

The background features several circular gauges and arrows, suggesting a technical or analytical theme. The gauges have numerical scales, and the arrows indicate a clockwise direction. The overall color palette is a gradient of dark blue and purple.

# ASSESSORIA COMERCIAL

REVISÃO E REESTRUTURAÇÃO DOS PROCESSOS ADMINISTRATIVO E  
EFETIVO DE VENDAS, PLANEJAMENTO COMERCIAL E BUSINESS  
INTELLIGENCE

HUGO VENTURINI

# ASSESSORIA EM

- Gestão de Vendas



- Business Intelligence



# ASSESSORIA COMERCIAL

## COM FOCO ORGANIZACIONAL

### Para que:

- Obter melhores resultados, num ambiente organizado, melhor estruturado e adaptado à interagir com clientes, fornecedores, colaboradores e parceiros.
- Desenvolver um planejamento comercial mais sólido, claro e objetivo.

### Para quem:

- Pequenas e Médias empresas – indústrias, distribuidores, lojas e pequenas redes de lojas, etc.
- Empresas insatisfeitas com seus resultados
- Empresas em processo de reestruturação
- Empresas em processo de implantação de sistemas de gestão integrada ERP

## ❖ Gestão de Vendas

- **Vendas**

- ✓ Análise, redefinição e implantação de estratégias de Produto, Canal e CRM.
- ✓ Formação de equipe: gestão, regionalização, definição de metas de vendas - individuais e global - posituação e produtos.

- **Trade Marketing**

- ✓ Análise, redefinição e implantação de estratégias de Trade: prospecção de novos clientes e oportunidades.
- ✓ Composição de apresentações comerciais e de treinamento em Power Point.
- ✓ Elaboração de campanhas de incentivo.

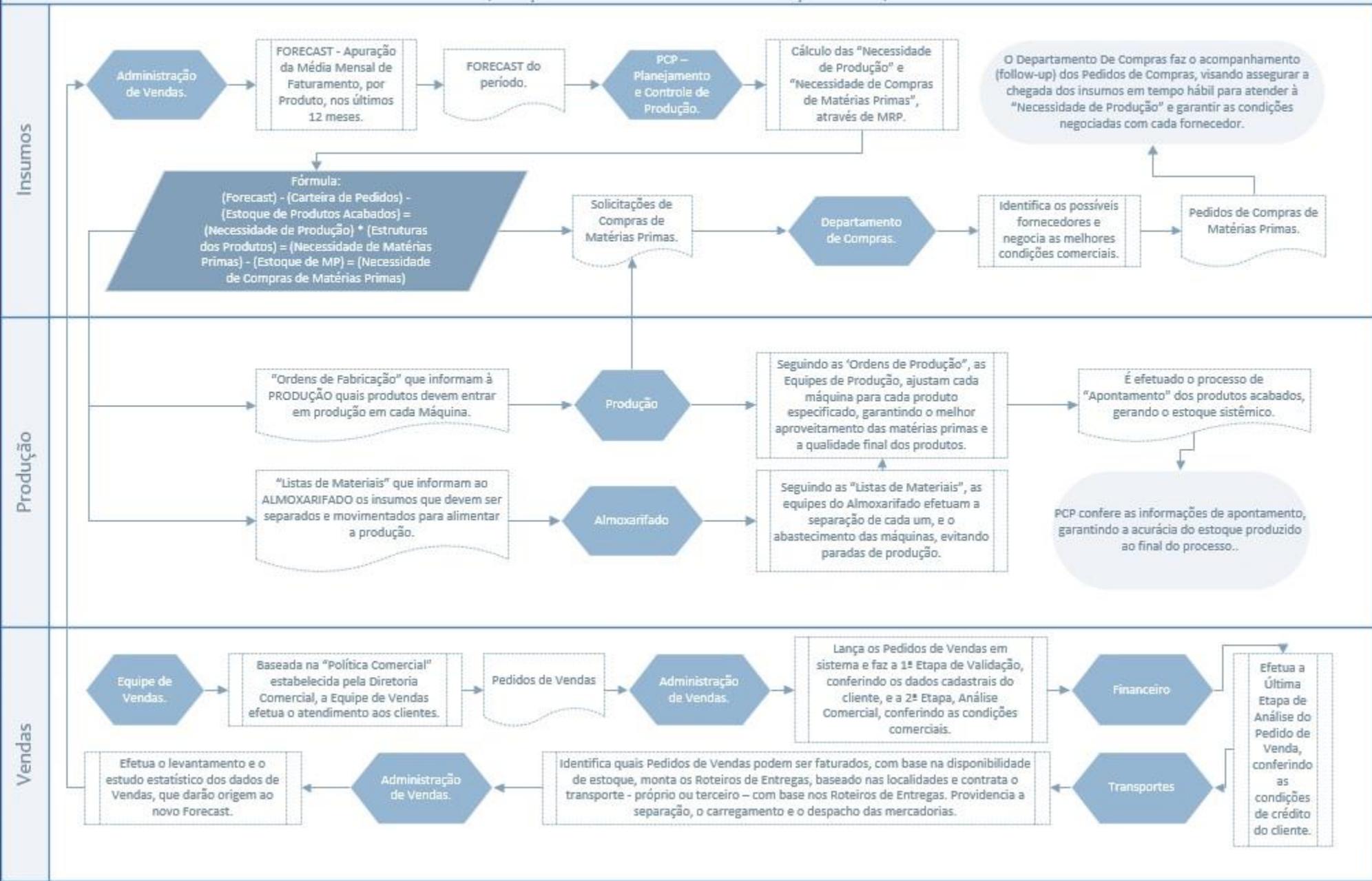
## • Administração de Vendas

- ✓ Análise dos processos de vendas e administração de vendas, com elaboração de fluxogramas e organogramas, utilizando ferramentas como o Microsoft Visio ou o ARIS Express.
- ✓ Redefinição, readequação, redesenho e implantação do Processo de Administração de Vendas
- ✓ Treinamentos para colaboradores: aplicativos Microsoft Office: Outlook, Excel, Word e Power Point.
- ✓ Suporte completo à equipe de vendas, com informações, relatórios, cadastros, propostas, documentos e demais materiais necessários
- ✓ Criação de *Dashboards* ou Ferramentas de Cálculo Diversos em Excel (Pricing - Formação de Preço de Vendas, Análise de Pedidos de Vendas, etc.)
- ✓ Auditoria e manutenção dos cadastros de clientes, produtos, tabelas de preços, condições de pagamento e demais informações referentes e necessárias à área comercial, estejam implantados em Sistemas ERP ou controles paralelos.

- ✓ Elaboração de propostas formais de vendas para clientes.
  - ✓ Implantação de procedimentos de recebimento, triagem e análise comercial de cada pedido de vendas, com foco na verificação da rentabilidade.
  - ✓ Elaboração de relatórios da carteira de pedidos para a Gerência, Diretoria, PCP, Compras e demais setores interessados e envolvidos na cadeia de suprimentos e produção.
  - ✓ Controle do lead time de cada pedido, fornecendo informativos ao cliente e ao representante ou vendedor.
  - ✓ Acompanhamento da entrega do pedido.
  - ✓ Ação de pós-venda.
- 
- **Interação da área comercial com os demais setores da empresa** (contábil, fiscal, administrativo, logística, etc.)
    - **Objetivo:** *ganhar eficiência e agilidade nos processos administrativos de vendas, e direcionar melhor as ações efetivas de vendas, com foco na rentabilidade da operação e fidelização dos clientes.*

# Fluxograma Operacional Resumido

Ciclo Resumido da Atividade Produtiva – Da Apuração das Necessidades de Produção e Compras de Matérias Primas através da Estatística de Vendas.



## Fluxograma do Desenvolvimento de Produtos



### Identificação de Oportunidades:

- Observação dos Produtos da Concorrência (Desempenho).
- Estudo do Comportamento do Consumidor (Preferências).
- Análise de Pesquisas Quantitativas e Qualitativas (Carências).

### Análise da Capacidade Produtiva:

- Verificação da Ociosidade - Disponibilidade de Capacidade Produtiva.
- Verificação da Compatibilidade da Tecnologia Disponível com as Oportunidades Identificadas.
- Análise das Adequações Necessárias (Investimentos).

### Desenvolvimento do Produto:

- Composição da Estrutura do Produto.
- Desenvolvimento da Identidade do Produto - Concepção Visual.
- Custeio Final - Levantamento Completo dos Custos de Produção.
- Projeção do Preço de Venda.
- Posicionamento de Mercado - Comparação com os Concorrentes.
- Ajuste entre Preço Final e Estrutura - Dar competitividade ao Produto.

### Definição da Estratégia Comercial:

- Branding - Definição do público alvo e fixação da marca.
- Marketing - Campanhas publicitárias e Ações aos Consumidores.
- Trade - Estratégia de Canal com foco no perfil alvo do Consumidor.
- Endo-Marketing - Incentivos aos vendedores.

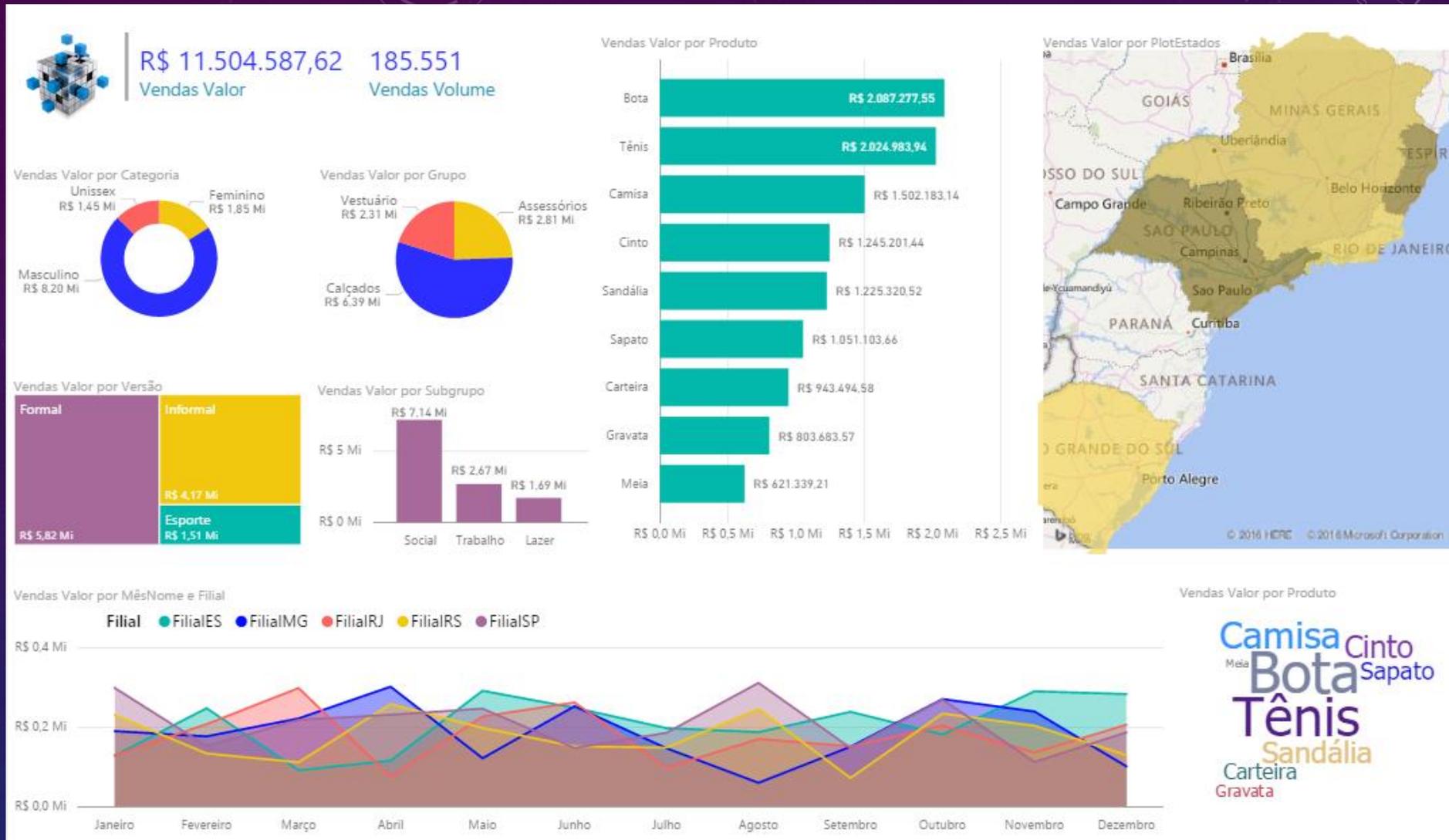
## ❖ Business Intelligence:

### • Planejamento comercial:

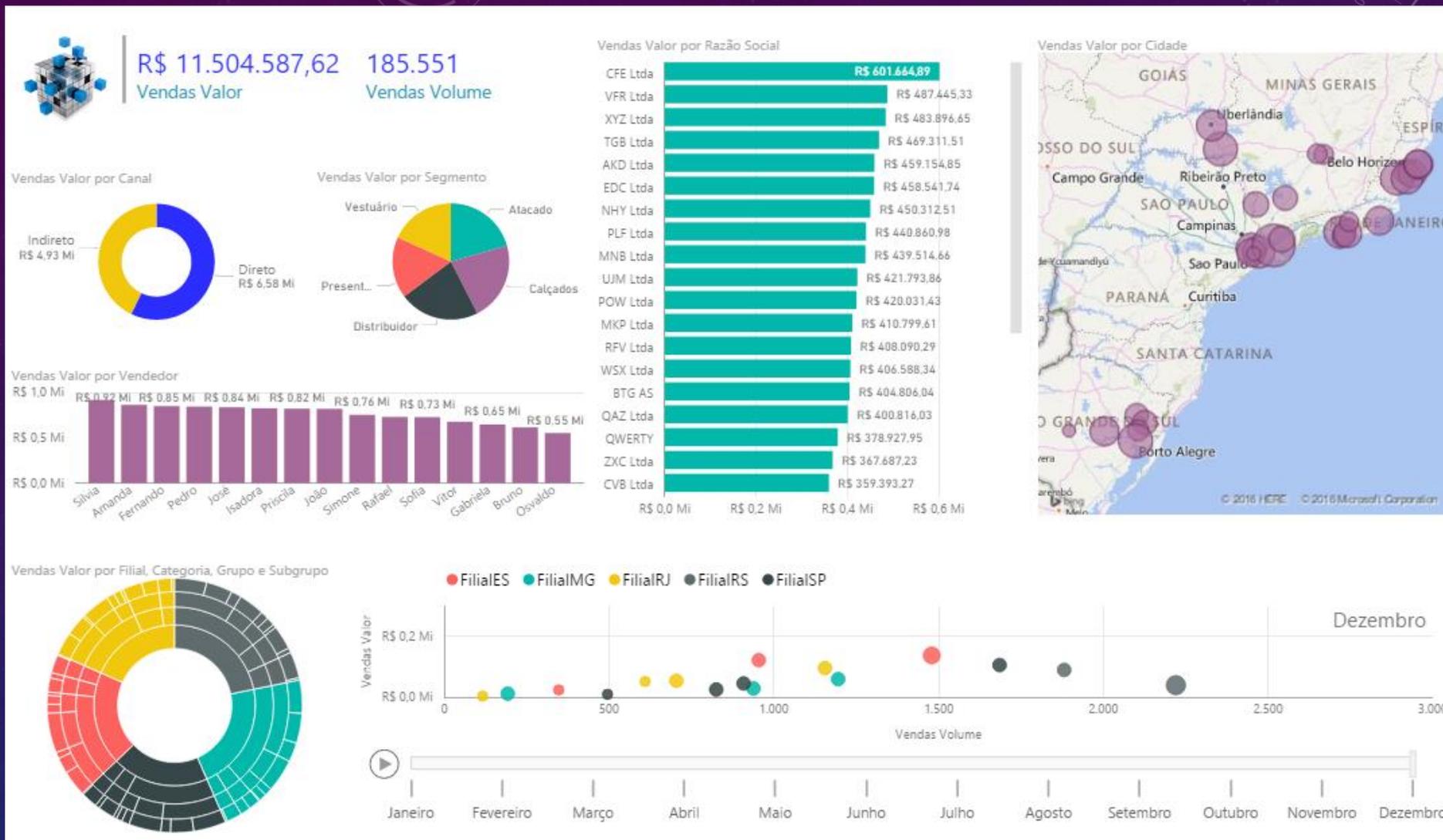
- ✓ Levantamento dos dados estatísticos de vendas e/ou produção, seja através de relatórios sistêmicos (ERP), ou controles paralelos (planilhas de Excel e documentos de texto).
- ✓ Tratamento e classificação dos dados estatísticos, tornando-os uma base lógica, padronizada e coerente.
- ✓ Composição de *Dashboards* - relatórios, análises, gráficos e mapas de vendas, com os mais diversos cruzamentos de informações – visão de cubo.
- ✓ Proporcionar o acesso aos relatórios e aos dados à todos os interessados.
- ✓ Ferramentas: Microsoft Power BI, Microsoft Office Excel, Microsoft Self Service BI (Power Query, Power Pivot, Power View).
- ✓ Implantação de KPI's para área comercial (Metas de Vendas, Positivção de Clientes, Positivção de Produto, Rentabilidade, etc.).
- ✓ **Objetivo:** embasar a tomada de decisões e o planejamento estratégico comercial.



*As atuais ferramentas de BI permitem alto grau de interatividade nos gráficos e relatórios, proporcionando uma perfeita visualização do quadro de vendas, e leituras amplas e detalhadas de cada aspecto.*



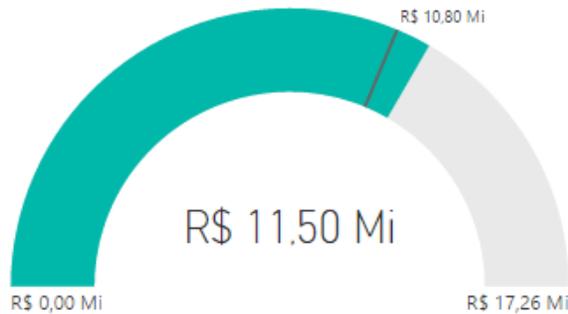
As atuais ferramentas de BI permitem alto grau de interatividade nos gráficos e relatórios, proporcionando uma perfeita visualização do quadro de vendas, e leituras amplas e detalhadas de cada aspecto.



As atuais ferramentas de BI permitem alto grau de interatividade nos gráficos e relatórios, proporcionando uma perfeita visualização do quadro de vendas, e leituras amplas e detalhadas de cada aspecto.



**R\$ 11.504.587,62** 185.551  
 Vendas Valor Vendas Volume

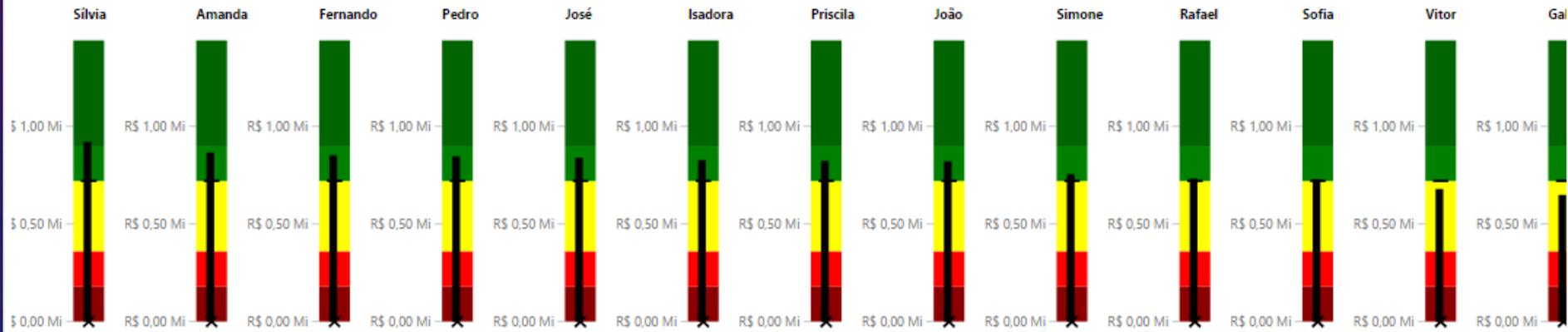


Vendas Valor e MetaGlobal por Filial



MêsAno	Vendas Valor	Vendas Volume
janeiro de 2015	R\$ 975.074,29	14.002
fevereiro de 2015	R\$ 916.219,94	16.183
março de 2015	R\$ 939.609,44	15.653
abril de 2015	R\$ 980.970,83	14.705
maio de 2015	R\$ 1.082.919,52	15.796
junho de 2015	R\$ 1.061.333,52	17.016
julho de 2015	R\$ 774.329,41	14.030
agosto de 2015	R\$ 972.758,22	16.146
setembro de 2015	R\$ 758.725,70	13.500
outubro de 2015	R\$ 1.157.309,44	17.061
novembro de 2015	R\$ 980.103,00	15.756
dezembro de 2015	R\$ 905.234,31	15.703
<b>Total</b>	<b>R\$ 11.504.587,62</b>	<b>185.551</b>

Vendas Valor e Meta Vendedor por Vendedor



*As atuais ferramentas de BI permitem alto grau de interatividade nos gráficos e relatórios, proporcionando uma perfeita visualização do quadro de vendas, e leituras amplas e detalhadas de cada aspecto.*

# Treinamento Funcional, com foco Organizacional

Aplicativos do Microsoft Office



Objetivos: proporcionar ganhos em eficiência e produtividade

# Hugo Venturini

e-mail: [hugoventurini@outlook.com](mailto:hugoventurini@outlook.com)

Skype: hugo\_venturini

Cel. & WhatsApp: (19) 9.9811-1208