

OMID CLOUD

Programa de Parceiros

Módulo 008 — Campanha de Incentivo 2026 e Mobilização de Equipes

Versão 2.0

Classificação: Interno — Uso Exclusivo para Parceiros Autorizados

1. Visão Geral

Este documento integra o Módulo 008 do Programa de Parceiros da Omid Cloud e apresenta em detalhes a Campanha de Incentivo 2026. Esta campanha oferece prêmios exclusivos (viagens e carro) para recompensar desempenho e motivar equipes. Compreender os mecanismos da campanha é essencial para mobilizar sua equipe e maximizar vendas.

1.1 Público-Alvo

Este material é destinado exclusivamente a parceiros autorizados do Programa de Parceiros da Omid Cloud, incluindo:

- Diretores e proprietários de empresas parceiras
- Gestores de vendas e team leaders
- Equipes de vendas (account executives, sales development reps)
- Equipes de pré-vendas e consultores técnicos
- Profissionais de engenharia e suporte técnico

1.2 Objetivo

Capacitar parceiros a:

- Compreender completamente os prêmios e gatilhos da campanha
- Comunicar a campanha efetivamente a toda a equipe
- Mobilizar equipes em torno de metas de vendas
- Maximizar MRR e alcançar prêmios

Planejar estratégia de distribuição de prêmios

2. Objetivo Principal da Campanha

A Omid lançou uma campanha de incentivo para o Partner Program 2026, com prêmios significativos para recompensar desempenho. A campanha foi lançada em maio, mas considera as vendas realizadas desde janeiro de 2026.

Propósito: Além da progressão de tiers e do aumento do percentual de comissionamento (que transforma o custo de Cloud em redução para o cliente e remuneração secundária para o parceiro), a campanha visa recompensar desempenho com prêmios exclusivos que motivam toda a organização.

3. Prêmios e Gatilhos

3.1 Viagem All-Inclusive para Resort no Brasil

Gatilho: Vendas de MRR (Receita Recorrente Mensal) acima de R\$ 1.000.000 (um milhão de reais)

Prêmio: Viagem de 4 dias para 2 pessoas em resort all-inclusive no Brasil

Acúmulo de Prêmios: A cada R\$ 250.000 adicionais em MRR, o parceiro ganha mais um par de pessoas para a viagem

MRR Acumulado	Número de Pessoas
R\$ 1.000.000	2 pessoas
R\$ 1.250.000	4 pessoas
R\$ 1.500.000	6 pessoas
R\$ 1.750.000	8 pessoas
R\$ 2.000.000	10 pessoas
R\$ 2.250.000	12 pessoas
R\$ 2.500.000	14 pessoas
R\$ 2.750.000 ou mais	16+ pessoas

Flexibilidade: O parceiro decide quem usufrui da viagem, podendo ser a família ou membros da equipe (vendas, pré-vendas, engenharia). Isso incentiva um encontro interno, planejamento anual ou reconhecimento de equipe.

3.2 Carro Zero Quilômetro para Top Partner

Gatilho: O parceiro que alcançar o maior volume de vendas em MRR acima de R\$ 2.000.000 (dois milhões de reais)

Prêmio: Carro zero quilômetro (marca e modelo em fase final de negociação, serão divulgados em breve)

Critério de Desempate: Em caso de empate no valor total de MRR, o critério é a maior venda individual do ano

Cumulativo: O vencedor do carro também acumula os prêmios de viagem. Exemplo: R\$ 2.250.000 em vendas = carro + viagem para 12 pessoas.

Impacto: Este é o prêmio máximo da campanha, reconhecendo o desempenho excepcional e motivando toda a organização do parceiro.

4. Definição de Venda (MRR)

As vendas consideradas para a campanha são baseadas em Receita Recorrente Mensal (MRR), que deve ser faturada e paga pelo cliente. Este formato garante que a premiação seja justa e reflita a performance real do ano.

4.1 O Que Conta como Venda?

- Contratos de cloud recorrentes com clientes

- MRR deve ser faturada (nota fiscal emitida)

- MRR deve ser paga pelo cliente (não apenas faturada)

- Somatório de todos os contratos vendidos pelo parceiro e pagos pelo cliente

4.2 Importante: Apenas Vendas Pagas Contam

Apenas vendas faturadas e pagas pelo cliente contam para a campanha. Isso garante que o parceiro está realmente gerando receita para a Omid e para si mesmo, e não apenas fechando vendas que podem não ser concretizadas.

Dica: Acompanhe regularmente o status de pagamento dos clientes para garantir que as vendas sejam contabilizadas na campanha.

5. Cronograma da Campanha

Fase	Data
Validade da Campanha	Vendas realizadas 01 de Janeiro 2026 até 31 de dezembro de 2026
Apuração e Divulgação de Resultados	Entre janeiro e fevereiro de 2027
Realização das Premiações/Viagens	Provavelmente entre fevereiro e março de 2027

Nota: A campanha considera vendas desde janeiro de 2026, mesmo tendo sido lançada em maio. Isso oferece oportunidade para parceiros que já realizaram vendas no início do ano.

6. Incentivo Adicional para Primeira Venda

A primeira venda do ano de um cliente com valor mensal de Cloud é qualificada automaticamente como "Diamond Partner", garantindo uma cota de comissionamento de 16% (em vez do percentual padrão do tier atual).

Benefício: Isso acelera significativamente o caminho do parceiro para os prêmios de carro e viagens. As vendas subsequentes seguirão o enquadramento do parceiro (Certified, Silver, Gold, Platinum, Diamond).

Estratégia: Priorize fechar a primeira venda grande do ano para ganhar o bônus de 16% de comissionamento, acelerando o acesso aos prêmios da campanha.

7. Estratégia de Mobilização de Equipes

7.1 Comunicação Interna da Campanha

A Omid reforça a importância de comunicar essa campanha a toda a equipe do parceiro, pois todos podem se beneficiar dos prêmios. Isso inclui:

- Equipe de vendas (account executives, sales development reps)

- Equipe de pré-vendas (solution architects, consultores técnicos)

- Equipe de engenharia e suporte técnico

- Gestores e diretores

Benefício: Quando toda a equipe sabe que há prêmios em jogo, a motivação aumenta e o foco em vendas se intensifica. Viagens e carros são incentivos poderosos que mobilizam organizações.

7.2 Decisão de Quem Participa

A decisão final de quem participa das viagens fica a cargo dos controladores/líderes do parceiro. Isso oferece flexibilidade para reconhecer desempenho de diferentes formas:

- Levar membros de vendas que mais contribuíram

- Levar membros de pré-vendas que apoiaram as vendas

- Levar membros de engenharia que garantiram sucesso técnico

- Levar família (cônjuges, companheiros)

Combinar: alguns membros de equipe + alguns familiares

7.3 Comunicação de Metas

Estabeleça metas claras de MRR para sua equipe e comunique regularmente o progresso em relação aos gatilhos da campanha:

Primeira viagem: R\$ 1.000.000 em MRR

Viagem expandida: R\$ 1.250.000, R\$ 1.500.000, etc.

Carro: R\$ 2.000.000+ em MRR

Dica: Use dashboards ou relatórios mensais para mostrar o progresso em relação aos gatilhos. Isso mantém a equipe motivada e focada.

8. Planejamento de Distribuição de Prêmios

8.1 Cenários de Distribuição

Cenário 1: Viagem para 2 Pessoas (R\$ 1.000.000)

Levar o melhor account executive + melhor solution architect

Ou: Levar o proprietário + cônjuge

Ou: Levar dois top performers de vendas

Cenário 2: Viagem para 6 Pessoas (R\$ 1.500.000)

Levar time de vendas completo (3-4 pessoas) + líderes técnicos

Ou: Levar time de vendas + cônjuges de top performers

Cenário 3: Viagem para 10+ Pessoas + Carro (R\$ 2.000.000+)

Levar empresa inteira (vendas, pré-vendas, engenharia, suporte)

Ou: Levar equipe + familiares

Carro: Reconhecimento especial para top performer ou proprietário

8.2 Comunicação de Distribuição

Comunique claramente como os prêmios serão distribuídos. Isso aumenta motivação e evita conflitos:

Defina critérios claros (maior venda, melhor performance, etc.)

Comunique os critérios antes da campanha começar

Reconheça publicamente os ganhadores

Celebre o sucesso coletivo

9. Estratégia de Vendas para Atingir Metas

9.1 Foco na Primeira Venda

A primeira venda qualificada do ano oferece comissionamento de 16% (Diamond Partner). Priorize fechar a primeira venda grande para ganhar esse bônus imediato e acelerar o caminho para prêmios.

9.2 Identificação de Clientes de Alto Potencial

Identifique clientes em setores com alto potencial de MRR (financeiro, e-commerce, governo, saúde). Foque esforços nesses clientes para maximizar MRR.

9.3 Estruturação de Propostas Maiores

Estruture propostas com valores maiores de MRR. Exemplo: em vez de vender R\$ 50.000/mês, venda R\$ 100.000/mês com mais recursos. Isso acelera o caminho para os gatilhos da campanha.

9.4 Acompanhamento de MRR Acumulado

Monitore regularmente o MRR acumulado ao longo do ano. Quando se aproximar de gatilhos (R\$ 1.000.000, R\$ 1.250.000, etc.), intensifique esforços para cruzar a linha e ganhar prêmios.

10. Próximos Passos

Para parceiros que desejam maximizar vendas e ganhar prêmios na campanha 2026:

- Comunicar a campanha a toda a equipe (vendas, pré-vendas, engenharia)
- Estabelecer metas claras de MRR para cada trimestre
- Identificar clientes de alto potencial em setores estratégicos
- Estruturar propostas maiores para acelerar MRR
- Acompanhar MRR acumulado mensalmente
- Planejar distribuição de prêmios (quem vai para a viagem, quem ganha o carro)
- Celebrar milestones (R\$ 1.000.000, R\$ 1.500.000, etc.) com a equipe
- Manter contato regular com Omid para suporte e orientação

11. Canais de Suporte ao Parceiro

WhatsApp: Suporte rápido para dúvidas comerciais e técnicas

Email: parceiros@omid.com.br

Portal de Documentação:

<https://webdrive.omidsolutions.com/s/FdJL7yPodPa6XQP>

Fim do Documento