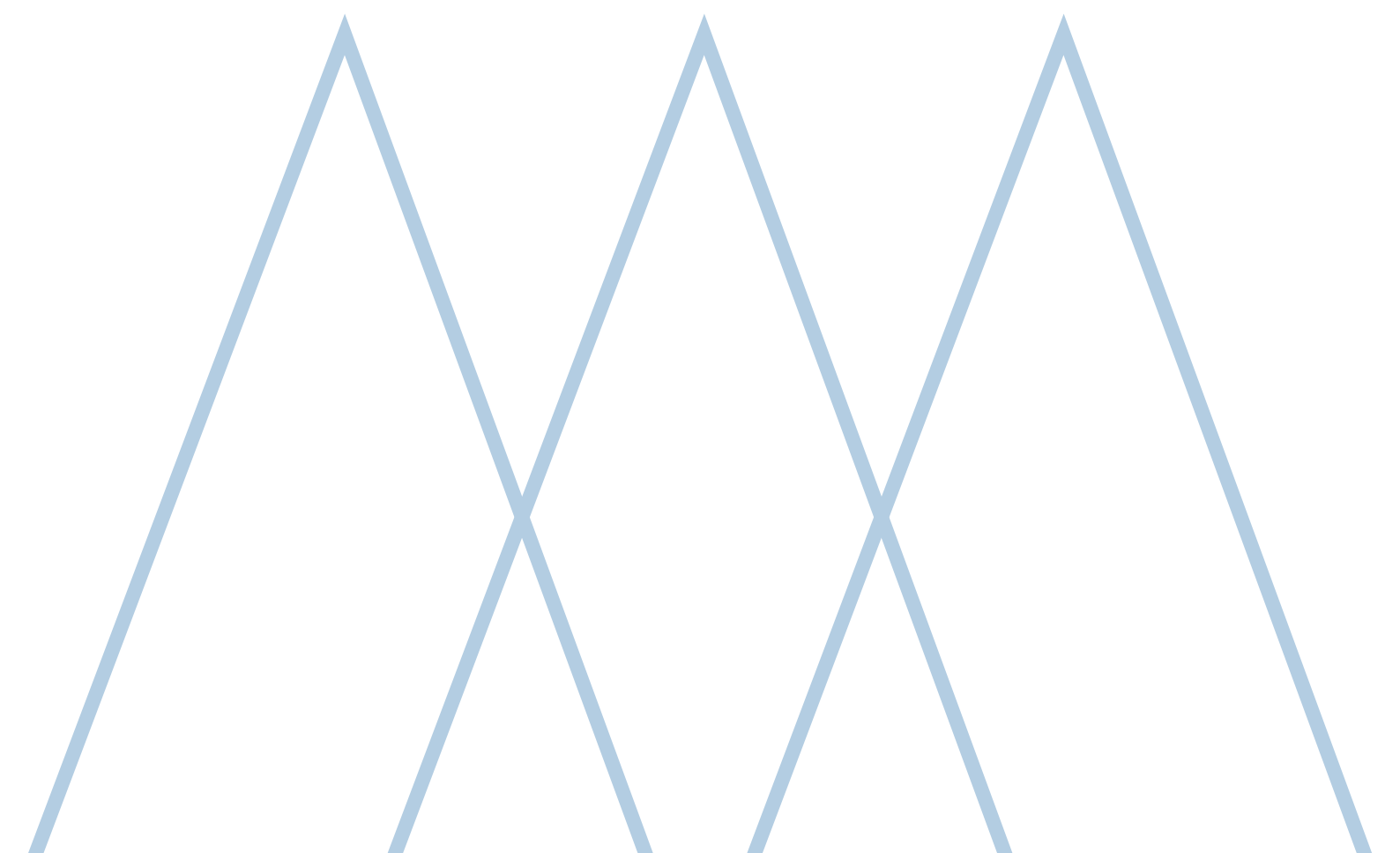


C A T Á L O G O



AMABRASIL



NOSSAS SOLUÇÕES E PORTFÓLIO

Nossas soluções são direcionadas e desenvolvidas para cada cliente. Buscamos entender a cultura, as diretrizes da companhia e os perfis de cada público com quem vamos trabalhar. Entretanto, ao longo dos anos, estudamos e desenvolvemos conteúdos que formam a nossa plataforma base. Conheça nossos principais conteúdos e nosso escopo de atuação.



1 - Projetos Especiais (Educação continuada. Exemplos)

1. Jovens talentos (trainees, estagiários, aprendizes)
2. Programa de Desenvolvimento da Liderança (PDL)
3. Programa Desafios
4. Escola de Vendas
5. Coaching em vendas
6. Clínica de vendas
7. Ferramentas – Planejamento Estratégico, Tático e Operacional
8. Programa de leitura dirigida
9. Programa de atendimento no varejo (PAV)

Jovens Talentos

(Programa de Trainees, Programa de estágio e Programa Aprendizes)

Formar e reter talentos é um dos principais desafios das companhias atualmente. A formação acelerada e continuada é um dos recursos para que os jovens criem vínculos com a empresa e desenvolvam competências para poderem crescer profissionalmente. Além disso, no tempo em que os jovens permanecerem na empresa, eles possam contribuir com projetos e ideias que tragam retorno futuro para a empresa.

A AMA Brasil desenvolve os projetos de integração e formação continuada de estagiários e trainees, desde o planejamento junto à companhia até a execução. Criação, seleção dos conteúdos, desenvolvimento, contratação de consultores técnicos específicos, coordenação das atividades, coaching/mentoring dos participantes, monitoramento de resultados, etc. A ideia é sempre aplicar os programas desenvolvidos por meio de um fio condutor que consolide a aprendizagem e permita aos participantes um desenvolvimento contínuo e uma visão sistêmica dos processos da empresa.

Programa de Desenvolvimento da Liderança (PDL)

O PDL é um programa de educação continuada que é preparado especialmente para a formação para a capacitação dos líderes frente às competências da empresa, as necessidades dos diversos grupos e as competências específicas da liderança. O início do projeto é um diagnóstico que identifica as práticas, as necessidades e os perfis dos grupos de líderes. Na etapa seguinte, a AMABrasil desenha, junto à empresa, um programa completo e personalizado para ser executado ao longo de um período. A ideia é mesclar encontros presenciais, team building, desafios virtuais, atividades à distância e conteúdos e-learning. As necessidades da liderança e da empresa associadas aos conceitos de andragogia (educação de adultos) é a base para o sucesso desse programa, que pode contar com a coordenação da AMABrasil.

Programa de Desafios

O programa de desafios é um projeto criado pela AMABrasil para conciliar a existência de informações abundantes disponíveis na mídia, na internet ou em livros e transformá-los em conhecimento prático e aplicável na empresa. É um projeto educacional que pode ser desenvolvido de forma pontual ou incorporado às outras ações da empresa. É uma maneira de desenvolver habilidades e expandir as fronteiras de conhecimento na empresa.

Escola de Vendas

A Escola ou Academia de Vendas integra conhecimento e aprendizagem com as necessidades específicas das pessoas, da área de vendas e da empresa. Competências de vendas gerais, específicas e acessórias; competências da empresa; metas individuais e coletivas; indicadores de vendas; campanhas; incentivos; produtos; etc. – tudo é estudado e incorporado ao programa. Cada conteúdo é personalizado e customizado, integrando a formação de vendas para a efetivação e melhoria de resultados.

Coaching em Vendas

A AMABrasil desenvolveu um processo específico de desenvolvimento continuado dos profissionais da área de vendas, que batizamos como Coaching em Vendas. Este processo inicia-se com a identificação dos pontos de melhoria de cada profissional, a partir de uma ferramenta de assessment. Na sequência, é realizado um trabalho comportamental, considerando o perfil do vendedor e da equipe em contrapartida com as competências objetivadas pela companhia. Os resultados costumam ser bastante rápidos e muito positivos, pois alinham as expectativas da empresa com a performance individual das pessoas e vice-versa. O produto final é a criação e implementação de planos de ação que visam colocar em prática as decisões tomadas.

Clínica de Vendas

As Clínicas de Vendas permitem um casamento entre os conceitos teóricos (ou acadêmicos) sobre o assunto e a inteligência desenvolvida pelos vendedores ao longo dos anos e da prática. As Clínicas são muito motivadoras para os treinandos e bastante eficazes para elevar a performance de vendas, pois trabalha com as situações reais da companhia. A programação e os conteúdos dos encontros são montados a partir dos “gaps” de performance da área de vendas. O formato consiste basicamente no planejamento das ações, realização de visitas de vendas e reuniões de equipe. Cada visita recebe uma análise crítica por parte dos envolvidos; do conjunto das análises são selecionados os conteúdos programáticos que precisam ser trabalhados. Tais informações são jogadas numa planilha de atividades para permitir o acompanhamento do progresso das pessoas e das vendas.

Ferramentas – Planejamento Estratégico, Tático e Operacional

Usando uma metodologia baseada nas 7 ferramentas de gerenciamento e planejamento, o desenvolvimento do plano é mediado pelos nossos consultores e realizado em um ou dois workshops com os membros da equipe. O mecanismo de atuação é bastante eficiente, pois atua de forma objetiva e prática, sem, no entanto, ser simplista. Este trabalho tem feito bastante sucesso entre nossos clientes, pois as ferramentas são baseadas essencialmente no pensamento coletivo, pouco dependentes de textos escritos e muito focadas no visual (o que permite discussões amplas e, ao mesmo tempo, profundas). Mais ainda, por causa da flexibilidade de uso, podem servir como instrumento nivelador do grupo de planejadores.

Programa de Leitura Dirigida

O programa desenvolvido pela AMA Brasil foca na aprendizagem por meio da leitura, interpretação e discussão de livros e textos selecionados para um propósito específico. Este trabalho tem inúmeras vantagens: possibilita aos participantes a internalização dos conceitos por meio da reflexão; pode ser realizado individualmente e complementado por grupos de discussão; é flexível em relação ao tempo dos participantes; pode ser usado para prolongar o efeito residual de um treinamento presencial; entre outras. Além disso, a relação custo/benefício é bastante interessante para as companhias. O programa pode ser desenvolvido tanto com foco no desenvolvimento e crescimento intelectual/individual quanto com um objetivo específico, onde, ao final, é desenvolvido um plano de melhoria para a companhia ou equipe. Pode ser usado para os mais diversos propósitos: trabalha o humor, a criatividade, o diálogo, a liderança, a execução dos planos, entre outros.

Programa de Atendimento no Varejo (PAV)

O PAV visa transformar os conceitos de foco nos serviços em realidade. É um modelo educacional, alinhado com as estratégias da empresa. O primeiro passo é estudar/definir o modelo de atendimento, alinhando com a liderança. Em seguida, é realizada a capacitação de atendentes e da liderança para as práticas de aplicação imediata. O projeto também monitora os resultados considerando a visão do cliente, por meio de pesquisas direcionadas incluindo cliente oculto e outros indicadores da empresa.

Diagnósticos, Estudos e Consultoria

A consultoria em processos educacionais é uma área na AMABrasil que visa auxiliar as empresas na pesquisa, no planejamento e no desenvolvimento/implementação de ações educacionais específicas e de recursos humanos. Criamos soluções únicas para desenvolver o potencial humano das organizações, entre elas:

- Pesquisa de clima
- Diagnósticos de perfil de grupos
- Análise de perfis comportamentais
- Desenvolvimento de conteúdos internos e metodologias de aplicação
- Mapeamento de competências
- Mapeamento de processos educacionais
- Formação de multiplicadores internos
- Planejamento, implementação e controle de projetos educacionais corporativos (academias de negócios e líderes, universidades)

2 - Catálogos de Cursos

Escopo de atuação

- Gestão de Pessoas e Liderança
- Mercado e Estratégia
- Negócios, Clientes e Comercial
- Desenvolvimento Profissional
- Coaching

Observação: todos os nossos projetos são customizados para as necessidades da empresa. O conteúdo apresentado é a ilustração de nossa plataforma base.



GESTÃO DE PESSOAS E LIDERANÇA

Tema: Gerenciamento de Mudanças e Transições

Objetivos:

- Fazer com que você tenha uma ideia mais clara e uma perspectiva mais útil do que está acontecendo com você e sua organização
- Ensinar a lidar com a mudança de maneira bem sucedida
- Desenvolver formas de capitalizar as novas oportunidades
- Descobrir porque certos acontecimentos são recorrentes e como aproveitá-los a seu favor
- Identificar objetivamente o foco das mudanças
- Mesmo sem controle sobre as mudanças, controlar suas reações às mesmas
- Motivar pessoas a mudar e quebrar as resistências ao processo de transição
- Controlar e usar sentimentos negativos a favor da mudança
- Analisar e planejar o impacto das mudanças no dia a dia

Conteúdo Programático:

- Mudanças na organização atual
- Mudanças no seu mundo
- Mudança, transição, resistência e ressonância
- Os 7 princípios para lidar com a transição de forma bem sucedida
- Gerenciando uma mudança significativa
- Lidando de forma eficaz com a mudança constante
- Criando processos capazes de criar um ambiente de calma mesmo durante as turbulências

Tema: Liderança e Desenvolvimento de Equipes

Objetivos:

- Avaliar, integrar e aplicar sua capacidade de gerenciamento e liderança usando casos práticos
- Identificar os benefícios de trabalhar de forma horizontal
- Reconhecer quando deve dirigir e quando deve guiar sua equipe
- Definir com clareza os objetivos e comunicá-los de maneira eficaz aos membros da equipe
- Ajudar a equipe na busca de soluções criativas para os novos desafios que se apresentam.

Conteúdo Programático:

- O que é Liderança: uma abordagem dos principais modelos
- Liderança visionária
- Estilo de liderança: você em contraste com os membros de sua equipe
- Motivação individual e de equipe
- Coaching: como fazer funcionar
- Criando uma equipe vencedora

Tema: Trabalho em Equipe e Colaborativo (entre equipes)

O trabalho colaborativo ocorre quando não existe o conceito de equipe, quando as pessoas trabalham com equipes diferentes, com objetivos e metas distintas e quando não existe hierarquia formal.

Objetivos:

- Compreender como e quando o trabalho colaborativo deve ser empregado
- Separar tarefas de pessoas e tornar explícitos os requisitos de um projeto ou atividade
- Fazer uso positivo de outras formas de poder, além daquela inerente à hierarquia
- Compreender e saber usar as cinco forças do trabalho colaborativo
- Aprender a importância prática dos papéis de poder situacional
- Desenvolver planos de ação concretos que possibilitem implementar as formas mais efetivas do trabalho colaborativo
- Simular uma situação de trabalho colaborativo

Conteúdo Programático:

- Visão geral: o mundo que compete versus o mundo que colabora
- Principais desafios do trabalho colaborativo
- Fatores e práticas que favorecem o trabalho colaborativo
- Simulação de trabalho colaborativo: uma dinâmica que busca o sucesso
- As cinco forças do trabalho colaborativo: a teoria dos sistemas ajudando você a resolver situações problemáticas de maneira objetiva
- Papéis situacionais: o poder analisado sob um ângulo diferente
- Montagem do plano de ação



Tema: Desenvolvimento de Competências Gerenciais

Objetivos:

- Desenvolver o papel de líder, independentemente de sua idade ou experiência
- Manter a motivação da sua equipe
- Gerenciar eficientemente suas prioridades planejando seu tempo
- Conquistar o compromisso da equipe
- Construir melhores relações por meio de habilidades de comunicação aperfeiçoadas

Conteúdo Programático:

- Suas responsabilidades como gerente
- Comunicação visando resultados
- Compreendendo e utilizando seu estilo de liderança
- Motivando e desafiando sua equipe
- Coaching para a excelência
- Delegando responsabilidades
- Enfrentando a mudança e a transição
- Como realizar avaliações de desempenho que funcionam
- Gerenciando prioridades
- Criando um plano de ação

Tema: Aspectos Legais das Relações de Trabalho – o que todo líder precisa saber sobre direito

Objetivos:

- Apresentar os impactos da legislação trabalhista na vida de gestores e líderes para o trato com os colaboradores
- Usar uma linguagem fácil e mais objetiva para clarificar a forma ética do Gestor lidar com os seus pares e com os colaboradores no dia a dia da empresa
- Evitar dúvidas legais e comportamentais que poderão trazer conflitos entre as pessoas e até ações trabalhistas para a empresa

Conteúdo Programático:

- Conceito de Direito do Trabalho
- Conceito de Ética. A Ética em todos os momentos das relações trabalhistas
- Flexibilização do Direito do Trabalho
- A relação de trabalho e a relação de emprego
- Terceirização
- Legislação Trabalhista e Legislação Constitucional

Tema: As Ferramentas do Gestor de Pessoas

Objetivos:

- Capacitar líderes, gestores e mentores com ferramentas práticas para serem aplicadas no dia a dia com cada membro da equipe

Conteúdo Programático:

- Verificação inicial
- Setting/Cronogramas
- Contrato de metas
- Pautas das reuniões
- Liderança Situacional
- Gerenciamento de Mudanças e Transições
- Plano de ação (desenvolvimento pessoal)
- Leitura Dirigida
- Marcos (milestones)
- Motes de ação

Tema: Liderança Virtual

Objetivos:

- Analisar aspectos críticos da liderança à distância ou virtual:
 - Lidar com a diversidade cultural
 - Estreitar as distâncias geográficas e temporais
 - Garantir a comunicação eficaz
 - Obter e manter o espírito de equipe
- Identificar as competências esperadas e a estratégia de ação da liderança virtual.
- Discutir formas de expandir e energizar a liderança virtual das equipes.

Conteúdo Programático:

- Fatores críticos para uma Liderança de equipes virtuais
- Características da Liderança virtual
- Novos paradigmas de uma Gestão virtual
- Questões culturais quanto ao ambiente virtual e motivos para rejeição à virtualidade.
- Competências esperadas da Liderança virtual.
- Dica: Como liderar projetos virtuais.
- Reuniões virtuais: checklist e dicas.
- Comunidades virtuais: princípios e funcionamento.

Tema: Liderança Operacional

Objetivos:

- Preparar pessoas que exercem um papel de liderança nas atividades de execução (exemplo: supervisores, encarregados, coordenadores)

Conteúdo Programático:

- O que é Liderança: uma abordagem dos principais modelos
- Liderança estratégica, tática e operacional
- O papel do líder no dia a dia e na execução
- Estilo de liderança: você em contraste com os membros de sua equipe
- O papel do líder para melhoria dos indicadores (resultado, performance, turn over)
- Motivação individual e de equipe
- Criando uma equipe vencedora
- Análise de casos e vivência dos modelos de liderança

Tema: Feedback

Objetivos:

- Sensibilizar e contextualizar os participantes para a importância prática do feedback
- Mobilizar no grupo, por meio de vivências, a disponibilidade para aperfeiçoar a competência em dar e receber feedback
- Oferecer um conteúdo prático e dinâmico com linguagem adequada ao público

Conteúdo Programático:

- Dinâmica inicial: Receber versus dar Feedback
- Sensibilização: O que é Feedback
- Tipos de críticas e Feedbacks
- Feedbacks e desenvolvimento pessoal
- Os problemas que o Feedback pode causar
- Saber criticar
- O que é uma crítica construtiva
- O poder de saber criticar para o exercício da liderança
- As finalidades do Feedback
- Obstáculos ao Feedback
- Desculpas para não dar ou não receber Feedbacks
- Exercício prático
- Dez ferramentas para aumentar a eficácia dos Feedbacks
- Planejamento do Feedback
- Dramatização estruturada do Feedback

Tema: Gestão por Competências

Objetivos:

- Abordar os principais conceitos por trás da gestão por competências
- Propor um mecanismo prático para mapear e implementar a gestão por competências

Conteúdo Programático:

- A gestão de competências como ferramenta para rentabilizar o negócio
- A era das pessoas.
- Conceitos básicos: o que são competências e como identificá-las
- Como a gestão por competências pode diferenciar a sua empresa e a sua equipe.
- Simplificando gestão por competências
- O passo a passo para a implementação de um programa (mapeamento, sensibilização, seleção, treinamento e avaliação)
- Os diferentes papéis e funções no desenvolvimento de competências

MERCADO E ESTRATÉGIA



Tema: Finanças Para Não Financeiros

Objetivos:

- Entender de forma clara os termos de finanças e contabilidade – incluindo ativos, responsabilidades, balanço, despesas, lucros e fluxo de caixa
- Usar o seu balanço para determinar a posição financeira da sua empresa
- Analisar posições de vendas para avaliar resultados operacionais
- Desenvolver um conhecimento de trabalho sobre investimentos e fluxo de caixa
- Fazer os cálculos financeiros para determinar liquidez, capacidade de crescimento e rentabilidade
- Abrir as portas para o departamento financeiro e desenvolver um melhor entendimento da função de finanças
- Cultivar uma relação de trabalho mais produtiva com os profissionais de finanças para aumentar seu valor na empresa

Conteúdo Programático:

- Economia - breve introdução à situação econômica atual
- Inflação, taxa de juros, PIB, câmbio
- Finanças - Definição
- Tipos de finanças: Pessoal, pública e empresarial
- Demonstrações financeiras: Balanço patrimonial e demonstração de resultados
- Indicadores de desempenho
- Índices de eficiência: Lucratividade, rentabilidade, margens; EBITDA; EVA; WACC (Custo médio ponderado do capital)
- Índices de liquidez: Geral, corrente e seca; Balanced Scorecard (BSC)
- Fluxo de caixa
- Valor do dinheiro no tempo: VPL (valor presente líquido); TIR (taxa interna de retorno);
- Retorno sobre o investimento; Pay back
- Fontes de recursos
- Dívida bancária

C A T Á L O G O

- Mercado de Capitais
- Mercado de ações
- Títulos de dívida
- Debêntures
- Captações internacionais
- Derivativos
- Principais produtos bancários
- Capital de giro, conta garantida, desconto de títulos, leasing
- Financiamento às exportações
- Fusões e aquisições
- Concorrência
- Forças competitivas de Porter
- Orçamento empresarial
- Joint ventures
- Capital de giro
- Conteúdo modular a ser composto de acordo com objetivos da empresa

Tema: Estratégia Empresarial

Objetivos:

- Conhecer os conceitos de estratégia competitiva e empresarial
- Montar um plano estratégico a partir da realidade de cada participante

Conteúdo Programático:

- Estratégia: conceitos aplicados
- Os parâmetros da Estratégia: índices básicos de desempenho estratégico
- A lógica do Plano Estratégico
- A Função Gerencial
- O gerente como comandante do Exército:
 - Planejador
 - Executor
 - Avaliador
- Estruturação do Plano Estratégico
- Identificação dos Segmentos alvo
- Análise estratégica
- Definição de Objetivos Competitivos
- Estabelecimento de Metas de desempenho
- Detalhamento de Ações

Tema: Marketing Para Não Marketeiros

Objetivos:

- Abordar os conceitos de marketing de forma prática para profissionais de outras áreas de formação que lidam com produtos e serviços no dia a dia
- Propor uma abordagem analítica de marketing

Conteúdo Programático:

- Visão do mercado (varejo e indústria)
- Os princípios do Marketing
- Marketing para produtos, serviços, pessoas
- Entendendo a dinâmica de mercado
- Ferramentas para análises de mercado (4 Ps, 5 Rs, 4 Cs, Análise das 5 forças, matrizes)
- A força da marca

Tema: As 7 Ferramentas de Gerenciamento e Planejamento/Hoshin Kanri

Objetivos:

- Trabalhar uma metodologia prática de planejamento estratégico, tático e operacional e/ou resolução de problemas quando envolve uma equipe
- Trabalhar as opiniões e percepções das pessoas de forma prática e objetiva, pelo poder da ferramenta
- Aplicar os conceitos das ferramentas usando uma situação real
- Demonstrar o método de como usar as ferramentas para que as pessoas possam aplicá-las posteriormente no dia a dia

Conteúdo Programático:

- História das 7 Ferramentas MP
- As Sete Ferramentas
- Práticas Correntes de Planejamento
- Propondo um exercício real para aplicação das ferramentas
- As Sete Ferramentas de Planejamento
- Fluxo Típico das Sete Ferramentas
- Diagrama de Afinidades
- Diagrama de Relações
- Diagrama de Árvore
- Matriz de Priorização
- Matriz de Relações
- PDPC
- Diagrama de Atividades
- Comportamentos Chave

Tema: Planejamento Estratégico na Prática

Objetivos:

- Aumentar o seu conhecimento sobre os processos de planejamento estratégico
- Reconhecer o perfil de um grupo de planejamento eficaz
- Traduzir as frases da missão em realidade
- Saber quando usar o mix de portfolio como uma ferramenta estratégica de análise
- Praticar as técnicas que você aprendeu em pequenos grupos
- Aprender a reconhecer as barreiras organizacionais ao planejamento
- Identificar ameaças e oportunidades para sua empresa
- Compreender a importância de temas prioritários para o sucesso estratégico
- Descobrir porque os planos podem falhar

Conteúdo Programático:

- Introdução ao planejamento estratégico
- Análise da situação: Como se dirigir a mercados e clientes,
- Avaliação do contexto interno
- Análise financeira
- Como selecionar questões prioritárias
- Enunciados de Direção
- Como estabelecer objetivos
- Como desenvolver a estratégia
- Implementação dos planos
- Como selecionar os processos corretos



Tema: Gestão de Projetos

Objetivos:

- Otimizar o uso de ferramentas de programação de projetos
- Estabelecer uma ordem de prioridades eficaz entre seus objetivos, responsabilidades e tarefas
- Organizar o trabalho e assegurar o cumprimento de seus objetivos em ambientes multi projetos
- Analisar tendências para antecipar os problemas

Conteúdo Programático:

- Conceitos de Gerenciamento de Projetos
- Organizações de projetos bem sucedidos
- Questões de pessoal e de equipe
- Planejamento de projetos – A linha de base das tarefas
- Programação de projetos – A linha de base de programação e de custos
- Gerenciamento de riscos e de alterações
- Controle de projetos – Técnicas avançadas
- O encerramento do projeto

Tema: Tomada de Decisão com Foco em Resultados

Objetivos:

- Facilitar a tomada de decisão no dia a dia
- Contribuir para a qualidade das decisões tomadas minimizando possíveis erros no processo
- Propor uma abordagem analítica e, ao mesmo tempo, prática para tomada de decisões simples ou complexas

Conteúdo Programático:

- Conceito e tipos de decisão;
- Processo decisório.
- Certeza, risco e incerteza;
- Pensamento convergente e divergente;
- A decisão considerando resultados a curto, médio e longo prazo;
- Fases do processo decisório
- Avaliação da decisão.
- Ferramentas e técnicas de identificação do problema ou oportunidade e diagnóstico; geração e escolha de alternativas; ponderação de critérios.
- Problemas no processo decisório.



Tema: Solução de Problemas – Uma Metodologia Prática

Objetivos:

- Utilizar abordagem sistemática para gerenciar problemas
- Aplicar seqüência definida de passos para solução definitiva de desvios
- Entender a maneira pela qual cada passo do processo contribui para o resultado final
- Descrever o problema de forma objetiva e precisa
- Eliminar hipóteses de causa através do raciocínio lógico
- Ponderar critérios de acordo com sua importância relativa
- Gerar alternativas para possíveis cursos de ação
- Avaliar de forma equilibrada alternativas disponíveis
- Analisar as forças que apóiam e dificultam a implantação da solução escolhida

Conteúdo Programático:

- Conceitos básicos de priorização
- Identificação do problema
- Formulação
- Levantamento de Causas Possíveis
- Busca da Causa-Raiz
- Desenvolvimento da Solução
- Planejamento
- Implantação



NEGÓCIOS, CLIENTES E COMERCIAL

Tema: Eficácia em Vendas

Objetivos:

- Analisar o mercado e as contas de forma prática
- Construir um plano de ação para atingir os objetivos usando exemplos reais de cada vendedor
- Oferecer ferramentas de análise e gestão de vendas para aumentar a eficácia nas vendas

Conteúdo Programático:

- Construindo uma parceria estratégica
- Caixa de ferramentas:
- Análise de mercado
- Análise competitiva
- Análise da conta do cliente ou distribuidor
- Matriz de relacionamento
- Planilha cliente/distribuidor
- Planilha clientes e Prospects
- Estratégia em vendas
- Conhecendo você mesmo e seus clientes (usando a ferramenta DISC)
- Influenciando clientes e distribuidores
- Gestão do Tempo em Vendas



Tema: Princípios da Venda Profissional

Objetivos:

- Desenvolver um plano de atividades para sua gestão de vendas, desde a qualificação de potenciais até o cumprimento dos objetivos
- Conduzir eficientemente uma apresentação de vendas
- Detectar sinais que permitirão monitorar o ritmo de suas negociação de vendas
- Prever, planejar e conduzir adequadamente as objeções e pressões dos compradores
- Desenhar e implementar planos territoriais de vendas
- Identificar as necessidades dos clientes, apresentando soluções e resolvendo problemas
- Fechar vendas com confiança e autoridade, fazendo os clientes sentirem-se satisfeitos com a decisão tomada

Conteúdo Programático

- Profissionalismo em vendas
- Planejamento do trabalho para quem tem muito a fazer (e pouco tempo para realizá-lo)
- O comportamento do comprador
- O processo de venda
- Escutando de maneira eficaz para vender mais
- Técnicas ao telefone para pesquisar, para marcar visitas e para fechar negócios
- Administração do território e do tempo

Tema: Vendas Estratégicas

Objetivos:

- Compreender como o processo de vendas se modificou por causa das mudanças nos compradores.
- Desenvolver métodos para estruturar as entrevistas de vendas de modo a obter maiores percentuais de fechamentos.
- Criar e aplicar sequências específicas de perguntas capazes de agilizar os processos de vendas.

Conteúdo Programático:

- O novo mundo das vendas
- As mudanças e a transformação do papel de vendas ao longo do tempo
- Forças de mercado: a migração de produtos e serviços exclusivos para substituíveis
- O papel da força de vendas
- Estratégias corporativas
- Criar X Comunicar valor
- As megatendências de compras
- O que é valor
- O mapa do valor em vendas
- Clientes de valor intrínseco, extrínseco e estratégico
- Os modos de vendas: transacional, consultivo e empreendedor
- Estratégias específicas para cada modo de venda
- As qualidades do vendedor consultivo
- As quatro fases de um contato de vendas
- Aprofundando as necessidades: técnica das perguntas SPIN
- Um modelo de parceria bem sucedida



Tema: Prospecção de Clientes

Objetivos:

- Compreender a importância da prospecção de clientes na gestão de vendas
- Entender que a prospecção é um processo e não uma ação pontual
- Adquirir técnicas para obter, identificar e selecionar clientes potenciais
- Estabelecer estratégias para a geração de novos negócios
- Cold Calling – saber como se preparar para as primeiras chamadas
- Adquirir técnicas para atravessar os filtros corporativos e chegar até a pessoa desejada
- Obter respostas adequadas para controlar objeções
- Estabelecer contatos eficazes para gerar vendas concretas
- Dominar as técnicas de recuperação e revitalização de contas
- Avaliar e planejar sua própria gestão
- Saber como gerenciar a demanda de tempo para a prospecção com as suas atividades cotidianas.

Conteúdo Programático:

- Princípios gerais
- Um olhar positivo sobre a prospecção
- Técnicas de prospecção que dão lucro
- As “chamadas frias” ou Cold Calling
- Quem chamar
 - Fontes de pesquisa mais usadas
 - Selecionando seu target
 - Fazendo telefonemas de qualidade
 - Maximizando retornos
 - Prospects estratégicos
 - Segmentando o mercado-alvo
- O script da ligação ideal em 5 passos
- O ciclo de negócios
- Como lidar com as objeções mais comuns da prospecção
- Como conciliar as ações de prospecção com todos os demais afazeres cotidianos
- Ferramentas úteis - modelos de planilhas e registros

Tema: Gestão Estratégica de Contas

Objetivos:

- Oferecer aos participantes um conjunto de conceitos, técnicas e ferramentas práticas, apropriados às suas necessidades, que lhes permita otimizar as suas ações e assim explorar todo o potencial de seus clientes
- Demonstrar estratégias eficazes para o desenvolvimento e manutenção do relacionamento com os seus clientes.

Conteúdo Programático:

- Porque desenvolver um programa de gestão estratégica de contas
- O conceito de agregar valor
- A aliança estratégica de compras
- Nove fatores de sucesso para um programa de gestão estratégica de contas
- Desenho de um programa
- Papel e responsabilidades do gerente de contas estratégicas
- A equipe na função de gerenciamento estratégico de contas
- Implementação do programa

Tema: Fundamentos da Gerência de Vendas

Objetivos:

- Obter sucesso no novo papel, transformando talento para vendas em expertise gerencial
- Definir metas e objetivos para o novo papel profissional
- Construir habilidades de gerenciamento ganhando respeito da equipe
- Garantir a produtividade da equipe desenvolvendo as habilidades de recrutamento, treinamento e aconselhamento do gerente de vendas

Conteúdo Programático:

- As principais responsabilidades do gerente de vendas: definição de objetivos, planejamento e controle
- Recrutando, selecionando e treinando o pessoal de vendas para o sucesso
- Técnicas de supervisão que aumentam a iniciativa do pessoal de vendas
- Motivação, avaliação e aconselhamento
- Reuniões de vendas
- Elaborando controles para eficácia máxima
- Aprimorando suas habilidades de gerenciamento de tempo para lidar com vendedores



Tema: Gestão Estratégica de Vendas

O desafio que a alta direção de vendas enfrenta hoje consiste em desenvolver-se e crescer em uma Era de Mudanças: maior concorrência, pressões decorrentes da globalização dos mercados, maior sofisticação dos hábitos de consumo, downsizing, encurtamento dos ciclos de vida dos produtos, avanços na tecnologia da informação e foco na idéia de vender valor agregado.

Objetivos:

- Posicionar o gerente de vendas no atual ambiente empresarial
- Utilizar o plano de vendas como uma ferramenta de medição
- Controlar as atividades realizadas através da análise da distribuição de visitas, do potencial das contas, do funil produtivo em vendas e da análise do ciclo de vendas
- Selecionar, treinar, manter um clima motivador e avaliar e dar feedback para seu time

Conteúdo Programático:

- Introdução ao gerenciamento da força de vendas
- Planejamento de vendas
- Sobre as pessoas: as bases da motivação e os requisitos fundamentais para uma comunicação eficaz
- Habilidades necessárias para a eficácia no gerenciamento de vendas
- Organização e estruturação da força de vendas
- Padrões de desempenho e performance
- Treinamento e aconselhamento
- Avaliação de desempenho
- Mecanismos de compensação e premiação
- Como demitir vendedores de baixa performance
- Formação de equipes de vendas

Tema: Gestão do Tempo em Vendas

Objetivos:

- Preparar os profissionais de vendas para organizarem melhor seu tempo e, desse modo, aumentar a produtividade e os resultados
- Minimizar as fontes de estresse e administrar as pressões do dia a dia

Conteúdo Programático:

- Profissionalismo em vendas
- Planejamento e organização do tempo
- Os principais desperdiçadores de tempo do vendedor (deslocamentos, telefone, espera, reuniões, visitas, etc.)
- Colocar prazos em vendas
- O funil de vendas e o tempo
- Otimizando o seu tempo e o tempo do seu cliente
- A priorização das atividades que geram resultados
- Como lidar com a procrastinação
- Tempo e qualidade de vida
- Administrando o estresse
- Lidar com prazos, pressões e incertezas

Tema: Negociação em Vendas

Objetivos:

- Melhorar as margens de vendas e taxas de fechamento
- Vender valor para não ter que negociar preços
- Antecipar-se às ações dos clientes: táticas e contra-táticas
- Estabelecer sua credibilidade junto ao cliente
- Desenvolver perfis de confiança que mantenham o seu controle sobre negociações
- Estar preparado para justificar seu preço em reuniões de precificação

Conteúdo Programático:

- O papel do profissional de vendas
- O papel do comprador
- O papel redefinido do profissional de vendas
- O processo de negociação de vendas
- Ferramentas poderosas para planejar a negociação de vendas
- Exercício de negociação de vendas
- Negociações de vendas de benefício mútuo
- Poder e posicionamento nas negociações de vendas
- Como aumentar o seu poder pessoal nas negociações de vendas
- Estudos de caso

Tema: Finanças Para Profissionais de Vendas

Objetivos:

- Preparar os profissionais de vendas para as negociações junto aos seus clientes no aspecto financeiro
- Demonstrar as bases e conceitos financeiros para que os vendedores pratiquem e possam aumentar a eficácia e o retorno em suas vendas e negociações

Conteúdo Programático:

- Administração de recursos financeiros
- Introdução à gestão financeira comercial
- Juros simples e juros compostos
- Ferramentas de aplicação HP12, HP17, EXCEL, PALM
- Exercícios aplicados em Estudos de Caso
- Administração do fluxo de caixa e capital de giro
- Saldos apropriados de caixa
- Modelos de gestão de caixa
- Financiamento de caixa
- Ciclo financeiro e ciclo operacional
- Formação e análise do custo dos produtos
- Aspectos de negociação na apuração do custo dos produtos
 - Desconto comercial
 - Desconto financeiro
 - Bonificação de mercadorias
 - Equivalência entre desconto comercial e bonificação
 - Prazos de pagamento
 - Fretes
 - Encargos financeiros
- Aspectos fiscais no curso dos produtos
- Os impostos que incidem na nota fiscal (ICMS, IPI, IR, COFINS)
- Alíquotas e base de cálculo dos impostos
- Exercícios aplicados em Estudos de caso
- Composição do preço de vendas
- Equalização de conceitos nos preços de venda
- Análise das variáveis do preço de venda (custo e markup)
- Precificação técnica X Precificação mercadológica
- Formação de preço de venda na indústria
- Formação de preço de venda no distribuidor
- Formação de preço de venda no varejo
- Exercícios aplicados em estudos de casos



Tema: Maximizando Contatos com os Clientes

Objetivos:

- Desenvolver as habilidades individuais para maximizar o aproveitamento das oportunidades de contato com os clientes
- Ajudar a transformar a organização em uma empresa voltada para o cliente
- Conhecer melhor as necessidades e percepções dos clientes sobre sua empresa, produtos e/ou serviços
- Aumentar os níveis de satisfação dos clientes atuais e fortalecer as relações de longo prazo

Conteúdo Programático:

- Satisfação é um lugar que não existe
- Vendendo o valor do seu atendimento
- Criando imagens positivas
- A tomada de ação: você possui o poder necessário para executar bem seu trabalho?
- Chegando à questão real - Solucionando problemas
- Treinando o Cliente
- Vivendo num mundo apressado, mas com uma atitude “zen”

Tema: Excelência no Atendimento ao Cliente

Objetivos:

- Entender de uma vez por todas o que vem a ser “Serviços ao Cliente” e como eles afetam a companhia
- Estudar a fonte das expectativas dos clientes e como lidar com elas de maneira prática
- Como avaliar, sob a perspectiva dos clientes, se um serviço foi realmente bem feito e satisfatório
- Identificar os principais problemas que podem acontecer durante uma situação de atendimento e como resolvê-los de maneira rápida e eficaz
- Como transformar a função de atendimento num processo, evitando assim o desgaste constante dos profissionais responsáveis por tais tarefas
- Como gerenciar o estresse decorrente dos atritos e discussões que podem surgir quando os clientes se irritam

Conteúdo Programático:

- Desmistificando a função Atendimento
- Como trabalhar com clientes que não têm razão
- Técnicas e ferramentas específicas
- Processos relevantes para lidar com os clientes
- Gerenciamento do processo de atendimento
- Auto avaliação sobre sua capacidade de prestar um serviço de excelência
- Como desenvolver sua marca registrada no atendimento aos clientes



DESENVOLVIMENTO PROFISSIONAL



Tema: Comunicação Assertiva

Objetivos:

- Melhorar a forma de comunicação verbal e não verbal com os clientes internos e externos
- Saber falar não de maneira inteligente e assertiva, sem ofender
- Melhorar a forma de comunicação na empresa visando o aumento da produtividade e a melhoria do relacionamento interpessoal

Conteúdo Programático:

- Princípios e práticas do relacionamento com o outro
- Como a comunicação interfere nos relacionamentos pessoais
- Comunicação, Linguagem e Expressão
- Exercitando a assertividade na comunicação verbal e não verbal
- Como evitar gafes, vícios e erros de comunicação que interferem no seu trabalho
- Tudo por uma boa comunicação

Tema: Competências da Comunicação (Oral e Escrita)

Objetivos:

- Ajudar os participantes na elaboração de textos claros, objetivos e adequados à estrutura formal, aos diferentes tipos de interlocutores.
- Contribuir para a personalização e para a padronização dos documentos elaborados pelos participantes.
- Discutir a postura oral, tendo em vista que, praticamente, todas as transações comerciais envolvem a comunicação oral e a escrita em conjunto.
- Propor estratégias para uma argumentação clara e persuasiva, que funcione como um diferencial para a empresa e para o profissional.
- Contribuir para a construção e para a manutenção de uma imagem positiva da empresa.

Conteúdo Programático:

- Trabalhando os conhecimentos e as habilidades fundamentais do bom comunicador: linguagem oral e escrita
- Produção de texto
- Estrutura dos textos: o parágrafo e suas relações com o todo textual: textos produzidos no dia-a-dia pelos participantes como relatórios, e-mails e outros que forem identificados no diagnóstico e na análise dos textos.
- Argumentação e os erros mais comuns
- Argumentos convincentes na escrita e na fala que são construídos a partir da imagem do interlocutor
- Coerência: a articulação lógica das ideias
- Coesão textual: o uso de conectivos que garantem a sequenciação da frase
- Estrutura textual: análise de textos elaborados no dia-a-dia pelos participantes (a partir da análise dos textos do item 2)
- Vocabulário geral e administrativo: como usá-los com precisão e com adequação
- Língua oral X Língua escrita
- Sintaxe: como produzir frases claras
- Adequação da linguagem – graus de formalidade
- Alguns erros mais comuns: Armadilhas da Linguagem
- Conteúdos gramaticais importantes para a escrita como, por exemplo, pontuação, concordância, correlação verbal, regência verbal e nominal, crase, articuladores lógicos – serão selecionados a partir das necessidades que serão identificadas no teste gramatical.



Tema: Fronteiras Interculturais

Objetivos:

- Entender porque o conceito de cultura é importante.
- Aprender a lidar com as diferenças culturais.
- Demonstrar conhecimento sobre a cultura de diferentes localidades.
- Ser capaz de conciliar as diferenças de valores culturais para otimizar os resultados no negócio.
- Encontrar fontes para entender regiões culturais além das que estão no programa.
- Lidar com situações ambíguas de maneira serena e evitando confrontos com outros.

Conteúdo Programático:

- O que é cultura?
- Por que cultura é cada vez mais um desafio importante para as organizações.
- Entendendo o que é Cultura Organizacional.
- Uma lente sobre os aspectos culturais da sua empresa.
- Lidando com as mudanças culturais.
- A questão do alinhamento pessoa/cultura empresarial.
- Lidando com diferentes culturas.
- Identificar, reconhecer e reconciliar dilemas culturais.

Tema: Criatividade e Empreendedorismo

Objetivos:

- Promover o espírito de “dono do negócio”
- Estimular o empreendedorismo interno no sentido de exercer a criatividade, valorizar a inovação, trabalhar com a equipe e assumir riscos calculados

Conteúdo Programático:

- O que é empreendedorismo?
- A história ensina
- Empreendedorismo no Brasil
- A síndrome do empregado
- Por que empreender?
- Características do empreendedor e do intra-empendedor
- Criatividade
- Inovação
- Pessoas
- Riscos calculados
- Empreendendo nesta companhia
- Os caminhos a serem trilhados

Tema: Negociação Efetiva

Objetivos:

- Compreender e analisar o processo de negociação, caracterizando cada uma de suas fases
- Dominar técnicas fundamentais para negociar e porque elas funcionam
- Perceber a importância das questões culturais no processo de negociação
- Aprender como buscar de maneira pró-ativa os melhores acordos
- Como investir na melhoria dos seus relacionamentos interpessoais

Conteúdo Programático:

- Identificando e caracterizando as situações onde é fundamental negociar
- Principais etapas do processo de negociação
- Negociações emocionalmente hostis
- Fatores culturais: a importância dos estilos de negociação e como lidar com cada um deles
- Os processos mais eficazes para se preparar uma negociação e para avaliar os resultados obtidos
- Como negociar com pessoas difíceis e/ou sob pressão

Tema: Gestão do Tempo e Qualidade de Vida

Objetivos:

- Definir metas claras e estabelecer prioridades
- Identificar e eliminar atividades improdutivas
- Processar as informações
- Controlar o tempo em seus relacionamentos interpessoais
- Enfrentar objetivos e demandas desnecessárias
- Trabalhar com maior eficácia mediante a utilização de tecnologia e estratégias desenvolvidas para um melhor gerenciamento do tempo
- Administrar os conflitos de prioridades
- Reconhecer os sintomas do estresse e minimizar seus efeitos
- Elaborar um plano para o gerenciamento do tempo que permita gerar um equilíbrio entre seus valores individuais e suas metas profissionais

Conteúdo Programático:

- Conceitos básicos sobre Administração do Tempo
- Como analisar o seu tempo
- Organizando-se
- Fazendo mais em menos tempo
- Maximizando o seu tempo e produtividade com as pessoas
- Lidando com pressão e estresse
- Colocando tudo junto - Desenvolvendo um plano de ação pessoal e profissional

Tema: Habilidades de Apresentação e Comunicação em Público

Objetivos:

- Aprender técnicas para superar medos e descobrir o prazer de comunicar suas idéias aos outros
- Descobrir como estruturar uma apresentação clara e lógica, preparando um roteiro simples e objetivo que o auxilie a manter a seqüência da apresentação dentro do tempo previsto
- Determinar o que seu público sabe e o que ele não sabe – escrevendo um roteiro que fale a língua deles

Conteúdo Programático:

- O apresentador eficaz
- Pesquisa e análise da audiência
- Planejamento e técnicas de organização
- Prática – manejo do estresse
- Utilizando os recursos audiovisuais
- O espaço físico
- Apresentando e avaliando sua apresentação
- Planejando o crescimento e o desenvolvimento contínuos

Um dos mais práticos pontos deste curso é a sessão de filmagens de sua apresentação. Aprenda como usar a inflexão (impostação) de voz, postura, comunicação não-verbal, contato visual e controle de tempo, para manter seu público no caminho certo e interessado.





COACHING

O Processo de Coaching

O Coaching é uma prática cada vez mais difundida nas empresas por um motivo extremamente simples: dá resultados em pouco tempo.

Coaching é para pessoas, equipes e empresas que buscam crescimento – seja na profissão, seja em uma área ou em um mercado específico. De acordo com estudo da International Coaching Federation (ICF), as empresas que utilizaram o coaching profissional por motivos comerciais obtiveram um retorno médio de 7 vezes sobre o investimento. No caso dos clientes individuais, o retorno médio foi de 3,44.

O processo de Coaching inicia-se com o levantamento dos objetivos fundamentais da empresa e do coachee (aquele que passa pelo processo de coaching). O coach (profissional que dá o Coaching) tem o papel de facilitar a efetiva realização das mudanças e do desenvolvimento das competências necessárias para o coachee atingir suas metas, dentro da sua realidade pessoal e da realidade da empresa.

A filosofia por trás do processo é a busca da melhoria. Colocando de outra maneira, coaching não é terapia, não é uma forma de consertar o que está errado e não é um processo de ajuda. Coaching é uma maneira pragmática para desenvolver competências (conhecimentos, habilidades e atitudes).

O grande diferencial do Coaching frente aos demais métodos de desenvolvimento pessoal reside na especificidade. O próprio indivíduo é o principal responsável pela melhoria. Por meio dos exercícios e práticas, a pessoa não só toma consciência daquilo que deseja ou precisa mudar, mas, principalmente, vivencia a competência no cotidiano.

Para as empresas, o processo é ainda mais eficaz porque o colaborador não precisa se ausentar do trabalho para dar continuidade ao seu desenvolvimento. Muitas das competências são exercitadas no próprio trabalho.

Principais benefícios do processo

- **Objetividade** – a melhoria é sempre focada naquela competência selecionada no início do processo.
- **Rapidez** – entre três e seis meses os resultados aparecem de maneira consistente e sustentável.
- **Praticidade** – após os dois ou três encontros iniciais, é possível continuar o processo por vídeo conferência ou Skype.
- **Ritmo** – é o Coachee quem define o ritmo dos trabalhos, o que evita desgastes desnecessários.
- **Segurança** – além das questões éticas reguladas pelos códigos das associações controladoras, o processo pode ser interrompido caso o Coachee não se sinta satisfeito.

Método e Formato

A metodologia adotada pela AMA Brasil segue os códigos de ética e conduta profissional da ICF (International Coaching Federation) e da FBC (Federação Brasileira de Coaching).



Os treinamentos vinculados ao conceito de jogos ou atividades ao ar livre são ferramentas particularmente úteis e poderosas. Tiram as pessoas de suas zonas de conforto, permitem abordagens pouco usuais e costumam gerar lembranças muito positivas nos participantes. Além disso, eles podem funcionar como um contraponto para reuniões periódicas de equipes: depois das discussões em sala, a atividade de treinamento ao ar livre ajuda a aliviar as tensões.

Nossos diferenciais

Modismos à parte, o que prevalece em nossos treinamentos é a analogia da atividade com as questões a serem efetivamente trabalhadas pela empresa. Não se trata apenas de um dia divertido para os participantes. Nosso objetivo é usar a atividade como “pano de fundo” e fundamentar os conceitos vividos com maior profundidade e aplicabilidade para a empresa.

Alguns temas

Outdoor:

- Canoas havaianas
- Veleiro Oceânico
- Enduro a pé

Indoor:

- Serius Games
- Jogos de Negócios



AMABRASIL

www.amabrasil.com.br

Unidade São Paulo

Av. Paulista, 2.300 - Andar Pilotis

Edifício São Luis Gonzaga

Cerqueira César - São Paulo/SP

CEP 01310-300

Tel: 55 (11) 2847-4959

Fax: 55 (11) 2847-4550

Unidade Campinas

Rua Dr. Emílio Ribas, 805 - Conj. 34

Cambuí - Campinas/SP

CEP 13025-902

Tel: 55 (19) 3251-6500