

MICC™ · DOCUMENTO 06 · MAPA MESTRE DE PROCESSOS

MICC™

Mapa Mestre de Processos

Da origem do dado à evolução do cliente: fluxos, decisões, responsabilidades, dados, sistemas, controles, indicadores e aprendizado operacional.

GESTÃO · LIDERANÇA · PERFORMANCE

Documento oficial · Edição Executiva

GLP 360°

MICC

Mapa Mestre de Processos

Da origem do dado à evolução do cliente: fluxos, decisões, responsabilidades, dados, sistemas, controles, indicadores e aprendizado operacional. Este documento possui 52 seções.

SEÇÃO 01

Apresentação

O Mapa Mestre de Processos MICC™ mostra como o Método de Inteligência e Classificação de Clientes funciona na...

SEÇÃO 02

Declaração institucional

O compromisso do MICC™ não é apenas classificar clientes. É impedir que informações valiosas permaneçam dispe...

SEÇÃO 03

Objetivo central

Estabelecer uma arquitetura única para transformar dados de clientes em decisões e ações operacionais mensurá...

SEÇÃO 04

Escopo

O Mapa Mestre abrange todo o ciclo de inteligência de clientes, da primeira interação até a reclassificação....

SEÇÃO 05

Princípio central

Não existe inteligência sem dados. Mas dados isolados não são inteligência. Os dez passos que transformam...

SEÇÃO 06

Princípios de governança

5.1 · O cliente pertence à empresa O conhecimento sobre o cliente não pode ficar restrito ao celular do a...

SEÇÃO 07

Níveis da arquitetura de processos

Nível O que representa Exemplo L0 Cadeia de valor MICC™ — a visão integral do método Conhecer → C...

SEÇÃO 08

Os sete domínios do MICC™

Domínio A pergunta que responde O que inclui 1 · Fontes e entradas De onde vêm as informações? Ca...

SEÇÃO 09

Raias de responsabilidade

O Mapa é apresentado em formato swimlane — cada participante em sua raia, para que ninguém confunda quem faz...

SEÇÃO 10

Papéis essenciais

Papel Responsabilidades centrais Dono, diretor ou investidor Patrocinar a implantação, proteger a g...

SEÇÃO 11

As duas portas de entrada

Todo cliente entra por uma das duas portas — e elas não são o mesmo processo. CIA — porta B2C CIV —...

SEÇÃO 12

Linguagem visual oficial

Todo mapa desenhado dentro do método usa o mesmo vocabulário gráfico — para que qualquer pessoa leia qualquer...

SEÇÃO 13

Cadeia de valor MICC™

Processos de direção Governança e planejamento Aprovação de critérios Definição de metas Gestão de ri...

SEÇÃO 14

Fluxo mestre

Este é o caminho completo, do primeiro toque do cliente até o reinício do ciclo. CLIENTE GERA INTERAÇÃO...

SEÇÃO 15

Os doze eventos que iniciam o ciclo

O ciclo não começa em uma data do calendário. Ele começa quando algo acontece com o cliente. Evento O...

SEÇÃO 16

As sete decisões críticas

Decisão Se NÃO Se SIM D1 · Os dados estão confiáveis? Retornar à higienização Avançar D2 · O c...

SEÇÃO 17

MP01 · Fontes de dados

Finalidade — mapear e controlar todas as fontes que produzem informação sobre clientes. Evento de início — cr...

SEÇÃO 18

MP02 · Captação de dados

Finalidade — garantir que toda interação relevante produza informação corporativa, e não conhecimento pessoal...

SEÇÃO 19

MP03 · Centralização dos dados

Finalidade — construir a visão única e corporativa do cliente. Quatro camadas obrigatórias: ERP (histórico tr...

SEÇÃO 20

MP04 · Higienização e validação

Finalidade — garantir que apenas dados confiáveis alimentem análises e classificações. Processos (L2)...

SEÇÃO 21

MP05 • Identificação do cliente

Finalidade — determinar quem é o cliente e qual relacionamento ele mantém com a empresa. Dados mínimos...

SEÇÃO 22

MP06 • Construção do histórico

Finalidade — transformar eventos isolados em uma linha do tempo confiável. Processos (L2) P06.01 — O...

SEÇÃO 23

MP07 • Análise comportamental

Finalidade — identificar padrões, tendências, mudanças e anomalias. Processos (L2) P07.01 — Definir...

SEÇÃO 24

MP08 • Classificação do cliente

Finalidade — atribuir classificações sustentadas por dados, critérios e evidências — nunca por impressão....

SEÇÃO 25

MP09 • Segmentação da carteira

Finalidade — transformar classificações individuais em grupos operacionais acionáveis. Uma classificação que...

SEÇÃO 26

MP10 • Riscos e oportunidades

Finalidade — antecipar perdas e reconhecer possibilidades de crescimento antes do concorrente. Riscos...

SEÇÃO 27

MP11 • Geração de inteligência

Finalidade — transformar dados analisados em recomendações compreensíveis e executáveis. Processos (L2)...

SEÇÃO 28

MP12 • Definição da estratégia

Finalidade — transformar inteligência em decisão organizada, com dono e prazo. Processos (L2) P12.01...

SEÇÃO 29

MP13 • Execução das ações

Finalidade — converter o plano aprovado em atividade concluída e registrada. Área executora Tipos de...

SEÇÃO 30

MP14 • Monitoramento dos resultados

Finalidade — verificar execução, produtividade, resultado e eficácia. Família Indicadores Execuç...

SEÇÃO 31

MP15 • Reclassificação e aprendizado

Finalidade — atualizar o conhecimento sobre o cliente e aprimorar continuamente o método. Eventos que dis...

SEÇÃO 32

Submapa · Cliente novo

NOVO CONTATO → CADASTRO → DADOS MÍNIMOS COMPLETOS? → PRIMEIRA COMPRA? → ACOMPANHAR EXPERIÊNCIA → PÓS-VENDA → ...

SEÇÃO 33

Submapa · Próxima compra

HISTÓRICO DISPONÍVEL → CALCULAR INTERVALO MÉDIO → DEFINIR DATA PREVISTA → GERAR LISTA ANTECIPADA → VALIDAR C...

SEÇÃO 34

Submapa · Pós-venda

ENTREGA CONCLUÍDA → AGUARDAR A JANELA DEFINIDA → CONTATAR O CLIENTE → CONFIRMAR A EXPERIÊNCIA → ATUALIZAR HI...

SEÇÃO 35

Submapa · Risco de evasão

DETECTAR MUDANÇA → VALIDAR DADOS → CLASSIFICAR O NÍVEL DE RISCO → GERAR ALERTA → PRIORIZAR → INVESTIGAR A CA...

SEÇÃO 36

Submapa · Cliente inativo

LIMITE DE INATIVIDADE ULTRAPASSADO → VALIDAR HISTÓRICO → IDENTIFICAR POSSÍVEL CAUSA → SEGMENTAR POR TEMPO, B...

SEÇÃO 37

Submapa · Reclamação

RECLAMAÇÃO RECEBIDA → REGISTRAR → CLASSIFICAR GRAVIDADE → IDENTIFICAR ÁREA RESPONSÁVEL → RESOLVER → RETORNAR...

SEÇÃO 38

Submapa · Gás do Povo

BENEFICIÁRIO IDENTIFICADO → VALIDAR ELEGIBILIDADE → CADASTRAR PERFIL → REGISTRAR MODALIDADE → EXECUTAR → ATU...

SEÇÃO 39

Submapa · B2B — ponto de consumo

PROSPECÇÃO → IDENTIFICAR O NEGÓCIO → MAPEAR CONSUMO, PRODUTO, FREQUÊNCIA E FORNECEDOR ATUAL → MAPEAR A DOR → ...

SEÇÃO 40

Submapa · Não conformidade

FALHA IDENTIFICADA → REGISTRAR A NC → CLASSIFICAR GRAVIDADE → DEFINIR RESPONSÁVEL → CONTER O IMPACTO → IDENT...

SEÇÃO 41

Matriz RACI mestre

R executa · A responde e aprova · C consultado · I informado Macroprocesso Operação CRI™ MICC™ C.I...

SEÇÃO 42

Matriz SIPOC

Elemento Conteúdo Suppliers · fornecedores Cliente, operação, sistemas, canais, unidades, equipes,...

SEÇÃO 43

SLAs de referência

Os SLAs definitivos devem ser configurados conforme a estrutura, o volume e a criticidade de cada empresa. Es...

SEÇÃO 44

Matriz de riscos

Risco Causa Impacto Controle Cadastro incompleto Falha de captação Classificação inadequada Cam...

SEÇÃO 45

Controles, evidências e indicadores

Tipo de controle Função Exemplos Preventivo Evita a falha Campo obrigatório, validação, permissão...

SEÇÃO 46

Rituais de gestão

Ritual Frequência Pauta Reunião operacional Diária · 15 a 20 min Alertas críticos, listas do dia,...

SEÇÃO 47

Governança dos critérios e versões

Nenhum critério muda de forma informal. Toda alteração registra critério anterior, critério novo, motivo, evi...

SEÇÃO 48

Auditoria MICC™

A auditoria avalia seis dimensões — e nenhuma delas é opcional. Dimensão O que é verificado 1 · ...

SEÇÃO 49

Score de maturidade MICC™

Nível Como a revenda opera 1 · Fragmentado Dados dispersos, dependência de pessoas, ausência de pad...

SEÇÃO 50

As 15 regras de ouro

O que nunca se negocia Nenhum cliente será classificado apenas por opinião Toda classificação precisa d...

SEÇÃO 51

Resultados esperados

Frente O que a implantação produz Dados Maior conhecimento da carteira, dados confiáveis e redução...

SEÇÃO 52

Declaração final

O Mapa Mestre de Processos não é um fluxograma decorativo. É a arquitetura que garante que o método funcione...

CONVENÇÕES DESTE DOCUMENTO

Caixas escuras trazem **teses e princípios oficiais** do método. Caixas laranja trazem **alertas metodológicos**. Cada número é apresentado com a classificação de sua natureza. Siglas com TM são ativos metodológicos da GLP 360°.

01

MICC™ · DOCUMENTO 06

Fundamentos

Seções 01 a 18 deste documento.

01 Apresentação

O Mapa Mestre de Processos MICC™ mostra como o Método de Inteligência e Classificação de Clientes funciona na prática — não no papel, mas na operação real de uma revenda de gás.

Ele conecta pessoas, áreas, dados, canais, sistemas, critérios, análises, classificações, decisões, ações, indicadores, controles, auditoria e aprendizado em uma única arquitetura.

O Mapa não substitui os outros documentos. O Manual Técnico define os critérios. O Manual Operacional determina como executar. O Programa de Treinamento desenvolve as competências. O Mapa de Processos demonstra como as partes se conectam.

A finalidade é tornar a operação visual, padronizada, replicável, mensurável, treinável e auditável.

Identificação documental

- Biblioteca MICC™ — Documento 06
- Método — MICC™, Método de Inteligência e Classificação de Clientes
- Natureza — estratégica, metodológica, gerencial, operacional, tecnológica e auditável
- Aplicação — revendas, unidades, redes, centrais e grupos econômicos
- Integrações — CIA · CIV · CIL · CRI™ · C.I.D.™ · B.C.D.™ · GLP X™ · ERP · CRM · WhatsApp Corporativo
- Responsável metodológico — GLP 360º · Criador: Nilson Cabral

02 Declaração institucional

O compromisso do MICC™ não é apenas classificar clientes. É impedir que informações valiosas permaneçam dispersas, desatualizadas, subutilizadas ou trancadas na memória de uma pessoa.

O QUE O MÉTODO TRANSFORMA

Registros em conhecimento. Conhecimento em classificação. Classificação em inteligência. Inteligência em decisão. Decisão em ação. Ação em resultado. Resultado em aprendizado.

O processo central é contínuo, porque o cliente, o comportamento de compra, a concorrência e o mercado mudam.

CONHECER PARA CLASSIFICAR → CLASSIFICAR PARA COMPREENDER → COMPREENDER PARA DECIDIR → DECIDIR PARA AGIR → AGIR PARA PROTEGER, RECUPERAR E DESENVOLVER

03 Objetivo central

Estabelecer uma arquitetura única para transformar dados de clientes em decisões e ações operacionais mensuráveis.

O documento deve permitir que qualquer profissional compreenda, sem depender de explicação verbal:

As quinze perguntas que o Mapa responde

- Onde o processo começa
- Qual evento inicia cada etapa
- Quais informações são necessárias
- Quem produz os dados
- Quem recebe os dados
- Quem valida
- Quem analisa
- Quem classifica
- Quem decide
- Quem executa
- Quem monitora
- Quem audita
- Qual sistema deve registrar
- Qual resultado deve ser produzido
- Quando o ciclo deve ser reiniciado

04 Escopo

O Mapa Mestre abrange todo o ciclo de inteligência de clientes, da primeira interação até a reclassificação.

Estão dentro do escopo

- Consumidor final
- Pontos de consumo
- Revendas
- Clientes de rota
- Clientes novos, recorrentes e em observação
- Clientes em risco, afastados e inativos
- Clientes recuperados
- Clientes de alto valor e alto potencial
- Clientes do Gás do Povo
- Clientes com reclamações ou pedidos cancelados
- Clientes com comportamento atípico

- Clientes com dados insuficientes

Estão fora do escopo

- Execução logística completa
- Gestão fiscal e controle contábil
- Manutenção de veículos e gestão patrimonial
- Folha de pagamento
- Esses processos podem gerar dados para o MICC™, mas são governados por suas próprias áreas.

05 Princípio central

Não existe inteligência sem dados. Mas dados isolados não são inteligência.

Os dez passos que transformam dado em resultado

- Captados
- Centralizados
- Higienizados
- Validados
- Organizados
- Interpretados
- Classificados
- Transformados em decisão
- Convertidos em ação
- Medidos por resultado

DADO → CONHECIMENTO → CLASSIFICAÇÃO → INTELIGÊNCIA → DECISÃO → AÇÃO →
RESULTADO → APRENDIZADO

06 Princípios de governança

5.1 · O cliente pertence à empresa

O conhecimento sobre o cliente não pode ficar restrito ao celular do atendente, ao WhatsApp pessoal, à agenda do vendedor, à memória do gerente, a uma planilha isolada ou a um software sem governança.

REGRA INEGOCIÁVEL

O cliente não pertence ao CRM. O cliente não pertence ao colaborador. O cliente pertence à empresa.

5.2 · Nenhuma classificação sem evidência

Toda classificação deve possuir dado, histórico, critério, responsável, data, origem, justificativa e possibilidade de auditoria.

Quando faltar evidência, use classificação provisória

- Dados insuficientes
- Cliente em observação
- Histórico em construção
- Classificação provisória

5.3 · Nenhuma decisão sem responsabilidade

Toda decisão deve indicar ação, responsável, prazo, canal, público, meta, indicador, forma de registro e próximo passo.

5.4 · Nenhuma ação sem registro

Uma ação executada sem registro não pode ser comprovada, medida, auditada, comparada nem aprimorada.

5.5 · Nenhum resultado sem aprendizado

Todo resultado deve gerar ao menos uma resposta: manter a estratégia, corrigir a abordagem, alterar a prioridade, atualizar o cadastro, mudar a classificação, revisar o critério, reclassificar o cliente ou criar um novo ciclo.

07 Níveis da arquitetura de processos

Nível	O que representa	Exemplo
L0	Cadeia de valor MICC™ — a visão integral do método	Conhecer → Classificar → Interpretar → Decidir → Agir → Medir → Aprender
L1	Macroprocessos — as 15 grandes etapas oficiais	MP04 — Higienização e Validação
L2	Processos — os componentes de cada macroprocesso	P04.03 — Validar telefones
L3	Subprocessos — como cada processo é executado	Verificar DDD, dígitos, duplicidade, WhatsApp
L4	Procedimentos e tarefas — a execução individual	Consultar cadastro, corrigir campo, emitir evidência

Os 15 macroprocessos oficiais

- MP01 — Fontes de Dados
- MP02 — Captação de Dados

- MP03 — Centralização dos Dados
- MP04 — Higienização e Validação
- MP05 — Identificação do Cliente
- MP06 — Construção do Histórico
- MP07 — Análise Comportamental
- MP08 — Classificação do Cliente
- MP09 — Segmentação da Carteira
- MP10 — Identificação de Riscos e Oportunidades
- MP11 — Geração de Inteligência
- MP12 — Definição da Estratégia
- MP13 — Execução das Ações
- MP14 — Monitoramento dos Resultados
- MP15 — Reclassificação e Aprendizado

08 Os sete domínios do MICC™

Domínio	A pergunta que responde	O que inclui
1 · Fontes e entradas	De onde vêm as informações?	Cadastros, pedidos, compras, entregas, cancelamentos, contatos, reclamações, avaliações, campanhas, dados financeiros e territoriais
2 · Governança dos dados	Os dados são confiáveis?	Captação, integração, centralização, higienização, padronização, validação, segurança e rastreabilidade
3 · Conhecimento do cliente	O que sabemos sobre o cliente?	Identificação, histórico, jornada, frequência, recência, recorrência, intervalo, produto, canal, horário, território e experiências
4 · Análise e classificação	Como o cliente deve ser interpretado?	Critérios, evidências, pontuação, perfil, comportamento, situação, valor, risco e potencial
5 · Inteligência e decisão	O que a empresa precisa decidir?	Alertas, riscos, oportunidades, previsões, prioridades, recomendações, metas e estratégias
6 · Execução	O que precisa ser feito?	Próxima compra, pós-venda, relacionamento, retenção, recuperação, reativação, campanhas, prospecção e reclamações
7 · Controle e aprendizado	A ação gerou resultado?	Registro, acompanhamento, indicadores, avaliação, correção, reclassificação, aprendizado e novo ciclo

09 Raias de responsabilidade

O Mapa é apresentado em formato swimlane — cada participante em sua raia, para que ninguém confunda quem faz o quê.

Raia	Quem é	O que faz
1	Cliente	Produz comportamentos, interações e respostas
2	Canais e fontes	Captam dados e interações
3	Operação	CIA, CIV, CIL, unidades, financeiro e equipes de campo
4	CRI™	Relacionamento, retenção, próxima compra, pós-venda, recuperação e reativação
5	MICC™	Aplica critérios, analisa, classifica, segmenta, prioriza e recomenda
6	C.I.D.™	Processa, cruza, calcula, alerta, projeta e disponibiliza indicadores
7	Gestão e liderança	Valida prioridades, aprova estratégias, distribui responsabilidades e cobra resultados
8	Auditoria e governança	Verifica qualidade, conformidade, aderência, evidência e eficácia

10 Papéis essenciais

Papel	Responsabilidades centrais
Dono, diretor ou investidor	Patrocinar a implantação, proteger a governança, aprovar prioridades, acompanhar o valor da carteira, analisar receita protegida e recuperada e impedir que decisões sejam tomadas apenas por opinião
Gestor ou gerente	Transformar inteligência em plano de ação, definir prioridades, distribuir responsabilidades, acompanhar metas, corrigir desvios, conduzir reuniões e validar resultados
Supervisor ou líder	Distribuir atividades, acompanhar listas, verificar prazos, conferir registros, corrigir falhas, escalar problemas e garantir a conclusão das ações
Analista MICC™	Validar dados, aplicar critérios, analisar histórico, classificar, segmentar, identificar riscos, reconhecer oportunidades, gerar recomendações e reclassificar
Agente da CRI™	Executar próxima compra, pós-venda, retenção, investigação de afastamento, reativação, registro de respostas e atualização de dados
Atendente da CIA	Identificar o consumidor, atualizar cadastro, registrar necessidade, pedido, canal, cancelamento e reclamação
Consultor da CIV	Identificar e desenvolver clientes B2B, registrar visitas, mapear potencial, trabalhar oportunidades e alimentar o histórico comercial
CIL	Registrar despacho, saída, entrega, atraso, ocorrência, devolução, experiência logística e causa de não realização

11 As duas portas de entrada

Todo cliente entra por uma das duas portas — e elas não são o mesmo processo.

	CIA — porta B2C	CIV — porta B2B
Quem atende	Consumidor final	Pontos de consumo, revendas, rotas e clientes comerciais
Natureza da demanda	Receptiva, urgente, recorrente	Consultiva, negociada, prospectada
Foco	Agilidade e experiência	Volume, potencial e desenvolvimento de carteira
Canais	WhatsApp, telefone, Instagram, Google, aplicativo	Visita, prospecção, acompanhamento
Indicadores	Conversão do primeiro contato, TIA™	Potencial mapeado, volume, metas

REGRA DA ARQUITETURA

CIA e CIV não são o mesmo processo. São portas de entrada independentes, com clientes, indicadores e responsabilidades distintos.

12 Linguagem visual oficial

Todo mapa desenhado dentro do método usa o mesmo vocabulário gráfico — para que qualquer pessoa leia qualquer fluxo sem legenda.

Elemento	Significado
Círculo	Evento de início ou término
Retângulo	Atividade
Retângulo com borda dupla	Subprocesso
Losango	Decisão
Documento	Relatório, ficha, lista ou evidência
Cilindro	Banco de dados
Engrenagem	Processamento automático
Sino	Alerta
Relógio	Prazo, espera ou SLA
Pessoa	Responsável humano
Dashboard	Indicador ou painel
Seta contínua	Fluxo obrigatório
Seta pontilhada	Fluxo de apoio ou informação
Seta de retorno	Correção, reprocessamento ou reclassificação

13 Cadeia de valor MICC™

Processos de direção

- Governança e planejamento
- Aprovação de critérios
- Definição de metas
- Gestão de riscos
- Auditoria e melhoria contínua

Processos principais

- Conhecer, analisar e classificar
- Segmentar e interpretar
- Decidir e executar
- Medir e reclassificar

Processos de apoio

- Tecnologia e integração
- B.C.D.™ — banco corporativo de dados
- Treinamento e comunicação
- Segurança, suporte e documentação

14 Fluxo mestre

Este é o caminho completo, do primeiro toque do cliente até o reinício do ciclo.

CLIENTE GERA INTERAÇÃO → CANAL CAPTA → OPERAÇÃO REGISTRA → B.C.D.™ CENTRALIZA → MICC™ VALIDA → C.I.D.™ PROCESSA → MICC™ ANALISA → MICC™ CLASSIFICA → CARTEIRA É SEGMENTADA

RISCOS E OPORTUNIDADES SÃO IDENTIFICADOS → INTELIGÊNCIA É GERADA → GESTÃO DECIDE → ÁREA RESPONSÁVEL EXECUTA → RESULTADO É REGISTRADO → C.I.D.™ MEDE → MICC™ RECLASSIFICA → NOVO CICLO

15 Os doze eventos que iniciam o ciclo

O ciclo não começa em uma data do calendário. Ele começa quando algo acontece com o cliente.

Evento	O que significa
1 · Novo cadastro	Um cliente entra pela primeira vez

Evento	O que significa
2 · Nova compra	Uma compra atualiza o comportamento
3 · Entrega concluída	A experiência logística foi registrada
4 · Pedido cancelado	Um possível risco precisa ser analisado
5 · Reclamação	A experiência pode alterar o estágio do relacionamento
6 · Atraso de recompra	O intervalo esperado foi ultrapassado
7 · Queda de frequência	O comportamento mudou
8 · Inatividade	O cliente deixou de comprar
9 · Resposta a campanha	O cliente demonstrou interesse, rejeição ou mudança
10 · Alteração cadastral	Uma informação importante mudou
11 · Alerta territorial	Há perda ou oportunidade em um bairro, rota ou cidade
12 · Reclassificação programada	O histórico atingiu o período de revisão

16 As sete decisões críticas

Decisão	Se NÃO	Se SIM	
D1 · Os dados estão confiáveis?	Retornar à higienização	Avançar	
D2 · O cliente está identificado?	Complementar ou criar cadastro provisório	Consolidar visão única	
D3 · Existe histórico suficiente?	Classificar como observação ou histórico em construção	Analisar comportamento	
D4 · Existem evidências para classificar?	Classificação provisória	Classificação validada	
D5 · Existe risco ou oportunidade?	Manter monitoramento	Risco gera alerta e ação protetiva	oportunidade gera recomendação de desenvolvimento
D6 · A ação foi executada?	Gerar pendência ou não conformidade	Medir resultado	
D7 · O resultado mudou o cliente?	Manter classificação ou revisar estratégia	Reclassificar	

17 MP01 · Fontes de dados

Finalidade — mapear e controlar todas as fontes que produzem informação sobre clientes. Evento de início — criação, identificação ou alteração de uma fonte.

Processos (L2)

- P01.01 — Identificar a fonte: nome, área, sistema, responsável, tipo de dado e finalidade
- P01.02 — Classificar a fonte: transacional, comportamental, relacional, financeira, territorial, operacional, reputacional ou externa
- P01.03 — Definir proprietário: toda fonte tem um responsável por qualidade, atualização, disponibilidade e correção
- P01.04 — Avaliar confiabilidade: integridade, atualidade, precisão, rastreabilidade, consistência e disponibilidade
- P01.05 — Aprovar ou bloquear: fonte não confiável não alimenta classificação automática

Riscos deste macroprocesso Fonte desconhecida. Planilha paralela. Dado sem proprietário. Informação desatualizada. Dependência de um colaborador específico.

Saídas e indicadores

- Catálogo de Fontes MICC™, Matriz de Origem dos Dados e Índice de Confiabilidade por Fonte
- Percentual de fontes catalogadas e com proprietário definido
- Percentual de fontes atualizadas e índice de confiabilidade
- Número de fontes bloqueadas

18 MP02 · Captação de dados

Finalidade — garantir que toda interação relevante produza informação corporativa, e não conhecimento pessoal.

Processos (L2)

- P02.01 — Reconhecer o evento: quem, quando, onde, canal, motivo e área
- P02.02 — Identificar o cliente: telefone, nome, documento, endereço, código interno, WhatsApp e unidade
- P02.03 — Registrar a necessidade: pedido, compra, dúvida, reclamação, troca, orçamento, próxima compra, reativação ou atualização
- P02.04 — Registrar o contexto: produto, quantidade, horário, bairro, cidade, canal, urgência e origem da campanha
- P02.05 — Registrar o resultado: concluída, não convertida, cancelada, reagendada, sem resposta, encaminhada ou reclamação aberta

Exceção	Como tratar
Cliente não localizado	Criar registro provisório e encaminhar para validação
Telefone compartilhado	Vincular pessoas distintas ao mesmo contato, sem fundir históricos indevidamente

Exceção	Como tratar
Cliente recusa fornecer dados	Registrar os dados mínimos permitidos e marcar a limitação
Sistema indisponível	Usar formulário contingencial e lançar em seguida

SLA de referência

- Atendimento digital — registro durante a interação
- Contingência — lançamento até o fim do turno
- Ocorrência crítica — registro imediato

MICC™ · DOCUMENTO 06

Desenvolvimento

Seções 19 a 36 deste documento.

19 MP03 · Centralização dos dados

Finalidade — construir a visão única e corporativa do cliente. Quatro camadas obrigatórias: ERP (histórico transacional), Google Contacts (preservação do contato), WhatsApp Corporativo (relacionamento) e B.C.D.™ (consolidação e governança).

Processos (L2)

- P03.01 — Receber dados das fontes autorizadas
- P03.02 — Identificar correspondência: telefone, nome, endereço, documento, unidade e histórico
- P03.03 — Detectar duplicidade: cadastros repetidos, variações de nome, contatos compartilhados, mudança de número e cadastros em unidades diferentes
- P03.04 — Consolidar identidade, criando um identificador único
- P03.05 — Preservar histórico: a consolidação nunca apaga compras, reclamações, respostas, classificações anteriores nem a origem do dado
- P03.06 — Atualizar a visão única: identidade, relacionamento, comportamento, valor, risco, potencial, território e estágio

Decisão · Os registros representam a mesma pessoa ou empresa? Sim — consolidar. Não — manter separados. Dúvida — encaminhar para validação manual.

20 MP04 · Higienização e validação

Finalidade — garantir que apenas dados confiáveis alimentem análises e classificações.

Processos (L2)

- P04.01 — Validar estrutura e campos obrigatórios
- P04.02 — Validar nome: sem “cliente”, “Maria gás”, apelidos sem identificação ou símbolos
- P04.03 — Validar telefone: DDD, dígitos, duplicidade, validade, WhatsApp e titularidade quando possível
- P04.04 — Validar localização: bairro, cidade, referência, unidade atendente e território
- P04.05 — Validar produto: P8, P13, P20, P45, regulador, mangueira ou outro
- P04.06 — Validar histórico: datas impossíveis, compras duplicadas, pedidos sem conclusão, cancelamentos incorretos e valores inconsistentes
- P04.07 — Corrigir, registrando campo, valor anterior, valor novo, responsável, data e motivo
- P04.08 — Aprovar a base: aprovada, aprovada com ressalvas, parcialmente bloqueada ou rejeitada

Não conformidades que bloqueiam a base Classificação usando dado bloqueado. Alteração sem log. Base sem responsável. Campo crítico ignorado. Correção sem evidência.

Indicadores

- Completude cadastral e validade dos telefones

- Percentual com bairro e com produto identificado
- Taxa de duplicidade e índice de confiabilidade
- Reincidência de erro e tempo médio de correção

21 MP05 · Identificação do cliente

Finalidade — determinar quem é o cliente e qual relacionamento ele mantém com a empresa.

Dados mínimos	Dados evolutivos
Nome, telefone, bairro, cidade	Frequência, recência, recorrência, intervalo
Unidade e produto principal	Ticket e forma de pagamento
Canal de entrada e data do cadastro	Canal preferido e horário predominante
Primeira e última compra	Reclamações, cancelamentos, atrasos, campanhas e respostas

Processos (L2)

- P05.01 — Identificar natureza: pessoa física, ponto de consumo, revenda, rota, Gás do Povo ou institucional
- P05.02 — Identificar segmento: B2C, B2B, benefício social, revenda ou rota
- P05.03 — Identificar a unidade responsável pela carteira
- P05.04 — Identificar o produto principal
- P05.05 — Identificar o estágio inicial: novo, ativo, recorrente, em observação, afastado, inativo ou recuperado

Decisão · Existem dados suficientes para identificação? Não — histórico em construção. Sim — avançar para histórico consolidado.

22 MP06 · Construção do histórico

Finalidade — transformar eventos isolados em uma linha do tempo confiável.

Processos (L2)

- P06.01 — Ordenar eventos cronologicamente: cadastro, compras, entregas, contatos, reclamações, cancelamentos, campanhas, respostas e reativações
- P06.02 — Calcular recência: tempo desde a última compra ou interação relevante
- P06.03 — Calcular frequência: quantidade de compras no período
- P06.04 — Calcular recorrência: a regularidade das compras
- P06.05 — Calcular intervalo médio entre compras
- P06.06 — Identificar variações: antecipação, atraso, aumento, redução ou interrupção
- P06.07 — Construir a jornada: entrada, experiência, repetição, risco, afastamento e retorno

Saídas

- Linha do Tempo do Cliente
- Histórico Consolidado
- Resumo Comportamental
- Base pronta para classificação

MICC™ · DOCUMENTO 06

DESENVOLVIMENTO

23 MP07 · Análise comportamental

Finalidade — identificar padrões, tendências, mudanças e anomalias.

Processos (L2)

- P07.01 — Definir o período de análise, adequado ao tipo de cliente
- P07.02 — Calcular o comportamento-base: o padrão esperado daquele cliente
- P07.03 — Comparar com o comportamento atual
- P07.04 — Identificar mudança: redução, aumento, atraso, desvio, interrupção, migração de canal ou sensibilidade a preço
- P07.05 — Identificar anomalia: evento fora do padrão
- P07.06 — Interpretar o contexto antes de concluir
- P07.07 — Emitir o diagnóstico

REGRA DE LEITURA

Uma compra isolada não define um comportamento. Um atraso isolado não é evasão.

Exceções que explicam um desvio sem ser risco Compra para terceiro. Mudança de endereço. Sazonalidade. Férias. Fechamento temporário. Mudança de produto. Uso complementar. Benefício do Gás do Povo.

MICC™ · DOCUMENTO 06

DESENVOLVIMENTO

24 MP08 · Classificação do cliente

Finalidade — atribuir classificações sustentadas por dados, critérios e evidências — nunca por impressão.

Eixo	Classificações possíveis
1 · Natureza	Consumidor final, ponto de consumo, revenda, rota, Gás do Povo
2 · Perfil predominante	Rotina, urgência, preço, comodidade, indicação, perfil misto
3 · Situação na carteira	Novo, ativo, recorrente, em observação, em risco, afastado, inativo, perdido, recuperado, reativado
4 · Valor	Baixo, médio, alto, estratégico
5 · Potencial	Limitado, moderado, alto, expansão

Eixo	Classificações possíveis
6 · Risco	Baixo, atenção, alto, crítico

Processos (L2)

- P08.01 a P08.03 — Selecionar critérios, verificar evidências e aplicar pontuação
- P08.04 e P08.05 — Identificar o perfil predominante e atribuir a situação
- P08.06 e P08.07 — Avaliar risco e potencial
- P08.08 a P08.10 — Registrar justificativa, validar a classificação e definir a data de revisão

Situação especial	Como resolver
Dois perfis com força semelhante	Usar perfil misto e indicar a predominância secundária
Dados contraditórios	Encaminhar para revisão manual
Histórico insuficiente	Usar classificação provisória
Classificação manual diferente do sistema	Exigir justificativa e aprovação

25 MP09 · Segmentação da carteira

Finalidade — transformar classificações individuais em grupos operacionais acionáveis. Uma classificação que não vira lista não vira ação.

Processos (L2)

- P09.01 — Definir o objetivo: próxima compra, retenção, reativação, expansão, pesquisa ou campanha territorial

P09.02 — Selecionar os critérios: perfil, natureza, produto, cidade, bairro, unidade, valor, potencial, risco, recência, frequência, canal, horário, estágio ou rota

P09.03 — Gerar o grupo

P09.04 — Validar elegibilidade, excluindo números inválidos, clientes bloqueados, contatos sem autorização, duplicados, já tratados ou incompatíveis com a ação

P09.05 e P09.06 — Priorizar e distribuir a carteira

P09.07 — Criar a lista operacional, com responsável definido

Indicadores

- Clientes por segmento e cobertura da segmentação
- Percentual elegível e taxa de sobreposição
- Clientes sem segmento
- Tempo de geração da lista

26 MP10 · Riscos e oportunidades

Finalidade — antecipar perdas e reconhecer possibilidades de crescimento antes do concorrente.

Riscos analisados	Oportunidades analisadas
Atraso de recompra e queda de frequência	Próxima compra e aumento de volume
Redução de volume e reclamação	Venda complementar e indicação
Atraso de entrega e cancelamento	Desenvolvimento B2B
Ausência de resposta	Recuperação e reativação
Sensibilidade crescente a preço	Expansão territorial
Migração de canal, afastamento, inatividade e evasão	Crescimento de rota e clientes de alto potencial

Matriz de prioridade

Prioridade = (risco ou oportunidade) × valor × urgência × probabilidade

SLA de tratamento

- Risco crítico — no mesmo dia
- Risco alto — até 24 horas
- Atenção — até 72 horas
- Oportunidade de próxima compra — antes ou na data prevista
- Inativo — conforme a régua de reativação

MICC™ · DOCUMENTO 06

DESENVOLVIMENTO

27 MP11 · Geração de inteligência

Finalidade — transformar dados analisados em recomendações compreensíveis e executáveis.

Processos (L2)

- P11.01 — Consolidar evidências
- P11.02 — Cruzar dimensões: risco × valor, bairro × inatividade, produto × frequência, atraso × reclamação, potencial × volume atual
- P11.03 — Interpretar
- P11.04 — Formular a recomendação
- P11.05 — Validar consistência
- P11.06 — Publicar

Toda recomendação deve conter dez elementos

- Problema ou oportunidade
- Evidência
- Público
- Prioridade

- Ação
- Responsável
- Prazo
- Canal
- Meta
- Indicador

REGRA DA INTELIGÊNCIA

Informação sem recomendação não é inteligência operacional. Relatório sem ação é papel.

Não conformidades Relatório sem ação. Recomendação sem evidência. Lista sem responsável. Alerta sem prazo. Previsão sem critério.

MICC™ · DOCUMENTO 06

DESENVOLVIMENTO

28 MP12 · Definição da estratégia

Finalidade — transformar inteligência em decisão organizada, com dono e prazo.

Processos (L2)

- P12.01 — Receber a recomendação
- P12.02 — Avaliar viabilidade: capacidade da equipe, prioridade, impacto, custo, prazo, canais, riscos e recursos
- P12.03 — Aprovar, ajustar ou rejeitar — a rejeição exige justificativa
- P12.04 a P12.09 — Definir objetivo, meta, público, canal, abordagem e responsável
- P12.10 — Criar o plano

O plano de ação obrigatório

- Objetivo e problema
- Público e lista
- Ação e script
- Responsável e canal
- Início, fim e meta
- Indicador, registro e contingência

MICC™ · DOCUMENTO 06

DESENVOLVIMENTO

29 MP13 · Execução das ações

Finalidade — converter o plano aprovado em atividade concluída e registrada.

Área executora	Tipos de ação
CRI™	Próxima compra, pós-venda, retenção, recuperação, reativação, pesquisa, campanha silenciosa, R.E.C.O.N.E.C.T.A. X™
CIA	Atendimento, atualização cadastral, confirmação, tratamento inicial, recuperação de pedido, prevenção de cancelamento
CIV	Prospecção, visita, proposta, negociação, desenvolvimento de conta, recuperação B2B, expansão de rota
CIL	Correção logística, retorno ao cliente, tratamento de atraso, resolução de entrega, registro de ocorrência

Resultados padronizados de cada contato

- Convertido · recompra · recuperado · reativado
- Interessado · não interessado · sem resposta
- Número inválido · cliente mudou · comprou do concorrente
- Reclamação aberta · retorno agendado · contato bloqueado · ação não concluída

Exceção	Como tratar
Cliente não responde	Aplicar a régua, sem excesso de contato
Cliente reclama	Suspender a oferta e iniciar o tratamento
Cliente pede para não receber mensagens	Registrar a preferência e interromper campanhas incompatíveis
Lista não executada	Gerar pendência e justificativa
Colaborador ausente	Redistribuir a carteira

REGRA DA EXECUÇÃO

Ação não registrada é ação não comprovada. E o que não é comprovado não é medido.

30 MP14 · Monitoramento dos resultados

Finalidade — verificar execução, produtividade, resultado e eficácia.

Família	Indicadores
Execução	Ações planejadas, distribuídas, iniciadas, concluídas, vencidas e taxa de execução
Contato	Tentativas, contatos válidos, respostas, taxa de resposta e números inválidos
Resultado	Recompras, clientes retidos, recuperados e reativados, conversão, receita protegida, receita recuperada e valor desenvolvido
Qualidade	Registros completos, ações sem resultado, listas atrasadas, divergências e reclamações decorrentes da abordagem

Decisão · A meta foi alcançada? Sim — registrar a prática bem-sucedida. Parcialmente — ajustar. Não — analisar a causa e corrigir.

31 MP15 · Reclassificação e aprendizado

Finalidade — atualizar o conhecimento sobre o cliente e aprimorar continuamente o método.

Eventos que disparam a reclassificação

- Nova compra, atraso relevante, reclamação ou cancelamento
- Redução ou aumento de volume
- Mudança de canal, afastamento ou inatividade
- Retorno e recuperação
- Mudança territorial e nova evidência
- Revisão programada

O que a organização aprende a cada ciclo

- Quais ações funcionaram e quais scripts converteram
- Quais segmentos responderam
- Quais riscos se confirmaram e quais previsões falharam
- Quais critérios precisam de revisão
- Quais equipes executaram melhor
- Quais territórios mudaram de comportamento

REGRA FINAL DO CICLO

Nenhuma classificação é permanente. O cliente muda — e o método muda com ele.

32 Submapa · Cliente novo

NOVO CONTATO → CADASTRO → DADOS MÍNIMOS COMPLETOS? → PRIMEIRA COMPRA? → ACOMPANHAR EXPERIÊNCIA → PÓS-VENDA → AGUARDAR HISTÓRICO SUFICIENTE → CLASSIFICAR

Decisão · Dados mínimos completos? Não — complementar antes de seguir. Sim — continuar.

Decisão · Houve primeira compra? Não — tratar como lead ou oportunidade. Sim — cliente novo, iniciar acompanhamento.

33 Submapa · Próxima compra

HISTÓRICO DISPONÍVEL → CALCULAR INTERVALO MÉDIO → DEFINIR DATA PREVISTA → GERAR LISTA ANTECIPADA → VALIDAR CLIENTE → ABORDAGEM HUMANIZADA → REGISTRAR RESULTADO → ATUALIZAR HISTÓRICO

Decisão · O cliente respondeu? Não — aplicar a régua, sem excesso de contato. Sim — compreender a necessidade antes de ofertar.

Decisão · Houve compra? Sim — registrar a recompra. Não — registrar o motivo e reclassificar quando necessário.

O PONTO EXATO DA AÇÃO

A lista de próxima compra é gerada antes da data prevista — não depois. Depois, o cliente já ligou para o concorrente.

MICC™ · DOCUMENTO 06

DESENVOLVIMENTO

34 Submapa · Pós-venda

ENTREGA CONCLUÍDA → AGUARDAR A JANELA DEFINIDA → CONTATAR O CLIENTE → CONFIRMAR A EXPERIÊNCIA → ATUALIZAR HISTÓRICO

Decisão · Existe problema? Sim — abrir tratamento e priorizar. Não — agradecer, fortalecer o relacionamento e identificar oportunidade de indicação ou fidelização.

MICC™ · DOCUMENTO 06

DESENVOLVIMENTO

35 Submapa · Risco de evasão

DETECTAR MUDANÇA → VALIDAR DADOS → CLASSIFICAR O NÍVEL DE RISCO → GERAR ALERTA → PRIORIZAR → INVESTIGAR A CAUSA → DEFINIR AÇÃO → EXECUTAR

Decisão · O cliente retomou? Sim — cliente protegido ou recuperado. Não — manter acompanhamento ou classificar afastamento.

O erro mais comum Ofertar antes de investigar. Quem não entende a causa do afastamento oferece desconto para um problema que era de atraso na entrega.

MICC™ · DOCUMENTO 06

DESENVOLVIMENTO

36 Submapa · Cliente inativo

LIMITE DE INATIVIDADE ULTRAPASSADO → VALIDAR HISTÓRICO → IDENTIFICAR POSSÍVEL CAUSA → SEGMENTAR POR TEMPO, BAIRRO, VALOR E PERFIL → PRIORIZAR → APLICAR R.E.C.O.N.E.C.T.A. X™ → DIAGNOSTICAR ANTES DE OFERTAR

Decisão · O cliente retornou? Sim — reativado, com registro da causa do retorno. Não — registrar a causa e manter como inativo, com nova janela.

REGRA OFICIAL

O cliente inativo deve ser diagnosticado antes de receber qualquer oferta.

MICC™ · DOCUMENTO 06

Aplicação e encerramento

Seções 37 a 52 deste documento.

37 Submapa · Reclamação

RECLAMAÇÃO RECEBIDA → REGISTRAR → CLASSIFICAR GRAVIDADE → IDENTIFICAR ÁREA RESPONSÁVEL → RESOLVER → RETORNAR AO CLIENTE → ATUALIZAR RISCO E HISTÓRICO

Decisão · Existe risco à segurança? Sim — acionar o protocolo imediato, acima de qualquer fila. Não — seguir o tratamento normal.

Decisão · O cliente considera resolvido? Não — escalar. Sim — concluir e atualizar o risco.

38 Submapa · Gás do Povo

BENEFICIÁRIO IDENTIFICADO → VALIDAR ELEGIBILIDADE → CADASTRAR PERFIL → REGISTRAR MODALIDADE → EXECUTAR → ATUALIZAR HISTÓRICO

Decisão · Retirada ou entrega? Retirada na portaria — sem taxa. Entrega domiciliar — registrar a taxa aplicável.

REGRA DE CONDUTA

Comunicação clara, respeitosa e sem constrangimento. O beneficiário é cliente, e não caso social.

39 Submapa · B2B — ponto de consumo

PROSPECÇÃO → IDENTIFICAR O NEGÓCIO → MAPEAR CONSUMO, PRODUTO, FREQUÊNCIA E FORNECEDOR ATUAL → MAPEAR A DOR → CALCULAR POTENCIAL → CLASSIFICAR A OPORTUNIDADE → PROPOSTA → NEGOCIAÇÃO

Decisão · Houve conversão? Sim — onboarding e desenvolvimento da conta. Não — registrar a objeção e agendar o follow-up.

40 Submapa · Não conformidade

FALHA IDENTIFICADA → REGISTRAR A NC → CLASSIFICAR GRAVIDADE → DEFINIR RESPONSÁVEL → CONTER O IMPACTO → IDENTIFICAR A CAUSA → AÇÃO CORRETIVA → EXECUTAR → VALIDAR EFICÁCIA

Decisão · Reincidiu? Sim — escalar e revisar o processo, não a pessoa. Não — encerrar com registro de aprendizado.

41 Matriz RACI mestre

R executa · A responde e aprova · C consultado · I informado

Macroprocesso	Operação	CRI™	MICC™	C.I.D.™	Gestão	Tecnologia	Auditoria
Fontes de dados	C	C	R	C	A	C	I
Captação	R	R	C	I	A	C	I
Centralização	C	C	R	C	A	R	I
Higienização	C	C	R	C	A	C	C
Identificação	R	C	A	C	I	I	I
Histórico	C	C	A	R	I	C	I
Análise	C	C	A/R	R	I	I	C
Classificação	I	C	A/R	C	C	I	C
Segmentação	I	C	A/R	R	C	I	I
Riscos e oportunidades	C	C	A/R	R	C	I	I
Inteligência	I	C	R	R	A	C	I
Estratégia	C	C	C	C	A/R	I	I
Execução	R	R	C	I	A	I	I
Monitoramento	C	C	C	R	A	C	C
Reclassificação	I	C	A/R	C	C	I	C
Auditoria	I	I	C	C	A	I	R

MICC™ · DOCUMENTO 06

APLICAÇÃO E ENCERRAMENTO

42 Matriz SIPOC

Elemento	Conteúdo
Suppliers · fornecedores	Cliente, operação, sistemas, canais, unidades, equipes, parceiros e bases oficiais
Inputs · entradas	Cadastros, pedidos, compras, entregas, reclamações, cancelamentos, interações, respostas, dados territoriais e financeiros
Process · processo	Captar → centralizar → validar → conhecer → analisar → classificar → segmentar → gerar inteligência → decidir → executar → medir → aprender
Outputs · saídas	Visão única, histórico, classificação, segmento, alerta, previsão, recomendação, plano, execução, indicador e reclassificação
Customers · clientes do processo	Proprietário, diretoria, gestão, CIA, CIV, CIL, CRI™, marketing, tecnologia e o cliente final

43 SLAs de referência

Os SLAs definitivos devem ser configurados conforme a estrutura, o volume e a criticidade de cada empresa. Estes são os pontos de partida.

Atividade	SLA de referência
Registrar interação	Durante o contato
Lançar contingência	Até o fim do turno
Corrigir dado crítico	Até 24 horas
Tratar risco crítico	Mesmo dia
Tratar risco alto	Até 24 horas
Tratar alerta de atenção	Até 72 horas
Registrar resultado da ação	No mesmo dia
Corrigir ação vencida	Próximo turno
Atualizar dashboard operacional	Diário
Atualizar dashboard gerencial	Diário ou semanal
Reunião operacional	Diária
Reunião gerencial	Semanal
Reclassificação por evento	Após validação do novo dado
Auditoria de base	Mensal
Revisão de critérios	Trimestral ou quando necessária

44 Matriz de riscos

Risco	Causa	Impacto	Controle
Cadastro incompleto	Falha de captação	Classificação inadequada	Campos obrigatórios
Duplicidade	Bases fragmentadas	Histórico dividido	Visão única
Telefone inválido	Falha de cadastro	Lista improdutiva	Validação
Classificação subjetiva	Ausência de critério	Decisão incorreta	Evidência obrigatória
Alerta ignorado	Falta de responsável	Perda de cliente	SLA e escalonamento
Lista não executada	Falta de capacidade	Receita perdida	Redistribuição
Ação sem registro	Indisciplina	Resultado invisível	Bloqueio de conclusão

Risco	Causa	Impacto	Controle
Excesso de contato	Falha de régua	Rejeição e reputação	Limite de abordagem
Dados pessoais expostos	Falha de segurança	Risco legal e reputacional	Permissões e logs
Reclassificação atrasada	Falha de ciclo	Estratégia inadequada	Eventos automáticos
Indicador sem fonte	Falha metodológica	Decisão errada	Dicionário de dados
Automação incorreta	Regra mal configurada	Contato inadequado	Homologação e auditoria

45 Controles, evidências e indicadores

Tipo de controle	Função	Exemplos
Preventivo	Evita a falha	Campo obrigatório, validação, permissão, lista de elegibilidade, bloqueio, regra de negócio
Detectivo	Identifica a falha	Auditoria, dashboard, alerta, relatório de inconsistência, log, comparação
Corretivo	Corrige a falha	Ajuste cadastral, reprocessamento, redistribuição, reclassificação, plano corretivo, treinamento

Evidências obrigatórias — cada processo produz a sua

- Cadastro e histórico
- Ficha de classificação e segmento
- Alerta e recomendação
- Lista e plano de ação
- Registro de contato e resultado
- Dashboard e reclassificação
- Relatório de auditoria e plano corretivo

Família de indicadores	O que mede
Dados	Compleitude, validade de telefone, duplicidade, confiabilidade e atualização
Processos	Tempo de ciclo, taxa de execução, atividades vencidas, produtividade e retrabalho
Classificação	Percentual classificado e provisório, divergência, reclassificação e classificação sem evidência
Relacionamento	Respostas, próxima compra, pós-venda, retenção, recuperação e reativação
Financeiros	Receita protegida e recuperada, valor da carteira, receita em risco e retorno das ações
Auditoria	Aderência, não conformidade, reincidência, tempo de correção e eficácia

46 Rituais de gestão

Ritual	Frequência	Pauta
Reunião operacional	Diária · 15 a 20 min	Alertas críticos, listas do dia, ações vencidas, problemas, redistribuição e prioridades
Reunião gerencial	Semanal	Indicadores, metas, segmentos, riscos, oportunidades, produtividade, desvios e decisões
Reunião de inteligência	Mensal	Comportamento da carteira, territórios, inativos, receita protegida e recuperada, tendências e qualidade dos dados
Reunião de governança	Trimestral	Revisão de critérios e perfis, mudanças no sistema, auditoria, riscos, capacitação e evolução metodológica

MICC™ · DOCUMENTO 06

APLICAÇÃO E ENCERRAMENTO

47 Governança dos critérios e versões

Nenhum critério muda de forma informal. Toda alteração registra critério anterior, critério novo, motivo, evidência, impacto esperado, clientes afetados, responsável técnico, aprovador, data de vigência e versão. As classificações anteriores permanecem disponíveis para auditoria.

Padrão de versionamento

MICC-MP-06-V1.0 — método · mapa de processos · documento 06 · versão

MICC™ · DOCUMENTO 06

APLICAÇÃO E ENCERRAMENTO

48 Auditoria MICC™

A auditoria avalia seis dimensões — e nenhuma delas é opcional.

Dimensão	O que é verificado
1 · Dados	Completeness, validade, atualização, duplicidade e origem
2 · Critérios	Consistência, evidência, versão e aplicação
3 · Processos	Cumprimento, responsabilidade, prazo e registro
4 · Execução	Produtividade, qualidade, conclusão e resultado
5 · Governança	Permissões, logs, aprovação e rastreabilidade
6 · Aprendizado	Reclassificação, melhoria, correção e evolução do critério

MICC™ · DOCUMENTO 06

APLICAÇÃO E ENCERRAMENTO

49 Score de maturidade MICC™

Nível	Como a revenda opera
1 · Fragmentado	Dados dispersos, dependência de pessoas, ausência de padrão, decisões por opinião
2 · Organizado	Fontes mapeadas, cadastros padronizados, responsáveis definidos, processos iniciais
3 · Controlado	Critérios aplicados, classificações registradas, indicadores acompanhados, auditoria básica
4 · Inteligente	Riscos identificados, oportunidades priorizadas, recomendações estruturadas, decisões por dados
5 · Preditivo	Previsão de recompra, alertas automáticos, probabilidade de evasão, priorização automatizada
6 · Adaptativo	Aprendizado contínuo, critérios evolutivos, reclassificação dinâmica e inteligência integrada ao GLP X™

MICC™ · DOCUMENTO 06

APLICAÇÃO E ENCERRAMENTO

50 As 15 regras de ouro

O que nunca se negocia

- Nenhum cliente será classificado apenas por opinião
- Toda classificação precisa de evidência
- Nenhum dado crítico permanece apenas com um colaborador
- Todo cliente deve possuir visão única
- Toda classificação deve gerar decisão ou acompanhamento
- Toda decisão deve ter responsável, prazo, canal e meta
- Toda ação deve ser registrada
- Toda ação registrada deve possuir resultado
- Todo resultado deve atualizar o histórico
- Toda mudança relevante deve gerar reclassificação
- Nenhuma classificação é permanente
- Todo cliente em risco precisa de ação
- Todo inativo precisa de diagnóstico antes da oferta
- Todo contato deve respeitar perfil, contexto, histórico e canal
- A inteligência pertence à empresa

MICC™ · DOCUMENTO 06

APLICAÇÃO E ENCERRAMENTO

51 Resultados esperados

Frente	O que a implantação produz
Dados	Maior conhecimento da carteira, dados confiáveis e redução de duplicidades
Análise	Segmentação precisa e identificação antecipada de riscos

Frente	O que a implantação produz
Receita	Aumento de recompra, redução de evasão, recuperação de clientes e reativação de inativos
Financeiro	Proteção e recuperação de receita
Operação	Melhor distribuição das equipes e comunicação personalizada
Estratégia	Inteligência territorial, previsibilidade, padronização e capacidade de expansão
Governança	Controle sobre o patrimônio comercial da empresa

52 Declaração final

O Mapa Mestre de Processos não é um fluxograma decorativo. É a arquitetura que garante que o método funcione de forma clara, padronizada, executável, mensurável, treinável, auditável e escalável.

O MICC™ começa quando um cliente produz uma informação. E só conclui seu ciclo quando essa informação é registrada, vira conhecimento, sustenta uma classificação, produz inteligência, orienta uma decisão, gera uma ação, entrega um resultado, atualiza o histórico e melhora a próxima decisão.

PRINCÍPIO EDITORIAL E OPERACIONAL

**Dado sem interpretação é apenas registro. Informação sem decisão não gera resultado.
Conhecimento sem execução não transforma a operação.**

MAPA MESTRE DE PROCESSOS MICC™ — DA ORIGEM DO DADO À EVOLUÇÃO DO CLIENTE

DECLARAÇÃO FINAL

Conhecer o pedido é importante. Compreender o cliente é decisivo.

O MICC™ transforma dados em conhecimento, conhecimento em compreensão, compreensão em decisão e decisão em ação. Porque compreender o cliente é o que permite à Revenda decidir melhor, agir melhor, atender melhor, proteger sua carteira e crescer com previsibilidade.