

Programa e-GOIÁS TRANSFORMAÇÃO DIGITAL DAS EMPRESAS

Chamada do 2º Ciclo de Transformação Digital em Micro, Pequenas e Médias Empresas

Comissão Organizadora da Chamada do 2º Ciclo de Transformação Digital em Micro, Pequenas e Médias Empresas, em 02 de fevereiro de 2026, informa a seguinte retificação do edital, publicado originalmente por meio do site www.hubgoias.org, em 23 de janeiro de 2026:

1. Alteração do item 4.3. a) “Desafio 6: Aumento do faturamento e captação de clientes por meio da melhoria da maturidade digital e processos internos” Para:

a) Desafio 6: Ampliação da prospecção e reconhecimento da marca na área comercial

Como poderíamos ampliar a prospecção e o reconhecimento da marca na área comercial, em um ciclo operacional definido de ações comerciais e marketing mensais, reduzindo a baixa visibilidade e a sobrecarga da equipe e aumentando o volume de vendas e a base de novos clientes, considerando a atual ausência de estrutura e conhecimento técnico em marketing e prospecção?

Descrição do Desafio

A empresa enfrenta dificuldades para aumentar o reconhecimento da marca na cidade e atrair novos clientes, o que impacta diretamente o crescimento das vendas e o alcance das metas comerciais. Atualmente, a prospecção depende quase exclusivamente do esforço individual da equipe de vendas e de indicações de clientes, sem uma estratégia estruturada de marketing ou presença digital consistente.

Essa situação gera frustração, desmotivação e sobrecarga da equipe comercial, que acumula funções e não consegue garantir constância nas vendas nem o alcance dos objetivos desejados. A ausência de profissionais especializados e de planejamento estratégico em marketing limita o crescimento e a expansão da base de clientes.

O desafio consiste em desenvolver e implementar ações eficazes de marketing e prospecção que tornem a marca mais conhecida, gerem novos leads e ampliem o faturamento da empresa, ajustando a estrutura para uma gestão comercial orientada por dados e processos claros.

Objetivo Principal

Aumentar o reconhecimento da marca na região, expandir o número de novos clientes e garantir crescimento constante das vendas por meio da estruturação de processos de marketing e prospecção eficazes.