

POLÍTICA DE RELACIONAMENTO COM PARCEIROS

1) APRESENTAÇÃO

A decisão de construir essa política foi resultado de amplas discussões da equipe sobre a importância de se formar uma rede de parceiros para viabilizar o LAB. Não será possível cumprir a promessa de valor a ser entregue aos seus clientes se o LAB não criar, primeiro, uma base de instituições que dê conta de levar a melhor e mais inovadora solução para os problemas públicos dos pequenos negócios.

Queremos dizer com isso que essa política de relacionamento é ponto central para o sucesso do LAB. Por essa razão, utilizamos o próprio modelo de negócios como bússola central para nos orientar na construção dessa proposta inicial. Consideramos também a experiência acumulada pelos membros da equipe em processos de atendimento e/ou relacionamento com cliente, além de documentos técnicos do próprio SEBRAE.

Como toda proposta de partida, essa política traz os elementos essenciais de início, ou seja, algumas hipóteses a serem testadas antes de um esforço maior de detalhamento, desenvolvimento e implantação. Pensamos sobre as perguntas que não poderíamos deixar de responder nesse momento – e precisavam de definição concreta – e o que poderíamos deixar no campo das ideias até termos testados as hipóteses que propomos.

Nesse sentido, trouxemos para essa primeira versão da política definições de: (1) VALOR a ser entregue a esse público, (2) PÚBLICO-ALVO (dessa política), (3) SEGMENTAÇÃO (do público-alvo e respectiva priorização nessa política), (4) NÍVEIS DE RELACIONAMENTO (conforme a prioridade do segmento de público, (5) PROCESSOS (para executar essa política) e (6) RESUMO EXECUTIVO (da política como um todo).

2) VALOR

Ser referência na inteligência de problemas públicos para instituições que trabalhem com inovação pública.

Os elementos centrais dessa proposta de valor para a rede de parceiros – oferta e demanda – estão diretamente relacionados aos processos de **categorização / catalogação** (da rede) e de **gestão de dados**.

Importa gerar sentimento de atratividade criativa (de desafios), abundância e acurácia na classificação das instituições conforme suas expertises e atributos.

3) PÚBLICO-ALVO

Instituições que se proponham a atuar na construção, implantação e/ou avaliação de Políticas Públicas.

A intenção é mapear e classificar todas as instituições nacionais e internacionais que prestem serviços na área de políticas públicas, de modo a formar uma rede mundial de serviços para promover inovação pública nos mais diversos campos de necessidade das distintas sociedades.

Em paralelo, serão catalogadas as metodologias existentes em um banco de soluções, que será disponibilizado para todas as instituições cadastradas na rede, de forma gratuita ou paga, conforme o caso.

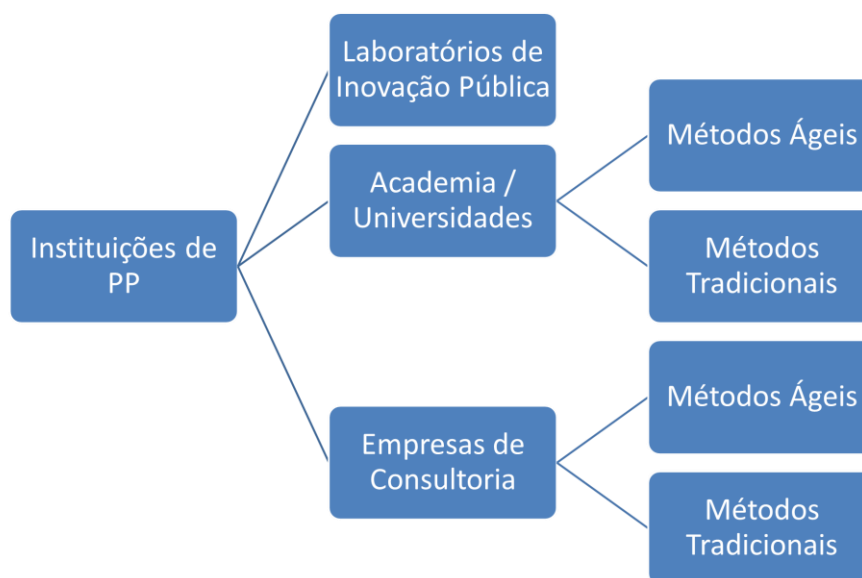
4) SEGMENTAÇÃO

A Política de Relacionamento com Parceiros está organizada a partir de três macro segmentos, que consideram os perfis institucionais dominantes no ecossistema de políticas públicas.

Também será considerada uma subdivisão desses macro segmentos por modelo de negócio (métodos ágeis versus tradicionais), com vistas a dedicar maior foco às entidades adequadas ao formato do Século XXI.

- Laboratórios de Inovação Pública: segmento prioritário dessa política e principal foco das ações do LAB para formação de rede. Busca-se conhecer, interagir, desenvolver, integrar e promover.
- Academia / Universidades:
 - a) métodos ágeis: 2º (segundo) segmento mais importante para essa política, tanto pela relevância numérica como científica. Busca-se conhecer, interagir, integrar e promover.
 - b) métodos tradicionais: 4º (quarto) segmento em ordem de prioridade dessa política, pela relevância numérica e científica. A sua baixa prioridade deve-se ao modelo de negócio ultrapassado e em processo de extinção desde o início do Séc. XXI. Busca-se conhecer, interagir e integrar.
- Empresas de Consultoria:
 - a) métodos ágeis: 3º (terceiro) segmento mais importante para essa política, pela relevância numérica e representatividade de mercado. Busca-se conhecer, interagir, integrar e promover.
 - b) métodos tradicionais: 5º (quinto) segmento em ordem de prioridade dessa política, tanto pela relevância numérica quanto representatividade de mercado.

A sua baixa prioridade deve-se ao modelo de negócio ultrapassado e em processo de extinção desde o início do Séc. XXI. Busca-se apenas conhecer.



5) NÍVEIS DE RELACIONAMENTO

O LAB organizará sua atuação junto aos parceiros em 4 estágios, que traduzem o funil de conversão dessa política. as próximas versões dessa política deverão aprofundar os objetivos e as especificidades de cada nível.

Essa primeira versão propõe apenas parâmetros básicos de relacionamento para viabilizar o início da operação e gerar aprendizado, sem perder de vista a necessidade de se trabalhar mecanismos concretos de fidelização e consequente rentabilização.

▪ 1º Nível: Conhecimento

Esse é o estágio mais básico e, por isso, mais abundante. Ele retrata o mapa das instituições que o LAB já tem conhecimento de que existem.

A verificação é feita a partir da análise do catálogo de instituições, que será construído por um algoritmo de busca.

Os objetivos para o **PRIMEIRO NÍVEL** são:

- a) alcançar todo o universo de público proposto no **Tópico 3 – Público-Alvo**;
- b) **conhecer** todo esse universo.

▪ 2º Nível: Apresentação

Esse é o estágio em que o LAB efetivamente começa a estabelecer relacionamento, pois abarca as instituições que realizaram cadastro na plataforma tecnológica do LAB e, portanto, já se apresentaram ao LAB.

A verificação se dá pela existência de dados cadastrais na plataforma de parceiros, incluindo a opção de recebimento ou não de conteúdo (*opt-in / opt-out*) e, pelo menos, 1 (um) envio de conteúdo para os casos de *opt-in*.

Os objetivos para o **SEGUNDO NÍVEL** são:

- a) alcançar a maior parte do universo de público proposto no **Tópico 4 – Segmentação**, excluindo apenas o segmento de empresas de consultoria que utilizem métodos tradicionais;
- b) **conhecer, interagir e integrar** as instituições desse **NÍVEL**;
- c) identificar e converter as instituições que se enquadrem nos objetivos do próximos **NÍVEIS**;
- d) evoluir a matriz de categorização / catalogação de instituições, bem como o respectivo algoritmo;
- e) evoluir o processo – e respectivos parâmetros técnicos – de gestão de conteúdo.

▪ 3º Nível: Troca

Esse é o estágio em que o LAB começa a se dedicar mais ao relacionamento, pois abrange as instituições que foram além do simples cadastro e inseriram alguma solução / metodologia na plataforma tecnológica do LAB.

A verificação se dá pela existência de dados cadastrais e de registro de alguma solução / metodologia.

Os objetivos para o **TERCEIRO NÍVEL** são:

- a) alcançar o universo de público cadastrado na plataforma referente aos segmentos prioritários 1, 2 e 3 (Labs e instituições de métodos ágeis), conforme estabelecido no **Tópico 4 – Segmentação**;
- b) **conhecer, interagir, integrar e promover** as instituições desse **NÍVEL**;
- c) identificar e converter as instituições que se enquadrem nos objetivos do último **NÍVEL**;
- d) evoluir a matriz de categorização / catalogação de metodologias e soluções, bem como o respectivo algoritmo;

- e) evoluir o processo – e respectivos parâmetros técnicos – de gestão de portfólio;
- f) evoluir o processo – e respectivos parâmetros técnicos – de formação de rede, com especial atenção à formação de comunidade;
- g) evoluir a plataforma tecnológica de parceiros;
- h) estudar possibilidades de geração de receita com comunidades.

▪ 4º Nível: Parceria

Esse é o estágio em que a política precisa ser melhor sucedida, pois nele se todas as prioridades de operação do LAB junto à rede de parceiros (público, portfólio, comunidade, conhecimento, metodologias, casos de sucesso etc.). Para chegar ao 4º Nível de Relacionamento e ganhar o status de **PARCEIRA**, a instituição deverá inserir todo seu portfólio de serviços e metodologias na plataforma tecnológica do LAB, preferencialmente por meio de API.

A verificação se dá pela existência de dados cadastrais e portfólio completo, que pode ser suprida pela simples comprovação da existência de API no sentido **Parceiro ← LAB**.

Os objetivos para o **QUARTO NÍVEL** são:

- a) alcançar o universo de público cadastrado na plataforma referente ao segmento 1 e 2 (Laboratórios de Inovação Pública e Academia com Métodos Ágeis), conforme estabelecido no **Tópico 4 – Segmentação**;
- b) **conhecer, interagir, desenvolver, integrar e promover** os segmentos 1 e 2 que tenham se tornado PARCEIROS;
- c) evoluir a matriz de categorização / catalogação de metodologias e soluções, bem como o respectivo algoritmo;
- d) evoluir o processo – e respectivos parâmetros técnicos – de gestão de portfólio;
- e) evoluir o processo – e respectivos parâmetros técnicos – de formação de rede, com especial atenção à formação de comunidade;
- f) evoluir o processo e a política de relacionamento com parceiros, estabelecendo mecanismos concretos de fidelização;
- g) evoluir a plataforma tecnológica de parceiros;
- h) estudar possibilidades de geração de receita com a fidelização de parceiros.

6) PROCESSOS

Para alcance do público e níveis de relacionamento descritos nos tópicos anteriores, a operação dessa política dar-se-á por meio de três macro processos, que se dividem em doze subprocessos:

- **Engajamento** → processo pré-relacionamento, tem seu alvo no universo de público do LAB e serve de meio para realização dos níveis 1 e 2 de relacionamento. Subdivide-se em três subprocessos consecutivos (anterior é pré-requisito para posterior), porém não obrigatórios:
 - a) Compreensão: descobrir (saber da existência) e compreender a instituição, seu ambiente e características do mercado.
 - b) Diferenciação: classificar a instituição.
 - c) Atração: sensibilizar a instituição para se cadastrar na plataforma tecnológica de parceiros.

- **Interação** → processo meio de relacionamento, tem seu alvo no universo de instituições cadastradas na plataforma tecnológica de parceiros do LAB e organiza a forma de atuação junto às instituições que estiverem transitando pelos níveis 3 e 4 de relacionamento. Seu fato gerador principal é o cadastro de uma solução na plataforma, de modo que será rodado continuamente toda vez que uma solução for cadastrada ou uma nova demanda de cliente. Subdivide-se em seis subprocessos consecutivos (anterior é pré-requisito para posterior) e obrigatórios:
 - a) Identificação: acessar os dados cadastrais da instituição;
 - b) Curadoria: avaliar e classificar a solução cadastrada;
 - c) Aproximação: identificar demandas para a solução e promover sua oferta;
 - d) Entrega: acompanhar e/ou implementar a solução na resolução de um problema público;
 - e) Avaliação: avaliar 360º a performance da solução e da instituição ofertante;
 - f) Comemoração OU Incentivo: reconhecer e valorizar as soluções e instituições bem sucedidas **OU** dar devolutiva construtiva, com sugestões de melhoria.

- **Relacionamento** → processo de relacionamento propriamente dito, tem seu alvo geral no universo de instituições cadastradas na plataforma tecnológica de parceiros do LAB, mas atribui um alvo específico para cada subprocesso, pois estabelece as principais atividades de conversão a partir do segundo e terceiro níveis para o terceiro e quarto níveis de relacionamento, respectivamente. Seu fato gerador principal é o cadastro da instituição na plataforma. Subdivide-se em seis subprocessos isolados, porém cumulativos conforme a prioridade do segmento:
 - a) Mobilização de todo o público cadastrado na plataforma (níveis 2, 3 e 4): animar a rede cadastrada na plataforma por meio da disseminação de conteúdo.

- b) Intensificação da relação com os segmentos 1, 2 e 3 que estejam transitando nos níveis 3 e 4 de relacionamento: intensificar e aprofundar a relação por meio de trocas diretas e oferta de demandas.
- c) Fidelização dos segmentos prioritários (1 e 2) que já tenham alcançado o nível 4 de relacionamento: apoiar e paparicar os parceiros por meio de canais, serviços e procedimentos exclusivos e desenvolvidos sob medida.

7) RESUMO EXECUTIVO

Processos	Alvos	Subprocessos	Níveis de Relacionamento
Engajamento	Universo de Público	Compreensão	-
		Diferenciação	-
		Atração	1
Interação	Instituições cadastradas na plataforma tecnológica de parceiros	Identificação	2, 3 e 4
		Curadoria	2, 3 e 4
		Aproximação	2, 3 e 4
		Entrega	2, 3 e 4
		Avaliação	2, 3 e 4
		Comemoração OU Incentivo	2, 3 e 4
Relacionamento	Instituições cadastradas na plataforma tecnológica de parceiros	Mobilização	3 e 4
	Segmentos 1, 2 e 3 que estejam transitando nos níveis 3 e 4 de relacionamento	Intensificação	3 e 4
	Segmentos 1 e 2 que já tenham alcançado o nível 4 de relacionamento	Fidelização	3 e 4