

CHECKLIST

Em qual estágio está a sua gestão promocional?

Ao longo deste curso, discutimos planejamento, canais, governança, execução e mensuração. Mas existe uma pergunta que permanece:

Qual é o nível de maturidade promocional da sua operação hoje?

Leia as afirmações abaixo e marque mentalmente quantas delas descrevem a realidade da sua empresa.

ESTRATÉGIA

Toda promoção possui um objetivo claramente definido antes de ser executada.

As campanhas são planejadas com critérios que vão além de aumentar vendas.

Existe alinhamento sobre o papel da promoção dentro da estratégia comercial.

GOVERNANÇA

As áreas envolvidas participam do planejamento desde o início.

Existe clareza sobre responsabilidades e tomadas de decisão.

Os aprendizados das campanhas são compartilhados entre as equipes.

EXECUÇÃO

A empresa consegue verificar se a promoção aconteceu conforme planejado.

Problemas de ruptura e disponibilidade são monitorados.

A execução é acompanhada durante a campanha, e não apenas após o encerramento.

MENSURAÇÃO

Os resultados são avaliados além das vendas.

Existe análise de retorno financeiro e eficiência da ação.

Os aprendizados são documentados para campanhas futuras.

EVOLUÇÃO

O histórico de campanhas influencia novas decisões.

A empresa consegue identificar padrões entre promoções anteriores.

Os erros tendem a diminuir ao longo do tempo.

RESULTADO

★ 1 a 5 marcações

Sua gestão promocional ainda é predominantemente reativa

As campanhas acontecem, mas grande parte das decisões depende da experiência individual das equipes, da urgência do momento ou da repetição de práticas anteriores. Existe uma oportunidade importante de estruturar processos, definir responsabilidades e criar mecanismos consistentes de aprendizado.

★ 6 a 10 marcações

Sua gestão promocional está em fase de estruturação

Já existem práticas, indicadores e processos estabelecidos, mas eles ainda não funcionam de forma integrada. O desafio neste estágio é conectar planejamento, execução e mensuração para transformar ações isoladas em um processo contínuo de evolução.

★ 11 a 15 marcações

Sua gestão promocional apresenta sinais claros de maturidade

A empresa já possui mecanismos de governança, acompanhamento e análise de resultados. Os aprendizados começam a influenciar decisões futuras e existe maior previsibilidade sobre os resultados das campanhas. O próximo passo é ampliar o uso de dados e fortalecer a inteligência promocional.

★ 16 a 18 marcações

Sua operação demonstra alta maturidade promocional

As promoções são tratadas como um processo estratégico do negócio. Existe alinhamento entre áreas, monitoramento consistente da execução, análise estruturada de resultados e utilização dos aprendizados para orientar novas decisões. Nesse estágio, o desafio deixa de ser organizar a gestão e passa a ser acelerar a inovação e a capacidade de adaptação.