



## **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.

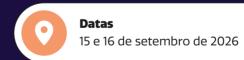




Fundação Dom Cabral







Converse com a gente e confira condições especiais de pagamento.









fundacaofritzmuller.com.br @fundacaofritzmuller



Vale do Itajaí 47 **9 9171 1657** 



47 9 9632 4774



Sul 48 **9 9976 0378** 



Alto Vale, Planalto e Oeste 47 **9 9965 9529**