

E-Book

Estratégia Empresarial e Planejamento Estratégico

O que você precisa saber





Índice

1. Introdução
2. Quais os fundamentos da Estratégia Empresarial e Planejamento Estratégico?
3. Por que é importante ter uma Estratégia?
4. Princípios da Gestão Empresarial
5. Planejamento Estratégico-> Como utilizar?
6. Marketing Digital e sua Importância na Estratégia e Planejamento
7. Principais canais para explorar no princípio de uma Estratégia Digital
8. A Comtele

1. Introdução

Estratégia é uma palavra com origem no termo grego strategia, que significa plano, método, manobras ou estratagemas usados para alcançar um objetivo ou resultado específico. Na sua origem, a palavra estratégia estava estritamente relacionada com a arte de fazer guerra de um líder militar, como um general, por exemplo. Mais tarde, passou a ser mais abrangente, sendo que atualmente a estratégia está relacionada com a vertente militar, econômica, psicológica e política da preparação para a defesa de um país contra uma determinada ameaça. Pode significar planejamento bélico, ou seja, a combinação e aplicação dos recursos bélicos no comando de grandes forças militares.

O pensamento estratégico é essencial para o ser humano, e pode ser aplicado em várias situações, tanto no âmbito laboral, como no contexto pessoal.

Neste E-book vamos abordar os conceitos, dicas, utilização para que a sua empresa consiga elaborar e executar de forma efetiva a estratégia empresarial através de um planeamento. Vamos lá!



2. Quais os fundamentos da Estratégia Empresarial e Planejamento Estratégico?

Quando falamos de fundamentos do pensamento estratégico empresarial, não podemos nos esquecer que no campo organizacional, nota-se uma forte tendência para a inovação, bem como a própria gestão do conhecimento, considerando as aprendizagens individuais e organizacional como forte estratégia competitiva, antevendo situações e solucionando problemas antes mesmo que aconteçam. No que diz respeito ao pensamento estratégico empresarial, é preciso identificar se seus recursos (financeiros, materiais, humanos, etc.) estão sendo administrados corretamente para oferecer sempre os melhores produtos e serviços à sociedade, de forma competitiva e acompanhando as tendências de mercado, principalmente, nesse mercado globalizado.

Desta forma, o planejamento estratégico se torna uma ferramenta e uma técnica para gerenciar o caminho que leva aos objetivos desejados por qualquer organização. Sempre que planejamos estamos na busca de objetivos identificados e definidos, assim podemos concluir que o planejamento estratégico é o processo de formulações estratégicas para aproveitar as oportunidades e neutralizar as ameaças ambientais utilizando os pontos fortes e eliminando os pontos fracos da organização, e deve sempre levar em conta:

Estratégia - mostrar as opções de caminho por trajetória a seguir, para alcançar os objetivos;

Diagnóstico - mostrando o conhecimento da realidade;

Planos - viabilizam os objetivos e estratégias;

Execução - implementação das ações programadas;

Controle - acompanhamento da execução e avaliação dos resultados alcançados.

Tradicionalmente traduzida num Plano, a estratégia empresarial deve ter em consideração o enquadramento do sector, o mercado, a concorrência e as características intrínsecas da própria organização, como a cultura, valores e os seus recursos humanos. Porém, no contexto actual, um Plano Estratégico é também um documento de inovação empresarial e de reinvenção do negócio da empresa, e constitui um compromisso dos gestores para com a implementação estratégica: define os resultados que é necessário atingir e permite a ligação do sucesso estratégico aos incentivos a estabelecer com os gestores.

Em tempos de elevada volatilidade do mercado, o planejamento

estratégico mostra-se essencial para que uma empresa, independente do seu tamanho, saiba se portar frente a um cenário de crescimento econômico reduzido e de incontestável protecionismo internacional.

Assim, definimos o planejamento estratégico como um esforço de uma empresa para se adaptar às condições ambientais a que está sujeita. Por meio dele, busca-se aproveitar oportunidades, se defender de ameaças internas e externas e ainda, conhecer forças e fraquezas. Em linhas gerais, o objetivo da adoção desse planejamento é estabelecer a melhor direção a ser seguida, atuando de maneira inovadora e diferenciada.



3. Por que é importante ter uma Estratégia?

Em meados da década de 1950, o Planejamento Estratégico chegava nas empresas, fomentado principalmente nas organizações da América do Norte. Desde essa época até os dias atuais, a estratégia empresarial se difundiu mundialmente e sofreu várias transformações nas linhas de pensamento que definiam os diversos modelos de como se abordar este tema dentro das empresas. Hoje o Planejamento Estratégico é considerado a ferramenta de gestão mais utilizada por empresas do mundo todo.

Imagine como seria conduzir uma estratégia complexa de marketing empresarial sem qualquer tipo de planejamento. Isso levaria à tomada de decisões importantes sem qualquer tipo de informação ou critério, mal uso das ferramentas disponíveis para o trabalho, conflitos internos, falta de resultados e desânimo geral. Em outras palavras, trabalhar sem se planejar e seguir um rumo certo significa muito estresse desnecessário.

Mas qual a vantagem de se adotar uma estratégia empresarial? Como ela pode ajudar a tomar decisões mais assertivas e lidar com imprevistos?

Ter uma estratégia clara qual o caminho a ser

seguido para se atingir aos objetivos esperados. Uma característica comum as empresas de sucesso é ter planos de curto, médio e longo prazo.

Ter uma estratégia definida é essencial no processo de tomada de decisões. É a estratégia que direcionará quais produtos criar, em qual área realizar um maior investimento em marketing, investir em ampliação ou modernização, comprar ou alugar, contratar ou terceirizar, diversificar ou focar, aumentar o marketshare ou nos lucros, etc. O grande diferencial é que todas as áreas estarão unidas em uma direção e as ações são complementares, gerando sinergia e potencializando os resultados.

Também é preciso enfatizar que ela deve ser acompanhada, logo, rapidamente se percebe quando o resultado não está sendo o esperado e que ações precisam ser tomadas para ajustar o rumo. Com isto sua empresa consegue atingir e manter esse resultado, pois todas as áreas de sua empresa estarão alinhadas nessa busca, assim conseguirá encantar os clientes e fidelizá-los oferecendo não apenas um produto de excelência, mas uma experiência única.

Existem pelo menos cinco elementos básicos da estratégia que devem ser analisados:

- 1-** Capacidade de compreender o comportamento competitivo como um sistema no qual competidores, clientes, dinheiro, pessoas e recursos interagem continuamente.
- 2-** Capacidade de usar essa compreensão para prever como um dado movimento estratégico vai alterar o equilíbrio competitivo.
- 3-** Recursos que possam ser permanentemente investidos em novos usos mesmo se os benefícios consequentes só aparecerem a longo prazo.
- 4-** Capacidade de prever riscos e lucros com exatidão e certeza suficientes para justificar o investimento correspondente.
- 5-** Disposição de agir.

Sob essa ótica podemos entender que a empresa deve possuir o impulso de nunca estar satisfeita com suas realizações, visto que o mercado encontra-se em constante mutação, exigindo dos gestores a constante identificação de oportunidades e antecipação frente aos concorrentes. Analisando a estratégia como um sistema composto por um conjunto de processos interligados alguns processos são encadeados, e um dos mais importantes que vamos citar agora é Gestão Empresarial.

4. Princípios da Gestão Empresarial

Há uma grande diferença entre Gestão Estratégica e Planejamento Estratégico. O Planejamento Estratégico é um processo gerencial que diz respeito à formulação de objetivos para a seleção de programas de ação e para sua execução, levando em conta as condições internas e externas à empresa e sua evolução esperada. Já a Gestão Estratégica é uma forma de acrescentar novos elementos de reflexão e ação sistemática e continuada, a fim de avaliar a situação, elaborar projetos de mudanças estratégicas e acompanhar e gerenciar os passos de implementação. Como o próprio nome diz, é uma forma de gerir toda uma organização, com foco em ações estratégicas em todas as áreas.

Para ser produtiva, não basta à organização dominar a tecnologia de seu negócio, embora isto seja imprescindível. Ela precisa também de motivação, em outras palavras, de pessoas com atitude vencedora, com capacidade de se organizar persistindo em sua busca por resultados, resistindo às tentações do caminho (atalhos geralmente danosos), de avaliar suas conquistas e perdas e refazer seus planos, de mudar esses planos sempre que necessário, de tomar decisões e implementar as ações, enfim, com capacidades e desejo de lutar.



Boas práticas de gestão são as ferramentas e métodos gerenciais aplicados no dia a dia do negócio. Mas não se pode adotar todas as ferramentas, todos os métodos.

As ferramentas e os métodos utilizados devem estar alinhados com as necessidades organizacionais, almejando algum resultado prático. Assim, um bom sistema de gestão deve estar fundamentado em princípios: os motivos para determinada ação.

Dentro da Gestão Estratégica existem vários passos. Inicialmente é realizado um Diagnóstico Estratégico, onde são realizados os levantamentos das situações atuais da empresa, buscando assim avaliar a existência e a adequação das estratégias vigentes dentro da instituição, bem como se estão oferecendo os resultados esperados. Dentro do Diagnóstico Estratégico, são levantadas informações como a competitividade da empresa, o portfólio de produtos, ações de mudanças, vulnerabilidade às ameaças existentes, quantidade de recursos estratégicos disponíveis e projetos futuros. Neste ponto entra o Planejamento

5. Planejamento Estratégico

Como utilizar?

Ao contrário do que muitos pensam, fazer um bom planejamento exige passos simples e que podem ser feitos por qualquer empresa, independentemente do seu tamanho. Ter um olhar mais estratégico sobre o futuro do negócio vai ajudá-lo a crescer de forma mais estruturada e pelo caminho certo,

Ele se torna fundamental para passar uma boa imagem institucional de qualquer empresa, visto que, possibilita uma comunicação mais clara e, com isso, um maior entendimento e sinergia entre empresas, clientes, público-alvo e funcionários.

Planejamento envolve sonhar o futuro e tangibilizar essas mudanças no presente. Não importa se seu objetivo é aumentar o volume de vendas ou o tamanho da empresa, seus colaboradores não irão saber como agir sem um bom planejamento. Na hora de realizá-lo, não esqueça de sempre levar em consideração os valores e a missão do negócio, eles devem pautar toda estratégia que será usada pela empresa.

A primeira etapa do planejamento, é reunir as pessoas que vão fazer o planejamento acontecer. Por mais que o engajamento de

todos os colaboradores seja importante, nessa primeira tapa você deve chamar apenas aquelas pessoas que têm poder de decisão, como os diretores de áreas e gestores. Depois de selecionar quem deverá participar do processo, é hora de sair um pouco do ambiente de trabalho. Durante a elaboração do planejamento, você e seu time vão precisar ter tempo para refletir sobre o futuro do negócio de forma mais profunda e isso só vai acontecer quando não há tarefas do dia a dia em paralelo. Depois de ter tudo isso bem definido, é hora do segundo passo: entender o que impede sua empresa de atingir esses resultados. Seguindo pelo exemplo de ter uma empresa mais colaborativa, você deve pensar em quais barreiras estão impedindo que isso aconteça. Pode ser a arquitetura do seu escritório, por exemplo: às vezes seu time pode achar que aquele design de cubículos impede uma cultura mais colaborativa.

Existem alguns passos que são extremamente importantes para se ter um Planejamento Estratégico eficaz na sua empresa:

- ✔ Determine uma Meta: O caminho pelo qual se deseja seguir é o ponto de partida do planejamento, e os objetivos de comunicação que se deseja alcançar devem ser bem estabelecidos.

- ✔ Determine missão, visão e valores da sua empresa: A definição de missão, valores e visão da empresa devem ser totalmente conhecidas, permitindo que o planejamento siga de acordo com tais políticas da organização.

- ✔ Identifique seu público: Além da empresa, deve ser analisado, também, o público com o qual se deseja conversar; podendo definir os melhores caminhos para chegar aos principais objetivos.

- ✔ Defina objetivos, estratégias e metas: É fundamental ter estabelecidos quais são os objetivos que se deseja alcançar, quais são as ferramentas que se possui para isso e em quais prazos isso deve ser realizado.

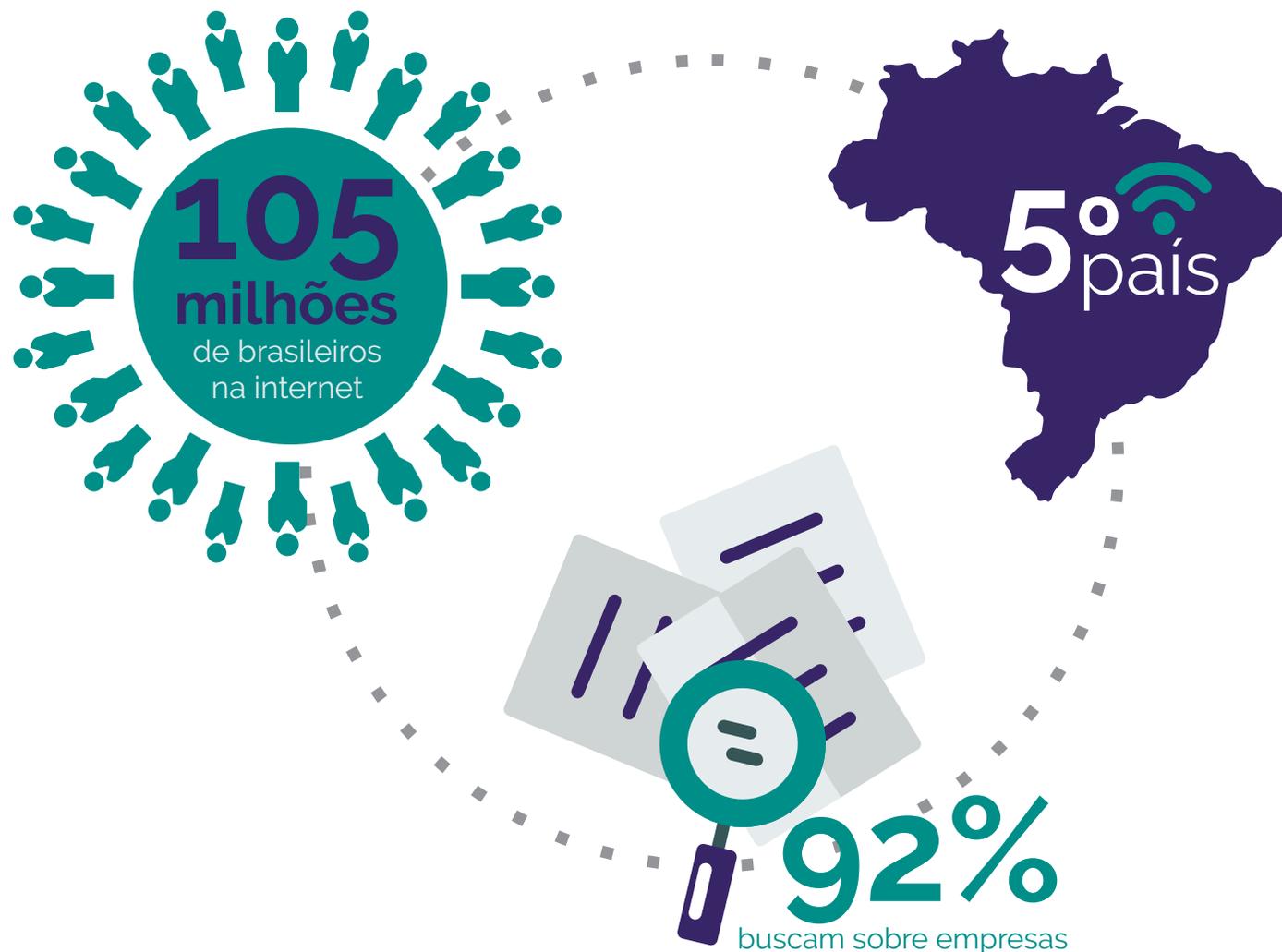
- ✔ Planeje a ação: Defina os planos que serão capazes de levar a empresa aos seus objetivos de maneira detalhada.

- ✔ Avalie os resultados: A partir do controle do planejamento, é possível avaliar os resultados da sua estratégia; modificando ou mantendo as ações que trouxeram bons ou maus resultados.

6. Marketing Digital e sua Importância na Estratégia e Planejamento

O Marketing Digital já é uma realidade há bastante tempo e cada vez mais se torna importante para empresas, profissionais e clientes. Mas você entende realmente a importância de um bom planejamento para Marketing Digital?

Segundo o IBOPE Media, são mais de 105 milhões de brasileiros na internet, sendo o Brasil o 5º país mais conectado no mundo. 92% dos usuários utilizam a internet para pesquisar sobre empresas, produtos e serviços antes de realizarem uma compra. A internet se tornou o terceiro veículo de maior alcance no Brasil, atrás somente do rádio e da TV. Um estudo recente feito pela Accenture revelou que, em 5 anos, o Marketing Digital será responsável por mais de 75% dos investimentos do setor. Ainda segundo a Accenture, a indústria também está caminhando para o mercado digital, mas gerenciar essas mudanças ainda é a maior barreira para implementação de iniciativas para 42% dos CMOs (Chief Marketing Officers) entrevistados. Além disso, a pesquisa identificou que 78% dos CMOs concordam que o marketing passará por grandes mudanças nos próximos 5 anos.



6. Marketing Digital e sua Importância na Estratégia e Planejamento

A internet fez com que as empresas tivessem que repensar a forma de se relacionar com seus públicos-alvo. Se antes era possível massificar o conteúdo e mensagem, o cenário atual já não permite isso. Hoje, saber o que comunicar e para quem comunicar é essencial para o sucesso do negócio, pois pode impactar diretamente nas vendas. É preciso ter em mente que a marca já não é mais a única fonte de informação. Os clientes têm em mãos meios de saber em segundos sobre sua empresa e negócios por meio de fontes que você, não necessariamente, tem influência. Qualquer público pode ser um influenciador, um cliente que coloca uma foto do seu produto no Instagram, por exemplo, está expondo a marca para aqueles que seguem o seu perfil na rede social.

Na atual conjuntura de mercado, é fundamental para uma empresa possuir conhecimentos claros de onde se pretende chegar e o que almeja atingir. Caminhar sem rumo, a esmo, pode levar a qualquer lugar, mas o mais provável é que leve a lugar nenhum. Por isso, a importância de um planejamento bem feito.

Desenvolver a identidade e presença digital de uma empresa é requisito básico para quem quer atuar nesse mercado. Já é fato também que para ter sucesso em suas ações de marketing, a empresa deve conhecer e acompanhar cada passo de seu target. A internet acaba proporcionando uma relação mútua entre a marca e seu público, de uma forma como nunca aconteceu antes.

Ao elaborar um planejamento de marketing digital, sua empresa deve ter em mente, de forma bem clara, quais são os objetivos da estratégia. Seria aumentar o tráfego do site? Aumentar as vendas? Captar e-mails ou fazer com que o usuário baixe um e-book? São muitos os exemplos! Esse tipo de conhecimento é importante por dois motivos: primeiro, facilita na hora de desenvolver todas as etapas do processo, pois quando você já sabe o que quer, todas as ações podem ser pensadas com esse propósito específico; segundo, na hora de medir resultados e determinar o sucesso (ou não) da campanha, você sabe exatamente para quais índices olhar.

Outro aspecto fundamental de seu planejamento de marketing digital é a delimitação do público a ser atingido. Quem compra seu produto? Qual sua rotina de comportamento, sua disponibilidade e necessidades acessórias? Essas são perguntas que você deve responder em seu planejamento. Sem esse tipo de informação bem fundamentado, sua empresa corre o risco de investir em uma campanha que atinja pessoas que não se interessam pelo seu produto ou serviço, gerando prejuízo e queda nas vendas.

Para garantir o sucesso em suas estratégias de marketing digital, a empresa precisa desenvolver um planejamento estruturado, com objetivos claros e estratégias aderentes ao mundo online. Vale ressaltar que a presença digital não se resume a empresa ter um site, uma rede social, isto é, estar na internet. Ela precisa atuar de forma estratégica, se tornando essencial para o consumidor, ganhando visibilidade e gerando resultados tangíveis para o negócio.

7. Principais canais para explorar no princípio de uma Estratégia Digital

É preciso que tenha claro o objetivo da empresa, de nada adianta investir em estratégias que não agregam ao seu crescimento ou fogem do objetivo principal do seu negócio.

Vale ressaltar que as ações no ambiente digital devem estar em sinergia com suas estratégias off-line. Apesar de muitas vezes terem públicos diferentes, as ações ON e OFF devem estar alinhadas, para que os objetivos sejam os mesmos e, na busca desses resultados, as estratégias conversem entre si.

Redes Sociais: Ótimo canal para ampliar a visibilidade da marca, estimular o compartilhamento de ideias e criar ambientes para troca de informações com os leads/clientes. Analisando este cenário de mudança comportamental, o investimento em internet é o que mais cresce no setor publicitário pois a forma de consumo está mudando. Para conquistar o público almejado é preciso oferecer conteúdo de extrema qualidade, informativo, interativo, e não simplesmente bombardeá-lo com propagandas intrusivas e de serviços e produtos aleatórios. A maior vantagem em campanhas nas redes sociais é a segmentação de público. Utilizando o Facebook Ads, por exemplo (links patrocinados no Facebook), é possível definir um target e comunicar diretamente com pessoas que gostem de páginas e assuntos relativos aos serviços e produtos que você pretende divulgar. Além disso, é possível entender o comportamento de sua audiência, saber em que horário há mais público online, filtrar que tipo de interação ele tem com sua página, classificar se os comentários são positivos, neutros ou negativos, e, em suma, entender como é a relação das pessoas com sua marca. Análises como estas são fundamentais para se ter sucesso nas redes sociais e, o mais importante: gerar as desejadas conversões. O público das redes sociais não as utiliza mais apenas para se comunicar, distrair, divertir e jogar; ele também consome informação, serviços e produtos.



7. Principais canais para explorar no princípio de uma Estratégia Digital

E-Mail Marketing: O marketing e suas estratégias se reinventam todo ano. Com o Email Marketing não é diferente. Se novas tendências surgem, elas são frutos de mudanças nos hábitos dos consumidores, de novas tecnologias e de plataformas mais sofisticadas. Diariamente, nós da Comtele, temos contato com empresas que usam a mesma estratégia há anos e muitas vezes nem pararam para pensar como o email realmente se encaixa dentro do seu Marketing e qual o benefício de ter uma boa estratégia, considerando os diversos tipos de email existentes. Antes de qualquer coisa, é bom ter claro que, no funil, o email atua em todo o ciclo a partir do momento em que um visitante, até então desconhecido, se torna um Lead ao baixar um conteúdo educativo, pedir um orçamento, demonstração ou deixar um contato no site. É bom frisar que: uma boa estratégia só tende a se consolidar se sua empresa possuir uma base própria de emails. Entendemos também que cada negócio é diferente, e por isso demanda estratégias diferentes de Email Marketing. Comtele possui uma ferramenta que permite que você personalize os envios, tornando ainda mais efetivo taxa de abertura e por consequência, de leitura da sua campanha.

SMS Corporativo: Comtele possui ferramenta de envio SMS Corporativo, que através de um banco de dados formado pelo cliente, consegue comunicação efetiva, personalizada e rápida com cliente, com apenas um clique. A grande vantagem do sistema de envio de mensagem de texto na utilização do seu marketing digital, é que própria empresa que contrata o serviço para utilizar esta função de marketing online, administra seu sistema, criando suas campanhas, e escolhendo as mais diversas formas de enviar sms: agendamento, personalização da mensagem, envio imediato, pesquisa interativa, entre outros. O SMS Corporativo Comtele possui excelente custo x benefício comparado às formas tradicionais de comunicação como cartas e telefonemas, que atualmente estão sendo substituídas pelo SMS, uma ferramenta de baixo custo e alta efetividade. A principal forma de ser assertivo com sua comunicação empresarial é unindo rapidez e precisão nas informações. Com o web torpedo Corporativo Comtele, enviar sms pode ser utilizado como uma mola propulsora de satisfação ao seu cliente, pois ele não apenas pode ser utilizado para notificar seu cliente de forma extremamente rápida, como também é um canal que permite, ao mandar sms, que seu cliente seja ouvido e, nos dias de hoje, um feedback cliente-empresa é extremamente valioso para uma melhora contínua, e nada tão certo como envio de sms em massa.

As Dicas apresentadas neste E-book, são apenas o início de uma grande jornada para que sua empresa domine a comunicação junto ao cliente e tenha como resultado a fidelização dele junto a sua marca.

Elaborar uma estratégia e um planejamento efetivo é um desafio para todas as empresas neste mundo digital, mas são componentes essenciais para o crescimento do seu negócio e lembre-se que estar em busca de um constante crescimento e aperfeiçoamento são fatores importantes para acompanhar as mudanças e necessidades do mercado.

Conte sempre com a Comtele em todas as fases de comunicação e fidelização e obtenha os resultados desejados, pois possuímos agilidade, personalização e um excelente custo x benefício!

8. A Empresa

A Comtele é uma empresa especializada em marketing virtual e está no mercado há mais de nove anos e os principais serviços oferecidos são:



SMS



E-MAIL MARKETING



TORPEDO DE VOZ

Temos como foco principal criar novas soluções de comunicação para que os nossos clientes consigam sempre transmitir a melhor mensagem aos seus consumidores através da conexão entre os mundos online e offline.

comtele.com.br



[/Comtele.mktvirtual](https://www.facebook.com/Comtele.mktvirtual)



(16)98130-4898



[atendimento.mltcorp](https://www.skype.com/atendimento.mltcorp)

COMTELE
A MESSAGING COMPANY