

## ÁRVORE DO CONHECIMENTO

### Trilhas do Conhecimento para Cursos

- **Perfis de público:**
  - Nosso principal foco de formação e aperfeiçoamento está centrado em gestores que atuam em nos elos da cadeia de vendas e distribuição, como produtores (fabricantes), distribuidores, canais (revendedores, integradores e outros) e prestadores de serviços, atuantes nas mais variadas verticais de indústria.
- **Trilhas de conhecimento:**
  - **Trilha de canais de vendas e distribuição:**
    - Conceitos essenciais sobre a cadeia de vendas e distribuição.
    - Quando operar com canais indiretos é a melhor solução?
    - Direct touch: a missão do fabricante com todos os elos da cadeia.
    - Regras claras: o caminho para ter sucesso em canais indiretos.
    - Os principais desafios de um canal indireto:
      - Vender mais para a carteira de clientes atual.
      - Conquistar novos clientes.
      - Expandir a cobertura geográfica.
      - Aumentar a atratividade de seu portfólio.
      - Vender valor ao invés de preço.
      - Atrair, desenvolver e reter talentos.
      - Maximizar sua rentabilidade.
    - A importância da clareza de papéis de cada elo da cadeia e os valores percebidos por cada um deles.
    - Sopinha de letras: B2C, B2B, B2B2C e B2I.
    - O Programa Estruturado de Canais para produtores.
      - Modelos de composição de um Programa Estruturado de Canais.
      - Cuidados com a dinâmica de movimentação dos canais entre as categorias do Programa.
      - Cuidados com a definição de metas e atenção para a diferença entre linha de corte e meta.
      - Particularidades do Programa para atração de desenvolvedores de software (ISVs).
    - O Programa de Relacionamento e Fidelização dos distribuidores.
    - Melhores práticas em gestão de canais de vendas e distribuição.
    - Como criar um ecossistema com uma competição saudável pelo registro de oportunidades.
    - A importância da pré-qualificação dos canais e dos clientes finais.
    - Como desenvolver um PBP (Partner Business Plan).
    - Conflito entre canais.
  - **Trilha de venda de valor agregado (Venda+Valor®):**
    - Foco no cliente.

- Entenda as prioridades de nosso cliente: a hierarquia dos três cérebros.
- A importância de um bom diagnóstico do cliente para identificação de necessidades.
- O que é valor agregado? A importância da percepção de valor.
- Como saber o que é valor agregado dentre os atributos de minha oferta?
- Como elaborar sua proposta de valor.
- Os seis paradigmas do cliente moderno.
- A pirâmide Venda+Valor®: a pirâmide de percepção de valor.
- Como se tornar um especialista em clientes e não só em produtos.
- A importância da individualização.
- Como quebrar oito paradigmas para sucesso na venda de valor agregado.
- O ensaio: a importância da preparação e do planejamento para você “dar o show”.
- Estratégias de abordagem dos clientes.
- Como vender objeções no processo da venda.
- Redesign de portfólio: a importância da escolha do portfólio ideal.
- **Trilha de gestão e desenvolvimento comercial:**
  - Gestão do ciclo de venda e pipeline (funil).
  - Gestão da equipe comercial e seus perfis:
    - Atenção redobrada para as pessoas:
      - Perfil técnico-comercial ou de negócios?
      - Perfil hunter ou farmer?
    - Como dimensionar o tamanho da equipe de vendas?
    - Conheça os modelos usuais de remuneração da força de vendas:
      - Comissionamento ou bonificação? Qual o modelo ideal?
      - Cuidados com o direcionamento de seu executivo de canais que opera no modelo híbrido (venda direta e indireta).
    - Como distribuir as contas entre os profissionais de vendas e dimensionar o plano de contas de cada um?
    - Cuidado com a precificação! Afinal, qual o preço ideal?
    - Análise prática de viabilidade financeira de contratação de um novo colaborador.
    - O fechamento como objetivo ou consequência?
    - Planejamento estratégico e análise SWOT.
    - Há estoque físico de produtos? Foque na gestão conjunta de sell-in e sell-out.
    - Fechou a venda? Agora vamos ao up e ao cross-selling.
    - Indicadores de desempenho da força de vendas.
    - Como garantir que estou no caminho certo? Gestão por indicadores.
  - **Trilha de empreendedorismo:**
    - Por que a seleção natural acontece?
    - Desenvolva a cultura de planejamento em sua empresa.
    - Seja um especialista em clientes: entenda o que eles necessitam por meio da venda de valor agregado.
    - Desenvolva alianças sustentáveis.

- Cuide de imagem de sua empresa.
- Atenção para a gestão pessoas.
- A gestão comercial sustentada no plano de contas de clientes finais.
- Incentive o intraempreendedorismo na sua empresa.
- Foque na receita recorrente.
- **Trilha de customer experience e customer journey:**
  - Da experiência diferenciada de compra à jornada do cliente com a sua marca.
  - Customer experience: tudo começa com uma boa experiência de atendimento.
  - Digital transformation com foco na jornada do cliente.
  - Entenda o funcionamento dos três cérebros no processo de decisão de compra de seus clientes.
  - A visão omnichannel com foco na jornada do cliente com a sua marca.
  - A importância de individualização do atendimento dos clientes.
  - A força dos reviews: oportunidade ou ameaça para seu negócio?
  - Encantamento: a busca pela experiência de compra diferenciada.
  - A fidelização dos clientes pelo comprometimento com a solução de seus problemas.
  - E o pós-venda? Conheça as boas práticas e os contra-exemplos.
- **Trilha de comunicação & marketing e digital transformation:**
  - Conceitos básicos de comunicação e marketing.
  - Como se relacionar com a imprensa.
  - Channel marketing como ferramental primordial de uma operação de canais indiretos.
  - A web como poderosa ferramenta de comunicação.
  - A importância do visual merchandising.
  - Marketing cooperado orientado a resultados.
  - Como desenvolver um plano de marketing cooperado.
  - A dinâmica de gestão do marketing cooperado nos produtores.
  - Análise de viabilidade financeira de realização de uma ação de marketing.
  - Como construir a sua marca e a importância do valor percebido pela sua marca.
  - A força das mídias sociais.
  - Como ter sucesso na realização de eventos focados em resultados mensuráveis.
- **Trilha de movimentos e tendências:**
  - Verticalização: movimento-se do produto à solução.
  - O futuro está na recorrência.
  - Alianças, fusões e aquisições e seus impactos em toda a cadeia de vendas e distribuição.
  - Startups: oportunidade ou ameaça?
  - Distribuidores como gestores de seu market place.
  - Sistemas cognitivos.
  - Analytics: o valor está na análise e resultados possíveis no processo de apoio à tomada de decisão.

- Atenção para o mercado de marketing digital.
- Oportunidades no desenvolvimento e uso dos aplicativos (apps).
- Cuidado com a velocidade de surgimento de novos competidores.
- **Trilha de gestão de pessoas:**
  - Os desafios da gestão de pessoas: como atrair, desenvolver e reter talentos:
    - Busque identidade de valores para se conectar com a organização.
    - Realize a gestão das pessoas com proximidade.
    - Lembre-se da importância de estabelecer uma identidade com o propósito da organização e com o modelo de gestão.
    - Proponha para sua equipe desafios compatíveis com o seu conhecimento e potencial.
    - E seu plano de carreira? Garanta o alinhamento de expectativas de crescimento, desenvolvimento, cargo e remuneração.
    - O feedback como instrumento de desenvolvimento em seis passos.
    - Coaching: faça perguntas para desenvolver pessoas e obter resultados melhores.
    - Como engajar? Envolver as pessoas no planejamento.
    - Colaboração entre os elos da cadeia de vendas e distribuição.
    - Liderança e motivação pela Venda+Valor®.