VINCI CONSULTING

VINCI VALUE PRE-DIAGNOSTIC

CUSTOMER VALUE | TESTE MVP

Executive Value Snapshot

Empresa Exemplo S.p.A. | B2C | Receita anual informada: **€10,0 milhões**

Este relatório é um protótipo funcional para validar o fluxo formulário → banco de dados → cálculo → PDF → envio automático ao cliente.

68 / 100	€740 mil	€520 mil	72%
VALUE OPPORTUNITY SCORE	INFLUENCIABLE VALUE	EST. CAPTURABLE VALUE	CONFIDENCE SCORE
Oportunidade relevante	7,4% da receita	5,2% da receita - premissa de teste	Medium-High | protótipo

LEITURA EXECUTIVA

O pré-diagnóstico indica espaço relevante para ampliar o valor capturado da base atual de clientes. Para este teste, o modelo assume **Estimated Capturable Value de 5,2% do faturamento**, independentemente da calibragem definitiva que será feita após a validação do MVP.

Os principais vetores considerados são aumento de frequência, cross-sell, reativação e personalização por lifecycle. O valor apresentado é uma **estimativa inicial**, não uma promessa de resultado.

Premissa temporária do teste
Estimated Capturable Value = Receita anual × 5,2% = €10.000.000 × 5,2% = **€520.000**

CUSTOMER VALUE

Opportunities Identified

As oportunidades abaixo representam os vetores identificados pelo pré-diagnóstico. No MVP, a distribuição financeira serve para testar o fluxo de dados e a composição automática do relatório.

1. Aumentar frequência de compra Base ativa com espaço para ampliar ocasiões de compra e recorrência por meio de jornadas e estímulos direcionados.	**€210 mil** Frequência × base ativa
2. Expandir cross-sell Baixa profundidade de categorias/produtos por cliente sugere potencial de ampliar share of wallet.	**€160 mil** Categorias/cliente × ticket
3. Reativar clientes inativos Clientes com histórico de compra podem ser reengajados com gatilhos de reativação e ofertas relevantes.	**€90 mil** Reativação × ticket
4. Personalizar lifecycle Maior identificação e uso de comportamento permite substituir comunicação massificada por ações orientadas ao momento do cliente.	**€60 mil** Conversão/frequência incremental

O QUE AS RESPOSTAS DO FORMULÁRIO DEVEM ALIMENTAR

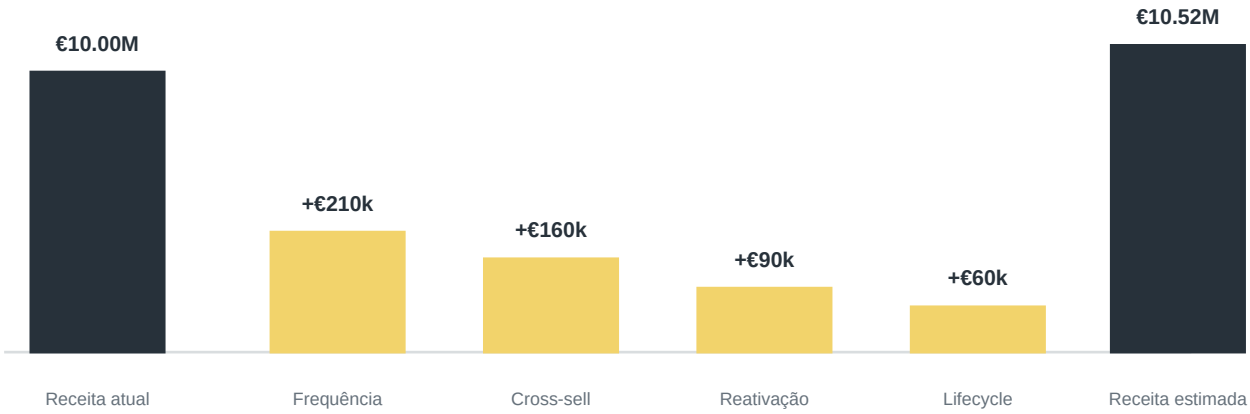
Para Customer Value B2C, o formulário deve capturar: **clientes ativos, ticket médio, compras por cliente/ano, percentual de recorrentes, percentual de receita identificada por cliente, nível de segmentação e existência de ações personalizadas por lifecycle/comportamento**.

Nesta fase de teste, essas respostas devem ser gravadas no banco e reproduzidas no PDF, mas o impacto financeiro final permanece fixado em 5,2% do faturamento.

CUSTOMER VALUE

Value Bridge

Como a estimativa de €520 mil é formada no protótipo.



Componente	Impacto teste	% receita	Lógica do MVP
Receita atual	€10.000.000	100,0%	Input do formulário
Aumento de frequência	+€210.000	+2,1%	Parcela do 5,2%
Cross-sell	+€160.000	+1,6%	Parcela do 5,2%
Reativação	+€90.000	+0,9%	Parcela do 5,2%
Lifecycle/personalização	+€60.000	+0,6%	Parcela do 5,2%
Estimated Capturable Value	+€520.000	+5,2%	Premissa fixa do teste
Receita potencial	€10.520.000	105,2%	Receita + impacto

Regra estrutural preservada: nenhuma estimativa do Pré-Diagnóstico poderá exceder 10% do faturamento informado. Neste teste, o resultado está fixado em 5,2%.

CUSTOMER VALUE

What Needs to Be Validated

O teste valida tecnologia e experiência. A metodologia econômica será recalibrada posteriormente.

Elemento	Status no teste	Próxima validação
Impacto de 5,2%	Premissa fixa	Recalibrar com benchmarks e drivers reais
Value Opportunity Score	Exemplo: 68/100	Calcular a partir de Performance + Maturity
Benchmarks	Biblioteca inicial	Confirmar setor, geografia e comparabilidade
Confidence Score	Exemplo: 72%	Calcular dados + benchmark + modelo + comparabilidade + conhecimento setorial
Bridge por iniciativa	Distribuição de teste	Vincular cada parcela aos drivers respondidos
Influenciable Value	Exemplo: 7,4%	Definir separadamente do Capturable Value

DADOS MÍNIMOS QUE DEVEM CHEGAR AO GERADOR DO PDF

assessment_id · company_name · contact_name · email · business_type · sector · annual_revenue · revenue_model · revenue_growth · dimension · precision_level · active_customers · average_ticket · purchase_frequency · repeat_customer_rate · identified_revenue_rate · segmentation_level · lifecycle_personalization · submitted_at

Além dos inputs, o back-end deve salvar os outputs calculados: **value_opportunity_score, influenciable_value, estimated_capturable_value, confidence_score e opportunity_breakdown**.

Privacidade no MVP
O formulário deve solicitar apenas dados agregados da empresa. Não é necessário enviar base de clientes, extrato de CRM, P&L; ou dados pessoais de clientes para produzir este Pré-Diagnóstico.

VINCI CONSULTING

VINCI VALUE PRE-DIAGNOSTIC

CUSTOMER VALUE

From Opportunity to Value Capture

O Pré-Diagnóstico identifica onde pode existir valor. O próximo passo é validar as hipóteses e transformar oportunidade em plano de captura.

01	**PRE-DIAGNOSTIC** 5-8 min	Inputs agregados → oportunidade inicial → PDF executivo
02	**VINCI VALUE DIAGNOSTIC** Aprofundamento	Dados + benchmarks + hipóteses → business case priorizado
03	**EXECUTION & CAPTURE** Roadmap	Iniciativas → owners → KPIs → acompanhamento de valor

PRÓXIMO PASSO RECOMENDADO

Agende uma conversa de 30 minutos com a Vinci para revisar as oportunidades identificadas, validar as principais premissas e decidir se faz sentido aprofundar o Vinci Value Diagnostic.

vincipartners.co
Customer Value Pre-Diagnostic | Relatório de teste

VINCI VALUE DIAGNOSTIC

From data to opportunity. From opportunity to value.

TEST TEMPLATE - Os valores, scores e distribuição de impacto deste documento foram definidos exclusivamente para validar o fluxo técnico do MVP. Eles não constituem recomendação, garantia ou estimativa metodológica definitiva.