



Universidade Presbiteriana Mackenzie
Centro de Ciências Sociais e Aplicadas
Mestrado Profissional em Administração do Desenvolvimento de Negócios



A INDÚSTRIA EM TEMPOS DE TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

EDVALDO SOUZA

São Paulo – Nov/19

1

Trajectoria...



EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL

- ❑ LEDERVIN – CEO (Atual)
- ❑ ALGAIA – CONSELHEIRO (Atual)
- ❑ GAFISA – DIRETOR GERAL
- ❑ JULIO SIMÕES – DIRETOR COMERCIAL
- ❑ AMBEV – COMERCIAL



FORMAÇÃO ACADÊMICA

- ❑ STRATEGIC BUSINESS LEADERSHIP (OHIO)
- ❑ MBA EM GESTÃO FIANCEIRA (FGV)
- ❑ MBA EM MARKETING (FGV)
- ❑ BACHAREL EM ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS (UFMT)



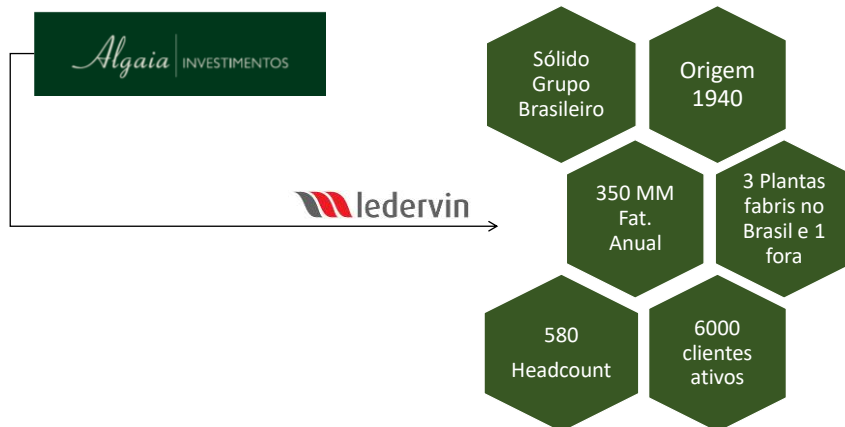
OUTROS CURSOS

- ❑ CONSELHEIRO CERTIFICADO - IBGC
- ❑ GREEN BELT – 6 SIGMA



2

Quem somos...



3



4

O que fazemos...



Produtos

- ❖ Galpão inflável, lonas, laterais de galpão, dutos de ventilação, comunicação visual, barreira de contenção de óleo, big bags, etc



Mercado

- ❖ Infraestrutura, lazer e eventos, transporte, agronegócio, construção civil e armazenagem

5



Segmentos...



6



Orientação...



7

Nosso jeito de ser...

1	SE LIGA NO CLIENTE!
2	MOBILIZA PESSOAS!
3	NÃO COMPLIC!
4	VAI FUNDO!



8

A era digital nas indústrias ...



9

A quarta revolução...



1712 a 1913 (200 anos)

- **1ª Revolução Industrial**

Henry Ford criou a linha de produção em massa



1913 a 1969 (60 anos)

- **2ª Revolução Industrial**

Definindo a produção empurrada, em escala, com a redução de custos e popularização do produto para a massa trabalhadora adquirir



1969 a 2010 (40 anos)

- **3ª Revolução Industrial**

Era da automação com a implantação de computadores no chão de fábrica, proporcionando a elevação da qualidade dos produtos e aumento da produção



O futuro é Agora

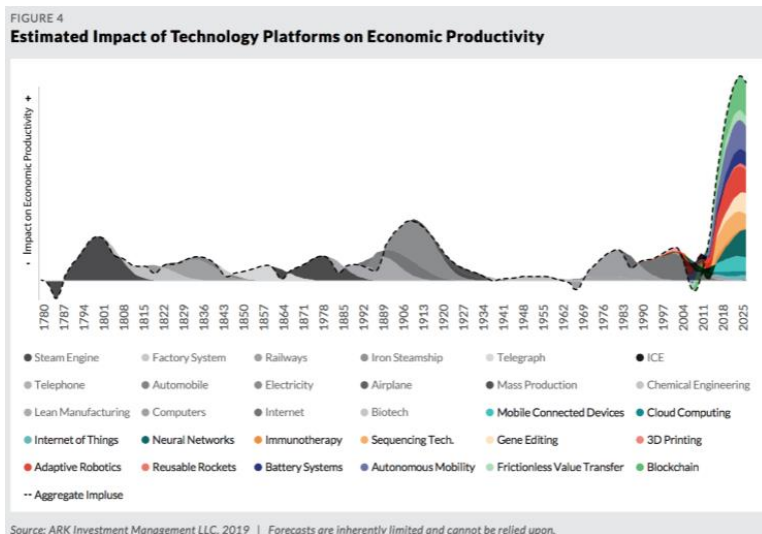
- **4ª Revolução Industrial – Indústria 4.0**

Integração Tecnológica (IoT, Big Data, Digital Twin, Robótica, Computação na Nuvem, etc)



10

Impacto da Tecnologia...



É para frente que se anda...



DIAGNÓSTICO DA PRESENÇA DIGITAL



 ledervin

13



14

PROSPECTAR X VENDER



AVALIAÇÃO DA CONCORRÊNCIA

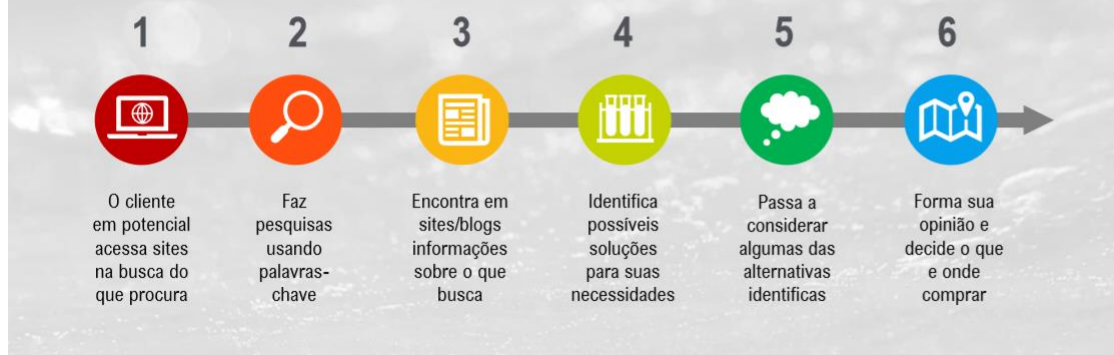


Redes Sociais...



17

A Jornada de Compra do Cliente nos dias de hoje

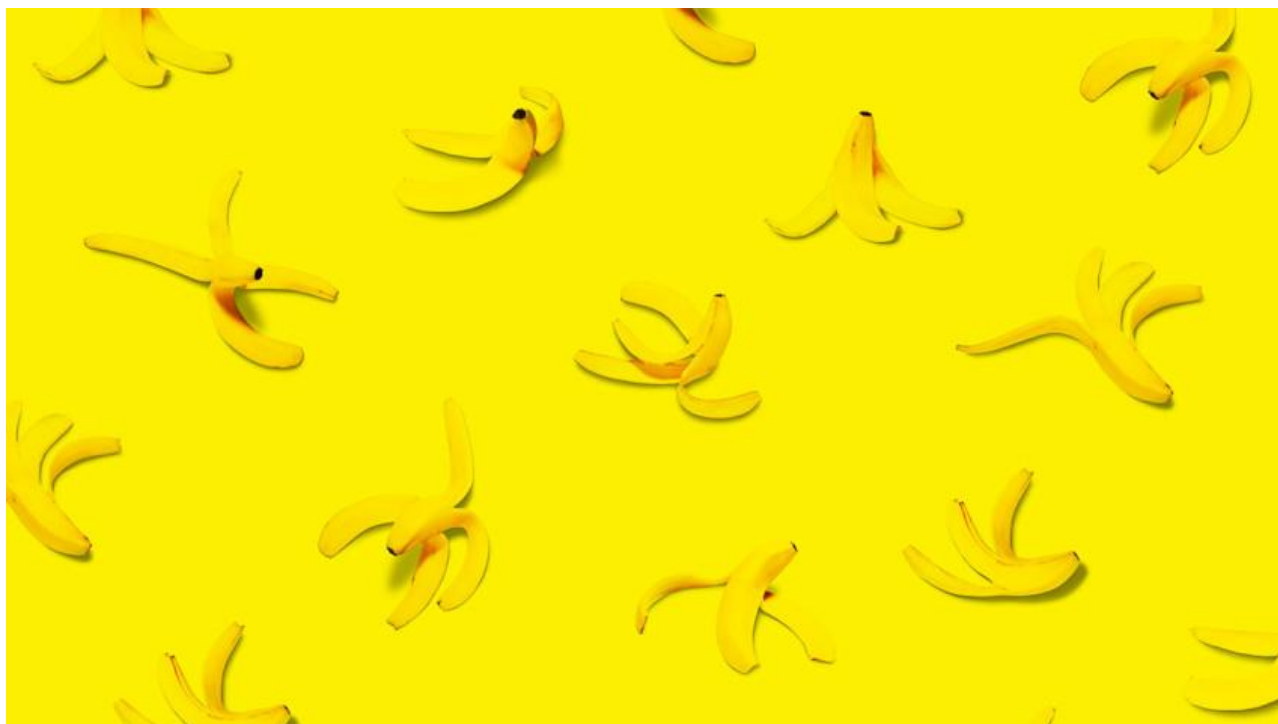


18

NÍVEL GERAL DE DOR DA ledervin NA UTILIZAÇÃO DA INTERNET E DA TECNOLOGIA DIGITAL PARA NEGÓCIOS.



No mundo dos negócios as dores de uma empresa são referencias aos problemas latentes ou previsíveis enfrentados por elas. Daí a utilização de escala da dor para este fim.



A FORMA DE FAZER NEGÓCIOS ESTÁ EM CONSTANTE TRANSFORMAÇÃO...



21



22



23

Estratégia...

Impactar, atrair, identificar, conectar e se relacionar com o maior número possível de **diretores, compradores e outros decisores e influenciadores** que sejam público-alvo da empresa, ou que estejam pesquisando na internet sobre soluções relacionadas com os produtos fabricados pelas marcas da ledervin.

Criar uma máquina de geração de contatos de "clientes em potencial" que amplifique tanto a **levantada de mão**, quanto **disponibilize leads suficientes para alcance das metas e ampliação do volume de negócios**.

24

Ferramentas...



25

FUNIL EM Y – MÁQUINA DE GERAÇÃO DE OPORTUNIDADES



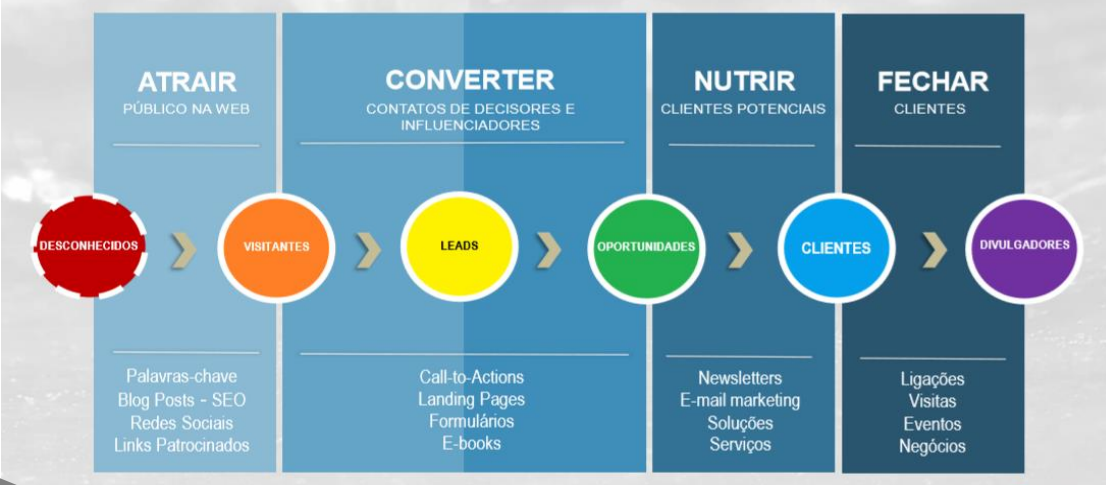
26

Para atrair visitantes online é preciso ser encontrado



27

Conversão de Leads por atração – Inbound Marketing



28

ESTRATÉGIA DE INBOUND - CONTEÚDO - FOCO NO CLIENTE POTENCIAL

DIRETORES, COMPRADORES OUTROS DECISORES E INFLUENCIADORES NA AQUISIÇÃO DE PRODUTOS DAS MARCAS DA LEDERVIN



 ledervin

29

ESTRATÉGIA SOCIAL MEDIA - FOCO EM PRODUTOS/CONCEITOS

PRODUTOS (E CONCEITOS) DAS MARCAS DA LEDERVIN.



 ledervin

30

ESTRATÉGIA DE INBOUND – E-BOOKS - FOCO NO CLIENTE POTENCIAL

DIRETORES, COMPRADORES OUTROS DECISORES E INFLUENCIADORES NA AQUISIÇÃO DE PRODUTOS DAS MARCAS DA LEDERVIN



31

Mensurando...

CANAL	DIRETO	BUSCA PAGA	ORGÂNICO	E-MAIL	REFERÊNCIA	SOCIAL
CONVERSÃO TOTAL	4,45%	29,35%	41,51%	3,49%	14,29%	6,95%
CICLO DE VENDA	XXX dias	XXX dias	XXX dias	XXX dias	XXX dias	XXX dias
VISITANTES	1.123	5.673	9.789	1.017	3.101	1.939
	↓ 00% ↓	↓ 00% ↓	↓ 00% ↓	↓ 00% ↓	↓ 00% ↓	↓ 00% ↓
LEADS	291	1.645	1.425	294	744	349
	↓ 00% ↓	↓ 00% ↓	↓ 00% ↓	↓ 00% ↓	↓ 00% ↓	↓ 00% ↓
OPORTUNIDADES	94	509	483	96	209	112
	↓ 00% ↓	↓ 00% ↓	↓ 00% ↓	↓ 00% ↓	↓ 00% ↓	↓ 00% ↓
VENDAS	23	152	215	18	74	36



32

Benefícios esperados...

CLIENTE



- ✓ Visão única do cliente
- ✓ Canais alternativos
- ✓ Colaboração e compartilhamento
- ✓ Priorizar a percepção do cliente
- ✓ Melhor experiência de compra
- ✓ Venda e atenda em qualquer canal

OPERAÇÃO



- ✓ Consolidação de processos
- ✓ Visibilidade
- ✓ Melhores práticas de gestão
- ✓ Mobilidade
- ✓ Automação
- ✓ Otimização do tempo
- ✓ Conectando todas as pontas da operação
- ✓ Follow up de atividades

PROCESSOS



- ✓ Reativação de clientes
- ✓ Up-selling
- ✓ Conhecer clientes
- ✓ Agilidade
- ✓ Gestão de dados
- ✓ Informação em tempo real



33

Para o time de vendas...



OPORTUNIDADES COMERCIAIS COM MARKETING DIGITAL

- Geração e pré-qualificação de leads pela internet;
- Envio dos leads diretamente ao time de vendas;
- Redução dos custos de aquisição de clientes;
- Redução no ciclo de fechamento de negócios;
- Aumento na taxa de conversão;
- Engajamento dos clientes ativos, inativos e leads;
- Conversão espontânea de leads em clientes;
- Reativação de clientes inativos;
- Fortalecimento da autoridade da empresa e de suas marcas.



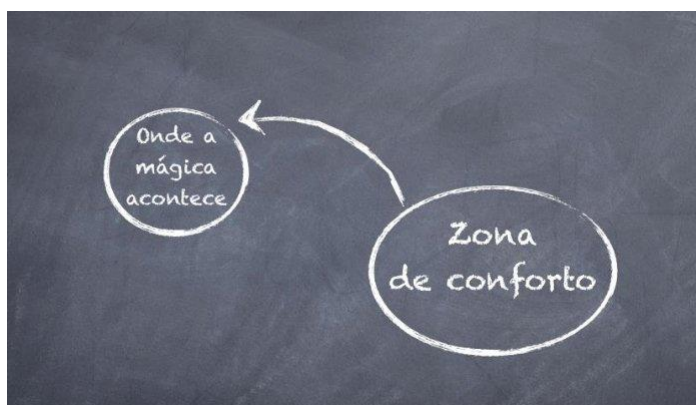
34



35



Considerações Finais...



36



Ouçá todos os seus Stakeholders...



Promova uma mudança Cultural...





 ledervin

39

NÃO COMPLICAR

 ledervin

40



41

 ledervin



Obrigado!

A hand is shown holding a black marker, drawing a curved line. The word "Obrigado!" is written in a bold, black, handwritten font above the line. A red triangle is positioned in the top right corner of the page.

42

 ledervin