

Catálogo de consultorias

Catálogo de consultorias

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) 99003-2554
Email: advance@advanceconsulting.com.br
Web-site: www.advanceconsulting.com.br



QR Code ADVANCE

© 2002-2025, 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: 19 de Novembro de 2025

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, Datarain, Google, IBM, IngramMicro, Processor, Red Hat, SAP, Sebrae, SkyOne, SoftwareONE, Stefanini, Thomson Reuters, Totvs 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:

"Os serviços de consultoria prestado pela ADVANCE, dentro do AWS Partner Transformation Program (PTP) foi uma importante ferramenta para acelerar o desenvolvimento empresarial de nossa organização, provendo para os dirigentes importantes insights sobre o endereçamento dos desafios do crescimento em um ambiente altamente competitivo"

Wagner Andrade - CEO da dataRain (Brasil)

"O PTP foi um marco de transformação para Darede, em poucos meses conseguimos mais de 30 certificações, nossa primeira competência (e a segunda já submetida), mas o maior aprendizado foi a transformação sobre como nos posicionamos no mercado, e o nível de maturidade que trouxemos para diversos processos e áreas de negócio"

Flávio Rescia - fundador da DAREDE (Brasil)

"Nós da Cloud and Things apreciamos e agradecemos à AWS por ter criado um programa tão bom (PTP) e trazer o grande parceiro ADVANCE para facilitar e impulsionar o resultado do programa. Trabalhar através do programa PTP forneceu uma visão muito necessária que algum tempo é ignorada, atrasada ou não recebe atenção suficiente. Realizamos muito nestes 100 dias, o que levaria muito mais tempo se esse programa focado não fosse implementado"

Kishor Bagul - CEO da Cloud and Things (New York - USA)

"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 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

"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

"A instrutora da ADVANCE Inês é arretada! Treinamento show!"

Mirna Machado - Sócia da Scala (Grupo Stefanini)

"Mais uma vez participei desse maravilhoso treinamento de vendas. Conteúdo atualizado e bom adequado ao processo de vendas. O conteúdo é perfeito e adequado, mas o tempo/ausência da parte prática, prejudicam o melhor rendimento e aproveitamento do aprendizado do conteúdo."

Francolino R da Mata Junior - Diretor Comercial - Servix DF

Consultoria em vendas	4
Plano, estrutura, processos e gestão de vendas (Sales Performance)	4
Planejamento para expansão de carteira ou território (Territory Planning)	6
Planejamento para aumento de vendas na base (Account planning)	8
Gestão do time de vendas (Sales Management)	10
Consultoria em planejamento e gestão de negócios	12
Planejamento estratégico (Strategic Planning)	12
Cloud Business Evolution	14
Elaboração do Catálogo de Ofertas (Service Catalog)	16
Aumento da margem de lucro (Profitability Increase)	18
Change Management (gestão de mudanças)	20
Criando e vendendo uma oferta de GenAI	22
Consultoria em marketing	24
Marketing orientado a vendas (Marketing to Sales)	24
Growth e operações de marketing	26
Geração de oportunidades (Lead Generation)	28
Value Proposition (criação da proposta de valor das ofertas)	30
Cronograma das consultorias	32
Reuniões de conselho e perfil comportamental	33
Reuniões de conselho consultivo	33
Projeto de análise do perfil comportamental da equipe de vendas	34
Reuniões de acompanhamento da execução do plano ou projeto	35
Investimentos - valores referência	36
Sobre a ADVANCE	37
Alguns de nossos clientes de consultoria dos últimos 3 anos	37
Depoimentos de algumas das consultorias AWS PTP (Partner Transformation Program)	38
Depoimentos de alguns dos clientes de consultoria ADVANCE	38
Consultores da ADVANCE	42
Livros ADVANCE	45
eBooks ADVANCE	46
Guias para apoiar os profissionais	47

Plano, estrutura, processos e gestão de vendas (Sales Performance)

Nesta consultoria discutiremos como a empresa deve estruturar ou reestruturar sua equipe de vendas visando maximizar o tempo do vendedor e integrar as equipes de vendas e marketing para aumentar a geração de oportunidades. Trataremos, também, do processo e metodologias de vendas, estrutura e remuneração da equipe comercial, indicadores de desempenho, análise do funil de vendas, forecast e pipeline, e gestão do time.

Ao final do projeto a empresa terá uma abordagem sistêmica incluindo planejamento de vendas, a estrutura e processos mais adequados para suas necessidades, as ferramentas para fazer gestão eficiente de vendas, e um plano de ações para otimizar esforços e melhorar a performance do time

A quem se destina e quem deveria participar

Empresas que querem aumentar o desempenho da equipe de vendas
Recomendamos a participação do Diretor de Vendas

Principais KPI (indicadores) que serão trabalhadas no projeto

- MRR (Monthly Recurring Revenue), ARR (Annual Recurring Revenue) e RNM (Recurring Net Margin)
- Desempenho por vendedor (vendas e taxas de conversão no funil de vendas)
- Número de oportunidades no funil de vendas, pipeline e forecast
- Taxas de conversão no funil de vendas
- Ciclo médio de vendas e ticket médio
- Venda na base x venda para novos clientes (new logos)
- Previsibilidade do forecast
- Planejado x realizado (orçamento de vendas)
- Uso do CRM

Etapas do projeto:

1 - Reunião de kick-off

Nesta reunião:

- Definiremos quem são os stakeholders (interessados), contatos e ponto focal para o projeto em cada uma das empresas (Contratante e Contratada), com telefones e e-mails dos envolvidos
- Repassaremos o cronograma, revisando as datas para cada uma das interações (reuniões, relatórios, etc.) em cada etapa do projeto, e fazendo eventuais ajustes
- Repassaremos os objetivos, etapas e entregas do projeto para assegurar que todos tenham as mesmas informações
- Definiremos as pessoas que participarão em cada etapa do projeto

Tempo previsto: 1 hora de reunião

2 - Entrevista com os principais executivos envolvidos no projeto

O objetivo desta etapa é entender os direcionadores para o projeto, incluindo:

- Histórico da empresa no mercado
- Histórico vendas e dos vendedores, forecast e pipeline, e apoio de marketing
- Percepção dos principais desafios
- Recomendações para o projeto

Tempo previsto: 1 hora de entrevista

3 - Preparação da ADVANCE (ajustes em slides, material e portal)

Nesta etapa a ADVANCE:

- Organizará o material coletado até o momento
- Buscará informações no mercado para usar como balizadores no projeto
- Fará uma lista de novas ideias e perspectivas para o projeto
- Preparará slides e material de apoio para usar nas próximas
- Criará um portal, password-protected, para publicar todos os documentos do projeto

Tempo previsto: 3 dias de trabalho interno da ADVANCE

4 - Primeira reunião de discussão executiva

Nesta etapa vamos apresentar conceitos, melhores práticas e abrir para discussões incluindo:

- Plano de Vendas
 - Metas e objetivos de vendas, por produto, por cliente e por vendedor
 - Estratégia de "Go-To-Market" incluindo mercados e clientes alvo
 - Indicadores do funil de vendas com taxas de aproveitamento e conversão
 - Estratégia e ações para aumento de desempenho no funil de vendas
 - Designação de território, carteira, contas e metas de vendas
 - Mapa de oportunidades
- Instrumentos de apoio a vendas
 - Plano de contas, plano de oportunidades e plano de visitas
 - Relatórios de acompanhamento
 - Controles de forecast e pipeline, e uso do CRM

Tempo previsto: 4 horas de discussão executiva

5 - Segunda reunião de discussão executiva

Nesta etapa vamos apresentar conceitos, melhores práticas e abrir para discussões incluindo:

- Estrutura da equipe
 - Organograma e estrutura de vendas incluindo tele-apoio a vendas, pré e pós-vendas
- Processo de vendas
 - Processos de vendas, pré-vendas e pós-vendas
 - Processos de vendas, marketing e televendas integrados
 - Forma de trabalho da equipe de vendas
 - Fluxos de proposta, preços, aprovações e decisões
 - Limites de alçadas
 - Estrutura de geração de oportunidades
- Gestão da equipe de vendas
 - Uso do perfil da equipe de vendas incluindo motivadores e como melhor gerenciar cada um dos profissionais
 - Definição dos controles de vendas
 - Indicadores de desempenho, controles e mecanismos de aferição de resultados
 - Definição das reuniões de vendas e o que será esperado de cada uma delas
 - Mecanismos de análise e controle do funil de vendas
 - Forecast e pipeline

Tempo previsto: 4 horas de discussão executiva

6 - Elaboração do plano de 180 dias

Nesta etapa a ADVANCE escreverá o relatório final do projeto com todas as informações coletadas, discussões feitas, decisões tomadas durante o projeto, e as recomendações da ADVANCE. Adicionalmente montaremos uma planilha Excel com uma proposta de atividades para serem discutidas na próxima etapa

Tempo previsto: 1 semana de trabalho interno da ADVANCE

7 - Validação do plano de 180 dias e envio do relatório final

Nesta reunião a ADVANCE apresentará o plano de ações com a recomendação de todas as atividades necessárias e, junto com todos os participantes do projeto, decidirá sobre prioridade, patrocinador ou responsável, data inicial e data limite para cada atividade

Tempo previsto: 3 horas de reunião

[Opcional] Reuniões de acompanhamento da execução do plano

Recomendamos 6 reuniões mensais de 2 horas cada reunião

Entregas

A ADVANCE criará um portal, password-protected, para publicar todos os documentos do projeto, incluindo:

- Formulário de Sales Evolution para detalhar estratégias e ações para evoluir a empresa
- Relatório final do projeto com a estratégia definida e plano de ações
- Slides utilizados no projeto e vídeo-gravação das sessões - caso a empresa tenha autorizado
- Guia do vendedor e guia do gestor de equipe de vendas com modelos e templates para o dia a dia
- Guia de descrição de cargos e de remuneração de vendas e marketing
- Se houver reuniões de execução, então, para cada reunião escreveremos um relatório com discussões, decisões e recomendações

Planejamento para expansão de carteira ou território (Territory Planning)

Uma das etapas mais importantes do processo de vendas é o planejamento onde o vendedor e o gestor estabelecerão as estratégias e ações para o sucesso de vendas e o atingimento das 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 clientes atuais, 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.

Ao final do projeto a empresa terá um plano com estratégias e um plano de ações para EVOLUIR suas vendas e aumentar o desempenho do time de vendas e marketing.

A quem se destina e quem deveria participar

Empresas que querem aumentar as vendas para novos clientes e territórios

Recomendamos a participação do Diretor de Vendas, time de vendas, pré-vendas e SDR e Diretor de Marketing

Principais KPI (indicadores) que serão trabalhadas no projeto

- Número de oportunidades no funil de vendas, pipeline e forecast
- Taxas de conversão no funil de vendas
- Ciclo médio de vendas e ticket médio
- Venda na base x venda para novos clientes (new logos)
- Curva ABC de vendas por cliente
- Mix de produtos (venda por produto)

Etapas do projeto:

1 - Reunião de kick-off

Nesta reunião:

- Definiremos quem são os stakeholders (interessados), contatos e ponto focal para o projeto em cada uma das empresas (Contratante e Contratada), com telefones e e-mails dos envolvidos
- Repassaremos o cronograma, revisando as datas para cada uma das interações (reuniões, relatórios, etc.) em cada etapa do projeto, e fazendo eventuais ajustes
- Repassaremos os objetivos, etapas e entregas do projeto para assegurar que todos tenham as mesmas informações
- Definiremos as pessoas que participarão em cada etapa do projeto

Tempo previsto: 1 hora de reunião

2 - Entrevista com os principais executivos envolvidos no projeto

O objetivo desta etapa é entender os direcionadores para o projeto, incluindo:

- Histórico da empresa no mercado
- Histórico de marketing e vendas, venda na base x venda para novos clientes
- Percepção dos principais desafios
- Recomendações para o projeto

Tempo previsto: 1 hora de entrevista

3 - Preparação da ADVANCE (ajustes em slides, material e portal)

Nesta etapa a ADVANCE:

- Organizará o material coletado até o momento
- Buscará informações no mercado para usar como balizadores no projeto
- Fará uma lista de novas ideias e perspectivas para o projeto
- Preparará slides e material de apoio para usar nas próximas
- Criará um portal, password-protected, para publicar todos os documentos do projeto

Tempo previsto: 3 dias de trabalho interno da ADVANCE

4 - Primeira reunião de discussão executiva

Nesta etapa vamos apresentar conceitos, melhores práticas e abrir para discussões incluindo:

- Estudo do funil de vendas
 - O que é o plano 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
- 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
 - Oxigenação da carteira

Tempo previsto: 4 horas de discussão executiva

5 - Segunda reunião de discussão executiva

Nesta etapa vamos apresentar conceitos, melhores práticas e abrir para discussões incluindo:

- 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
- 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

Tempo previsto: 4 horas de discussão executiva

6 - Elaboração do plano de 180 dias

Nesta etapa a ADVANCE escreverá o relatório final do projeto com todas as informações coletadas, discussões feitas, decisões tomadas durante o projeto, e as recomendações da ADVANCE. Adicionalmente montaremos uma planilha Excel com uma proposta de atividades para serem discutidas na próxima etapa

Tempo previsto: 1 semana de trabalho interno da ADVANCE

7 - Validação do plano de 180 dias e envio do relatório final

Nesta reunião a ADVANCE apresentará o plano de ações com a recomendação de todas as atividades necessárias e, junto com todos os participantes do projeto, decidirá sobre prioridade, patrocinador ou responsável, data inicial e data limite para cada atividade

Tempo previsto: 3 horas de reunião

[Opcional] Reuniões de acompanhamento da execução do plano

Recomendamos 6 reuniões mensais de 2 horas cada reunião

Entregas

A ADVANCE criará um portal, password-protected, para publicar todos os documentos do projeto, incluindo:

- Formulário de Territory Plan para detalhar estratégias e ações para evoluir a empresa
- Relatório final do projeto com as estratégias e plano de ações de implementação do projeto
- Slides utilizados no projeto e vídeo-gravação das sessões - caso a empresa tenha autorizado
- eBook: Plano de marketing orientado a vendas - com os principais conceitos e melhores práticas
- Se houver reuniões de execução, então, para cada reunião escreveremos um relatório com discussões, decisões e recomendações

Planejamento para aumento de vendas na base (Account planning)

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

Ao final do projeto a empresa terá um plano com estratégias e um plano de ações para EVOLUIR as vendas na atual base de clientes

A quem se destina e quem deveria participar

Empresas que querem aumentar a venda em sua atual carteira de clientes

Recomendamos a participação do Diretor de Vendas, time de vendas FARMER, pré-vendas e SDR, pós-vendas e Customer Success, e Diretor de Marketing

Principais KPI (indicadores) que serão trabalhadas no projeto

- Número de oportunidades no funil de vendas, pipeline e forecast
- Taxas de conversão no funil de vendas
- Ciclo médio de vendas e ticket médio
- CLTV (Customer LifeTime Value)
- Curva ABC de vendas por cliente
- Mix de produtos (venda por produto)

Etapas do projeto:

1 - Reunião de kick-off

Nesta reunião:

- Definiremos quem são os stakeholders (interessados), contatos e ponto focal para o projeto em cada uma das empresas (Contratante e Contratada), com telefones e e-mails dos envolvidos
- Repassaremos o cronograma, revisando as datas para cada uma das interações (reuniões, relatórios, etc.) em cada etapa do projeto, e fazendo eventuais ajustes
- Repassaremos os objetivos, etapas e entregas do projeto para assegurar que todos tenham as mesmas informações
- Definiremos as pessoas que participarão em cada etapa do projeto

Tempo previsto: 1 hora de reunião

2 - Entrevista com os principais executivos envolvidos no projeto

O objetivo desta etapa é entender os direcionadores para o projeto, incluindo:

- Histórico da empresa no mercado
- Histórico de marketing e vendas, venda na base x venda para novos clientes
- Percepção dos principais desafios
- Recomendações para o projeto

Tempo previsto: 1 hora de entrevista

3 - Preparação da ADVANCE (ajustes em slides, material e portal)

Nesta etapa a ADVANCE:

- Organizará o material coletado até o momento
- Buscará informações no mercado para usar como balizadores no projeto
- Fará uma lista de novas ideias e perspectivas para o projeto
- Preparará slides e material de apoio para usar nas próximas
- Criará um portal, password-protected, para publicar todos os documentos do projeto

Tempo previsto: 3 dias de trabalho interno da ADVANCE

4 - Primeira reunião de discussão executiva

Nesta etapa vamos apresentar conceitos, melhores práticas e abrir para discussões incluindo:

- 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
- 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

Tempo previsto: 4 horas de discussão executiva

5 - Segunda reunião de discussão executiva

Nesta etapa vamos apresentar conceitos, melhores práticas e abrir para discussões incluindo:

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

Tempo previsto: 4 horas de discussão executiva

6 - Elaboração do plano de 180 dias

Nesta etapa a ADVANCE escreverá o relatório final do projeto com todas as informações coletadas, discussões feitas, decisões tomadas durante o projeto, e as recomendações da ADVANCE. Adicionalmente montaremos uma planilha Excel com uma proposta de atividades para serem discutidas na próxima etapa

Tempo previsto: 1 semana de trabalho interno da ADVANCE

7 - Validação do plano de 180 dias e envio do relatório final

Nesta reunião a ADVANCE apresentará o plano de ações com a recomendação de todas as atividades necessárias e, junto com todos os participantes do projeto, decidirá sobre prioridade, patrocinador ou responsável, data inicial e data limite para cada atividade

Tempo previsto: 3 horas de reunião

[Opcional] Reuniões de acompanhamento da execução do plano

Recomendamos 6 reuniões mensais de 2 horas cada reunião

Entregas

A ADVANCE criará um portal, password-protected, para publicar todos os documentos do projeto, incluindo:

- Formulário de Account Planning para detalhar estratégias e ações para venda, em profundidade, no cliente
- Relatório final do projeto com as estratégias e plano de ações de implementação do projeto
- Slides utilizados no projeto e vídeo-gravação das sessões - caso a empresa tenha autorizado
- Guia do vendedor com formulário e modelos para o dia a dia do vendedor
- Se houver reuniões de execução, então, para cada reunião escreveremos um relatório com discussões, decisões e recomendações

Gestão do time de vendas (Sales Management)

Atualmente a boa prática mostra que o gestor tem um papel fundamental no desempenho da equipe. O gestor não é um super-vendedor, 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

Nesta consultoria mostraremos como o gestor poderá potencializar os resultados do seu time, garantindo que tenham metas factíveis e que tenham os conhecimentos e instrumentos corretos para se transformarem em uma equipe de alto desempenho

Ao final do projeto a empresa terá um plano com estratégias para gerenciar o funil, o processo e a equipe de vendas, aumentando a previsibilidade do forecast. O gestor terá claro quais seus papéis e as competências necessárias, e terá um plano de ações para EVOLUIR sua equipe e o desempenho de vendas.

A quem se destina e quem deveria participar

Empresas que querem aumentar as vendas, qualidade das vendas e eficiência do time de vendas

Recomendamos a participação do Diretor de Vendas

Principais KPI (indicadores) que serão trabalhadas no projeto

- Curva ABC de clientes e de ofertas
- MRR (Monthly Recurring Revenue), ARR (Annual Recurring Revenue) e RNM (Recurring Net Margin)
- Número de oportunidades no funil de vendas, pipeline e forecast
- Taxas de conversão no funil de vendas
- Ciclo médio de vendas e ticket médio
- Venda na base x venda para novos clientes (new logos)

Etapas do projeto:

1 - Reunião de kick-off

Nesta reunião:

- Definiremos quem são os stakeholders (interessados), contatos e ponto focal para o projeto em cada uma das empresas (Contratante e Contratada), com telefones e e-mails dos envolvidos
- Repassaremos o cronograma, revisando as datas para cada uma das interações (reuniões, relatórios, etc.) em cada etapa do projeto, e fazendo eventuais ajustes
- Repassaremos os objetivos, etapas e entregas do projeto para assegurar que todos tenham as mesmas informações
- Definiremos as pessoas que participarão em cada etapa do projeto

Tempo previsto: 1 hora de reunião

2 - Entrevista com os principais executivos envolvidos no projeto

O objetivo desta etapa é entender os direcionadores para o projeto, incluindo:

- Histórico da empresa no mercado
- Histórico de marketing, vendas e dos vendedores
- Percepção dos principais desafios
- Recomendações para o projeto

Tempo previsto: 1 hora de entrevista

3 - Preparação da ADVANCE (ajustes em slides, material e portal)

Nesta etapa a ADVANCE:

- Organizará o material coletado até o momento
- Buscará informações no mercado para usar como balizadores no projeto
- Fará uma lista de novas ideias e perspectivas para o projeto
- Preparará slides e material de apoio para usar nas próximas
- Criará um portal, password-protected, para publicar todos os documentos do projeto

Tempo previsto: 3 dias de trabalho interno da ADVANCE

4 - Primeira reunião de discussão executiva

Nesta etapa vamos apresentar conceitos, melhores práticas e abrir para discussões incluindo:

- Gestão do funil de vendas
 - Quanto tempo temos para vender
 - Quanto vale o vendedor
 - Onde o vendedor 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
- 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
- Aumento da previsibilidade do forecast

Tempo previsto: 4 horas de discussão executiva

5 - Segunda reunião de discussão executiva

Nesta etapa vamos apresentar conceitos, melhores práticas e abrir para discussões incluindo:

- Papéis e competências do gestor de equipe de vendas
 - Gerenciamento do tempo e gestão de atividades
 - Como aumentar o desempenho do gestor e da equipe
 - Principais atribuições do gestor de equipe de vendas
 - Planejamento, execução, controle de vendas e desenvolvimento da equipe
- Gestão da execução do processo de vendas
 - Modelo de gestão comercial e 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
- Plano de ações

Tempo previsto: 4 horas de discussão executiva

6 - Elaboração do plano de 180 dias

Nesta etapa a ADVANCE escreverá o relatório final do projeto com todas as informações coletadas, discussões feitas, decisões tomadas durante o projeto, e as recomendações da ADVANCE. Adicionalmente montaremos uma planilha Excel com uma proposta de atividades para serem discutidas na próxima etapa

Tempo previsto: 1 semana de trabalho interno da ADVANCE

7 - Validação do plano de 180 dias e envio do relatório final

Nesta reunião a ADVANCE apresentará o plano de ações com a recomendação de todas as atividades necessárias e, junto com todos os participantes do projeto, decidirá sobre prioridade, patrocinador ou responsável, data inicial e data limite para cada atividade

Tempo previsto: 3 horas de reunião

[Opcional] Reuniões de acompanhamento da execução do plano

A ADVANCE participará das reuniões periódicas de acompanhamento da execução do plano, assegurando que todas as atividades estejam sendo executadas e fornecendo dicas e instrumentos para acelerar, ainda mais, a execução. Recomendamos 6 reuniões mensais de 2 horas cada reunião.

Entregas

A ADVANCE criará um portal, password-protected, para publicar todos os documentos do projeto, incluindo:

- Formulário de Sales Management Evolution para detalhar estratégias e ações para evoluir a empresa
- Plano com a estratégia definida e plano de ações
- Slides utilizados no projeto e vídeo-gravação das sessões - caso a empresa tenha autorizado
- Se houver reuniões de execução, então, para cada reunião escreveremos um relatório com discussões, decisões e recomendações

Planejamento estratégico (Strategic Planning)

O Plano Estratégico é um poderoso instrumento de planejamento, análise, gestão e administração executiva.

As diversas diretorias, dentro de uma mesma empresa, têm níveis de contato diferente com o mercado (clientes, parceiros, concorrentes, fornecedores e bancos) nacional e internacional, e, conhecimentos diferentes sobre política e economia. Desta forma é compreensível e esperado que cada diretor tenha uma expectativa diferente para o crescimento da empresa.

Ao final do projeto a empresa terá um plano estratégico para assegurar a consistência das expectativas, metas e objetivos de todas as áreas da empresa, e um plano de ações para permitir o controle da execução.

A quem se destina e quem deveria participar

Empresas que querem definir ou rediscutir sua estratégia de crescimento e o valor para os acionistas
Recomendamos a participação dos C-Levels (diretores)

Principais KPI (indicadores) que serão trabalhadas no projeto

- Valor da empresa no mercado (valuation) e EBITDA
- MRR (Monthly Recurring Revenue), ARR (Annual Recurring Revenue) e RNM (Recurring Net Margin)
- Curva ABC de clientes e de ofertas
- Construção de pipeline e taxa de previsibilidade em forecast
- Geração de demanda e de oportunidades (leads)
- Eficiência e margem operacional
- Turn-over

Etapas do projeto:

1 - Reunião de kick-off

Nesta reunião:

- Definiremos quem são os stakeholders (interessados), contatos e ponto focal para o projeto em cada uma das empresas (Contratante e Contratada), com telefones e e-mails dos envolvidos
- Repassaremos o cronograma, revisando as datas para cada uma das interações (reuniões, relatórios, etc.) em cada etapa do projeto, e fazendo eventuais ajustes
- Repassaremos os objetivos, etapas e entregas do projeto para assegurar que todos tenham as mesmas informações
- Definiremos as pessoas que participarão em cada etapa do projeto

Tempo previsto: 1 hora de reunião

2 - Entrevista com os principais executivos envolvidos no projeto

O objetivo desta etapa é entender os direcionadores para o projeto, incluindo:

- Histórico da empresa no mercado
- Histórico de marketing, vendas, operações e RH
- Histórico financeiro (DRE, fluxo de caixa, EBITDA)
- Percepção dos principais desafios
- Recomendações para o projeto

Tempo previsto: 1 hora de entrevista

3 - Preparação da ADVANCE (ajustes em slides, material e portal)

Nesta etapa a ADVANCE:

- Organizará o material coletado até o momento
- Buscará informações no mercado para usar como balizadores no projeto
- Fará uma lista de novas ideias e perspectivas para o projeto
- Preparará slides e material de apoio para usar nas próximas
- Criará um portal, password-protected, para publicar todos os documentos do projeto

Tempo previsto: 3 dias de trabalho interno da ADVANCE

4 - Primeira reunião de discussão executiva

Nesta etapa vamos apresentar conceitos, melhores práticas e abrir para discussões incluindo:

- Estratégia de longo prazo (3 a 5 anos)
 - Análise do ambiente e tendências (3 a 5 anos) e nas várias perspectivas do plano estratégico: política, economia, aspectos sociais e culturais, fornecedores e parcerias, distribuidores, concorrentes, clientes, tecnologia
- Objetivos da empresa (onde você quer chegar em 3 a 5 anos)
 - Estratégia (3 a 5 anos) (como você fará para atingir os resultados)
 - Estratégias por perspectiva (como você vai fazer para atingir seus objetivos?)
 - Estratégias por área funcional (como você vai fazer para atingir seus objetivos?)

Tempo previsto: 4 horas de discussão executiva

5 - Segunda reunião de discussão executiva

Nesta etapa vamos apresentar conceitos, melhores práticas e abrir para discussões incluindo:

- Objetivos e estratégia para o próximo ano
 - Objetivos da empresa para os próximos 12 meses (onde você quer chegar no próximo ano)
 - Metas de vendas, faturamento, MRR (Monthly Recurring Revenue), ARR (Annual Recurring Revenue) e RNM (Recurring Net Margin)
 - Meta de EBITDA
 - Análise das alternativas de estratégia de crescimento
 - Quais as oportunidades e ameaças
 - Quais os pontos fortes e fracos
 - Análise SWOT, cruzamento SWOT gerando os direcionadores estratégicos
- Estratégia geral da área (como fazer para atingir os objetivos?)
 - Estratégias de vendas diretas e indiretas, venda na base e expansão da base
 - Estratégias e campanhas de marketing
 - Estratégias para aumento de eficiência operacional

Plano de ações

Tempo previsto: 4 horas de discussão executiva

6 - Elaboração do plano de 180 dias

Nesta etapa a ADVANCE escreverá o relatório final do projeto com todas as informações coletadas, discussões feitas, decisões tomadas durante o projeto, e as recomendações da ADVANCE. Adicionalmente montaremos uma planilha Excel com uma proposta de atividades para serem discutidas na próxima etapa

Tempo previsto: 1 semana de trabalho interno da ADVANCE

7 - Validação do plano de 180 dias e envio do relatório final

Nesta reunião a ADVANCE apresentará o plano de ações com a recomendação de todas as atividades necessárias e, junto com todos os participantes do projeto, decidirá sobre prioridade, patrocinador ou responsável, data inicial e data limite para cada atividade

Tempo previsto: 3 horas de reunião

[Opcional] Reuniões de acompanhamento da execução do plano

Recomendamos 6 reuniões mensais de 2 horas cada reunião

Entregas

A ADVANCE criará um portal, password-protected, para publicar todos os documentos do projeto, incluindo:

- Formulário de Plano Estratégico preenchido com as discussões e decisões feitas
- Relatório final do projeto e plano de ações
- Slides utilizados no projeto e vídeo-gravação das sessões - caso a empresa tenha autorizado
- Se houver reuniões de execução, então, para cada reunião escreveremos um relatório com discussões, decisões e recomendações

Cloud Business Evolution

Nesta consultoria mostraremos como fazer a EVOLUÇÃO do modelo de negócios da empresa para incluir ofertas e NUVEM. Discutiremos todas as evoluções necessárias, incluindo product-marketing, marketing para geração de demanda e de oportunidades, custo de aquisição de clientes, estrutura organizacional (vendas, marketing e operações), indicadores de desempenho e remuneração, eficiência em gestão de projetos de nuvem, necessidades de treinamento e certificação dos profissionais. Discutiremos o impacto financeiro da mudança e planejamento de crescimento de consumo (MRR ou ARR) e margem de lucro.

Ao final do projeto a empresa terá um plano com estratégias e um plano de ações para EVOLUIR seu negócio de NUVEM aumentando o desempenho de vendas, marketing e operações.

A quem se destina e quem deveria participar

Empresas que estão adotando NUVEM em seu catálogo de serviços, ou empresa com baixo desempenho nas suas ofertas de NUVEM

Recomendamos a participação do Diretor de Vendas, Diretor de Marketing e Diretor de Operações

Principais KPI (indicadores) que serão trabalhadas no projeto

- Número de clientes em nuvem, número de ofertas em nuvem
- MRR (Monthly Recurring Revenue), ARR (Annual Recurring Revenue) e RNM (Recurring Net Margin)
- Número de profissionais treinamentos e certificados
- Número de programas com fornecedores, reconhecimentos e competências
- Campanhas de marketing, geração de demanda e de oportunidades (leads) para NUVEM
- Treinamento dos vendedores para vender NUVEM

Etapas do projeto:

1 - Reunião de kick-off

Nesta reunião:

- Definiremos quem são os stakeholders (interessados), contatos e ponto focal para o projeto em cada uma das empresas (Contratante e Contratada), com telefones e e-mails dos envolvidos
- Repassaremos o cronograma, revisando as datas para cada uma das interações (reuniões, relatórios, etc.) em cada etapa do projeto, e fazendo eventuais ajustes
- Repassaremos os objetivos, etapas e entregas do projeto para assegurar que todos tenham as mesmas informações
- Definiremos as pessoas que participarão em cada etapa do projeto

Tempo previsto: 1 hora de reunião

2 - Entrevista com os principais executivos envolvidos no projeto

O objetivo desta etapa é entender os direcionadores para o projeto, incluindo:

- Histórico da empresa no mercado
- Histórico de marketing e impacto em vendas
- Percepção dos principais desafios
- Recomendações para o projeto

Tempo previsto: 1 hora de entrevista

3 - Preparação da ADVANCE (ajustes em slides, material e portal)

Nesta etapa a ADVANCE:

- Organizará o material coletado até o momento
- Buscará informações no mercado para usar como balizadores no projeto
- Fará uma lista de novas ideias e perspectivas para o projeto
- Preparará slides e material de apoio para usar nas próximas
- Criará um portal, password-protected, para publicar todos os documentos do projeto

Tempo previsto: 3 dias de trabalho interno da ADVANCE

4 - Primeira reunião de discussão executiva

Nesta etapa vamos apresentar conceitos, melhores práticas e abrir para discussões incluindo:

- Definição do novo modelo de negócios
 - Os 3 níveis de maturidade em TI: infraestrutura, transacional e inteligência
 - Margens de lucro de ofertas de NUVEM: revenda de serviços computacionais, revenda de ofertas de terceiros, serviços profissionais (plan, design, build, migrate), serviços gerenciados (run, operate, optimize) e propriedade intelectual
 - Os 5 níveis de migração dos clientes para NUVEM (relocate, rehost, replatform, repurchase, refactoring)
 - A importância dos serviços na composição da oferta (USN e UST)
 - Modelo de composição financeiro "tradicional" versus NUVEM
 - Taxas de crescimento das empresas "tradicionais" versus NUVEM
 - Ajustes necessários no catálogo de serviços
- Marketing e vendas
 - Definindo os objetivos de vendas, e mercado-alvo
 - Como identificar as dores e necessidades de NUVEM
 - Quais os argumentos que convencem o cliente a usar NUVEM
 - Definindo seu diferencial e posicionamento competitivo
 - Definindo as campanhas de abordagem
 - Com gerar leads (oportunidades) com as novas ofertas de NUVEM

Tempo previsto: 4 horas de discussão executiva

5 - Segunda reunião de discussão executiva

Nesta etapa vamos apresentar conceitos, melhores práticas e abrir para discussões incluindo:

- Gestão de pessoas e projetos
 - Estrutura de marketing, vendas, pré-vendas e pós-vendas
 - Boas práticas de remuneração (compensation) em NUVEM
 - Definindo os treinamentos e certificações
 - Definindo o CLOUD PMO (Gestor de projetos em NUVEM)
 - Definindo os processos para elaboração de propostas e projetos em NUVEM
- Modernization & Monetization
 - O que é modernization em hardware, software e serviços
 - Custo e tempo médio de modernização de aplicações de software
 - Como monetizar sua empresa para aumento de receita recorrente e margem
 - O que pode ser produtizado ou re-empacotado

Tempo previsto: 4 horas de discussão executiva

6 - Elaboração do plano de 180 dias

Nesta etapa a ADVANCE escreverá o relatório final do projeto com todas as informações coletadas, discussões feitas, decisões tomadas durante o projeto, e as recomendações da ADVANCE. Adicionalmente montaremos uma planilha Excel com uma proposta de atividades para serem discutidas na próxima etapa

Tempo previsto: 1 semana de trabalho interno da ADVANCE

7 - Validação do plano de 180 dias e envio do relatório final

Nesta reunião a ADVANCE apresentará o plano de ações com a recomendação de todas as atividades necessárias e, junto com todos os participantes do projeto, decidirá sobre prioridade, patrocinador ou responsável, data inicial e data limite para cada atividade

Tempo previsto: 3 horas de reunião

[Opcional] Reuniões de acompanhamento da execução do plano

Recomendamos 6 reuniões mensais de 2 horas cada reunião

Entregas

A ADVANCE criará um portal, password-protected, para publicar todos os documentos do projeto, incluindo:

- Formulário de Cloud Business Evolution para detalhar estratégias e ações para evoluir a empresa
- Relatório final do projeto com a estratégia definida e plano de ações
- Slides utilizados no projeto e vídeo-gravação das sessões - caso a empresa tenha autorizado
- eBook: Cloud Business Transformation - com os principais conceitos e melhores práticas
- Se houver reuniões de execução, então, para cada reunião escreveremos um relatório com discussões, decisões e recomendações

Elaboração do Catálogo de Ofertas (Service Catalog)

A metodologia de "empacotamento" permite que a empresa **desenhe ofertas de produtos e serviços** dispostos de uma maneira que **aumente o desempenho da equipe de vendas** e o **desempenho da equipe de operações**. A equipe de vendas, venderá prioritariamente, o que está no catálogo e a equipe de operações utilizará elementos e componentes replicáveis para implementar os projetos de maneira mais rápida e eficiência, e terá elementos e componentes para vender extensão de serviços aos clientes, quando necessário.

O resultado é aumento de margem de lucro.

Ao final do projeto a empresa terá um o catálogo de ofertas e as equipes de vendas e operações treinadas para utilizá-lo e mantê-lo como peça central de estruturação e ofertas dos produtos e serviços.

A quem se destina e quem deveria participar

Empresas que querem aumentar sua margem de lucro (EBITDA) através de eficiência em vendas e operações
Recomendamos a participação do Diretor de Vendas, Diretor de Marketing e Diretor de Operações

Principais KPI (indicadores) que serão trabalhadas no projeto

- Número de ofertas no catálogo
- % de propostas geradas com base nas ofertas do catálogo
- % do trabalho operacional feito com base nas ofertas do catálogo
- Número de elementos adicionais oferecidos pela equipe de serviços para o cliente
- Redução do ciclo de vendas
- Aumento de margem de lucro da área operacional

Etapas do projeto:

1 - Reunião de kick-off

Nesta reunião:

- Definiremos quem são os stakeholders (interessados), contatos e ponto focal para o projeto em cada uma das empresas (Contratante e Contratada), com telefones e e-mails dos envolvidos
- Repassaremos o cronograma, revisando as datas para cada uma das interações (reuniões, relatórios, etc.) em cada etapa do projeto, e fazendo eventuais ajustes
- Repassaremos os objetivos, etapas e entregas do projeto para assegurar que todos tenham as mesmas informações
- Definiremos as pessoas que participarão em cada etapa do projeto

Tempo previsto: 1 hora de reunião

2 - Entrevista com os principais executivos envolvidos no projeto

O objetivo desta etapa é entender os direcionadores para o projeto, incluindo:

- Histórico da empresa no mercado, organograma, número de profissionais e de clientes
- Crescimento dos últimos anos e crescimento planejado
- Principais produtos e serviços, principais casos de sucesso
- Histórico de marketing, vendas e operações
- Percepção dos principais desafios
- Fatores que impactam a margem de lucro
- Recomendações para o projeto

Tempo previsto: 1 hora de entrevista

3 - Preparação da ADVANCE (ajustes em slides, material e portal)

Nesta etapa a ADVANCE:

- Organizará o material coletado até o momento
- Buscará informações no mercado para usar como balizadores no projeto
- Fará uma lista de novas ideias e perspectivas para o projeto
- Preparará slides e material de apoio para usar nas próximas
- Criará um portal, password-protected, para publicar todos os documentos do projeto

Tempo previsto: 3 dias de trabalho interno da ADVANCE

4 - Primeira reunião de discussão executiva

Nesta etapa vamos apresentar conceitos, melhores práticas e abrir para discussões incluindo:

- Desenhando a primeira lista de ofertas
 - Quais são os produtos e serviços mais vendidos ou consumidos?
 - Definição da "Linha A" (por estratégia, margem ou conveniência)
 - Como podemos empacotar ou quebrar em elementos os produtos da Linha A?
 - Quais os demais elementos e componentes e como vamos organizá-los?
- Estrutura das ofertas
 - Que campos e informações precisamos ter na visão interna e na visão externa?
 - Como precificar?
 - Quem fará o detalhamento e a manutenção das ofertas no catálogo?
 - Quem será o responsável por atualização de preços?
 - Teremos um comitê gestor do catálogo com reuniões semestrais?

Tempo previsto: 4 horas de discussão executiva

5 - Segunda reunião de discussão executiva

Nesta etapa vamos apresentar conceitos, melhores práticas e abrir para discussões incluindo:

- Preparação de marketing e vendas
 - Estratégia e ações de comunicação do catálogo de ofertas
 - Treinamento da equipe de vendas com argumentação e posicionamento
 - Como registrar uso, eficiência e aprendizados
- Preparação da equipe de operações
 - Como desdobrar o catálogo de ofertas em biblioteca de elementos replicáveis
 - Como aumentar a aderência ao uso dos elementos replicáveis
 - Quais os elementos adicionais que podem e devem ser oferecidos ao cliente?
 - Como oferecer os elementos adicionais e aumentar o consumo do cliente?
- Plano de ações

Tempo previsto: 4 horas de discussão executiva

6 - Elaboração do plano de 180 dias

Nesta etapa a ADVANCE escreverá o relatório final do projeto com todas as informações coletadas, discussões feitas, decisões tomadas durante o projeto, e as recomendações da ADVANCE. Adicionalmente montaremos uma planilha Excel com uma proposta de atividades para serem discutidas na próxima etapa

Tempo previsto: 1 semana de trabalho interno da ADVANCE

7 - Validação do plano de 180 dias e envio do relatório final

Nesta reunião a ADVANCE apresentará o plano de ações com a recomendação de todas as atividades necessárias e, junto com todos os participantes do projeto, decidirá sobre prioridade, patrocinador ou responsável, data inicial e data limite para cada atividade

Tempo previsto: 3 horas de reunião

[Opcional] Reuniões de acompanhamento da execução do plano

A ADVANCE participará das reuniões periódicas de acompanhamento da execução do plano, assegurando que todas as atividades estejam sendo executadas e fornecendo dicas e instrumentos para acelerar, ainda mais, a execução. Recomendamos 6 reuniões mensais de 2 horas cada reunião.

Entregas

A ADVANCE criará um portal, password-protected, para publicar todos os documentos do projeto, incluindo:

- Formulário de Profit Margin Evolution para detalhar estratégias e ações para evoluir a empresa
- Relatório final do projeto com as estratégias e plano de ações de implementação do projeto
- Slides utilizados no projeto e vídeo-gravação das sessões - caso a empresa tenha autorizado
- Se houver reuniões de execução, então, para cada reunião escreveremos um relatório com discussões, decisões e recomendações

Aumento da margem de lucro (Profitability Increase)

A margem de lucro é o principal combustível das empresas e deveria ser, periodicamente, analisada em busca de melhorias.

Nesta consultoria vamos olhar os 2 macro-vetores de composição de lucro: Receitas e Despesas. A discussão de receita envolve aspectos mais estratégicos como elaboração de novos produtos ou empacotamentos, ou criação de valor para o mercado. Já na discussão de despesas olhamos os aspectos operacionais e os "comedores" de eficiência em processos ou alocação de pessoas

Ao final do projeto a empresa terá um plano com estratégias para reduzir os "consumidores de margem" em cada uma das áreas, estratégias de marketing e vendas para criar e posicionar ofertas mais rentáveis, estratégias para aumento de eficiência em operações, e um plano de ações para EVOLUIR sua margem de lucro

A quem se destina e quem deveria participar

Empresas que querem aumentar sua margem de lucro (EBITDA)

Recomendamos a participação do Diretor de Vendas, Diretor de Marketing e Diretor de Operações

Principais KPI (indicadores) que serão trabalhadas no projeto

- Vendas, faturamento e EBITDA (DRE e despesas)
- MRR (Monthly Recurring Revenue), ARR (Annual Recurring Revenue) e RNM (Recurring Net Margin)
- Alocação de horas de profissionais de serviços e operações

Etapas do projeto:

1 - Reunião de kick-off

Nesta reunião:

- Definiremos quem são os stakeholders (interessados), contatos e ponto focal para o projeto em cada uma das empresas (Contratante e Contratada), com telefones e e-mails dos envolvidos
- Repassaremos o cronograma, revisando as datas para cada uma das interações (reuniões, relatórios, etc.) em cada etapa do projeto, e fazendo eventuais ajustes
- Repassaremos os objetivos, etapas e entregas do projeto para assegurar que todos tenham as mesmas informações
- Definiremos as pessoas que participarão em cada etapa do projeto

Tempo previsto: 1 hora de reunião

2 - Entrevista com os principais executivos envolvidos no projeto

O objetivo desta etapa é entender os direcionadores para o projeto, incluindo:

- Histórico da empresa no mercado, organograma, número de profissionais e de clientes
- Crescimento dos últimos anos e crescimento planejado
- Principais produtos e serviços, principais casos de sucesso
- Histórico de marketing, vendas e operações
- Percepção dos principais desafios
- Fatores que impactam a margem de lucro
- Recomendações para o projeto

Tempo previsto: 1 hora de entrevista

3 - Preparação da ADVANCE (ajustes em slides, material e portal)

Nesta etapa a ADVANCE:

- Organizará o material coletado até o momento
- Buscará informações no mercado para usar como balizadores no projeto
- Fará uma lista de novas ideias e perspectivas para o projeto
- Preparará slides e material de apoio para usar nas próximas
- Criará um portal, password-protected, para publicar todos os documentos do projeto

Tempo previsto: 3 dias de trabalho interno da ADVANCE

4 - Primeira reunião de discussão executiva

Nesta etapa vamos apresentar conceitos, melhores práticas e abrir para discussões incluindo:

- Análise de margem por área
 - Identificação de "consumidores de margem"
- Discussão de preço: custos, percepção de mercado, concorrência e estratégia da empresa
- Marketing
 - Estamos com os produtos certos, embalagens certos, preços certos?
 - Estamos mercado-alvo certo?
- Vendas
 - Desconto médio aplicado nos últimos meses
 - Temos discurso de VALOR para evitar descontos?
 - Temos ofertas-satélite para aumentar o ticket médio?
 - Temos "gifts" para dar ao invés de descontos?

Tempo previsto: 4 horas de discussão executiva

5 - Segunda reunião de discussão executiva

Nesta etapa vamos apresentar conceitos, melhores práticas e abrir para discussões incluindo:

- Operações
 - Qual nossa eficiência operacional?
 - O que podemos criar de elementos replicáveis?
 - O que podemos automatizar ou robotizar?
 - Onde podemos aplicar AI/GenAI?
- Plano de ações

Tempo previsto: 4 horas de discussão executiva

6 - Elaboração do plano de 180 dias

Nesta etapa a ADVANCE escreverá o relatório final do projeto com todas as informações coletadas, discussões feitas, decisões tomadas durante o projeto, e as recomendações da ADVANCE. Adicionalmente montaremos uma planilha Excel com uma proposta de atividades para serem discutidas na próxima etapa

Tempo previsto: 1 semana de trabalho interno da ADVANCE

7 - Validação do plano de 180 dias e envio do relatório final

Nesta reunião a ADVANCE apresentará o plano de ações com a recomendação de todas as atividades necessárias e, junto com todos os participantes do projeto, decidirá sobre prioridade, patrocinador ou responsável, data inicial e data limite para cada atividade

Tempo previsto: 3 horas de reunião

[Opcional] Reuniões de acompanhamento da execução do plano

A ADVANCE participará das reuniões periódicas de acompanhamento da execução do plano, assegurando que todas as atividades estejam sendo executadas e fornecendo dicas e instrumentos para acelerar, ainda mais, a execução. Recomendamos 6 reuniões mensais de 2 horas cada reunião.

Entregas

A ADVANCE criará um portal, password-protected, para publicar todos os documentos do projeto, incluindo:

- Formulário de Profit Margin Evolution para detalhar estratégias e ações para evoluir a empresa
- Relatório final do projeto com as estratégias e plano de ações de implementação do projeto
- Slides utilizados no projeto e vídeo-gravação das sessões - caso a empresa tenha autorizado
- Se houver reuniões de execução, então, para cada reunião escreveremos um relatório com discussões, decisões e recomendações

Change Management (gestão de mudanças)

Nesta consultoria vamos guiar sua empresa (OU O SEU CLIENTE) no processo de identificação, planejamento e implementação de uma grande mudança, evolução ou reviravolta. Definiremos um plano com estratégia e ações. Discutiremos sobre seus colaboradores - os promotores e detratores da mudança, seus motivadores e medos - e como lidar com cada um deles, mostrando-lhes uma proposta de VALOR e garantindo que os colaboradores estejam alinhados e trabalhando para a mudança.

A tecnologia CLOUD é um dos principais impulsionadores de mudança no mercado. Algumas empresas querem mudar o seu modelo de negócios para aproveitar ao máximo as oportunidades da CLOUD, incluindo Automação de Processos de Negócios, Aprendizado de Máquina e Inteligência Artificial. Algumas empresas desejam modernizar e monetizar suas soluções de software. Alguns querem repensar seus produtos e serviços. Alguns querem reduzir custos e redesenhar seu organograma. Todas essas mudanças envolvem PESSOAS. Esta consultoria é sobre PESSOAS - fazer com que elas passem pelas mudanças que você planejou - de maneira mais tranquila e rápida.

Muitas empresas de tecnologia usam o People Evolution (change management) para acelerar o processo de mudança dentro de seus clientes.

Ao final do projeto a sua empresa (ou o seu cliente) terá um plano com estratégias e um plano de ações para EVOLUIR e mudar.

A quem se destina e quem deveria participar

Empresas passando ou dispostas a passar por grandes mudanças, evoluções ou reviravoltas.

Recomendamos a participação do CEO, Diretor de Vendas e Marketing e Diretor de Operações, RH e Financeiro

Principais KPI (indicadores) que serão trabalhadas no projeto

- Planejado x realizado
- Identificação e promoção de influenciadores positivos
- Identificação e remoção de obstáculos
- Identificação e promoção de aceleradores

Etapas do projeto:

1 - Reunião de kick-off

Nesta reunião:

- Definiremos quem são os stakeholders (interessados), contatos e ponto focal para o projeto em cada uma das empresas (Contratante e Contratada), com telefones e e-mails dos envolvidos
- Repassaremos o cronograma, revisando as datas para cada uma das interações (reuniões, relatórios, etc.) em cada etapa do projeto, e fazendo eventuais ajustes
- Repassaremos os objetivos, etapas e entregas do projeto para assegurar que todos tenham as mesmas informações
- Definiremos as pessoas que participarão em cada etapa do projeto

Tempo previsto: 1 hora de reunião

2 - Entrevista com os principais executivos envolvidos no projeto

O objetivo desta etapa é entender os direcionadores para o projeto, incluindo:

- Histórico da empresa no mercado
- Histórico de marketing, vendas, operações, RH e financeiro
- Percepção dos principais desafios
- Recomendações para o projeto

Tempo previsto: 1 hora de entrevista

3 - Preparação da ADVANCE (ajustes em slides, material e portal)

Nesta etapa a ADVANCE:

- Organizará o material coletado até o momento
- Buscará informações no mercado para usar como balizadores no projeto
- Fará uma lista de novas ideias e perspectivas para o projeto
- Preparará slides e material de apoio para usar nas próximas
- Criará um portal, password-protected, para publicar todos os documentos do projeto

Tempo previsto: 3 dias de trabalho interno da ADVANCE

4 - Primeira reunião de discussão executiva

Nesta etapa vamos apresentar conceitos, melhores práticas e abrir para discussões incluindo:

- Entendendo o processo de mudança
 - Como as pessoas se envolvem e como refratam mudanças
 - Os 4 perfis comportamentais: características, motivadores e medos
 - O mecanismo de comunicação interpessoal, transgressores e mecanismo de defesa
- Quais as mudanças à vista
 - Quem ganha e quem perde com a mudança
 - Quem patrocinaria e quem refrataria a mudança
- Definindo o plano para a mudança
 - Metas e objetivos
 - Proposta de VALOR
 - Como criar um senso de urgência
 - Como comunicar a visão, plano e urgência
 - Como promover casos de sucesso para acelerar a adoção da mudança

Tempo previsto: 4 horas de discussão executiva

5 - Segunda reunião de discussão executiva

Nesta etapa vamos apresentar conceitos, melhores práticas e abrir para discussões incluindo:

- Como acelerar o processo da mudança
- Plano de ações
 - Patrocinadores, responsáveis, data de início e data limite

Tempo previsto: 4 horas de discussão executiva

6 - Elaboração do plano de 180 dias

Nesta etapa a ADVANCE escreverá o relatório final do projeto com todas as informações coletadas, discussões feitas, decisões tomadas durante o projeto, e as recomendações da ADVANCE. Adicionalmente montaremos uma planilha Excel com uma proposta de atividades para serem discutidas na próxima etapa

Tempo previsto: 1 semana de trabalho interno da ADVANCE

7 - Validação do plano de 180 dias e envio do relatório final

Nesta reunião a ADVANCE apresentará o plano de ações com a recomendação de todas as atividades necessárias e, junto com todos os participantes do projeto, decidirá sobre prioridade, patrocinador ou responsável, data inicial e data limite para cada atividade

Tempo previsto: 3 horas de reunião

[Opcional] Reuniões de acompanhamento da execução do plano

A ADVANCE participará das reuniões periódicas de acompanhamento da execução do plano, assegurando que todas as atividades estejam sendo executadas e fornecendo dicas e instrumentos para acelerar, ainda mais, a execução. Recomendamos 6 reuniões mensais de 2 horas cada reunião.

Entregas

A ADVANCE criará um portal, password-protected, para publicar todos os documentos do projeto, incluindo:

- Formulário de People Evolution (Change Management) para detalhar estratégias e ações para evoluir a empresa
- Relatório final do projeto com as estratégias e plano de ações de implementação do projeto
- Slides utilizados no projeto e vídeo-gravação das sessões - caso a empresa tenha autorizado
- eBook: Cloud Business Transformation - com os principais conceitos e melhores práticas
- Se houver reuniões de execução, então, para cada reunião escreveremos um relatório com discussões, decisões e recomendações

Criando e vendendo uma oferta de GenAI

Nesta consultoria vamos ajudar sua empresa entender os fundamentos da Inteligência Artificial Generativa (GenAI), e vamos discutir aplicabilidade da GenAI para sua empresa e para seus clientes. Vamos criar uma lista de possíveis usos e, usar uma matriz de prioridades, para definir as 2 melhores alternativas para você começar um projeto de GenAI.

Ao final do projeto a empresa terá um plano com análise das alternativas, uso da matriz de priorização para escolha dos dois projetos com maior probabilidade de sucesso, estratégias para piloto, prova de conceito e testes com cliente, e um plano de ações para EVOLUIR com uso de GenAI para sua empresa ou como oferta para o mercado.

A quem se destina e quem deveria participar

Empresas que querem usar GenAI para melhorar sua produtividade ou para oferecer soluções ao mercado
Recomendamos a participação do Diretor de Vendas, Diretor de Marketing e Diretor de Operações

Principais KPI (indicadores) que serão trabalhadas no projeto

- Escolha de 2 projetos baseado em uma matriz de critérios de sucesso
- Treinamento da equipe para uso de GenAI
- Piloto e prova de conceito dos 2 projetos escolhidos

Etapas do projeto:

1 - Reunião de kick-off

Nesta reunião:

- Definiremos quem são os stakeholders (interessados), contatos e ponto focal para o projeto em cada uma das empresas (Contratante e Contratada), com telefones e e-mails dos envolvidos
- Repassaremos o cronograma, revisando as datas para cada uma das interações (reuniões, relatórios, etc.) em cada etapa do projeto, e fazendo eventuais ajustes
- Repassaremos os objetivos, etapas e entregas do projeto para assegurar que todos tenham as mesmas informações
- Definiremos as pessoas que participarão em cada etapa do projeto

Tempo previsto: 1 hora de reunião

2 - Entrevista com os principais executivos envolvidos no projeto

O objetivo desta etapa é entender os direcionadores para o projeto, incluindo:

- Histórico da empresa no mercado
- Histórico de marketing, vendas e atuação com GenAI
- Percepção dos principais desafios
- Recomendações para o projeto

Tempo previsto: 1 hora de entrevista

3 - Preparação da ADVANCE (ajustes em slides, material e portal)

Nesta etapa a ADVANCE:

- Organizará o material coletado até o momento
- Buscará informações no mercado para usar como balizadores no projeto
- Fará uma lista de novas ideias e perspectivas para o projeto
- Preparará slides e material de apoio para usar nas próximas
- Criará um portal, password-protected, para publicar todos os documentos do projeto

Tempo previsto: 3 dias de trabalho interno da ADVANCE

4 - Primeira reunião de discussão executiva

Nesta etapa vamos apresentar conceitos, melhores práticas e abrir para discussões incluindo:

- Fundamentos de IA e GenAI
 - Termos básicos, modelos, serviços, aplicativos e oportunidades
 - Uso de produtos de mercado para gerar soluções rápidas de GenAI
- Casos de uso e exemplos
- Discussão de onde a GenAI poderia ser utilizada na sua empresa
- Discussão de onde a GenAI poderia ser utilizada nos seus clientes ou potenciais clientes, incluindo:
 - Aprimorando a experiência do cliente
 - Criação de Conteúdo
 - Produtividade dos funcionários
 - Otimização de Processos
 - Melhorando as operações de negócios
 - Desenvolvendo uma nova solução

Tempo previsto: 4 horas de discussão executiva

5 - Segunda reunião de discussão executiva

Nesta etapa vamos apresentar conceitos, melhores práticas e abrir para discussões incluindo:

- Uso da matriz de prioridades para escolha dos 2 melhores projetos, incluindo:
 - Facilidade para oferecer ao mercado e vender aos clientes
 - Facilidade de implementar
 - Facilidade de replicar
 - Valor estratégico para sua empresa
 - Receita potencial
- Plano de ações

Tempo previsto: 4 horas de discussão executiva

6 - Elaboração do plano de 180 dias

Nesta etapa a ADVANCE escreverá o relatório final do projeto com todas as informações coletadas, discussões feitas, decisões tomadas durante o projeto, e as recomendações da ADVANCE. Adicionalmente montaremos uma planilha Excel com uma proposta de atividades para serem discutidas na próxima etapa

Tempo previsto: 1 semana de trabalho interno da ADVANCE

7 - Validação do plano de 180 dias e envio do relatório final

Nesta reunião a ADVANCE apresentará o plano de ações com a recomendação de todas as atividades necessárias e, junto com todos os participantes do projeto, decidirá sobre prioridade, patrocinador ou responsável, data inicial e data limite para cada atividade

Tempo previsto: 3 horas de reunião

[Opcional] Reuniões de acompanhamento da execução do plano

A ADVANCE participará das reuniões periódicas de acompanhamento da execução do plano, assegurando que todas as atividades estejam sendo executadas e fornecendo dicas e instrumentos para acelerar, ainda mais, a execução. Recomendamos 6 reuniões mensais de 2 horas cada reunião.

Entregas

A ADVANCE criará um portal, password-protected, para publicar todos os documentos do projeto, incluindo:

- Formulário de GenAI para detalhar estratégias e ações para evoluir a empresa
- Relatório final do projeto com as estratégias e plano de ações de implementação do projeto
- Slides utilizados no projeto e vídeo-gravação das sessões - caso a empresa tenha autorizado
- Muito material adicional sobre GenAI e aplicabilidade
- Se houver reuniões de execução, então, para cada reunião escreveremos um relatório com discussões, decisões e recomendações

Marketing orientado a vendas (Marketing to Sales)

A metodologia de "Planejamento integrado de ações de marketing e 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.

Ao final do projeto a empresa terá um plano com estratégias, posicionamento e diferencial competitivo, objetivos de vendas e metas para cada uma das etapas do funil, baseado nas taxas de conversão, ticket médio e ciclo médio de vendas, táticas de abordagem aos clientes e um plano de ações para EVOLUIR seu marketing, gerando impactos diretos em vendas

A quem se destina e quem deveria participar

Empresas que querem transformar marketing em máquina de apoio a vendas
Recomendamos a participação do Diretor de Vendas e Diretor de Marketing

Principais KPI (indicadores) que serão trabalhadas no projeto

- MRR (Monthly Recurring Revenue), ARR (Annual Recurring Revenue) e RNM (Recurring Net Margin)
- Venda na base x venda para novos clientes (new logos)
- Curva ABC de vendas por cliente
- Mix de produtos (venda por produto)
- CLTV (Customer LifeTime Value)
- Campanhas de marketing, geração de demanda e de oportunidades (leads)
- Número de clientes publicamente referenciáveis

Etapas do projeto:

1 - Reunião de kick-off

Nesta reunião:

- Definiremos quem são os stakeholders (interessados), contatos e ponto focal para o projeto em cada uma das empresas (Contratante e Contratada), com telefones e e-mails dos envolvidos
- Repassaremos o cronograma, revisando as datas para cada uma das interações (reuniões, relatórios, etc.) em cada etapa do projeto, e fazendo eventuais ajustes
- Repassaremos os objetivos, etapas e entregas do projeto para assegurar que todos tenham as mesmas informações
- Definiremos as pessoas que participarão em cada etapa do projeto

Tempo previsto: 1 hora de reunião

2 - Entrevista com os principais executivos envolvidos no projeto

O objetivo desta etapa é entender os direcionadores para o projeto, incluindo:

- Histórico da empresa no mercado
- Histórico de marketing e impacto em vendas
- Percepção dos principais desafios
- Recomendações para o projeto

Tempo previsto: 1 hora de entrevista

3 - Preparação da ADVANCE (ajustes em slides, material e portal)

Nesta etapa a ADVANCE:

- Organizará o material coletado até o momento
- Buscará informações no mercado para usar como balizadores no projeto
- Fará uma lista de novas ideias e perspectivas para o projeto
- Preparará slides e material de apoio para usar nas próximas
- Criará um portal, password-protected, para publicar todos os documentos do projeto

Tempo previsto: 3 dias de trabalho interno da ADVANCE

4 - Primeira reunião de discussão executiva

Nesta etapa vamos apresentar conceitos, melhores práticas e abrir para discussões incluindo:

- 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)
- Problemas identificados - Lista de problemas (quais os problemas do cliente que você resolve?)
- Estratégia centrada no cliente - Como deveria ser o seu cliente ideal? (ICP = Ideal Customer Profile)
- Objetivos para o próximo ano
 - Total de vendas esperado para o próximo ano comercial (base e "receita nova")
 - Ticket médio dos negócios e ciclo médio de vendas
 - Número de negócios e clientes que serão necessários para atingir o objetivo de "receita nova"
- Velocidade e taxa de conversão do funil
- Revisão do material de marketing (website, folhetos, PPTs para equipe de vendas, etc.)

Tempo previsto: 4 horas de discussão executiva

5 - Segunda reunião de discussão executiva

Nesta etapa vamos apresentar conceitos, melhores práticas e abrir para discussões incluindo:

- Táticas
 - Táticas para novos clientes
 - Nome de novos potenciais (como achar o nome dos potenciais clientes?)
 - Posicionado na categoria (como se tornar reconhecido como fornecedor na categoria?)
 - Interesse estabelecido (como despertar o interesse do potencial cliente?)
 - Carência reconhecida (como fazer o cliente expressar seu problema?)
 - Necessidade acordada (como fazer o cliente explicitar que a solução atende suas necessidades?)
 - Ofertas entendidas (como fazer o cliente concordar que a proposta está dentro do esperado?)
 - Preferência formada (como fazer o cliente mostrar que prefere sua solução?)
 - Decisão tomada (como fazer o cliente decidir sobre a sua solução?)
 - Táticas de venda na base
- Plano de ações

Tempo previsto: 4 horas de discussão executiva

6 - Elaboração do plano de 180 dias

Nesta etapa a ADVANCE escreverá o relatório final do projeto com todas as informações coletadas, discussões feitas, decisões tomadas durante o projeto, e as recomendações da ADVANCE. Adicionalmente montaremos uma planilha Excel com uma proposta de atividades para serem discutidas na próxima etapa

Tempo previsto: 1 semana de trabalho interno da ADVANCE

7 - Validação do plano de 180 dias e envio do relatório final

Nesta reunião a ADVANCE apresentará o plano de ações com a recomendação de todas as atividades necessárias e, junto com todos os participantes do projeto, decidirá sobre prioridade, patrocinador ou responsável, data inicial e data limite para cada atividade

Tempo previsto: 3 horas de reunião

[Opcional] Reuniões de acompanhamento da execução do plano

A ADVANCE participará das reuniões periódicas de acompanhamento da execução do plano, assegurando que todas as atividades estejam sendo executadas e fornecendo dicas e instrumentos para acelerar, ainda mais, a execução. Recomendamos 6 reuniões mensais de 2 horas cada reunião.

Entregas

A ADVANCE criará um portal, password-protected, para publicar todos os documentos do projeto, incluindo:

- Formulário de Marketing to Sales para detalhar estratégias e ações para evoluir a empresa
- Relatório final do projeto com as estratégias e plano de ações de implementação do projeto
- Slides utilizados no projeto e vídeo-gravação das sessões - caso a empresa tenha autorizado
- eBook: Plano de marketing orientado a vendas - com os principais conceitos e melhores práticas
- Se houver reuniões de execução, então, para cada reunião escreveremos um relatório com discussões, decisões e recomendações

Growth e operações de marketing

O ambiente de negócios para as empresas está cada vez mais desafiador, com a concorrência nacional e internacional mais ativa do que nunca. Para se manterem competitivas, as empresas precisam crescer. Ficar parado significa que os concorrentes que andarem mais rápido ficarão à frente. Neste aspecto, a área de marketing tem um papel fundamental no **crescimento das vendas e rentabilidade**

Esta consultoria combina técnicas avançadas de **Growth (Crescimento)** e **Operações de Marketing** que fornecem às equipes conhecimentos sobre estratégias, técnicas e práticas de Marketing que efetivamente geram **crescimento de vendas**. As disciplinas ministradas neste curso formam uma combinação forte de conhecimentos que criam condições para um **crescimento robusto e sustentável** no curto, médio e longo prazos

Ao final do projeto a empresa terá um plano com estratégias para marketing de produtos (criação e lançamento), marketing de growth (campanhas e geração de demanda), ABM (identificar e engajar o cliente), operações de marketing (estrutura e gerenciamento) e um plano de ações para EVOLUIR seu marketing gerando vendas efetivas

A quem se destina e quem deveria participar

Empresas que querem que seu Marketing tenha um papel fundamental em vendas
Recomendamos a participação do Diretor de Vendas e Diretor de Marketing

Principais KPI (indicadores) que serão trabalhadas no projeto

- Roadmap de produtos
- Posicionamento de produtos
- Eficiência em operações de marketing
- Vendas impactadas por marketing
- Vendas impactadas por inteligência de marketing

Etapas do projeto:

1 - Reunião de kick-off

Nesta reunião:

- Definiremos quem são os stakeholders (interessados), contatos e ponto focal para o projeto em cada uma das empresas (Contratante e Contratada), com telefones e e-mails dos envolvidos
- Repassaremos o cronograma, revisando as datas para cada uma das interações (reuniões, relatórios, etc.) em cada etapa do projeto, e fazendo eventuais ajustes
- Repassaremos os objetivos, etapas e entregas do projeto para assegurar que todos tenham as mesmas informações
- Definiremos as pessoas que participarão em cada etapa do projeto

Tempo previsto: 1 hora de reunião

2 - Entrevista com os principais executivos envolvidos no projeto

O objetivo desta etapa é entender os direcionadores para o projeto, incluindo:

- Histórico da empresa no mercado
- Histórico de marketing e vendas
- Histórico das campanhas de marketing
- Percepção dos principais desafios
- Recomendações para o projeto

Tempo previsto: 1 hora de entrevista

3 - Preparação da ADVANCE (ajustes em slides, material e portal)

Nesta etapa a ADVANCE:

- Organizará o material coletado até o momento
- Buscará informações no mercado para usar como balizadores no projeto
- Fará uma lista de novas ideias e perspectivas para o projeto
- Preparará slides e material de apoio para usar nas próximas
- Criará um portal, password-protected, para publicar todos os documentos do projeto

Tempo previsto: 3 dias de trabalho interno da ADVANCE

4 - Primeira reunião de discussão executiva

Nesta etapa vamos apresentar conceitos, melhores práticas e abrir para discussões incluindo:

- Marketing de Produtos
 - Criação de valor, ganhos e benefícios para o cliente
 - Desenho de soluções: propostas de valor e modelos de receita recorrente
 - Roadmap de produtos: criando e divulgando a jornada de evoluções
 - Estratégia de preços: determinando o preço certo para seu produto ou serviço
 - Como fazer o lançamento ou relançamento de ofertas
- Estratégias de Growth (Crescimento)
 - Como e onde usar automação de marketing e inteligência artificial
 - Como criar um engenho eficiente de geração de demanda
 - Mídia digital paga: como e quando usar
 - Outbound Marketing de maneira eficiente

Tempo previsto: 4 horas de discussão executiva

5 - Segunda reunião de discussão executiva

Nesta etapa vamos apresentar conceitos, melhores práticas e abrir para discussões incluindo:

- ABM: Account Based Marketing
 - Identificação e priorizando as contas a serem trabalhadas
 - Como identificar e mapear as personas (com quem queremos falar)
 - Como personalizar o conteúdo para cada persona
 - Como engajar o cliente e aumentar o consumo
- Operação de Marketing
 - Definindo a estrutura ideal do time de marketing
 - Gestão da mudança: pessoas, processos e tecnologia
 - Como definir e gerenciar através de indicadores de desempenhos (KPIs ou OKRs)
 - Como integrar as áreas de marketing, vendas e produtos
- Plano de ações

Tempo previsto: 4 horas de discussão executiva

6 - Elaboração do plano de 180 dias

Nesta etapa a ADVANCE escreverá o relatório final do projeto com todas as informações coletadas, discussões feitas, decisões tomadas durante o projeto, e as recomendações da ADVANCE. Adicionalmente montaremos uma planilha Excel com uma proposta de atividades para serem discutidas na próxima etapa

Tempo previsto: 1 semana de trabalho interno da ADVANCE

7 - Validação do plano de 180 dias e envio do relatório final

Nesta reunião a ADVANCE apresentará o plano de ações com a recomendação de todas as atividades necessárias e, junto com todos os participantes do projeto, decidirá sobre prioridade, patrocinador ou responsável, data inicial e data limite para cada atividade

Tempo previsto: 3 horas de reunião

[Opcional] Reuniões de acompanhamento da execução do plano

A ADVANCE participará das reuniões periódicas de acompanhamento da execução do plano, assegurando que todas as atividades estejam sendo executadas e fornecendo dicas e instrumentos para acelerar, ainda mais, a execução. Recomendamos 6 reuniões mensais de 2 horas cada reunião.

Entregas

A ADVANCE criará um portal, password-protected, para publicar todos os documentos do projeto, incluindo:

- Formulário de **Growth and Marketing Operations** para detalhar estratégias e ações para evoluir a empresa
- Relatório final do projeto com as estratégias e plano de ações de implementação do projeto
- Slides utilizados no projeto e vídeo-gravação das sessões - caso a empresa tenha autorizado
- eBook: Plano de marketing orientado a vendas - com os principais conceitos e melhores práticas
- Se houver reuniões de execução, então, para cada reunião escreveremos um relatório com discussões, decisões e recomendações

Geração de oportunidades (Lead Generation)

A equipe de vendas precisa de um combustível precioso para funcionar. O nome deste combustível é "**leads**" ou "oportunidades". Sem **leads** o vendedor não tem o que fazer e as vendas simplesmente não acontecem.

Até pouco tempo atrás deixávamos o vendedor prospectar e descobrir seus próprios leads, mas hoje sabemos que isto é um grande erro. As empresas que querem ter alta taxa de crescimento devem alocar recurso para, de maneira exclusiva, fazer as prospecções, passando os leads mapeados para os vendedores. Este recurso ganha o nome de **SDR** (Sales Development Representative).

Nesta consultoria vamos trabalhar com a metodologia desenvolvida pela ADVANCE para estruturar o trabalho do SDR, desde a parte do planejamento até a geração e acompanhamento do lead.

Ao final do projeto a empresa terá um plano com estratégias, metas e indicadores de desempenho, definição do mercado-alvo e segmentação, posicionamento e abordagem, roteiros e um plano de ações para EVOLUIR sua prospecção de oportunidades.

A quem se destina e quem deveria participar

Empresas que querem aumentar o número de oportunidades prospectadas

Recomendamos a participação do Diretor de Vendas, Diretor de Marketing, time responsável pela prospecção

Principais KPI (indicadores) que serão trabalhadas no projeto

- Número de clientes e número de ofertas
- Número de clientes a prospectar ou estimativa de prospecções na base
- Indicadores de Discovery: contato identificado, contato conectado, contato abordado, discovery feito
- # de Discovery que se transformaram em negócios fechados
- Indicadores negativos: non-identify, non-connect, connection refused, approach refused

Etapas do projeto:

1 - Reunião de kick-off

Nesta reunião:

- Definiremos quem são os stakeholders (interessados), contatos e ponto focal para o projeto em cada uma das empresas (Contratante e Contratada), com telefones e e-mails dos envolvidos
- Repassaremos o cronograma, revisando as datas para cada uma das interações (reuniões, relatórios, etc.) em cada etapa do projeto, e fazendo eventuais ajustes
- Repassaremos os objetivos, etapas e entregas do projeto para assegurar que todos tenham as mesmas informações
- Definiremos as pessoas que participarão em cada etapa do projeto

Tempo previsto: 1 hora de reunião

2 - Entrevista com os principais executivos envolvidos no projeto

O objetivo desta etapa é entender os direcionadores para o projeto, incluindo:

- Histórico da empresa no mercado
- Histórico de marketing e vendas
- Histórico de prospecção com roteiros, scripts e materiais
- Percepção dos principais desafios
- Recomendações para o projeto

Tempo previsto: 1 hora de entrevista

3 - Preparação da ADVANCE (ajustes em slides, material e portal)

Nesta etapa a ADVANCE:

- Organizará o material coletado até o momento
- Buscará informações no mercado para usar como balizadores no projeto
- Fará uma lista de novas ideias e perspectivas para o projeto
- Preparará slides e material de apoio para usar nas próximas
- Criará um portal, password-protected, para publicar todos os documentos do projeto

Tempo previsto: 3 dias de trabalho interno da ADVANCE

4 - Primeira reunião de discussão executiva

Nesta etapa vamos apresentar conceitos, melhores práticas e abrir para discussões incluindo:

- Metas e objetivos para a equipe de SDRs
- Definição dos indicadores de desempenho da equipe de SDRs
- Número de leads que deverão ser gerados mês-a-mês para garantir a meta de vendas
- Definição do mercado-alvo e segmentação
 - Segmentos de mercado com maior propensão de compra
 - Características das empresas e escolha da geografia-alvo
 - Definição das personas-alvo e características destas personas
 - Definição de onde conseguir os dados das empresas-alvo e personas-alvo
 - Definição do posicionamento de marketing
 - Características das ofertas, benefícios para os clientes, casos de sucesso e casos de uso
 - Diferenciais e posicionamento competitivo
 - Definição da estratégia de abordagem
 - Definição do roteiro What-If (e se...)
 - Integração com marketing: eventos e campanhas de marketing inbound e outbound que serão feitas ao longo do ano

Tempo previsto: 4 horas de discussão executiva

5 - Segunda reunião de discussão executiva

Nesta etapa vamos apresentar conceitos, melhores práticas e abrir para discussões incluindo:

- Definição do formulário de lead que o SDR passará para o vendedor
- Exercícios em aula para testar material, discurso e participantes
- Plano de ações

Tempo previsto: 4 horas de discussão executiva

6 - Elaboração do plano de 180 dias

Nesta etapa a ADVANCE escreverá o relatório final do projeto com todas as informações coletadas, discussões feitas, decisões tomadas durante o projeto, e as recomendações da ADVANCE. Adicionalmente montaremos uma planilha Excel com uma proposta de atividades para serem discutidas na próxima etapa

Tempo previsto: 1 semana de trabalho interno da ADVANCE

7 - Validação do plano de 180 dias e envio do relatório final

Nesta reunião a ADVANCE apresentará o plano de ações com a recomendação de todas as atividades necessárias e, junto com todos os participantes do projeto, decidirá sobre prioridade, patrocinador ou responsável, data inicial e data limite para cada atividade

Tempo previsto: 3 horas de reunião

[Opcional] Reuniões de acompanhamento da execução do plano

A ADVANCE participará das reuniões periódicas de acompanhamento da execução do plano, assegurando que todas as atividades estejam sendo executadas e fornecendo dicas e instrumentos para acelerar, ainda mais, a execução. Recomendamos 6 reuniões mensais de 2 horas cada reunião.

Entregas

A ADVANCE criará um portal, password-protected, para publicar todos os documentos do projeto, incluindo:

- Formulário de Estratégia e Roteiros para Prospecção para detalhar estratégias e ações para evoluir a empresa
- Relatório final do projeto com as estratégias e plano de ações de implementação do projeto
- Slides utilizados no projeto e vídeo-gravação das sessões - caso a empresa tenha autorizado
- Manual para prospecção de oportunidades (SDR) - com os principais conceitos e melhores práticas
- Se houver reuniões de execução, então, para cada reunião escreveremos um relatório com discussões, decisões e recomendações

Value Proposition (criação da proposta de valor das ofertas)

Nesta consultoria vamos guiar sua empresa através do processo de criação de VALOR para seus produtos e serviços. com argumentos que tornem as vendas mais fáceis e rápidas, mostrando os benefícios para o seu cliente e porque você é diferente e melhor que a concorrência. Discutiremos o valor ÚNICO de sua empresa e ofertas para que você ganhe valor competitivo no mercado.

Ao final do projeto a empresa terá um plano com estratégias e um plano de ações para EVOLUIR sua proposta de VALOR gerando uma conversa de negócios com seus clientes, e afastando-se dos descontos.

A quem se destina e quem deveria participar

Empresas que desejam definir uma proposta de VALOR para seus produtos e serviços
Recomendamos a participação do Diretor de Vendas e Diretor de Marketing

Principais KPI (indicadores) que serão trabalhadas no projeto

- Número de oportunidades no funil de vendas, pipeline e forecast
- Taxas de conversão no funil de vendas
- Ciclo médio de vendas e ticket médio

Etapas do projeto:

1 - Reunião de kick-off

Nesta reunião:

- Definiremos quem são os stakeholders (interessados), contatos e ponto focal para o projeto em cada uma das empresas (Contratante e Contratada), com telefones e e-mails dos envolvidos
- Repassaremos o cronograma, revisando as datas para cada uma das interações (reuniões, relatórios, etc.) em cada etapa do projeto, e fazendo eventuais ajustes
- Repassaremos os objetivos, etapas e entregas do projeto para assegurar que todos tenham as mesmas informações
- Definiremos as pessoas que participarão em cada etapa do projeto

Tempo previsto: 1 hora de reunião

2 - Entrevista com os principais executivos envolvidos no projeto

O objetivo desta etapa é entender os direcionadores para o projeto, incluindo:

- Histórico da empresa no mercado
- Histórico de marketing e vendas
- Histórico das campanhas de marketing e abordagem de vendas
- Percepção dos principais desafios
- Recomendações para o projeto

Tempo previsto: 1 hora de entrevista

3 - Preparação da ADVANCE (ajustes em slides, material e portal)

Nesta etapa a ADVANCE:

- Organizará o material coletado até o momento
- Buscará informações no mercado para usar como balizadores no projeto
- Fará uma lista de novas ideias e perspectivas para o projeto
- Preparará slides e material de apoio para usar nas próximas
- Criará um portal, password-protected, para publicar todos os documentos do projeto

Tempo previsto: 3 dias de trabalho interno da ADVANCE

4 - Primeira reunião de discussão executiva

Nesta etapa vamos apresentar conceitos, melhores práticas e abrir para discussões incluindo:

- Pontos fortes e fracos da sua empresa, produtos e serviços
- Quais os desafios (dores e necessidades) dos clientes que você resolve?
- Por que o cliente compraria sua solução? Quais os benefícios de negócio?
 - Inovação e Time to Market, risco, conformidade, estratégia, benefícios mensuráveis como aumento de vendas ou redução de custos
- Como escrever o discurso de elevador
 - Frase inicial de impacto (power numbers)
 - Dados sobre a empresa, produtos e serviços
 - Credenciais ou diferenciais
 - Benefício para o cliente e para o interlocutor
- Introdução ao Value Proposition Canvas

Tempo previsto: 4 horas de discussão executiva

5 - Segunda reunião de discussão executiva

Nesta etapa vamos apresentar conceitos, melhores práticas e abrir para discussões incluindo:

- Discutindo e preenchendo o Value Proposition Canvas
 - Perfil do cliente: Dores, ganhos e tarefas do cliente
 - Proposta de valor: produtos e serviços, criadores de ganho, aliviam as dores
- Definindo a estratégia de marketing e vendas, como resultado da Proposta de Valor
- Discutindo a Proposta de Valor para outros produtos ou serviços
- Plano de ações

Tempo previsto: 4 horas de discussão executiva

6 - Elaboração do plano de 180 dias

Nesta etapa a ADVANCE escreverá o relatório final do projeto com todas as informações coletadas, discussões feitas, decisões tomadas durante o projeto, e as recomendações da ADVANCE. Adicionalmente montaremos uma planilha Excel com uma proposta de atividades para serem discutidas na próxima etapa

Tempo previsto: 1 semana de trabalho interno da ADVANCE

7 - Validação do plano de 180 dias e envio do relatório final

Nesta reunião a ADVANCE apresentará o plano de ações com a recomendação de todas as atividades necessárias e, junto com todos os participantes do projeto, decidirá sobre prioridade, patrocinador ou responsável, data inicial e data limite para cada atividade

Tempo previsto: 3 horas de reunião

[Opcional] Reuniões de acompanhamento da execução do plano

A ADVANCE participará das reuniões periódicas de acompanhamento da execução do plano, assegurando que todas as atividades estejam sendo executadas e fornecendo dicas e instrumentos para acelerar, ainda mais, a execução. Recomendamos 6 reuniões mensais de 2 horas cada reunião.

Entregas

A ADVANCE criará um portal, password-protected, para publicar todos os documentos do projeto, incluindo:

- Formulário e canvas de Proposta de VALOR para detalhar estratégias e ações para evoluir a empresa
- Relatório final do projeto com as estratégias e plano de ações de implementação do projeto
- Slides utilizados no projeto e vídeo-gravação das sessões - caso a empresa tenha autorizado
- Se houver reuniões de execução, então, para cada reunião escreveremos um relatório com discussões, decisões e recomendações

Cronograma das consultorias

Consultoria	S1	S2	S3	S4	S5	S6	a cada 30 dias
1 - Reunião de kick-off	1 hora						
2 - Entrevista com os principais executivos envolvidos no projeto	1 hora						
3 - Preparação da ADVANCE (ajustes em slides, material e portal)		3 dias					
4 - Primeira reunião de discussão executiva			4 horas				
5 - Segunda reunião de discussão executiva				4 horas			
6 - Elaboração do plano de 180 dias					5 dias		
7 - Validação do plano de 180 dias e envio do relatório final						3 horas	
[Opcional] Reuniões de acompanhamento da execução do plano							2 horas

Reuniões de conselho consultivo

A implementação do **Conselho Consultivo** é uma das boas práticas recomendada para **Governança Corporativa**. O Conselheiro deve participar das reuniões mensais para discutir estratégias e ações da empresa visando aumento de competitividade e lucratividade, e acompanhar a execução do planejamento estratégico recomendando, quando necessários, ações e pontos de melhoria ou ajustes pela mudança de cenário e mercado. O Conselheiro deve, também, aconselhar os sócios, quando necessário, por telefone ou e-mail, com relação à estratégia da empresa e ações necessárias para sua execução, e facilitar o acesso dos sócios, quando necessário, a outros executivos de mercado que sejam da rede de relacionamentos da ADVANCE

A quem se destina e quem deveria participar

Empresas que desejam novo nível de maturidade e governança
Recomendamos a participação do C-Level (diretores)

Etapas propostas para este projeto de consultoria:

1 - Informações prévias para os conselheiros

A contratante deverá enviar, com um mínimo de 3 dias, as informações, dados, relatórios e slides que serão apresentados na reunião de conselho. O conselheiro deverá analisar todas as informações enviadas para que a reunião de conselho seja altamente produtiva.

2 - Reunião de conselho

Assuntos que normalmente fazem parte das pautas das reuniões de um conselho:

- **Conselho** - Elaboração e amadurecimento do modelo de conselho
- Estratégias de longo prazo
 - Crescimento orgânico e crescimento inorgânico (investimentos, alianças e fusões e aquisições)
 - Maximização de valor da empresa para os acionistas
 - Inovações, diferenciais e geração de valor para os clientes
- Planejamento estratégico
 - Acompanhamento do plano e ações de melhoria, busca de eficiência operacional e governança corporativa
- Administração e financeiro
 - Análise do ambiente e tendências
 - Estratégia da empresa, indicadores de desempenho, evolução dos resultados, projeções e cenários
 - Eficiência em processos, OPEX e CAPEX
- Recursos Humanos
 - Estrutura da empresa, competências e eficiências
 - Avaliação de desempenho atrelado a premiações e penalizações
 - Atração e retenção de talentos
- Marketing
 - Mercado-alvo e ações de marketing
 - Campanhas e resultados
 - Concorrência
- Vendas
 - Estratégia e ações de vendas
 - Forecast, pipeline e resultados

Tempo previsto: 4 horas de reunião

3 - Envio do relatório final

Depois da reunião o consultor da ADVANCE enviará um relatório com os principais resumo das discussões e decisões feitas, respostas para as perguntas feitas pela contratante e recomendações da ADVANCE. Incluiremos:

- Cópia dos slides apresentados e vídeo-gravação da sessão, se autorizada pelo cliente
- Planejado x Realizado
- Obstáculos identificados e como removê-los
- Riscos percebidos e como evitá-los
- Recomendações da ADVANCE

Tempo previsto: 2 dias úteis para envio do material

Projeto de análise do perfil comportamental da equipe de vendas

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. O relatório ainda aponta indicadores situacionais, gráfico de competências e estilo de liderança. Em especial, o teste de perfil comportamental mostra, também, a **propensão do profissional para trabalhar com vendas transacional, venda complexa, venda técnica, venda agressiva, SDR** (Sales Development Representative), **Customer Success**, ou gerenciando um time de vendas indiretas (**canais**)

Nos treinamentos de vendas mostraremos aos participantes como identificar o perfil comportamental dos seus clientes e como negociar melhor com cada um dos perfis.

Usamos a ferramenta de análise da empresa Solides (<http://www.solides.com.br/>) - especializada em instrumentos e ferramentas para Recursos Humanos.

Etapas propostas para este projeto de consultoria:

1 - Aplicação do teste

O teste é aplicado via WEB. Cada profissional recebe uma senha e responde individualmente. O teste nos
Tempo previsto: 5 minutos para cada profissional responder o questionário

2 - Feedback para os colaboradores

A ADVANCE mandará o relatório individual para cada colaborador que participou do teste, com uma apostila explicando como ler e interpretar os resultados. Nossa experiência mostra que existe grande valor positivo para o colaborador quando ele recebe o resultado. Exemplo de relatório do perfil comportamental:



3 - (opcional) entrevistas

Opcionalmente, podemos entrevistar cada um dos participantes, usando nossa experiência e conhecimento de mercado

Tempo previsto: 55 minutos de entrevista com cada participante

4 - Devolutiva para a empresa

A ADVANCE apresentará:

- Perfil comportamental de cada um dos vendedores, motivadores, medos e como podemos aumentar o desempenho individual
- Necessidades de capacitação e treinamento individual em processos e técnicas de vendas
- Análise do grupo e ações que poderiam ser tomadas para aumentar o desempenho coletivo

Tempo previsto: 2 dias úteis para preparar e cerca 1 hora de reunião para apresentar

Entregas

- Relatórios individuais e apostila explicando como ler e interpretar os relatórios
- Apresentação executiva (PPT)

Reuniões de acompanhamento da execução do plano ou projeto

Uma vez de posse do plano e programa a empresa deverá ter **disciplina na implementação** para assegurar o retorno do investimento feito e o sucesso do projeto. Nossa experiência mostra que **o ponto mais crítico é o acompanhamento da execução** para garantir que todas as atividades planejadas sejam executadas e dar apoio para os responsáveis das atividades ajudando-os com melhores práticas e removendo obstáculos

A quem se destina e quem deveria participar

Todas as empresas que contratarão consultoria da ADVANCE.

Recomendamos a participação de todos que patrocinadores ou responsáveis pelas atividades do plano.

Etapas do projeto:

1 - Preparação da reunião

Antes da reunião o consultor da ADVANCE enviará um e-mail com pedidos de informações e status das atividades. Estas informações serão utilizadas para preparar o material e aumentar a eficiência da reunião. Adicionalmente, prepararemos:

- Lista de atividades feitas e pendências da reunião anterior
- Relatório enviado para os stakeholders com comentários e feedback deles
- Lista de atividades que deveriam ter sido executadas no período
- Lista de atividades que requerem atenção especial ou podem representar risco para o projeto

Tempo estimado: pede-se que o cliente envie o material com 3 dias de antecedência

2 - Reunião de acompanhamento da execução do projeto

A ADVANCE participará das reuniões de acompanhamento da execução do plano, onde serão discutidos:

- Ações planejadas x realizadas
- Ações que não foram executadas, com os motivos e formas de recuperação
- Quais os obstáculos encontrados e como removê-los para ter sucesso na execução do plano
- Causas das falhas na execução do plano e como resolvê-las
- Discussões estratégicas de realinhamento e correções de rota
- O que pode ser feito de maneira diferente e melhor (melhores práticas que podem ajudar na execução das atividades do plano)
- Organização das atividades para aumento de eficiência
- Discussões estratégicas de crescimento e oportunidades de mercado
- Recomendações de melhoria visando aumento de desempenho

Tempo estimado: 2 horas de reunião

3 - Envio do relatório final

Depois da reunião o consultor da ADVANCE enviará um relatório com os principais resumo das discussões e decisões feitas, respostas para as perguntas feitas pela contratante e recomendações da ADVANCE. Incluiremos:

- Cópia dos slides apresentados e vídeo-gravação da sessão, se autorizada pelo cliente
- Planejado x Realizado
- Obstáculos identificados e como removê-los
- Riscos percebidos e como evitá-los
- Recomendações da ADVANCE

Tempo previsto: 2 dias úteis para envio do material

Investimentos - valores referência

Os valores de investimento listados aqui são apenas para referência. A ADVANCE enviará uma proposta formal com o valor definitivo depois de conversar e entender a realidade e necessidade do cliente

Consultoria - investimento por tema escolhido	Investimento
Consultoria em vendas <ul style="list-style-type: none"> • Plano, estrutura, processos e gestão de vendas (Sales Performance) • Planejamento para expansão de carteira ou território (Territory Planning) • Planejamento para aumento de vendas na base (Account planning) • Gestão do time de vendas (Sales Management) Consultoria em planejamento e gestão de negócios <ul style="list-style-type: none"> • Planejamento estratégico (Strategic Planning) • Cloud Business Evolution • Elaboração do Catálogo de Ofertas (Service Catalog) • Aumento da margem de lucro (Profitability Increase) • Change Management (gestão de mudanças) • Criando e vendendo uma ofert de GenAI Consultoria em marketing <ul style="list-style-type: none"> • Marketing orientado a vendas (Marketing to Sales) • Growth e operações de marketing • Geração de oportunidades (Lead Generation) • Value Proposition (criação da proposta de valor das ofertas) 	<p>R\$ 53.130,00 por tema escolhido de consultoria</p>
[opcional] Pacote de 6 reuniões de acompanhamento de execução do plano	R\$ 22.352,00
Consultoria + acompanhamento	R\$ 75.482,00

Reuniões de acompanhamento da execução do plano ou projeto	Investimento
Reunião de 2 horas	R\$ 4.389,00
Pacote de 2 reuniões de 2 horas	R\$ 8.547,00
Pacote de 6 reuniões de 2 horas	R\$ 24.601,50

(*) Estes investimentos são para consultoria por videoconferência

Fazemos consultorias presenciais com investimentos e condições sob consulta

Alguns de nossos clientes de consultoria dos últimos 3 anos

Planejamento de vendas e estruturação de equipe

Advantech, AMcom, Cisco, Concepta (USA), CTI Global, Dakol, Drava, Edsoft, eFlow, Focco, Forlogic, FWC, GDR7, Gera, Grands, Grupo Viceri, iDtrust, Inteligência de Negócios (IN1), Lanlink, Lean Way, Level3, Megasul Sistemas, Migrate, MSV, Neogrid, Neoway, Opus Software, Praxio, Processor, Propay, Prosperi, Safetec, SDC, Semantix, Senior, Sequenza, SkyOne, Stoque, Strada, Superfrio, Techne, Thomson Reuters, Unous, Visual Systems, WAGO, Xtreme IT

Consultoria em planejamento de marketing e vendas, e acompanhamento mensal de resultados

2S Sistemas, Acom Sistemas, Acredite.se, Agili Software, BXBsoft, BZS Tecnologia, Checkmob, Clickweb, CodeFlow, Cowdigital, DinCash.fun, Duobox, Ecodefense, Elite Software, Elitesoft, Equalize IT, Eskda Digital, Fatura Agil, Getcard, Gluo CRM, Goes Automação, Guenka, Hololights, Huner Ti Colaborativa, IDS, Inobram, Kore Data, Kuba, Lean Work, Makito Vendizap, Mapperidia, Mar Virtual, Marke Sistemas, Mogo Sistemas, Photo Freela, Ponto Gestor, Publitech, Publitech, QTI, R-Dicom, Realize Hub, Selecty Tecnologia, Servofiel Tecnologia, Softfocus, Sub100 Sistemas, Supera Sistemas, Tars, Telefonar Net, Tritavel, TruckPag, UDS Sistemas (TotalERP), Vigiara, Viva Web, Westcob, Widesys Sistemas, ZZtech

Plano Estratégico

Aliare/Siagri, Build IT, BTO, Configr, Dakol, DBACorp, Digital Pages, Direct One, Edsoft, Eunerd, Grupo Selecionar, GST, Hipcom, Inova, Instruct, Inteligência de Negócios (IN1), L3 Group, OfficerSoft, PrimeUP, QI Network, SevenSys, Strada, Tecnoset, Telium, UmovMe, Under

Plano de Marketing orientado a vendas

AdHock, Agrosys, Aiken, Ajors, AMcom, e-MID, Forlogic, Gera, Get Card, ITB360, KPMG, Leadfinder, Parceiros Cisco, Parceiros Google Brasil e Latam, Parceiros SAP Brasil e Latam, Parceiros Softex, Sisterra, Solution Informática, Visual Software, WZtech, Propay, Quality

Desenvolvimento de canais

Accept/Positivo, Aker, Algar Telecom, Audaces, AWS (Amazon Web Services), Boa Vista Serviços, Cogra, Consinco, Conta Azul, Digital Pages, DIMEP, eConstrumarket, Fbits, Forlogic, GE Healthcare, Gera, Globalweb, GST, Hipcom, IDData, Intelidata, IUGU, Lanlink, Lexmark, Meus Pedidos, Migrate, Mobne, MVarandas, N&L, Neoway, Omie, Panasonic, Parceiros Semantix, Softex, Premmiar, Quality, Red Hat, RunRun.it, SAGE, Siagri, Sikur, SkyOne, Strada, SuperMicro, TmaxSoft, uMov.Me, Under, Veltec, WDG (IBM), Xpertion

Participação em conselho, executive counseling, e mentoria em vendas

Advantech, CTI Global, EdSoft, Ellevo, Drava, ThomsonReuters, Parceiros SAP, Processor, Techne

Consultoria AWS PTP (Partner Transformation Program) no Brasil

2CX, 4Bears, 4bears, 4Strategies, 9Net, Accuknox Inc./Brasec, AMM Tecnologia, Approach, Avantia, AX4B, Ci&T, CloudDog, CodeBit, Compwire, Compwire, Darede, Datarain, Dati, DNX, Doutor TIS, Hospital Albert Einstein, EM2 IT Solutions, eMaster, Enkel, Flexa.Cloud, FlowTI, FNC IT, G&P, Go Ahead IT, Grupo Mytec, Hepta, HSBS, Ilia Digital, Infomach, Instituto Cidades Inteligentes (ICI), IPSense, IT One, KXC, Logicalis, Lumini IT, Math.Group, Minsait, NScreen, Nuage IT, Nublify, O2B, OST, Piercloud, Select Solucoes, SPdata, ST IT, ST3tailor, Stefanini, TechLead, Techne, Teletex, TripleS, Valcann, Veezor, Vertigo, Wareline, Wikinet

Consultoria AWS PTP (Partner Transformation Program) fora do Brasil

ARsat (Argentina), Exanet (Argentina), Account Cloud Bahamas (Bahamas), Shkolo (Bulgaria), Health Espresso (Canada), HH Angus (Canada), Paralucet (Canada), SoftwareONE (Caribbean), Adexus (Chile), Claro (Chile), Sonda (Chile), Tivit (Chile), CNID (Colombia), Pyramid Consulting (Colombia), Arkkosoft (Costa Rica), Altura (Ecuador), MAINT (Ecuador), Particular Presence (Jamaica), Computer Revolution Africa (CRA) (Kenya), Kio Networks (Mexico), OCM-IT (Mexico), TotalPlay (Mexico), Descasio (Nigeria), Tenece (Nigeria), SOA Professionals (Peru), Zenware (Peru), BrightSolid (Scotland), Aizatron (South Africa), Batsamayi (South Africa), Blue Pearl (South Africa), Intellergy (South Africa), Liquid Intelligent Technologies (South Africa), Melio Consulting (South Africa), Northbound Consulting (South Africa), Phakamo Tech (South Africa), Solvyng (South Africa), Bahia Software (Spain), Berger Levraut (Spain), CogniFit (Spain), RFC (Tunisia), SysGroup (United Kingdom), Carahsoft Technology Corp (United States), AT Innovando Juntos (Uruguay), Inco SA (Uruguay), Carahsoft (USA), Cloud and Things (USA)

Consultoria de estratégia de GenAI no Brasil

Automatoes.io, Ci&T, Cloudster, Darede, DNX (Vibe), ELO Group, eMaster, Extreme Digital Solutions (EDS), FNC IT, Indra Sistemas, Infomach, Jumplabel, Logicalis, Mytech, Nextios, Nuage IT, Nublify, OST, Stefanini, Techne

Consultoria de estratégia de GenAI fora do Brasil

Health Espresso (Canada), Paralucet (Canada), Entel (Chile), Orion Global (Chile), AZLogica (Colombia), Bext Technology (Colombia), Nuvu (Colombia), SOAINT (Colombia), Trade (TradeSystems) (Ecuador), Malam Systems (Israel), Ness AT (Israel), Morris & Opazo (Peru), BJSS (UK), Digital Space (UK), CBTS (USA), Cognosante (USA), Element84 (USA), ERPA (USA), InfusionPoints (USA), Kyndryl (USA), Livanta (USA), PCG (Public Consulting Group) (USA), Rackspace (USA), Sierra Cedar (USA), TTEC Digital (USA), World Wide Technology (WWT) (USA),

Depoimentos de algumas das consultorias AWS PTP (Partner Transformation Program)

"Os serviços de consultoria prestado pela ADVANCE, dentro do AWS Partner Transformation Program (PTP) foi uma importante ferramenta para acelerar o desenvolvimento empresarial de nossa organização, provendo para os dirigentes importantes insights sobre o endereçamento dos desafios do crescimento em um ambiente altamente competitivo"

Wagner Andrade - CEO da dataRain (Brasil)

"O PTP foi um marco de transformação para Darede, em poucos meses conseguimos mais de 30 certificações, nossa primeira competência (e a segunda já submetida), mas o maior aprendizado foi a transformação sobre como nos posicionamos no mercado, e o nível de maturidade que trouxemos para diversos processos e áreas de negócio. Agradecimento especial aos PDMs, ao Luis Pinto e ao pessoal da ADVANCE que já nos ajudaram muito até aqui"

Flávio Rescia - fundador da DAREDE (Brasil)

"A IPsense agradece ao time de Public Sector da AWS, especialmente a Renata Cacace, Ronaldo Oliveira e ao Diogo Avelino, que nos apoiaram e incentivaram a participar do AWS Partner Transformation Program (PTP). Junto à Advance, tivemos a oportunidade de promover uma reflexão sobre a nossa comunicação e posicionamento estratégico sob uma nova perspectiva. O trabalho nos trouxe muitos benefícios, mantivemos a metodologia, a disciplina e a manutenção da cadência das reuniões com equipes multidisciplinares, o que tem acelerado nossos resultados. Observamos um amadurecimento comercial, alinhamento de objetivos técnicos e de negócio, que se mostraram bem mais aderentes à estratégia da IPsense nos preparando para crescer mais aceleradamente e consistentemente.

Luiz Herculano Ernesto - Diretor da IPsense (Brasil)

"O AWS PTP (Partner Transformation Program) foi uma experiência incrível de aceleração da jornada de nuvem. Nós aprendemos e discutimos novos produtos, serviços, oportunidades de negócios, modernização e monetização com a Nuvem AWS. Ao longo dos 100 dias do programa, desenhamos diversas ofertas de CLOUD para nossos clientes de Educação e Governo que, com certeza, irão alavancar a receita recorrente e a margem de nossa empresa. Também redesenhamos a estratégia de vendas e atividades de marketing para que nossa plataforma de desenvolvimento low-code, Cronapp, ganhe maior participação de mercado. O Cronapp estará no marketplace da AWS em breve. Agradecimentos especiais ao Leonardo Granja e à ADVANCE pelo excelente apoio e dedicação a este projeto. Suas contribuições foram inestimáveis para o crescimento de nossa empresa para os próximos anos"

Maurício da Costa Melo - CEO da Techne (Brasil)

"Participar do PTP foi uma oportunidade incrível de recebermos consultoria sobre boas práticas de negócio e de conhecer ainda mais o ecossistema da AWS. Obrigado Jorge e Dagoberto da ADVANCE pelo profissionalismo e a Giovana Deike nossa PDM, pela dedicação em nos apoiar em cada necessidade"

Antonio Luiz Alves - CEO da Infomach (Brasil)

"O programa PTP trouxe uma excelente visão de negócios e de como trabalhar de forma mais efetiva próximo à AWS. O trabalho foi conduzido muito bem pela ADVANCE e pelo time da AWS, garantindo a imersão e absorção do conteúdo por toda a equipe da ST IT. As atividades executadas durante o programa, foram muito enriquecedoras para as equipes técnica e comercial. Muito obrigado ao Jorge Moukarzel e Dagoberto Hajjar por esta experiência e por toda competência em passar o conhecimento"

Maurício Carvalho - CEO da ST IT (Brasil)

"Como organização, estamos muito satisfeitos por ter investido no Programa de Transformação de Parceiros (PTP). Hoje temos uma visão muito clara de onde queremos chegar e o plano para executar essa visão. Foi um prazer e um grande desafio trabalhar com a ADVANCE e a equipe da AWS, seu profissionalismo fez do programa um processo muito enriquecedor. Recomendo fortemente este programa a todos os parceiros que desejam iniciar sua jornada para a nuvem e encontrar o modelo de negócios que melhor se adapta à sua organização"

Agustín Vilches - Diretor da EXANET (Argentina)

"Nós da Cloud and Things apreciamos e agradecemos à AWS por ter criado um programa tão bom (PTP) e trazer o grande parceiro ADVANCE para facilitar e impulsionar o resultado do programa. Trabalhar através do programa PTP forneceu uma visão muito necessária que algum tempo é ignorada, atrasada ou não recebe atenção suficiente. Realizamos muito nestes 100 dias, o que levaria muito mais tempo se esse programa focado não fosse implementado. Estamos à procura de uma grande oportunidade para o nosso negócio como resultado deste programa. Também quero agradecer à ADVANCE por trabalhar em torno de nossa programação e seu fuso horário local e fornecer essa flexibilidade para manter o programa em andamento"

Kishor Bagul - CEO da Cloud and Things (New York - USA)

Depoimentos de alguns dos clientes de consultoria ADVANCE

"A metodologia da ADVANCE, agregado ao conhecimento do mercado, ajuda as pessoas a revisar os processos, com insights novos, **criando soluções eficientes** que garantam mais qualidade aos clientes finais das empresas. Foi uma excelente troca de conhecimentos e aprendizagem para nossa equipe".

Cassio Alexandre Del Nero - Diretor - Lumini IT Solutions

"O Jorge é uma pessoa muito experiente que nos apoiou no **aprimoramento da estrutura do comissionamento** dos nossos vendedores de várias unidades, em função das características específicas dessas atividades, assim como da evolução da nossa realidade e dos nossos modelos de negócio. Ele compartilhou benchmarks de mercado que nos ajudaram bastante nessa perspectiva e facilitou alinhamentos importantes entre os Gestores envolvidos, para chegar a esse resultado".

Laurent Thomas Sciama - CFO - Aliare / Siagri

"Agradecemos a parceria e o trabalho de excelência e profissionalismo executados pela ADVANCE. O resultado esperado por nós foi totalmente atendido. Muito obrigado.

Alex Makino - CEO - Build IT Solutions

"O trabalho da consultoria foi muito positivo em nossa operação, conseguimos estabelecer um plano de ação executável com prioridades levantadas para reestruturação do nosso **Programa de Parcerias**. Esperamos colher excelentes frutos que partiram das discussões com o Jorge e Dagoberto"

Camila Bilek - Gestora de Canais - Techne

"Nota 10 para a consultoria. **É uma consultoria de alta performance**, com um diferencial grandioso pela proficiência notável de competência no setor de desenvolvimento de software trouxe uma conexão muito forte para a condução dos trabalhos. Muita metodologia aplicada com resultados reais, objetivos e de desempenho. Fortalecimento e gestão dos canais foi o foco central da transformação construída em conjunto com a Ponto Gestor e a consultoria. Sem dúvida, a melhor consultoria até hoje que a empresa contratou. E a cereja do bolo, é o orgulho e o privilégio de ser atendido por mulher, neste segmento que tem personalidade bem masculina. Foi maravilhoso!"

Eloi Mamcasz - CEO - Ponto Gestor

"Por meio dos encontros formais e atividades paralelas que fizemos, tivemos oportunidade de **rever nossos processos comerciais, marketing e principalmente prospecção**. Foram momentos muito produtivos onde por meio da interação entre nosso time comercial e a consultoria, avaliamos nossa trajetória, criamos estratégias, medimos resultados e definimos ações mercadológicas para o próximo ano. Foi tudo muito dinâmico, alegre e focado. Agradecemos especialmente a Ivia e Bárbara que sempre atentas a tudo deixaram o trabalho muito leve e divertido. Já estamos colhendo bons resultados, temos muito ainda a fazer, mas este é o processo da caminhada".

Carlos R Drechmer - CEO - ACOM Sistemas Corporativos

"Ao final da mentoria recebida da ADVANCE, através de seus consultores, **ficamos muito satisfeitos** com o conteúdo repassado nos encontros, material disponibilizado, profissionalismo, bem como pelos insights despertados ao longo das reuniões e sugestões de melhorias apresentadas para os processos da nossa área comercial. Apesar dos poucos encontros, foram bem profundos e muito enriquecedores. Valeu!"

Valmir Carlos Trindade - CEO - Gluo CRM / TTCA

"A consultoria prestada pela ADVANCE foi de fundamental importância para que os sócios tivessem uma **visão mais apurada do processo de vendas** necessário para atingir os resultados desejados de nossa empresa. Tenho absoluta certeza de que qualquer outra empresa que contrate esta consultoria, ficará satisfeita como nós ficamos. Só temos que agradecer esta parceria".

Claudio de Azevedo Lemos - Sócio - Leco Consultoria e Assessoria

"A parceria com a ADVANCE tem nos ajudado a **ampliar nosso horizonte de possibilidades e projetar o crescimento**. A expertise que a ADVANCE possui, tem sido um ponto crucial no desenvolvimento da Equalize e em sua consolidação frente ao mercado. Posso afirmar que já não somos os mesmos desde o início do projeto"

Alexandre Santos - CEO - Equalize IT

"A consultoria que a ADVANCE realizou com a nossa empresa, customizada à nossa necessidade e alinhada aos nossos objetivos de crescimento, **tem sido fundamental para o trabalho da nossa equipe comercial**. O **aprendizado e reciclagem** através das **capacitações** e a **troca de experiências** motivaram maior dedicação do nosso time a alcançar nossos desafios"

Maria Cristina Prado Boris - Diretora - Lanlink Soluções

"**A consultoria foi de grande valor**, com muito aprendizado e novas informações sobre o mercado de TI. Esta foi a segunda consultoria com a ADVANCE e mais uma vez foi essencial para nos colocar no caminho para atingirmos nossos objetivos"

Florêncio Pereira Neto - Diretor Operações - Hipcom Informática

"**Consultoria com conteúdo muito útil e metodologia de apresentação muito agradável.** A leitura feita pela Ivia da nossa empresa foi muito assertiva e nos ajudou a validar nossas estratégias com maior aprofundamento nos itens. Certamente saímos melhores destes encontros e estamos hoje colocando em prática muito do que nos foi passado. Obrigado a Ivia pela condução e ao time de suporte ADVANCE"

Carlos R Drechmer - CEO - ACOM Sistemas

"O trabalho com o consultor Jorge da ADVANCE foi extremamente valioso para nossa equipe de vendas. O Jorge nos escutou, entendeu nosso cenário e visualizou onde ele poderia contribuir para a melhoria dos nossos processos comerciais. **Foi trazida uma metodologia inovadora e ensinada para nossa equipe com muita didática.** Nas semanas seguintes já estávamos vendo melhorias e resultados da metodologia com nossos vendedores. Agradecemos a atenção com a nossa empresa e a contribuição realizada"

Marcelo Woiciechowski - CEO - UDS Sistemas

"A consultoria da ADVANCE com o Jorge, **foi muito eficiente**, ele foi na raiz de algumas dúvidas que nós tínhamos e nos ajudou com excelentes exemplos a nos ajudar na formação das nossas definições. Tanto que na reunião final, como montamos um planejamento entre a penúltima e última reunião, muitos dos conceitos já haviam sido implementados por nós"

Reginaldo José Schollemberg - CEO - Mapperidea

"A consultoria foi muito importante para a nossa empresa, conseguimos abordar detalhadamente pontos importantes para a nossa estratégia de crescimento"

Clara Becker - CEO - Duobox Sistemas

"O Jorge contribui muito positivamente com nossas iniciativas. **Trouxe um olhar criterioso** e nos ajudou a avançar em projetos e ações com um foco maior na conversão de vendas e atração de leads. Apesar de não apresentar nenhuma técnica inovadora, conseguiu trazer mais organização e metodologia para que possamos alavancar nossos resultados".

Clayton Rocha Barbosa - Gerente de Marketing - Propay

"Consultoria não faz milagre! Quem faz é o empresário. A magia acontece na sinergia de tudo o que compõem um negócio, como o desafio do crescimento exponencial. **A troca de experiência** com consultores especializados no segmento de TI, a metodologia desenvolvida, detalhada, explicada e aplicada são os fatores que contribuíram na transformação das estratégias da empresa, alinhando as boas práticas e evoluindo com segurança. E o resultado já chegou, sinalizando a assertividade do caminho planejado. **Altamente recomendado!**

PS: Cuidado com a Ivia Marim ... ela tira seu sono! Consultora espetacular da mais alta competência. Altamente recomendada!"

Eloi Mamcasz - CEO - Ponto Gestor

"Como estamos na fase de reestruturação do processo de Marketing e Comercial, a consultoria chegou em boa hora para nortear todo o nosso processo e aprimorar o que tínhamos em mente, organizando melhor o nosso planejamento estratégico e principalmente unindo as equipes de MKT e Comercial, fortalecendo a sinergia e a mesma linguagem com um processo muito mais comunicativo e de engajamento"

Djair Hernane Bim - CFO - Elitesoft

"A consultoria da ADVANCE por intermédio da Ivia foi muito providencial para a nossa empresa, nos ajudando a realizar um exercício de reflexão extremamente importante para direcionar os rumos do nosso departamento de marketing e confirmar algumas rotas que ainda estávamos com dúvidas se o caminho que estávamos percorrendo estava correto".

Felipe Augusto Castanheira Silva - Diretor - Leanwork Group

"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 a um novo patamar de geração e execução de pipeline"

Renata Rico - Alliances & Channels Director - Salesforce Brazil

"O diferencial da consultoria que recebemos da ADVANCE está no nível de customização que obtivemos onde o conteúdo compartilhado estava 100% alinhado com a realidade do dia a dia dos participantes. Com isso, a mudança de postura foi imediata com ganhos de eficiência da equipe já no curto prazo"

Ana Claudia Plihal - Diretora Comercial - Cisco do Brasil

"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 Neogrid é uma empresa multinacional brasileira com operações nos Estados Unidos, Europa e Japão. Nós somos especialistas em sincronizar a cadeia de suprimentos, atendendo tanto o varejo quanto manufatura e a distribuição, eliminando rupturas e gerando caixa para todas as empresas. Com o nicho grande de mercado que têm para atender, agora em novembro, contratamos a ADVANCE para lapidar o programa de Canais, e assim fazer melhorias para o ano de 2020"

Gláucio Gonçalves - Head de Parcerias & Canais - 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

"A Neoway é uma empresa especializada na criação de solução de inteligência de mercado através de uma plataforma de Data Science. Com o desafio de expandir suas vendas para novos mercados, a Neoway criou uma área de vendas indiretas. Em julho de 2015 firmamos acordo com a ADVANCE para a consultoria de como criar, implementar e obter resultados através do modelo de parceria com empresas do segmento de Business Intelligence, ERP, Cloud e CRM. Tivemos neste processo o apoio incondicional da ADVANCE, através de seus consultores, nos seguintes módulos: Prospecção, Recrutamento, Capacitação, Engajamento, Vendas e Deployment. Após 4 meses do início dos trabalhos, conseguimos engajar através do programa de Canais Neoway, 28 novos parceiros, com prospecção de 110 novos negócios em andamento através de regiões do Brasil como: Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná, São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais"

José Luis Fogaça de Lima - Diretor de Canais - Neoway

"A consultoria foi bastante proveitosa e voltada para nossa realidade, sempre tivemos dificuldade em encontrar consultores que entendessem exatamente o que fazemos e como trabalhamos para depois sugerirem mudanças, mas com a ADVANCE isso bem tranquilo, pois possuem profissionais com vasta vivência de mercado e de suas nuances"

Marenir da Silva Graf - CEO - Intelidata

"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

"Foi de extremo valor a consultoria ADVANCE, esclarecendo e nos ajudando com pontos em nosso planejamento estratégico e estrutural da empresa. Tenho certeza de que teremos uma parceria para novas demandas"

Gilmar Pauletto Eles Junior - CEO - BTO Suporte em Tecnologia da Informação

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



Hermenegildo Cavalcanti

Hermenegildo (Gildo) fez carreira como alto executivo em empresas como **Oracle e Microsoft**

Em 1999 iniciou no mercado de tecnologia como consultor de implementação de sistemas de ERP e CRM na **Oracle Consulting**, onde desenvolveu uma carreira de 9 anos como consultor até **líder de Vendas de Consultoria**

Em 2006 foi convidado a liderar a área de **Qualidade e Gestão** de grandes projetos da **Microsoft** para a América Latina. Isto se tornou uma especialidade até os dias de hoje. Foi Diretor de Tecnologia para a companhia até 2015, onde tornou-se **Diretor de Serviços para Cliente e Suporte para América Latina**. Sua habilidade em desenvolvimento de novos negócios, através de modelos globais com inovação, tecnologia e conceitos modernos de mercado, são umas das suas fortes competências.

Hermenegildo liderou durante 6 anos o **WTC Business Clube** para diretores de tecnologia, onde foi responsável pela alavancagem de resultados e boas práticas entre os membros do grupo.

Hermenegildo se formou em Ciências Contábeis pela Universidade Cidade de São Paulo (UNICID) em 1999. É certificado pelo IBC (Instituto Brasileiro de Coaching), ICF (International Coaching Federation) ActionCOACH (Business Coaching) Enaage & Grow (Engajamento e Formação de Lideranças) e Quality Mind (Mental Health e Alta Performance). **Também atuou como professor convidado para lecionar aula de Estratégias e Planejamento de TI e Inovação pela Escola Internacional de Negócio (BI) em São Paulo**



Gilberto Magalhães

Profissional com 19 anos de experiência no desenvolvimento de negócios e capacitação de parceiros de grandes empresas de TI, tais como **Microsoft, IBM e SAP**

Consolidada vivência nas atividades de canais de TI envolvendo recrutamento, desenvolvimento de negócios, treinamento, gestão de demanda e pipeline de vendas, com habilidade na elaboração e execução de planos de negócio para atingir metas indiretas de vendas de software e serviços

Atualmente tem foco em consultoria e treinamento de parceiros para ida a mercado com soluções **AWS (Amazon Web Services)**, desde a estratégia até aspectos organizacionais e técnicos, para oferta de serviços que geram valor ao cliente

Gilberto Magalhães também é mentor técnico de fundamentos AWS na **Escola da Nuvem**, organização com objetivo de educar pessoas em vulnerabilidade social e gerar oportunidades de carreira em computação em nuvem

A graduação e mestrado em Engenharia Elétrica com especialização em Administração de Negócios realizado nos EUA, aliado a certificações de computação na nuvem completam seu perfil



Alexandre Del Rey

Alexandre é **consultor e professor** com grande experiência em ajudar empresas de tecnologia na jornada de crescimento e evolução

Como professor conta com atuação na **StartSe** e na **USP e FIA Business School**. É palestrante internacional, pesquisador, autor, empreendedor serial, e mobilizador social

É apaixonado pelos temas de Tecnologia, Estratégia, Inteligência Competitiva, Inovação e Influência, e fundador da Associação Internacional de Inteligência Artificial. Conta com experiência em multinacionais como **Siemens, Eaton e Voith**, com vivência em países e culturas tão diversas como Estados Unidos, Alemanha e China

Tem atuado com a **ADVANCE Consulting** na aplicação do programa AWS PTP (Partner Transformation Program) na América Latina

Formado em Engenharia Mecânica pela UNICAMP, Doutor em Gestão de Inovação, com mestrado em Inteligência Competitiva pela USP, tem especialização em Finanças pela Michigan State University, pós graduado em Administração, Gestão do Conhecimento e Negociação pela FGV



Gecilda Eissmann Buzzi

Gecilda acumula conhecimento e práticas de mais de 30 anos na área comercial, com **foco em gestão e administração de vendas**

Fez carreira de sucesso em vendas em todas as empresas onde passou, incluindo **WestRock, Novacki, Getta** Representações e **Fogatti**

Em 2021 foi convidada a compor a equipe da ADVANCE, onde coordena as consultorias e treinamentos de **"Administração de Vendas", "Gestão de Equipe de Vendas", "Gestão e Liderança"**

Gecilda acredita que vender é conciliar **estudo, metodologia e ferramentas**, e que o foco em **pessoas, processos e necessidades** gera resultados imediatos, mensuráveis e sustentáveis. Assim, é imperativo que os vendedores **conheçam e apliquem**, sempre, as técnicas mais modernas, e que o gestor ocupe o papel fundamental em **planejar e desenvolver o time**, assegurando que está alocando seus melhores recursos nos lugares mais adequados

Tem pós-graduação em Gestão Estratégica de Marketing pela UNIASSELVI e extensão em Redação Comercial na Fundação Fritz Mueller



Daniele de Paula Angelo

Daniele tem uma carreira jovem e pujante com grande experiência em vendas e expansão de mercado nacional e internacional

Teve grande sucesso nas empresas e agências onde passou incluindo APEX (Agência Brasileira de Promoções de Exportações e Investimentos) onde ajudou mais de 250 empresas na expansão de mercado, Fundação Araucária e Dixie Toga

Foi instrutora do Senai e UNOPAR (Universidade do Norte do Paraná), conta com vários artigos publicados com foco em marketing e diferencial competitivo e participou como palestrante em vários eventos para empresários e empreendedores debatendo sobre estratégia de expansão de mercado

Em 2021 foi convidada a compor a equipe da ADVANCE, onde coordena as consultorias e treinamentos de Marketing e expansão de mercado, prospecção de oportunidades, abordagem de vendas e Inside Sales

Daniele tem forte formação acadêmica com pós-graduação em International Trade Management pelo MIB (Massachusetts Institute of Business) e MBA em Gestão de Negócios Internacionais pelo MIB (Massachusetts Institute of Business)



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

A ADVANCE publica, regularmente, eBooks baseados nos conteúdos dos seus treinamentos. eBooks disponíveis no momento: <https://www.advanceconsulting.com.br/download>

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 ADVANCE desenvolveu a metodologia DRIP SELLING para que os vendedores tenham uma abordagem eficiente com seus clientes. Mostramos com ir do Plano de Vendas e Plano de Contas, para o Plano de Guerra 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.

Venda de VALOR

Neste eBook mostramos 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 eBook 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.

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 tem um papel fundamental no desempenho da equipe. O gestor não é um super-vendedor, 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. Neste eBook mostramos as melhores práticas de preparação, gestão e liderança de equipes de vendas de alto desempenho.

Plano de marketing orientado a vendas

O plano 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.

Vendendo para o C-Level

O C-level está cada vez mais envolvido no processo de compras. Muitos vendedores e profissionais de marketing enfrentam dificuldades ao tentar engajar esses executivos, muitas vezes por não compreenderem suas prioridades e preocupações. Neste e-Book escrevemos como dominar o engajamento com o C-Level entendendo sua mentalidade, prioridades e preocupações, como adaptar a abordagem, elaborar propostas de valor convincentes e construir conexões autênticas, e como falar o idioma do C-Level para ter sucesso nas vendas

Táticas de prospecção de oportunidades

Neste eBook mostramos 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. Ensinares 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. Ensinares, 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.

Apresentações eficientes de vendas

Hoje os executivos sofrem de excesso de informações. Muitos participam de mais de 10 reuniões por semana, assistindo apresentações de vários fornecedores ou projetos. Então, o profissional que quiser ter sucesso terá que fazer apresentações MARCANTES, fazendo com que a plateia entenda sua proposta e lembre da sua mensagem. Neste eBook mostramos o uso adequado de táticas e boas práticas de apresentações permitem que qualquer profissional possa COMUNICAR um conteúdo de alto impacto, aumentando substancialmente a taxa de absorção e retenção.

DRIP management

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.

Cloud business transformation

Cloud é um verdadeiro desafio de transformação para as empresas de TI. Neste eBook mostramos como fazer a TRANSFORMAÇÃO do modelo financeiro da empresa de TI, e das áreas de marketing e vendas, incluindo geração de demanda e oportunidades, custo de aquisição de clientes, estrutura e remuneração dos vendedores. Este eBook mostra aos empresários de TI o passo-a-passo da migração do modelo de negócios atual para CLOUD.

Marketing que vende

Este e-book combina técnicas avançadas de Growth (Crescimento) e Operações de Marketing que fornecem às equipes conhecimentos sobre estratégias, técnicas e práticas de Marketing que efetivamente geram crescimento de vendas. Tratamos de ROI de marketing, marketing de produtos, como associar os produtos aos resultados, Marketing Growth, uso de redes sociais, ABM (Account based marketing), como definir a estrutura de vendas, e os impactos de marketing em vendas.

Guias para apoiar os profissionais

A ADVANCE publica, regularmente, Guias baseados nos conteúdos dos seus treinamentos. Você pode baixar os eBooks em: <https://www.advanceconsulting.com.br/download>

Guias e manuais disponíveis no momento:

Guia para o vendedor

Neste manual incluímos os formulários e modelos necessários para que o vendedor tenha sucesso no seu dia a dia incluindo:

- Plano de vendas, plano de carteira ou segmento
- Plano de conta e de oportunidade
- Formulários para prospecção de oportunidades
- Modelos e formulários de qualificação
- Formulário de checagem do vendedor em cada etapa do processo de vendas
- Planilha para cálculo da meta

Guia para prospecção de oportunidades (SDR)

Neste manual incluímos os formulários e modelos necessários para que o vendedor de prospecção (SDR - Sales Development Representative) tenha sucesso no seu dia a dia incluindo:

- Planejamento do trabalho do SDR
- Roteiro de abordagem e "what-if"
- Elaboração do discurso de elevador
- Formulário de prospecção, discovery e pré-qualificação
- Indicadores de desempenho

Guia para a elaboração da estratégia de canais

Neste documento guiamos a elaboração da estratégia e principais ações para o desenvolvimento de um canal de vendas e distribuição incluindo:

- Cálculo de quantos canais e de que tipo serão necessários
- Projeção financeira de ganhos para o canal e para a empresa
- O que é necessário para lançar o programa de canais
- Como fazer seleção, recrutamento e gestão dos canais
- Como aumentar o desempenho dos canais

Guia prático de descrição de cargos

Neste guia descrevemos os principais cargos de:

- Diretores
- Vendas, incluindo pré e pós-vendas, administrador de vendas e Inside Sales
- Marketing
- Canais
- Customer Success

Guia para o gestor de equipe de vendas

Neste manual incluímos os formulários e modelos necessários para fazer gestão de equipe de vendas incluindo:

- Plano de vendas, plano de carteira ou segmento
- Plano de conta e de oportunidade
- Formulários para prospecção de oportunidades
- Modelos e formulários de qualificação
- Formulário de checagem do vendedor em cada etapa do processo de vendas
- Formulário de avaliação do vendedor
- Planilha para cálculo da meta do vendedor e número de vendedores necessários

Guia para o gestor de canais de vendas

Neste guia descrevemos as melhores práticas de gestão de canais de vendas, incluindo:

- Avaliação financeira do canal
- Mapa de cobertura quantitativa e qualitativa
- Matriz de recrutamento e agrupamento
- Plano de negócios para fazer com o canal
- Plano de marketing e vendas para fazer com o canal

Guia prático de remuneração

Neste guia descrevemos as melhores práticas de remuneração de vendedores, incluindo:

- Salário fixo, variável, comissionamento e aceleradores
- Como estabelecer metas, objetivos e indicadores de desempenho
- O que muda com o modelo de NUVEM
- Como avaliar os vendedores

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

Telefone: +55-11-99003-2554
Email: advance@advanceconsulting.com.br
Web-site: www.advanceconsulting.com.br



QR Code ADVANCE

© 2002-2025, **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.