



▶▶▶ A APLICAÇÃO DA AVALIAÇÃO EM UM **CASE DISTRIBUIÇÃO AGRO**

Os resultados do caso a seguir são da divisão de distribuição de insumos agropecuários em uma empresa que fatura cerca R\$ 23 bilhões anuais. As estratégias de desenvolvimento de parte do seu time técnico-comercial baseou-se na avaliação MTHD Sales-Score e em outros 2 pilares:

1

**TREINAMENTO EM VENDAS
CONSULTIVAS E
CONSTRUÇÃO DE VALOR**

2

**WORKSHOP DE EMPODERAMENTO,
AUTOCONFIANÇA E SEGURANÇA
PARA NEGOCIAR**

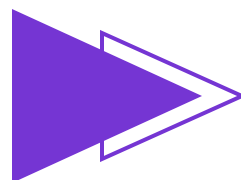
◀ ◀ ◀ **Comparativo de evolução de 118 Profissionais avaliados** ▶ ▶ ▶
no início e final do programa de desenvolvimento

Média Geral na 1º Av
14,1

Média Geral na 2º Av
18

Incremento de

27,6%



E X P E R T S



Score acima de 50% do 1º colocado

19% > 33%
de 22 part > 36 part

I N T E R M



Score entre 33,3% e 49,9% do 1º colocado

30% > 38%
de 35 part > 41 part

C R Í T I C O



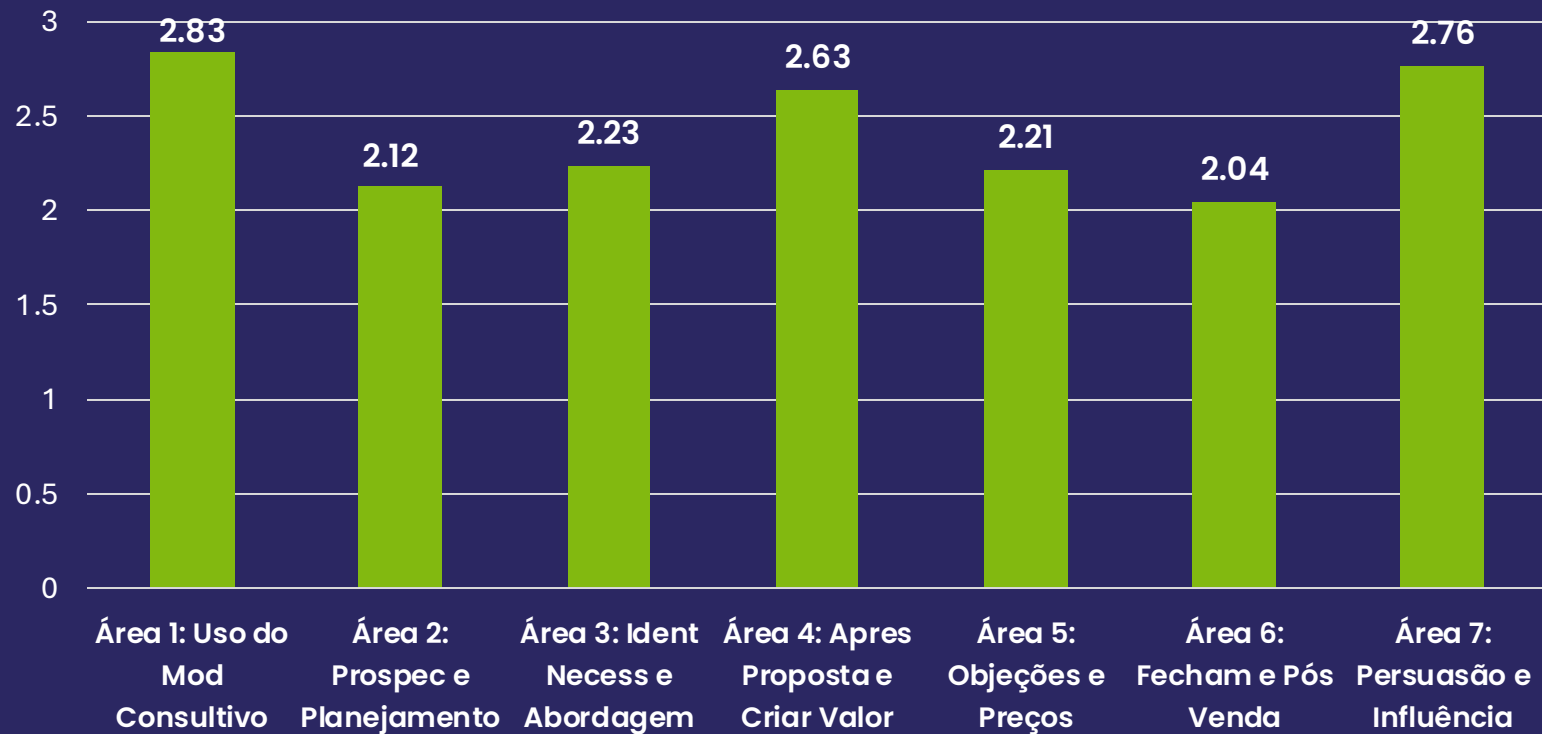
Score inferior a 33,3% do 1º colocado

52% > 29%
de 61 part > 32 part

VEJAM

Com UMA ação de desenvolvimento, realizada em cerca de 3 meses, foi possível **retirar da zona de risco 29 profissionais** e a empresa **incrementou em 14** o número de consultores em nível de excelência.

Score por Área do Processo Consultivo | máx 9 pontos

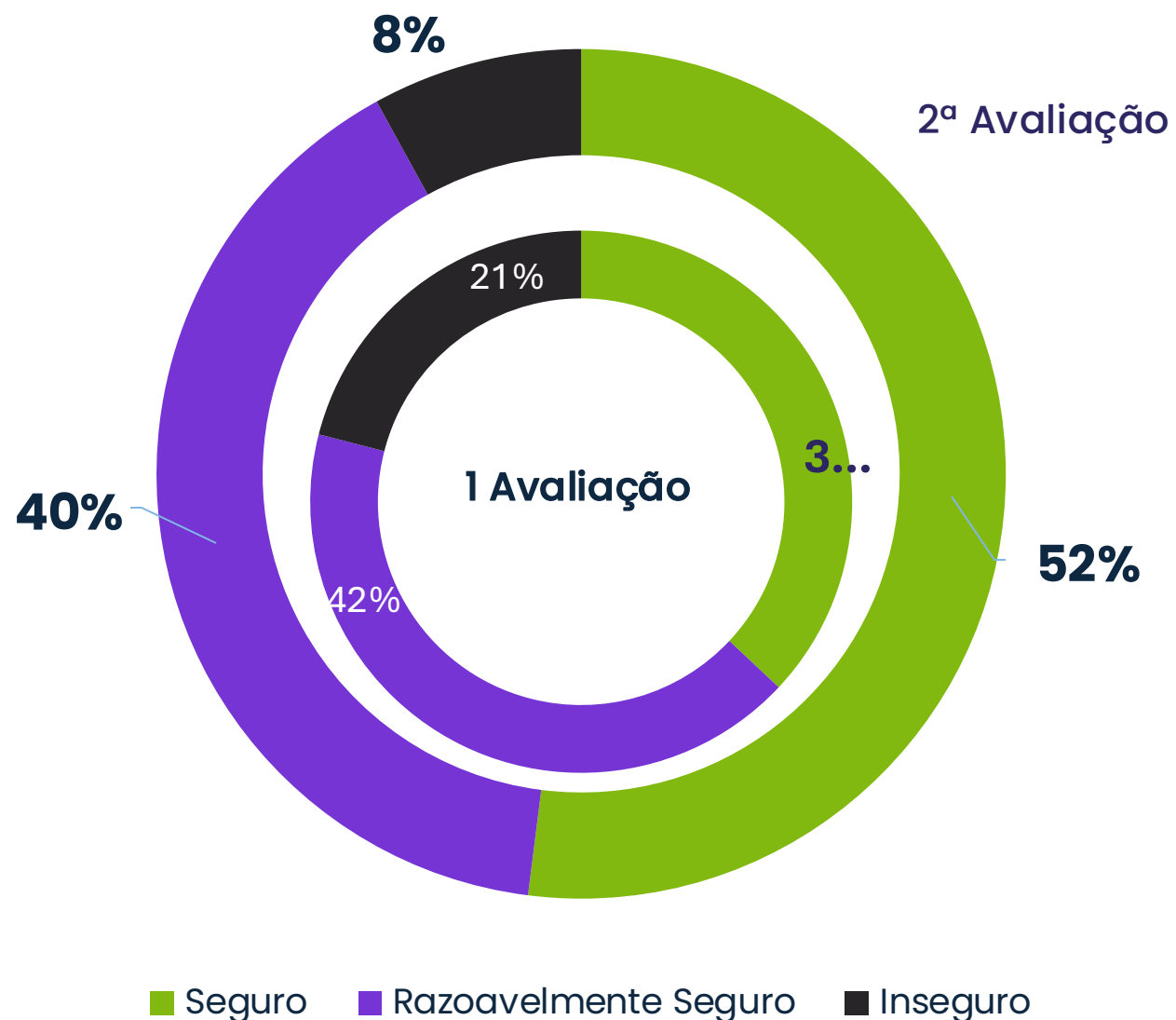


VEJAM

O Score **mais baixo** está em **Fechamento da Venda**, consequência direta das estratégias e prospecção e planejamento da negociação, a segunda etapa em que os consultores apresentaram mais dificuldades. **Se prospecto um cliente com perfil não-condizente ao posicionamento da empresa, como fechar uma boa venda?**

Análise Comparativa do Grau de Confiança

assumido pelo participante entre a 1ª e a 2ª avaliação



Pela análise do Grau de Confiança/Segurança observou-se que os participantes estão mais confiantes nas respostas, com incremento de **40% no Grau 3 de Segurança (de 37% para 52%)** e decréscimo de 61% na insegurança dos participantes na tomada de decisão.

NOTA
TÉCNICA

Isso **EVIDENCIA UMA MAIOR CONFIANÇA AO NEGOCIAR E MAIOR PRÓPENSÃO PARA ASSUMIR RISCOS E SE POSICIONAR** durante as negociações.

UMA NOVA SAFRA DE PRODUTORES

O produtor tradicional envelheceu. Uma nova geração de produtores do agro está assumindo os negócios com **mentalidade empresarial e menos vínculo** afetivo-emocional.

Esse produtor 4.0 é mais informado e gerencia tecnicamente suas propriedades. Tem menos tempo, mas **está mais presente na lavoura, só que de forma digital**. São produtores que participam ativamente de feiras e congressos agrícolas, inclusive no exterior.

► ► ► A IMPORTÂNCIA ESTRATÉGICA DE AVALIAR A FORÇA DE VENDAS NO AGRO

Este cenário fez emergir a necessidade de atuação diferenciada por parte de quem presta assistência a esses produtores.

Novas formas de vendas e relacionamentos,

capitaneadas pelo uso maciço de tecnologia de comunicação e e-commerce, hoje são realidades no campo.

Inquestionavelmente, isso dinamizou não só a maneira com que as empresas e distribuidoras fazem negócios, mas também na **forma como o profissional de vendas negocia e interage** com seus produtores.

O novo ambiente de negócios das vendas agro requer **novas competências e habilidades**.

Neste sentido, atuação consultiva no agro nunca se fez tão necessária, não só para entender a necessidade do produtor, mas, principalmente, para **construir valor no processo comercial e fortalecer a imagem da** indústria, cooperativas, distribuidoras e portfólios perante seus produtores e mantê-las competitivas.

Esses fatores abrem espaço para dois questionamentos:

1. **A força de vendas agro está capacitadas para atuar nesse novo cenário?**
2. **Você tem conhecimento de onde estão os gargalos do seu time e que estão impactando negativamente os resultados?**

NOSSOS CLIENTES

QUEM JÁ FEZ A AVALIAÇÃO MTHD SALES SCORE



CARLOS EDUARDO DALTO
CEO e Professor da FGV



Quero expressar nossa sincera gratidão por sua **palestra inspiradora** durante a nossa a convenção de vendas da Lallemand em 2024.

Suas valiosas orientações e dinâmicas e seus conselhos sobre **vender com empatia, sabedoria, atenção e transformar desafios em oportunidades** de venda foram especialmente impactantes.

Robson Costa

Dir Comercial Lallemand Brasil



Os serviços prestado pela Methodos e pelo Prof. Dalto **são de extrema qualidade e construídos em conjunto**, o que faz muita diferença no produto final. É um fornecedor que ouve nossas necessidades e sempre atende acima das expectativas. Recomendo fortemente!

Bruna Morales Moreira

Ger de Trein e Desenv.
Organizacional UPL Brasil



O trabalho realizado pelo Prof. Dalto **excedeu nossas expectativas pela dedicação e engajamento dele na busca do entendimento das nossas dores**, customizando as abordagens de modo a entregar um conteúdo direcionado, prático e aplicável.”

Ana Claudia Pericaro
Coamo



Relacionamento Comercial
ANDREIA PÉRIGO

11 95029 4262

