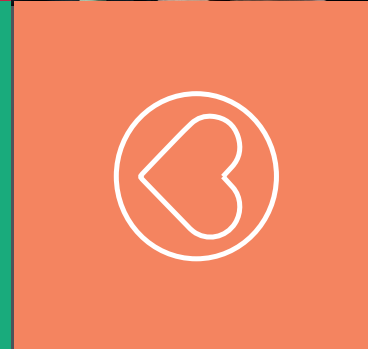


Multimarcas // Gestão Multimarcas

Indicadores essenciais para a Gestão Multimarcas



Indicadores essenciais para a Gestão Multimarcas

Líder, você conhece os indicadores do seu negócio?

Os indicadores agregam valor ao seu modelo de negócio ao fornecerem informações importantes para sua tomada de decisão.

Parte da sua rotina deve ser o acompanhamento e as discussões em time sobre planos de ação para melhorá-los e mantê-los com alta performance. Ao acompanhá-los de perto, será possível entender o comportamento e os hábitos dos REs Multimarcas e quais as oportunidades a serem exploradas.

Por aqui, vamos abordar alguns temas relacionados. Olha só:

- 1 - Que indicadores o líder multimarcas precisa acompanhar todos os dias;
- 2 - Como analisar esses indicadores;
- 3 - Dicas de ações e atividades práticas para melhorar cada indicador;
- 4 - Painel informativo com os indicadores e em que ferramenta irá encontrá-los.

Vamos lá?



Indicadores e gestão dos resultados na VD Multimarcas

Vamos entender o que faz um indicador ser efetivo?

Primeiro, para fazer a diferença, você deve garantir que tem analisado e acompanhado os indicadores que mensuram os resultados e performance da sua operação, entendendo bem as métricas, ou seja, quais são os dados medidos por cada um.

Alguns dos indicadores são:

1 - Percentual de atividade

O QUE É?

O indicador de percentual de atividade é usado para determinar quantos revendedores ativos existem em relação à base total de revendedores ativos.

$$[\text{RE Ativos da Base Ativa}] / [\text{Total Base RE Ativa}];$$

Então, também é um indicador que mede o nível de serviço do ER e a FV. Já que, RE satisfeita com o atendimento, tende a comprar com mais frequência, ou seja, faz pelo menos um pedido a cada ciclo.

PARA QUE SERVE?

Acompanhar quantos revendedores compraram no ciclo vigente e conseguir analisar as possíveis causas de um crescimento ou de uma redução.

2 - Produtividade/Reais por ativo

O QUE É?

Indicador para verificar quanto, em média, cada revendedor comprou no ciclo atual, somando todos os pedidos feitos no período.

$$[\text{Valor vendido: RBV sem Omni}] / [\text{REs ativos no ciclo}]$$

PARA QUE SERVE?

Analisar este indicador colabora com o direcionamento de ações voltadas a elevar o valor comprado por cada revendedor e isso pode acontecer por meio de 2 variáveis: o revendedor comprar produtos de maior valor ou comprar mais produtos dentro do mesmo ciclo.

ATENÇÃO, LÍDER!

Na **Operação Multimarcas**, os indicadores continuam iguais, ou seja, suas métricas e significados não mudam. Entretanto, você deve ter uma atenção especial com a visão de todos eles com a **perspectiva multimarcas**.

Falando em perspectiva multimarcas, é importante destacar que, se o revendedor fizer um pedido contendo somente produtos de uma marca, como O Boticário, no início do ciclo e, mais tarde, faça outro pedido contendo apenas produtos de outra marca, como a Eudora, antes do final do ciclo, essa compra será considerada multimarcas e o indicador correspondente será contabilizado. Ou seja, mesmo que cada pedido contenha apenas produtos de uma marca específica, se o revendedor realizar compras de diferentes marcas durante o ciclo, sua atuação será considerada no indicador multimarcas.



#FIQUEDEOLHO

Na VD franquias, são consideradas multimarcas as compras compostas por produtos de duas ou mais marcas, como, por exemplo:

Boticário + Eudora

Eudora + Quem disse, Berenice?

Boticário + Quem disse, Berenice?

Boticário + Eudora + Quem disse, Berenice?

Para ajudá-lo a entender melhor os indicadores multimarcas, separamos alguns deles pra você.

3 - Percentual de Atividade Multimarcas (MM)

O QUE É?

Mede a quantidade de REs que fizeram compras multimarcas dentro do ciclo.

$$[\text{nº REs ativas Multimarcas}] / [\text{nº de REs ativas total no ciclo}]$$

PRA QUE SERVE?

Analisar a frequência de compra de REs que estão adquirindo 2 marcas ou mais, dentro do mesmo ciclo. Sabemos que REs multimarcas são mais ativos, pois possuem um portfólio maior para comprar e oferecer aos seus clientes.

4 - Produtividade/Reais por ativo multimarcas

O QUE É?

Indicador para verificar quanto, em média, cada revendedor comprou no ciclo atual, somando todos os pedidos feitos no período.

[Valor vendido: RBV (sem Omni) REs MM] / [REs MM ativos no ciclo]

PRA QUE SERVE?

Para acompanhar e analisar as possibilidades de incremento, como já feito no cenário monomarcas. Já que, como vimos, REs que compram mais de uma marca são mais produtivos que aqueles que compram apenas uma marca.

COMO ANALISAR A PRODUTIVIDADE MULTIMARCAS

Para ajudá-lo, na próxima página, simulamos cenários para uma possível Operação Multimarcas. Nela, vamos visualizar e analisar os dados por uma tabela com o indicador de produtividade. Vamos conferir como os REs multimarcas têm se mostrado sempre mais produtivos:



Este é o nosso cenário

		Passam a comprar Eudora			
	Praça Total CP antes virada	RE Origem Boti	RE Origem Eudora	RE Origem MM	Novas REs
Produtividade Total	+12%	+10%+	27%	+7%	+4%
Produtividade Marca O Boticário	+11%	+1,0%		+6%	+6,5%
Produtividade Marca Eudora	+15%		-38%	+16%	+1%

Obs: cada praça terá seu número específico conforme o tamanho da sua base e particularidades (DRE).

ESTAS SÃO AS NOSSAS ANÁLISES:



REs de Origem BOTICÁRIO:

Tendem a manter a produtividade da marca estável ou com leve crescimento, com os seus ganhos totais de produtividade trazidos pelo incremento de compras de Eudora (transformam-se multimarcas).



REs de Origem EUDORA:

Tendem a ter uma migração muito forte para O Boticário, podendo até ter metade da sua cesta de compras nesta marca. Esse RE diminui o seu ritmo de compra em Eudora, trazendo o incremento de produtividade via marca Boticário. *OBS.: Essa “queda” em Eudora é compensada pelos REs de Origem O Boticário na receita total.

REs Multimarcas

(REs que já compravam O Boticário e Eudora separadamente):

Tendem a manter comportamentos de compras parecidos e, ainda assim, têm um ganho de produtividade total em todas as marcas.

REs Novas Multimarcas:

Tem um comportamento muito parecido com os REs multimarcas e se mostram mais produtivos.

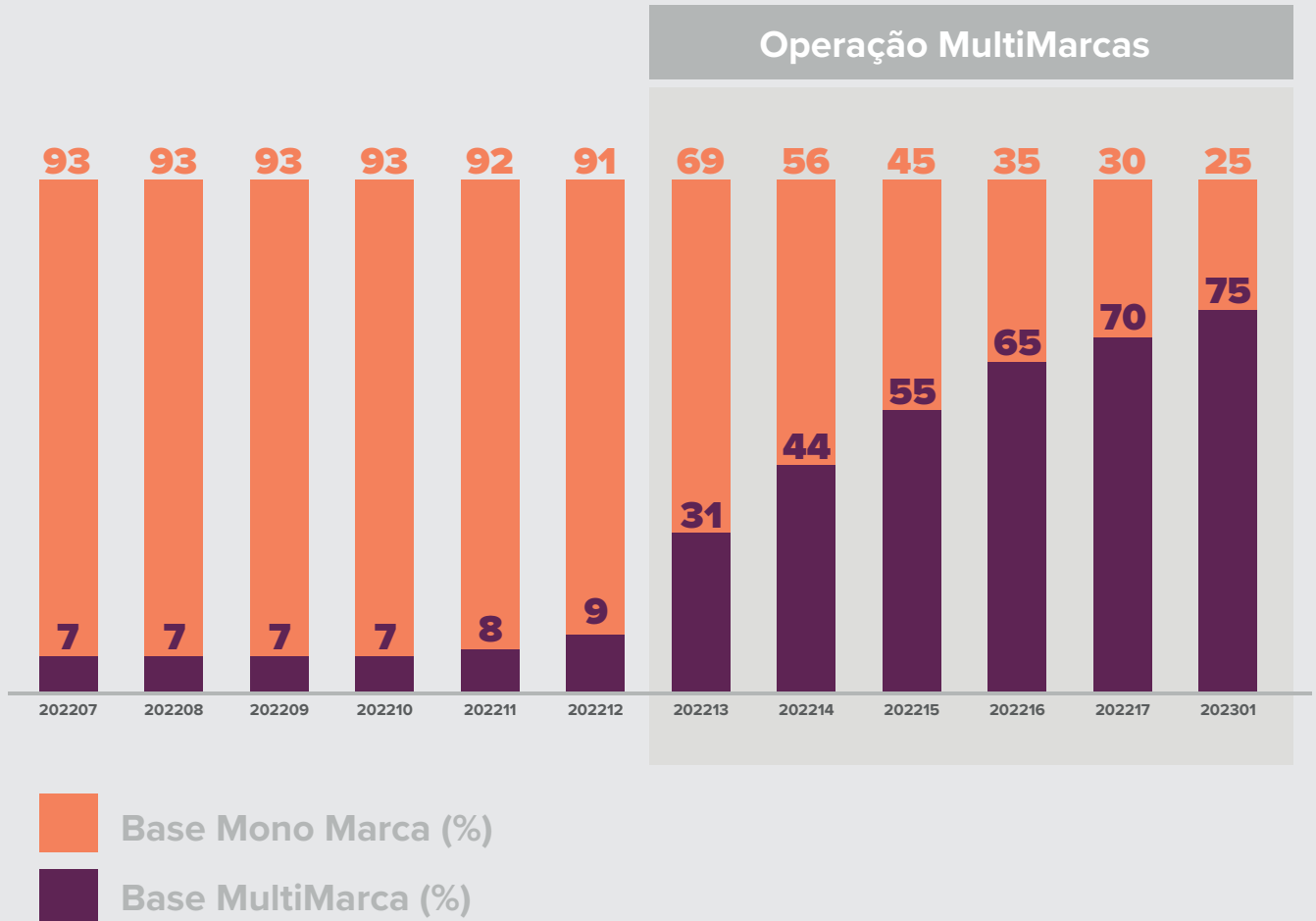
5 - Base de Revendedores Multimarcas

O QUE É?

Percentual de RE da base ativa total que se tornam multimarcas.

PRA QUE SERVE?

Acompanhar a migração da base monomarcas para multi.



A evolução da base monomarca para multimarcas tem sido muito rápida. Em média, até o ciclo 6 após a virada, 75% da Base total do CP passa a ser composta por revendedores multimarcas.

Este sucesso é resultado de uma liderança focada e de ações estratégicas que incentivam os revendedores a comercializar outras marcas, além daquela que revendiam anteriormente.

Uma das táticas mais eficazes tem sido incentivar a venda de produtos Eudora para os revendedores de origem Boti, aproveitando que já são RE que pertenciam à base do CP e que, por isso, a FV já consegue criar ações para que isso aconteça.

Para monitorar o progresso da base de revendedores, é importante acompanhar a penetração da marca Eudora e avaliar se as vendas por revendedor estão dentro das expectativas. Além disso, é essencial identificar oportunidades para aumentar as vendas e priorizar ações que melhorem os resultados.

6 - Compras no ER

O QUE É?

Percentual das compras realizadas dentro ER em comparação às compras totais da VD na operação.

[RBV no canal ER no ciclo] / RBV Total do ciclo]

PRA QUE SERVE?

Este indicador mostra que, quando incentivamos os revendedores a visitarem presencialmente o ER, além de trazer um incremento de produtividade, há uma maior participação multimarcas nos pedidos.

A experimentação no ER e o direcional dos atendimentos presenciais mostram ser efetivos e encorajam as compras.



#FIQUEDEOLHO

Este não é um indicador que surgiu com o modelo multimarcas, mas acompanhá-lo e realizar ações para melhoria dos resultados, é ainda mais importante neste cenário.



Dicas para melhorar a performance dos indicadores na VD Multimarcas

Agora, vamos conferir diversas ações e atividades que você pode realizar com a sua FV e com o RE para melhorar cada indicador!



Lembre-se: essas ações são sugestões. Para serem implementadas, é preciso alinhar todas com o franqueado/responsável pela operação.

Indicador: Penetração Eudora em RE origem Boti

Ações para melhorar a performance	
Com o time	Com o RE
Para que a FV ganhe cada vez mais segurança para oferecer produtos Eudora, promova ações de treinamento constantes, por meio de pílulas de conhecimento no início ou fim do dia ou reservando um momento do dia para que acessem a UB.	Organize combos multimarcas com algum produto Eudora muito vendido na região. Isso desperta a experimentação de produtos com o RE de origem Boti.
Reforce diariamente o resultado de um indicador e compartilhe com o time a responsabilidade de propor ações para que a performance continue melhorando.	Aumente os eventos no ER com experimentação/demonstração de produtos Eudora.
Quando algo estiver dando certo, não se esqueça de reconhecer e parabenizar o time pelos resultados positivos.	Combine com a equipe e defina diariamente um produto Eudora que deverá ser oferecido ao revendedor Boti. Essa ação pode ser nomeada como “foco Eudora do dia”

Indicador: Produtividade Multimarcas

Ações para melhorar a performance do RE

Fique por dentro do incremento de portfólio e a quantidade de promoções no ciclo. Oriente-os para que aproveitem essas promoções para fazer a venda dos produtos, aumentando os ganhos.

Estimule o RE a aumentar a quantidade de clientes que atende, usando a Minha Loja Digital e fazendo o anúncio de kits para os clientes.

Monte combos multimarcas com valores promocionais. Por exemplo: em compras acima de R\$X, com pelo menos 2 marcas diferentes no mesmo pedido, você concorre a uma cesta de produtos!

Promova ações promocionais com amostras, atreladas a um certo volume de compras



Indicador: Cessados - RE de origem Eudora (perda de base)

Ações para melhorar a performance	
Com o time	Com o RE
O RE de origem Eudora vai passar por muitas mudanças. Por isso, conscientize a FV para que todos tenham um cuidado especial nesse período. É preciso que se tenha foco total, em média, até o 6º ciclo pós-virada.	Se possível, verifique o histórico de I6 no perfil de Eudora e realize uma campanha/ação mais intensa com esses REs, concedendo descontos, brindes e prêmios.
Incentive a equipe a acompanhar diariamente os indicadores e conhecer a base de Eudora, além de entrar em contato com alguns REs de forma direta, todos os dias. Isso demonstra atenção e disposição para solucionar possíveis insatisfações e ainda é uma oportunidade de ativação	Faça a atualização dos dados cadastrais em todas as oportunidades de atendimento.
Busque melhorar a experiência de atendimento no ER: organize a equipe, cuide dos processos que geram demoras no atendimento e foque em transformar o ER em um espaço de experiência e convívio dos REs, não somente um espaço de vendas.	Reforce as comunicações sobre os encontros de ciclo e não deixe de elaborar atrativos para que o RE fique motivado a comparecer aos encontros

Indicador: Redução de cessados e Aumento de inícios e reinícios

Ações para melhorar a performance com o time

Tenha alguém dedicado à prospecção, seja on-line (redes sociais em geral) ou presencialmente

Acompanhe as taxas de conversão (inícios/cadastros) e estabeleça metas de crescimento diárias.

Organize o processo para atender inícios e reinícios. Lembre-se de que é importante tratar reinícios como um novo RE, explicando sobre as mudanças na Operação Multimarcas (principalmente sobre o Clube GB).

Para reduzir os cessados, na medida do possível, sempre realize a atualização cadastral.

Eleja alguém da equipe para cuidar das redes sociais do ER e divulgar um resumo das informações sobre o novo ER Multimarcas, além de citar os diferenciais oferecidos e um número de telefone para contato do RE, com o objetivo de retomar suas compras no ER.

Estabeleça metas atreladas a incentivos, para a FV atuar com maior engajamento nesses indicadores



Indicador: Queda de atividade Eudora - Aumento da atividade Multimarcas

Ações para melhorar a performance	
Com o time	Com o RE
Componha a variável da FV com a meta de atividades multimarcas.	Sempre tenha kits e combos multimarcas em exposição no ER.
Nos ciclos fora dos períodos de maiores vendas (como Dia das Mães, Dia dos Namorados ou Beauty Week), organize incentivos para a FV com curta duração, focados em aumentar a atividade de Eudora.	Divulgue cards “institucionais”, ou seja, aqueles que reforçam as vantagens de ser uma Revendedora multimarcas e fazer compras frequentes.
Organize premiações para a FV utilizando produtos Eudora.	Sempre aborde o tema do Clube GB, reforçando que, compras frequentes, facilitam a escalada do RE para a mudança de faixa e todos os benefícios que esta ação gera.
Tenha pessoas mais especialistas em make Eudora e estimule ações que vão além do atendimento, como, por exemplo, pequenos eventos e envio de vídeos sobre make para serem postados nas redes sociais.	Organize eventos no ER focados nos REs que estão entre A3 e I6, com foco em gerar pedidos e despertar interesse em produtos, até então, menos conhecidos.

Ferramentas para acompanhar os resultados da VD Multimarcas

Agora, quando você precisar consultar algum indicador, onde eles estarão disponíveis? Confira no painel informativo em que ferramentas irão encontrá-los.

Ferramenta	Status atual
GERA	Atualizado com a visão multimarcas. Receita considera vendas EUDORA - Base Ativa reflete a migração da base ativa de Eudora - Inícios e Reinícios são REs que não eram base ativa (considerando atividade do Gera BOT e EUD) e compraram no ciclo vigente
Plataforma do Franqueado	O GI (Sistema Gestão Integrada) acessado via extranet substitui a Plataforma do Franqueado na visão Multimarcas.
Dash Comercial	No primeiro momento não haverá ajustes. Posteriormente, na plataforma de gestão integrada, será possível verificar dados de demanda e abastecimento.
SuperPlano	Com a migração da franquia para Multimarcas, o antigo Super Plano precisou ser reformulado com a visão do Super Plano Multimarcas. O Super Plano já considera: - Base Migrada de EUD - Receita de BOT, Eudora, QDB e OUI - Origem da RE VDF - Base e Atividade Multimarcas E muito mais!
GI Sistema Gestão Integrada	Sistema que substitui a ferramenta conhecida como Plataforma do Franqueado e que contém informações atualizadas diariamente com toda visão multimarcas.
Mapa de Ativação	Este relatório deixa de existir para a VD Multimarcas.

DICAS DE OURO // DICAS DE OURO //



Então, líder, ficou claro a importância de acompanhar os indicadores para melhorar a performance do seu negócio, né?

Como falamos lá no começo, compreender os indicadores é fundamental na tomada de decisões. Você e sua equipe devem sempre acompanhá-los para entender o comportamento dos REs multimarcas e as oportunidades que podem ser exploradas. Por isso, lembre-se do mais importante: cuidar da satisfação do revendedor e do desempenho de vendas!