

# **Modelo – Success Plan (deve ser usado para cada cliente)**

## **1. Informações do Cliente**

- **Empresa:** [Nome da empresa]
- **Segmento:** [Ex.: SaaS / Varejo / Indústria]
- **Stakeholders-chave:**
  - o **Sponsor (Decisor):** [Nome + Cargo]
  - o **Champion (Usuário principal):** [Nome + Cargo]
  - o **Equipe envolvida:** [Lista de contatos relevantes]

## **2. Objetivos de Negócio**

Quais metas estratégicas o cliente espera alcançar com o uso da solução?





- Ex.: Reduzir o tempo médio de atendimento em 20%.
- Ex.: Aumentar a taxa de conversão de leads em 15%.
- Ex.: Centralizar operações em uma única plataforma.

## **3. Indicadores de Sucesso (KPIs)**

Como mediremos se os objetivos foram atingidos?

- Ex.: **Taxa de Adoção:** % de usuários ativos semanalmente.
- Ex.: **ROI esperado:** R\$ X em economia ou ganhos até 6 meses.
- Ex.: **Satisfação do cliente final:** NPS  $\geq$  70.

## 4. Marcos da Jornada (Milestones)

Período	Marco esperado	Responsável (Cliente)	Responsável (CSM)	Status
0–30 dias	Concluir implantação e treinamentos iniciais	[Nome]	[Nome]	 Em andamento
31–90 dias	1º Relatório de Uso + Check-in de adoção	[Nome]	[Nome]	 Pendente
91–180 dias	ROI parcial + reunião de engajamento	[Nome]	[Nome]	 Pendente
181–365 dias	QBR + renovação contratual	[Nome]	[Nome]	 Pendente


## 5. Riscos & Ações Preventivas

- **Risco:** Baixa adesão dos usuários.
  - **Ação preventiva:** Treinamento extra e acompanhamento quinzenal.
- **Risco:** Sponsor sair da empresa.
  - **Ação preventiva:** Mapear um 2º contato executivo desde o início.

## 6. Próximos Passos Imediatos

- Confirmar agenda do próximo checkpoint.
- Compartilhar materiais de treinamento.
- Enviar resumo da Kickoff Call.

## 7. Contatos Importantes

- **CSM responsável:** [Nome / E-mail / Telefone]
- **Suporte Técnico:** [Canal / Horário]
- **Gestor de Conta:** [Nome / Contato]
-  **Resumo:** Esse Success Plan deve ser atualizado continuamente durante a parceria e serve como referência para mostrar **progresso, valor entregue e próximos marcos**.

# Modelo de Success Plan Pós-Kickoff (enviar após o término da reunião)

**Assunto do e-mail:** Success Plan – [Nome da Empresa]

**Corpo do e-mail:**

Olá [Nome do Cliente],

Foi ótimo nos reunirmos hoje no Kickoff Call! Conforme nosso alinhamento, segue o **Success Plan** detalhando objetivos, marcos da jornada e próximos passos para garantir que juntos entreguemos valor real desde o início.

## **1** Informações do Cliente

- **Empresa:** [Nome da empresa]
- **Segmento:** [Ex.: SaaS / Varejo / Indústria]
- **Stakeholders-chave:**
  - **Sponsor (Decisor):** [Nome + Cargo]
  - **Champion (Usuário principal):** [Nome + Cargo]

## **2** Objetivos de Negócio





- [Ex.: Reduzir o tempo médio de atendimento em 20%]
- [Ex.: Aumentar a taxa de conversão de leads em 15%]
- [Ex.: Centralizar operações em uma única plataforma]

## **3** Indicadores de Sucesso (KPIs)

- **Taxa de Adoção:** % de usuários ativos semanalmente
- **ROI esperado:** R\$ X em economia ou ganhos até 6 meses

- **Satisfação do cliente final:** NPS  $\geq$  70

## Marcos da Jornada

Período	Marco esperado	Responsável (Cliente)	Responsável (CSM)	Status
0–30 dias	Implantação concluída e treinamentos iniciais	[Nome]	[Nome]	 Em andamento
31–90 dias	1º Relatório de Uso + Check-in de adoção	[Nome]	[Nome]	 Pendente
91–180 dias	ROI parcial + reunião de engajamento	[Nome]	[Nome]	 Pendente
181–365 dias	QBR + renovação contratual	[Nome]	[Nome]	 Pendente

## Próximos Passos

- Compartilhar materiais de treinamento
- Confirmar data do próximo checkpoint
- Revisar e aprovar Success Plan

**CSM responsável:** [Nome / E-mail / Telefone]

Estamos à disposição para quaisquer dúvidas ou ajustes!

Obrigado pela parceria,

[Seu nome]

[Cargo / Empresa]