

[E-BOOK]

# Template

## Indicadores de Inovação

PODCAST VENDAMAIS #113

### **INOVAÇÃO:** **COMO CRIAR** **NOVOS PRODUTOS** **E SERVIÇOS PARA** **CRESCER COM** **MAIS MARGEM**

com **Raul Caneloro** e **Marcelo Caetano**



PODCAST



Apresentado por  
**Marcelo Caetano** **Raul Caneloro**



**Material exclusivo**



## Olá, queridos Espectadores do Podcast VendaMais!

É sempre um prazer ter vocês aqui com a gente :)

No episódio #113 do Podcast VendaMais, Raul Candeloro e Marcelo Caetano falam sobre um tema que é chave para o crescimento sustentável de qualquer empresa: **como criar novos produtos e serviços de forma mais estratégica, com mais margem e menos achismo.**

E para complementar esse bate-papo, preparamos um material exclusivo com 5 indicadores essenciais para medir, de forma prática, o impacto real da sua inovação.

Aqui, você não vai encontrar métricas de vaidade. Vai encontrar ferramentas estratégicas para:

- ✓ Aumentar margem com inteligência
- ✓ Atrair novos clientes com soluções mais relevantes
- ✓ Reduzir desperdícios e riscos em lançamentos
- ✓ Acelerar o ciclo de desenvolvimento
- ✓ Transformar inovação em processo – não em loteria

Lembre-se: “Se você não vende inovação, vai ter que vender preço. E isso é uma guerra que ninguém quer entrar.” - Raul Candeloro.

“Vamos juntos transformar inovação em resultado?”

[Template]

## Indicadores de Inovação Comercial

### 1) Porcentagem do faturamento de produtos novos

Este indicador avalia quanto do faturamento atual da empresa vem de soluções que não existiam há até 3 anos. Ele revela o impacto real da inovação no desempenho financeiro da organização.

**Por que é estratégico?** Porque mostra se a empresa está se reinventando. Em mercados cada vez mais dinâmicos, a capacidade de gerar receitas com soluções novas é um forte sinal de adaptação, relevância e diferenciação.

Além disso, produtos novos tendem a ter margens melhores e menor sensibilidade a preço.

Sem esse indicador, líderes ficam no escuro: investem em inovação, mas não sabem se ela realmente gera resultado.

**Fórmula:**  $(\text{Faturamento com produtos lançados nos últimos 2 anos} / \text{Faturamento total}) \times 100$

**Meta recomendada:** A meta ideal depende do setor e do ciclo de vida dos produtos, mas empresas inovadoras costumam ter acima de 25% do faturamento vindo de lançamentos recentes.

Na indústria de tecnologia, por exemplo, esse número pode chegar a 50% ou mais.

## 2) Margem média dos produtos novos vs. antigos

Este indicador revela se os produtos ou serviços lançados recentemente estão ajudando a empresa a crescer com mais rentabilidade. Ou seja: eles aumentam a margem ou estão apenas gerando faturamento com menos lucro?

Ele é uma comparação direta entre a margem média dos produtos novos e a margem média dos produtos antigos, e mostra a evolução real da eficiência financeira da inovação.

**Por que é estratégico?** Porque inovar sem melhorar a margem é correr atrás do vento. Muitas empresas lançam novos produtos para reagir ao mercado, mas sem avaliar o impacto na rentabilidade. O resultado? Mais esforço, mais custo... e menos lucro. Este indicador ajuda você a: Avaliar se a inovação realmente aumenta a margem. Priorizar lançamentos com retorno financeiro saudável. Corrigir rumos antes que produtos pouco rentáveis virem “âncoras” no portfólio.

**Fórmula:**  $(\text{Margem dos produtos novos} - \text{Margem dos produtos antigos}) \times 100$

### **Meta recomendada:**

Ideal: Produtos novos com margem  $\geq 10$  pontos percentuais acima da margem dos antigos.

Alvo mínimo: Margem igual ou superior à dos produtos anteriores — se possível, com menor custo de aquisição e operação.

### 3) Porcentagem de clientes novos vindo de soluções novas

Esse indicador mostra quantos dos seus novos clientes foram atraídos especificamente por produtos ou serviços lançados recentemente. Em outras palavras, ele mede o poder de atração das inovações para novos perfis de público.

É um excelente termômetro para responder à pergunta: “Nossas novidades estão nos levando a mercados novos, ou só estamos vendendo mais do mesmo para os mesmos clientes?”

**Por que é estratégico?** Clientes novos são sinônimo de expansão e segurança para o crescimento. Se só quem já é cliente compra suas inovações, talvez você esteja limitando o potencial de mercado da empresa. Agora, quando novos clientes chegam por causa dos lançamentos, é sinal de que sua inovação está abrindo portas, diversificando e fortalecendo seu posicionamento.

Este indicador ajuda você a:

- Medir o poder da inovação como ferramenta de aquisição.
- Identificar novos encaixes produto-mercado.
- Mapear canais e perfis com alto potencial comercial.

**Fórmula:**  $(N^{\circ} \text{ de clientes novos que compraram somente produtos novos} / \text{Total de clientes novos}) \times 100$

#### **Meta recomendada:**

- Para empresas com inovação constante: 20% ou mais dos novos clientes vindos de soluções novas.
- Para empresas em fase de transformação ou lançamento de linha: 30% ou mais é uma boa referência.
- Abaixo de 10%, o sinal é de alerta: suas inovações podem estar tímidas ou mal posicionadas.

## 4) Ciclo de lançamento de novos produtos/serviços

Este indicador acompanha o tempo necessário para transformar uma ideia em realidade no mercado — da concepção inicial ao lançamento efetivo.

Em outras palavras, ele revela a velocidade do seu processo de inovação: quanto tempo leva para uma solução sair do papel e começar a gerar valor.

**Por que é estratégico?** O ciclo de lançamento revela se sua empresa está:

- Reativa (lenta, travada, burocrática), ou
- Proativa (rápida, testando, aprendendo, ajustando).

Quanto mais rápido você lança, maiores as chances de:

- Ser o primeiro a ocupar espaço na mente do cliente;
- Aprender antes da concorrência;
- Gerar receita e feedback real em vez de só projeções;
- Evitar que boas ideias morram no papel.

Esse indicador também mostra gargalos invisíveis na operação: aprovações demoradas, equipes sobrecarregadas, processos confusos... tudo isso impacta o tempo de resposta ao mercado.

**Fórmula:** Data de lançamento - Data de início do desenvolvimento = Quantidade de dias

**Meta recomendada:** Não existe um número mágico, mas acompanhar a média ao longo do tempo já traz insights poderosos. Em geral:

- Produtos físicos: 90 a 180 dias
- Serviços e soluções digitais: 30 a 90 dias
- Inovações internas (ex: melhoria de atendimento): 15 a 60 dias

Mais importante do que comparar com outras empresas é diminuir seu próprio tempo de ciclo, projeto após projeto.

## 5) Taxa de sucesso de lançamentos

Esse indicador revela quantos dos produtos ou serviços lançados realmente performaram bem — ou seja, atingiram a meta mínima de vendas, margem ou outro critério estratégico definido pela empresa.

É uma forma simples (e poderosa) de responder: “Estamos lançando com estratégia ou só jogando coisas no mercado e torcendo?”

**Por que é estratégico?** Lançar muito não significa inovar com sucesso. Sem critério, inovação vira loteria.

Acompanhar a taxa de sucesso ajuda a:

- Substituir achismo por análise.
- Aprender com acertos e erros.
- Aumentar a confiança interna.
- Reduzir desperdício de tempo e recursos.

Quanto mais madura a inovação, maior o índice de acertos — mesmo em mercados competitivos.

**Fórmula:**  $(N^{\circ} \text{ de lançamentos que atingiram a meta} / \text{Total de lançamentos}) \times 100$

### **Meta recomendada:**

Acima de 60% já é uma excelente referência, indicando que sua empresa inova com processo e critério. Abaixo de 40%? Acenda o sinal de alerta.

Mas atenção: não vale “baixar a régua” só para inflar o número. A meta precisa ser desafiadora e alinhada com a realidade do mercado.

Inovação não é sobre ter ideias geniais de vez em quando.

É sobre ter coragem para se questionar continuamente, método para transformar boas ideias em realidade — e disciplina para medir, aprender e ajustar.

Neste episódio, Raul resume essa mentalidade com uma frase que deveria estar colada na parede de toda empresa que quer crescer com inteligência:

**"Não adianta ficar falando que precisa se diferenciar se você está sempre o mesmo."**

A verdadeira inovação começa quando você olha para dentro da sua empresa e tem a coragem de admitir: “estamos repetindo demais, precisamos evoluir”.

Evoluir não é fácil. Dá trabalho, exige tempo, energia, escuta e uma boa dose de humildade. Mas os resultados — quando vêm — são transformadores. Mais margem. Mais clientes. Mais velocidade. Mais confiança.

Se você sente que sua empresa está precisando dar esse próximo passo, conte com a gente. Nós ajudamos líderes e suas equipes a criarem estruturas comerciais que inovam com estratégia, e não por sorte. Fale conosco:

(41) 99239-0796 | [vendamais.com.br](http://vendamais.com.br)

Vamos juntos criar um futuro mais inteligente, lucrativo e diferenciado para o seu negócio.

## Quer continuar crescendo e aprendendo?

Aproveite para maratonar os outros episódios do Podcast VendaMais e ficar por dentro dos mais variados assuntos do universo das vendas!

Você com certeza vai aprender coisas novas e ter ideias importantes que podem ajudar você e o seu time a vender cada vez mais e melhor.

### Alguns episódios que você não pode perder:

