

TORNANDO-SE FLUENTE NO B2B: O CASO DA DELTA ESCOLA DE INGLÊS PARA NEGÓCIOS

Octavio Abrão Zumerle - Sebrae

Afrânio Maia Miglioli - Sebrae

Resumo

Este relato apresenta a trajetória da Delta Escola de Inglês para Negócios no cenário do empreendedorismo brasileiro, destacando sua evolução desde a fundação de uma escola de inglês voltada para negócios até sua transição estratégica para o mercado B2B. Inicialmente, a empresa enfrentava desafios na expansão de suas operações, o que levou à participação no Projeto ALI Produtividade do SEBRAE. Por meio deste Projeto, a Delta implementou uma série de ações, como a definição de indicadores-chave de desempenho, redesenho da jornada do cliente e a prospecção para clientes B2B. Essas medidas foram essenciais para resolver os dilemas que surgiram durante o processo de expansão do negócio, além de terem contribuído para um aumento de mais de 50% na produtividade da empresa. Este relato oferece insights valiosos para o setor de ensino de inglês para negócios no contexto digital, ressaltando o compromisso da empresa em se manter relevante e competitiva em um mercado dinâmico e globalizado, que está em constante crescimento. A jornada da Delta ilustra a importância de adaptar-se às demandas do mercado e de utilizar estratégias ágeis e eficazes para alcançar o sucesso no empreendedorismo digital.

Palavras-chave: Empreendedorismo, Tecnologia e Inovação.**Abstract**

This report presents the trajectory of Delta Business English School in the Brazilian entrepreneurship scenario, highlighting its evolution from the foundation of a business-oriented English school to its strategic transition to the B2B market. Initially, the company faced challenges in expanding its operations, which led to participation in SEBRAE's ALI Productivity Project. Through this Project, Delta implemented a series of actions, such as the definition of key performance indicators, redesign of the customer journey and prospecting for B2B customers. These measures were essential to solve the dilemmas that arose during the business expansion process, in addition to having contributed to an increase of more than 50% in the company's productivity. This report offers valuable insights for the business English education industry in the digital context, underscoring the company's commitment to staying relevant and competitive in a dynamic and globalized market that is constantly growing. Delta's journey illustrates the importance of adapting to market demands and using agile and effective strategies to achieve success in digital entrepreneurship.

Keywords: Entrepreneurship. Innovation. Micro and Small Companies.

TORNANDO-SE FLUENTE NO B2B: o caso da Delta Escola de Inglês para Negócios¹

1. INTRODUÇÃO

No contexto do empreendedorismo digital brasileiro, a Delta Escola de Inglês para Negócios emerge como um exemplo singular de inovação e adaptação no mercado de ensino de inglês para negócios. Fundada por uma empreendedora visionária, a escola é a realização do sonho juvenil da idealizadora Bruna, que aos 14 anos, decide dar aulas particulares de inglês para crianças mais novas que não tinham acesso ao mesmo, pela rede pública em que estudava, como forma de angariar recursos para conseguir fazer suas aulas de bateria. Sua paixão pelo inglês foi aumentando gradativamente, em pouco tempo Bruna foi trabalhar na Disney. Isso mesmo, a garota que começou a dar aulas de inglês para poder tocar sua bateria, agora estava trabalhando na indústria dos sonhos americanos. Ao retornar ao Brasil, Bruna ingressou como professora em uma escola de idiomas de uma grande rede de franquias.

Tempos após Bruna mudou drasticamente de carreira, foi trabalhar em um escritório, onde atuou por algum tempo. Porém ao revisitar seu passado, compreendeu que o que realmente fazia sentido, o que fazia seu “coração bater mais forte”, era o ato de ensinar, compartilhar conhecimento com as pessoas. Então em 2011 decide retomar sua carreira como professora de inglês em uma escola na cidade de São Carlos, ali ficou pouco mais de um ano. Em 2012 se arriscou novamente e foi passar um período na Inglaterra.

Desta vez, ao retomar, ingressou como coordenadora de uma escola de idiomas na cidade de Ribeirão Preto e desde então, a caminhada da empresária foi evoluindo para uma jornada profissional pautada pela busca incansável pelo aprimoramento linguístico e oportunidades educacionais.

O ponto de virada na história da Delta se deu em 2015, após a fundadora completar um curso profissionalizante na Irlanda. Nesse momento, consolidou-se de forma estratégica e criou o negócio, que é uma escola de ensino de inglês 100% online. Onde ensinava inglês para todas as pessoas, das mais variadas idades e com diferentes interesses.

Ao fazer um estudo de mercado, no ano de 2018, Bruna percebeu a necessidade de um ensino de idiomas aplicado ao mundo corporativo, assim, com um público nichado a professora poderia focar todo seu conhecimento agora para o mundo dos negócios, afinal a veia empreendedora já pulsava de forma latente.

Foi então, em 2020 que a “Teatcher Bruna”, deixa de ser um CPF e se torna CNPJ, rompendo os desafios de empreender de forma autônoma, a empresária realiza neste ano sua primeira contratação. Oficializando assim, a criação da escola de idiomas focado no mundo corporativo, a Delta Escola de Inglês para Negócios.

Desde então, a escola vem se destacando como uma referência no mercado B2C, atendendo alunos em todo o território nacional que buscam aprimorar suas habilidades no idioma inglês, direcionadas ao contexto empresarial.

Contudo, a empresa agora estava enfrentando um grande dilema, pois já consolidada, com satisfação dos alunos, a expansão passou a se tornar pauta constante dentro da empresa, tornando-se cada vez mais necessária.

Em busca de novos horizontes e oportunidades de crescimento, a Delta embarcou em um grande desafio, ingressou no Projeto ALI Produtividade, do SEBRAE, onde começou a delinear ações que buscavam revisar de forma profunda as práticas e abordagens comerciais utilizadas na empresa.

Entendeu-se que havia um mercado pouco explorado e que seria muito rentável para a empresa, o mercado das próprias empresas, trabalhar a questão do idioma focado em negócios,

dentro do mundo corporativo. A transição gradual para o mercado B2B tem sido um desafio enfrentado desde então pela Delta.

2. CONTEXTO E REALIDADE INVESTIGADA

Com cinco anos de trajetória, a empresa Delta, enfrentava desafios significativos ao ingressar no Projeto ALI Produtividade. Buscando aprimorar seus processos e impulsionar seu crescimento, afinal o sonho de tocar bateria de uma garota de apenas 14 anos, agora refletia na expansão de uma empresa.

A jornada de Bruna não foi fácil, mas a paixão por ensinar, compartilhar e principalmente sua veia empreendedora, fez aquela inquieta garota buscar cada dia mais soluções para resolver problemas coletivos. De forma estratégica e perseverante, a professora que começou a dar aulas picadas, em horários vagos, agora coordena uma escola de idiomas voltado para o mundo dos negócios.

Em 2020, ano em que eclodiu a pandemia mundial do COVID-19, as pessoas buscaram novas formas de se adaptar a rotina, ocupar seu tempo e adquirir conhecimento. Neste contexto, a Delta inicia seu processo de expansão, aumentando o número de aulas e consequentemente de professores.

Entendeu-se então a necessidade de montar uma equipe focada nas funções administrativas, tornando-se necessário a criação e revisão de alguns processos internos. Podendo assim, melhor atender os alunos que já estudavam na Delta, mas também atender novas demandas do mercado, que cresceu de forma acelerada. Chegando assim, aos números atuais, onde a empresa conta em média com sete colaboradores, entre pedagógico e administrativo.

Com um cenário cada vez mais globalizado, a busca pelo ensino e aprimoramento de idiomas se torna cada vez mais recorrente, a Delta possui métodos de excelência e anos de mercado, comprovando sua expertise quando o assunto é ensino focado. Com certeza, o fato de ser online, permite alcançar mais pessoas, de diversos setores, o que permite que as trocas dentro das salas de aula, sejam sempre muito enriquecedoras, tornando assim uma grande oportunidade de networking.

Deste modo, visando melhorar as condições para a equipe, trazendo maior fluxo de alunos e aumentando assim os salários, a Delta entende que este é o momento ideal para sua expansão. E contou com as soluções do Projeto ALI Produtividade para entender em que horizonte deveria seguir, para obter êxito em solucionar seu dilema.

3. DIAGNÓSTICO DO PROBLEMA E/OU DA OPORTUNIDADE

A metodologia do Projeto ALI Produtividade consiste em 9 etapas, iniciando com um diagnóstico empresarial. No caso da Delta, o diagnóstico serviu para orientar a empresária na identificação de problemas e oportunidades, seguido pela proposição de soluções e elaboração de um plano de ação detalhado. O ALI (Agente Local de Inovação) acompanhou junto a implantação de algumas soluções, verificou os resultados obtidos e auxiliou na consolidação de práticas inovadoras.

Com a Delta, após o diagnóstico empresarial, foram identificados os principais desafios a serem superados. Sendo eles:

- Melhorar o fluxo de vendas e prospecção de novos clientes;
- Melhorar o uso dos dados do CRM;
- Definir melhor alguns processos da “Jornada do Cliente”.

Seguindo a metodologia do SEBRAE, um dos dilemas gerenciais foi escolhido para ser o foco inicial. Após discussões entre o agente de inovação e a empresária, decidiu-se priorizar o aprimoramento do fluxo de vendas e prospecção de novos clientes. Esta escolha estratégica baseou-se na análise cuidadosa da situação da empresa e nas oportunidades identificadas para fortalecer sua base de clientes e impulsionar seu crescimento.

4. INTERVENÇÕES PROPOSTAS

A criação do plano de ação foi um processo colaborativo entre o agente de inovação e a empresária. Dentro do plano de ação da Delta, foram listadas algumas ações como prioritárias, pois entendeu-se que a partir destas ações a empresa conseguiria realizar intervenções que contribuíssem para a melhoria do negócio. As intervenções implementadas pela empresária foram:

Ação I – Criação e implantação de KPI's

Foi entendido a necessidade da criação de indicadores-chave de desempenho (KPI's), para mensurar como era até então a experiência do cliente, ou questões financeiras do negócio. Diante disso, a empresária implementou os seguintes indicadores:

- Tempo médio para cadastro de alunos;
- Tempo médio para envio de boletos;
- Tempo médio para assinatura de contratos;
- Taxa de alunos que pagam em dia;
- Taxa de inadimplência;
- Tempo médio de atraso de pagamento.

Ação II – Criação de fluxograma e organograma

Neste momento foi criado um fluxograma, que na imagem abaixo, a empresária intitulou como “Jornada do Cliente”. Assim, após a visualização dos resultados dos KPI's implementados, foi possível entender quais processos poderiam ser complementados ou refeitos. Esta atividade impulsionou atividades secundárias como a criação de um organograma, e um descritivo de atividades (figura 1).

Figura 4 - Descritivo de atividades

DESCRITIVO DE ATIVIDADES
CEO - Estratégia
Marketing - arte e copyright, calendário de posts, campanhas em mídia social, análise de métricas
Gerente financeira - fluxo de caixa, pagamento de pessoal, gerenciamento de cobranças, cadastro e contratos de alunos
Contas a pagar - pagamento de pessoal, gerenciamento fluxo de caixa
Gerente de vendas - prospecção de clientes B2B
Coordenação pedagógica 1 - contratação e treinamento de novos professores; reuniões pedagógicas; elaboração de currículo, avaliações e métricas
Coordenação pedagógica 2 - acompanhamento de performance de alunos, relacionamento com alunos, entrevista/onboarding novos alunos, envio de feedback
Professores - preparar e dar aulas, preencher planilhas, preparar exercícios extras e feedback conforme plano, participar de reuniões e treinamentos

Fonte: Delta.

Ação III – Contratação de um novo colaborador

Após a criação do fluxograma, foi entendido quais atividades e pessoas estavam sendo sobrecarregadas. A partir de então, algumas funções foram redesenhadas e algumas atividades redistribuídas para maior eficiência. Podendo assim realizar uma contratação estratégica, onde o colaborador, já entraria dentro de uma nova estrutura empresarial.

Ação IV – Prospecção de clientes B2B

Após realizar as ações anteriores, pode então concluir que uma ação estratégica, tanto para aumentar a cartela de cliente, quanto o ticket médio da empresa, seria a prospecção de clientes B2B. Pois além de sancionar o gargalo priorizado, dialoga muito com as diretrizes da escola.

As ações foram sendo desenvolvidas por etapas, assim pode-se analisar e entender quais seriam as ações mais estratégicas para cada momento. Para além das ações descritas, a empresária participou de consultorias coletivas do SEBRAE nas áreas de gestão, marketing e finanças, durante e após a conclusão do programa.

Outra ação de grande impacto foi a participação das rodadas de negócios propostas pelo SEBRAE, onde a empresária pôde prospectar diretamente novas empresas, criando parcerias e gerando novos leads. Esta ação teve um impacto positivo para reconhecimento local e regional da empresa.

Para participar das rodadas, a empresária se preparou, criando roteiros para apresentação, trazendo sua solução como uma possibilidade de novos benefícios aos colaboradores das empresas participantes. Além da criação de uma tabela de preços voltados a atender o público B2B.

As iniciativas desenvolvidas incluíram a definição e implementação de indicadores-chave de desempenho (KPIs) para medir a eficácia das estratégias, o redesenho do fluxo da jornada do cliente para melhorar a experiência e atração de públicos nichados, além da implementação de técnicas específicas de prospecção no mercado B2B.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS E CONTRIBUIÇÕES

A trajetória da Delta destaca-se como um exemplo de inovação e adaptação no contexto do empreendedorismo digital brasileiro, particularmente no segmento de ensino de inglês voltado para negócios. Fundada a partir do sonho precoce da empreendedora Bruna, a escola evoluiu ao longo dos anos, impulsionada por sua busca incessante por aprimoramento e oportunidades educacionais.

Durante sua participação no Projeto ALI Produtividade, a Delta embarcou em um processo de análise profunda e definição de ações estratégicas para superar seus desafios e impulsionar seu crescimento. A implementação de indicadores-chave de desempenho (KPIs), o redesenho da jornada do cliente, a prospecção de clientes B2B, foram algumas das iniciativas prioritárias delineadas nesse percurso. Essas ações não apenas orientaram os rumos da empresa em direção à inovação e eficiência, mas também evidenciaram o comprometimento da Delta em manter-se competitiva e relevante em um mercado em constante evolução. Como consequência disso, a empresa aumentou em mais de 50% a sua produtividade, durante o período estudado pelo Projeto ALI Produtividade.

Ao refletir sobre essa jornada de inovação e adaptação, fica nítida a importância das empresas se manterem ágeis e flexíveis diante as constantes mudanças do mercado, buscando constantemente aprimorar processos e estratégias. Além disso, ficou evidente a necessidade de

investir em tecnologia e capacitação da equipe, bem como a importância de uma abordagem centrada no cliente em todas as etapas do negócio.

Olhando para o horizonte, a Delta se depara com desafios e oportunidades significativas. A expansão no mercado B2B demandará um aprofundamento nas estratégias de prospecção e relacionamento com clientes corporativos. Além disso, a evolução contínua do cenário tecnológico exigirá investimentos constantes em inovação e atualização. Os desafios de manter-se relevante e competitiva em um mercado dinâmico e globalizado são persistentes, requerendo da empresa uma postura proativa e orientada para o futuro.

O Projeto ALI Produtividade representou, assim, não apenas uma oportunidade para enfrentar desafios imediatos, mas também um marco para o desenvolvimento estratégico da empresa no mercado.

¹ O nome da empresa e da empreendedora foram alterados para preservar sua identidade.