



*Para ser relevante.*

atendimento@fdc.org.br  
0800 941 9200  
www.fdc.org.br



# GESTÃO COMERCIAL – DESIGN DE ESTRUTURA E PROSPECÇÃO

## 2022

**CAMPUS ALOYSIO FARIA**  
Av. Princesa Diana, 760  
Alphaville Lagoa dos Ingleses  
34.018-006 – Nova Lima (MG)

**CAMPUS BELO HORIZONTE**  
Rua Bernardo Guimarães, 3.071  
Santo Agostinho  
30140-083 – Belo Horizonte (MG)

**CAMPUS SÃO PAULO**  
Av. Dr. Cardoso de Melo, 1.184  
Vila Olímpia – 15ª andar  
04548-004 – São Paulo (SP)

**CAMPUS RIO DE JANEIRO**  
Praia de Botafogo, 300 – 3º andar  
Botafogo  
22250-040 – Rio de Janeiro (RJ)

**ASSOCIADOS REGIONAIS**  
A FDC trabalha em parceria com  
associados regionais em todo o  
Brasil. Consulte o associado mais  
próximo à sua região.

## OBJETIVOS

Demonstrar a inter-relação entre os resultados de receita da área de vendas com o departamento de marketing e a estratégia do negócio. Objetiva ainda otimizar a capacidade do participante de compreender e atuar nas variáveis que impactam a estratégia comercial e seus desdobramentos em processos e indicadores de resultados.

## PÚBLICO-ALVO

Empresários, diretores, superintendentes, gerentes ou supervisores de vendas, *key account managers*, escritórios de representação ou representantes comerciais, profissionais de marketing que lidam diretamente com a área comercial, além de vendedores em busca de ascensão profissional.

## CARGA HORÁRIA

16 horas

## CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Integração das áreas suporte à estratégia do negócio.
- Sistemas de Informação de Mercado (S.I.M.) como suporte à tomada de decisão
- Níveis de maturidade de mercado versus nível de maturidade de gestão
- Framework de Gestão de Marketing e fluxo de operações de vendas
- Isomorfismo de mercado versus posição de competitividade
- Estrutura da força de vendas (por contratação e por modelagem estrutural)
- Cultura de força de vendas: políticas, processos e indicadores
- Alinhamento entre competências nas posições hierárquicas: gargalhos e erros frequentes
- Definição de metas ou quotas.
- Pipeline e forecast: processos e indicadores.
- Funil de vendas integrado ao funil de marketing, funis múltiplos e funil reverso.

- Avaliação da eficácia, eficiência e efetividade da força de vendas
- Treinamento e desenvolvimento da força de vendas.
- Motivação da força de vendas: estágios do ciclo de carreira do vendedor, metas de ativação, plano de incentivo.
- CCV versus Curva ABC
- Parâmetros propositivos de modelos de remuneração.
- Componentes de influência em sistemas de remuneração.
- Incentivos variáveis com base em atividades e em resultados.
- Índices de desempenho variável e projeção de remuneração
- Composição de variáveis na análise de desempenho de vendedores
- Critérios múltiplos de incentivo

## METODOLOGIA

Encontros com exposição participativa, atividades de diagnose e propostas de intervenção em empresas reais através de grupos de trabalho, troca de experiências entre colegas, avaliação e feedback das propostas de intervenção.

## RESULTADOS ESPERADOS

Os participantes saem do curso com uma visão ampliada e prática das funções e responsabilidades de cada nível estrutural de vendas sendo capazes de intervir na área comercial com vistas a alavancar resultados financeiros.

## PERÍODO DE REALIZAÇÃO

28 e 29 de março de 2022 – Porto Alegre

## INVESTIMENTO E CONDIÇÕES COMERCIAIS

O investimento para participação em 2021 é de R\$4.500,00\* (quatro mil e quinhentos reais).

- ✓ 5% de desconto para pagamento à vista;
- ✓ 10% de desconto para pagamento até 30 dias antes do início do Programa;
- ✓ Parcelamento em até 3 parcelas ou até a data de início do Programa.

*\* Valor para matrículas realizadas em 2021. Sujeito à alteração para matrículas realizadas em 2022.*

Venda corporativa:

- ✓ A cada 3 inscrições, a 4ª inscrição terá bolsa parcial de 50%;
- ✓ A cada 4 inscrições, a 5ª inscrição terá bolsa integral.

**MAIORES INFORMAÇÕES E INSCRIÇÃO – [Clique Aqui](#)**



(51) 3326-1005 | atendimento@cedem.com.br | WhatsApp

