



OTÁVIO SOUZA ANDRADE

**ROTINAS DA ÁREA DE PRÉ-VENDAS EM UMA STARTUP
DE RH**

LAVRAS – MG

2023

OTÁVIO SOUZA ANDRADE

ROTINAS DA ÁREA DE PRÉ-VENDAS EM UMA STARTUP DE RH

Relatório de estágio supervisionado apresentado à Universidade Federal de Lavras, como parte das exigências do Curso de Administração, para obtenção do título de Bacharel.

Prof.º Dr. André Luis Ribeiro Lima

Orientador

Prof.º Dr. José Willer do Prado

Coorientador

LAVRAS - MG

2023

OTÁVIO SOUZA ANDRADE

ROTINAS DA ÁREA DE PRÉ-VENDAS EM UMA STARTUP DE RH

Relatório de estágio supervisionado apresentado à Universidade Federal de Lavras, como parte das exigências do Curso de Administração, para obtenção do título de Bacharel.

APROVADO em 18 de julho de 2023.

Dr. André Luis Ribeiro Lima UFLA

Dr. José Willer do Prado UFLA

Prof.º Dr. André Luis Ribeiro Lima

Orientador

LAVRAS - MG

2023

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer aos familiares, amigos e minha namorada, que estiveram presentes comigo durante toda a graduação e sempre me incentivaram a ser minha melhor versão.

Obrigado!

RESUMO

O estágio supervisionado proporciona ao aluno a aplicação e aprimoramento de todo o conhecimento adquirido durante seu curso, como também a vivência da rotina de um profissional da sua área, contribuindo para o aprimoramento de suas habilidades técnicas e interpessoais. Dessa forma, o presente trabalho tem como objetivo apresentar as rotinas vivenciadas pelo estagiário entre os períodos de 07/11/2022 a 10/03/2023 na área de pré-vendas em uma startup de gestão de pessoas. Para isso, em um primeiro momento, são apresentadas as características da empresa Culture Rocks, foco da realização do estágio, como também a organização e processos de responsabilidade da área em que o estagiário realizou suas atividades. Atividades tais como: gestão do fluxo de cadência de prospecção comercial, ligações e reuniões com potenciais clientes, reuniões e treinamentos internos. Estas e as demais atividades são descritas de forma detalhada e com embasamento teórico, como também sugestões de melhoria propostas pelo estagiário com o objetivo de melhorar a performance e os resultados obtidos. Alguns exemplos das sugestões propostas é a criação de uma rotina de interação e troca de boas práticas entre as áreas de marketing, pré-vendas e vendas. Com isso, o estagiário relata os aprendizados e habilidades desenvolvidas durante seu período de estágio e compreende a importância desta experiência para sua formação profissional e entrada no mercado de trabalho.

Palavras-chave: Estágio Supervisionado. Habilidades Técnicas. Startup. Pré-Vendas.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Módulo de gestão de metas.....	9
Figura 2 - Reunião presencial em visita ao escritório em São Paulo.....	17
Quadro 1 - Atividades realizadas.....	13

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	7
2 DESCRIÇÃO GERAL DO LOCAL DE ESTÁGIO	9
2.1. A Empresa	9
2.2. Área de pré-vendas	10
3 DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES DESENVOLVIDAS	13
4 DESCRIÇÃO DOS PROCESSOS TÉCNICOS	14
4.1. Tentativa de contato e qualificação de potenciais clientes	14
4.2. Treinamentos internos	15
4.3. Reuniões internas	16
4.4. Feedbacks e 1:1 com liderança direta	16
5 SUGESTÕES AOS PROBLEMAS IDENTIFICADOS	18
6 CONCLUSÃO	19
REFERÊNCIAS	20

1 INTRODUÇÃO

A história do setor de recursos humanos remonta aos primórdios da Revolução Industrial, quando as empresas começaram a perceber que precisavam de uma gestão mais eficiente da sua força de trabalho para atender à demanda crescente por produção em larga escala. Os primeiros departamentos de pessoal surgiram nesse contexto, com a função principal de gerenciar a contratação, pagamento e registro de funcionários. Com o tempo, o papel do departamento de pessoal evoluiu para incluir outras áreas relacionadas à gestão de pessoas, como treinamento, desenvolvimento e avaliação de desempenho (SHERMAN, 2005).

O setor de recursos humanos sempre teve um papel importante desde a revolução industrial, como cita Sherman (2005) em sua obra, entretanto nem sempre esse foi um setor estratégico, muito pelo contrário, em algumas situações o RH nem mesmo estava presente nas discussões de nível estratégico. Esse é um cenário ainda presente em algumas empresas, mas que vem sendo pauta cada vez mais discutida no ambiente corporativo e acadêmico.

Peter Drucker, considerado o pai da administração moderna, destaca também em suas obras a importância da gestão de pessoas na administração de empresas. Drucker acreditava que o sucesso de uma organização dependia da qualidade de sua gestão de recursos humanos, e que a função do departamento de pessoal deveria evoluir para se tornar mais estratégica e voltada para o desenvolvimento de talentos (DRUCKER, 2002)

À medida que a tecnologia continua a avançar rapidamente, é essencial que os profissionais de RH abracem e aproveitem as oportunidades que ela oferece. A automação e a inteligência artificial têm o potencial de transformar a maneira como trabalhamos, permitindo que o RH se concentre em atividades estratégicas, como desenvolvimento de talentos, engajamento dos funcionários e criação de uma cultura de aprendizado contínuo. O futuro do RH está intimamente ligado à capacidade de se adaptar e adotar novas tecnologias para impulsionar o sucesso organizacional (BERSIN, 2022).

Estas tendências de transformações digitais, demonstram que, além da evolução da área de Recursos Humanos, é necessário também que o profissional de Administração esteja sempre atualizado e se aprimorando profissionalmente, para que esteja preparado para utilizar da tecnologia a seu favor nas organizações, e se mantendo competitivo no mercado de trabalho.

Uma forma que os futuros profissionais da área, os quais ainda estão dentro da universidade, tem de adentrar no mercado de trabalho é a realização do estágio. Conforme a

Lei Nº 11.788/88, de 25 de setembro de 2008, que possui como finalidade a regulamentação do estágio, o define como um ato educativo escolar supervisionado, como parte do projeto pedagógico do curso, desenvolvido no ambiente mercadológico e que visa à preparação do estudante para o ingresso definitivo no mercado (BRASIL, 2008).

Portanto, por meio da realização de um estágio, o estudante tem a possibilidade de praticar os conhecimentos obtidos no meio acadêmico, além de desenvolver novas habilidades e técnicas a partir da rotina de trabalho e do contato com outros profissionais da área. Dito isso, o presente relatório tem como finalidade apresentar as rotinas profissionais vivenciadas pelo estagiário entre os períodos de 07/11/2022 a 10/03/2023 em uma startup de gestão de recursos humanos, especificamente na área de Pré-Vendas.

Na próxima seção, é descrita a empresa de realização do estágio, e posteriormente são descritos os processos técnicos utilizados para a realização das atividades durante o período de estágio, além de conter sugestões de melhorias propostas pelo estagiário, com o objetivo de promover a melhora nos processos da área de pré-vendas e comercial como um todo.

Por fim, na última seção são colocadas as considerações finais, com as percepções obtidas pelo estagiário, seus desafios e principais aprendizados.

2 DESCRIÇÃO GERAL DO LOCAL DE ESTÁGIO

Este tópico tem como objetivo descrever a empresa Culture Rocks, foco da realização do estágio, através da sua caracterização e histórico, como também apresentar a área em que as atividades foram desempenhadas pelo estagiário.

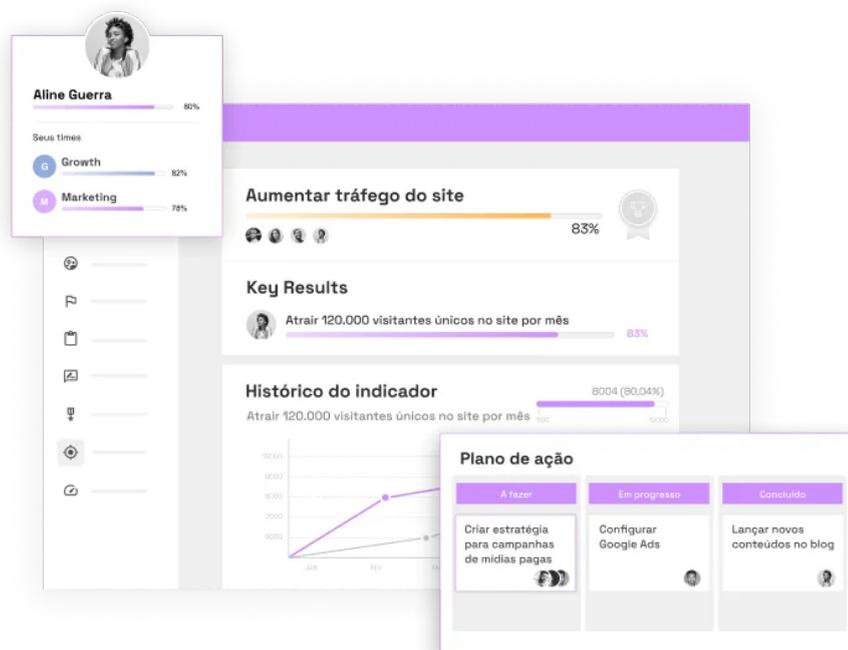
2.1. A Empresa

A Culture.Rocks é uma empresa brasileira da área de tecnologia que foi fundada no ano de 2016, e que possui como principal produto uma plataforma online de gestão de desempenho e RH estratégico. A plataforma tem como objetivo ajudar as empresas a aumentarem a produtividade, melhorar o engajamento, gerir dados e indicadores e promover uma cultura voltada para desenvolvimento contínuo dos colaboradores.

A plataforma da Culture.Rocks inclui recursos como avaliação de desempenho, plano de desenvolvimento individual, gestão de treinamentos corporativos, cursos e treinamentos, gestão de feedbacks, painel de elogios, gestão de indicadores estratégicos e análise de dados e relatórios. A ferramenta também possui um módulo voltado para gestão de metas, baseado na metodologia OKR (Objetivos e Resultados-Chave), que é uma abordagem estruturada para definir objetivos e medir o progresso e os resultados da companhia, das áreas e do indivíduo.

A Figura 1 representa o layout da plataforma, no exemplo o módulo de gestão de metas:

Figura 1 - Módulo de gestão de metas.



Fonte: Dados do estágio (2023).

A empresa possui também como filosofia uma abordagem centrada no cliente, fornecendo suporte personalizado e orientação metodológica, tanto no período de implantação como durante toda a jornada do cliente com a empresa. O modelo de negócio é o chamado SaaS, *Software As Service*, ou seja, a solução fica hospedada em nuvem e a aquisição se dá por meio de uma mensalidade para se ter acesso ao sistema. Atualmente a empresa trabalha com contratos anuais apenas para pessoas jurídicas.

A Qulture.Rocks é reconhecida como uma das principais empresas de gestão de desempenho e RH estratégico do Brasil, já tendo sido incluída em listas de startups de destaque e recebido prêmios como o prêmio HR Tech Awards em 2018 e 2019. Além disso, é uma das poucas startups brasileiras a estarem na aceleradora Y Combinator, do Vale do Silício, que possui um processo seletivo extremamente concorrido, e por onde passaram empresas mundialmente conhecidas, como Dropbox e Airbnb.

Até o ano de 2022 o escritório da Qulture.Rocks ficava sediado no CUBO Itaú, em São Paulo, porém após aquisição da startup pelo grupo UOL Edtech, o escritório mudou-se para um novo endereço também em São Paulo, e é agora compartilhado com outras empresas do grupo.

A Qulture.Rocks foi adquirida pelo grupo empresarial UOL Edtech no ano de 2022. O UOL Edtech é um braço do Grupo UOL e compreende empresas do ramo de educação e tecnologia. A Qulture Rocks entra no portfólio do grupo representando a frente de treinamentos e desenvolvimento corporativo, o que faz total sentido dentro do escopo de atuação do grupo.

Hoje a Qulture.Rocks adota o modelo de trabalho híbrido, com obrigatoriedade para os residentes de São Paulo capital comparecerem alguns dias da semana no escritório. Os colaboradores que já trabalhavam no modelo Home Office e não residiam em São Paulo, como é o caso do estagiário, permanecem nesse modelo. As novas contratações priorizam residentes da região de São Paulo.

2.2. Área de pré-vendas

O estágio foi realizado na área de pré-vendas da empresa. Essa área é responsável pela qualificação de potenciais clientes, ou seja, a área tem o papel de filtrar quais são os clientes com maior potencial de compra antes de serem encaminhados para a equipe de vendas.

Para facilitar a compreensão sobre o papel desempenhado pela área, é interessante entender primeiramente qual o caminho que um potencial cliente percorre até se tornar de fato um cliente. Essa jornada tem início na área de marketing, que por meio das campanhas publicitárias, com grande investimento em mídias pagas, consegue despertar o interesse do potencial cliente e o estimula a preencher um formulário online solicitando uma demonstração da plataforma.

Ao solicitar uma demonstração, as informações sobre o potencial cliente chegam até a equipe de pré-vendas, que irá realizar diversas tentativas de contato por diversos meios com o intuito de qualificá-lo ou desqualificá-lo para equipe de vendas, responsável pela demonstração.

O processo de qualificação consiste basicamente em uma conversa na qual o pré-vendedor deve extrair informações que subsidiem sua tomada de decisão sobre passar ou não esse potencial cliente para a próxima etapa do funil, que é a demonstração com a equipe de vendas. Existem algumas informações que são cruciais para essa tomada de decisão, como por exemplo a aderência entre a necessidade do potencial cliente com a solução oferecida, a disponibilidade ou não de investimento para o projeto, a urgência, o perfil e o modelo de negócio da empresa, e inúmeros outros fatores que podem ser particulares para cada tipo de operação.

Existem diversas técnicas que podem ser utilizadas no processo de qualificação, como forma de criar uma abertura com o potencial cliente, explorar as dores e despertar um senso de urgência para aquisição da solução, tornando-o mais suscetível ao processo de compra.

Caso o solicitante atenda aos requisitos e seja qualificado, é papel do pré-vendedor agendar a demonstração da plataforma com um dos vendedores. Ao agendar essa reunião, o pré-vendedor deve elaborar um resumo contendo os principais pontos da conversa, bem como as informações mais relevantes sobre o potencial cliente, e que podem auxiliar no processo de venda. A demonstração é o momento em que o vendedor irá apresentar a solução, tirar dúvidas técnicas, elaborar uma proposta comercial, e eventualmente fechar o negócio.

A partir do momento em que a demonstração com o vendedor acontece, não há mais interação entre o pré-vendedor e o potencial cliente. E após a efetuação da venda, o agora cliente recebe um suporte contínuo do time de Sucesso do Cliente.

Em resumo, a equipe de pré-vendas é um braço da equipe comercial responsável pelo primeiro contato com um potencial cliente, com o intuito de aumentar a eficácia da equipe de vendas, economizando tempo e recursos dos vendedores, na medida em que os ajuda a focar em leads, ou potenciais clientes, que sejam mais promissores.

A equipe de pré-vendas da Qulture.Rocks é composta por uma coordenadora, que responde diretamente ao diretor comercial, e os pré-vendedores. A gestão do funil de vendas é realizada utilizando um CRM especializado, onde os processos de marketing, pré-vendas e vendas já são integrados e unificados, e onde são realizadas todas as atividades de prospecção e tentativas de contato com os potenciais clientes, seja via e-mail, ligação ou agendamento de reuniões online.

O time de pré-vendas, assim como toda a equipe comercial, é avaliado constantemente com base em alguns indicadores de desempenho, sendo eles a taxa de conversão de leads, taxa de no-show, número de leads qualificados e número de atividades de prospecção realizadas.

3 DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES DESENVOLVIDAS

O estágio na empresa Qulture Rocks foi realizado entre os dias sete de novembro de 2022 a dez de março de 2023, correspondendo a uma carga horária de 30 horas semanais e 528 horas totais. O Quadro 1, apresenta quais foram as atividades realizadas pelo estagiário, faz uma breve apresentação do que cada uma representa, e traz o número total de horas vivenciadas.

Quadro 1 - Atividades realizadas.

ATIVIDADES REALIZADAS	DESCRIÇÃO	HORAS TOTAIS
Tentativa de contato e qualificação de potenciais clientes	Consiste na realização de atividades como ligações, envio de e-mails, mensagens e reuniões online, com intuito de iniciar um diálogo para qualificação, além do direcionamento para o time de vendas.	400
Treinamentos internos	Treinamentos internos com intuito de aprimoramento da atividade de qualificação, escutas de chamada e <i>role-plays</i>	42
Reuniões internas	Reuniões internas de alinhamento e discussão estratégica.	60
Feedbacks e 1:1 com liderança direta	Práticas rotineiras de alinhamento entre líder e liderado com o intuito de certificar o direcionamento das ações e acompanhar as análises de desempenho.	26
TOTAL DE HORAS		528

Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Todas as atividades foram desempenhadas pelo estagiário de forma remota, visto que a empresa opera em regime *home office* integral para os colaboradores residentes fora da cidade de São Paulo. Para os que residem em São Paulo, o regime é obrigatoriamente híbrido no escritório do grupo UOL Edtech desde o fim de 2022.

4 DESCRIÇÃO DOS PROCESSOS TÉCNICOS

Esta Seção, tem por finalidade abranger os processos técnicos de cada uma das ações realizadas pelo estagiário. Elas serão descritas detalhadamente, terão embasamento em conceitos da Administração e apresentar-se-ão sugestões de melhorias para aquelas que precisam ser aperfeiçoadas.

4.1. Tentativa de contato e qualificação de potenciais clientes

Aaron Ross, autor mundialmente reconhecido pelo seu trabalho no campo de vendas, fornece insights valiosos sobre como otimizar a alocação de recursos de vendas e maximizar a taxa de conversão, concentrando-se nos leads mais promissores e de maior valor. Esse processo se dá pela qualificação de leads, que é abordada como um elemento fundamental para o sucesso da equipe de vendas. A qualificação adequada dos leads ajuda a direcionar os esforços de vendas para os potenciais clientes mais promissores, economizando tempo e recursos (ROSS, 2020).

Para melhor entendimento sobre as atividades desempenhadas pelo estagiário, é preciso uma contextualização sobre o fluxo de cadência de prospecção, que consiste em um passo a passo de atividades que visam iniciar uma comunicação com o potencial cliente. Esse fluxo é de suma importância para o sucesso no contato, sendo a gestão dos mesmo um dos papéis da área de pré-vendas. Por mais que os potenciais clientes tenham solicitado o contato ativamente, é preciso ter uma cadência bem definida e estruturada para conseguir a atenção do lead e possibilitar o processo de qualificação, que exige atenção e disponibilidade do potencial cliente, que muitas vezes já quer ir direto para a demonstração da ferramenta.

Dito isso, o fluxo de prospecção utilizado no período de estágio é composto por diversas atividades, tais como:

Pesquisas: o processo de pesquisa consiste em entender melhor sobre o potencial cliente, e possui algumas etapas obrigatórias, tais como a validação se a empresa existe, se as informações estão corretas, se o lead já está em contato ou se já é cliente, o cargo, porte da empresa, entre outras informações que o pré-vendedor julgar relevante para o processo de qualificação e venda. Normalmente, utiliza-se para a pesquisa ferramentas de busca online, como o Google, e principalmente a rede social profissional LinkedIn, onde é possível encontrar facilmente informações sobre cargo, área de atuação da empresa, porte, entre outras informações. Além disso, a base interna de clientes é consultada, com o intuito de verificar se

esse potencial cliente já não utiliza as soluções da empresa.

Ligações ou chamadas de vídeo: as ligações e as chamadas de vídeo são as atividades mais importantes do fluxo de atividades do pré-vendedor da Qulture Rocks, pois é nesse momento que ocorre a qualificação, ou seja, é nesse momento que o pré-vendedor irá extrair as informações relevantes para o processo de vendas, como o cenário atual, a necessidade, a urgência e o teto de investimento, entender mais a fundo a demanda do lead, e despertar interesse e urgência para aquisição da solução, além de marcar uma agenda para uma demonstração com o vendedor.

Mensagem via whatsapp, linkedin e e-mail: A mensagem de whatsapp, assim como o contato via linkedin e o e-mail, servem como ferramentas de apoio, que são utilizadas com o intuito de criar um canal de comunicação assíncrono com o lead e direcioná-lo para a ligação ou para uma chamada de vídeo para o processo de qualificação. Em alguns casos no contato por whatsapp ou e-mail disponibilizamos um link que dá acesso à agenda do pré-vendedor, para que o potencial cliente marque um horário de cerca de 15 minutos para essa conversa introdutória de qualificação via chamada de vídeo.

O fluxo completo de atividades pode durar de três a sete dias dependendo da cadência em que o nosso potencial cliente está, ou seja, depende do meio em que ele solicitou o contato e qual a melhor forma de abordá-lo de acordo com esse perfil. Normalmente as atividades de ligação são as mais eficientes, sendo feitas em maior volume e tendo melhor taxa de conversão.

A cadência de prospecção de leads de pequeno e médio porte, que configuram aqueles com um a cento e cinquenta colaboradores, representam o maior volume de possíveis clientes, sendo portanto uma das cadências mais utilizadas pelo time de pré-vendas.

A experiência do estágio permitiu a realização de todas as atividades de prospecção e qualificação descritas, estimulando uma melhora contínua em algumas habilidades como a comunicação, escuta ativa, negociação e organização, com o intuito de gerar resultados cada vez melhores na operação e no atingimento das metas individuais. Essa vivência permitiu também adquirir experiência na elaboração e gestão de cadências de prospecção, uma vez que as mesmas são constantemente revisadas com a participação e contribuição de toda a equipe, o que ocorreu algumas vezes durante o período de estágio.

4.2. Treinamentos internos

A aprendizagem organizacional ocorre por meio do desenvolvimento das pessoas. Elas

constituem o recurso estratégico fundamental para que as organizações aprendam e se adaptem ao ambiente em que estão inseridas. Nesse sentido, os treinamentos corporativos desempenham um papel essencial, capacitando os colaboradores e promovendo a melhoria contínua das competências individuais e organizacionais (CHIAVENATO, 2002)

Os treinamentos internos são uma prática comum na equipe comercial da Qulture Rocks, e especificamente no time de pré-vendas os tipos mais comuns são os *Role-Plays* e as escutas de ligação. Ambos os treinamentos são feitos com frequência média de uma vez por semana cada um, e podem ser tanto individuais como em grupo.

Os *role-plays* são basicamente um exercício de simulação de uma ligação ou chamada de vídeo com um potencial cliente, onde deve ser feita a qualificação. O intuito desse tipo de treinamento é aperfeiçoar as técnicas de abordagem e aprender a lidar com diferentes cenários e perfis de leads que podem aparecer.

Já as escutas de ligação são um exercício que visa analisar o próprio desempenho durante uma ligação ou chamada com o lead, que é gravada, com o intuito de identificar os pontos de melhoria com a ajuda de um colega de equipe mais experiente ou de toda a equipe, o que acaba servindo também como um momento de troca de boas práticas.

Durante o período de estágio foram realizados inúmeros momentos de *role-plays* e escuta de ligação, sendo momento essenciais para o desenvolvimento do estagiário, que além de ser avaliado pelos colegas de equipe e líderes, também teve a oportunidade de avaliar e aprender novas práticas de qualificação por meio da observação do trabalho de pares mais experientes.

4.3. Reuniões internas

As reuniões internas acontecem entre a equipe de pré-venda, entre toda a área comercial ou envolvendo toda a empresa. As reuniões com a equipe de pré-vendas são diárias e tem duração média de 30 minutos. As reuniões da área comercial são quinzenais com duração média de uma hora e meia, e as reuniões da empresa são semanais, com duração média de uma hora.

As reuniões de equipe possuem o intuito de analisarmos os dados diários sobre atividades realizadas, ganhos, perdas e indicadores como taxa de conversão, no show, SQLs válidos. Além disso, também serve como uma reunião de repasses diários. As reuniões de área têm um viés mais estratégico, e normalmente são discutidas pautas relacionadas aos atingimentos de metas e mudanças na estrutura, novas abordagens comerciais, abordagens

promocionais, em assuntos relacionados. As reuniões de toda empresa têm um viés de repasse de informações e direcionamentos, nessa reunião semanal estão presentes todos os colaboradores e as principais lideranças.

Durante o período de estágio o estagiário teve a oportunidade de opinar e participar ativamente de todos os momentos de reuniões, principalmente nas reuniões de equipe e de área, onde foram discutidas desde pautas do dia-a-dia de operação como pautas mais estratégicas. Esses momentos têm suma importância para a integração do time, alinhamento e direcionamento estratégico, gerando momentos de aprendizado mas também de descontração.

A Figura 2 retrata uma das reuniões da equipe de pré-vendas, em um dos momentos raros onde o trabalho foi realizado presencialmente.

Figura 2 - Reunião presencial em visita ao escritório em São Paulo.



Fonte: Arquivo pessoal (2023)

4.4. Feedbacks e 1:1 com liderança direta

A prática do feedback é a chave para o crescimento e desenvolvimento contínuo dos colaboradores no ambiente corporativo. Ao fornecer informações e direcionamentos construtivos, o feedback permite que o colaborador compreenda seus pontos fortes e pontos de melhoria, promovendo a aprendizagem e o aprimoramento de suas habilidades. Além disso, um feedback bem estruturado contribui para a construção de relacionamentos de confiança, comunicação transparente e um clima organizacional saudável. É por meio do feedback que as organizações podem potencializar o desempenho individual e coletivo,

resultando em resultados cada vez melhores.

Os encontros ou reuniões 1:1 são uma ferramenta poderosa para fortalecer a relação entre os líderes e seus liderados. Essas conversas individuais proporcionam um espaço de abertura para alinhamento de expectativas, feedback contínuo e, conseqüentemente, desenvolvimento pessoal. Ao investir tempo e atenção nas reuniões 1:1, líderes demonstram comprometimento com o crescimento e com o sucesso de cada integrante do time, criando um ambiente de confiança e engajamento. Essa prática é fundamental para impulsionar a produtividade, gerar motivação e promover o desenvolvimento dos colaboradores.

Os feedbacks e a rotina de 1:1 são práticas bem difundidas e que fizeram parte da cultura da empresa desde sua concepção, uma vez que esses são, inclusive, produtos presentes na plataforma da Culture Rocks.

A relação entre o estagiário e a liderança direta tem como base a transparência e acompanhamento constante, tanto dos aspectos relacionados ao trabalho, o que envolve a produtividade e atingimento de metas, como também em aspectos relacionados à vida pessoal, e que possam eventualmente impactar a rotina de trabalho. A transparência e confiança nessa relação se dá por meio das rotinas de feedbacks e 1:1, sendo parte essencial para o desenvolvimento e bem-estar do estagiário no período de estágio referido.

5 SUGESTÕES AOS PROBLEMAS IDENTIFICADOS

Ao longo do período de realização do estágio, principalmente pelo fato da empresa focar-se tratar de uma startup que foi adquirida por um grande grupo empresarial, o ambiente e a forma de trabalho passaram por diversas mudanças. Mudanças em relação a estrutura da área, colaboradores envolvidos e processos de trabalho, sempre em prol da otimização do trabalho e aumento na qualidade das entregas.

Dessa forma, toda a empresa, bem como a área em que o estagiário desempenhou suas atividades, é aberta e incentiva os colaboradores a sugerirem melhorias. Dessa forma, o estagiário propõe a criação de uma rotina de interação e troca de boas práticas entre a equipe de pré-vendas e marketing e também com a equipe de vendedores.

Alinhamento entre marketing e pré-vendas: A falta de alinhamento entre as equipes de marketing e pré-vendas pode ser um problema. É importante que haja uma comunicação clara e uma estratégia coordenada para garantir que os leads gerados pelo marketing sejam devidamente qualificados e encaminhados para a equipe de vendas. Ou seja, conhecer as campanhas que estão no ar, os públicos-alvo esperados, linguagem utilizada, podem auxiliar a equipe de pré-vendas. Bem como a equipe de pré-vendas pode munir o marketing de informações valiosas sobre a percepção dos leads que vem chegando pelas campanhas.

Alinhamento entre pré-vendas e vendas: Essa é uma ação simples mas que poderia gerar inúmeros benefícios no que diz respeito à qualidade esperada dos leads, perfil dos leads que fecharam contrato, melhor forma de passar as informações da qualificação, feedbacks sobre os leads qualificados, entre outras ações que visam melhorar o processo de pré-venda e consequentemente o processo de venda.

Ambas as ações sugeridas consistem na criação de rotinas de comunicação, seja um canal na ferramenta de comunicação interna ou reuniões periódicas, com o intuito de troca de boas práticas sobre o dia-a-dia da operação. Hoje a empresa ainda não realiza esse tipo de ação pois passou, e vem passando, por um período de muitas mudanças, tanto processuais, como de direcionamento estratégico e de lideranças, o que acaba tornando a sugestão menos prioritária frente a esse cenário desafiador e, em certa medida, conturbado.

6 CONCLUSÃO

A realização do estágio, o que contempla todas as atividades aqui descritas, proporcionou ao estudante aplicar na prática diversos conceitos estudados em sala de aula, principalmente no que diz respeito à dinâmica do mundo corporativo, relacionamento interpessoal, técnicas de venda, prospecção de clientes, e diversos outros conceitos do universo da administração e da área comercial.

Fazer parte de uma *startup* em um período de aquisição em regime *home office* foi uma experiência extremamente desafiadora. A empresa passou por diversas mudanças, tanto no que diz respeito a processos como à lideranças, o que tornou a experiência ainda mais rica de aprendizados e vivências. Sem dúvidas a resiliência e a adaptabilidade foram competências essenciais nesse processo.

Foram diversos os aprendizados adquiridos e as habilidades desenvolvidas pelo estagiário, tais como a comunicação, desenvolvimento de técnicas de vendas, negociação e rapport com potenciais clientes, com o intuito de gerar abertura para o processo de qualificação. Além disso, a experiência possibilitou um amadurecimento na forma de lidar com as relações interpessoais no trabalho, maior autonomia para gerir o próprio desempenho e performance, além de uma visão mais crítica sobre desenvolvimento e carreira.

O estágio em questão também abriu portas para que o estagiário conquistasse uma vaga efetiva no mercado de trabalho.

REFERÊNCIAS

BERSIN, Josh. **The Big Reset: HR Tech 2022 [A Grande Reinicialização: HR Tech 2022]**. Editora XPTO, 2022.

BRASIL. Lei no 11.788, de 25 de setembro de 2008. Dispõe sobre o estágio de estudantes e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, 26 de set. 2008.

CHIAVENATO, I. **Recursos Humanos**. 7ª ed, São Paulo Atlas, 2002

DRUCKER, Peter. Uma Conversa Com Peter Drucker. **Revista Exame**. Disponível em: portal exameabril.com.br, 2002.

ROSS, A.; TYLER, M. **Receita Previsível: Como implementar a metodologia revolucionária de vendas outbound que pode triplicar os resultados da sua empresa (2ª edição, revisada e ampliada)**. [s.l.] Autêntica Business, 2020.

SHERMAN, Arthur. **A evolução do setor de recursos humanos: origem e perspectivas**. São Paulo: Atlas, 2005.