

RELATÓRIO

ICP

R1 TERCEIRIZAÇÃO



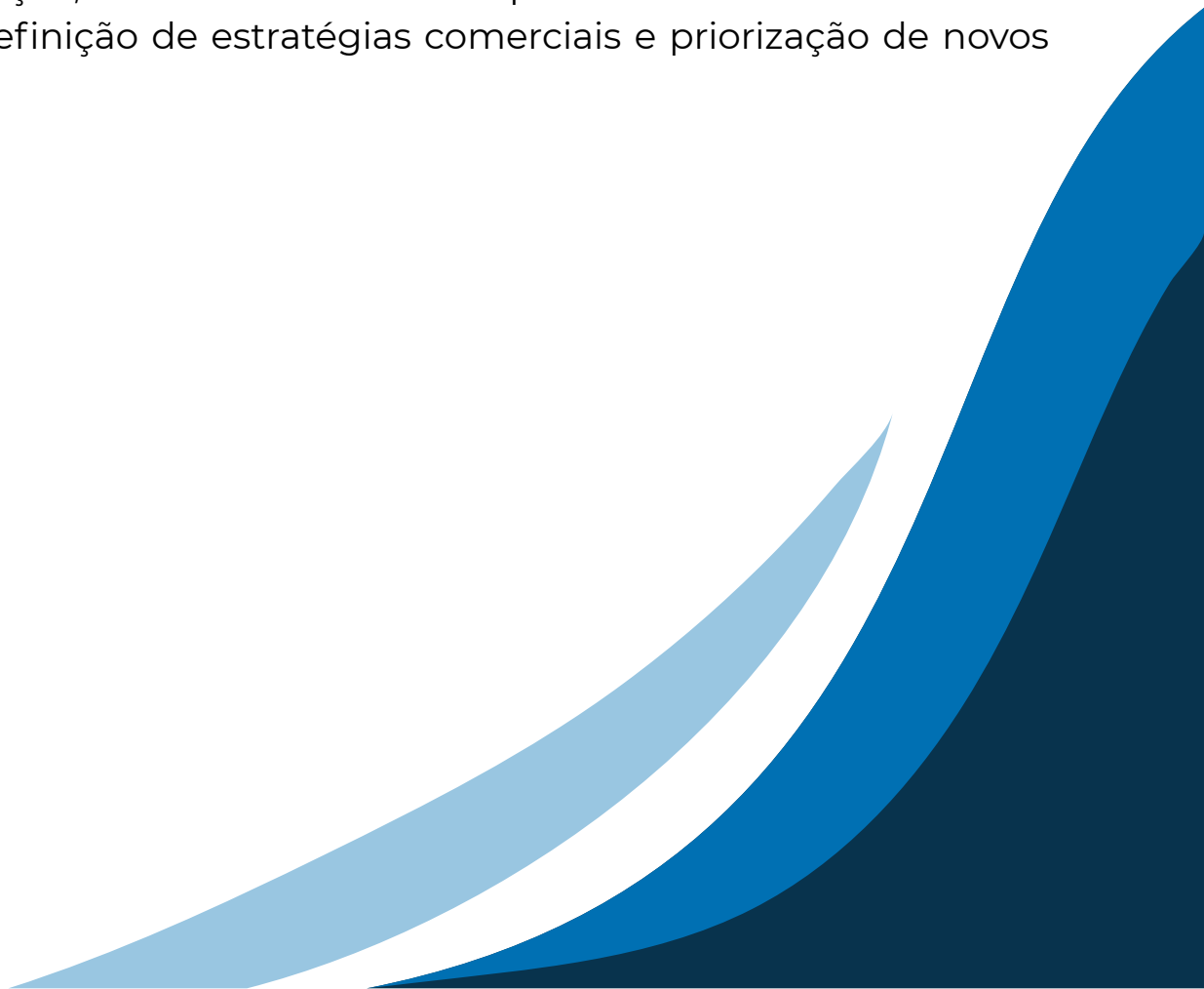
PRODUTIVA
JÚNIOR

INTRODUÇÃO

O Perfil de Cliente Ideal (ICP) é a definição das características dos clientes que apresentam maior potencial de gerar valor para uma empresa. Ele permite identificar quais organizações possuem maior aderência aos serviços oferecidos, considerando aspectos como comportamento de compra, nível de relacionamento, frequência de contratação e potencial financeiro.

Para uma empresa de terceirização de serviços que busca expandir sua atuação do setor público para o privado, a definição do ICP é fundamental para direcionar os esforços comerciais e de prospecção. A partir da identificação do perfil de cliente com maior potencial de contratação e relacionamento, a empresa pode concentrar seus recursos em oportunidades mais estratégicas, aumentar a assertividade na abordagem comercial e reduzir esforços direcionados a empresas com menor potencial de conversão.

Além disso, o ICP contribui para compreender quais características estão presentes nos clientes mais rentáveis e com maior potencial de fidelização, servindo como base para a entrada no mercado privado, definição de estratégias comerciais e priorização de novos clientes.



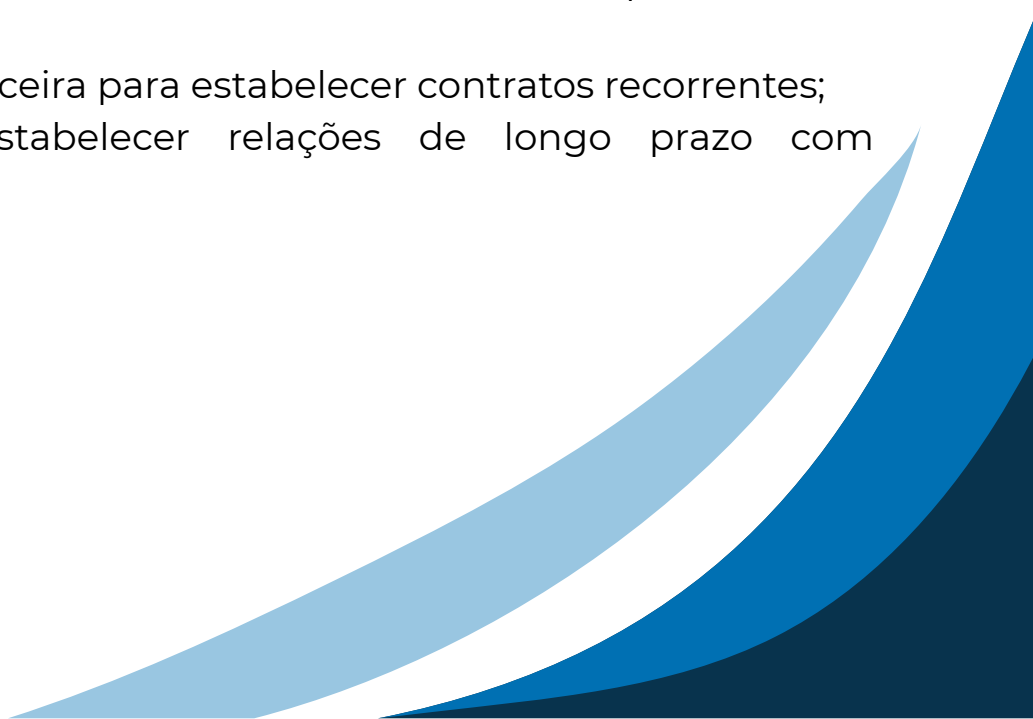
Público-Alvo: **R1 Terceirização**

O público-alvo da empresa é composto por organizações que necessitam terceirizar atividades para otimizar sua operação, reduzir a sobrecarga de gestão e garantir maior eficiência na execução de serviços.

Atualmente, a empresa possui atuação no setor público, atendendo órgãos e instituições que demandam serviços terceirizados. Com a estratégia de expansão, busca alcançar também empresas privadas de médio e grande porte, especialmente aquelas que possuem estruturas maiores e uma demanda recorrente por mão de obra e serviços especializados.

Dentro do mercado privado, podem ser considerados segmentos com potencial de contratação empresas como indústrias, hotéis, instituições de ensino, condomínios empresariais, shoppings, empresas de logística e outros negócios que necessitem manter atividades operacionais de forma contínua.

CARACTERÍSTICAS:

- Necessidade frequente de serviços terceirizados;
 - Busca por redução de custos e maior eficiência operacional;
 - Dificuldade ou alto custo para manter determinadas atividades internamente;
 - Necessidade de mão de obra em quantidade significativa;
 - Valorização da qualidade, confiabilidade e cumprimento de prazos;
 - Capacidade financeira para estabelecer contratos recorrentes;
 - Interesse em estabelecer relações de longo prazo com fornecedores.
- 

FREQUÊNCIA DE COMPRA: Alta/Recorrente

Como se trata de uma empresa de terceirização, o cliente ideal não é aquele que realiza uma compra pontual, mas aquele que possui necessidade contínua dos serviços. Portanto, o ICP deve apresentar potencial para contratos recorrentes, renovações e, principalmente, ampliação dos serviços contratados.

Características esperadas:

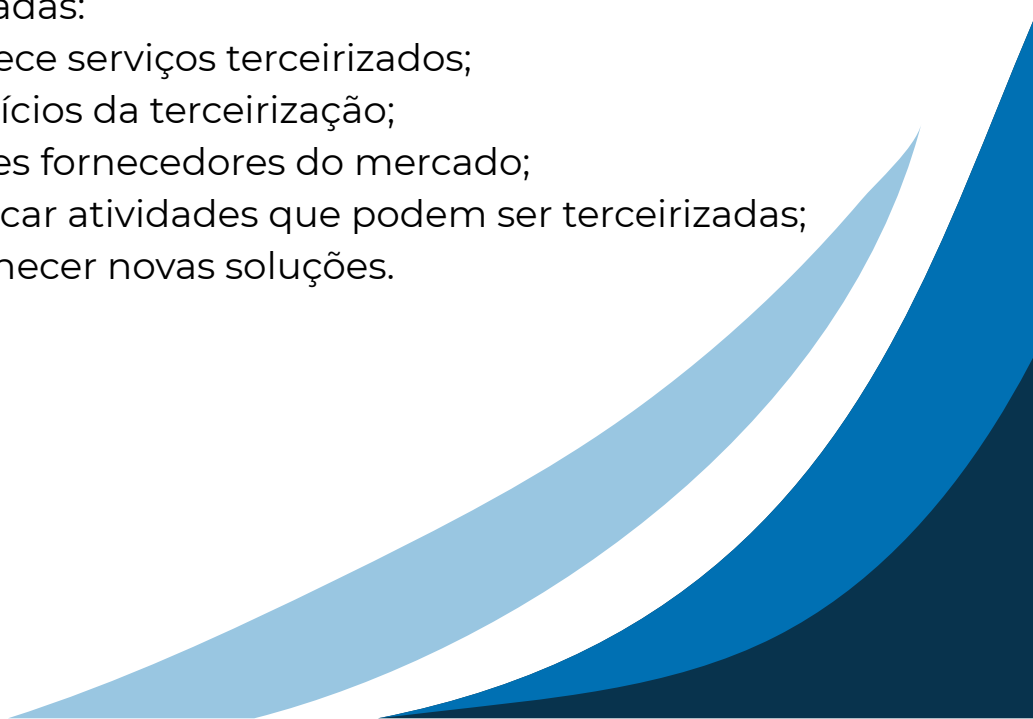
- Contratos de médio ou longo prazo;
- Renovação periódica;
- Necessidade contínua de mão de obra;
- Possibilidade de contratação de diferentes serviços;
- Potencial de expansão do contrato.

CONHECIMENTO DO PRODUTO: Médio

O cliente ideal tende a possuir algum conhecimento sobre terceirização de serviços e compreender as vantagens de contratar uma empresa especializada. Isso facilita o processo comercial, pois o cliente já reconhece a terceirização como uma alternativa para lidar com determinadas atividades da operação.

Entretanto, não é necessário que conheça profundamente os serviços da empresa, já que a atuação comercial também pode demonstrar novas possibilidades de terceirização.

Características esperadas:

- Já utiliza ou conhece serviços terceirizados;
 - Entende os benefícios da terceirização;
 - Conhece diferentes fornecedores do mercado;
 - Consegue identificar atividades que podem ser terceirizadas;
 - Está aberto a conhecer novas soluções.
- 

IMPORTÂNCIA DO PRODUTO: Alta

Quanto mais essencial for o serviço para a operação, maior tende a ser a preocupação do cliente com qualidade, continuidade e confiabilidade, e maior pode ser o potencial de estabelecer um relacionamento duradouro.

Características esperadas:

- Serviços necessários para o funcionamento da operação;
- Alta demanda por mão de obra;
- Dificuldade de administrar determinadas atividades internamente;
- Impacto operacional caso o serviço não seja executado adequadamente;
- Necessidade de continuidade e qualidade na prestação.

SENSIBILIDADE AO PREÇO: Médio/Baixa

Esse ponto é especialmente importante no mercado privado. O cliente ideal não deve escolher fornecedores exclusivamente pelo menor preço, mas considerar também qualidade, experiência, confiabilidade e capacidade de entrega.

Características esperadas:

- Valoriza custo-benefício;
 - Considera qualidade na decisão;
 - Valoriza experiência e credibilidade;
 - Está disposto a pagar por um serviço adequado;
 - Não possui o preço como único critério de contratação.
- 

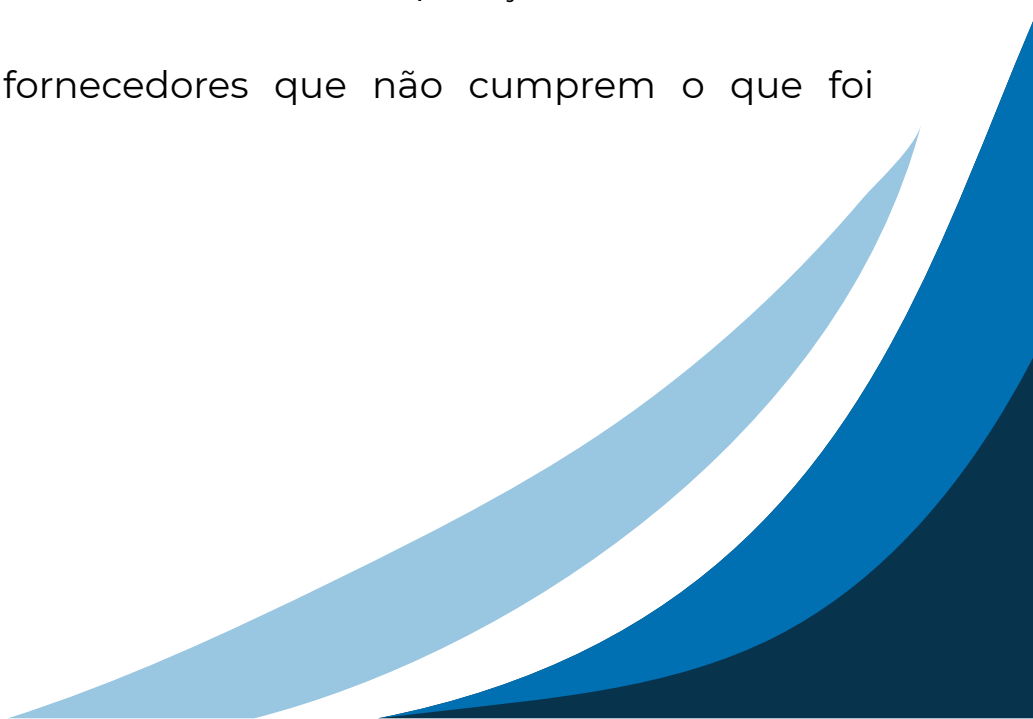
Buyer Persona: Cliente Ideal

PERFIL:

Mariana é a Buyer Persona da R1 Terceirização. Ela é responsável pelos Recursos Humanos (RH) e/ou por atividades administrativas e operacionais da organização. Sua rotina envolve garantir que a empresa tenha equipes suficientes para manter suas operações funcionando, além de acompanhar questões relacionadas à contratação, produtividade, absenteísmo e gestão dos colaboradores.

Por lidar com uma estrutura de médio ou grande porte, ela busca alternativas para reduzir a complexidade operacional e concentrar os recursos internos nas atividades estratégicas da organização. A terceirização é vista como uma possibilidade de transferir determinadas atividades para uma empresa especializada, mantendo o controle sobre a qualidade do serviço.

PRINCIPAIS DORES:

- Dificuldade de gerenciar grandes equipes internamente;
 - Alto turnover em determinadas funções;
 - Faltas e dificuldades de reposição de colaboradores;
 - Sobrecarga do setor de RH;
 - Custos relacionados à contratação e gestão de funcionários;
 - Dificuldade de encontrar mão de obra adequada;
 - Necessidade de manter a operação funcionando continuamente;
 - Problemas com fornecedores que não cumprem o que foi contratado.
- 

Buyer Persona: Cliente Ideal

OBJETIVOS:

Seu principal objetivo é garantir que as atividades terceirizadas sejam executadas com qualidade sem aumentar a complexidade da gestão interna.

Além disso, busca:

- Reduzir custos operacionais;
- Aumentar a eficiência;
- Diminuir a sobrecarga do RH;
- Melhorar a qualidade dos serviços;
- Ter previsibilidade de custos;
- Encontrar um fornecedor confiável;
- Estabelecer uma parceria de longo prazo.

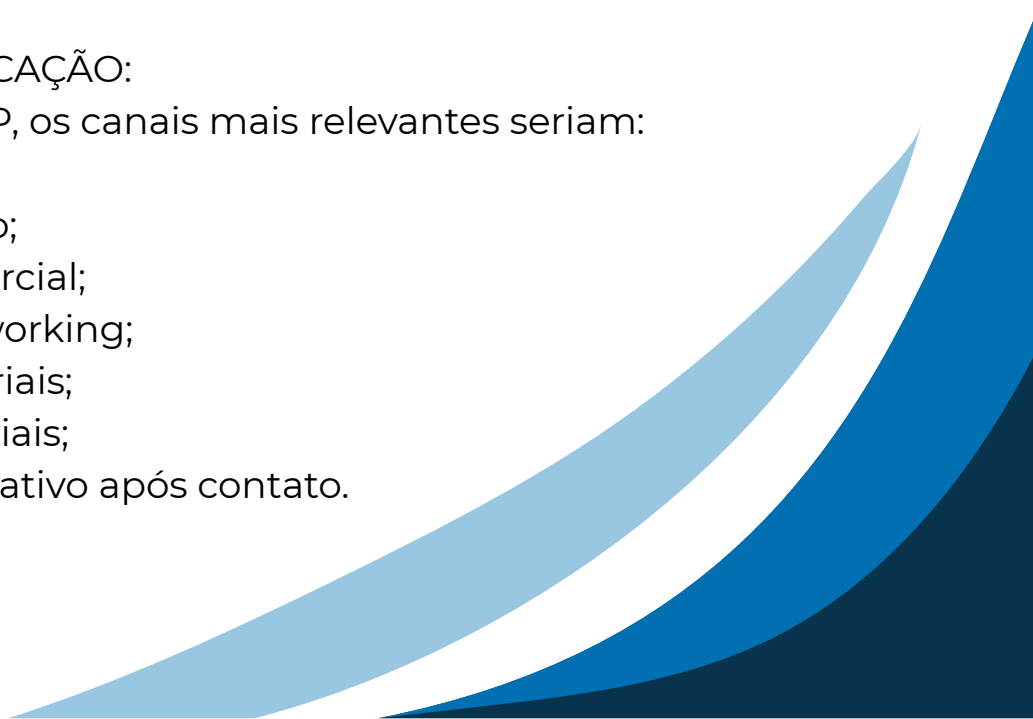
COMPORTAMENTO DE COMPRA:

Mariana tende a pesquisar diferentes fornecedores antes de tomar uma decisão. Pode solicitar propostas comerciais, reuniões, referências, documentação e informações sobre a experiência da empresa.

Em empresas maiores, a decisão provavelmente não será exclusivamente dela. Ela pode atuar como uma das principais influenciadoras, enquanto Compras, Financeiro e a Diretoria também participam da decisão.

CANAIS DE COMUNICAÇÃO:

Para alcançar essa BP, os canais mais relevantes seriam:

- LinkedIn;
 - E-mail corporativo;
 - Prospecção comercial;
 - Indicações e networking;
 - Eventos empresariais;
 - Reuniões presenciais;
 - WhatsApp corporativo após contato.
- 

CONCLUSÃO

A construção do Perfil de Cliente Ideal (ICP) e Buyer Persona (BP) permite direcionar de forma mais estratégica a expansão da empresa de terceirização para o mercado. A partir da definição desses perfis, torna-se possível compreender não apenas quais empresas apresentam maior potencial de contratação, mas também quem são os principais responsáveis pela decisão e quais fatores influenciam sua escolha.

O ICP estabelecido evidencia a importância de priorizar empresas privadas de médio e grande porte, com alta necessidade de terceirização, demanda recorrente, capacidade financeira, potencial de expansão e interesse em estabelecer relacionamentos de longo prazo. Já a definição da BP permite compreender as dores, necessidades, objetivos e critérios de decisão dos profissionais envolvidos na contratação, possibilitando uma abordagem comercial mais direcionada e assertiva.

Dessa forma, as informações levantadas servem como base para a estruturação das estratégias de prospecção, comunicação e vendas da empresa no setor privado, contribuindo para a identificação de oportunidades com maior potencial de conversão e fidelização. A aplicação contínua desses perfis, acompanhada dos resultados obtidos no mercado, permitirá que o ICP e a BP sejam aprimorados ao longo do tempo, tornando a expansão para o setor privado cada vez mais eficiente e alinhada aos objetivos estratégicos da organização.





PRODUTIVA

JÚNIOR