



OUTROS CASES E ACHADOS APLICANDO A AVALIAÇÃO

**MTHD SALES-SCORE**

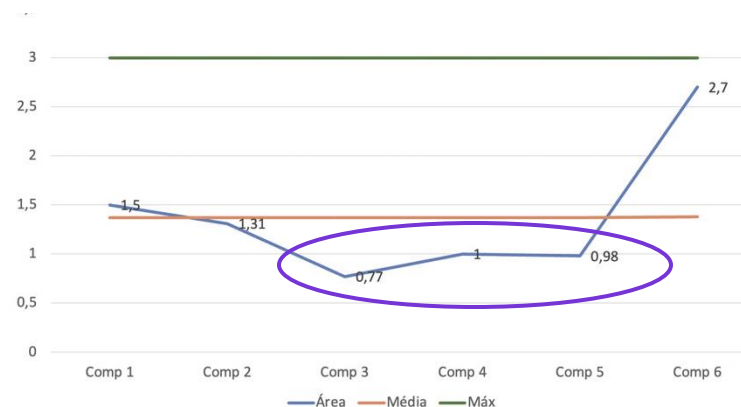
# OUTROS ACHADOS

Ao longo dos 6 anos utilizando a MTHD Sales-Score, nos deparamos com alguns **achados** que **impactaram** nossos **clientes**.

NESTE CASO, FOI POSSÍVEL MAPEAR ÁREAS DE NEGÓCIO COM GAP'S NO PROCESSO DE VENDAS E ASSIM, ATUAR CIRURGICAMENTE SOBRE ELAS.

MÉDIA

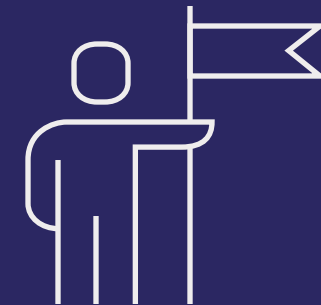
## GERAL POR ÁREA



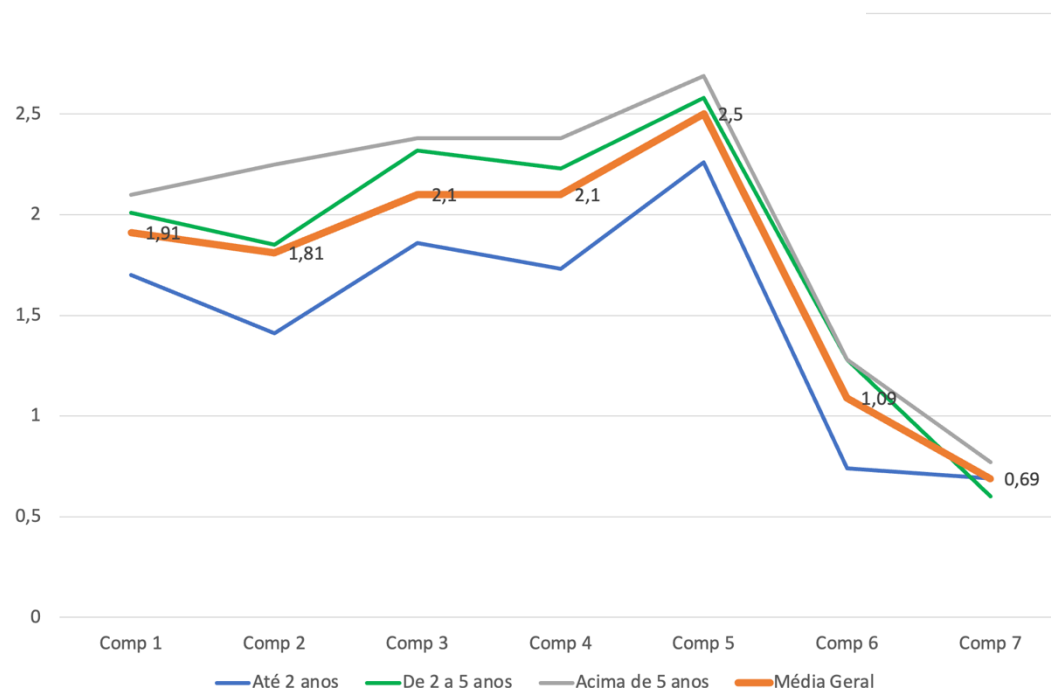
NESTE CASO, PELOS RESULTADOS DA AVALIAÇÃO A EMPRESA ENTENDEU QUE SERIA NECESSÁRIO IMPLEMENTAR MUDANÇAS ESTRATÉGICAS DE RECRUTAMENTO, NO MODELO DE ONBOARDING E NA POLÍTICA DE T&D, COM OBJETIVO DE ACELERAR O PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO DO NOVO CONSULTOR

ALGUNS

## ACHADOS



### MÉDIA GERAL POR TEMPO DE CASA



#### Análise:

1. Pelo gráfico fica clara a necessidade de intensificar os treinamento nos 2 primeiros anos do CT e Promotor.
2. Também, infere-se que o tempo de maturação dos cargos fica entre 2 e 5 anos.



# ▶▶▶ UM CASO EMBLEMÁTICO

Em uma multinacional fornecedora de tecnologias para o Agro em que as ações de treinamento acontecerem em 3 momentos, com 2 avaliações entre eles:



A NOTA DO 1º COLOCADO  
AUMENTOU EM 33%  
COMPARATIVAMENTE ÀS  
AVALIAÇÕES 1 E 2

A NOTA DO ÚLTIMO  
COLOCADO  
AUMENTOU EM 67%

## NOTA TÉCNICA



Pela análise Geral dos resultados, observou-se uma **substantial melhora nos resultados** dos participantes, evidenciando que as estratégias de T&D foram acertadas.

Ao projetar incremento de 33% no resultado, alcançado em um curto período entre as 2 avaliações - de pouco mais de 3 meses, entre março a junho, indica-se que a empresa terá um time de Vendas de Alta Performance (acima de 70% do Score máximo possível de 75 pontos) alcançado em cerca de 2 anos.

## UMA NOVA SAFRA DE CLIENTES

O perfil tradicional do cliente mudou. Uma nova geração de tomadores de decisão nas indústrias e nos serviços vem assumindo posições-chave com uma **mentalidade mais estratégica, orientada por dados e resultados** – e com menos vínculo afetivo com fornecedores antigos.

Esse novo cliente é mais bem informado, utiliza ferramentas digitais para acompanhar o desempenho do seu negócio e **busca parcerias que realmente entreguem valor**. Tem menos tempo para reuniões genéricas, mas está mais presente nos processos de compra – com foco em eficiência, inovação e retorno sobre o investimento.

## ► ► ► A IMPORTÂNCIA ESTRATÉGICA DE AVALIAR A FORÇA DE VENDAS

São profissionais que participam de eventos, congressos, benchmarks e buscam constantemente atualizações, inclusive com referências internacionais.

Esse novo cenário fez emergir a necessidade de uma **atuação diferenciada por parte das equipes comerciais** que desejam se manter relevantes e competitivas.

Novas formas de relacionamento e vendas, impulsionadas pelo uso intensivo de tecnologia, automação, canais digitais e e-commerce, já são realidade em diversos setores.

Inevitavelmente, isso impactou tanto a forma como as empresas vendem quanto o papel do profissional de vendas, que hoje precisa ir muito além da figura tradicional do "vendedor".

O **novo ambiente de negócios exige novas competências e habilidades** – técnicas, emocionais e estratégicas.

Nesse contexto, **a atuação consultiva nunca foi tão necessária** – não apenas para identificar as dores do cliente, mas, principalmente, para gerar valor durante todo o processo comercial e fortalecer a percepção da marca, dos produtos, soluções e serviços oferecidos.

Esses fatores abrem espaço para duas reflexões importantes:

1. **Sua equipe de vendas está preparada para atuar nesse novo cenário de negócios?**
2. **Você conhece com clareza os gargalos que estão impactando negativamente os resultados do seu time?**

# NOSSOS CLIENTES



Relacionamento Comercial  
**ANDREIA PÉRIGO**  
11 95029 4262



**MTD-D** | **METHODOS**  
EDUCAÇÃO CORPORATIVA

## INDÚSTRIAS E SERVIÇOS



**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

“

“A equipe da Methodos **superou as expectativas com sua expertise de conteúdo e de ensino**. Ao longo do programa, o foco foi sempre o de promover um aprendizado efetivo do participante através de masterclasses interativas e um robusto programa à distância apoiados com podcasts e exercícios práticos”

**Ana Gennari**  
Ger de T&D Comercial  
Zoetis Saúde Animal



**CARLA TOMELERI**  
Gerente de  
Treinamentos &  
EAD