

GESTÃO COMERCIAL:

DESIGN DE ESTRUTURA E PROSPECÇÃO

Como intervir na área
comercial de forma segura
e estruturada, alavancando
resultados financeiros

A Fundação Dom Cabral está entre as
10 melhores escolas de negócios do
mundo, segundo o Financial Times.

 **Fritz Müller**
hub de conhecimento

Associada à

FDC

Fundação
Dom
Cabral

Objetivos

Capacitar profissionais a redesenhar suas áreas comerciais com foco em **eficiência, coerência estratégica e crescimento sustentável**.

O programa oferece uma imersão prática e aplicada que integra os pilares de **estratégia de negócios, marketing e gestão comercial**, permitindo ao participante compreender o funcionamento completo da área comercial, da definição de metas e estratégias até a execução e análise de resultados.

O curso incentiva o uso de **inteligência de mercado** e metodologias estruturadas de gestão para **ampliar a geração de resultados** e aprimorar a tomada de decisão.

Ao final, os participantes estarão aptos a **reformular estruturas comerciais**, alinhar equipes e processos às metas corporativas e adotar práticas de gestão que impulsionem a performance organizacional de forma sustentável.

Público-alvo

Profissionais que **lideram, estruturam ou influenciam diretamente** a área comercial e que desejam ampliar sua visão estratégica e capacidade de gestão.

Destina-se especialmente a:

- **Empresários e diretores comerciais** que buscam aprimorar a integração entre estratégia e execução de vendas.
- **Gerentes e supervisores de vendas** que desejam redesenhar a estrutura e aprimorar processos e resultados.

- **Key Account Managers, SDRs, BDRs, Sales Ops e Closers**, interessados em fortalecer o desempenho em todas as etapas do funil comercial.
- **Profissionais de marketing** envolvidos em geração de demanda e alinhamento com o time de vendas.
- **Representantes comerciais e prepostos** que buscam diferenciação técnica e maior assertividade em suas abordagens e negociações.

Conteúdo Programático

1. Estratégia Mercadológica e Comercial Integrada

- Alinhamento entre estratégia de negócio, marketing e vendas.
- Identificação dos **níveis de maturidade** do mercado e da gestão comercial.
- Aplicação do **framework de gestão integrada** para fortalecer o posicionamento competitivo.
- Uso das ferramentas **Matriz Ansoff** e **Go-to-Market** para definir rotas de crescimento.
- Elaboração do **Planejamento Estratégico Comercial (PEC)** com base em indicadores e metas consistentes.

2. Estrutura da Força de Vendas

- **Design de estrutura comercial** fundamentado em duas dimensões decisórias: foco estratégico e modelo operacional.
- Construção de uma **cultura comercial sólida**, apoiada em políticas, processos e indicadores coerentes.
- **Equalização de papéis e competências** entre níveis estratégicos, táticos e operacionais.
- Identificação e gestão de **gargalos e desvios hierárquicos**, com propostas de correção estruturada.

3. Eficiência e Performance em Client Share

- Avaliação da **eficácia, eficiência e efetividade** das operações comerciais.
- Modelagem da **carteira de clientes por Curvas ABC**, para priorização inteligente de esforços.
- Construção de **proposições de valor específicas** por segmento de cliente, orientando ações de retenção e expansão.

Metodologia

A metodologia de aprendizagem combina **teoria, prática e troca entre pares**, promovendo a aplicação imediata dos conceitos.

O formato é dinâmico e colaborativo, composto por:

- **Exposição dialogada** com o professor, apoiada em modelos conceituais atuais e referências de mercado.
- **Estudos de caso reais**, que permitem o diagnóstico e a análise de desafios comerciais concretos.
- **Projetos de intervenção em grupo**, com aplicação direta de frameworks e ferramentas de gestão.
- **Sessões de feedback estruturado**, apresentadas em formato **pitch**, estimulando clareza e objetividade.
- **Troca de melhores práticas** entre participantes, fortalecendo o networking e a aprendizagem coletiva.

Resultados Esperados

Ao concluir o programa, o participante estará preparado para:

- **Alinhar a estratégia comercial** aos objetivos do negócio de forma integrada e consistente.
- **Estruturar a força de vendas** com clareza de papéis, processos e indicadores de desempenho.
- **Aplicar ferramentas e frameworks** de gestão para aumentar a eficácia das operações comerciais.
- **Identificar gargalos e propor soluções** que gerem impacto direto na produtividade e nos resultados.
- **Gerir carteiras de clientes de forma analítica**, com visão estratégica e foco em crescimento sustentável.

O curso proporciona uma **visão sistêmica e aplicada** da gestão comercial moderna, promovendo líderes capazes de tomar decisões baseadas em dados, alinhadas à cultura e aos objetivos corporativos.

Fundação Dom Cabral + Fritz Müller

A FDC é a melhor escola de negócios da América Latina há 18 anos, segundo o Financial Times. Presente em grandes empresas e com parcerias estratégicas nos principais centros econômicos e culturais do mundo, amplia horizontes com um repertório único de gestão.

Parceira da FDC há 28 anos, a Fundação Fritz Müller é um hub de conhecimento que desafia as fronteiras do aprendizado, conectando

teoria e prática. Aqui, iniciantes e líderes executivos encontram um espaço dedicado ao desenvolvimento em gestão de negócios.

Reflexo da multiplicidade do saber, a Fritz Müller é um lugar onde mentes curiosas se encontram para explorar, aprender e inspirar. Juntas, FDC e Fritz Müller combinam excelência, diversidade e inovação para transformar ideias em impacto.



Fundação Dom Cabral



Fundação Fritz Müller



Presencial Joinville

Bourbon Convention Hotel



Datas

15 e 16 de setembro de 2026

Converse com a gente e confira condições especiais de pagamento.



Associada à



Fundação Dom Cabral



fundacaofritzmuller.com.br
@fundacaofritzmuller



Vale do Itajaí
47 9 9171 1657



Norte
47 9 9632 4774



Sul
48 9 9976 0378



Alto Vale, Planalto e Oeste
47 9 9965 9529

Sede Fritz Müller Blumenau | Rua Iguaçu, 151 - Itoupava Seca