



**RELATÓRIO FINAL DE CONSULTORIA
ZHANLUE CONSULTORIA**

Belo Horizonte
2019

**Felipe Augusto Ferreira Costa
Phillipe Gabriel Rocha Monteiro
Rafael Costa de Oliveira**

**RELATÓRIO DE CONSULTORIA DO GRUPO
ZHANLUE CONSULTORIA APRESENTADO À
EMPRESA SÓ FREIOS E CARDANS LTDA.**

Relatório final de consultoria apresentado à disciplina CONSULTORIA EMPRESARIAL, do curso superior de Graduação em Administração, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Administração.

Professor: Rômulo Manini.

Belo Horizonte
2019

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO	3
2.	CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA.....	4
3.	RESUMO DE ATIVIDADES	7
4.	DIAGNÓSTICO	9
5.	RECOMENDAÇÕES	12
5.1.	Recomendações implementadas	12
5.2.	Recomendações a implementar	13
6.	CONSIDERAÇÕES FINAIS	15
	REFERÊNCIAS.....	16
	PROPOSTA	17
	ANEXOS	20

1. INTRODUÇÃO

Este é o relatório final apresentado à disciplina de CONSULTORIA EMPRESARIAL, desenvolvida no 8º período do curso de Administração da faculdade FAMIG.

Foi desenvolvido um trabalho de consultoria pelo grupo Zhanlue Consultoria, composto pelos alunos Felipe Augusto Ferreira Costa, Phillipe Gabriel Rocha Monteiro e Rafael Costa de Oliveira, na empresa Só Freios e Cardans Ltda, no período entre 02/10/2019 e 20/11/2019.

O nome do grupo foi definido de forma intencional. Zhanlue é uma expressão chinesa que tem como significado a palavra estratégia. A consultoria foi estruturada para contribuir com a definição do planejamento estratégico da organização e teve como essência os conceitos administrativos estudados no curso de Administração de Empresas.

O principal objetivo do gestor para com esta consultoria foi de melhorar as ações estratégicas organizacionais, reformular alguns procedimentos internos e desenvolver um planejamento de marketing para a divulgação da empresa, no qual o grupo focou suas atenções para desenvolvimento das atividades.

Neste relatório está registrada uma breve apresentação da empresa, diagnóstico realizado, resumo das atividades desenvolvidas pelo grupo e as sugestões de melhorias identificadas.

Ao final, apresenta-se uma proposta de implementação das ações sugeridas e que ainda não foram trabalhadas.

2. CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA

A Só Freios e Cardans é uma empresa especializada em sistemas de transmissão, manutenção, alinhamento e balanceamento de eixo cardans, barras de direção, barras tensoras e colunas de direção. O eixo cardan é utilizado em veículos com motor dianteiro e tração traseira, como por exemplo, caminhões, 4x4, ônibus, tratores e máquinas industriais. Composto por dois eixos tubulares, ele é formado por diversos tipos de componentes, como cruzetas, luvas, ponteiras, rolamentos, mancais, suportes, flanges de acoplamento e terminais. Esses elementos permitem que o ângulo varie, distribuindo o peso de forma uniforme e garantindo o equilíbrio durante a locomoção do veículo. Assim sendo, o eixo cardan permite um movimento mais livre durante a variação de velocidade ao fazer a ligação da força gerada às rodas.

FIGURA 1: EIXO CARDAN



Fonte: Site Mecânica Automóvel (2019)

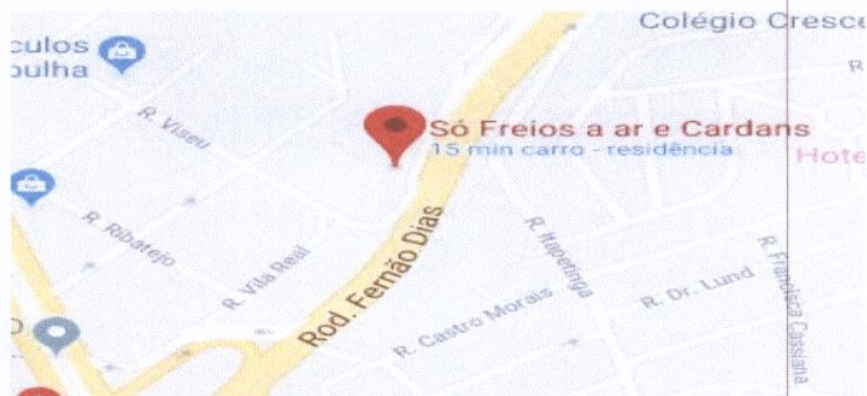
A organização foi fundada em Junho de 2009 pelo empreendedor Marcelo Leonardo dos Reis. Nascido em Belo Horizonte, casado, pai de dois filhos e visionário, ele sempre atuou na área de freios e suspensão como mecânico montador em uma empresa do ramo. Devido ao seu *know-how* e expertise na manutenção dos componentes, a empresa conseguiu penetrar no mercado oferecendo qualidade e rapidez na reforma de peças e componentes. A estrutura jurídica é estabelecida conforme os pontos a seguir:

- Razão Social: Só Freios e Cardans Ltda
- CNPJ: 10.872.031/0001-96
- Natureza jurídica: Sociedade Empresária Limitada
- Capital Social: R\$20.000,00 Porte: ME
- Atividade Principal: 45.20-0-01 Serviços de manutenção e reparação mecânica de veículos automotores.
- Atividade Secundária: 45.30-7-03 / 45.30-07-04 Comércio a varejo de peças e acessórios novos e usados para veículos automotores.
- Sócio: Marcelo Leonardo dos Reis 49 – Sócio Administrador.
- Sócio: Rosilea Aparecida Higino dos Reis 49 – Sócio administrador.
- Endereço: Rod. Anel Rodoviário Celso Mello Azevedo Nº 19025 km 19 Universitário – BH MG.

A localização da empresa é fundamental para o sucesso da atividade, uma vez que, está situada em uma região onde ocorre um grande fluxo de caminhões e ônibus.

Posicionada na marginal do Anel Rodoviário, próximo ao Viaduto São Francisco, ela possui uma área de aproximadamente 1.200m² que é subdividida em pátio, administração, expedição, almoxarifado, tornearia, montagem, e lavador de peças. Além disso, contém uma vala no pátio para que a manutenção possa ser realizada de forma eficaz. Contudo, o acesso à empresa é prejudicado devido à existência de uma elevação irregular no terreno da entrada principal, o que dificulta a manobra de veículos grandes.

FIGURA 2: LOCALIZAÇÃO



Fonte: Google Maps (2019)

O modelo da estrutura organizacional é simplificado, conforme apresentado a seguir:

FIGURA 3: ORGANOGRAMA



Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

A diretoria é composta pelos dois sócios administradores, Marcelo e Rosileia. Ele é responsável pelo setor comercial e manutenção. No setor comercial a empresa possui uma colaboradora que tem a função de visitar e manter contato com os clientes, coletar as peças para realizar a manutenção e enviar orçamentos para posterior aprovação. Concomitantemente, o administrador Marcelo realiza as mesmas funções da funcionária, além disso, ele tem a incumbência de coordenar as atividades do setor de manutenção e aprovar a realização de aquisições de materiais para uso direto e para o estoque.

O setor de manutenção é composto por um líder que realiza a gestão das atividades dos colaboradores internos e também fica responsável pela empresa na ausência dos diretores. A organização também possui um torneiro mecânico, um lavador de peças, um almoxarife, e seis mecânicos montadores, responsáveis pela execução da manutenção das peças, totalizando assim, dez funcionários no setor operacional.

A sócia administradora, Rosilea, tem a responsabilidade de executar, planejar, dirigir e controlar o setor financeiro. A empresa possui uma colaboradora para auxiliá-la nas tarefas administrativas, realizar lançamentos no sistema interno, controlar contas a pagar, contas a receber e emitir relatórios para a análise técnica da situação financeira da organização.

3. RESUMO DE ATIVIDADES

A Zhanlue Consultoria desenvolveu o trabalho na empresa Só Freios e Cardans nos meses de Outubro e Novembro de 2019. Nesse período houve algumas reuniões para realizar o levantamento dos dados, o diagnóstico inicial da organização, a verificação das necessidades e dos problemas enfrentados e, conseqüentemente, a apresentação das sugestões de melhorias desenvolvidas pelo grupo.

No dia 01 de Outubro de 2019, a Zhanlue Consultoria, após realizar um *brainstorming* para definir possíveis candidatos, entrou em contato com três empresas potenciais convidando-as para participar do projeto que seria desenvolvido pelos alunos do 8º período do curso de Administração de Empresas da Faculdade Minas Gerais – FAMIG. O empreendedor, Marcelo Leonardo, manifestou uma vontade entusiasta para participar, tendo em vista à contribuição estratégica disponibilizada pelos discentes, com suporte docente, para a identificação, controle e resolução dos problemas enfrentados pela organização. Nesse dia, houve um encontro entre um representante do Grupo Zhanlue e o fundador da empresa Só Freios e Cardans para a elucidação de todas as dúvidas, bem como para o apontamento de todas as informações pertinentes ao projeto.

A Zhanlue Consultoria realizou a primeira reunião dentro da organização dia 02 de Outubro de 2019. O intuito foi verificar presencialmente alguns problemas enfrentados pela organização, como também, conhecer toda a estrutura interna, os processos organizacionais e os colaboradores responsáveis pela execução dos serviços realizados pela empresa. A reunião iniciou-se às 15h30 e estavam presentes os dois sócios administradores, Marcelo Leonardo e Rosileia Aparecida.

Inicialmente, para conhecer e entender os objetivos dos empreendedores, foi declarado a história da empresa, com os fatos marcantes, desde a sua inauguração até os dias atuais, assim como, os valores dos sócios e os desafios mercadológicos. Também foram realizadas algumas indagações sobre a gestão geral da empresa, como missão, visão e valores, a verificação dos objetivos traçados pelos empresários e a observação da utilização de ferramentas gerenciais para o controle das estratégias estabelecidas. Tendo findado às 17h, a reunião foi bem proveitosa,

entretanto, ficaram algumas pendências explicativas em relação às demais áreas da empresa para a realização do diagnóstico e caracterização.

O diagnóstico inicial foi finalizado em uma reunião realizada na empresa Só Freios e Cardans no dia 07 de Outubro de 2019, onde foi possível verificar a fragilidade de alguns controles executados pelo setor financeiro, também foi ratificada a necessidade de investimentos em marketing, bem como, a reestruturação de procedimentos internos, como por exemplo, o envio de orçamentos documentados para os clientes. Da mesma forma, faz-se necessário o entendimento dos pontos fortes, fracos, oportunidades e ameaças para a definição de um plano de ação com objetivo de estruturar a gestão estratégica da organização.

No dia 23 de Outubro de 2019, foram discutidas as necessidades e os problemas da organização nos níveis estratégico, tático e operacional. O grupo Zhanlue se reuniu para analisar quais os principais problemas enfrentados pela organização e, alinhados aos objetivos dos empreendedores, definir os procedimentos que deveriam ser revisados para a obtenção de um resultado satisfatório.

Foram desenvolvidas sugestões de melhoria nos dias 04 e 11 de Novembro de 2019 nas áreas de Gestão da empresa, Marketing e Vendas. Houve a apresentação da análise SWOT (Forças, Fraquezas, Oportunidades, Ameaças), posteriormente, a realização de planos de ações para o enfrentamento das situações evidenciadas através da utilização da ferramenta. Em seguida, foi realizado um POP (Procedimento Operacional Padrão) para o setor de Vendas e a indicação de brindes para a divulgação e marketing da empresa.

4. DIAGNÓSTICO

A Zhanlue Consultoria irá descrever os processos observados na empresa Só Freios e Cardans que apresentaram problemas ou que podem ser melhorados, em conformidade com os conceitos administrativos.

Gestão da Empresa

O planejamento estratégico da organização é realizado pelos sócios administradores. Em visita técnica realizada pelos integrantes da consultoria, foi possível identificar que a empresa está desenvolvendo algumas metas para o alcance dos objetivos, dentre eles, no aspecto da sustentabilidade social, verificou-se que ela pretende realizar parcerias com presídios da região metropolitana de Belo Horizonte.

O objetivo é conceder ao apenado a oportunidade de aprender uma nova profissão e, como resultado, promover a ressocialização reduzindo o custo de mão de obra da organização.

Sem um planejamento estratégico competente, ninguém sobreviverá nesses tempos globalizados, afirma PORTER (2019). É fundamental que as estratégias não sejam desenvolvidas apenas no campo das ideias. Elas precisam ser documentadas, monitoradas e controladas para que os objetivos organizacionais sejam constantemente analisados. Verificou-se que a empresa não desenvolve avaliações periódicas de seus pontos fortes e fracos e não avalia as oportunidades e ameaças constantes no mercado (SWOT). Consequentemente, a organização não possui estratégias estruturadas em planos de ação para potencializar os pontos fortes ou para mitigar os pontos fracos, nem para aproveitar as oportunidades.

As definições de missão, visão e valores são fatores determinantes para a estruturação da estratégia organizacional dos empreendimentos. Na empresa Só Freios e Cardans eles são estabelecidos como:

- **MISSÃO:** Sermos reconhecidos pelo que propusemos a fazer. Ter um atendimento diferenciado com competência e agilidade. Oferecer produtos e serviços com alto padrão de qualidade.
- **VISÃO:** Mais do que atender, oferecer soluções inovadoras para os maiores desafios do mercado. Com uma equipe capacitada e experiente, sempre buscando treinamento e desenvolvimento no ramo em que atuamos. Quem busca excelência sabe que os resultados sempre aparecerão, e sim podem ser compartilhados.
- **VALORES:** Transparência e respeito. Honestidade e ética. Melhoria contínua. Equipe e paixão pelo trabalho. Família.

O conceito de missão pode ser definido como a razão de ser da empresa, o propósito pelo qual trabalham os funcionários e os sócios. Você pode não aprender muito ao ler a missão de uma empresa, mas você aprenderá muito ao tentar escrevê-la, define KOTLER (2000). Isto é, determinar a missão é um bom exercício de aprendizado e autocrítica.

O conceito de visão é constituído através de uma ótica futura, ou seja, onde a empresa pretende chegar e em que situação ela quer estar. Os valores são definidos como os princípios que norteiam as ações e comportamentos das pessoas que fazem parte da organização.

Sendo assim, identificou-se que a organização necessita revisar os pontos abordados em sua missão, visão e valores. É através desses fatores que ela terá um melhor direcionamento para a tomada de decisão estratégica e assim, conseguir se diferenciar no mercado alcançando as metas e os objetivos estimados.

Marketing e Vendas

A empresa tem o foco na realização de serviços e por isso não possui um setor de vendas específico. A sua carteira de clientes foi dividida em duas partes iguais, em que a metade dos clientes é atendida pela colaboradora Jaqueline e o restante é atendido pelo sócio diretor Marcelo Leonardo. Geralmente, os clientes ligam para a empresa e solicitam o recolhimento dos componentes para a retífica. Quando um cliente fica inoperante por um determinado período uma visita é agendada para

verificar o motivo e reativá-la. Evidenciado que não há o envio prévio de orçamentos para os clientes e que a organização está utilizando um método desarmonizado na abordagem de clientes. Também verificado que a divulgação e o marketing estão sendo realizados de forma simplista.

5. RECOMENDAÇÕES

5.1. Recomendações implementadas

GESTÃO:

Recomendação:	Identificar através da análise SWOT os pontos fortes e fracos do ambiente interno e as oportunidades e ameaças do ambiente externo. Posteriormente, definir um plano de ação para o desenvolvimento de estratégias organizacionais em cada uma das variáveis analisadas.
Evidências:	Foi desenvolvida análise SWOT e uma planilha, em anexo 01 e 02, para facilitar o controle das ações oriundas da análise. Através dela será possível gerenciar todo o plano de ação desenvolvido.
Resultado:	A organização gostou da sugestão e passará a acompanhar o planejamento estruturado na planilha.

MARKETING:

Recomendação:	Foi sugerido a implementação de um procedimento operacional padrão para divulgar os serviços da empresa a potenciais clientes de forma coesa e coerente. Apresentar todas as atividades desempenhadas pela organização, parceiros comerciais, clientes atendidos, dentre outros aspectos.
Evidências:	Foi desenvolvido POP Procedimento Operacional Padrão para auxiliar o setor de vendas externas da empresa. O documento encontra-se em anexo 03.
Resultado:	A organização concordou com a proposta e seguirá as indicações contidas no procedimento.

5.2.Recomendações a implementar

GESTÃO:

Sugestão:	Revisar os pontos estratégicos da missão, visão e valores.
Justificativa:	É através desses fatores que ela terá um melhor direcionamento para a tomada de decisão estratégica e, assim, conseguir se diferenciar no mercado e alcançar as metas e os objetivos estimados.
Quem poderá fazer:	A própria empresa poderá revisar o planejamento estratégico. Será necessário dedicar-se ao estudo e pesquisa do tema.
Recurso (Custo):	A organização necessitará de tempo para a implementação. Conforme proposta em anexo.

Sugestão:	Definir um procedimento operacional padrão para o envio documentado de orçamentos aos clientes.
Justificativa:	É fundamental documentar todo o processo de negociação envolvendo terceiros. A organização necessita se resguardar de quaisquer problemas que possam ocorrer durante o procedimento orçamentário.
Quem poderá fazer:	A própria empresa poderá realizar a elaboração do Procedimento Operacional Padrão. Ele também poderá ser estruturado por uma consultoria que deverá ser contratada pela organização.
Recurso (Custo):	Caso seja realizado pela própria empresa deverá ser considerado o custo do tempo para elaboração, implementação e treinamento. Se for realizada por uma consultoria o custo para a organização será de R\$800,00 em média. Conforme proposta em anexo.

MARKETING:

Sugestão:	Entregar brindes para a divulgação da marca, como por exemplo: Copos, canetas, calendários, chaveiros, mouses.
Justificativa:	Com essa ação a empresa terá a possibilidade de atingir o seu público alvo de forma mais assertiva. Além disso, aproximará a marca com o cliente através dos tipos de brindes que serão disponibilizados para permanecer no ambiente corporativo dos consumidores.
Quem poderá fazer:	Os brindes poderão ser produzidos por fornecedores externos.
Recurso (Custo):	O custo será proporcional ao brinde escolhido. Sendo estimado entre R\$500,00 e R\$1.500,00.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenvolvimento deste trabalho foi de suma importância para a complementação do curso de administração de empresas. A importância da consultoria externa não está somente no processo em si, mas também em sua validação. Embora o principal valor esteja intrínseco, a validação também traz o crescimento da empresa em curto e longo prazo. Através das visitas e análises dos processos internos realizadas numa empresa atuante em um nicho de mercado, foram propiciadas diversas discussões com único objetivo de identificar e implementar melhorias. E por isso o grupo agradece ao Sr. Marcelo Leonardo e a empresa Só Freios e Cardans pela experiência e por proporcionar a troca de novas ideias e conhecimentos.

Em relação às ações tomadas, espera-se que a implementação dos pontos estratégicos relacionados à missão, visão e valores possibilite uma melhor visão e perspectiva do negócio, a estruturação da visão estratégica da empresa representada na análise SWOT, e que o plano de Marketing, descrito através do Procedimento Operacional Padrão, possibilite um melhor fluxo de trabalho e organização no processo de vendas da empresa.

Foi desenvolvida uma proposta para desenvolvimento das ações aqui sugeridas, caso a empresa se interesse em implementá-las com o auxílio do grupo. A proposta está inserida na página dezessete.

REFERÊNCIAS

CARDAN. **Mecânica Automóvel**. Brasília, 2018. Disponível em: <<https://mecanicaautomovel.weebly.com/cardan.html>>. Acesso em: 04 outubro. 2019.

KOTLER, P. **Administração de marketing: a edição do novo milênio**. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

PORTER, M. **O planejamento estratégico nas organizações**. Rio de Janeiro, 2019. Disponível em: <<https://administradores.com.br/artigos/o-planejamento-estrategico-na-gestao-das-organizacoes>>. Acesso em: 09 novembro 2019.

PROPOSTA**ZHANLUE CONSULTORIA**

Av. Nossa Senhora de Fátima nº 856 • Carlos Prates • Belo Horizonte • MG • ☎ (31) 30797635 ✉ zlconsultoria@hotmail.com

PROPOSTA COMERCIAL – Nº01/2019**ESCOPO DO FORNECIMENTO**

Ao Sr. Marcelo Leonardo.

Prezado Marcelo,

Temos o grato prazer em apresentar-lhe a nossa proposta técnica e comercial.

1. OBJETO DA PROPOSTA

A presente proposta foi desenvolvida como estimativa inicial para desenvolvimento das atividades de **implementação dos planejamentos estratégicos definidos pela consultoria.**

2. ESCOPO

- Planejamento estratégico
- POP Procedimento Operacional Padrão para a abordagem de clientes realizada pela área de vendas externas
- Divulgação e Marketing

3. PROGRAMAÇÃO

1ª Etapa: Revisão do planejamento estratégico organizacional

- Carga horária de **08 (oito)** horas, sendo:
 - 04 horas para identificação das variáveis mercadológicas e entrevista com os gestores, na sede da Só Freios e Cardans.
 - 04 horas para revisar os pontos estratégicos missão, visão e valores de acordo com a expectativa dos empreendedores.

Consultor: Rafael Costa.



ZHANLUE CONSULTORIA

Av. Nossa Senhora de Fátima nº 856 • Carlos Prates • Belo Horizonte • MG • ☎ (31) 30797635 ✉ zlconsultoria@hotmail.com

2ª Etapa: Elaboração do Procedimento Operacional Padrão

- Carga horária de **20 (vinte)** horas, sendo:
 - 08 horas para o acompanhamento do procedimento operacional vigente no envio de orçamentos aos clientes, na sede da Só Freios e Cardans.
 - 8 horas de revisão e elaboração de um procedimento operacional padrão para o envio de orçamentos documentados.
 - 04 horas para o treinamento e acompanhamento dos colaboradores, na sede da Só Freios e Cardans.

Consultor: Phillipe Gabriel.

3ª Etapa: Divulgação e Marketing

- Carga horária de **08 (oito)** horas, sendo:
 - 04 horas para definição dos tipos de brindes, quantidades e layout impresso.
 - 04 horas para a cotação e aquisição dos brindes para a divulgação.

Consultor: Felipe Augusto.

4. INVESTIMENTO

- **R\$ 2.180,00 (dois mil cento e oitenta reais)**

Forma de pagamento:

1º Pagamento 15 dias após o início das atividades = R\$ 1.090,00.

2º Pagamento 30 dias após o início das atividades = R\$ 1.090,00.

5. OBSERVAÇÕES GERAIS

- A. Caso sejam necessárias visitas adicionais para treinamentos, será cobrado o valor de R\$ 225,00 por cada 2 horas.



ZHANLUE CONSULTORIA

Av. Nossa Senhora de Fátima nº 856 • Carlos Prates • Belo Horizonte • MG • (31) 30797635
 zlconsultoria@hotmail.com

6. EXCLUSÕES

Não estão inclusos, nesta proposta, o pagamento da aquisição dos brindes que forem selecionados.

Caso sejam necessários, os custos de logística e hospedagem serão por conta da CONTRATANTE.

7. CONCLUSÕES

- A. Os pagamentos serão efetuados mediante a apresentação de nota fiscal e boleto bancário.
- B. Os impostos já estão inclusos.

VALIDADE DA PROPOSTA: 15 DIAS

CONTATO COMERCIAL

Para esclarecimentos desta proposta, favor entrar em contato:

Telefones: 31 - 9 73448822 (Rafael Costa)

31 - 9 98259515 (Phillipe Gabriel)

Emails: zlconsultoria@hotmail.com (Felipe Augusto)

rafaelcostaml@hotmail.com (Rafael Costa)

Site: www.zhanlueconsultoria.com.br

Atenciosamente,

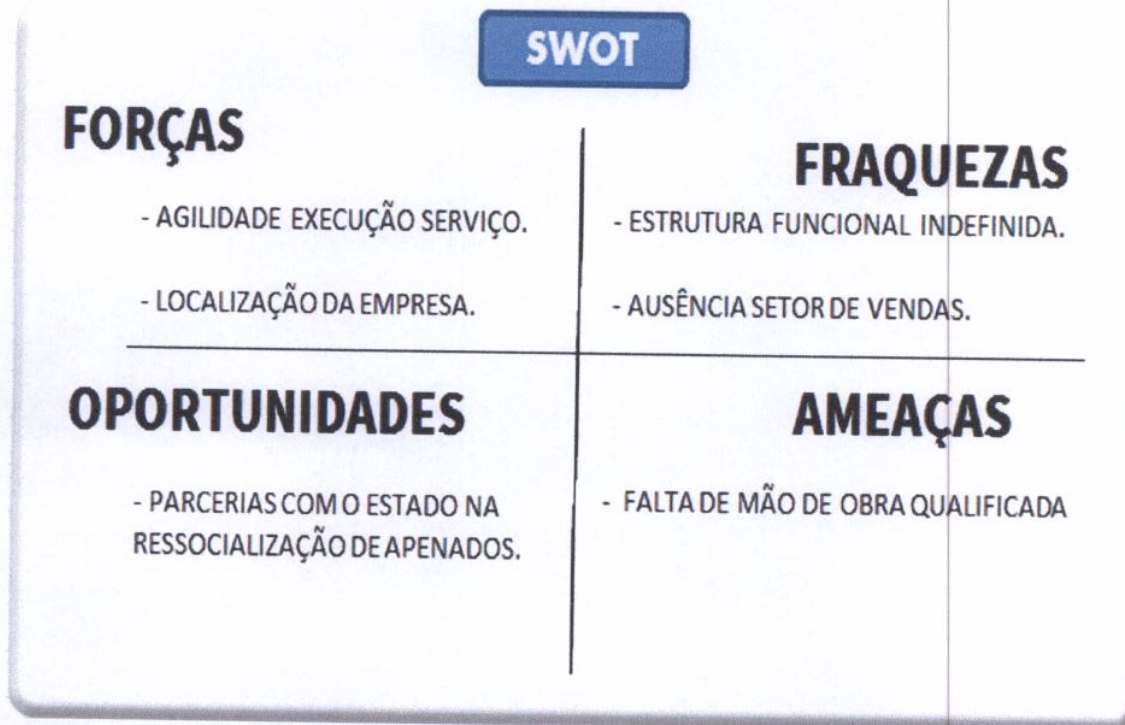
Rafael Costa
 Diretor/Consultor

Belo Horizonte, 03 de dezembro de 2019.

ANEXOS

01:

FIGURA 4: MATRIZ SWOT



Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

02:


TABELA 1: PLANO DE AÇÃO

ORIGEM	ÁREA	FATO E EVIDÊNCIA	CAUSA (POR QUÊ)	AÇÕES TOMADAS	QUEM	INÍCIO	TÉRMINO	STATUS	RESULTADO ESPERADO
SWOT	Manutenção	S: Agilidade na execução do serviço	Potencializar Força	Realizar POP para enviar orçamentos documentados aos clientes	Rodrigo	05/12/19	20/12/19	Não iniciado	Melhorar o atendimento ao cliente e resguardar a empresa no acordo comercial.
SWOT	RH	W: Estrutura funcional.	Mitigar Fraqueza	Realizar Organograma funcional	Marcelo	05/12/19	20/12/19	Não iniciado	Melhorar a estrutura organizacional.
SWOT	Gestão	O: Parcerias com o estado para a ressocialização de presidiários.	Agir para aproveitar	Investimento em maquinário e verificar quais são os componentes menos críticos.	Marcelo	06/12/19	13/01/20	Não iniciado	Reduzir o custo da mão de obra e a agir na sustentabilidade social
SWOT	Manutenção	T: Falta de mão de obra qualificada.	Poucas opções de curso preparatório para o nicho de mercado.	Treinamento e capacitação técnica dos colaboradores	Marcelo	17/12/19	20/01/20	Não iniciado	Executar serviço de qualidade.

Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

03:

FIGURA 5: PROCEDIMENTO OPERACIONAL PADRÃO

		PROCEDIMENTO OPERACIONAL PADRÃO - POP			Página 1 de 2
Código SFC-POP- 002	Data Emissão 10/11/2019	Data de Vigência 10/11/2019	Próxima Revisão Maio/2020	Versão nº 01	
ÁREA EMITENTE: Diretoria					
ASSUNTO: POP – Procedimento de Abordagem aos Clientes					

Objetivo:


O procedimento em como objetivo aprimorar os processos necessários para abordagens dos potenciais novos clientes da empresa. Este procedimento será realizado pelo vendedor externo, e também pelo diretor da empresa, Marcelo. Este procedimento tem como objetivo apresentar os pontos importantes de empresa, iniciar a construção de uma boa relação e através do diálogo inicial, buscar ainda mais informações e formas de ajudar os clientes a partir das suas necessidades.

Aplicação:

Equipe de vendas externas.

Conteúdo:

1. A Diretoria da empresa seleciona potenciais clientes num raio de até 17 quilômetros de distância. Após a seleção, a lista semanal é encaminhada para equipe de vendas via e-mail.
2. Análise, preparação da rota e agendamento de acordo com a região em que as empresas estão localizadas, visando o máximo em economia com custo do combustível para o abastecimento dos veículos.
3. Como se trata de serviço, a abordagem deve ocorrer de forma dinâmica objetiva. Inicialmente apresentar-se de forma clara, com expressões firmes e a apresentação da carteira de serviços que são prestados pela empresa.
4. Analisar o início do contato, se o cliente fala rápido demais, acelere as suas palavras, se ele fala baixo demais, diminua o seu tom de voz e assim por diante.
5. Apresentar todos os pontos fortes da empresa, assim como todo portfólio contido nos folheto.
6. Realizar a entrega dos brindes e informar os canais de comunicação como e-mail, whatsapp e telefone.
7. Após apresentação, elaborar um relatório contendo data, nome da empresa, nome do contato, horário e e-mail.
8. Cadastrar a empresa contatada, e reportar o relatório para a direção da Só Freios e Cardans.

		PROCEDIMENTO OPERACIONAL PADRÃO - POP			Página 2 de 2
Código SFC-POP- 002	Data Emissão 10/11/2019	Data de Vigência 10/11/2019	Próxima Revisão Maio/2020	Versão nº 01	
ÁREA EMITENTE: Diretoria					
ASSUNTO: POP – Procedimento de Abordagem aos Clientes					

Divulgação:

Este POP é divulgado internamente via comunicados, e terá e-mail e alinhamentos quando necessário para a equipe de vendas.

Emissão, revisão e aprovação:

Este POP foi:

Emitido por: Marcelo – Diretoria Geral

Revisado por: Rosilea - Diretoria Financeira

Aprovado por: Marcelo – Diretoria Geral
Rosilea - Diretoria Financeira

Usuários principais:

Preencher o quadro indicando:

Acesso	Nome	Área
Via rede	Marcelo	Diretoria
Via rede	Representante Comercial	Vendas