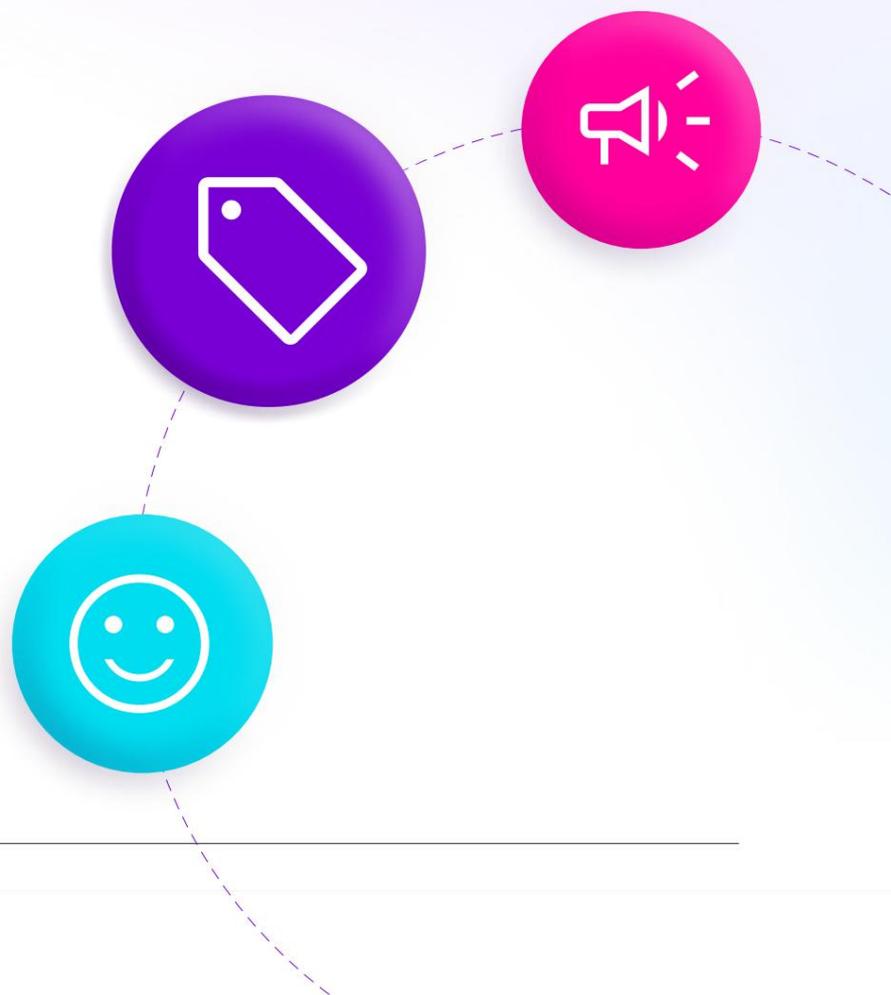


O roteiro RevOps simplificado

Um breve guia para elaborar uma estratégia de operações de receita clara e poderosa – usando a automação para realizá-la.

O sonho do RevOps para empresas em todos os lugares é unir com sucesso as funções de marketing, vendas e sucesso do cliente – para gerar responsabilidade de funil completo, crescimento de receita e uma experiência excepcional do cliente.





Mas o caminho para unir os departamentos com sucesso e colher as recompensas da geração de receita está se mostrando difícil para muitas organizações – desde start-ups, passando por scale-ups até empresas.



Na realidade, muitas empresas têm um grande sonho de RevOps – mas nenhuma estratégia pragmática e viável para transformar esse sonho em realidade.

Talvez você sinta que sua empresa tem um problema semelhante. Talvez sua transformação RevOps esteja em andamento, uma estratégia em vigor, mas está parando um pouco.

De qualquer forma, este guia está aqui para ajudar.

Conteúdo

06 Seção um: Construindo RevOps: o sonho e a realidade

09 Seção dois: Uma abordagem estratégica para uma transformação RevOps

Unindo silos, simplificando a complexidade

12 Seção três: Como construir uma frente unida

Ligue para os desenvolvedores

Construa em torno de um CRM

Software de automação em nuvem

15 Seção quatro: automação em nuvem explicada

Cargas aliviadas e recursos liberados

Um locus RevOps

19 Seção cinco: Automação RevOps em ação

21 Seção seis: Começando: advocacy e mudança cultural

Seção Um

Construindo

RevOps: o sonho e a realidade

O sonho RevOps

Seja você um líder em operações de receita, vendas, marketing, sucesso do cliente ou TI – o cenário em constante mudança no qual uma função RevOps deve operar pode parecer seriamente difícil de navegar.

No lado positivo, há uma miscelânea de tecnologias SaaS baseadas em nuvem, aplicativos e plataformas que podem fazer coisas incríveis para processos de receita – desde a captura de leads até o processamento de negócios e o gerenciamento de renovações. Na verdade, o uso sensato de uma pilha bem organizada de ferramentas e aplicativos deve ajudar qualquer equipe de RevOps a gerar receitas e lucros cada vez maiores, graças a:

- Mais insights sobre comportamentos, preferências e propensões do que qualquer um poderia ter sonhado alguns anos atrás.
- Inúmeras novas maneiras de alcançar as pessoas.
- Maior capacidade de analisar, planejar, prever, ativar, engajar, testar, medir, modelar e otimizar.

Em teoria, a disponibilidade de todas essas tecnologias empolgantes significa que a arte e a ciência de encontrar clientes, vender para eles e retê-los não devem mais se basear na intuição ou na adivinhação. Em vez disso, as operações de receita – impulsionadas pelas tecnologias certas – devem reunir profissionais de marketing, equipes de vendas e pessoal de sucesso do cliente para trabalhar com disciplina mensurável, responsável e orientada por dados.

Segue-se que a construção de casos de negócios irrefutáveis para orçamentos RevOps maiores deve ser direta. Na verdade, um ciclo virtuoso deve ser posto em movimento: generoso investimento de finanças no início de cada ano fiscal e retornos generosos de RevOps para apresentar a um CEO agradecido ao final dele.

Este é o sonho do RevOps.

A realidade RevOps

Mas sejamos honestos, toda essa inovação também traz alguns problemas.

- As pilhas de tecnologia estão ficando mais complexas, com o número de aplicativos usados por departamento crescendo.

A integração de sistemas e fontes de dados para que os dados fluam entre áreas funcionais de negócios é um desafio constante.

- Os dados podem parecer estar em todo lugar – à vista, escondidos ou perdidos em diferentes canais, silos, aplicativos e equipes.

- As diferentes aplicações e processos sendo usados em diferentes departamentos podem causar o que parecem abismos intransponíveis no processo e na comunicação departamental.

- Avanços tecnológicos rápidos (juntamente com nova força de trabalho dinâmica) estão mudando constantemente os comportamentos do comprador – exigindo adaptação constante.

É claro que, se você é um executivo sênior envolvido em uma transformação de RevOps, você tem uma jornada extremamente desafiadora, empolgante e de alto risco à sua frente ao tentar reunir esses três departamentos.

Felizmente, o primeiro passo é relativamente simples: elaborar uma estratégia alcançável.



Seção dois

Uma abordagem estratégica para uma transformação RevOps

É importante observar que unir as funções de marketing, vendas e sucesso do cliente para impulsionar a responsabilidade de funil completo e o crescimento da receita não é uma estratégia em si. É mais um objetivo geral que descreve um desafio.

Confundir o objetivo com uma estratégia é onde muitas empresas erram ao iniciar sua jornada de RevOps. Uma abordagem mais pragmática seria primeiro descobrir o grande obstáculo ou obstáculos que você precisa superar para unir suas equipes de marketing, vendas e sucesso do cliente.

Na seção acima, vimos que as pilhas de tecnologia estão se tornando mais complexas. E com muita frequência, as tecnologias, aplicativos e plataformas são usadas em silos – resultando em equipes desalinhadas, funis interrompidos e jornadas fragmentadas do cliente.

Alguns pontos de dados mostram uma imagem mais detalhada desse desafio:

52%

De acordo com um estudo recente, as empresas usam em média 254 aplicativos, com cada equipe usando entre 40 e 60. Só o marketing gasta quase um terço de seu orçamento em tecnologia.

De acordo com a ChiefMartec, 52% dos profissionais de marketing disseram que a integração era o maior obstáculo para o sucesso do marketing.

80%

Outro estudo sugere que mais de 80% das organizações têm uma visão incompleta da jornada de vida de um cliente – desde o envolvimento inicial até a compra, integração, renovação e expansão.

Unindo silos, simplificando a complexidade

Sistemas e fontes de dados desconectados - em marketing, vendas e sucesso do cliente - representam um obstáculo claro e óbvio de RevOps a ser superado. A esse respeito, uma estratégia de RevOps convincente torna-se clara: unificar seus sistemas e fontes de dados.

A concretização dessa estratégia resultaria em benefícios amplos e profundos.

Não menos importante:

- Dados que fluem entre departamentos
- Maior precisão de dados
- Uma única fonte de verdade para toda a equipe RevOps
- Pessoas e processos alinhados
- Complexidade de pilha reduzida
- Menos demandas de TI
- Recursos liberados e custos reduzidos

Em última análise, todos esses benefícios devem se combinar para colocar as equipes de RevOps em posição de gerar responsabilidade de funil completo, crescimento de receita e uma experiência do cliente que está sendo continuamente otimizada.

O caso de negócios para unir seus sistemas e fontes de dados é claro. As boas notícias? A execução dessa estratégia está ao alcance de qualquer empresa.



Seção três

Como construir uma frente unida

Existem várias rotas para unir todas as ferramentas nas quais suas equipes de vendas, marketing e sucesso do cliente confiam (enquanto une seu pessoal e processos ao longo do caminho). Vamos dar uma olhada nos prós e contras dessas rotas.

< > Ligue para os desenvolvedores

Uma equipe de desenvolvimento de pilha completa talentosa e com bons recursos pode alinhar e personalizar pilhas com dezenas de ferramentas diferentes. Mas o trabalho é sempre complicado e sem fim. O volume de sistemas, software e componentes normalmente em jogo em uma pilha de tecnologia cada vez maior significa que os custos de manutenção apenas para manter as luzes acesas são significativos e o custo total de propriedade geralmente é proibitivamente alto.

Quando a equipe RevOps vê uma oportunidade de automatizar um processo para melhorar a jornada do cliente, provavelmente terá que entrar em uma fila para garantir o tempo da equipe de desenvolvimento. Encontrar suas próprias soluções manuais enquanto esperam por uma solução pode acabar sendo o único caminho a seguir.

Apoiar-se tanto nos desenvolvedores é um caminho caro e ineficiente para a transformação do RevOps que as empresas com experiência em tecnologia tendem a não abandonar hoje em dia.



Construa em torno de um CRM

Depois, há a opção de construir sua pilha de tecnologia RevOps em torno de um CRM. Parece simples e atraente em teoria. Mas os CRMs geralmente são limitados por natureza e nem sempre permitem integrações que exigem várias etapas e vários aplicativos.

Obviamente, a Salesforce foi além de suas rotas de CRM para se tornar uma plataforma como serviço (PaaS) totalmente desenvolvida, com inúmeros aplicativos para potencializar qualquer RevOps ou operação de negócios. Mas sempre haverá ferramentas essenciais fora do ecossistema Salesforce que a equipe RevOps precisa usar.

Também vale a pena notar que os mercados embutidos dentro de alguns CRMs são notórios por terem módulos e widgets que não se integram muito bem com o produto principal e, portanto, falham em cumprir sua promessa.

Software de automação em nuvem

As plataformas de automação em nuvem podem ajudar a integrar e automatizar todos os processos conectados a um CRM – e muito mais. Essencialmente, esse caminho para a integração pode ocorrer rapidamente, com o mínimo de ajuda da TI e por uma fração do custo que levaria para implementar por meio do desenvolvimento interno.

No entanto, nem todos os softwares de automação em nuvem são iguais. Muitos tipos de plataformas tradicionais de integração e automação são lineares e não intuitivas, exigindo conhecimento significativo do usuário e informações de especialistas em desenvolvimento e serviços profissionais. Eles são geralmente conhecidos como RPA (Robotic Process Automation) ou EiPaaS (Enterprise Integration Platform as a Service).

Mas agora existe um novo tipo de plataforma de automação sem código intuitiva e poderosa que permite que membros não técnicos da equipe criem, construam e automatizem soluções visualmente – desde pequenas tarefas automatizadas até fluxos de trabalho e sistemas complexos.

O sonho de unir com sucesso as funções de marketing, vendas e sucesso do cliente, melhorar as experiências do cliente e impulsionar o crescimento da receita torna-se subitamente possível para qualquer empresa.



Seção quatro

Automação em nuvem explicada

Muitos aplicativos e ferramentas em uma pilha RevOps típica têm integrações integradas com outras tecnologias. Por exemplo, o Slack funciona bem em certas situações com software de gerenciamento de projetos como Monday ou Airtable. O problema é que nem todas as ferramentas em uma pilha de tecnologia RevOps se integram entre si. E mesmo quando o fazem, tende a ser apenas em situações limitadas.

A plataforma de automação certa ajuda você a preencher todas essas lacunas em sua pilha de tecnologia. Ele permite que os aplicativos e as etapas do processo sejam vinculados entre si e executados perfeitamente em segundo plano.

Com uma nova geração de criadores divertidos e intuitivos de arrastar e soltar, cada membro da equipe RevOps pode conectar facilmente aplicativos e criar fluxos de trabalho em minutos - sem necessidade de codificação. Esses fluxos de trabalho usam lógica baseada em decisões, com aplicativos conectados como ações e gatilhos, e podem ser usados para criar fluxos de trabalho infinitos com quantas etapas ou aplicativos forem necessários.

As equipes de RevOps podem projetar e criar fluxos de trabalho complexos de forma rápida e fácil que abrem infinitas possibilidades e obtêm os resultados desejados, sem a complexidade da codificação. Ou eles podem escolher entre modelos de integração de aplicativos prontos, que podem ser personalizados para necessidades específicas e combinados com fluxos de trabalho ideais.

Cargas aliviadas e recursos liberados

Quando os membros da equipe RevOps sem codificação ou habilidade técnica recebem o poder de criar soluções que preenchem lacunas entre departamentos e otimizam as jornadas do cliente, toda a dinâmica de um departamento provavelmente mudará.

A inovação está liberada. As ideias ganham vida. Não há mais tíquetes para TI quando uma determinada parte da jornada do cliente precisa ser automatizada. Em vez disso, as melhorias de processo são feitas em sprints por indivíduos e pequenos grupos, que podem priorizar e iterar à medida que avançam.

De maneira mais geral, os membros da equipe ficam capacitados para fazer mais em menos tempo, pois automatizam o que é repetitivo. Os representantes de vendas podem gastar seu tempo conversando com clientes em potencial e fechando negócios, em vez de inserir dados. Os profissionais de marketing podem colocar sua energia em conceitos criativos inovadores para sua próxima grande campanha, em vez de perder horas analisando conversões ou gerando relatórios.

Em toda a equipe RevOps, haverá mais tempo dedicado a atividades transformadoras que realmente movem a agulha e ajudam a empresa a crescer. O aumento da satisfação no trabalho dos funcionários e os ganhos de produtividade tendem a seguir.



Um locus RevOps

Combinar o poder de diferentes aplicativos em nuvem significa que há muito menos necessidade de comprar outros aplicativos ou plataformas. As pilhas de tecnologia tornam-se mais enxutas e menos complexas. Os processos tornam-se mais simples. Somas significativas de dinheiro podem ser economizadas.

Mas talvez ainda mais importante, a plataforma de automação certa pode fornecer a única fonte de conhecimento que realmente une uma equipe de RevOps.

Com aplicativos, sistemas e processos conectados, dados mais precisos podem começar a fluir repentinamente entre os departamentos. Enquanto isso, os insights fornecidos sobre as principais métricas (como valor vitalício e custo de aquisição) tendem a se tornar mais profundos.

Uma luz pode ser lançada sobre aspectos anteriormente ocultos da jornada do cliente. As equipes se tornam mais capazes de identificar KPIs úteis que as ajudam a tomar decisões mais estratégicas e eficazes.

Os silos também podem ser removidos. A criação de espaços de trabalho compartilhados em uma plataforma de automação pode capacitar grupos de trabalho multifuncionais (que podem incluir TI e finanças, bem como marketing, vendas e sucesso do cliente).

Do ponto de vista da TI, uma plataforma de automação central também significa que ameaças e incidentes podem ser facilmente identificados e possíveis interrupções evitadas.

Seção cinco

Automação RevOps em ação

Vejam alguns exemplos de soluções simples, mas super eficazes, que podem ser implementadas em minutos em uma equipe de RevOps.

Marketing

Veja o desempenho do pipeline. Existe uma maneira fácil de usar a automação para capturar e unir dados de engajamento de várias fontes – como canais sociais, e-mails ou um site. Aqui está um exemplo. Basta conectar os formulários de geração de leads do LinkedIn diretamente a uma ferramenta de CRM e, em seguida, definir uma automação para enviar todos os dados recebidos no momento em que os leads concluírem seus formulários, além de conduzir ações posteriores, como alertas e relatórios.

Confira o guia da Make para [automação de marketing para obter mais informações sobre soluções de marketing](#).

Vendas

Como todos sabemos, leads de marketing enviados para vendas nem sempre recebem acompanhamento. Mas todo um processo de roteamento de leads pode ser facilmente automatizado para resolver esse problema. Por exemplo, um webhook pode se registrar quando um formulário de contato é enviado em um site, o que, por sua vez, pode acionar uma mensagem automática por e-mail, Slack ou WhatsApp. Como alternativa, uma automação pode ser configurada com foco na qualificação dos leads, em vez de mover os dados do ponto A para o ponto B.

Assista ao vídeo de [demonstração de gerenciamento de roteamento de leads da Make](#) para descobrir como as empresas aumentaram suas taxas de conversão de leads em reuniões em 25%.

Sucesso do cliente

A integração do cliente tende a envolver dados do cliente, documentação confidencial e sessões de treinamento. Imagine se um software de criação de formulários on-line como o Typeform pudesse acionar uma automação que envia documentos confidenciais para uma parte segura de um banco de dados como o Google Drive - sem que nenhum membro da equipe precise vê-lo. Como parte do mesmo fluxo de processo, os clientes podem ser convidados para uma chamada inicial por e-mail ou para escolher um horário por meio de um software de calendário como o Calendly.

Para saber mais, confira o vídeo de [demonstração de integração do cliente da Make](#) sobre como as empresas estão aumentando sua integração.

Seção seis

Começando: advocacy e mudança de cultura

Imagine o cenário. A estratégia RevOps está definida. Uma plataforma de automação de nuvem intuitiva e sem código está em vigor. Os membros da equipe aproveitaram as sessões de treinamento e têm acesso a uma variedade de materiais de treinamento.

Eles estão entusiasmados com esta oportunidade de transformar os negócios e suas vidas profissionais.

Nesse cenário, é provável que uma transformação de RevOps de baixo para cima já tenha sido iniciada. Indivíduos e pequenos grupos começarão gradualmente a melhorar os processos pelos quais são responsáveis de forma rápida e eficiente.

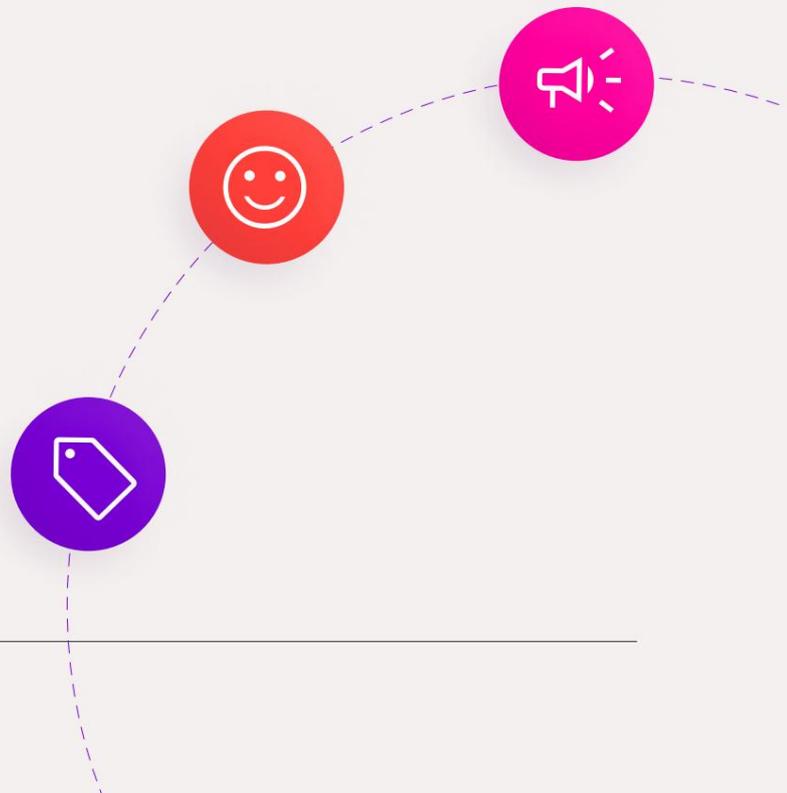
Mas esse tipo de transformação de baixo para cima, impulsionada pela automação da nuvem, deve ser turbinada por encorajamento e incentivos da equipe de liderança. O patrocínio de cima para baixo é um fator crítico para qualquer iniciativa de automação séria, e o apetite pela transformação precisa vir dos líderes de negócios.

Isso pode significar tornar a automação um foco estratégico de negócios e definir metas da empresa que recaiam sobre as equipes RevOps, com rastreamento de nível de liderança e visibilidade do progresso em relação às métricas acordadas. Ou pode significar líderes apoiando a remoção de bloqueadores, como acesso aos dados e aplicativos necessários, ou habilitando a priorização para dar suporte a iniciativas de automação.

A plataforma de automação de nuvem certa, combinada com capacitação e impulso de cima para baixo e de baixo para cima, é uma força verdadeiramente poderosa e transformadora.

Para saber mais sobre como começar, converse com um de nossos especialistas em automação de nuvem. Eles ficarão felizes em compartilhar o que sabem.

[Entrar em contato](#)



Sobre Make

Make é a principal plataforma visual para qualquer pessoa projetar, construir e automatizar qualquer coisa – de tarefas e fluxos de trabalho a aplicativos e sistemas – sem a necessidade de habilidades de codificação. A Make permite que indivíduos, equipes e empresas em todos os setores criem soluções personalizadas poderosas que dimensionam seus negócios mais rapidamente do que nunca. Faça poderes sobre mais de 500.000 organizações em todo o mundo. Saiba mais sobre Make em www.make.com.

Sobre Babel-Team

Somos uma empresa especializada em soluções estratégicas para inovação digital com mais de 10 anos de experiência em automação de marketing e vendas. Como parceiros certificados do ActiveCampaign, oferecemos suporte técnico VIP para contas, além da expertise necessária para gerenciamento e implementação dos seus fluxos automatizados.



Conheça Make!

COMECE GRÁTIS HOJE

<https://babel.team/conheca-make>

✔ ONBOARDING GRÁTIS
EM PORTUGUÊS*

✔ 10.000 OPS GRÁTIS (PRIMEIRO MÊS)
PLANO PRO*

✔ SEM CARTÃO ✔ SEM LIMITE DE TEMPO NO PLANO FREE

* Benefícios exclusivos para clientes Babel-Team.
Obtenha sua conta e receba seu onboarding grátis. Contate-nos!