

GESTÃO COMERCIAL

Melhore seus processos e
aumente sua performance

aawzpartners.com.br

AAWZ 2024© Todos os direitos reservados

2024

SOBRE A AAWZ GESTÃO COMERCIAL

Desde 2017, a AAWZ fornece a mais completa infraestrutura de serviços e tecnologia necessária para as assessorias de investimentos escalarem e profissionalizarem os seus negócios.

Os nossos serviços englobam: valuation, M&A, consultoria de negócios, gestão financeira, contabilidade, marketing, gestão comercial, resolução de conflitos, implementação e revisão de Partnership/contratos.

A AAWZ é a primeira e maior consultoria especializada em assessorias e com experiência de atuar em +200 assessorias, nossas soluções comerciais:

- Estruturação de processos comerciais;
- Implementação e treinamento de ferramentas de gestão comercial (CRM e outras);
- Acompanhamento e treinamento de equipe comercial;
- Reestruturação de processos de atendimento cliente final;
- Reestruturação de processos de comunicação interno (entre áreas).
- Implementação de comitês internos.



HIGHLIGHTS APRESENTAÇÃO

- Assessorias que utilizam CRM captam 2x mais e possuem ROA maior >20%;
- Modelos tradicionais possuem limite de crescimento e precisam ser reajustados;
- Os modelos de atendimento precisam ser segregados entre novos clientes e clientes atuais, conforme a operação e carteira de clientes evolui;
- Líderes comerciais começam a ser necessários, conforme o tamanho da equipe passe de 5 assessores comerciais;
- Calcule o alfa necessário ao investir em lideranças comerciais e farmers; e
- Implemente ferramentas para avaliação de equipe.

SUMÁRIO

1. CASES E BENCHMARK

2. ESTRUTURAS COMERCIAIS

3. REGRAS DE RELACIONAMENTO & FERRAMENTAS

4. GESTÃO COMERCIAL AAWZ



CASES E BENCHMARK

aawzpartners.com.br

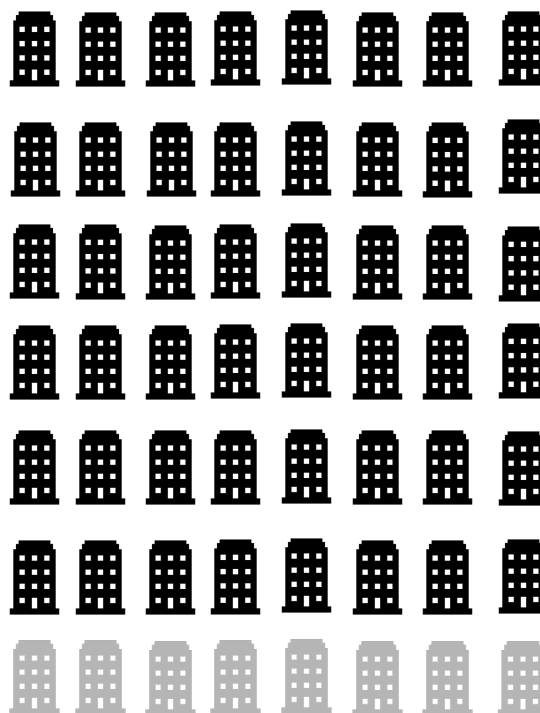
2024

BENCHMARK CRM

84%

TOP RIAS USAM CRM

como ponto central de
sistemas e processos de
integração.

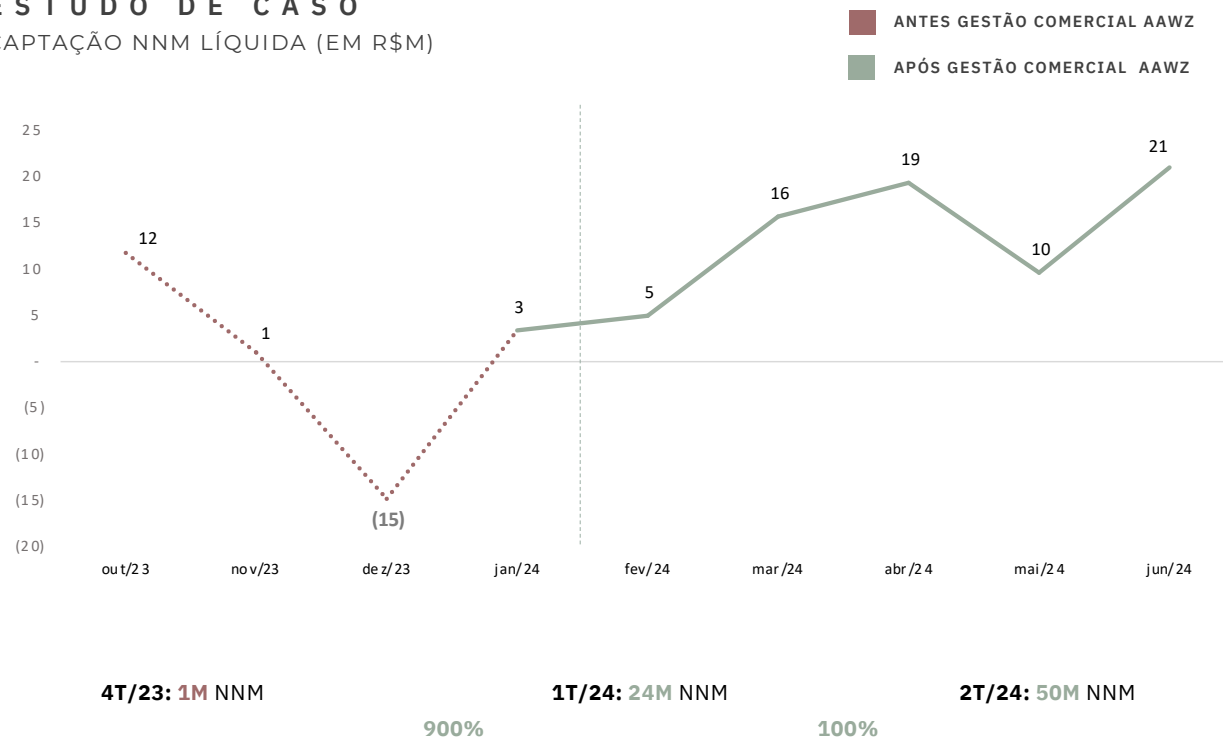


Fonte: Results from the 2023 RIA Benchmarking
Study from Charles Schwab

IMPLEMENTAÇÃO GESTÃO COMERCIAL AAWZ

ESTUDO DE CASO

CAPTAÇÃO NNM LÍQUIDA (EM R\$M)



DISCLAIMER

- Crescimento de **37x** na captação líquida
- **42x** o delta de captação média por AI realizado no período pós AAWZ (contando com novas entradas no período)
- **3x mais** sugestões tratadas

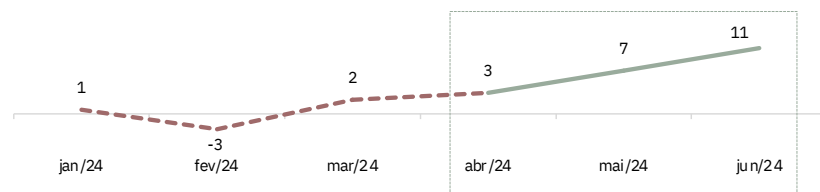
IMPLEMENTAÇÃO GESTÃO COMERCIAL AAWZ

COMPARATIVO CAPTAÇÃO NNM

CASE 1

Antes gestão comercial AAWZ = **R\$ 150K**

Após gestão comercial AAWZ = **R\$ 7,1Mi /mês**

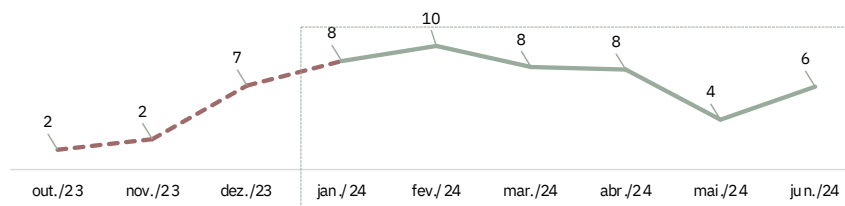


Case 1: As ações de sugestões tratadas, rotinas de follow-up e processo comercial via CRM foram as principais atividades. iniciado na segunda quinzena de março, com resultados sólidos a partir de 30 dias de uso, e real intensificação no uso no 2t/24. O resultado foi um aumento de mais de 5 vezes no comparativo QoQ.

CASE 2

Antes gestão comercial AAWZ = **R\$ 3,6Mi**

Após gestão comercial AAWZ = **R\$ 7Mi /mês**



Case 2: A primeira amostragem realizada pela AAWZ, via implementação da gestão comercial aliada ao uso do CRM **lançado em jan/24 foi responsável pela manutenção de altos níveis de captação** que resultou em um aumento de mais de 2 vezes na captação do mercado, mantendo-se consistente mesmo com a queda de seu Tier.

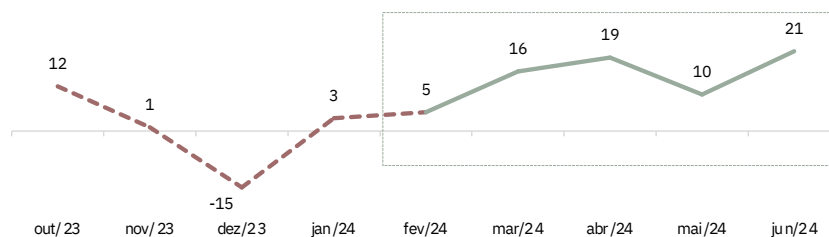
IMPLEMENTAÇÃO GESTÃO COMERCIAL AAWZ

COMPARATIVO CAPTAÇÃO NNM

CASE 3

Antes gestão comercial AAWZ = **R\$ 250K**

Após gestão comercial AAWZ = **R\$ 14Mi /mês**

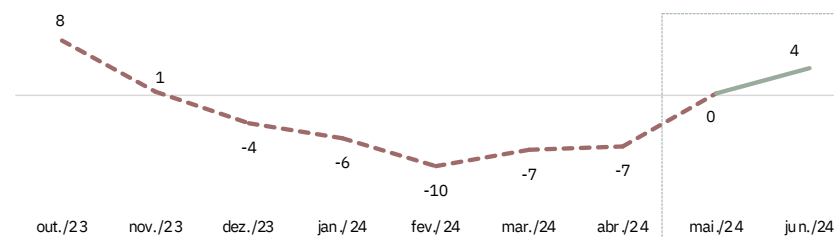


Case 3: Embora a captação do quarter tenha tido queda em relação no 2T/24, a implementação da gestão comercial resultou em 100% de crescimento na captação QoQ no caso analisado. Tal feito foi via reversão de 90% dos assessores status heavy user no CRM.

CASE 4

Antes gestão comercial AAWZ = **R\$ -3,6Mi**

Após gestão comercial AAWZ = **R\$ 2Mi /mês**



Case 4: Após uma sequência de meses com desempenho negativo, a implementação do processo comercial aplicado no case 4, em 60 dias reverteu a captação para um resultado positivo. O trabalho foi feito via mesa proprietária como modelo e o trabalho será replicado ao time comercial como um todo.

ESTRUTURAS COMERCIAIS

aawzpartners.com.br

2024

“Podemos mensurar a eficiência operacional de um escritório, calculando a adesão dos profissionais em suas campanhas e processos de gestão comercial.”

Filipe Medeiros, CEO AAWZ

AAWZ



DEFINIÇÕES



**ASSESSOR
ATUAL**

 Foco em atendimento de clientes atuais e prospects.

 Comissionamento + Bônus



**ASSESSOR
FARMER**

 Foco em atendimento de clientes atuais.

 Fixo + Bônus



**ASSESSOR
HUNTER**

 Foco em captação de novos clientes (prospects) e auxílio no atendimento de clientes atuais.

 Comissionamento + Bônus



**LIDER
COMERCIAL**

 Comunicação com área de produtos e gerar eficiência

 Fixo + Bônus



**ÁREA DE
PRODUTOS**

 Filtrar oportunidade corretora e participar do processo de vendas de produtos.

 Fixo + Bônus



PROSPECTS

 Potenciais clientes

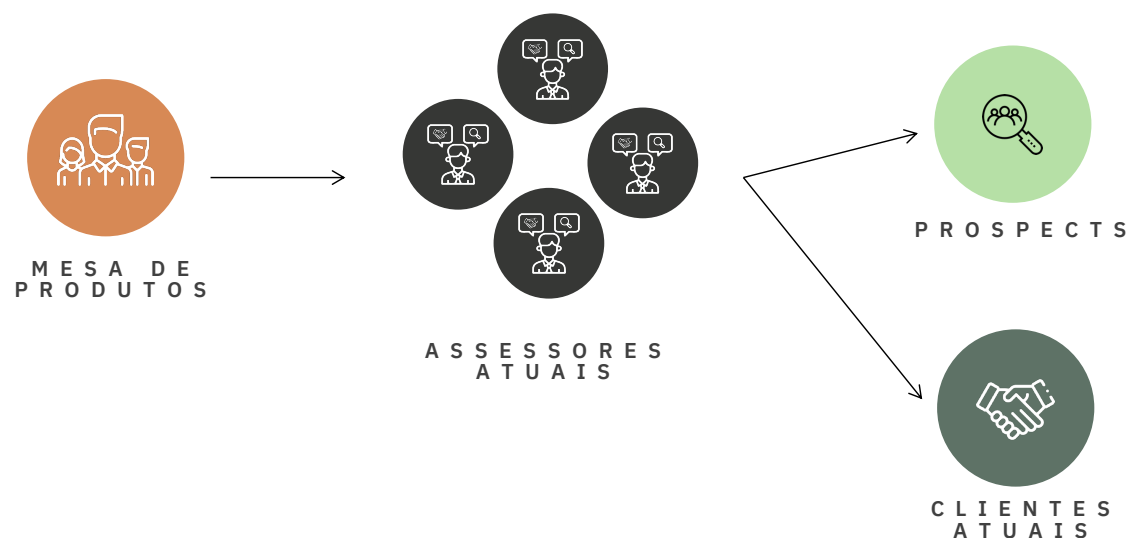


**CLIENTES
ATUAIS**

 Clientes com conta aberta

MODELO DE ATENDIMENTO TRADICIONAL

O **modelo tradicional** é caracterizado pela alta autonomia aos assessores em atender clientes atuais e buscar novos clientes/dinheiro novo. Normalmente, conforme os profissionais aumentam a quantidade de clientes, diminui a adesão as ofertas e campanhas periódicas, assim como NNM e ROA.



INSIGHTS

1. **Autonomia:** baixa

2. **Vantagens:**

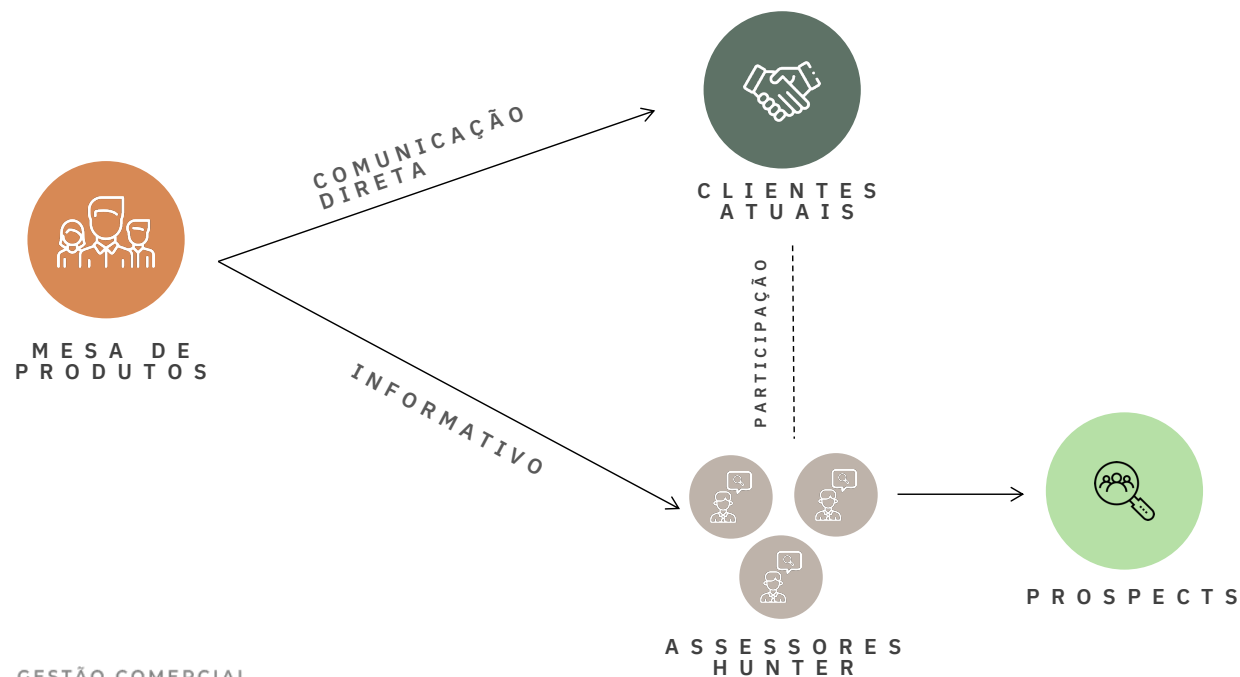
- Time + enxuto
- Menos custos fixos

3. **Desvantagens:**

- Menor capacidade de distribuição
- Menor eficiência (NNM x ROA)

MELHORIAS NO MODELO 2 MESAS -> CLIENTES (VAREJO - ALTA RENDA)

O modelo de comunicação de produtos diretamente com clientes atuais aumenta a capacidade de distribuição da operação. No entanto, conforme aumenta o N° de área de produtos, pode gerar atrito de comunicação com o cliente caso não seja realizado de forma coordenada.



INSIGHTS

1. Autonomia: Alta

2. Vantagens:

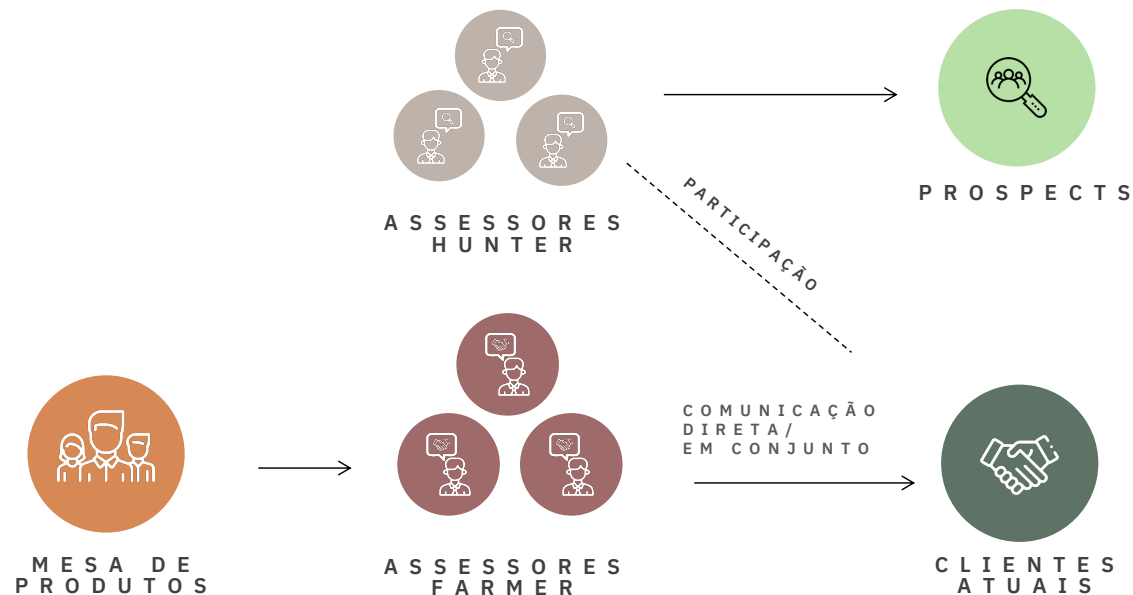
- Agilidade de implementação
- Sem alterações em custos fixos

3. Desvantagens:

- Eventuais atritos/reclamações de atuais clientes
- Risco de desenquadrar cliente

MELHORIAS NO MODELO 3 HUNTERS VS. FARMERS (ALTA RENDA - PRIVATE)

Considerando a ineficiência do modelo atual 1, uma solução é incluir times de assessores Bankers que irão comunicar o cliente de oportunidades e campanhas. O investimento em assessores farmers deve ser realizado mensurando alfa no resultado (NNM x ROA).



INSIGHTS

1. **Autonomia:** Média-Alta

2. **Vantagens:**

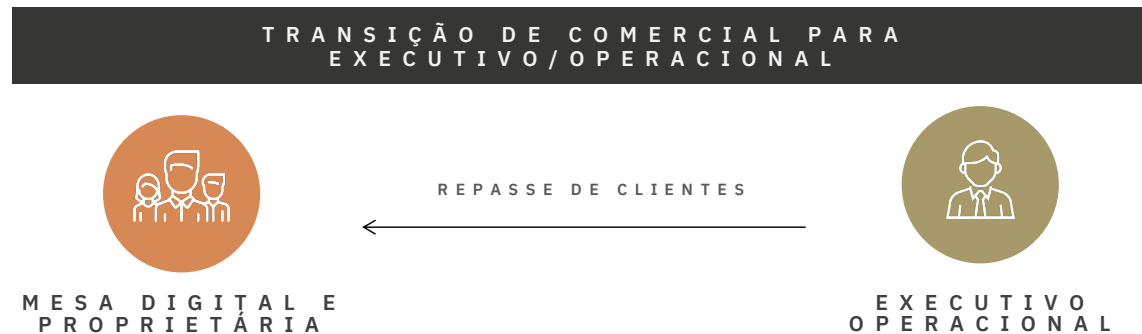
- Maior capacidade de distribuição
- Adesão aos processos comerciais

3. **Desvantagens:**

- Aumento do custo fixo

FORMAÇÃO DE LIDERANÇA

Conforme a operação cresce, é importante a formação de lideranças comerciais para auxiliar o time a continuar performando. Normalmente os líderes atendem aproximadamente 5-10 assessores (Hunters ou farmers). Abaixo, um exemplo de como abrir mão de carteira para assumir função de liderança:



EXEMPLO

Antes → ganho de 50% sobre todos os clientes

Depois → ganho de valor fixo + bonificação + definição de metas para aumento de bonificação

I- MD ou MP - Comissionamento reduzido
II- Executivo não recebe sobre clientes repassados

- Ganho está na capacidade de aumentar equity e bonificação por entrega de resultados

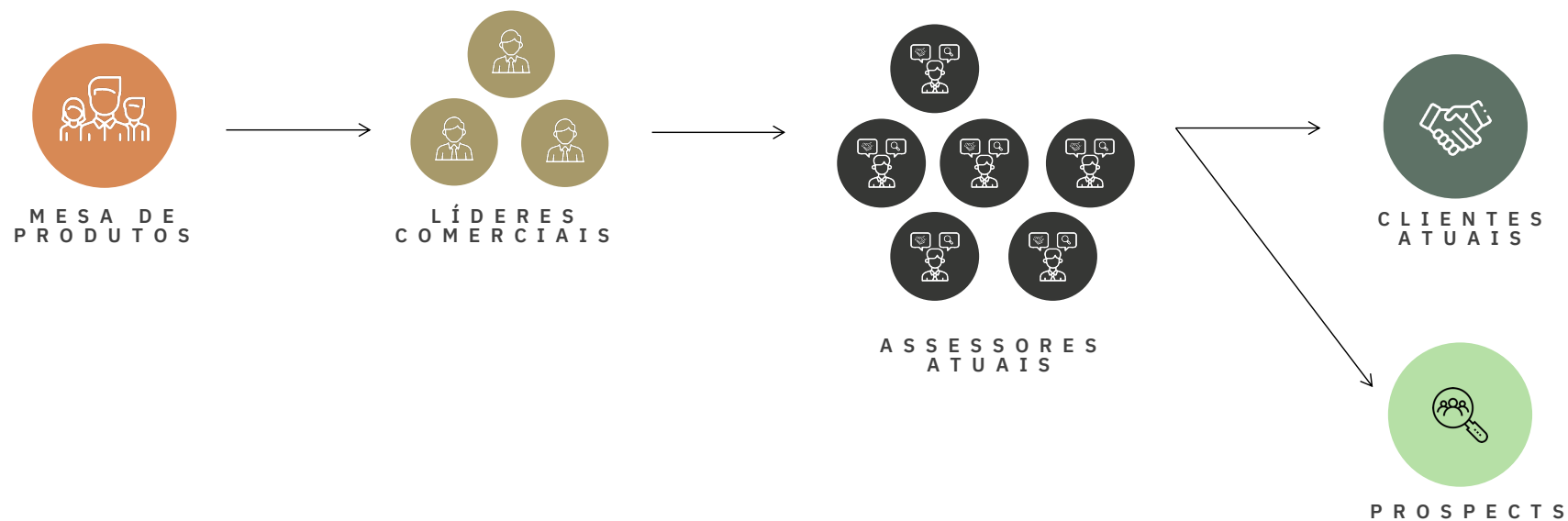
INSIGHTS

Papel do Líder:

- Entender a prioridade (campanhas)
- Apresentar para assessores (campanhas)
- Acompanhar o resultado
- "Checkou" CRM
- Acompanhar alguma reuniões com cliente
- Realizar 1:1

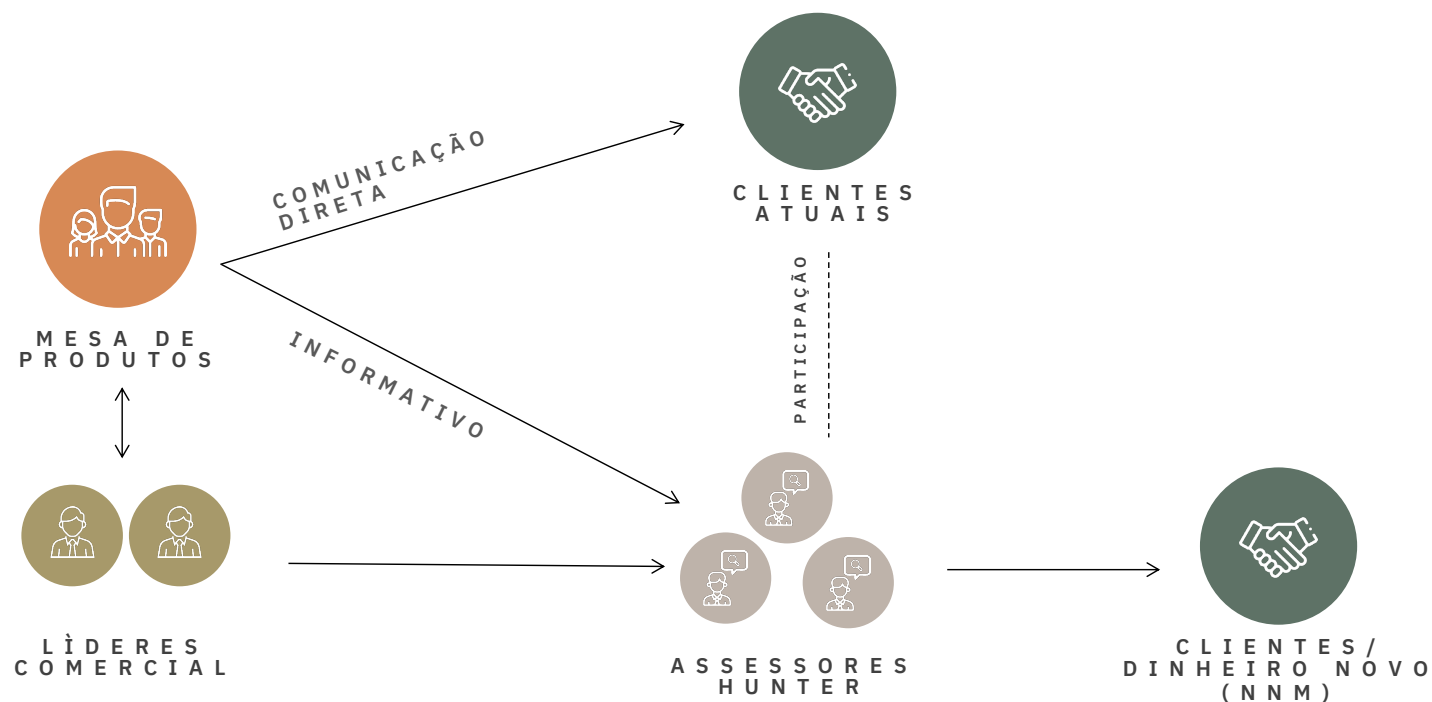
IMPLEMENTAÇÃO DE LIDERANÇA TRADICIONAL

O **modelo tradicional** é caracterizado pela alta autonomia aos assessores em atender clientes atuais e buscar novos clientes/dinheiro novo. Normalmente, conforme os profissionais aumentam a quantidade de clientes, diminui a adesão as ofertas e campanhas periódicas, assim como NNM e ROA.



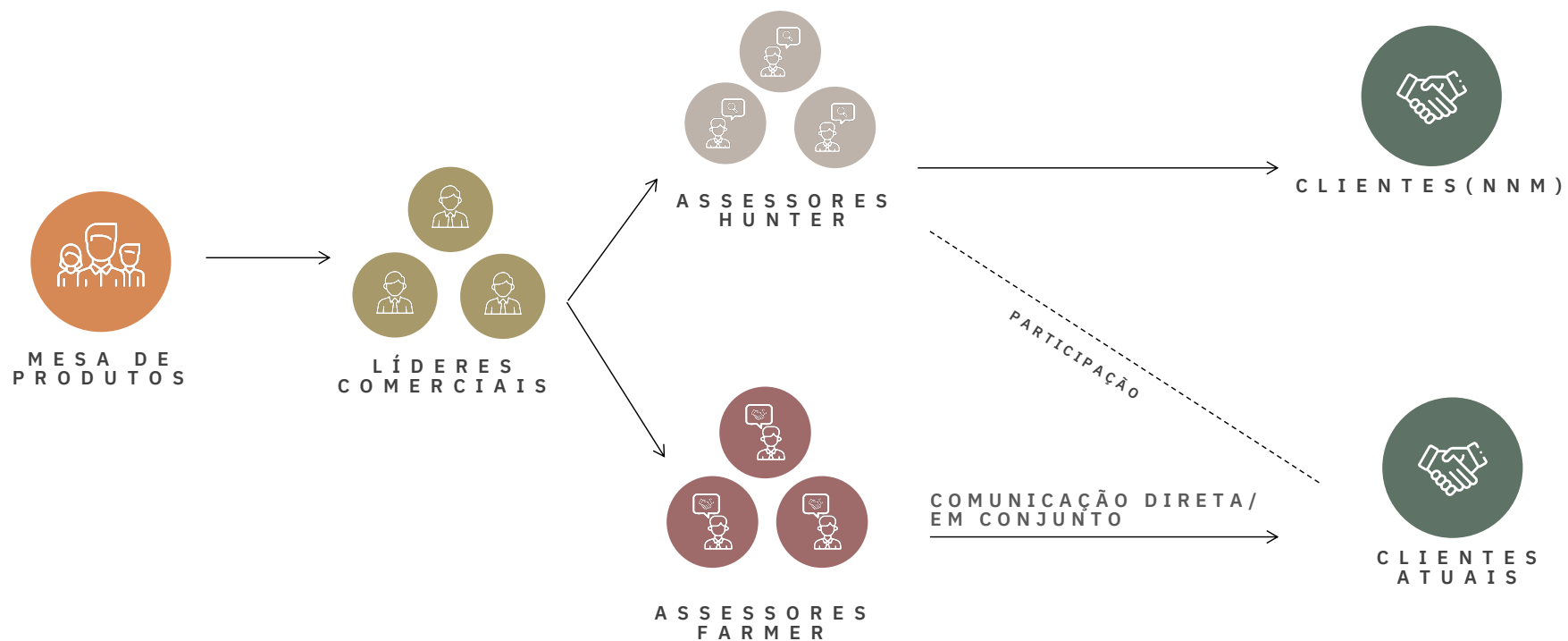
IMPLEMENTAÇÃO DE LIDERANÇA MODELO 2

No modelo abaixo, o líder comunica-se periodicamente com área de produtos e assessores comerciais para aumentar eficiência da distribuição, pois as áreas de produtos atendem diretamente o cliente final.



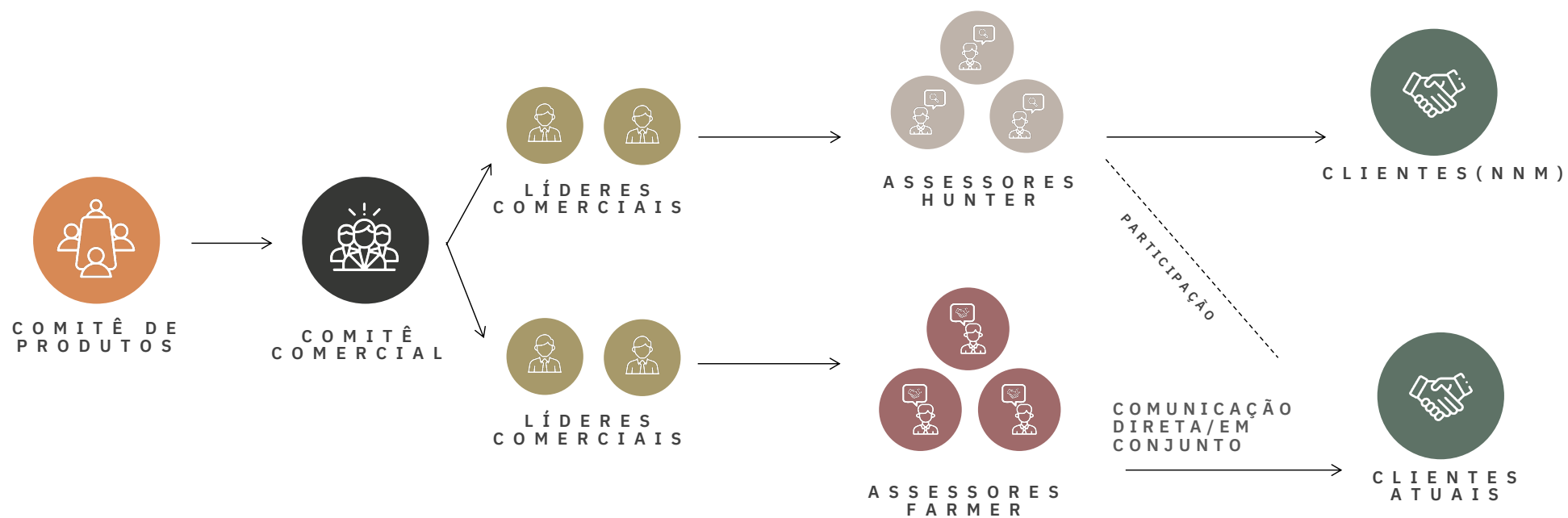
IMPLEMENTAÇÃO DE LIDERANÇA MODELO 3

No segundo modelo, o líder comercial recebe oportunidade das mesa de produtos e alinha com seus times.



IMPLEMENTAÇÃO DE LIDERANÇA MODELO 3

Em escritórios que tenham +50 assessores comerciais as estruturas podem segregar ainda mais.



QUAL O MODELO IDEAL?

Não existe o modelo ideal, inclusive **pode ser implementado diferentes modelos dentro de uma mesma operação**, segregando os modelos de atendimento entre as mesas internas e assessores atuais.

PROBLEMÁTICA	MODELO INDICADO	COMENTÁRIO
Assessores com custódia menor R\$35 milhões e baixa captação x ROA	Modelo 1 (tradicional)	Normalmente esses profissionais possuem baixa adesão ao processo e ferramentas (CRM) comerciais. Importante acompanhar os esforços comerciais de perto, com prazo e metas.
1. Assessor com custódia entre R\$35-70 milhões e baixa captação x ROA 2. Equipes mais sênior em idade	1. Modelo 1 (tradicional) ou 2 (mesas -> clientes) 2. Modelo 2 ou 3	Caso seja escolhido o modelo 2, importante que a área de produtos foque no pareto da operação
Mesas internas	Modelo 1 ou 2	Por possuir mais controle sobre atuação da mesa interna da assessoria, o modelo depende do tamanho das áreas de produtos.
Assessores com +70 milhões de carteira e baixa captação x ROA	Modelo 1, 2 ou 3 (Hunters vs. farmer)	O modelo 3 é indicado para operações que já tenham implementado os modelos 1 ou 2, sem sucesso. Importante que farmers foquem no pareto dos principais assessores.

VALE A PENA CONTRATAR LÍDER OU FARMER?

Considerando um líder comercial **OU** equipe de farmer com total compensation de R\$100 mil precisaríamos aumentar em 50% NNM e 20% ROA **da equipe abaixo** para termos um LTV/CAC > 3. **Vale reforçar que esses números são fictícios e precisam ser analisados caso a caso.**



7 ASSESSORES COMERCIAIS

RESULTADO (SIMPLIFICADO)

Indicador	Ano 0	Resultado final ano 5
AuC Total	R\$ 350.000.000	R\$ 2.412.225.460
Captação média mês (profissional)	R\$ 300.000	R\$ 300.000
Carry	10%	10%
RoA	0,30%	0,30%
Comissionamento	40%	40%
SG&A	20%	20%
Imposto	20%	20%
Resultado	R\$ 210.000,00	R\$ 1.447.335



1 LÍDER COMERCIAL



ASSESSORES FARMER



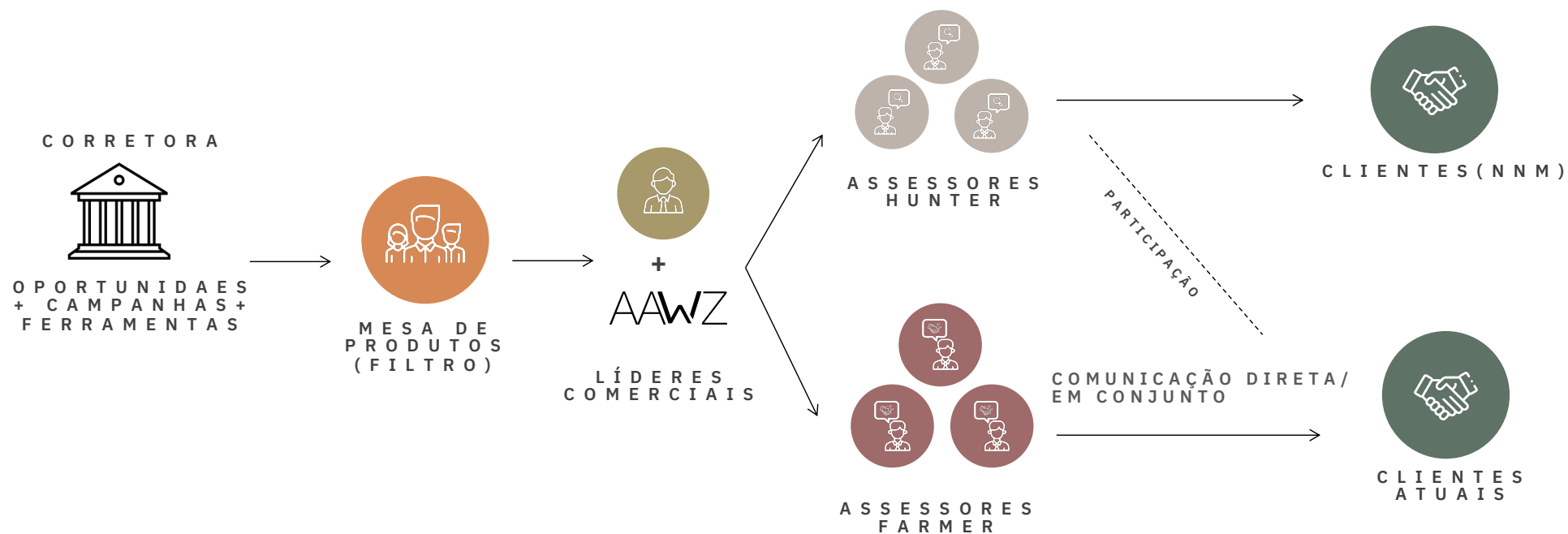
7 ASSESSORES COMERCIAIS

RESULTADO (SIMPLIFICADO)

Indicador	Ano 0	Resultado final ano 5
AuC Total	R\$ 350.000.000	R\$ 2.443.106.440
Captação média mês (profissional)	R\$ 450.000	R\$ 450.000
Carry	10%	10%
RoA	0,36%	0,50%
Comissionamento	40%	40%
SG&A	20%	20%
Imposto	20%	20%
Resultado	R\$ 252.000,00	R\$ 1.759.037

ATUAÇÃO AAWZ <> CORRETORA

Corretora e AAWZ atuam para aumentar a eficiência do processo. Para quem não tem liderança comercial, a AAWZ pode assumir o treinamento e acompanhamento dos assessores.



EXEMPLO ESTRUTURA DE METAS

A depender do processo escolhido os indicadores e metas precisam ser ajustados, assim como o processo dentro das ferramentas (CRM e avaliações). Exemplo:ˆ



**ASSESSORES
ATUAIS**

- 🔍 NNM novos clientes
- 📊 Ativação de contas +300k e -300k



**ÁREA DE
PRODUTOS**

- 🔍 RoA produto
- 📊 EBITDA área
- Adesão a campanhas



**ASSESSOR
FARMER**

- 🔍 NNM clientes atuais
- 📊 NPS
- RoA cliente
- Churn
- Cross sell
- % Tratamento CRM
- % Enquadramento de cliente



**LÍDER
COMERCIAL**

- 📊 Consolidado meta equipe



**ASSESSOR
HUNTER**

- 🔍 NNM novos clientes
- 📊 Abertura de contas
- Captação líquida novas contas
- Churn



REGRAS DE RELACIONAMENTO E FERRAMENTAS

aawzpartners.com.br

2024

MODELO DE ATENDIMENTO

O modelo tem que estar atrelado a segmentação da assessoria (Varejo, alta renda, private), podendo **agregar**, conforme nicho de atuação do profissional (médicos, advogados, esportistas e etc.).

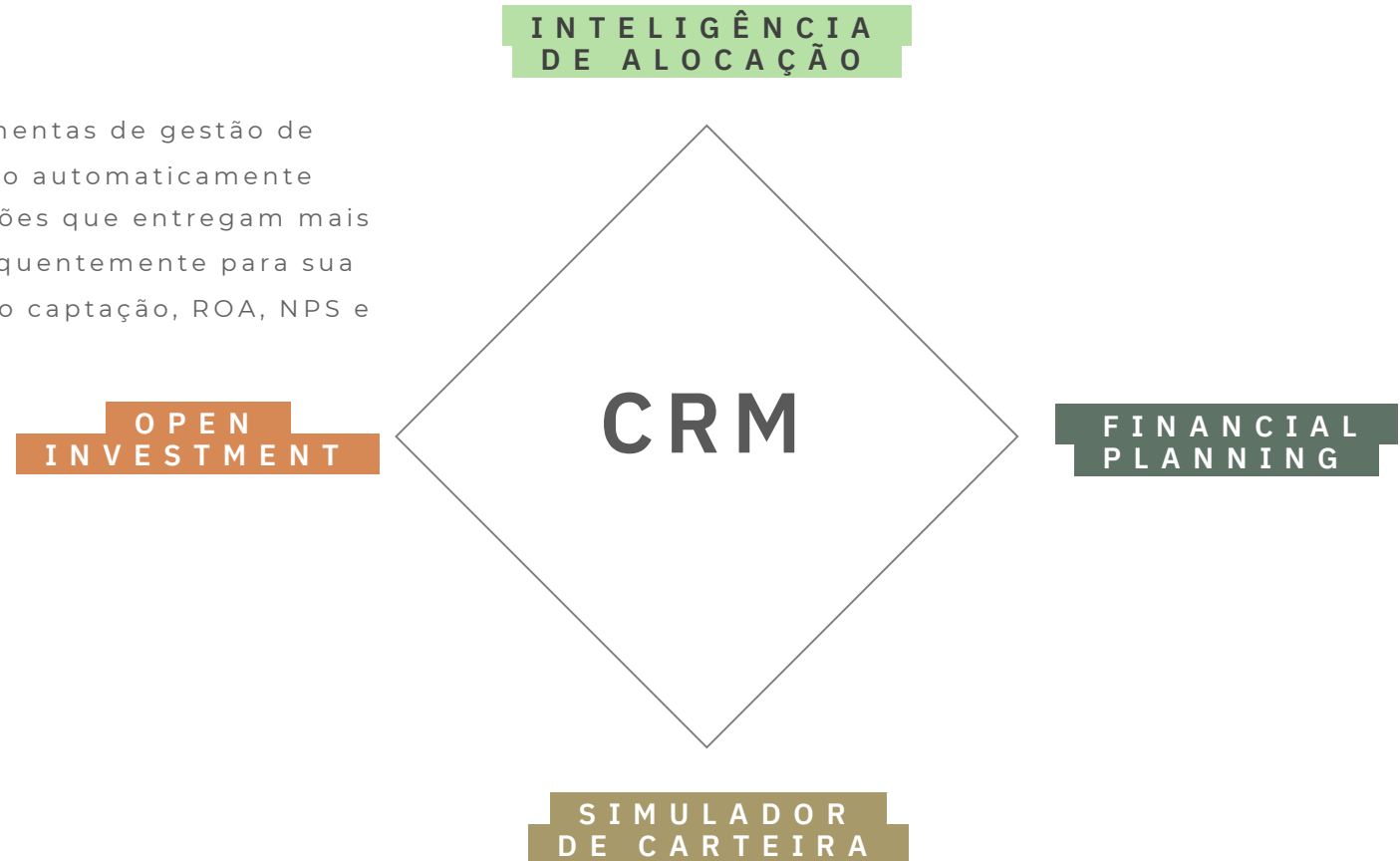
Abaixo um exemplo:

		Fee fixo*	Fee fixo*
	ATÉ R\$ 300K	DE R\$ 300K A R\$ 3MI	ACIMA DE R\$ 3 MI
 RELACIONAMENTO	TRIMESTRAL	1X MÊS	2X MÊS
 REVISÃO DE CARTEIRA	SEMESTRAL	TRIMESTRAL	MENSAL
 OPORTUNIDADE	POR WHATSAPP	VÍDEO OU CALL	PRESENCIAL
 COMENTÁRIO	AUXÍLIO NA ESTRUTURAÇÃO E ACOMPANHAMENTO DA CARTEIRA COM ENVIO DE OPORTUNIDADES POR WHATSAPP	DISPONÍVEL MENSALMENTE PARA REUNIÕES ONLINE AGENDADAS PREVIAMENTE.	DISPONÍVEL INTEGRALMENTE PARA ASSUNTOS RELACIONADOS AO PATRIMÔNIO GERAL E REUNIÕES PRESENCIAIS.

*Independente do patrimônio as **réguas de relacionamento para clientes fee fixo precisam ser mais “próximas”**.

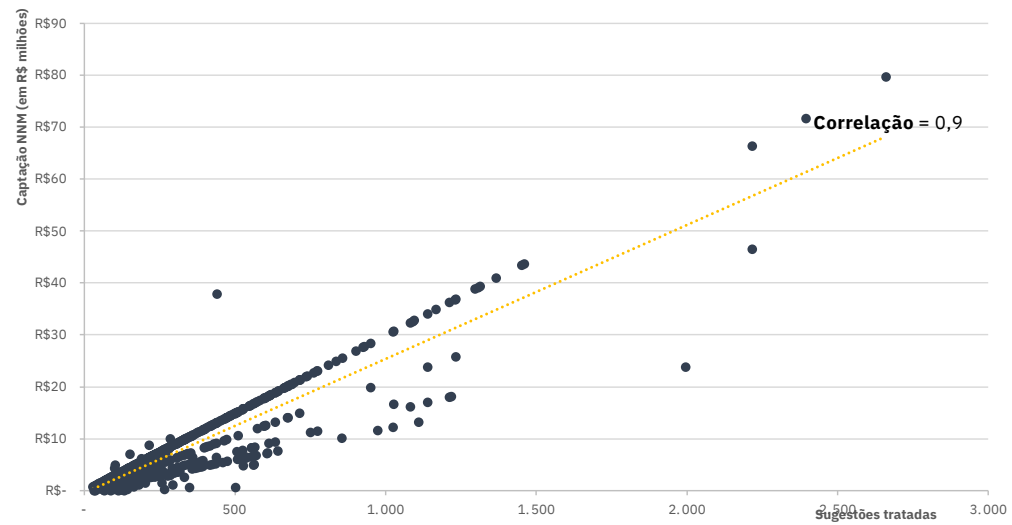
FERRAMENTAS CORRETORA

Profissionais que utilizam ferramentas de gestão de relacionamento, como CRM, estão automaticamente utilizando um conjunto de soluções que entregam mais resultado para o cliente e consequentemente para sua carteira de clientes - melhorando captação, ROA, NPS e etc.



CORRELAÇÃO FERRAMENTAS DE GESTÃO x CAPTAÇÃO

Existe uma correlação de ~0,9 entre a quantidade de sugestões tratadas/geradas pela ferramenta de gestão e captação do profissional.





AAWZ360

GESTÃO DE DESEMPENHO

- O seu RH consolidado em um local só:
- Gerencie os resultados do seu time
- Gerencie os resultados da sua liderança
- Gerencie os pilares da sua cultura

The background of the cover is a dark, blurred photograph of several people in business attire working in an office. A prominent green line graphic, resembling a stylized 'V' or a rising line graph, is overlaid on the right side of the image. The title 'GESTÃO COMERCIAL' is in a large, bold, white sans-serif font, and 'AAWZ' is in a slightly smaller, bold, white sans-serif font below it.

GESTÃO COMERCIAL

AAWZ

aawzpartners.com.br

2024

ENGAJAMENTO PROCESSOS & CRM

Clusters	Plano de Ação
Cluster 1 Gestores e equipe comprometidos	<i>Acompanhamento periódico de utilização CRM, adesão a processos comerciais e indicadores</i>
Cluster 2 Gestores e equipe parcialmente comprometidos	- <i>Evento para demonstrar resultados de equipes comprometidas e estudos de casos.</i>
Cluster 3 Gestores comprometidos e equipe sem adesão	<i>Evento escritório para demonstrar oportunidade e iniciar treinamento básico para time</i>
Cluster 4 Sem adesão de gestor e equipe	<i>Realizar diagnóstico estratégico do negócio</i>

INSIGHTS

Conforme a operação melhora o engajamento dos líderes e equipe no processo comercial e adesão de CRM, os resultados operacionais (NNM, ROA, NPS, Cross-sell) também melhoram.

RESULTADO GESTÃO COMERCIAL AAWZ

Cluster 1 são os escritórios com atuação do time de gestão comercial AAWZ. Escritórios mais engajados captam mais em relação aos não engajados.

Média mercado – 0,3% NNM/AuC mês vs. Média parceiros AAWZ – 0,56% NNM/AuC mês

Cluster 1:
profissionais médio: 60
NNM mensal médio pós AAWZ:
R\$8.6 milhões

143.661

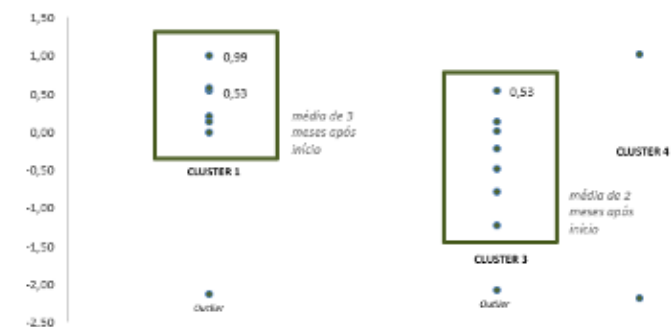
Cluster 3:
profissionais médio: 56
NNM mensal médio pós AAWZ:
R\$3.5 milhões

63.167

+127%

Média NNM mês/nº profissionais pós AAWZ - Abertura por Cluster
Em R\$

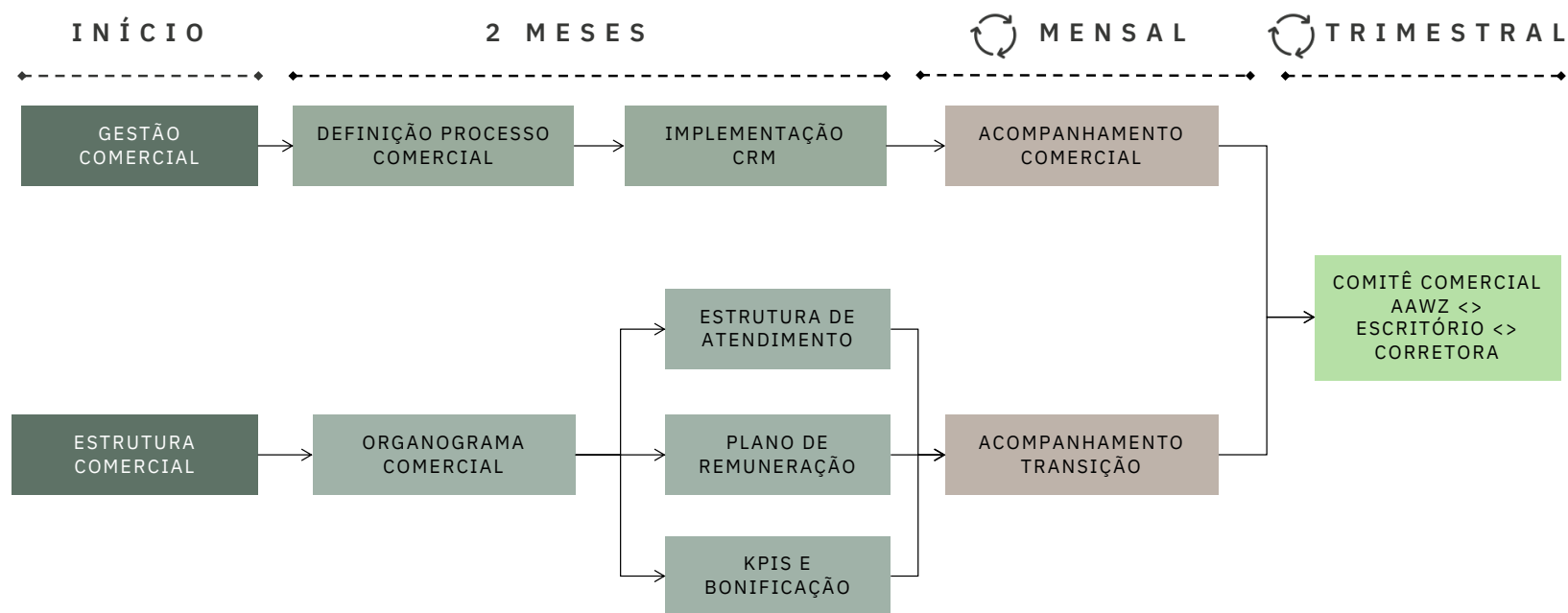
Cluster 1:
Média NNM mensal/AuC = **0,56%**



Delta média NNM mês/AuC pós AAWZ - Abertura por Cluster
Em pontos percentuais

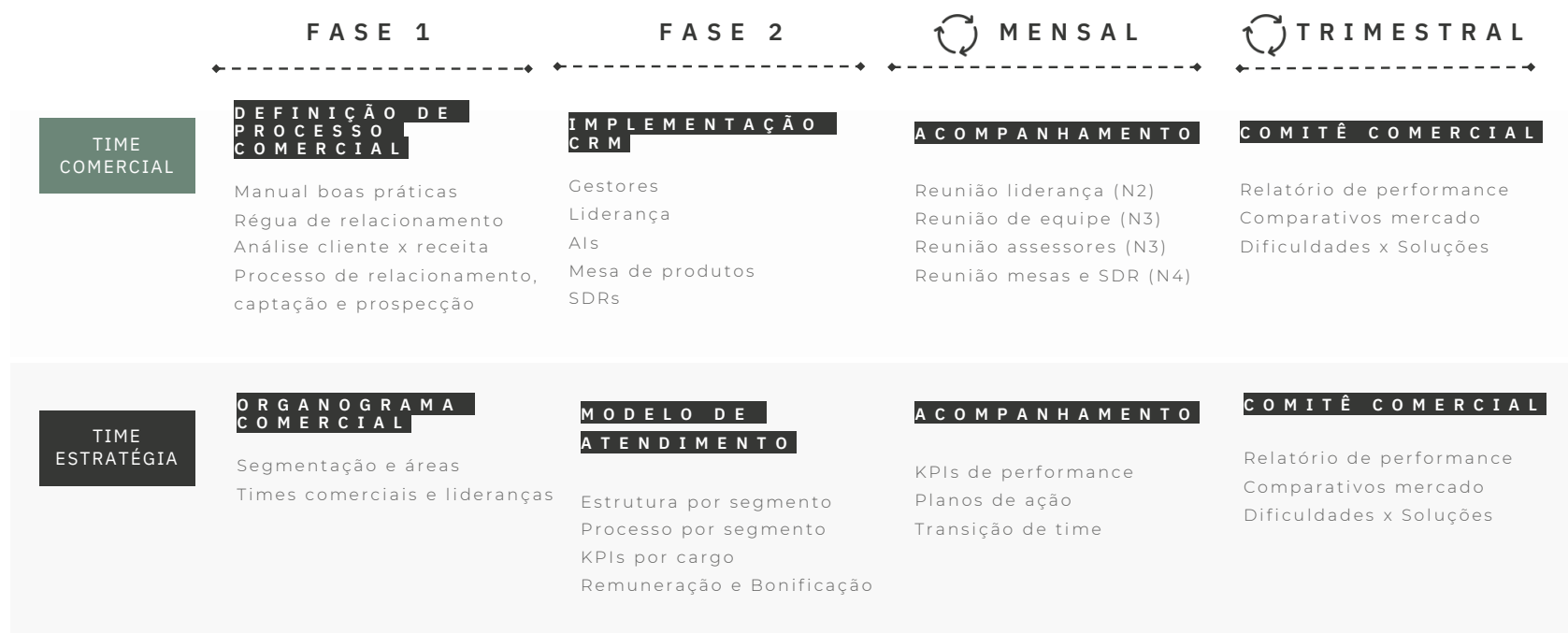
GESTÃO COMERCIAL AAWZ

O modelo de gestão comercial AAWZ envolve reestruturação dos processos comerciais internos, passando pela estrutura de comunicação-assessor cliente, até treinamento de CRM e acompanhamento recorrente de time e líderes.



GESTÃO COMERCIAL AAWZ

São dois times que atuam de forma sinérgica, em paralelo e independente.



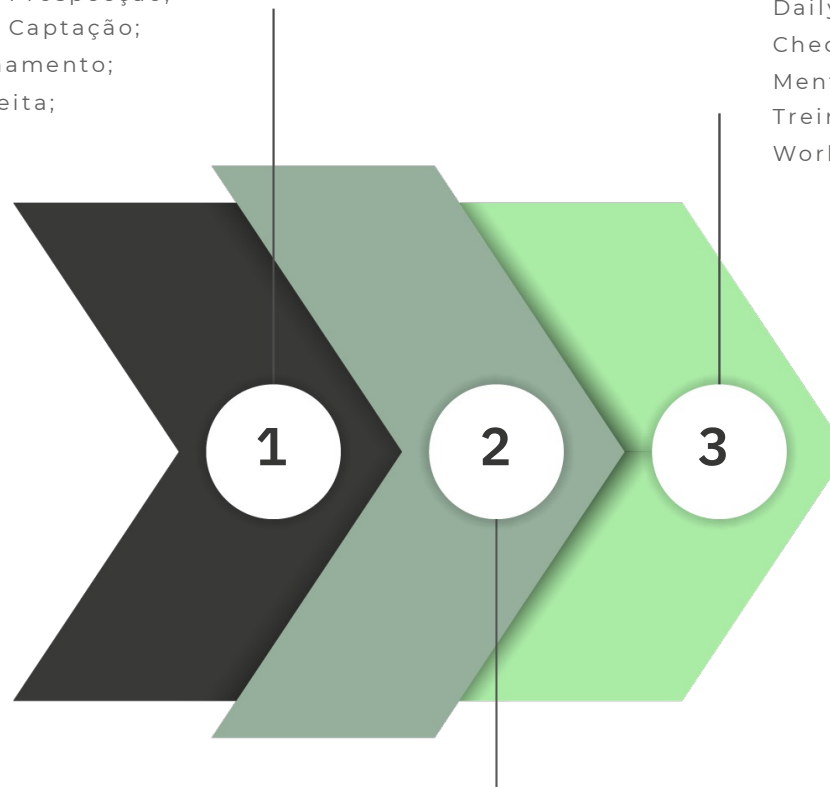
DEFINIÇÃO PROCESSO COMERCIAL

Estruturação Processo de Relacionamento;
Estruturação Processo de Prospecção;
Estruturação Processo de Captação;
Revisão régua de relacionamento;
Análise de Clientes e Receita;
Materiais de Apoio

ACOMPANHAMENTO

Reunião Semanal
1:1
Daily
Checkout CRM
Mentorias
Treinamentos
Workshops

IMPLEMENTAÇÃO CRM



IMPLEMENTAÇÃO

Treinamento Inicial

O QUE FAZER PARA GERAR RESULTADO?

T O - D O s

- Aumentar a adesão do time na utilização do CRM (metas e incentivos)
- Revisão dos processos de comunicação com cliente
- Implementar processos de RH e feedback de time
- Definição de plano de ação por equipe e assessores

CONVERSE CONOSCO

WHATSAPP
(48) 9 9141.4406

E-MAIL
gestao@aawz.com.br

ACOMPANHE NOSSOS CONTEÚDOS

INSTAGRAM
@aawzpartners

YOUTUBE
@aawzpartners

LINKEDIN
/company/aawzpartners

IMPRENSA

NeoFeed

O que salvou as assessorias de investimento de um ano desastroso

Estudo da consultoria AAWZ mostra que assessorias de investimento mais que dobraram a representatividade das receitas de negócios fora das...



Valor Econômico

Vectis compra fatia da AAWZ, que atua com agente autônomo

A AAWZ, empresa que presta serviços de consultoria, gestão e tecnologia para escritórios de assessorias de investimentos (os antigos agentes...



Terra

Profissão de assessor de investimentos ganha espaço no mercado

Consultoria aponta que 77% dos assessores estão ligados à XP; remuneração média varia muito, já que eles não recebem salário fixo,...



Valor Econômico

Sócio capitalista dá fôlego a assessoria de investimentos

Revisão da CVM permite que escritórios se organizem como grupos e diversifiquem receitas.



AAWZ

Cuidamos dos profissionais do mercado financeiro
para que eles possam cuidar de seus clientes

