

Growth Checklist

Nesse checklist de 48 itens divididos em 6 grandes blocos, você tem o que é preciso mapear para conseguir avançar com o seu negócio quando falamos de ações de Growth:

01

Primeira parte: visão macro do negócio

- ☐ Qual o objetivo primário da empresa (Qual a missão do negócio?)
- ☐ Quais os objetivos secundários (O que você faz/quer fazer para atingir esse objetivo?)
- ☐ Quais os problemas que a empresa enfrenta hoje?
- ☐ Quais as oportunidades de crescimento que você vislumbra hoje no negócio?
- ☐ Quais os concorrentes diretos e indiretos?
- ☐ Qual o seu ticket médio?
- ☐ Existe alguma tendência macro que pode te prejudicar?

02

Segunda parte: perfil de clientes B2B (caso não atenda B2B não precisa fazer)

- ☐ Quem é o seu cliente ideal?
- ☐ Qual o nível de instrução dele? (O quanto ele entende do seu produto/serviço?)
- ☐ Qual o segmento de atuação dele?
- ☐ Qual o cargo do tomador de decisão na empresa alvo?
- ☐ Quais as insatisfações dessa pessoa no trabalho atualmente?
- ☐ Quais as principais dores?
- ☐ O que o impede de dormir a noite?
- ☐ Quais riscos ele não enxerga no próprio negócio?

02

Perfil de clientes B2B • continuação

- ☐ O que ele enxerga como sendo uma oportunidade?
- ☐ Quais os seus objetivos e sonhos?
- ☐ Como você pode ajudá-lo a atingir esses sonhos e objetivos?
- ☐ O que ele faz em seu dia a dia?
- ☐ Por quais canais ele se comunica/consume conteúdo e informação?
- ☐ O que pode fazer ele preferir um concorrente ao seu produto?

03

Terceira parte: perfil de clientes B2C (caso não atenda B2B não precisa fazer)

- ☐ Quem é o seu cliente ideal? (Perfil psicográfico da pessoa)
- ☐ Onde ele vive? (Estado, cidade, bairro)
- ☐ Qual o seu perfil demográfico (Sexo, idade)
- ☐ Quais os seus hobbies e atividades de lazer?
- ☐ Quais as dores desse cliente?
- ☐ O que o impede de dormir a noite?
- ☐ Quais os seus objetivos e sonhos?
- ☐ Como você pode ajudá-lo a atingir esses sonhos e objetivos?
- ☐ Por quais canais ele se comunica/consume conteúdo e informação?
- ☐ O que pode fazer ele preferir um concorrente ao seu produto?

04

Quarta parte: canais de comunicação

- ☐ Como você divulga seus produtos e serviços hoje?
- ☐ Quais as 3 melhores campanhas de marketing que você já fez?
- ☐ Quais as 3 piores?
- ☐ Você faz o cálculo de ROI? Como?
- ☐ Quais canais você usa atualmente? (Ex: Redes sociais, SEO, Outbound)
- ☐ Quais ferramentas de marketing você usa atualmente? (Ex: RD Station, Google Analytics)
- ☐ Existe verba destinada para compra de mídia (Budget de Anúncios)

05

Quinta parte: processo de vendas

- ☐ Descreva seu processo de vendas atual (Inclusive o uso do CRM)
- ☐ Existe equipe de vendas? Como ela é estruturada? (Tem SDR, Executivo, Sales OPS...)
- ☐ Você calcula o seu CAC? Como?
- ☐ Existe previsibilidade de vendas?
- ☐ Quais as metas para os próximos 3 meses?
- ☐ Qual a taxa de conversão de leads em vendas?

06

Sexta parte: presença digital

- ☐ Existe profissional de marketing dedicado?
- ☐ Existe uma meta clara de geração de leads alinhada com vendas?
- ☐ É mensurada a qualidade dos leads gerados?
- ☐ Existe produção de conteúdo e lead magnets? (Artigos, ebooks, planilhas, etc)