

ARQUITETURA ORGANIZACIONAL

As Quatro Centrais de Inteligência

C.I.A.™

C.I.V.™

C.I.L.™

C.R.I.™

Quatro Centrais independentes. Duas portas de entrada.
Uma única cultura. Uma empresa completamente integrada.

PONTO DE PARTIDA

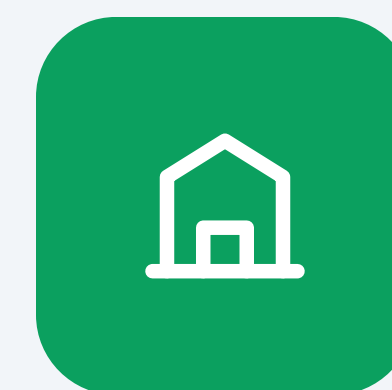
Uma revenda de gás não atende apenas **um tipo de cliente**

Ela atende mercados diferentes, com comportamentos de compra, necessidades e operações completamente distintas.



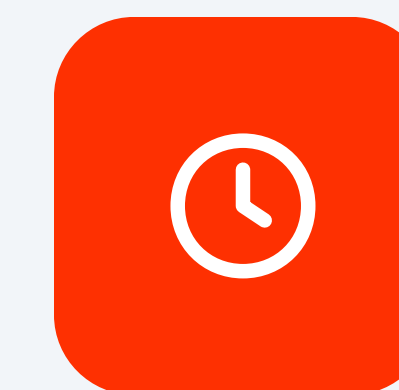
Consumidor final

Precisa de um botijão para a residência. Decide em minutos. Exige **velocidade e agilidade**.



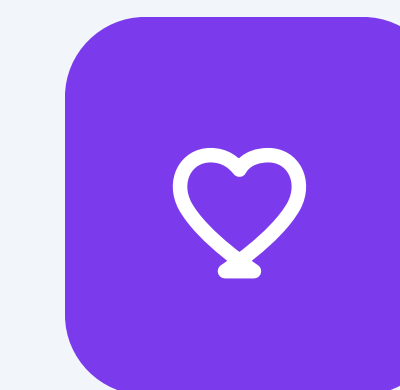
Empresas e negócios

Restaurantes, padarias, indústrias. Compra envolve **negociação, volume, prazo e contrato**.



Frequências distintas

Volumes diferentes, processos de decisão diferentes, níveis de relacionamento diferentes.



Relacionamentos únicos

Cada público exige uma forma própria de atender, vender, acompanhar e gerenciar.

Por isso, a GLP 360° desenvolveu uma arquitetura baseada em **quatro Centrais de Inteligência**.

O PROBLEMA DAS OPERAÇÕES TRADICIONAIS

Departamentos que **não conversam** não enxergam o cliente por completo

- ⊗ Cada área trabalhando separadamente, preocupada apenas com a própria função.
- ⊗ As informações não se conectam e os processos não conversam.
- ⊗ Indicadores analisados isoladamente, sem visão integrada.
- ⊗ Ninguém consegue enxergar o cliente por completo.

A proposta GLP 360°: não organizar apenas departamentos.
Organizar Centros de Inteligência.

MODELO TRADICIONAL

Atendimento

Vendas

Entrega

Administrativo

Financeiro

Silos isolados, sem inteligência compartilhada.

MODELO GLP 360°

CIA

CIV

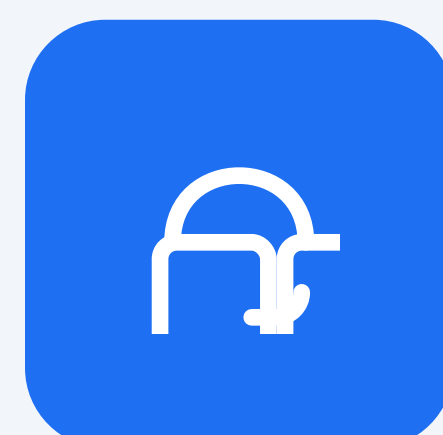
CIL

CRI

Cada Central domina profundamente uma área — e todas compartilham informações dentro de uma única cultura de gestão.

A ARQUITETURA OFICIAL

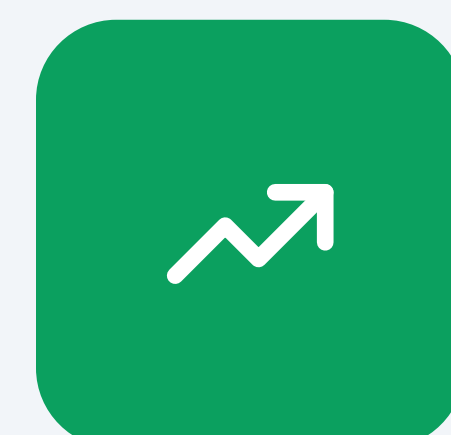
Quatro grandes Centros de Inteligência



C.I.A.™

Central de Inteligência do Atendimento

Responsável pelo **consumidor final**. A porta de entrada do mercado B2C.



C.I.V.™

Central de Inteligência de Vendas

Responsável pelos **Pontos de Consumo, Revendas, Rotas Comerciais** e Expansão de Mercado.



C.I.L.™

Central de Inteligência Logística

Responsável pela **gestão logística dos pedidos** originados pela Central de Atendimento.



C.R.I.™

Central de Relacionamento e Inteligência

Responsável pelo **relacionamento, retenção, recompra e inteligência** de toda a base de clientes.

Missão, equipe e liderança **próprias**

Processos, métodos e metas **próprios**

Mas todas falam **a mesma linguagem**

FUNDAMENTO CENTRAL

Duas portas de entrada para o mercado

PRIMEIRA PORTA

CIA

Mercado B2C

Consumidor Final.

SEGUNDA PORTA

CIV

Mercado B2B

Pontos de Consumo. Revendas. Rotas Comerciais. Novas Cidades. Expansão de Mercado.

Essa separação é fundamental: os dois públicos possuem comportamentos completamente diferentes.

CIA E CIV NÃO SÃO A MESMA OPERAÇÃO

Dois clientes, **dois comportamentos**

A CIA não alimenta a CIV. A CIV não é uma continuação do atendimento. As duas Centrais possuem operações próprias.



O cliente da CIA

- ⚡ **Necessidade imediata:** o gás acabou.
- 🕒 Decisão de compra em **poucos minutos**.
- Contato → pedido → pagamento → entrega.

Velocidade • Agilidade • Qualidade • Tempo de entrega



O cliente da CIV

- 🏠 Restaurante, padaria, hotel, indústria, condomínio, revenda, rota comercial.
- ± Compra envolve **negociação, volume, prazo, preço, margem e frequência**.
- ↗️ Contrato, comodato, visitas, relacionamento comercial e planejamento.

Negociação • Volume • Relacionamento • Acompanhamento

Duas portas. Dois mercados. Duas operações. Duas inteligências. **Uma única empresa.**

CENTRAL DE INTELIGÊNCIA DO ATENDIMENTO

C.I.A.™**A CIA CONQUISTA O CLIENTE.**

Porta de entrada do mercado B2C. Sua missão é **transformar contatos em pedidos** através de um atendimento rápido, organizado, humanizado e eficiente.

Telefone

WhatsApp

Instagram

Facebook

Google

Site

Aplicativo

Chat

Presencial

MISSÃO

Conquistar o cliente através da excelência no atendimento.

PÚBLICO

Consumidores finais, clientes residenciais e pequenos consumidores que procuram a empresa pelos canais oficiais.

ESTRUTURA

Gerente e Supervisor de Atendimento, Coordenador, Atendentes, Operadores e Analistas de Qualidade.

A CIA transforma atendimento em informação. E informação em inteligência.

Perguntas que a CIA responde:

- 🔍 Quantos clientes entram em contato? De onde vêm? Qual canal utilizam?
- 🕒 Quanto tempo esperam? Quanto dura o atendimento? Quais os horários de pico?
- ↗️ Quantos pedidos são fechados? Quantos são perdidos? E por quê?
- 👤 Quais atendentes convertem mais? Quais precisam de treinamento?

A CIA não existe apenas para atender telefone. Existe para entender profundamente o comportamento do consumidor final.

INDICADORES DA CIA

TIA™ — Tempo Ideal de Atendimento

Tempo Médio de Atendimento

Tempo de Espera

Taxa de Abandono

Taxa de Conversão

Pedidos Realizados

Motivos de Perda

Qualidade do Atendimento

Produtividade por Atendente

Atendimentos por Canal

Satisfação do Cliente

OBJETIVO: CONQUISTAR.

CENTRAL DE INTELIGÊNCIA DE VENDAS

C.I.V.™**A CIV VENDE.**

Operação comercial B2B, com atuação **ativa**: não espera o cliente procurar a empresa. Ela vai até o mercado — prospecta, visita, negocia, vende, acompanha, desenvolve e expande.

Restaurantes

Padarias

Hotéis

Indústrias

Condomínios

Revendas

Clientes de Rotas

Novos mercados

MISSÃO

Gerar vendas, desenvolver mercados e expandir a presença comercial da empresa.

AUTONOMIA

Liderança, equipe, carteira e metas próprias. A operação da CIV não é gerenciada pela CIL.

ESTRUTURA

Gerente de Vendas, Supervisor Comercial, Consultores de Vendas, Entregadores Vendedores, Promotores e Representantes.

A CIV transforma mercado em informação. E informação em vendas.

Gerente de Vendas

Estratégia comercial: planejamento, metas, carteiras, territórios, rotas, indicadores e desenvolvimento da equipe.

Consultor de Vendas

Desenvolve carteira e território: prospecta, visita, negocia, vende, recupera clientes e amplia volume.

Entregador Vendedor

Função estratégica: conhece o território, observa concorrentes, prospecta, fortalece relacionamentos e **vende**. Operacional e comercial.

RESPONSABILIDADES

- Prospecção
- Visitas
- Negociação
- Gestão de Carteira
- CRM Comercial
- Pipeline e Funil
- Rotas Comerciais
- Expansão Territorial
- Campanhas
- Recuperação de Clientes

INDICADORES DA CIV

- Volume Vendido
- Faturamento
- Margem
- Ticket Médio
- Novos Clientes
- Taxa de Conversão
- Vendas por Consultor
- Volume por Rota
- Market Share

OBJETIVO: VENDER.

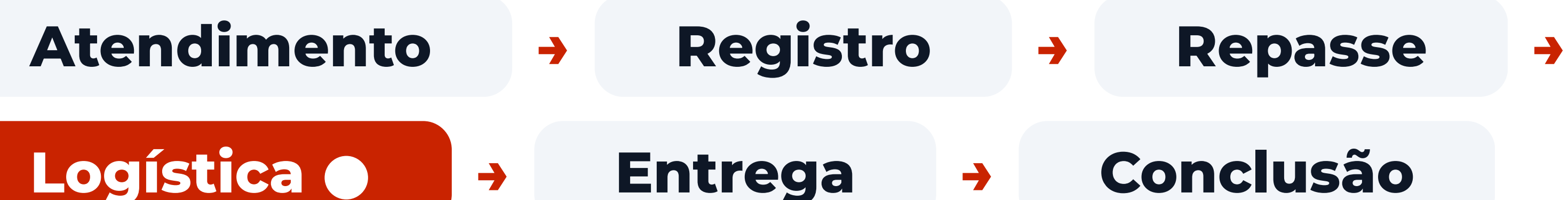
CENTRAL DE INTELIGÊNCIA LOGÍSTICA

C.I.L.™

A CIL ENTREGA.

A CIA atende e registra o pedido. A partir desse momento, começa a responsabilidade da CIL: transformar o pedido em uma entrega rápida, segura, eficiente e de qualidade.

FIAE™ — Fluxo Inteligente de Atendimento e Entrega



Cada etapa possui tempo, responsabilidade, padrão e indicador.

● **Logística:** localiza o entregador mais próximo do cliente, marca o pedido e faz a gestão e o acompanhamento do pedido até ele ser finalizado.

MISSÃO

Garantir excelência operacional em cada entrega.

INTEGRAÇÃO CIA + CIL

A CIA conquista o cliente. A CIL cumpre a promessa. Esse processo precisa funcionar como uma única engrenagem.

ESTRUTURA

Gerente de Logística, Supervisor Operacional, Líderes de Equipe, Entregadores, Motoristas e Auxiliares.

Do pedido registrado à entrega concluída

RESPONSABILIDADES

Receber pedidos

Gerenciar entregadores

Gerenciar rotas

Controlar escalas

Monitorar entregas

Controlar atrasos

Gerenciar ocorrências

Gerenciar frota

Estoque operacional

Segurança

Qualidade

TIR™

Tempo Ideal de Repasse

TIETM

Tempo Ideal de Entrega

DEMAIS INDICADORES

Tempo Médio de Entrega

Pedidos em Rota

Pedidos Atrasados

Entregas no Prazo

Entregas por Hora

Entregas por Entregador

Capacidade Operacional

Utilização da Frota

Ocorrências

OBJETIVO: ENTREGAR.

CENTRAL DE RELACIONAMENTO E INTELIGÊNCIA

C.R.I.™**A CRI PROTEGE O CLIENTE.**

A CRI atua transversalmente sobre toda a empresa. Ela cuida de todos os clientes — não importa por onde o cliente entrou: CIA ou CIV, consumidor final, ponto de consumo, revenda, rota ou grande consumidor.

**Conquistar um cliente custa dinheiro.
Perder um cliente custa ainda mais.**

MISSÃO

Proteger, desenvolver e aumentar o valor da base de clientes.

PÚBLICO

Todos os clientes da empresa: ativos, inativos, em risco, perdidos e recuperados.

ESTRUTURA

Gerente de Relacionamento, Supervisor, Agentes de Relacionamento, Analistas e Especialistas em CRM.

A CRI transforma comportamento em informação. E informação em relacionamento.

Perguntas que a CRI responde:

- ✚ Quando o cliente comprou? Quando deveria comprar novamente?
- ↘ Está comprando menos? Parou de comprar? Mudou a frequência?
- ⚠ Fez uma reclamação? Está insatisfeito? Precisa ser recuperado?
- ↗ Pode comprar mais? Possui potencial de crescimento?

RESPONSABILIDADES

Pós-venda

Próxima Compra

NPS

Retenção

Recompra

Recuperação

Fidelização

Campanhas

Automação

CRM Relacional

Segmentação

INDICADORES DA CRI

NPS

Taxa de Recompra

Taxa de Retenção

Clientes Ativos

Clientes Inativos

Clientes em Risco

Clientes Recuperados

Tempo Médio entre Compras

Frequência

Recência

Lifetime Value

Engajamento

Satisfação

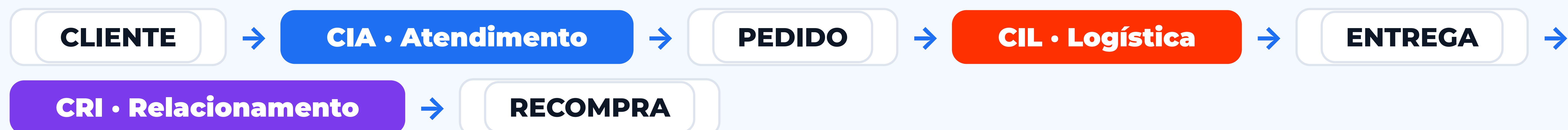
A CRI recebe informações da CIA, da CIV e da CIL — e devolve inteligência para toda a organização.

OBJETIVO: PROTEGER.

COMO A ARQUITETURA FUNCIONA

Duas grandes operações comerciais

OPERAÇÃO B2C • CONSUMIDOR FINAL



OPERAÇÃO B2B • PONTOS DE CONSUMO, REVENDAS E ROTAS



A CRI não está apenas no final da jornada. Ela está conectada a toda a jornada — B2C e B2B.

QUATRO CENTRAIS • QUATRO INTELIGÊNCIAS • QUATRO MISSÕES

**CIA**

entende o atendimento

CONQUISTAR**CIV**

entende o mercado

VENDER**CIL**

entende a operação

ENTREGAR**CRI**entende o comportamento
do cliente**PROTEGER**

Duas portas de entrada:

CIA → B2C • CIV → B2B

Execução logística do B2C:

CIL → pedidos da CIA

Central transversal:

CRI → todos os clientes

Todas seguem os mesmos princípios de comportamento: Ouvir • Entender • Falar • Agir • Avaliar

A FORÇA DA ARQUITETURA

Quatro Centrais independentes.

Duas portas de entrada.

Uma única cultura.

Uma empresa preparada para crescer.

Especialização

Independência das operações

Clareza de responsabilidades

Integração das informações

Dados em inteligência

GLP 360° | **PACHECO GÁS**

DO ATENDIMENTO À ENTREGA · DA VENDA AO RELACIONAMENTO
DAS PESSOAS AOS PROCESSOS · DOS DADOS À INTELIGÊNCIA · DO AGORA AO FUTURO