

O que sua empresa precisa *estruturar agora para continuar crescendo?*

16 perguntas para descobrir se o crescimento digital possui direção, aquisição, conversão e estrutura para continuar.



Crescer não é apenas vender mais.

É sustentar resultados sem ampliar o caos.

Crescimento digital não é apenas. *aumentar alcance e vendas.*

É construir uma estrutura capaz de gerar, converter, entregar e aprender de forma consistente.

Uma empresa pode crescer em vendas, tráfego, seguidores e novos clientes.

E ainda assim criar sobrecarga, desperdício e dependência de ações isoladas.

O problema nem sempre é falta de oportunidade.

Pode ser falta de prioridade, processo ou capacidade para sustentar o próximo nível.

Este diagnóstico ajuda a identificar o que precisa ser estruturado antes do próximo movimento de crescimento.

Crescimento saudável não depende de uma única campanha.

Ele conecta direção, aquisição, conversão e capacidade de execução.

Quatro dimensões revelam ...

o que precisa ser estruturado agora.

01

DIREÇÃO

A empresa sabe qual crescimento busca e o que deve priorizar?

02

AQUISIÇÃO

Existem canais previsíveis para gerar oportunidades?

03

CONVERSÃO

Marketing e vendas transformam atenção em receita?

04

SUSTENTAÇÃO

A operação consegue acompanhar o crescimento com qualidade?

Direção evita dispersão. Aquisição gera oportunidades. Conversão transforma interesse em receita. Sustentação impede que o crescimento crie desorganização.

Como responder *este diagnóstico*

...

Escolha a opção que representa a realidade atual da empresa.

☐

SIM
2 PONTOS

Acontece de forma clara e consistente.

☐

PARCIALMENTE
1 PONTO

Existe, mas depende do canal, campanha ou situação.

☐

NÃO
0 PONTO

Não acontece ou não existem evidências suficientes.

REGRA BB

Não avalie apenas o resultado atual. Considere se os processos conseguem repetir, acompanhar e sustentar esse resultado.

01. DIREÇÃO

...

A empresa sabe para onde crescer?

Avalie se existe clareza sobre objetivo, prioridade e critérios para orientar decisões digitais.

01

OBJETIVO

A empresa definiu qual resultado deseja alcançar nos próximos meses?



SIM
2 PONTOS



PARCIALMENTE
1 PONTO



NÃO
0 PONTO

02

PRIORIDADE

Está claro qual público, oferta ou canal merece maior atenção agora?



SIM
2 PONTOS



PARCIALMENTE
1 PONTO



NÃO
0 PONTO

01. DIREÇÃO

...

continue avaliando esta dimensão

03

INDICADORES

Existem indicadores para acompanhar aquisição, conversão, receita e retenção?



SIM
2 PONTOS



PARCIALMENTE
1 PONTO



NÃO
0 PONTO

04

ESCOLHAS

A empresa consegue dizer o que não fará para proteger foco, tempo e recursos?



SIM
2 PONTOS



PARCIALMENTE
1 PONTO



NÃO
0 PONTO

PONTUAÇÃO DE DIREÇÃO

___ / 8

O crescimento está sendo dirigido por uma prioridade ou por oportunidades aleatórias?

02. AQUISIÇÃO

...

Existem canais previsíveis de crescimento?

Avalie se a empresa consegue gerar novas oportunidades sem depender apenas de indicação ou esforço ocasional.

05

CANAIS

A empresa sabe quais canais geram as melhores oportunidades?



SIM
2 PONTOS



PARCIALMENTE
1 PONTO



NÃO
0 PONTO

06

CONSISTÊNCIA

Conteúdo, anúncios, parcerias ou prospecção funcionam com regularidade?



SIM
2 PONTOS



PARCIALMENTE
1 PONTO



NÃO
0 PONTO

02. AQUISIÇÃO

...

continue avaliando esta dimensão

07

PÚBLICO CERTO

As ações atraem pessoas com perfil e necessidade compatíveis com a oferta?



SIM
2 PONTOS



PARCIALMENTE
1 PONTO



NÃO
0 PONTO

08

CUSTO E RETORNO

A empresa acompanha quanto investe e qual retorno cada canal produz?



SIM
2 PONTOS



PARCIALMENTE
1 PONTO



NÃO
0 PONTO

PONTUAÇÃO DE AQUISIÇÃO

___ / 8

A aquisição acontece de forma previsível ou precisa recomeçar todos os meses?

03. CONVERSÃO

...

A atenção se transforma em receita?

Avalie se marketing, atendimento e vendas conduzem oportunidades até uma decisão.

09

OFERTA

A oferta está clara, relevante e fácil de compreender?



SIM
2 PONTOS



PARCIALMENTE
1 PONTO



NÃO
0 PONTO

10

JORNADA

Existe um caminho simples entre descoberta, interesse, contato e compra?



SIM
2 PONTOS



PARCIALMENTE
1 PONTO



NÃO
0 PONTO

03. CONVERSÃO

...

continue avaliando esta dimensão

11

PROCESSO COMERCIAL

O atendimento diagnostica, apresenta valor e acompanha oportunidades?



SIM
2 PONTOS



PARCIALMENTE
1 PONTO



NÃO
0 PONTO

12

APRENDIZADO

A empresa acompanha conversão e motivos de perda para melhorar?



SIM
2 PONTOS



PARCIALMENTE
1 PONTO



NÃO
0 PONTO

PONTUAÇÃO DE CONVERSÃO

___ / 8

O negócio precisa de mais oportunidades ou converter melhor as que já possui?

04. SUSTENTAÇÃO

...

A estrutura acompanha o crescimento?

Avalie se operação, experiência e gestão conseguem crescer sem perder qualidade e controle.

13

CAPACIDADE

A equipe e os processos conseguem atender mais clientes sem sobrecarga?



SIM
2 PONTOS



PARCIALMENTE
1 PONTO



NÃO
0 PONTO

14

PADRONIZAÇÃO

As atividades essenciais possuem etapas, responsáveis e padrões claros?



SIM
2 PONTOS



PARCIALMENTE
1 PONTO



NÃO
0 PONTO

04. SUSTENTAÇÃO

...

continue avaliando esta dimensão

15

EXPERIÊNCIA E RETENÇÃO

A entrega sustenta satisfação, recompra, renovação e indicação?



SIM
2 PONTOS



PARCIALMENTE
1 PONTO



NÃO
0 PONTO

16

REVISÃO

A empresa revisa prioridades, resultados e gargalos antes de expandir novamente?



SIM
2 PONTOS



PARCIALMENTE
1 PONTO



NÃO
0 PONTO

PONTUAÇÃO DE SUSTENTAÇÃO

___ / 8

Se a demanda dobrasse agora, a empresa cresceria ou apenas ficaria mais sobrecarregada?

Seu resultado ...

o que precisa ser estruturado agora?

Some os pontos de cada dimensão separadamente.

01

DIREÇÃO

A empresa sabe para onde crescer?

___ / 8

02

AQUISIÇÃO

Existem canais previsíveis?

___ / 8

03

CONVERSÃO

A atenção vira receita?

___ / 8

04

SUSTENTAÇÃO

A estrutura acompanha o crescimento?

___ / 8

A menor nota mostra a dimensão com maior necessidade de estrutura. Observe as respostas para localizar o gargalo.

Como interpretar

cada pontuação

...

0 A 3

SINAL FORTE DE ATENÇÃO

Existem lacunas importantes que podem limitar o próximo estágio de crescimento.

4 A 6

ESTRUTURA PARCIAL

A estrutura existe parcialmente, mas ainda depende de pessoas, situações ou esforços isolados.

7 A 8

DIMENSÃO MAIS CONSISTENTE

Há sinais de que essa dimensão sustenta o crescimento com maior consistência.

Crescimento é um sistema, ... *não uma ação isolada.*

A empresa precisa conectar quatro movimentos.

01. DIRECIONAR

Definir objetivo, prioridade e indicadores.

02. ADQUIRIR

Gerar oportunidades de forma consistente.

03. CONVERTER

Transformar interesse em receita.

04. SUSTENTAR

Entregar, reter, aprender e evoluir.

Mais aquisição não corrige automaticamente uma conversão fraca ou uma operação sem capacidade.

Combinações de resultado ...

hipóteses 1 e 2

COMBINAÇÃO

Direção forte, aquisição fraca

O QUE PODE INDICAR

A empresa sabe o que deseja, mas não possui canais consistentes para gerar oportunidades.

Investigue: Escolha canais prioritários, defina cadência e acompanhe custo e qualidade.

COMBINAÇÃO

Aquisição forte, conversão fraca

O QUE PODE INDICAR

As oportunidades chegam, porém a jornada não transforma atenção em receita.

Investigue: Revise oferta, atendimento, proposta, acompanhamento e motivos de perda.

Combinações de resultado ...

hipóteses 3 e 4

COMBINAÇÃO

Conversão forte, sustentação fraca

O QUE PODE INDICAR

A empresa vende, mas a operação pode perder qualidade, margem ou capacidade.

Investigue: Padronize processos, responsabilidades, entrega, retenção e revisão de capacidade.

COMBINAÇÃO

Sustentação forte, direção fraca

O QUE PODE INDICAR

A empresa executa bem, mas dispersa recursos por falta de foco estratégico.

Investigue: Defina objetivo, público, oferta, prioridade e indicadores para o próximo ciclo.

Combinações de resultado ...

hipóteses 5 e 5

COMBINAÇÃO

Quatro dimensões fortes

O QUE PODE INDICAR

Existem sinais de um sistema de crescimento mais equilibrado e consistente.

Investigue: Preserve o que funciona, monitore gargalos e aumente a escala gradualmente.



Crescer mais nem sempre ... *é a melhor prioridade.*

Antes de ampliar investimentos, identifique o ponto que mais limita o próximo estágio de crescimento.

01

IDENTIFIQUE O SINAL

- ☐ Direção
- ☐ Aquisição
- ☐ Conversão
- ☐ Sustentação

MINHA PONTUAÇÃO

02

ENTENDA O IMPACTO

Se esse ponto continuar como está, onde pode afetar mais o negócio?

- ☐ Foco estratégico
- ☐ Geração de oportunidades
- ☐ Conversão e receita
- ☐ Capacidade operacional
- ☐ Experiência e retenção
- ☐ Margem e caixa

O que merece atenção

primeiro?

...

Avalie cada sinal por quantidade de evidências e impacto no negócio.

MONITORAR

Pouca evidência e baixo impacto aparente.

INVESTIGAR

Impacto relevante, mas ainda faltam evidências.

MELHORAR

Problema claro, porém com impacto atual limitado.

PRIORIZAR

Evidências concretas e impacto direto na qualidade ou conversão da demanda.

Não acelere antes de entender qual estrutura precisa acompanhar o crescimento.

Mais volume pode apenas ampliar um gargalo existente.



Minha prioridade

estratégica

...

Transforme o sinal em uma investigação concreta.

MINHA PRIORIDADE AGORA É INVESTIGAR

PORQUE EXISTEM SINAIS DE QUE ISSO AFETA

A EVIDÊNCIA QUE PRECISO BUSCAR

MEU PRÓXIMO PASSO SERÁ

RESPONSÁVEL

PRAZO



Antes de encerrar

confirme se existe clareza.

...

- ☐ Sei onde existe o principal sinal de atenção.
- ☐ Tenho uma hipótese, não uma conclusão.
- ☐ Sei o que preciso investigar.
- ☐ Sei qual evidência devo procurar.
- ☐ Defini quando vou revisar minha decisão.

Sua empresa está pronta para o próximo estágio?

A BB ajuda empresas a investigar gargalos de estratégia, marketing, vendas e operação e transformá-los em prioridades de crescimento.

[CONVERSAR SOBRE MEU DIAGNÓSTICO](#)[@beatrizestrategiadigital](#)beatrizestrategiadigital.com.br

(21) 98373-1147

Crescimento saudável combina direção, aquisição, conversão e capacidade para sustentar o próximo passo.