

Playbook – Kickoff Call & Definição de Objetivos Estratégicos

Objetivo

Alinhar expectativas, mapear os stakeholders e estabelecer um **Plano de Sucesso** claro, conectando o uso do produto às metas de negócio do cliente.

Preparação (antes da call)

- Revisar histórico do cliente (proposta comercial, dores, objetivos mencionados na pré-venda).
- Mapear stakeholders e cargos-chave.
- Preparar material de apresentação (agenda, overview do produto, próximos passos).
- Personalizar a reunião com dados específicos do cliente (ex.: segmento, porte, metas).

Estrutura da Reunião (Kickoff Call – 60 min aprox.)

- 1. Abertura & Apresentações (5 min)**
 - a. Dar boas-vindas e reforçar o propósito da reunião.
 - b. Apresentar o time (CSM e equipe do cliente).
- 2. Contexto e Expectativas (10 min)**
 - a. Revisar objetivos do cliente levantados na venda.
 - b. Perguntar quais metas são prioritárias para os próximos meses.
 - c. Validar expectativas de curto e longo prazo.
- 3. Visão do Produto & Jornada (15 min)**
 - a. Mostrar brevemente como o produto se conecta às necessidades do cliente.
 - b. Apresentar roadmap da jornada de implantação.
- 4. Definição do Plano de Sucesso (20 min)**
 - a. Co-criar com o cliente:

- i. **Objetivos de negócio** (ex.: reduzir custos, aumentar produtividade).
 - ii. **Métricas de acompanhamento** (ex.: % de adoção, ROI esperado).
 - iii. **Responsabilidades** (quem do cliente fará o quê, quem da sua empresa dará suporte).
 - b. Documentar em um **Success Plan**.
- 5. Próximos Passos & Encerramento (10 min)**
- a. Reforçar marcos importantes e responsáveis.
 - b. Confirmar data do próximo checkpoint.
 - c. Agradecer a parceria e deixar canal de contato aberto.

Entregáveis

- Documento do **Plano de Sucesso (Success Plan)** enviado em até 24h após a call.
- Agenda dos próximos checkpoints definida.
- Stakeholders-chave confirmados.

Valor entregue ao cliente

- Clareza total sobre **o que será feito, quem fará e quando acontecerá**.
- Segurança de que o investimento está sendo guiado por um processo estruturado.
- Primeira evidência de parceria estratégica (não apenas suporte).



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

1. Informações do Cliente

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

4 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

5 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]