

# Catálogo de treinamentos

# Catálogo de treinamentos

ADVANCE Consulting  
Razão Social: ADVANCE Marketing Ltda.  
R. Afonso Bras 473 - 1 andar  
04511-011 Vila Nova Conceição  
São Paulo / SP - Brasil

Telefone: +55-11-3044-0867  
Email: [advance@advanceconsulting.com.br](mailto:advance@advanceconsulting.com.br)  
Web-site: [www.advanceconsulting.com.br](http://www.advanceconsulting.com.br)



QR Code ADVANCE

© 2002-2022, ADVANCE Marketing Ltda.

Todos os direitos reservados e protegidos pela Lei 9.610 de 19/02/98.

Nenhuma parte deste material, sem autorização prévia e por escrito da ADVANCE marketing, poderá ser reproduzido ou transmitido sejam quais forem os meios empregados: eletrônicos, mecânicos, fotográficos, gravação ou quaisquer outros.

Data de atualização deste catálogo: 3 de Janeiro de 2022

## Sobre a ADVANCE

Com mais de 2.500 clientes, 500 projetos de consultoria e 20.000 profissionais treinados, a ADVANCE é uma empresa de consultoria e treinamento em VENDAS. Temos orgulho de ter em nossa lista de clientes algumas das maiores empresas do Brasil como **AWS, Benner, Cisco, Cogra, Datarain, DELL, DIMEP, Focco, FWC, Google, IBM, IDTrust, IngramMicro, Intersystems, IUGU, KPMG, Lanlink, Lenovo, Linx, Lumen (CenturyLink), Microcity, Neogrid, Neoway, Panasonic, Premmiar, Propay, Quality, RedHat, Salesforce, SAP, Sebrae, Semantix, Senior, Siagri, SkyOne, Softex, Techne, Thomson Reuters, Totvs, Vivo, WDG (IBM) e Zendesk.**

Nossos clientes dizem que somos excelentes em resolver situações complexas e aumentar as vendas.

Nosso objetivo é ajudar nossos clientes a **VENDER MAIS E MELHOR**, para isto atuamos em 3 vetores de crescimento empresarial:

- **VETOR DE VENDAS** - Implementação de processos de vendas, com treinamento e capacitação da equipe e gestores para garantir que todas as oportunidades geradas sejam aproveitadas, aumentando as vendas diretas e indiretas (canais)
- **VETOR DE MARKETING** - Criação de engenhos de geração de demanda e de oportunidades, e ações para cada etapa do funil de vendas, encurtando o ciclo de vendas e aumentando as taxas de conversão
- **VETOR ESTRATÉGICO** - Desenvolvimento da estratégia da empresa, para garantir os direcionadores e a integração entre marketing e vendas

### Depoimentos de alguns clientes:

"De Agosto a Setembro de 2019, a Century Link Brasil investiu na capacitação de toda a equipe de vendas e pré-vendas. A ADVANCE Consulting foi a empresa escolhida para treinar seus profissionais sobre vendas consultivas e negociação de valor agregado. Através de uma metodologia diferenciada foi possível engajar os times e alinhar conhecimentos a respeito de técnicas e boas práticas sobre prospecção e qualificação de oportunidades. Outro ponto forte do treinamento foi entender o perfil do cliente para ofertar soluções adequadas a sua demanda. A Century Link está atendida com o perfil do "novo vendedor consultivo" e através da ADVANCE já foi possível perceber os resultados da capacitação"

**Rodrigo de Oliveira - Diretor de Negócios - Datacenter, Cloud e Segurança - CenturyLink**

"A credibilidade e senioridade da ADVANCE em lidar com os CEOs de nossos parceiros, no desafio de estruturar uma estratégia de Marketing e sua integração com vendas, foi fundamental para levarmos estes parceiros para um novo patamar de geração e execução de pipeline"

**Renata Rico - Alliances & Channels Director - Salesforce Brazil**

"Quero parabenizar a ADVANCE pelo treinamento realizado na NeoGrid. O retorno dos gestores comerciais, bem como dos vendedores foi excelente. Já percebemos no "dia a dia", bem como em nossa construção de funil, o efeito do treinamento. Superamos a meta do primeiro trimestre e certamente, vocês contribuíram para esse sucesso!"

**Bruno Teixeira - Diretor comercial - NeoGrid**

"A consultoria cumpriu com o papel desejado. Conseguimos avançar mais rapidamente com o conhecimento adquirido. Hoje depois de 6 meses da execução do projeto já contamos com mais de 15 canais. Neste ano devem representar 30% das receitas geradas"

**Tiago Zana Girelli - CEO - FBITS**

"A ADVANCE é um grande parceiro de treinamento da SAP, que vem nos apoiando em diversas ações de desenvolvimento de nossos canais de vendas. Durante o treinamento de marketing, tivemos a oportunidade de utilizar um modelo baseado em canvas, com exercícios práticos e interativos, tornando a experiência de aprendizado muito rica e produtiva! Os participantes aproveitaram bastante e nos passaram excelentes feedbacks!"

**Alexandra Tavares - Channel Development Manager - SAP Brasil**

"Já realizamos diversos trabalhos com a ADVANCE e todos foram entregues com muita qualidade, dedicação e olhar crítico. A ADVANCE nos ajudou a entender melhor nossos parceiros comerciais e nosso mercado de atuação, possibilitando um direcionamento eficaz de nossos esforços de marketing. Agradeço ao Dagoberto e equipe pela parceria e com certeza muitos projetos entre Microsoft e ADVANCE estão por vir".

**Giovanna Garcia - Partner Channel Marketing Manager - Microsoft Brasil**

"O Plano Integrado de Marketing e Vendas apresentou um conteúdo muito útil e importante, para qualquer empresa que trabalhe com tecnologia"

**Ladmir da Penha Carvalho - CEO - Alterdata**

"Os consultores da ADVANCE conseguiram reunir conhecimento com experiência prática, resultando em mais uma entrega de qualidade"

**Gustavo de Martini - Diretor Comercial - Benner**

<b>Treinamentos de processos e metodologias de vendas</b>	<b>4</b>
Vendas consultivas - fundamentos	4
Vendas consultivas - aplicabilidade	5
Vendas consultivas para pré-vendas	6
Táticas de prospecção de oportunidades (SDR)	7
Venda de VALOR	8
DRIP selling	9
Gestão de equipe de vendas	10
DRIP management	11
<b>Academia de formação avançada em vendas</b>	<b>12</b>
Plano de vendas, carteira ou segmento (market segmentation / territory plan)	12
Plano de conta (account plan)	13
Social selling (venda através do LinkedIn)	14
Abordagem de vendas de sucesso	15
Prospecção e qualificação de oportunidades	16
Técnicas avançadas de negociação	17
Táticas de reunião com o C-Level	18
Como melhorar sua previsão de vendas	19
<b>Treinamentos de canais de vendas e distribuição</b>	<b>20</b>
Desenvolvimento do plano e programa de canais	20
Recrutamento, seleção e gestão de canais	21
<b>Treinamentos de marketing</b>	<b>22</b>
Planejamento de marketing orientado a vendas	22
<b>Treinamentos de gestão e administração</b>	<b>23</b>
Transformações para a empresa de software adotar CLOUD	23
Gestão e liderança	24
Análise do perfil comportamental	25
<b>Informação geral sobre os treinamentos</b>	<b>26</b>
Como contratar nossos treinamentos	26
Personalização do material para os treinamentos "in company"	26
Plataforma para os treinamentos online	26
Material para os participantes	26
Certificado de conclusão	26
Número máximo de participantes e carga horária	27
<b>Investimentos padrão da ADVANCE para treinamentos</b>	<b>28</b>
<b>Sobre a ADVANCE</b>	<b>29</b>
Alguns de nossos clientes de treinamento dos últimos 3 anos	29
Depoimentos de alguns de nossos clientes	30
Moderadores da ADVANCE	35
Livros ADVANCE	38
eBooks ADVANCE	39

## Vendas consultivas - fundamentos

---

Neste treinamento mostraremos como o processo de vendas, como analisar e aumentar a eficiência das negociações do funil de vendas, como prospectar novas oportunidades seja na base de clientes ou em novos clientes, como fazer o discovery e a qualificação usando as novas técnicas, e como negociar com o cliente entendendo seu perfil comportamental e sabendo tratar as objeções e usar as táticas de concessão.

### Carga horária

---

4 horas, sendo 3:45 de atividade mais 15 minutos de intervalo

### Material para os participantes

---

Os participantes receberão apostila eletrônica com os slides apresentados, certificado digital de conclusão em formato compatível para ser publicado no LinkedIn, e acesso a extranet da ADVANCE onde encontrarão artigos e materiais adicionais ao treinamento.

### Agenda do treinamento

---

#### Módulo 1 - Fundamentos da vendas consultivas

- As 4 premissas da venda consultiva
- As 4 fases da venda e como o vendedor tem que se preparar cada uma
- Metodologias e planejamento de vendas
- Quanto vale o tempo do vendedor(a)
- Etapas do funil de vendas e objetivos em cada etapa
- 3 variáveis para aumentar o desempenho no funil de vendas
- Para que trabalhar com processo de vendas?

#### Módulo 2 - Prospecção de oportunidades

- O que é a prospecção de oportunidades
- Mapa de oportunidades para up-sell e cross-sell
- Kit básico de sobrevivência para a prospecção
- Plano e roteiro de abordagem
- Discurso de elevador
- Prospectar através do uso de casos
- Entendendo dor, problema, necessidade e evento determinante

#### Módulo 3 - Discovery e qualificação comercial

- Roteiro passo-a-passo do Discovery
- Roteiro passo-a-passo da Qualificação SF-BANT-CS
- Mapa de aprofundamento na conta

#### Módulo 4 - Influência e Negociação

- Análise da concorrência
- Vender é desenvolver percepções com confiança e competência
- Princípios básicos da negociação
- Perfis comportamentais dos clientes e como negociar com cada um
- Como tratar as objeções incluindo preço
- Planejamento da negociação, técnicas de concessão e técnicas usadas pelos compradores
- A importância da checagem na negociação

## Vendas consultivas - aplicabilidade

---

Neste treinamento fazemos várias discussões, dinâmicas e encenações, levando os participantes a aplicarem o conteúdo do treinamento "Vendas consultivas - fundamentos" no seu dia-a-dia e na sua realidade. Os participantes poderão trazer casos reais para discutir e analisar alternativas à luz da teoria e melhores práticas.

### Carga horária

---

4 horas, sendo 3:45 de atividade mais 15 minutos de intervalo

### Material para os participantes

---

Os participantes receberão apostila eletrônica com os slides apresentados, certificado digital de conclusão em formato compatível para ser publicado no LinkedIn, e acesso a extranet da ADVANCE onde encontrarão artigos e materiais adicionais ao treinamento.

### Agenda do treinamento

---

#### Módulo 1 - Fundamentos da vendas consultivas

- **Dinâmica do tempo do vendedor**

- Nesta dinâmica os vendedores usarão a planilha do cálculo da meta e do tempo do vendedor para registrar os seus dados e discutir sobre os resultados:
  - O que acontece quando sobra tempo para o vendedor?
  - O que acontece quando falta tempo?
  - Como mexer nas 3 variáveis para maximizar o tempo e a meta?
  - Qual será o plano de ações?
- Na sequência discutiremos as mudanças por conta do modelo de nuvem
  - O que é o funil invertido (consumo das ofertas de nuvem)?
  - Como calcular metas e tempo no funil invertido?
  - Como reduzir CAC (Customer Acquisition Cost) e maximizar MRR (Monthly Recurring Revenue)

#### Módulo 2 - Prospecção de oportunidades

- **Encenação#1 - discurso de elevador**

- Os participantes serão separados em grupos. Cada grupo deverá montar seu discurso de elevador baseado nos fundamentos e melhores práticas.
- De volta a sala principal, cada grupo fará sua apresentação.
- Ao final, o moderador mostrará os pontos de melhoria.

- **Encenação#2 - prospecção**

- Os participantes serão separados em grupos. Metade dos grupos será de compradores e metade de vendedores. Cada grupo deverá montar sua estratégia baseado nos fundamentos e melhores práticas de **prospecção**.
- De volta a sala principal, cada grupo de vendedor fará sua encenação com um grupo de compradores.
- Ao final, o moderador mostrará os pontos de melhoria.

#### Módulo 3 - Discovery e qualificação comercial

- **Encenação#2 - discovery**

- Os participantes serão separados em grupos. Metade dos grupos será de compradores e metade de vendedores. Cada grupo deverá montar sua estratégia baseado nos fundamentos e melhores práticas de **discovery**.
- De volta a sala principal, cada grupo de vendedor fará sua encenação com um grupo de compradores.
- Ao final, o moderador mostrará os pontos de melhoria.

- **Encenação#3 - qualificação**

- Os participantes serão separados em grupos. Metade dos grupos será de compradores e metade de vendedores. Cada grupo deverá montar sua estratégia baseado nos fundamentos e melhores práticas de **qualificação**.
- De volta a sala principal, cada grupo de vendedor fará sua encenação com um grupo de compradores.
- Ao final, o moderador mostrará os pontos de melhoria.

#### Módulo 4 - Influência e Negociação

- **Encenação#4 - perfil comportamental**

- Os participantes serão separados em grupos e cada grupo deverá montar o suas estratégia em cima de um ESTUDO DE CASO, onde o comprador terá um perfil comportamental diferente para cada um dos grupos.
- De volta a sala principal, cada grupo apresentará o seu discurso e os demais grupos farão recomendação de melhorias.
- Ao final, o moderador mostrará os pontos de melhoria.

## Vendas consultivas para pré-vendas

---

O mercado usa a nomenclatura "pré-vendas" para designar dois profissionais diferentes: o profissional que dá apoio técnico aos vendedores, e o profissional que faz as prospecções de oportunidades. Para aumentar o sucesso das vendas, os dois tipos de profissionais de "pré-vendas" devem conhecer o processo de vendas consultivas.

Neste treinamento mostraremos os conhecimentos necessários para que o pré-vendas possa apoiar o vendedor em todas as etapas do funil de vendas, podendo argumentar com o cliente e ajudar em mostrar o valor da solução.

### Carga horária

---

4 horas, sendo 3:45 de videoconferência mais 15 minutos de intervalo

### Dinâmica do treinamento

---

O treinamento será feito através de videoconferência com interação com os participantes.

### Material para os participantes

---

Os participantes receberão apostila eletrônica com os slides apresentados, certificado digital de conclusão em formato compatível para ser publicado no LinkedIn, e acesso a extranet da ADVANCE onde encontrarão artigos e materiais adicionais ao treinamento.

### Agenda do treinamento

---

#### Módulo 1 - Vendas consultivas

- Vendedores, venda consultiva e a evolução do vendedor(a) para consultor(a)
- Processo de vendas e principais metodologias
- Os 3 níveis de dor ou necessidade
- O papel do vendedor e do pré-vendas em cada etapa do funil
- As perguntas típicas da prospecção, qualificação e fechamento
- Discurso de elevador e diferenciais
- Discussão em grupo - discurso de elevador

#### Módulo 2 - Influência e Negociação

- Perfis comportamentais
- Motivadores e medos de cada perfil
- Discussão em grupo: como reconhecer o perfil do cliente
- Melhores práticas para reconhecer o perfil do cliente
- Como negociar melhor com cada perfil comportamental
- Discussão em grupo de reunião com cliente

#### Módulo 3 - Articulando VALOR

- Dores e ganhos
- Dores e necessidades típicas de cada diretor
- Proposta de valor e benefícios mensuráveis
- Como usar casos de sucesso ou casos de uso para montar sua história
- Checagem do entendimento e checagem emocional
- Discussão em grupo - o que vendemos e que VALOR temos

#### Módulo 4 - Como apresentar para o cliente

- Como vender em 8 slides:
  1. Capa, quebra-gelo e **rapport** (ligação empática)
  2. Primeiro nível de credibilidade - **apresentador**
  3. **Agenda**
  4. **O desafio**
  5. Segundo nível de credibilidade - a **solução**
  6. Casos de sucesso e **benefícios**
  7. Terceiro nível de credibilidade - a **empresa**
  8. **Próximos passos**
- Os 7 princípios para fazer uma história que marque
- As 4 regras para fazer uma boa apresentação
  1. Força na voz
  2. Capturar a atenção
  3. Mantra
  4. So What (E Daí?)

## Táticas de prospecção de oportunidades (SDR)

---

Neste treinamento vamos mostrar como **ABORDAR** um potencial cliente com frases e situações de quebra-gelo, como usar **perguntas de ALTO-IMPACTO e de exploração** do problema para **despertar o interesse** do cliente em ouvir o que temos a dizer, e como **falar sobre a oferta e a solução** de maneira a sensibilizar o cliente a querer continuar ouvindo.

Ensinaremos como mostrar ao cliente, de maneira elegante e eficaz, a **necessidade de tomada de decisão** especialmente em momento de crise, **transformando a crise em oportunidade** e preparando a empresa para um crescimento maior, quando da retomada do mercado. Ensinaremos, também, como **posicionar os benefícios da solução** endereçando tópicos que sejam importantes para o cliente neste momento e, novamente, usando a crise como elemento de mudança. Por final, ensinaremos como mostrar o **"custo de não ter uma solução"** e os impactos que uma "não decisão" terá para a empresa.

**Este conhecimento, AGORA, é fundamental para TODOS OS VENDEDORES, ou melhor, para todos os colaboradores que tiverem algum contato com potenciais clientes.**

### Carga horária

---

4 horas, sendo 3:45 de videoconferência mais 15 minutos de intervalo

### Dinâmica do treinamento

---

O treinamento será feito através de videoconferência com interação com os participantes.

### Material para os participantes

---

Os participantes receberão apostila eletrônica com os slides apresentados, certificado digital de conclusão em formato compatível para ser publicado no LinkedIn, e acesso a extranet da ADVANCE onde encontrarão artigos e materiais adicionais ao treinamento.

### Agenda do treinamento

---

#### Módulo 1 - Planejamento do trabalho de prospecção

- Como ser especialista em buscar oportunidades
- Como estabelecer a meta de prospecção
- Indicadores de desempenho para a prospecção
- Como criar uma verdadeira máquina de geração de oportunidades
- Definição do mercado-alvo e análise do potencial de mercado
- Integração com marketing - inbound e outbound

#### Módulo 2 - Preparação do material de apoio para prospecção

- Roteiro de abordagem
- Roteiro what-if (e se...)
- Efeito curto-circuito e campanhas de abordagem

#### Módulo 3 - Como contar histórias para gerar oportunidades

- Os 6 princípios para fazer uma história que marque
  - Ser simples e com elementos novos, ter concretude, credibilidade, emoções e ter formato de história
- As 7 táticas de comunicação para prospecção
  - Força na voz, capturar a atenção, uso de mantras, so what (e daí?), keep it simple (faça o simples), ser dono do processo, e gerenciar sua energia

#### Módulo 4 - As 4 regras de ouro para prospecção digital



## Venda de VALOR

---

Neste treinamento vamos mostrar as principais metodologias, processos e ferramentas de vendas para aumentar o desempenho dos vendedores, e como os vendedores devem mudar sua postura e argumentação para falar de VALOR, saindo da guerra de preços.

Este treinamento foi elaborado com base em anos de experiência dos profissionais da ADVANCE e usando, como fontes de referência vários livros e materiais da Internet, incluindo o livro "The Challenger Sale" de Matthew Dixon e Brent Adamson - ao qual damos nossa interpretação e visão de aplicabilidade à realidade brasileira.

Este treinamento é ideal para os profissionais com experiência em vendas consultivas.

### Carga horária

---

4 horas, sendo 3:45 de videoconferência mais 15 minutos de intervalo

### Dinâmica do treinamento

---

O treinamento será feito através de videoconferência com interação com os participantes.

### Material para os participantes

---

Os participantes receberão apostila eletrônica com os slides apresentados, certificado digital de conclusão em formato compatível para ser publicado no LinkedIn, e acesso a extranet da ADVANCE onde encontrarão artigos e materiais adicionais ao treinamento.

### Agenda do treinamento

---

#### Módulo 1 - Os 5 perfis de vendedores

- Trabalhador, solucionador, lobo solitário, amigão e campeão
- Entendendo os perfis dos vendedores
- Características dos 5 perfis
- Como saber qual o seu perfil
- Porque alguns vendedores têm mais sucesso em vendas
- Como ser um vendedor(a) campeão
- Como conhecer o negócio do seu cliente
- Como falar a linguagem dos negócios

#### Módulo 2 - Como articular VALOR para o seu cliente

- Agregando VALOR e evitando os descontos
- Contando casos de sucesso ou casos de uso para criar referência
- Comunicando diferenciais
- Como liderar a conversa com o cliente
- Como criar o problema e apresentar a solução
- Como montar um discurso para envolver o cliente

#### Módulo 3 - Como envolver decisores e influenciadores

- Identificando os atores no processo de compras
- Como engajar os atores e influenciadores
- A regra 3x3 de rede de relacionamentos
- Criando ou escolhendo a mensagem certa para cada nível de ator e influenciador

#### Módulo 4 - Como encurtar o ciclo de vendas

- Discutindo orçamento
- Enfatizando o VALOR da solução proposta
- Acelerando o processo de aprovação
- Controle do começo ao fim
- Agressividade x assertividade

## DRIP selling

---

Cada vez que temos uma grande crise no mercado, **mudam os padrões de comportamento das pessoas** e, necessariamente, temos que mudar a forma de vender. Em especial o Corona-Vírus estabeleceu novas formas de abordagem de vendas.

A metodologia de vendas **DRIP selling** prepara os vendedores para terem uma nova e eficiente abordagem com os clientes. Neste treinamento mostramos com ir do Plano de Vendas e Plano de Contas, para o Plano de Ataque e Planejamento de Toques, estabelecendo estratégia, ações e indicadores de desempenho com foco no curto prazo.

Mostramos, também, como usar **táticas de comunicação** e checagem do entendimento e checagem emocional para ter reuniões altamente eficientes usando videoconferência.

## Carga horária

---

4 horas, sendo 3:45 de videoconferência mais 15 minutos de intervalo

## Dinâmica do treinamento

---

O treinamento será feito através de videoconferência com interação com os participantes.

## Material para os participantes

---

Os participantes receberão apostila eletrônica com os slides apresentados, certificado digital de conclusão em formato compatível para ser publicado no LinkedIn, e acesso a extranet da ADVANCE onde encontrarão artigos e materiais adicionais ao treinamento.

## Agenda do treinamento

---

### Módulo 1 - Planejamento e indicadores de desempenho

- Plano de vendas (territory plan)
- Plano de conta (account plan)
- Plano de ataque (war plan)
- DRIP plan (planejamento de toques)
- DRIP project - projeto de curto prazo com ações e entregas
- DRIP action - ação de curto prazo que fará o cliente evoluir para outro estágio
- DRIP result - resultado de curto prazo de um DRIP action
- DRIP Indicators

### Módulo 2 - Reuniões eficientes (DRIP meetings)

- Preparação de uma DRIP Meeting com agenda, objetivo, dinâmica e materiais
- Entendendo o perfil comportamental dos participantes, motivadores profissionais e pessoais
- Conduzindo uma DRIP Meeting
- Tática de Brief-Discuss-Debrief
- DRIP challenge - pergunta para desafiar os participantes a pensarem e discutirem
- DRIP content check - checagem do entendimento
- DRIP emotion check - checagem emocional
- DRIP Feedback - comentários dos participantes de uma reunião

### Módulo 3 - O que muda em cada etapa do funil de vendas

- Prospecção e qualificação
- Apresentação da solução e da proposta

### Módulo 4 - Negociações

- DRIP checking - checagem de posições e interesses
- DRIP question - perguntas para identificar objeções, barreiras ou restrições
- Checagem de legitimidade

## Gestão de equipe de vendas

---

Nos últimos anos as empresas fizeram investimentos significativos em suas equipes de vendas, tanto com relação à implementação de metodologias, processos, treinamento e capacitação, remuneração, bonificação, e campanhas de incentivo.

Atualmente a boa prática mostra que o gestor(a) tem um papel fundamental no desempenho da equipe. O gestor(a) não é um super-vendedor(a), mas sim um profissional com habilidades, competências e conhecimentos no estabelecimento e acompanhamento de metas, objetivos, e indicadores, fazendo com que a equipe de vendedores esteja atuando, sempre, no limite máximo de desempenho.

### Carga horária

---

4 horas, sendo 3:45 de videoconferência mais 15 minutos de intervalo

### Dinâmica do treinamento

---

O treinamento será feito através de videoconferência com interação com os participantes.

### Material para os participantes

---

Os participantes receberão apostila eletrônica com os slides apresentados, certificado digital de conclusão em formato compatível para ser publicado no LinkedIn, e acesso a extranet da ADVANCE onde encontrarão artigos e materiais adicionais ao treinamento.

### Agenda do treinamento

---

#### Módulo 1 - Gestão do funil de vendas

- Quanto tempo temos para vender
- Quanto vale o vendedor(a)
- Onde o vendedor(a) gasta seu tempo
- Quantos vendedores eu preciso ter para atingir a meta
- Quantas transações eu preciso ter para atingir a meta
- Como aumentar a eficiência no funil de vendas e os quatro quadrantes mágicos de eficiência em vendas

#### Módulo 2 - Gestão e liderança da equipe de vendas

- Como criar uma equipe de alto desempenho
- A importância do uso de metodologia de vendas
- Ferramentas de gestão
- Mentoria e aconselhamento
- Liderança de profissionais de alto desempenho
- Como o líder cria uma equipe

#### Módulo 3 - Papéis e competências do gestor(a) de equipe de vendas

- Gerenciamento do tempo e gestão de atividades
- Como aumentar o desempenho do gestor(a) e da equipe
- Principais atribuições do gestor(a) de equipe de vendas
- Planejamento, execução e controle de vendas
- Desenvolvimento da equipe

#### Módulo 4 - Gestão da execução do processo de vendas

- Modelo de gestão comercial
- O que gerenciar no processo de vendas
- Reuniões de cobrança x reuniões de mentoria
- Os 5 tipos de reuniões de acompanhamento
- Preparação, condução e atividades pós-reunião

## DRIP management

---

Cada vez que temos uma grande crise no mercado, **mudam os padrões de comportamento das pessoas** e, necessariamente, **temos que mudar a forma de gerencia-las**.

A ADVANCE desenvolveu a **metodologia DRIP MANAGEMENT** para gerenciar times de vendas que estão fisicamente distantes e em época de grande crise ou mudança. Ajudamos os clientes a desenvolverem um **Plano de Ataque**, priorizando as estratégias mais adequadas do seu Plano de Vendas e Plano de Contas, e estabelecendo **indicadores** para monitorar a execução. Mostramos como gerenciar o forecast e pipeline, descobrindo inconsistências e estabelecendo **ações rápidas** para melhorar o desempenho, e como conduzir reuniões de videoconferência usando **táticas de comunicação** e de **checagem** do entendimento. Mostramos a **psicologia da mudança** e como dar **feedback** e fazer **mentoria** usando táticas de comunicação em videoconferência e em época de guerra, e os resultados dos estímulos de recompensa e punição.

### Carga horária

---

4 horas, sendo 3:45 de videoconferência mais 15 minutos de intervalo

### Dinâmica do treinamento

---

O treinamento será feito através de videoconferência com interação com os participantes.

### Material para os participantes

---

Os participantes receberão apostila eletrônica com os slides apresentados, certificado digital de conclusão em formato compatível para ser publicado no LinkedIn, e acesso a extranet da ADVANCE onde encontrarão artigos e materiais adicionais ao treinamento.

### Agenda do treinamento

---

#### Módulo 1 - Planejamento e indicadores de desempenho

- Como elaborar o **Plano de Vendas** (territory plan)
- Como elaborar o **Plano de Conta** (account plan)
- Como elaborar o **Plano de Ataque**

#### Módulo 2 - Como gerenciar forecast e pipeline

- Como descobrir inconsistências na previsão de vendas
- Como ter um funil de vendas saudável
- Funil magro e funil gordo
- DRIP ACTIONS para melhorar a previsão e o funil de vendas

#### Módulo 3 - Cadência de reuniões de vendas

- Os 5 tipos de reuniões semanais de vendas
- Como conduzir cada tipo de reunião semanal por videoconferência
- Preparação das reuniões e atividades pós-reunião
- DRIP DAY START - checagem do começo de dia
- DRIP DAY END - checagem de final de dia

#### Módulo 4 - Feedback e mentoria

- Como dar feedback por videoconferência
- Como fazer mentoria por videoconferência
- Psicologia da guerra
  - Como os colaboradores reagem em home office
  - Como a pressão da crise afetará os colaboradores
  - Recompensa x punição em época de guerra
  - Feedback e mentoria em época de guerra
- DRIP CHECKING - checagem da eficácia da comunicação

## Plano de vendas, carteira ou segmento (market segmentation / territory plan)

---

### Plano para priorizar os clientes com maior probabilidade de comprar

Uma das etapas mais importantes do processo de vendas é o planejamento onde o vendedor estabelecerá a estratégias e ações para que ele tenha sucesso e atinja suas metas.

No plano de vendas, o vendedor analisará sua **carteira** ou **território**, buscando oportunidades e elaborando estratégias e ações para aumentar a venda na base de atuais clientes, e para expandir seu território ou carteira conquistando novos clientes. O vendedor estabelecerá regras para agrupar e priorizar seus clientes, garantindo que ele dedique mais tempo para os clientes com maior probabilidade de fechar bons negócios.

### Carga horária

---

4 horas, sendo 3:45 de videoconferência mais 15 minutos de intervalo

### Dinâmica do treinamento

---

O treinamento será feito através de videoconferência com interação com os participantes.

### Material para os participantes

---

Os participantes receberão apostila eletrônica com os slides apresentados, certificado digital de conclusão em formato compatível para ser publicado no LinkedIn, e acesso a extranet da ADVANCE onde encontrarão artigos e materiais adicionais ao treinamento.

### Agenda do treinamento

---

#### Módulo 1 - Estudo do funil de vendas

- Quantos dias temos para vender em 1 ano
- O que é planejamento de vendas
- O que é a receita nova e porque ela é importante
- Porque temos que priorizar as oportunidades de vendas
- Regras de ouro em marketing: o efeito curto-circuito e campanhas de abordagem
- Regra de ouro em abordagem: técnica de reciclagem

#### Módulo 2 - Venda na base de atuais clientes

- Estratégias de up-sell e cross-sell
- Estratégias de priorização na base: metralhadora e agrupamento
- Usando o mapa de oportunidades para priorizar e estabelecer estratégias
- Estratégias de abordagem: casos de sucesso, casos de uso, e referências

#### Módulo 3 - Expansão do território com venda para novos clientes

- Quem são os potenciais clientes
- Possibilidades de agrupamento
- Indicadores de potencial de mercado
- As 4 estratégias de abordagem para novos clientes
- Matriz de priorização de segmentos de mercado

#### Módulo 4 - Plano de abordagem do segmento

- O cliente não está interessado no seu produto, mas sim em resolver um problema
- Estratégia de abordagem centrada no problema do cliente
- Estratégia de abordagem por casos
- Como usar os benefícios
- Quem são as personas e como mapeá-las
- Como articular VALOR para o seu cliente
- Como tirar o seu cliente da zona de conforto

## Plano de conta (account plan)

---

O planejamento de conta e de oportunidade permite que o vendedor faça uma análise, em profundidade, dos seus principais clientes, buscando oportunidades e elaborando estratégias e ações para aumentar o desempenho de vendas. O vendedor verá como mapear o cliente incluindo os executivos e os relacionamentos necessários para prospectar e evoluir as oportunidades. O vendedor verá também como mapear as dores, problemas e necessidades, buscando as alternativas de solução e gerando VALOR para transformar as oportunidades em negócios fechados.

O plano de conta estabelece um relacionamento de alto nível com o cliente, criando compromissos para os dois lados e permitindo uma gestão muito mais eficiente, aumentando sensivelmente a previsibilidade tanto para cliente quanto para vendedor.

### Carga horária

---

4 horas, sendo 3:45 de videoconferência mais 15 minutos de intervalo

### Dinâmica do treinamento

---

O treinamento será feito através de videoconferência com interação com os participantes.

### Material para os participantes

---

Os participantes receberão apostila eletrônica com os slides apresentados, certificado digital de conclusão em formato compatível para ser publicado no LinkedIn, e acesso a extranet da ADVANCE onde encontrarão artigos e materiais adicionais ao treinamento.

### Agenda do treinamento

---

#### Módulo 1 - O processo do planejamento de contas

- Elementos e formulário do plano de conta
- Fluxo e processo do desenvolvimento do plano de conta
- Patrocinadores e apoiadores
- Para quem fazer o plano de contas
- Quem ganha com o desenvolvimento do plano

#### Módulo 2 - Mapa do cliente e das oportunidades

- Mapa sobre o mercado do cliente
- Mapa de conhecimento do cliente
- Mapa dos relacionamentos e concorrência
- Mapa das possíveis oportunidades

#### Módulo 3 - Objetivos, estratégias e recursos

- Objetivos SMART
- Estratégias de abordagem e venda
- Recursos necessários para o sucesso do plano
- Informações de uso exclusivo do vendedor

#### Módulo 4 - Plano de oportunidade

- Mapa do ambiente, dores, implicações e benefícios
- Produtos e serviços envolvidos
- Mapa dos relacionamentos, perfil comportamental, motivadores e medos
- O novo papel do decisor
- Mapa da concorrência e escolha da melhor estratégia competitiva

## Social selling (venda através do LinkedIn)

---

As redes sociais ganharam muita importância no processo de vendas. Os vendedores têm que aprender a buscar potenciais clientes e personas, estabelecer conexão e fazer a abordagem usando novas táticas e técnicas de uso das redes sociais.

Este treinamento foi elaborado para ajudar os vendedores no uso do LinkedIn e do LinkedIn Sales Navigator para buscar novos clientes e novas oportunidades de negócios.

### Carga horária

---

4 horas, sendo 3:45 de videoconferência mais 15 minutos de intervalo

### Dinâmica do treinamento

---

O treinamento será feito através de videoconferência com interação com os participantes.

### Material para os participantes

---

Os participantes receberão apostila eletrônica com os slides apresentados, certificado digital de conclusão em formato compatível para ser publicado no LinkedIn, e acesso a extranet da ADVANCE onde encontrarão artigos e materiais adicionais ao treinamento.

### Agenda do treinamento

---

#### Módulo 1 - Entendendo o LinkedIn Sales Navigator

- Sales Navigator Coach
- Sales Navigator Index
- Os 4 pilares do sucesso em Social Selling
- Configurações, preferências de e-mails e alertas
- Discussão em grupo

#### Módulo 2 - Planejamento, estratégia e preparação

- Estabelecendo metas, objetivos, mercado-alvo
- O modo mental de trabalho em social selling
- Estratégia de comunicação e engajamento
- Técnica de reciclagem
- Preparação do material
- Discussão em grupo

#### Módulo 3 - Como descobrir e abordar clientes

- Sistemas de filtro de contas e leads
- Estratégias para achar contas e leads
- Como fazer o pedido de conexão - melhores práticas
- Como gerenciar convites enviados
- Como salvar e usar pesquisas e listas
- Discussão em grupo

#### Módulo 4 - Exemplos de mensagens e abordagens

- Como fazer publicações
- Análise de mensagens e abordagens
- Discussão em grupo

## Abordagem de vendas de sucesso

---

Processo e metodologia de abordagem ao cliente através de meios digitais

Neste treinamento vamos mostrar os conceitos, fundamentos e melhores práticas para fazer uma abordagem de sucesso aos clientes e potenciais clientes, gerando oportunidades de vendas. Mostraremos como fazer o planejamento da abordagem, metodologia de abordagem em 9 passos, e as armas importantes para quando estamos abordando o cliente através de meios digitais.

### Carga horária

---

4 horas, sendo 3:45 de videoconferência mais 15 minutos de intervalo

### Dinâmica do treinamento

---

O treinamento será feito através de videoconferência com interação com os participantes.

### Material para os participantes

---

Os participantes receberão apostila eletrônica com os slides apresentados, certificado digital de conclusão em formato compatível para ser publicado no LinkedIn, e acesso a extranet da ADVANCE onde encontrarão artigos e materiais adicionais ao treinamento.

### Agenda do treinamento

---

#### Módulo 1 - Planejamento e estratégias de abordagem

- Etapas do processo de vendas e abordagem ao cliente
- Regra de ouro: modo mental
- Planejamento da semana e do dia
- Os 3 níveis de dor ou necessidade
- As 4 estratégias de abordagem ao cliente
- Proposta de valor, diferenciais e discurso de elevador
- Roteiro What-If (e se...)

#### Módulo 2 - Prospecção e discovery de oportunidades

- As 9 etapas da abordagem de prospecção de sucesso
  - 1 - Frases e situações de quebra-gelo (rapport / ligação empática)
  - 2 - Primeiro nível de credibilidade (o vendedor)
  - 3 - Uso de casos de sucesso ou casos de uso
  - 4 - Segundo nível de credibilidade (a solução)
  - 5 - Comprovações
  - 6 - O componente emocional
  - 7 - Terceiro nível de credibilidade (a empresa)
  - 8 - Confirmação antes dos próximos passos
  - 9 - Próximos passos
- Discovery de oportunidades - o quê e como perguntar

#### Módulo 3 - Instrumentos de abordagem ao cliente

- As 7 armas de abordagem ao cliente
  - 1 - Força na voz
  - 2 - Capturar a atenção
  - 3 - Mantra
  - 4 - So what (e daí?)
  - 5 - Keep it simple (faça o simples)
  - 6 - Seja sempre "o dono do processo"
  - 7 - Faça seus intervalos
- As 3 etapas para encurtar o ciclo de vendas
- Como tratar objeções
- Como tirar o cliente da zona de conforto falando de custo ou risco, ou colocando um pouco de pressão

#### Módulo 4 - Comunicação e negociação com clientes

- Os 4 grupos de perfil comportamental
- Motivadores de cada perfil
- Como negociar com cada perfil
- DRIP content check - checagem do entendimento
- DRIP emotion check - checagem emocional



## Prospecção e qualificação de oportunidades

---

A etapa de qualificação é, sem dúvida alguma, a mais importante do processo de vendas. Estudos apontam que 75% das negociações que não fecham é porque houve alguma falha na etapa de qualificação. Na qualificação temos que filtrar, o mais rápido possível, transações que não tenham probabilidade de evoluir e, com isto, liberar tempo para as demais transações.

A qualificação não é apenas um processo de fazer perguntas para obter informações. Ela é fundamental para estabelecer uma relação de empatia e confiança com o cliente, para desenvolver uma necessidade no cliente, fazendo-o se identificar com uma necessidade e querendo obter mais informações sobre a solução.

### Carga horária

---

4 horas, sendo 3:45 de videoconferência mais 15 minutos de intervalo

### Dinâmica do treinamento

---

O treinamento será feito através de videoconferência com interação com os participantes.

### Material para os participantes

---

Os participantes receberão apostila eletrônica com os slides apresentados, certificado digital de conclusão em formato compatível para ser publicado no LinkedIn, e acesso a extranet da ADVANCE onde encontrarão artigos e materiais adicionais ao treinamento.

### Agenda do treinamento

---

#### Módulo 1 - Vendas consultivas

- Vendedores, venda consultiva e a evolução do vendedor(a) para consultor(a)
- Processo de vendas e principais metodologias
- Introdução ao planejamento de contas e de oportunidades
- Exercício do cálculo do tempo necessário para atingir a meta anual

#### Módulo 2 - Prospecção de oportunidades

- Como e porque definir mercados potenciais
- Como e onde achar clientes potenciais
- Discurso de elevador
- O que fazer e o que evitar
- Como se preparar e como abordar
- Perguntas de filtro
- Como identificar uma oportunidade e estimular o cliente a pedir mais informações
  - Uso de perguntas de alto impacto
  - Uso de casos de sucesso, casos de uso e storytelling
- Os 3 níveis de dor

#### Módulo 3 - Qualificação comercial

- O que é qualificação e porque é importante
- O que fazer e o que evitar
- A arte de perguntar
- Ouvir e perguntar
- Perguntas para gerar uma relação de empatia e confiança
- 4 conjuntos de perguntas para ajudar o cliente a admitir a dor
- Vídeo com exemplo do uso dos 4 conjuntos de perguntas
- Qualificação FS-BANT-CC - como e quando fazer
- Como perguntar para não ser invasivo e obter as melhores respostas
- Dinâmica - maiores dificuldades enfrentadas na qualificação

## Técnicas avançadas de negociação

---

**Negociar é uma arte** - que pode ser aprendida e deve ser desenvolvida. O bom negociador passa por muito estudo, usa metodologias e precisa de muita prática para se desenvolver. A negociação envolve grande conhecimento de aspectos e impactos psicológicos, e formas cognitivas de comunicação.

**Conhecer a arte da negociação concede grande vantagem competitiva.**

Na maioria das negociações, as partes passam a maior parte do seu tempo e esforço determinando se um acordo é possível, ao invés de usar o tempo e esforço para criar o melhor acordo. Os bons negociadores cuidam de satisfazer as duas partes, gerando uma transação onde ambos ganham e estabelecem um relacionamento positivo e duradouro.

### Carga horária

---

4 horas, sendo 3:45 de videoconferência mais 15 minutos de intervalo

### Dinâmica do treinamento

---

O treinamento será feito através de videoconferência com interação com os participantes.

### Material para os participantes

---

Os participantes receberão apostila eletrônica com os slides apresentados, certificado digital de conclusão em formato compatível para ser publicado no LinkedIn, e acesso a extranet da ADVANCE onde encontrarão artigos e materiais adicionais ao treinamento.

### Agenda do treinamento

---

#### Módulo 1 - O que é uma negociação de sucesso

- Negociação ganha-ganha
- Como gerar credibilidade e confiança
- Como medir o sucesso da negociação
- Os 8 elementos da negociação: interesses, posições, legitimidade, opções, compromissos, alternativas, comunicação e relação de trabalho

#### Módulo 2 - Comunicação clara e objetiva

- Como funciona o mecanismo de comunicação e entendimento
- Falhas e transgressões típicas na comunicação
- Táticas de checagem, reenquadramento e entrar em compasso
- Linguagem sensorial e dissonância cognitiva na negociação

#### Módulo 3 - Estágios de uma negociação

- Planejamento, abertura, solução, fechamento e relacionamento
- O "comprador profissional" e dicas para o vendedor(a)
- Posições na mesa de negociação
- Como estabelecer uma boa relação de trabalho
- Uso do CANVAS e melhores práticas para o planejamento da negociação

#### Módulo 4 - Táticas de negociação

- Negociando preço
- 20 táticas clássicas e como combatê-las
- Tática do vencido e do balizador
- As 5 principais barreiras da negociação: emoções, hábitos, ceticismo, poder e a sua reação
- Como transpor cada barreira

## Táticas de reunião com o C-Level

---

O C-level está cada vez mais envolvido no processo de compras. Saber chegar e conversar com um C-Level exige conhecimento e prática. É uma conversa muito diferente da conversa feita com os outros níveis da empresa e ela, definitivamente, vai selar futuro da venda e do vendedor(a).

### Carga horária

---

4 horas, sendo 3:45 de videoconferência mais 15 minutos de intervalo

### Dinâmica do treinamento

---

O treinamento será feito através de videoconferência com interação com os participantes.

### Material para os participantes

---

Os participantes receberão apostila eletrônica com os slides apresentados, certificado digital de conclusão em formato compatível para ser publicado no LinkedIn, e acesso a extranet da ADVANCE onde encontrarão artigos e materiais adicionais ao treinamento.

### Agenda do treinamento

---

#### Módulo 1 - Diferença dos executivos acima e abaixo da linha estratégica

- Preocupação típicas do C-Level
- Argumentos que chamam a atenção do C-Level
- Quem está acima e abaixo da linha da estratégia
- Sua empresa está focada em vender para o C-Level?
- VALORES importantes para o C-Level
- A importância do TEMPO para o C-Level

#### Módulo 2 - O C-Level e o ciclo de vendas

- Como nascem e morrem os projetos
- Taxa de mortalidade dos projetos
- A participação do C-Level em cada etapa do ciclo de vendas
- O vale da morte - onde morre a maioria dos projetos
- Como evitar o vale da morte
- Como apresentar uma proposta campeã para o C-Level

#### Módulo 3 - Como apresentar para o C-Level

- Como o C-Level lê as pessoas
- Perfil comportamental e características do C-Level
- What's In It For Me?
- Como apresentar para C-Level
- O efeito CHEFE nas apresentações

#### Módulo 4 - Como fazer uma boa reunião com o C-Level

- Como ser um CVO (Chief VALUE Officer) para o cliente
- Como estruturar uma reunião com o C-Level
- Uso do patrocinador
- Como o C-Level analisará o vendedor

## Como melhorar sua previsão de vendas

---

Hoje, a previsão de vendas (forecast) é um dos maiores desafios das empresas. Os vendedores têm poucos instrumentos para conseguir definir, com precisão, quando entrará o pedido. Na maioria das vezes, o vendedor(a) sequer consegue acertar o valor e as quantidades envolvidas. A falta de confiança e consistência na previsão de vendas significa um custo operacional e financeiro maior para a empresa e, conseqüentemente, reduzindo o lucro e o valor para o acionista.

### Carga horária

---

4 horas, sendo 3:45 de videoconferência mais 15 minutos de intervalo

### Dinâmica do treinamento

---

O treinamento será feito através de videoconferência com interação com os participantes.

### Material para os participantes

---

Os participantes receberão apostila eletrônica com os slides apresentados, certificado digital de conclusão em formato compatível para ser publicado no LinkedIn, e acesso a extranet da ADVANCE onde encontrarão artigos e materiais adicionais ao treinamento.

### Agenda do treinamento

---

#### Módulo 1 - Forecast, pipeline e o funil de vendas

- A importância da previsão de vendas
- O processo de "forecasting"
- Planejamento de vendas, território e contas
- Vendas reativas x pró-ativas
- O funil de vendas e taxas de conversão
- Como diferenciar forecast e pipeline
- Funil de vendas e jornada de compras

#### Módulo 2 - Como melhorar a previsão de vendas

- Como calcular a probabilidade de vendas
- O processo: investigar, provar e fechar, e o efeito elástico
- Ciclo de vendas e a matriz tridimensional de prioridades

#### Módulo 3 - Como checar a previsão de vendas

- Os 6 vetores da oportunidade de vendas (leads): estágio, idade, tamanho, esforço, engajamento, deslizamento
- Indicadores que a negociação está saindo de controle
- Envolvendo o cliente no processos de forecasting
- Fatos, dados e "sem surpresas"
- Formulário de checagem

#### Módulo 4 - Como gerenciar a previsão de vendas

- Como checar se a meta de vendas é matematicamente factível
- O que monitorar no funil de vendas
- O que checar na reunião de forecast
- 10 assassinos de forecast
- 8 barreiras para termos um forecast previsível, confiável e consistente

# Treinamentos de canais de vendas e distribuição

## Desenvolvimento do plano e programa de canais

---

Uma das estratégias com maior resultado de aumento de VENDAS é **criar um canal de vendas e distribuição** para os seus produtos e serviços.

Existe um mundo de empresas buscando oportunidades de aumento de vendas, e interessadas em representar SUA EMPRESA e **revender os seus PRODUTOS e SERVIÇOS para novos mercados e novos clientes.**

Neste treinamento vamos ver como **desenvolver o plano e programa de canais.**

O plano de canais é o documento interno com a estratégia e principais ações para empresa trabalhar junto aos seus parceiros. O programa de canais é o documento para ser divulgado para os parceiros, contendo os deveres e direito que estabelecem o relacionamento entre as empresas.

## Carga horária

---

4 horas, sendo 3:45 de videoconferência mais 15 minutos de intervalo

## Dinâmica do treinamento

---

O treinamento será feito através de videoconferência com interação com os participantes.

## Material para os participantes

---

Os participantes receberão apostila eletrônica com os slides apresentados, certificado digital de conclusão em formato compatível para ser publicado no LinkedIn, e acesso a extranet da ADVANCE onde encontrarão artigos e materiais adicionais ao treinamento.

## Agenda do treinamento

---

### Módulo 1 - O que queremos?

- Situação atual, objetivos e mapa de cobertura quantitativo e qualitativo
- Projeção financeira dos resultados de vendas via canais

### Módulo 2 - Como vamos estruturar os canais

- Estrutura de vendas diretas e indiretas, e como evitar conflitos
- Classificação dos canais com pré-requisitos e benefícios

### Módulo 3 - Benefícios para os canais

- Política comercial e de remuneração
- Política de benefícios
- Direitos e responsabilidades
- O que é necessário preparar antes de lançar o programa no mercado

### Módulo 4 - Preparando e ajudando o canal a vender

- Preparação e lançamento do programa
- Recrutamento e seleção dos canais
- Preparação dos canais para ir a mercado
- Gestão dos canais
- Orçamento e gestão do programa
- Cronograma de implementação do plano

## Recrutamento, seleção e gestão de canais

---

Você pode aumentar muito as vendas da sua empresa, **construindo** e **gerenciando** um “**exército virtual de vendas**”.

Neste treinamento vamos ver como **buscar parceiros** para atuarem como seu “exército virtual de vendas” e como **fazê-los trabalhar** no máximo potencial.

Vamos mostrar como o canal **escolhe e prioriza seus fornecedores**, como você pode fazer o canal dedicar mais tempo para vender os produtos e serviços da sua empresa, como estabelecer um **plano de marketing e vendas** para que o canal consiga gerar demanda e oportunidades, e que tenha **alto desempenho em vender**.

### Carga horária

---

4 horas, sendo 3:45 de videoconferência mais 15 minutos de intervalo

### Dinâmica do treinamento

---

O treinamento será feito através de videoconferência com interação com os participantes.

### Material para os participantes

---

Os participantes receberão apostila eletrônica com os slides apresentados, certificado digital de conclusão em formato compatível para ser publicado no LinkedIn, e acesso a extranet da ADVANCE onde encontrarão artigos e materiais adicionais ao treinamento.

### Agenda do treinamento

---

#### Módulo 1 - Entendendo o Canal

- A importância de se trabalhar com canais
- Objetivo do trabalho com canais
- Como os canais ganham dinheiro
- Quanto o vendedor(a) deveria vender
- Gestão de estoque de horas do canal
- Será que a empresa é um bom investimento?

#### Módulo 2 - Recrutamento e seleção de canais

- Etapas do processo de Recrutamento e Seleção de Canais
- Como definir o número e o tipo ideal de canais
- Como aplicar a matriz de prospecção de novos canais
- Capacidade e desejo de investimento do canal
- Como o canal aloca seus investimentos
- Proposta de VALOR e como posicionar seu programa de canais

#### Módulo 3 - Gestão de canais

- O papel do gestor(a) de canais
- Desempenho dos canais e necessidade de OXIGENAÇÃO
- O que os canais querem dos fornecedores
- Como fazer o canal "se mexer"
  - Meu plano para este canal
  - Plano de negócios
  - Plano de marketing e vendas

#### Módulo 4 - Aumentando o desempenho de canais

- As 3 regras de ouro para aumentar o desempenho do canal
  - Cadência
  - Marketing
  - Monitoramento e incentivos

## Planejamento de marketing orientado a vendas

---

Segundo recente pesquisa, feita pela ADVANCE Consulting, 40% dos empresários dizem que Marketing ajuda muito pouco as equipes de vendas na geração de resultados, 50% dos empresários acham que Marketing faz um trabalho RUIM de geração de oportunidades, e 85% dos empresários acha que a atividade principal de Marketing é fazer web-site, folhetos, e-mail marketing e endo-marketing MAIS eventos. Então, Marketing é visto apenas como área de despesas.

A metodologia de "Planejamento de marketing orientado a vendas" integra as duas áreas, tendo o funil de vendas como elemento central. Todas as ações e atividades de marketing passam a estar alinhadas com as necessidades de vendas, ajudando a aumentar o número e o valor das negociações fechadas, aumentar a taxa de aproveitamento em cada etapa do funil e aumentar a velocidade com que a transação passa pelo funil.

Marketing passa, então, a ter como objetivo o número de transações convertidas em vendas, e terá ações e atividades para cada uma das etapas do funil de vendas, não somente gerando demanda e oportunidades, mas aumentando a taxa de conversão e reduzindo o ciclo das vendas.

### Carga horária

---

4 horas, sendo 3:45 de videoconferência mais 15 minutos de intervalo

### Dinâmica do treinamento

---

O treinamento será feito através de videoconferência com interação com os participantes.

### Material para os participantes

---

Os participantes receberão apostila eletrônica com os slides apresentados, certificado digital de conclusão em formato compatível para ser publicado no LinkedIn, e acesso a extranet da ADVANCE onde encontrarão artigos e materiais adicionais ao treinamento.

## Agenda do treinamento

---

### Módulo 1 - Estratégia inicial

- O que você vende? (produtos e serviços oferecidos ao mercado)
- Para quem você vende? (mercado-alvo)
- Qual o seu posicionamento?
- Qual sua mensagem de elevador?
- Através de quem você vende? (direto e canais de vendas e distribuição)

### Módulo 2 - Problemas identificados e estratégia centrada no cliente

- Lista de problemas (quais os problemas do cliente que você resolve?)
- Como deveria ser o seu cliente ideal? (ICP = Ideal Customer Profile)

### Módulo 3 - Objetivos para o próximo ano e análise do funil de vendas

- Total de vendas esperado para o próximo ano comercial (base e "receita nova")
- Ticket médio dos negócios
- Ciclo médio de vendas
- Número de negócios e clientes que serão necessários para atingir o objetivo de "receita nova"

### Módulo 4 - Táticas e plano de ações

- Táticas para novos clientes
- Táticas de venda na base

# Treinamentos de gestão e administração

## Transformações para a empresa de software adotar CLOUD

---

Segundo recente pesquisa feita pela ADVANCE, as empresas de TI estão aumentando seu faturamento vindo de ofertas na nuvem, com uma expectativa constante de crescimento. Por outro lado, os empresários de TI manifestam grande preocupação na transição do seu modelo, sem saber exatamente como ajustar a empresa para tirar proveito da oportunidade e minimizar os impactos da mudança.

Pensando nisto, a ADVANCE elaborou um treinamento onde ela mostrará como fazer a TRANSFORMAÇÃO do modelo financeiro da empresa, e das áreas de marketing e vendas, incluindo geração de demanda e oportunidades, custo de aquisição de clientes, estrutura e remuneração dos vendedores. Este treinamento é extremamente prático e objetivo, mostrando aos empresários de TI o passo-a-passo da migração do modelo de negócios atual para CLOUD.

### Carga horária

---

4 horas, sendo 3:45 de videoconferência mais 15 minutos de intervalo

### Dinâmica do treinamento

---

O treinamento será feito através de videoconferência com interação com os participantes.

### Material para os participantes

---

Os participantes receberão apostila eletrônica com os slides apresentados, certificado digital de conclusão em formato compatível para ser publicado no LinkedIn, e acesso a extranet da ADVANCE onde encontrarão artigos e materiais adicionais ao treinamento.

### Agenda do treinamento

---

#### Módulo 1 - O que muda em Marketing

- O que é Marketing e o que podemos exigir do departamento de Marketing?
- Como entender o FUNIL DE VENDAS - ciclo de vendas e taxas de aproveitamento
- Como entender o FUNIL DE COMPRAS - o que está na agenda do cliente
- Estabelecendo indicadores de desempenho para Marketing
- Inteligência de Marketing - conheça o seu cliente antes de montar um plano
- Marketing para reduzir o ciclo de vendas e aumentar o desempenho no funil
- Efeito curto circuito e como estabelecer as campanhas de marketing
- Marketing tradicional x Marketing digital
- Como e quanto investir
- Marketing de relacionamento - oportunidades e ameaças

#### Módulo 2 - O que muda em Vendas

- Como calcular se o vendedor(a) terá tempo suficiente para cumprir as metas
- Vendedor(a) do passado x vendedor(a) atual
- O que está mudando no processo de compras?
- Cloud vai mudar as metodologias de vendas?
- Como estabelecer a remuneração dos vendedores?
- Temos que estabelecer novos indicadores de desempenho?
- O que muda no ciclo de vendas?
- Cheguei até o CEO, e agora? O que falar para ele?



## Gestão e liderança

---

Por trás de uma empresa de alto desempenho, sempre existe um grande líder.

O gerenciamento de equipes se tornou uma ciência. O gerente de equipe precisa analisar muitos dados sobre o mercado e sua empresa para estabelecer as estratégias e ações corretas e construir uma equipe de alto desempenho.

O líder conquista a mente e o coração dos colaboradores por influência e não por autoridade, fazendo com que a equipe lute pelas batalhas certas, e se sentindo honrada em dar o máximo desempenho pela causa.

Neste treinamento mostraremos as técnicas e melhores práticas de gestão e liderança para que possa aumentar a performance de sua equipe.

### Carga horária

---

4 horas, sendo 3:45 de videoconferência mais 15 minutos de intervalo

### Dinâmica do treinamento

---

O treinamento será feito através de videoconferência com interação com os participantes.

### Material para os participantes

---

Os participantes receberão apostila eletrônica com os slides apresentados, certificado digital de conclusão em formato compatível para ser publicado no LinkedIn, e acesso a extranet da ADVANCE onde encontrarão artigos e materiais adicionais ao treinamento incluindo:

- Guia do gestor de equipe com formulários e modelos para o gestor usar no seu dia-a-dia

### Agenda do treinamento

---

#### Módulo 1 - Comunicação e perfil comportamental

- A estrutura da comunicação e o mapa das emoções
- Como estabelecer uma comunicação clara e objetiva
- Como entender os perfis comportamentais, motivadores e medos
- Como identificar o perfil comportamental do colaborador e gerenciá-lo melhor

#### Módulo 2 - O líder e o gestor

- As competências gerenciais
- A bandeira do líder e os estilos de liderança
- Como criar equipes de alto desempenho
- Como mitigar as crenças limitantes

#### Módulo 3 - Construindo um time de alto desempenho

- Como traduzir a estratégia da empresa em objetivos individuais
- Como avaliar os resultados individuais
- Como fazer coaching para aumentar o desempenho
- Como dar e receber feedback de maneira efetiva

#### Módulo 4 - Reuniões gerenciais de acompanhamento

- Os 5 tipos de reuniões de acompanhamento
- Cadências das reuniões de acompanhamento
- Roteiro das reuniões de acompanhamento
- Preparação, condução e atividades pós-reunião

## **Análise do perfil comportamental**

---

A análise do perfil comportamental é uma ferramenta poderosa que permite que a empresa saiba se está com o profissional correto para a função desejada. Com a análise do perfil comportamental a empresa terá mais segurança na contratação ou em realocar os profissionais para ganhar eficiência e produtividade no time.

O perfil comportamental mostrará as áreas onde o profissional deverá se desenvolver, e permitirá que os gestores conheçam os pontos fortes, pontos fracos, motivadores e medos de cada colaborador, podendo gerenciá-los melhor e extrair o máximo desempenho de cada um.

Em especial, o teste de perfil comportamental mostra, também, a **propensão do profissional para trabalhar com vendas transacional, venda complexa, venda técnica ou venda agressiva.**

Neste treinamento mostraremos como analisar o perfil comportamental, motivadores e medos dos colaboradores, e como montar um time de alto desempenho.

## **Carga horária**

---

4 horas, sendo 3:45 de videoconferência mais 15 minutos de intervalo

## **Dinâmica do treinamento**

---

O treinamento será feito através de videoconferência com interação com os participantes.

## **Material para os participantes**

---

Os participantes receberão apostila eletrônica com os slides apresentados, certificado digital de conclusão em formato compatível para ser publicado no LinkedIn, e acesso a extranet da ADVANCE onde encontrarão artigos e materiais adicionais ao treinamento.

## **Agenda do treinamento**

---

### **Módulo 1 - Perfil comportamental**

- Entendendo os conceitos básicos da análise comportamental
- Os 4 grupos de perfis e características de cada grupo
- Aspectos positivos e negativos de cada perfil
- Motivadores e medos de cada perfil
- Profissionais que estão em cada grupo

### **Módulo 2 - Características detalhadas de cada perfil**

- Executor
- Comunicador
- Planejador
- Analista

### **Módulo 3 - Como ler e interpretar o relatório**

- Os 13 perfis comportamentais
- Indicadores situacionais
- Leitura do perfil isolado
- Localização bi-axial e característica de cada área de talento
- Competências
- Estilos de liderança

### **Módulo 4 - dinâmica em grupo**

- Como identificar o perfil pela aparência e ambiente
- Estudos de caso
- Como tratar situações delicadas

## Informação geral sobre os treinamentos

### Como contratar nossos treinamentos

- "in company" - um moderador da ADVANCE fará o treinamento exclusivamente para a empresa contratante
- "turma aberta" - fazemos regularmente treinamentos onde participam diversas empresas. As inscrições são feitas por participante. O calendário de treinamentos é disponibilizado em: <https://www.advanceconsulting.com.br/calendario>

### Personalização do material para os treinamentos "in company"

Nesta modalidade, a ADVANCE personalizará o conteúdo do treinamento para refletir a realidade e as necessidades da empresa contratante.

A ADVANCE entrevistará alguns participantes e diretores para entender:

1. Processos, metodologias e ferramentas que a empresa utiliza
2. Produtos e serviços oferecidos ao mercado
3. Principais dúvidas e necessidades
4. Jargões utilizados na empresa

Com base nas entrevistas, o material do treinamento será adaptado. Todas as dinâmicas e exercícios serão feitos com base no dia-a-dia da empresa e suas ofertas.

### Plataforma para os treinamentos online

- "in company" - usamos o Zoom ou a plataforma do cliente
- "turma aberta" - usamos o Google Meet

### Material para os participantes

Ao final do treinamento os participantes receberão:

- Apostila com os slides apresentados
- Senha de acesso a Extranet da ADVANCE onde disponibilizaremos:
  - Slides apresentados
  - Todas as ferramentas apresentadas
  - Bibliografia recomendada

### Certificado de conclusão

Os participantes receberão um certificado digital e internacional de conclusão do treinamento, em formato compatível para ser publicado no LinkedIn.



## Número máximo de participantes e carga horária

Código	Treinamentos da ADVANCE	Carga horária	Número máximo de participantes
	<b>Treinamentos de processos e metodologias de vendas</b>		
T302	Vendas consultivas - fundamentos	4 horas	24
T303	Vendas consultivas - aplicabilidade		
T304	Vendas consultivas para pré-vendas	4 horas	24
T308	Táticas de prospecção de oportunidades (SDR)	4 horas	24
T310	Venda de VALOR	4 horas	24
T314	DRIP Selling	4 horas	24
T320	Gestão de equipe de vendas - básico	4 horas	24
T322	DRIP Management	4 horas	24
	<b>Academia de formação avançada em vendas</b>		
T350	Plano de vendas (territory plan)	4 horas	24
T352	Plano de conta (account plan)	4 horas	24
T354	Social selling (venda através do LinkedIn)	4 horas	24
T356	Abordagem de sucesso para Inside Sales	4 horas	24
T358	Prospecção e qualificação de oportunidades	4 horas	24
T360	Técnicas avançadas de negociação	4 horas	24
T362	Táticas de reunião com o C-Level	4 horas	24
T364	Como melhorar sua previsão de vendas	4 horas	24
	<b>Treinamentos de canais de vendas e distribuição</b>		
T402	Desenvolvimento do plano e programa de canais	4 horas	10
T404	Recrutamento, seleção e gestão de canais	4 horas	24
	<b>Treinamentos de marketing</b>		
T502	Planejamento de marketing orientado a vendas	4 horas	10
	<b>Treinamentos de gestão e administração</b>		
T602	Transformações para a empresa de software adotar CLOUD	4 horas	24
T604	Gestão e liderança	4 horas	24
T606	Análise do perfil comportamental	4 horas	24

## Investimentos padrão da ADVANCE para treinamentos

Treinamentos online Modalidade "in-company"	Turmas até 6 participantes	Turmas até 12 participantes	Turmas até 24 participantes
Treinamentos de 4 horas	R\$ 4.400,00	R\$ 6.300,00	R\$ 11.300,00

Treinamentos online Modalidade "turma aberta"	Valor por participante
Treinamentos de 4 horas	R\$ 550,00

Treinamentos online Voucher corporativo	Valor total
Voucher de 10 participantes	R\$ 5.220,00
Voucher de 20 participantes	R\$ 9.350,00

Treinamentos presenciais Modalidade "in-company"	Turmas até 6 participantes	Turmas até 12 participantes	Turmas até 24 participantes
Treinamentos de 4 horas	R\$ 4.950,00	R\$ 8.250,00	R\$ 13.200,00
Treinamentos de 1 dia	R\$ 9.240,00	R\$ 15.400,00	R\$ 23.100,00
Treinamentos de 2 dias	R\$ 17.820,00	R\$ 29.920,00	R\$ 39.600,00

### Tabela de descontos progressivos para os treinamentos:

# de turmas	1 a 3	4 a 9	10 a 15	Acima de 15
Desconto	Zero	5%	10%	Sob Consulta

### Infraestrutura para treinamentos presenciais:

- A contratante deverá providenciar sala para as reuniões e apresentações executivas com tela, projetor, flip-chart e coffee-break. A ADVANCE poderá providenciar hotel e sala de treinamento, mediante pagamento adicional.
- Este custo é referente aos trabalhos em São Paulo. Para outras localidades, serão cobrados os custos de viagem, como passagem, hospedagem, refeição e deslocamentos (taxi, pedágio, outros) em caráter de reembolso de despesa

## Alguns de nossos clientes de treinamento dos últimos 3 anos

### Sales Academy incluindo treinamento e mentoria:

- Lumen (CenturyLink)
- Microcity
- Neogrid
- ODATA
- Opencadd
- SAP Brasil e Latam
- Skyone
- Thomson Reuters Brasil e Latam
- Zendesk Brasil e Latam

### Treinamentos para os parceiros das empresas:

- AWS (Amazon Web Services)
- Cisco, DELL, IBM, Zebra Technologies
- Google Brasil e Latam
- Thomson Reuters
- Zendesk
- Senior Sistemas, Totvs
- IngramMicro, SND, Synnex
- ABES, APETI, Asserti, Assespro, PISO, Softex, Sucesu
- Sebrae Paraná

### Empresas de Tecnologia da Informação:

- |                   |                      |                       |
|-------------------|----------------------|-----------------------|
| • 5A Attiva       | • Eunerd             | • Propay              |
| • A5 Solutions    | • FCamara            | • Quality             |
| • AD Digital      | • Focco              | • Ramo                |
| • Advantech       | • Furukawa           | • RealCloud           |
| • Ahgora          | • FWC                | • Safeway Consultoria |
| • Aktie Now       | • Grupo Intercompany | • Sales hackers       |
| • Aliare (Siagri) | • Grupo Mult         | • Sales Impact        |
| • Alterdata       | • GSW                | • Santo Digital       |
| • AMcom           | • Hbsis              | • Seidor              |
| • Approach        | • Hipcom             | • Semantix            |
| • Benner          | • iBliss             | • Sempre IT           |
| • Betha Sistemas  | • IDTRUST            | • Servix              |
| • BHS             | • Indra Company      | • Shift               |
| • BS4IT           | • Indyxa             | • Solides             |
| • BXB Soft        | • InfraTI            | • Solo Networks       |
| • Cadmus          | • Intelidata         | • Sonda Procwork      |
| • Cast Group      | • Intersystems       | • SSTI                |
| • CentralServer   | • Lanlink            | • Sysdata             |
| • CI&T            | • LinkApi            | • T-Systems           |
| • Cigam           | • Math Marketing     | • Techne              |
| • Cogra           | • MC1                | • Tecnocomp           |
| • Connectoway     | • Megasul            | • Umov.me             |
| • CPQD            | • Microware          | • Under               |
| • CRDC            | • Multiedro          | • Videojet            |
| • Datarain        | • N&L                | • Visual Systems      |
| • DBServer        | • Net Speed          | • VMWare              |
| • Dextra          | • Opus Software      | • Wago                |
| • Digital Pages   | • Padtec             | • WDG Automation      |
| • Ellevo          | • Progic             | • WK Sistemas         |
| • Etek Novared    | • Programmers        | • WSI                 |

### Outros segmentos de mercado:

- Boa Vista Serviços, Grenke, Leeca Financeira, Premmiar (plataforma de premiação)
- IBRATI (Instituto Brasileiro de Empresas de TI)
- Sebrae (Estados de MG, RS, PR, SC, PE e AL)
- IMS-Health (Quintiles)
- Epiroc (Atlas Copco), Metalúrgica Albras, Pollux, Superfrio, TCP (Terminal de Contêineres de Paranaguá)
- FGV, KPMG

## Depoimentos de alguns de nossos clientes

---

"O treinamento 'Vendas para C-Level' superou as minhas expectativas! Os professores envolvidos são muito preparados, têm pleno domínio do conteúdo e muita didática, assim como o material de estudos que também é muito completo. Terminei o curso sabendo identificar os diferentes perfis psicológicos do público de alta gestão e quais as técnicas de vendas mais indicadas para cada perfil. O curso apresentou, ainda, como fazer uma apresentação comercial "matadora" para fechar vendas. Excelente!"

**Fernanda Ferreira Duarte - Executiva de Contas - FGV**

"Boa distribuição do conteúdo, que foi muito bem explorado pela Inês. As trocas de ideias ajudaram muito na absorção do conhecimento dado"

**Armando Alvarenga de Souza - CEO - Multiedro**

"Excelente treinamento. Passou por todos os tópicos relevantes de forma didática e consistente."

**Ariel de Souza Carneiro - CEO - GrupoMult**

"Trouxe a postura consultiva e a abordagem de valor que a equipe comercial precisa"

**Daniel Barbon de Paiva - Diretor Comercial - Propay**

"Muito bom conteúdo. Inês é uma verdadeira vendedora ministrando a aula"

**Silvio Pereira - CEO - Realcloud**

"Workshop muito bem estruturado, com conteúdo bem atualizado e riqueza de casos ilustrativos. A Palestrante, visivelmente tem um profundo conhecimento sobre o tema e uma excelente didática, sendo sempre muito clara em suas apresentações. Recomendo fortemente este workshop."

**Wagner Andrade - CEO - Datarain**

"Parabéns pelo treinamento, Inês transmite o conhecimento de uma forma muito prática e fácil de compreensão."

**Wagner Tadeu Rodrigues - CEO - Store Automação**

"Treinamento com conteúdo especialista para área de tecnologia. Muito bom! Parabéns a equipe Advance."

**Whanderson Santos Rodrigues - CEO - Softgran**

"Foi muito provocativo com conteúdo enriquecedor."

**Daniel Souza - Diretor de Operações - Approach**

"Conteúdo com foco em metodologia, foram citados diversos exemplos práticos e de rápida implementação para apoiar no processo de vendas. Palestrante com ótima didática, parabéns a todos!"

**Davi Melo - Gestor de Parceiros - Ingram Micro**

"Inês é uma incrível profissional com análise crítica do processo, consegue explicar o cenário ideal, bem como analisar o cenário atual e melhorias que precisam ser implementadas na empresa em questão. Como não tenho muita vivência com o mundo de vendas, me limitando mais as atividades de arquiteto pré-vendas, foi muito produtivo poder escutar dicas de melhoria na minha performance como parte do processo de vendas."

**Carlos Toshio Suzuki Okada - Diretor Comercial - SantoDigital**

"Já fiz vários treinamentos de vendas, porém este é bem mais didático e próximo da nossa realidade."

**Maria de Lourdes Correa Zamoner - Diretora RH - Intersystems**

"Muito agradável, amigável e produtivo, tivemos um excelente ensinamento em períodos de pandemia."

**Sergio Gigante - Sócio-Diretor - TecnoComp**

"Foi objetivo com discussões práticas e muita interação."

**Gabriel Nigro - CEO na CÉOS TI e Diretor na Visual Systems**

"Gostei bastante do treinamento e instrutora. Muito coerente e firme nas respostas."

**Othavio Paulino da Costa Parisi - Diretor de Vendas e Marketing - CRDC**

"Conteúdo bastante relevante. Todo o conteúdo pode ser abordado durante o período reservado para o treinamento, inclusive permitindo troca de opinião e percepção entre os participantes. A instrutora demonstrou muito conhecimento sobre o tema, e conseguiu "linkar" em vários pontos com temas abordados em treinamentos anteriores."

**Ivan Cabral Fernandes Junior - Diretor BU Premium Services - PADTEC**

"Treinamento muito bem apresentado que fez reavivar ações no dia a dia. Fiquei surpreso positivamente com a dinâmica de apresentação do Treinamento, seu Conteúdo e Simulação de situações do nosso dia a dia na gestão, em que temos que viabilizar para o nosso Sucesso."

**Mauro Lima Lopes Cabral - Superintendente Comercial - Leeca Financeira**

"Treinamento muito bom, clarificou e deu norte a algumas dúvidas com relação ao uso do Social Selling. Treinamento muito bem estruturado, com detalhes do Social Selling que possibilita melhor a comunicação pelo LinkedIn e ser mais assertivo".

**Diego Paixão - Head de Vendas - Senior Sistemas**

"Treinamento direcionado e bastante didático. Levando o conhecimento para a equipe com uma linguagem simples e exemplos práticos."

**Samuel Santos Camelo Arrais - Gestor Vendas - Lanlink**

"Excelente conteúdo e muito oportuno para o nosso momento e cenário econômico atual, onde as ferramentas e insights compartilhados são aplicáveis facilmente no curto prazo para uma melhor gestão de uma equipe de vendas."

**Ronie Melo - Head of Sales Corporate - Thomson Reuters**

"Treinamento espetacular. Dicas e insights que nos proporcionam uma prospecção mais assertiva!! Parabéns, ADVANCE."

**Danubia Milani - Gestora - Sebrae Paraná**

"Ótimo material e condução direta e objetiva. Superou minhas expectativas, que inclusive eram altas!"

**Carlos Ribeiro - Diretor comercial - OST**

"Sensacional as abordagens sobre comportamentos, questionamentos e gestos que o comprador ou o vendedor tem em uma negociação. Além disso, a abordagem de perguntas sugeridas em uma determinada estação do negócio também é muito relevante. Tema de grande impacto e que determina a concretização da venda."

**Rafael Mendes da Silva - Executivo De Contas Sênior - SkyOne Solutions**

"Por mais de 10 anos tenho treinamentos contínuos em vendas consultivas, e é essencial contar com parceiros como a ADVANCE que faça o trabalho de busca das práticas mais atuais e efetivas, e traduza da melhor maneira possível para nosso aprendizado a atualização. Um exemplo é a aplicação de metodologias de Venda em um cenário pós-covid-19, onde temos iterações muito mais remotas."

**Thiago Salerno - Hunter - MC1**

"Treinamento fantástico sobre como evoluir em discursos "não técnicos" com diversos interlocutores que podem te ajudar em cada oportunidade e sobre a construção de um planejamento de Contas. Parabéns para a ADVANCE Consulting, em especial para a Inês, que fez uma excelente apresentação e abordagem com o nosso time de elite."

**Carlos Giovanelli - Key Account Manager - Microcity**

"Fantástica forma de abordagem através de ferramentas direcionadas para manter controle e cadência das atividades. Além disso, durante o treinamento é possível obter muitos insights sobre nosso processo e como podemos melhorá-lo"

**Felipe Yossida - Sales Representative - Opencadd**

"Simples e com um roteiro bem definido para ajudar o gerente de canais a criar uma estratégia, implementá-la e acompanhá-la. O treinamento foi bastante esclarecedor."

**Kaká Souza - Sales Hackers**

"Ótimo treinamento, bastante denso e completo. Instrutora com bastante experiência na área."

**Norton Luiz Ritzmann - CEO - Checkmob**

"Durante os dois dias de treinamento, 8 horas, foram passados muitos conceitos importantes, atuais e fundamentais na gestão de marketing e vendas. Para iniciar a estruturação da área comercial e marketing de uma empresa se mostrou muito útil."

**Carlos Roberto Drechmer - CEO - ACOM Sistemas**

"Treinamento de muita informação útil que conseguiremos encaixar em nosso processo."

**Djair Hernane Bim - CEO - Elitesoft**



"Treinamento de alta qualidade, oferecendo uma nova abordagem ao tema."

**Fernando Meirelles, Account Executive, Aktie Now**

"Treinamento excelente! Enxuto, sem deixar de tocar nos pontos centrais e sensíveis na estratégia de vendas, em 5h do curso foram abordados todos os tópicos da matéria de vendas que tive no MBA na FGV."

**Debora Do Nascimento Vieira - Customer Success - Math Marketing**

"De Agosto a Setembro de 2019, a Century Link Brasil investiu na capacitação de toda a equipe de vendas e pré-vendas. A ADVANCE Consulting foi a empresa escolhida para treinar seus profissionais sobre vendas consultivas e negociação de valor agregado. Através de uma metodologia diferenciada foi possível engajar os times e alinhar conhecimentos a respeito de técnicas e boas práticas sobre prospecção e qualificação de oportunidades. Outro ponto forte do treinamento foi entender o perfil do cliente para ofertar soluções adequadas a sua demanda. A Century Link está atenta com o perfil do "novo vendedor consultivo" e através da ADVANCE já foi possível perceber os resultados da capacitação"

**Rodrigo de Oliveira - Diretor de Negócios - Datacenter, Cloud e Segurança - CenturyLink**

"Quero parabenizar a ADVANCE pelo treinamento realizado na NeoGrid. O retorno dos gestores comerciais, bem como dos vendedores foi excelente. Já percebemos no "dia a dia", bem como em nossa construção de funil, o efeito do treinamento. Superamos a meta do primeiro trimestre e certamente, vocês contribuíram para esse sucesso!"

**Bruno Teixeira - Diretor comercial - NeoGrid**

"A ADVANCE é um grande parceiro de treinamento da SAP, que vem nos apoiando em diversas ações de desenvolvimento de nossos canais de vendas. Durante o treinamento de marketing, tivemos a oportunidade de utilizar um modelo baseado em canvas, com exercícios práticos e interativos, tornando a experiência de aprendizado muito rica e produtiva! Os participantes aproveitaram bastante e nos passaram excelentes feedbacks!"

**Alexandra Tavares - Channel Development Manager - SAP Brasil**

"Já realizamos diversos trabalhos com a ADVANCE e todos foram entregues com muita qualidade, dedicação e olhar crítico. A ADVANCE nos ajudou a entender melhor nossos parceiros comerciais e nosso mercado de atuação, possibilitando um direcionamento eficaz de nossos esforços de marketing. Agradeço ao Dagoberto e equipe pela parceria e com certeza muitos projetos entre Microsoft e ADVANCE estão por vir".

**Giovanna Garcia - Partner Channel Marketing Manager - Microsoft Brasil**

"Considero que a escolha dos participantes foi muito feliz, sendo um grupo rico e diversificado, fazendo com que as discussões fossem vibrantes e interessantes, onde o aprendizado interpessoal e o networking gerado, não só entre colegas, mas também com o instrutor, com certeza contribuiu para o aumento das competências. Destaco a excelente conjugação das atividades curriculares com exercícios práticos, as quais permitem o desenvolvimento dos conhecimentos teóricos, sem esquecer a sua aplicabilidade na prática, o que contribui de forma inequívoca, para maximização das metodologias e ferramentas que consolidaram o aprendizado. Adicionalmente, quero deixar uma palavra de reconhecimento para todos aqueles que conceberam e continuam através da sua colaboração, a contribuir para que o Treinamento de Vendas Consultivas da ADVANCE, possa se tornar em um benchmarking, no nosso segmento de vendas, uma vez que já o incorporei nas minhas atividades diárias comerciais, bem como nos processos de abordagem, qualificação e negociação"

**Eduardo de Carvalho Nascimento - Gerente Comercial - Sonda IT**

"A IBM realizou uma parceria com uma empresa de capacitação, a ADVANCE, e juntas estão criando diversos treinamentos para os Parceiros Comerciais com o intuito de desenvolver canais e aproximá-los da IBM. Em menos de 2 meses as duas empresas juntas capacitaram quase 100 parceiros em Melhores Práticas de Vendas Consultivas, Marketing e Geração de Demanda e Gestão da Equipe de Vendas, com excelente feedback dos participantes e subsídio de 100% do investimento".

**Viviane Guimarães - Enablement SWG & GTS Latin America - IBM**

"A ADVANCE foi convidada pela Unialgar, para treinar os parceiros da Algar Telecom do segmento empresas. O treinamento foi excelente, muito bem avaliado pelos participantes e proporcionou a melhora na performance do canal de vendas".

**Tamara Vieira Ramos - Cadeia de Valor - Algar Universidade de Negócios**

"O feedback geral do treinamento com os gestores e o time de vendas foi excelente. O time percebeu que a atitude da empresa foi inovadora, e o formato aplicado do treinamento, com dinâmicas e interatividade, possibilitou além de aprimorar as competências, ter uma equipe mais homogênea e comprometida. O trabalho da ADVANCE, sem dúvida contribuiu para o amadurecimento profissional de todo o time".

**Luiz Gustavo Dutra - Vice-Presidente - Diveo do Brasil**

“Conteúdo rico em informações relacionadas com Gestão e Liderança. A palestrante conseguiu transmitir de forma clara a mensagem do material”

**Cláudio Antonio Barbosa - CEO - Siagri**

“A ADVANCE é referência em vendas e marketing na área de tecnologia da Informação, e além de oferecer sua vasta experiência no assunto através de seus treinamentos e workshops, tem conteúdos constantemente atualizados com as principais tendências e novas metodologias da área. Recomendo MUITO!”

**Francisco Elias Barguil - Sócio - OPUS Software**

“Mesmo com muitos anos liderando equipes, o workshop nos questionou e nos fez renovar na forma. Excelente conteúdo! Obrigado”

**Agostinho A. Schnaider - AMCOM**

“Treinamento muito didático em como abrir um canal de comunicação efetivo para a identificação de novas oportunidades. Mesmo sendo um vendedor experiente, tive vários insights interessantes. Fiquei muito satisfeito.”

**Pedro Britto- Diretor - Aci World Wide**

“Surpreendente a forma que a ADVANCE se adequa aos novos tempos pós-pandemia. Foi extremamente proveitoso fazer treinamento e, posteriormente dar a todo time comercial a oportunidade de fazer também. Muito bom. Tenho certeza de que passaremos por tudo isso de um jeito melhor e mais produtivo.”

**Elmane Lucas Silva Junior - Gerente Comercial - Senior - ES**

“Ótima visão de novas ferramentas para trabalhar performance de vendedores nesta situação atípica.”

**Jaqueline Nascimento da Cunha - Sales Director - Century Link**

“Gostei do workshop Drip Management, pois me deu uma série de ideias para melhorar o processo gerencial do meu departamento, além de dicas de métodos de comparação de resultados e cobrança que ainda não uso.”

**Andréa Barrivieri Fequetia - Sócia / Proprietária - AIM 7**

“ADVANCE Consulting sempre uma grande opção para o desenvolvimento”.

**Peterson Michels - Sales Manager - Pollux**

“É um diferencial muito grande para a carreira comercial contar com uma consultoria como a ADVANCE, que se propõe a estar sempre a frente das mudanças no mundo dos negócios. Parabéns pelo excelente trabalho e muito obrigado pela parceria.”

**David Gomes Cardoso Junior - Executivo de Contas - TOTVS - SP**

“Embora com mais de 20 anos em experiência em Vendas, inclusive com conhecimento em várias metodologias de vendas, devido este novo momento de atividades home office e forma diferente de interagir com meus Clientes e Mercado, senti a necessidade de ouvir, repensar e executar algo que mudasse meu Mindset. Foi aí que nesta "era do webinar", descobri este novo conceito / camada de vendas: DRIP Selling. O treinamento foi sensacional e atendeu a minha expectativa, afinal era isto que precisava para continuar confiante e firme neste "novo momento".

**Gelson Jose Marcondes Moreira - Diretor de Negócio Região Sul - True Change**

"Workshop de suma importância para empresas que buscam alavancar suas vendas de forma planejada e assertiva, construindo passo a passo do ciclo de vendas com ações corretas e tomadas de decisões certas. Excelente!!!"

**Diego Paixão - Head Vendas Filial SJRP - Senior RP**

“Interessante esta nova abordagem objetiva com base em conceitos já consolidados na prática de vendas.”

**Graciliano Carvalho de Oliveira - Diretor Geral - Sysdesign**

“O treinamento aborda diversas dificuldades do nosso dia a dia com clareza, citando vários exemplos e trazendo o público para participar com casos reais. O resultado não podia ser outro, um treinamento sensacional com uma dinâmica fantástica. Parabéns pelo trabalho, estou ansioso para os próximos.”

**Adriano Botocci Matarazo- Gerente Comercial - Darede**

“Ótimo Workshop, principalmente por integrar a área de vendas e Marketing”

**Antonio Cesar Barriviera - CEO- Focalweb**

“Adorei o treinamento, atendeu as minhas expectativas, tem muita técnica e método.”

**Andreia Yukie Tsuruhame - Diretora Comercial - Numen**

“Pontos positivos do treinamento: reflexão de se preparar, perfil dos canais, a importância da cadência, a criação de planos, acompanhar venda direta para identificar dificuldades para ajudar o canal. Conhecer a metodologia de venda Neogrid e suas soluções Neogrid. Foi muito produtivo.”

**Glaucio Gonçalves - Head Canais e Parcerias - Neogrid**

“A instrutora Ivia foi muito simpática e didática, resumindo muito bem um conteúdo denso apresentado em um treinamento de 4 horas com exercícios para fixação do aprendizado. Recomendo o curso para todos que gostariam de entender melhor o papel do SDR e o processo de geração de demanda em uma empresa.”

**Diego de Oliveira Pinto - Responsável pelo Marketing - Techne**

“Ótimo e atualizado treinamento. Um treinamento necessário a todos os que desejam ingressar ou se atualizar na área de vendas.”

**Roberto Lacerda Montenegro Filho - Cast Group**

"Uma excelente oportunidade para revisar conceitos e práticas, provocativo!"

**Maurizio Niccolai - Latam Channel & Alliance Strategy Executive - Semantix**

“Estou satisfeita. Feliz com o conteúdo do treinamento da ADVANCE. Prático e muito interessante.”

**Laiza Suelen Reis Ferrazzo - VMWare**

“Gostei muito do conteúdo apresentado, pois unem a teoria à prática sem deixar de lado as particularidades de cada empresa. Com toda a experiência da Ivia e da Vera tenho certeza de que temos muitas oportunidades de melhoria no processo de vendas da Neogrid que farão atingirmos os nossos resultados.”

**Gizelle Schulz - Coordenadora de Inside Sales - Neogrid**

“Excelente conteúdo e muito legal os temas abordados e a forma de condução do curso. Muito agradecido ter participado desse curso, agregou muito para minha vivência em Canais, todos os temas abordados já fazem parte da minha rotina de trabalho e com certeza me ajudará muito em minhas decisões, estratégias a serem seguidas.”

**Daniel Poliese - Canais - Soluções Cloud - SND**

“Muito interessante a abordagem e o conteúdo que foi apresentado, certamente agregou muito no desempenho das tarefas diárias.”

**Francisco Molledo - Canais e Alianças - Semantix**

“Ótima palestrante e conteúdo. Tive um excelente aprendizado obtido neste treinamento, trazendo soluções para muitas dúvidas que eu, como gestora de canais da minha empresa ainda tinha.”

**Cristiane de Brito - Executiva de Vendas - Canal Indireto - Umov.me**

“Muito bom para o segmento que eu atuo na empresa que é vendas!”

**Maria Helena Florêncio Campos - Stefanini**

“Estou adorando o curso, vem sendo bastante enriquecedor.”

**Marcelo Ostrowski - Gerente Comercial - Superfrio**

“Fiz o treinamento pela segunda vez, em um curto espaço de tempo, para apoiar a equipe de parceiros. E, mesmo as sessões tendo sido tão próximas, foram muito enriquecedoras! Novas discussões surgiram e a Ines sempre ótima nas respostas, provocando mais discussões e reflexões em todos. E também foi uma oportunidade única de reforçar temas tão importantes, pois o conteúdo é bastante amplo e rico!”

**Flavia Fabbrini - Thomson Reuters**

“O workshop "Venda de valor" trouxe uma visão estruturada e atualizada dos desafios e do caminho que cada profissional precisa trilhar para ser mais efetivo em vendas nos cenários de extrema competitividade dos dias atuais.”

**Walter Ruiz - Diretor - Opus Software**

“O Jorge tem muito conhecimento e experiência. Ele conseguiu, rapidamente, identificar gargalos no nosso processo comercial, sugerindo novas abordagens e ajudando a estabelecer metas claras de acompanhamento”

**André Cantarelli - Sócio - Checkplant**

“Workshop extremamente atual e didático. Surpreendeu as dinâmicas práticas. Superou as minhas expectativas.”

**Junior Santos - COO - Chief Commercial Officer - IDTRUST**

“Curso muito bom! O Jorge tem ótima didática e conhecimento do assunto.”

**Luis Eduardo Dosso - Diretor Comercial - Dextra**

## Moderadores da ADVANCE

---

### Dagoberto Hajjar

---

Mais de 40 anos de experiência nas áreas de negócios e TI.

Entre 1980 e 90, trabalhou no **Citibank** em diversas funções de tecnologia e de negócios. Trouxe para o Citibank Brasil um arrojado sistema para mesa de captação e participou do restrito grupo de idealização e implementação da Interchange. Foi um dos primeiros funcionários, no Brasil, a serem premiados por "Excelência em Serviços".

Em 90 foi convidado pelo **ABN-Amro** para o desafio de implementar um sistema de automação de agências baseado em tecnologia client-server, então, completamente inovador para a época.

Trabalhou, durante 10 anos, na **Microsoft** contando com grandes realizações e muito sucesso exercendo, entre outros, as atividades de Diretor de Internet, Diretor de Marketing, e Diretor de Estratégia. Recebeu, do próprio Bill Gates, o prêmio de melhor funcionário da Microsoft - sendo a primeira vez que este prêmio fora concedido para um "não-americano".

Em **2002** fundou a **ADVANCE** que conta, hoje, com mais de **2.500 clientes**, mais de **500 projetos de consultoria**, mais de **20.000 profissionais treinados**, mais de **50 pesquisas** realizadas no mercado Brasileiro, **6 livros** publicados, **8 ebooks** e participação como palestrante em mais de **150 palestras**.

Formado em Matemática e Física Nuclear pela USP.



### Jorge Moukarzel

---

Jorge conta com mais de 30 anos de experiência como executivo e consultor nas áreas de **Gestão de Marketing, Planejamento Estratégico, Estruturação de Processos de Vendas, Gestão de e-Business e Gestão de TI**.

Teve sua carreira executiva, reconhecida e premiada, em empresas de tecnologia e telecomunicações, incluindo **Itautec, Equitel e Siemens**, no Brasil e no exterior.

Em **2010** foi convidado a ser sócio da **ADVANCE** onde coordena toda a área de consultoria, contando com mais de **200 empresas atendidas** com projetos em Planejamento Estratégico, Estruturação de Vendas, Estruturação de Canais e Planejamento de Marketing e Vendas, incluindo **Advantech, Algar, AWS, AX4B, Benner, Betha, Boa Vista Serviços, Consinco, DIMEP, FWC, GE Healthcare, Google, IBM, IUGU, Panasonic, ProPay, Salesforce, SAP, Sebrae, Semantix, Siagri, SkyOne, Softex, Tecnoset, uMov.Me, WDG/IBM** entre outras.



Graduado em Engenharia Eletrônica pelo **Instituto Tecnológico de Aeronáutica (ITA)**, com pós-graduação em Administração Mercadológica pela **Fundação Getúlio Vargas** e MBA em Gestão Integrada de Negócios e Tecnologia pela **ESPM/ITA**.

## Ines Precivalle Annarumma

---

Ines conta com mais de 20 anos de experiência e vasto conhecimento nas áreas de **vendas diretas, indiretas, gestão e vendas através de canais, gestão de equipes, estratégias de marketing para geração de demanda e oportunidades**

Teve sua carreira centrada nas áreas Comercial e Marketing de grandes multinacionais de tecnologia como **IBM, Microsoft e Compaq/HP**

Ines ganhou diversos prêmios anuais de vendas, por superação de metas em todas as empresas em que trabalhou



Em **2006** foi convidada a ser sócia da ADVANCE onde coordena toda a área de treinamento, contando com mais de 20.000 profissionais treinados, incluindo executivos de empresas tais como: **AMcom, AWS, Cisco, DELL, Grenke, IBM, Lenovo, Lumen (CenturyLink), Mega Sistemas, Neogrid, Neoway, Salesforce, SAP, Sebrae, SkyOne, Softex, Thomson Reuters, Totvs, Zebra e Zendesk** entre outros

Graduada em Ciências Econômicas pela PUC de São Paulo e MBA em Marketing de Serviços pela FIA/USP

## Silvino Lins

---

Silvino, há mais de 25 anos dirige, desenvolve e estuda modelos de Go-to-Market, com foco na **evolução contínua das áreas de vendas e marketing multicanal (físicos e digitais)**. Como executivo, consultor e palestrante vem fazendo o **Planejamento Estratégico, Desenho de Processos de Vendas e Marketing com foco em crescimento acelerado** e liderando as iniciativas de **Transformação Digital de Vendas** e o **reposicionamento de empresas**

Com uma carreira executiva largamente reconhecida foi Diretor de organizações de Vendas, Pré-Vendas, Marketing e Canais, em empresas como **HP - Brasil e LATAM (16 anos)** onde foi premiado como “CRN-Campeões do Canal” por mais de 10 anos seguidos, **Progress Software (5 anos)**, e em projetos em empresas como **Lenovo e Fundação Ezute**



Graduado em Engenharia Eletrônica com ênfase em Computação Digital e Microprocessadores pela FAAP/FEI e com mestrado profissional em Marketing/MBA pela FEA USP - Universidade de São Paulo. Nos últimos anos fez diversas atualizações e especializações, entre as quais, “Marketing in a Digital World” (UoI - University of Illinois), Digital Transformation Strategy (UB - University of Boston) e “Leading Change in Times of Disruption: u.lab” (MITx - Massachusetts Institute of Technology)

## Vera Lúcia da Silva

---

Vera conta com mais de 32 anos de atuação profissional, com vasta experiência em **gestão comercial, marketing, canais de vendas e distribuição e SAC**

Atuou como executiva em empresas como **Seara Alimentos, Sul América, Senior Sistemas, Telemática, Benner Sistemas, Grupo Digicon, FGV**, entre outras

Em 2017 foi convidada pela ADVANCE para atuar como consultora com a missão de dar aos nossos clientes: crescimento do volume de vendas, aumento de market share e melhoria da qualidade do pós-venda, atuando nas áreas de Vendas, Canais e Relacionamento com o Cliente

Atuou como professora universitária nas cadeiras de Gestão da mudança e gestão de Vendas

É graduada em Administração pela Univali e MBA em Marketing pela Fundação Getúlio Vargas, com cursos de Extensão em Gestão de Canais de Venda, Psicodinâmica Aplicada a Negócio e Coaching Executivo



## Ivia Marin

---

Ivia conta com mais de 17 anos de experiência nas áreas de **Marketing e Inside Sales**

Tem grande vivência na elaboração de **estratégias e ações** de marketing tradicional, marketing digital, marketing de relacionamento, criação de engenhos de geração de demanda e de oportunidades, e táticas de marketing para cada etapa do funil de vendas, encurtando o ciclo de vendas e aumentando as taxas de conversão do funil e a eficiência em vendas

Atuou em vários projetos de marketing em empresas de tecnologia incluindo a Senior Sistemas onde seu projeto conquistou o prêmio Top Of Mind de RH por 2 anos consecutivos, garantindo para a Senior posição de destaque no mercado

Em 2017 foi convidada pela ADVANCE para consultora de marketing

Formada em Administração de Empresas pela FURB e pós-graduada em Gestão Estratégicas de Marketing pelo Grupo Uniasselvi, com cursos de Extensão em Implantação de Projetos de CRM e Ações de Marketing para terceira idade - ESPM Escola Superior de Propaganda e Marketing.

Atuou como professora universitária nas cadeiras de Marketing e Marketing de Relacionamento





## Livros ADVANCE

A ADVANCE tem 4 livros publicados que se transformaram em sucesso de vendas entre as empresas brasileiras. Os livros podem ser utilizados como material de apoio para os Treinamentos. Com a aquisição de mais de 20 exemplares a Editora AGBooks consegue fazer uma edição personalizada encartando uma página adicional de “Boas Vindas” no livro.

### Guia Prático do Empresário de Sucesso

Este livro foi elaborado por 6 especialistas de mercado e traz uma série de dicas para que os empresários possam aplicar conhecimentos e melhores práticas de administração, marketing e vendas em sua empresa.



São abordados temas como:

- Planejamento Estratégico
- Planejamento de Recursos Humanos
- Planejamento de Marketing
- Planejamento e Controles Financeiros
- Planejamento e Gestão de Vendas
- Organização Empresarial
- Os 7 Passos do Gerenciamento de Projetos
- Os 7 Passos para a Tranquilidade Jurídica
- Empreendedorismo em 7 passos
- Fusões aquisições e alianças estratégicas
- Definindo o preço do seu produto ou serviço
- Vendas através de terceiros (canais)

### Conversando com o Tio Salim sobre Gestão

Dagoberto desmistifica “Gestão Empresarial” através de uma série de conversas bem humoradas com o seu Tio Salim. O resultado é uma série de valiosas dicas para ajudar os empresários a melhorarem o desempenho e a eficiência operacional de suas empresas.



São abordados temas como:

- A vida do empresário
- O governo e o mundo empresarial
- Estratégia
- Gestão
- Processos
- Inovação
- Vendas
- Fusões e aquisições
- O que fazer em épocas de crise
- Como usar a tecnologia a favor dos negócios

### Conversando com o Tio Salim sobre Vendas

Dagoberto desmistifica “Vendas” através de uma série de conversas bem humoradas com o seu Tio Salim. O resultado é uma série de valiosas dicas para ajudar os vendedores e os empresários a melhorarem o desempenho e a eficiência comercial.



São abordados temas como:

- O que é vendas consultivas
- Prospecção e qualificação de oportunidades
- Estratégia e concorrência
- Influência e negociação
- Planejamento e produtividade
- Gestão de equipe de vendas

### Conversando com o Tio Salim sobre Marketing

Dagoberto desmistifica “Marketing” através de uma série de conversas bem humoradas com o seu Tio Salim. O resultado é uma série de valiosas dicas para ajudar gestores de marketing e os empresários a melhorarem seu posicionamento e geração de demanda.



São abordados temas como:

- O que é marketing e geração de demanda
- Estabelecendo os objetivos
- Posicionamento para o mercado
- Principais ações de geração de demanda
- Campanhas estruturadas
- Eventos e geração de demanda
- Engenho de geração de oportunidades
- Gestão do programa

## eBooks ADVANCE

---

A ADVANCE publica, regularmente, eBooks baseados nos conteúdos dos seus treinamentos. Você pode baixar os eBooks em: <https://www.advanceconsulting.com.br/ebooks>  
eBooks disponíveis no momento:

### **Cloud business transformation**

---

São abordados temas como:

- Como a nuvem gera oportunidades fantásticas de crescimento
- Como o canal de vendas e distribuição mudará ao longo dos próximos anos
- O foco não é mais o que você vende, mas o que você resolve
- Como o Marketing Digital mudará sua relação com seus clientes
- Marketing passará a ter um único objetivo: vender
- Como aumentar a probabilidade de vendas através de marketing
- Você precisará de fatos e dados para tomar as decisões corretas
- Grande evolução na área de vendas - ontem, hoje e amanhã

### **Apresentações eficientes em vendas**

---

São abordados temas como:

- Como elaborar uma apresentação para ser "apresentada"
- Como planejar uma apresentação
- Como fazer uma apresentação usando storytelling
- Pontos chave de uma boa apresentação
- Como fazer a abertura de uma apresentação com alto impacto
- Como fazer com que a audiência foque onde você quer
- Como usar táticas para aumentar o sucesso da sua apresentação
- Como exibir uma apresentação com sucesso
- Como apresentar para um alto-executivo

### **Plano integrado de marketing e vendas**

---

São abordados temas como:

- Como marketing pode ser um poderoso aliado para a equipe de vendas
- Como mostrar que você consegue resolver os problemas dos seus clientes
- Como estabelecer metas e objetivos conjuntos para marketing e vendas
- Como pensa o seu cliente e como endereçar as preocupações dele
- Escolhendo as melhores táticas de marketing para conseguir atingir seu objetivo de vendas
- Como aumentar a probabilidade de vendas através de marketing
- Marketing passará a ter um único objetivo: vender
- Como fazer para vender mais vezes para o mesmo cliente

### **Venda de VALOR**

---

São abordados temas como:

- Entendendo os 5 perfis dos vendedores
- Entendendo o perfil comportamental do vendedor(a) e do cliente
- Como o novo vendedor(a) faz uma venda de VALOR
- Entendendo as mudanças no processo de compras
- Quatro passos para aumentar a eficiência em vendas
- Como estruturar seu novo discurso de vendas
- Como criar uma rede de influências positivas para sua solução
- Como pressionar seu cliente para efetuar a compra



ADVANCE Consulting  
Razão Social: ADVANCE Marketing Ltda.  
R. Afonso Bras 473 - 1 andar  
04511-011 Vila Nova Conceição  
São Paulo / SP - Brasil

Telefone: +55-11-3044-0867  
Email: [advance@advanceconsulting.com.br](mailto:advance@advanceconsulting.com.br)  
Web-site: [www.advanceconsulting.com.br](http://www.advanceconsulting.com.br)



QR Code ADVANCE

© 2002-2021, ADVANCE Marketing Ltda.

Todos os direitos reservados e protegidos pela Lei 9.610 de 19/02/98.

Nenhuma parte deste livro, sem autorização prévia e por escrito da ADVANCE marketing, poderá ser reproduzido ou transmitido sejam quais forem os meios empregados: eletrônicos, mecânicos, fotográficos, gravação ou quaisquer outros.