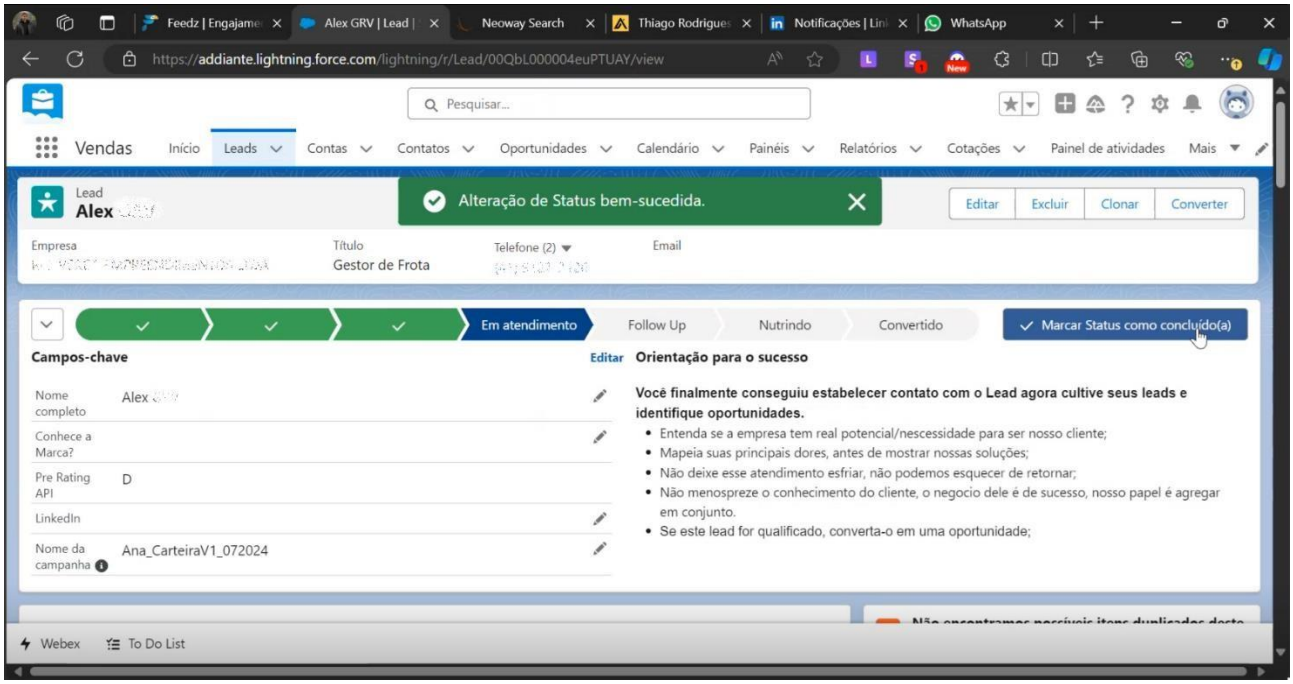
b) Após conseguir entrar em contato com o cliente, seja por *WhatsApp* ou chamada via telefone, avance o *lead* para a fase “Tentativa de Contato”.



FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

Observação: lembre-se de registrar através de chamada todas as interações com o cliente conforme subtipos descritos na **página 47**.

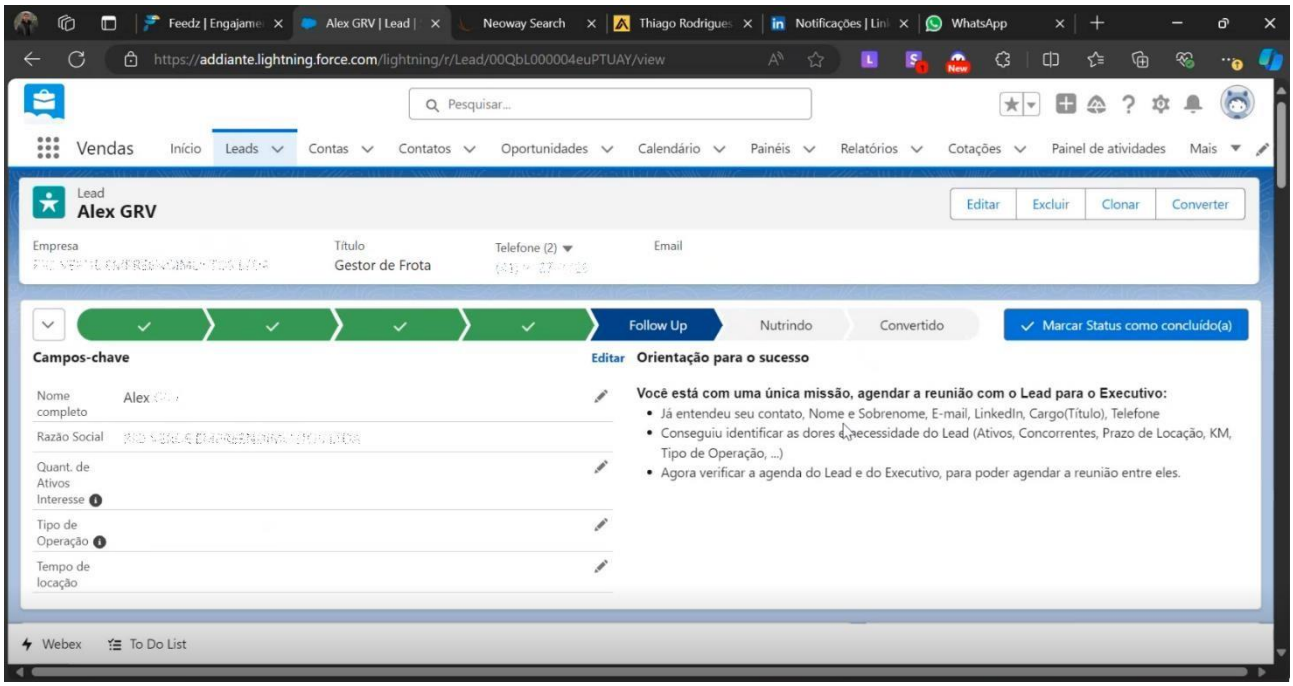
c) Coloque o *lead* na fase em "Em atendimento" após o cliente retornar sua tentativa de contato.



FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

Observação: na fase “Em atendimento” o pré-*rating* é gerado, porém, para que seja gerado, não se deve pular etapas. Ou seja, é importante avançar uma fase de cada vez até “Em atendimento”. Em caso de empresas grandes em pré-*rating* D, avaliar juntamente ao executivo e gestor direto a possibilidade de seguir com atendimento.

d) Coloque o *lead* na fase em "*Follow Up*" quando você estiver em fase de agendamento com o *lead*.



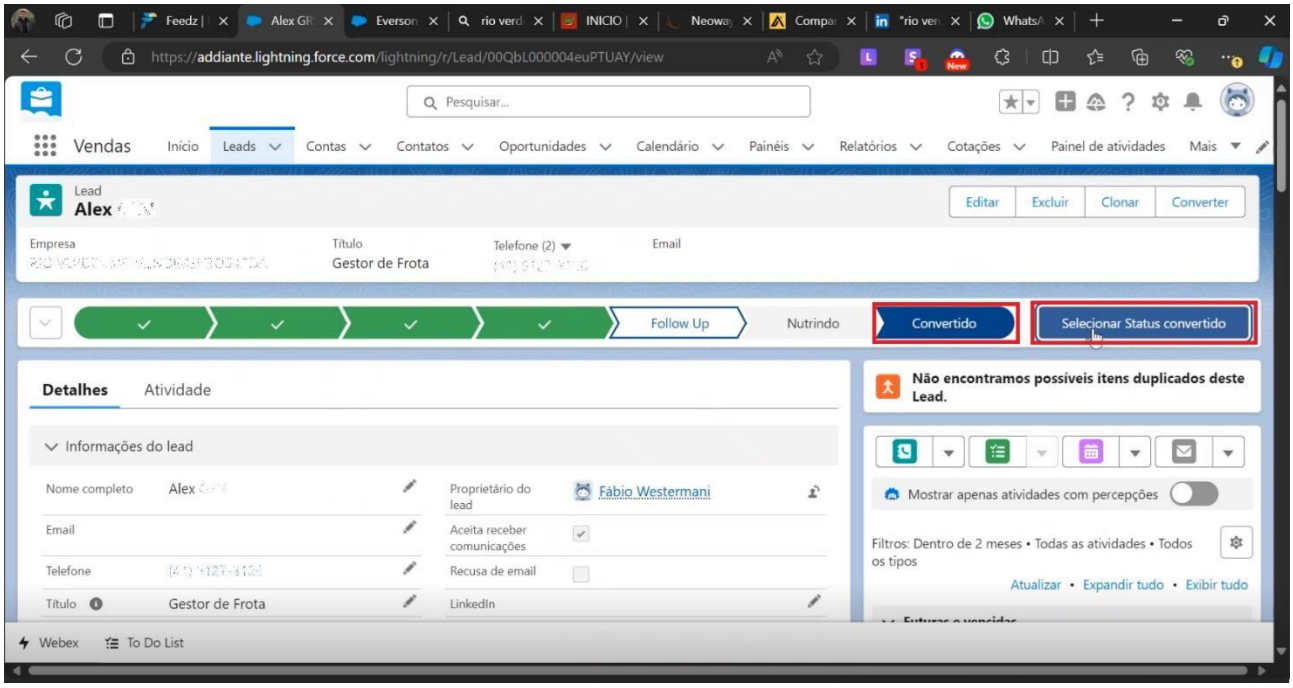
FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

e) Após qualificar o *lead* e realizar o agendamento, você deverá converter a oportunidade para o executivo responsável pela região do *lead*.

1.1.1 CONVERTER LEAD PARA EXECUTIVO

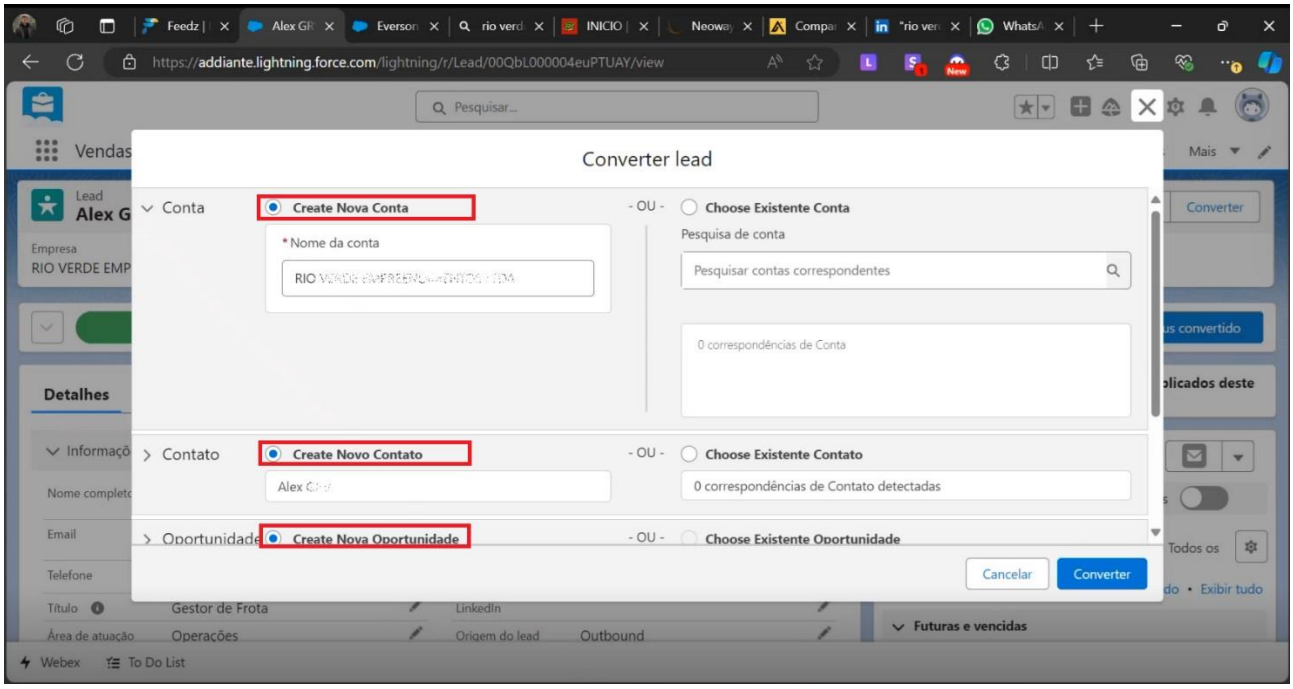
Para converter o *lead* em conta, lembrando que você converterá apenas após marcar uma agenda para o executivo ou entender a necessidade do orçamento, você vai avançar para a etapa “Convertido”.

a) Selecione o status "Convertido" e clique no botão “Selecione Status Convertido”.



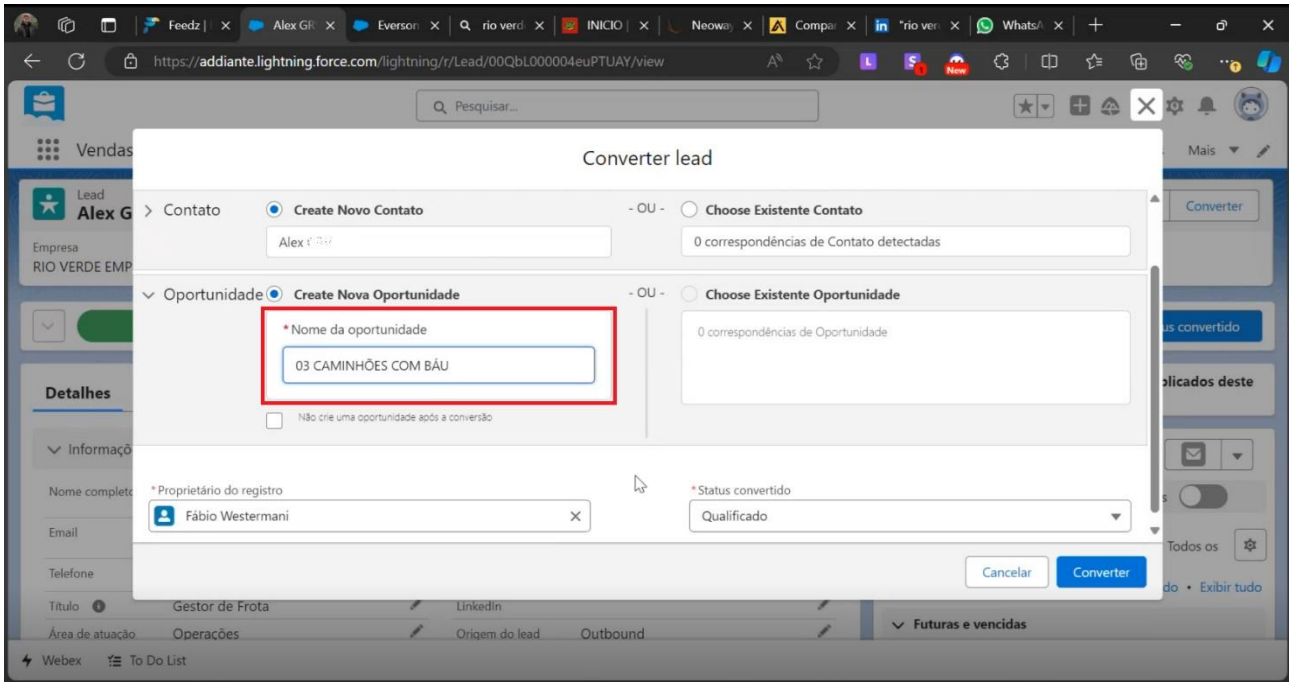
FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

b) Após avançar a fase, irá abrir uma aba para converter o *lead*, mantendo flegado as opções "Criar Nova Conta", "Criar Novo Contato" e "Criar Nova Oportunidade".



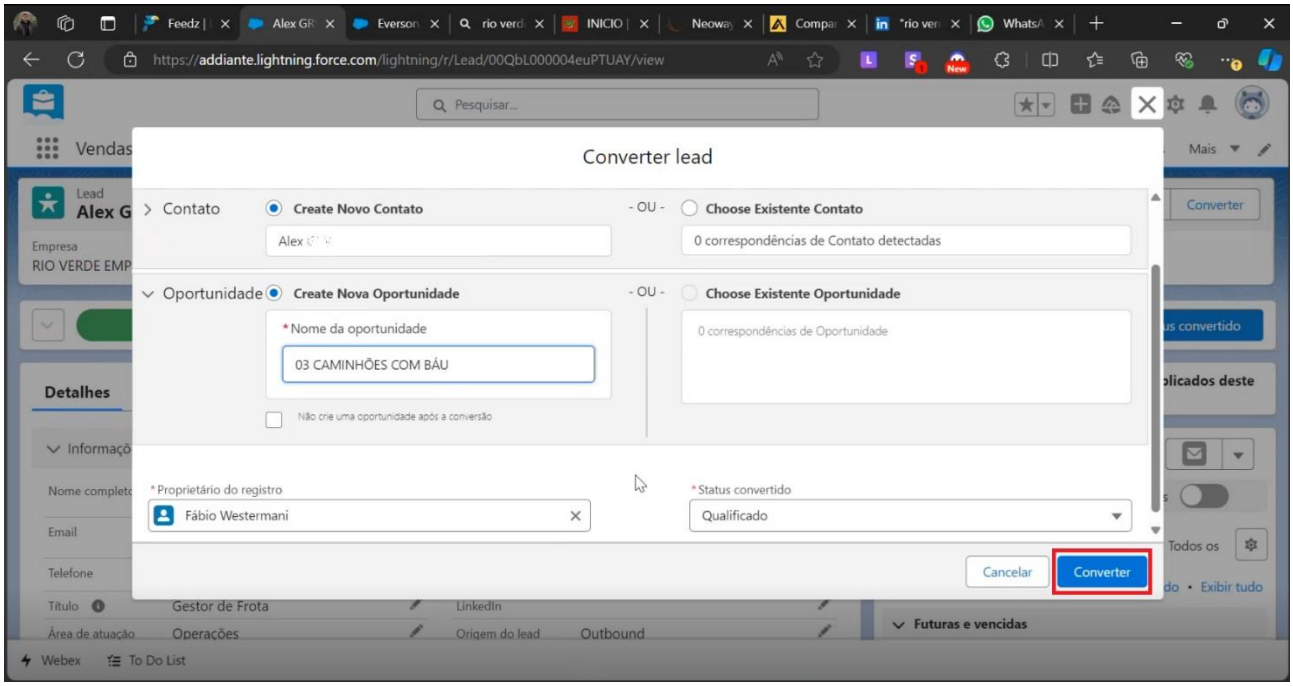
FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

Observação: altere o nome da oportunidade para a quantidade de veículos de interesse do cliente, conforme exemplo abaixo.



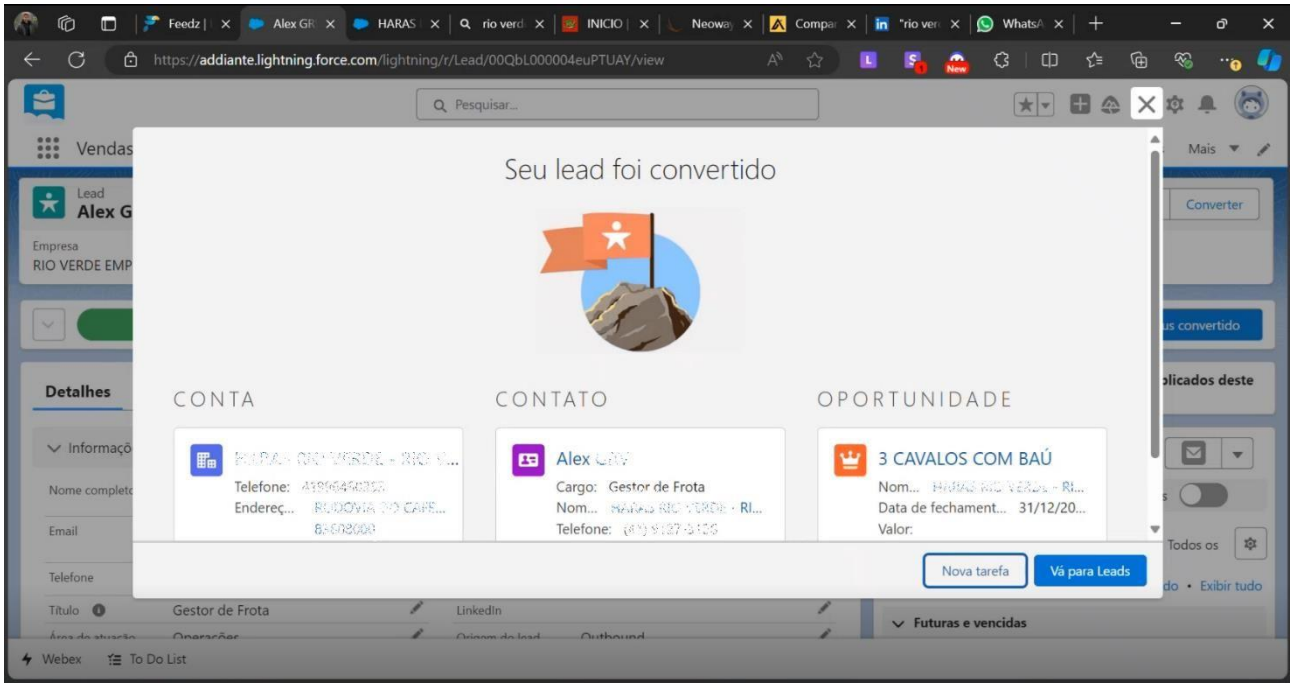
FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

c) Clique em “Converter” para criar a conta, o contato e abrir uma oportunidade.



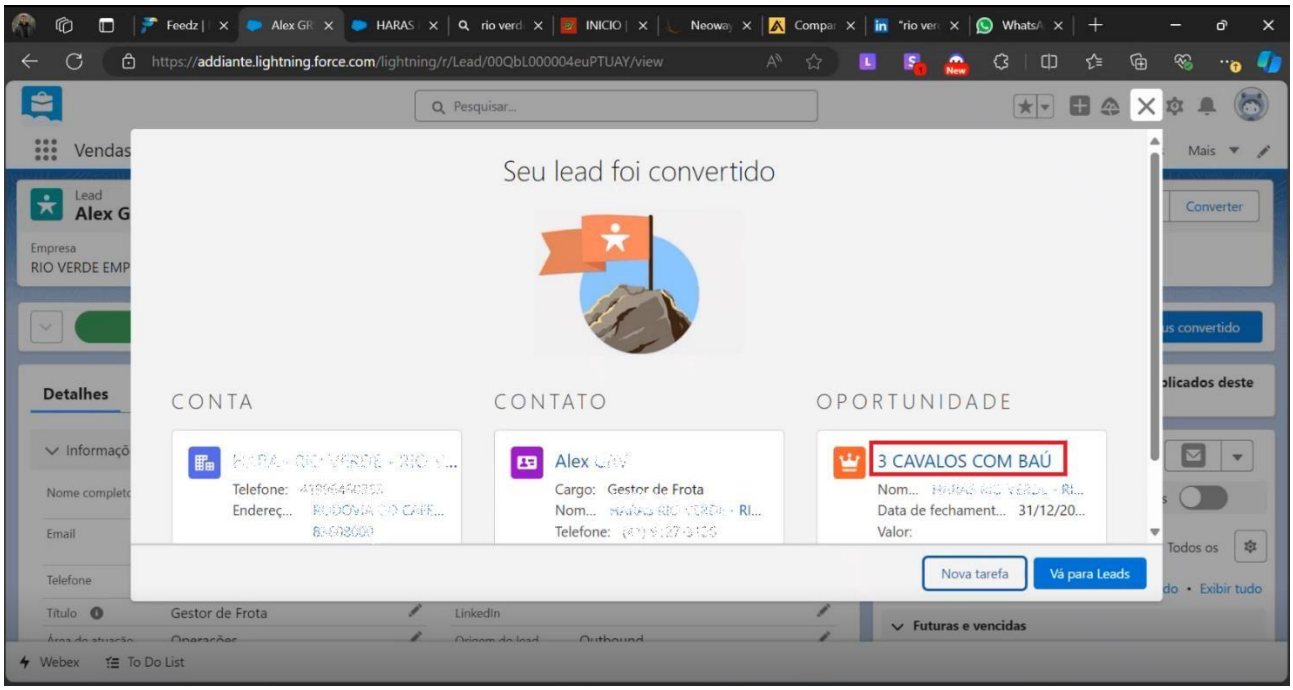
FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

d) Após clicar em “Converter”, abrirá uma aba confirmando que o *lead* foi convertido.



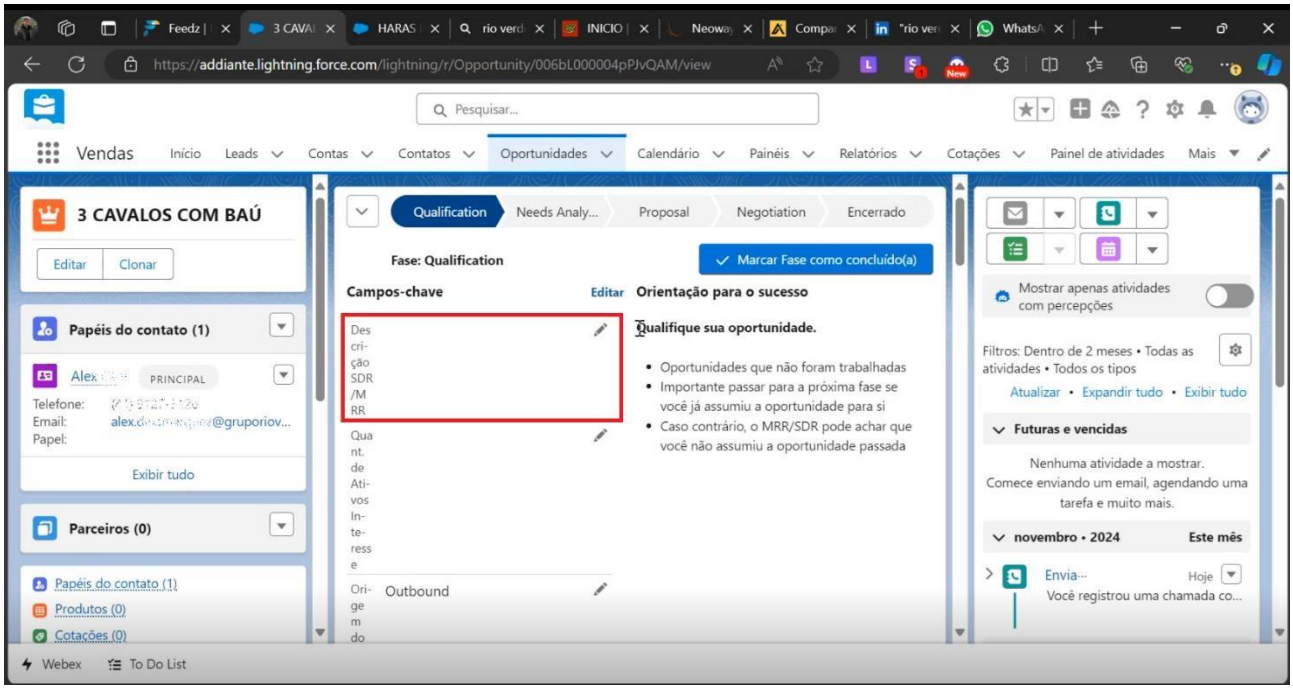
FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

e) Clique na oportunidade para acessá-la.



FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

f) Preencha o campo “Descrição *SDR*/*MRR*”, incluindo observações e informações para o orçamento.



FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

g) Após isso, compartilhe a atualização nas publicações e publique um *briefing* para que o executivo comercial entenda o atendimento.

FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

Abaixo, uma sugestão de estrutura de *briefing* para enviar ao seu executivo comercial.

"Nome da empresa: (razão social)

CNPJ: (número do CNPJ);

CEP: (cidade e estado do *lead*);

Segmento: (qual o setor que a empresa atua)

Nome do contato: (nome do *lead*);

Cargo: (qual a função da pessoa com quem conversou);

Telefone: (número do telefone);

E-mail: (e-mail corporativo do *lead*).

Quantidade: **(quantos ativos o cliente possui interesse)**;

Modelo do veículo: **(descrever ativo e implemento)**;

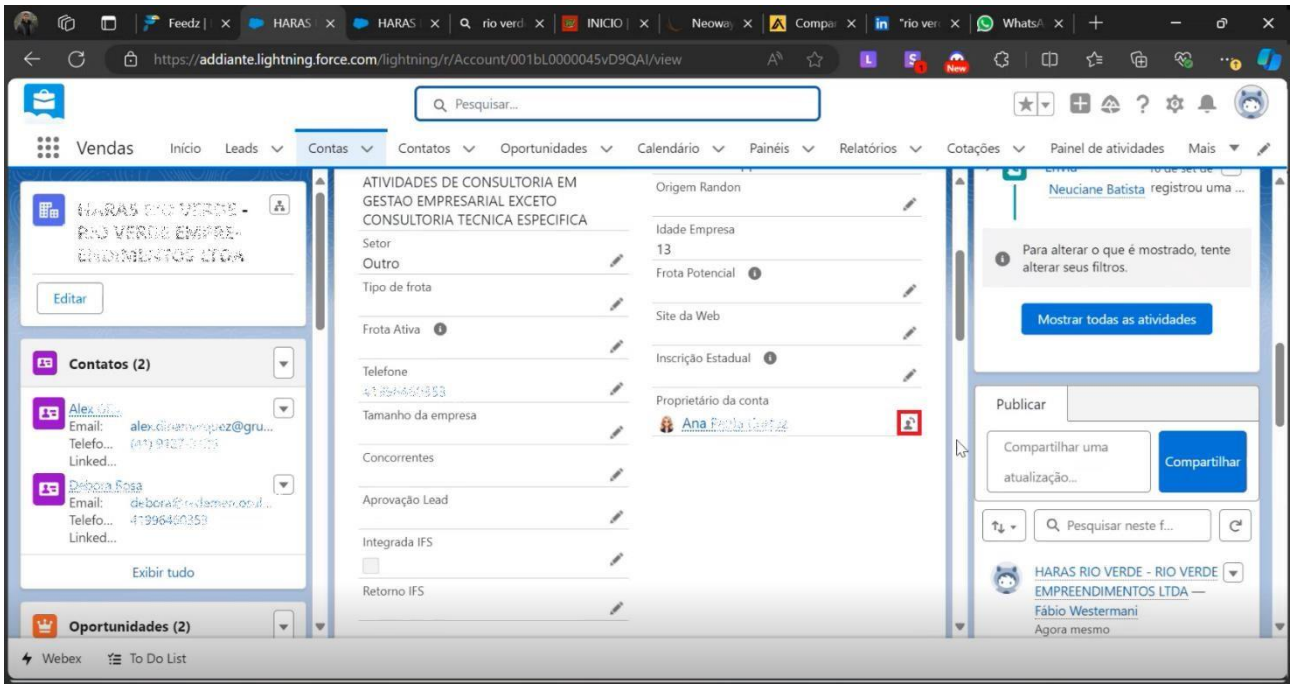
Quilometragem: **(quilometragem aproximada que o veículo percorrerá mensalmente)**;

Tempo de contrato: **(tempo que o cliente pretende ficar com o equipamento)**;

Utilidade: **(descrever o que o ativo irá transportar ou para qual fim será utilizado)**.

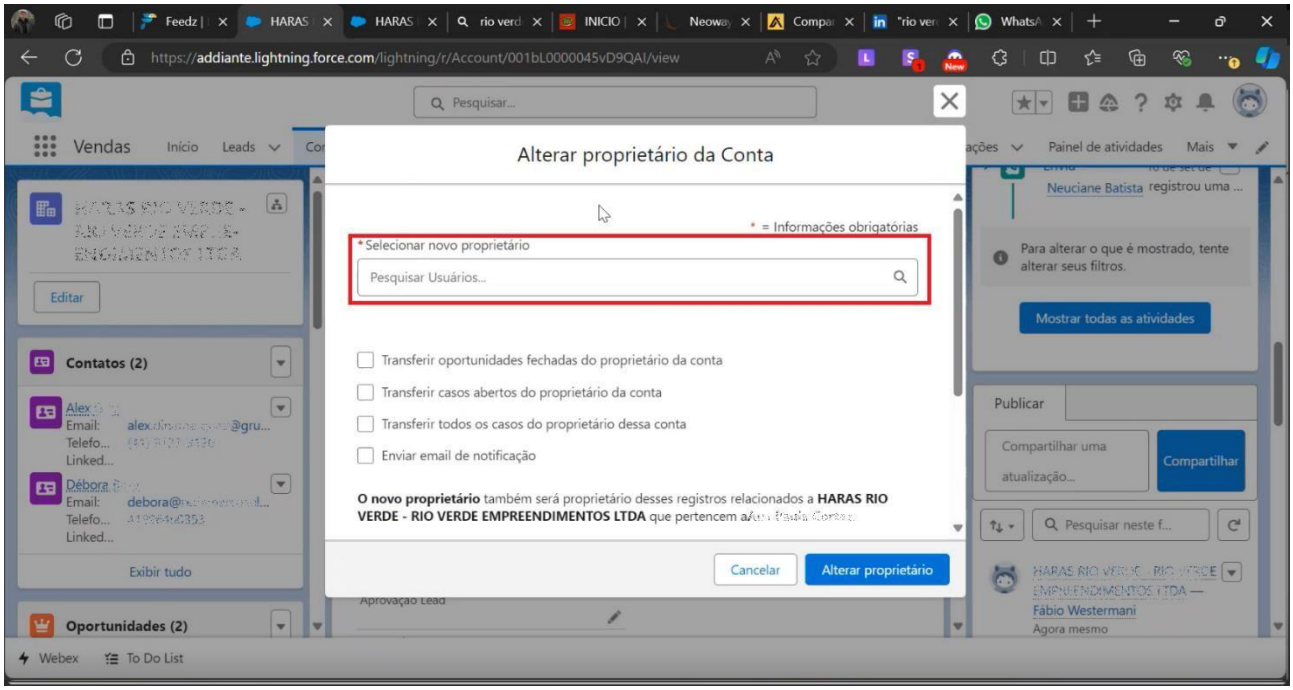
Observações: **(descreva como foi o atendimento e as informações que o *lead* lhe passou)**."

h) Depois, você irá clicar na conta, irá transferir a propriedade da conta para o executivo comercial. Clique no ícone de pessoa no campo "Proprietário da conta".



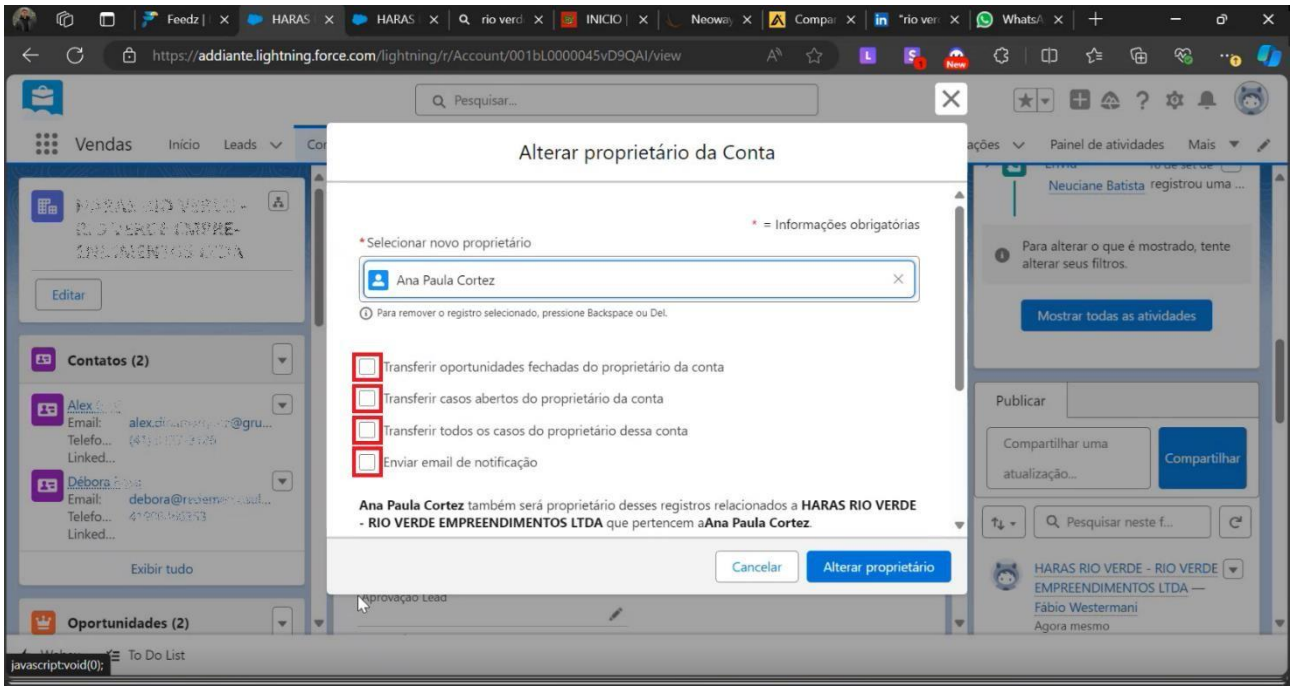
FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

i) Pesquise e selecione o executivo comercial responsável pela região.



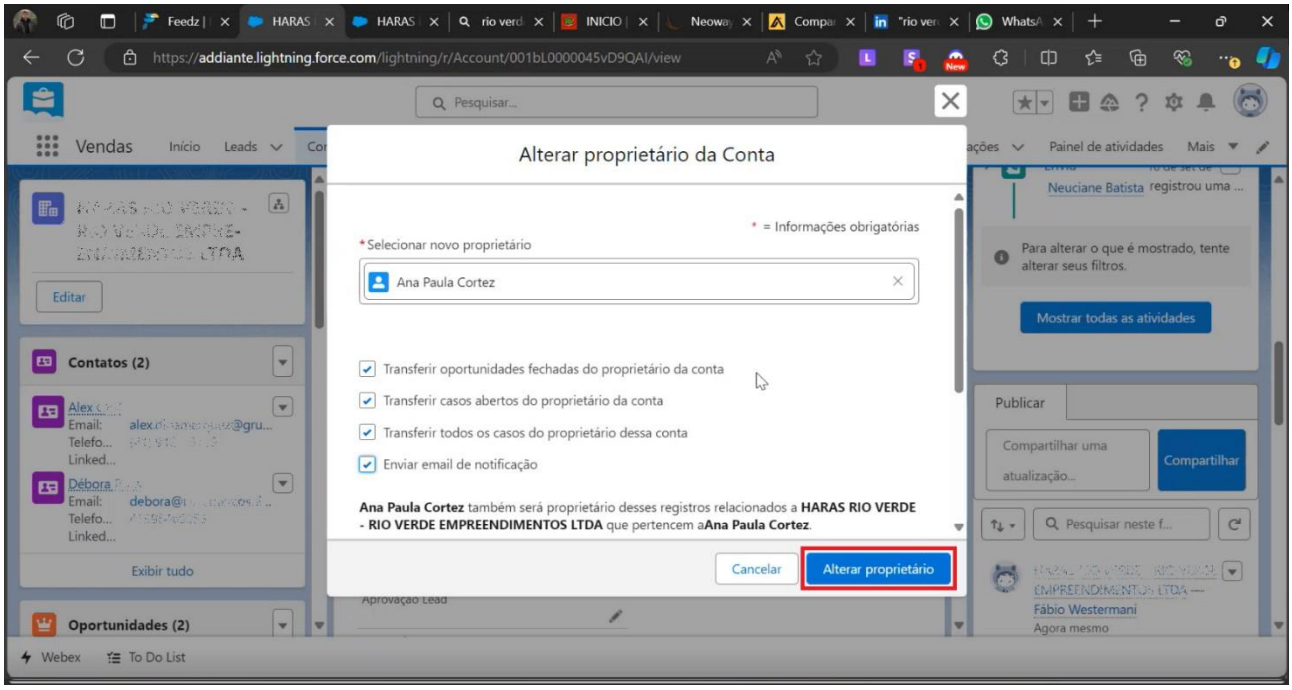
FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

j) Após selecionar o executivo responsável pela região, flegue as opções sinalizadas.



FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

k) Após realizar todas as seleções, clique no botão “Alterar proprietário”.



FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

Após isto, a conta, oportunidade e o contato já estarão sob responsabilidade do executivo comercial.

2.1 LEAD NÃO QUALIFICADO

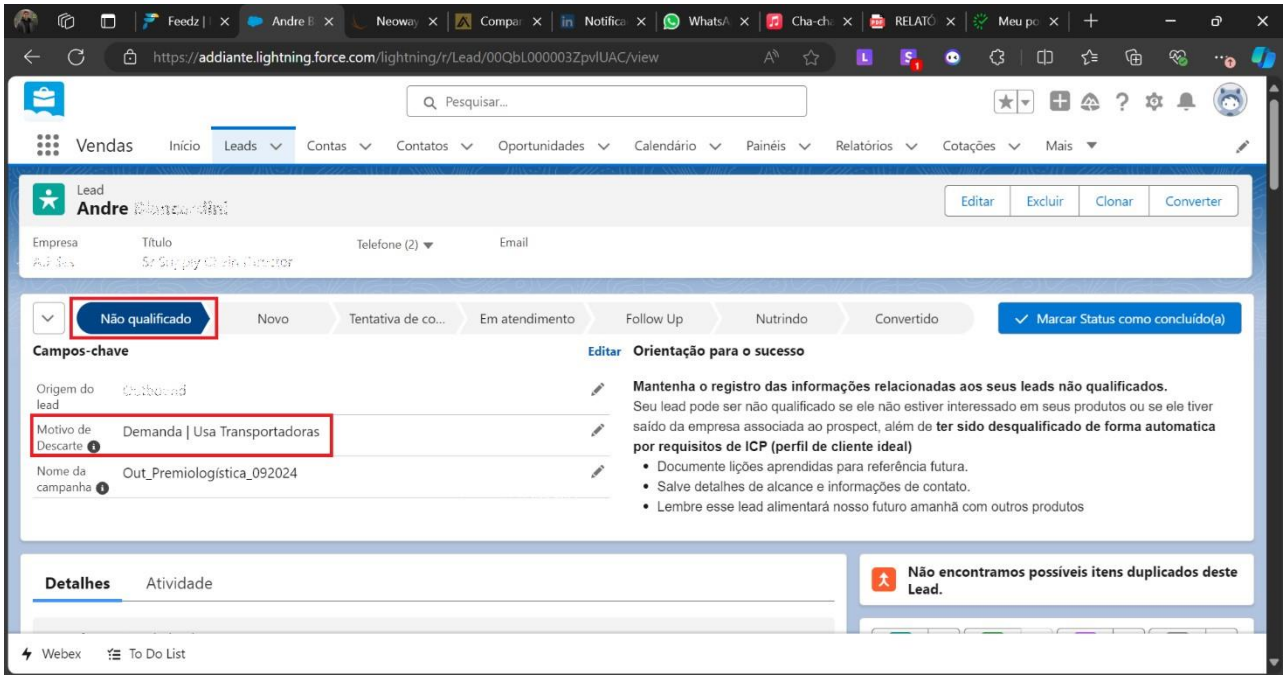
Se o *lead* não for qualificado, entre em contato para informar a negativa.

Seguir com atendimento normalmente como com *lead* qualificado, enviando texto padrão da política de locação conforme texto padrão, mostrado na **página 28,** e explicar que identificou que o CNPJ não se enquadra em nossa política, pedindo para que se houver um outro CNPJ, que lhe envie para analisar.

Exemplo: “Verifiquei que o seu CNPJ... poderia me confirmar, por gentileza, se seria isto mesmo?”

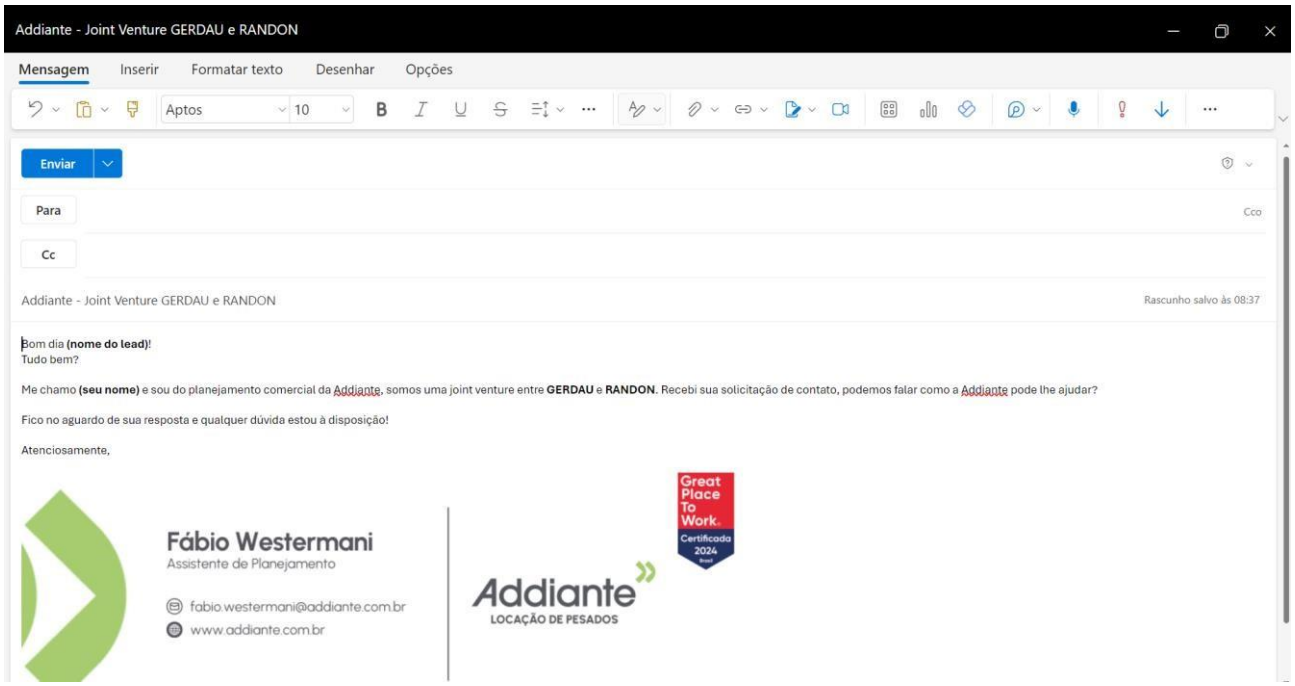
Pergunte se o cliente possui outro CNPJ, caso esteja de acordo com a política de locação, siga as orientações de *lead* pré-qualificado conforme mostrado na **página 51**.

a) Coloque o *lead* na fase “Não qualificado”, sinalizando o motivo de descarte conforme mostrado na **página 48**.



FONTE: Pesquisa de campo. Elaborado pelos autores, 2024.

APÊNDICE A – SUGESTÃO DE MODELO DE E-MAIL



Ressaltamos que a Instrução de Trabalho neste momento contemplou apenas as atividades do segmento *Inbound.* O mapeamento e construção do passo a passo das outras atividades do setor de planejamento comercial serão seguidos pela empresa Addiante.