

HUNTING VS FARMING BENCH

Responsabilidades

Criar Prospects e Gerar Demanda

- ↳ Identificar e engajar potenciais clientes dentro do ICP

Prospecção

- ↳ Executar cold calls, cold mails, social selling e reuniões com potenciais clientes

Qualificação de Leads

- ↳ Utilizar frameworks de qualificação, como GPCT, BANT, MEDDIC para identificar potencial e fit de negócio

Executar Discovery e Apresentar Soluções

- ↳ Identificar pontos de necessidade e apresentar soluções personalizadas

Construir e gerenciar pipeline

- ↳ Manter e construir o fluxo de geração de negócios ativos

Negociar, Provisionar e Fechar negócios

- ↳ Negociar, contornar objeções, estimar potenciais previsões de vendas e fechar contratos

Handoff pré e pós vendas

- ↳ Garantir transições de qualidade entre todas áreas envolvidas no pré e pós vendas

Métricas Chave

Leads Gerados

- ↳ Volume de inputs (listas) e empresas adicionados à prospecção

Atividades de Cadência

- ↳ Volume de Ligações, reuniões, emails, social touches

Taxa de Agendamento

- ↳ Taxa de conversão de Leads para Agendamento

Conversão de Negócios por etapa

- ↳ Taxas de avanço por etapa do pipeline

Win rate

- ↳ Taxa de conversão de negócios / oportunidades para ganho

Ticket Médio ou Tamanho médio do pedido

- ↳ Valor médio de venda ou médio do tamanho do pedido

Ciclo de Vendas

- ↳ Tempo médio para fechar uma venda

Motivos de Perda

- ↳ Principais motivos de perda de negócio

CAC

- ↳ Custo de Aquisição do Cliente

Hunting vs Farming

Novos negócios

Gestão de Contas

Principais Metas

Novos Clientes	Crescer e Reter contas da base
----------------	--------------------------------

Foco da área

Novos Negócios Geração de Pipeline	Construção de Relacionamento e Upseling
--------------------------------------	---

Ciclo de Vendas

Ciclos mais Longos e mais imprevisíveis	Ciclos mais curtos, baseado em confiança
---	--

KPI's

Novos Logos Valor de Pipeline Taxas de conversão e Ticket médio	Taxa de Retenção Net (Upsell Crosssell Downsell Churn)
---	--

Impacto na Receita

Impacto no CAC (Custo total de marketing e vendas / novos clientes)	Aumento do LTV (Ticket médio e tempo médio do contrato)
---	---

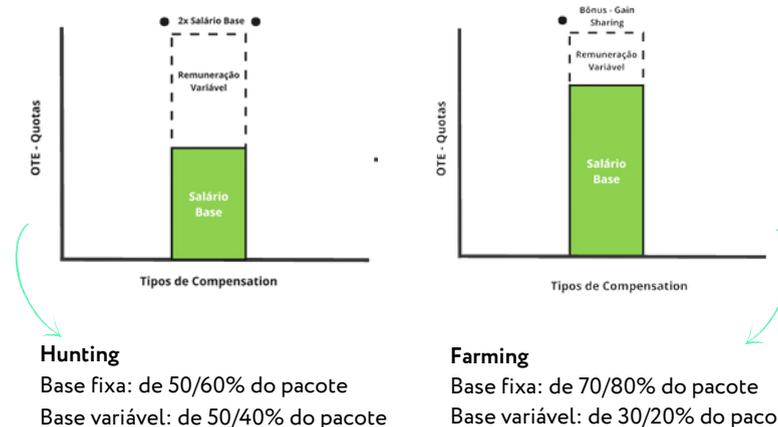
Principais Papéis

SDR BDR AE - Account Executive	AM Account Managers KAM (Key Accounts Managers) CSM CS
------------------------------------	--

Hard Skills

Técnicas de Qualificação, Vendas e Negociação	Gestão de Relacionamento, Técnicas de Vendas e Negociação
---	---

Hunting vs Farming Compensation



Responsabilidades

Onboarding e Nutrição com clientes

- ↳ Guiar cliente pela jornada de implementação e uso

Desenvolver relacionamento

- ↳ Executar ações de ABM, visitas, ligações, emails e social selling de forma cadenciada

Intermediar Customer Success

- ↳ Intermediar e priorizar chamados, cronogramas e tickets das áreas de customer experience

Upsell & Cross Sell

- ↳ Identificar oportunidades de Upsell e Cross Sell

Renovações e Retenção de Clientes

- ↳ Renovar contratos e ações para reduzir e evitar churn e downsell

Monitorar saúde do cliente

- ↳ Identificar saúde de clientes com base em NPS, comportamento de compra e uso de produto/serviços

Colaboração Cross Area

- ↳ Colaborar com áreas de Marketing, Produto e Atendimento ao cliente para mensurar potenciais riscos

Métricas Chave

Net Revenue Retention

- ↳ Saldo net de Expansão (Upsell | Crosssell) - Retração (Downsell e Churn)

Customer Lifetime Value (LTV)

- ↳ Evolução de LTV da base de clientes ativa

Churn Rate (logo & receita)

- ↳ Taxa de perda de clientes da base em % e volume

Upsell & Cross Sell

- ↳ Valor e taxa de Upsell e Cross sell da base

Renovação

- ↳ Taxa de renovação de clientes da base

Net Promoter Score (NPS)

- ↳ Avaliar percepção de clientes sobre satisfação geral

HealthScore

- ↳ Avaliar score médio de clientes se estão mais saudáveis ou em zonas de risco

Atividades de Relacionamento

- ↳ Avaliar cobertura de carteiras, tipos de atividade para cada cliente



Siga o Ricardo Okino para conteúdos de Gestão de Vendas B2B