



**FÁBRICA DE**

**PITCH DE VENDAS**

# Potencializando Vendas e Pessoas

## Objetivo

1. Identificar e escriturar o processo comercial, entendendo e traduzindo de forma didática e científica;
2. Criar pitch de vendas em animações 2D para acelerar a curva de aprendizado dos clientes;
3. Potencializando o melhor das pessoas através de treinamentos técnicos e motivacionais, customizada e aderente a operação de cada empresa.

## A quem se destina

- Gestores de empresas que estão em busca de desenhar ou evoluir seu processo de vendas com técnica e metodologia científica de vendas.
- Treinar seu time com técnicas de vendas eficientes, com um profissional experiente, metódico, com grandes resultados em gestão e vendas consultivas para grandes corporações.

**Diretor na B2B Partner**, especialista da ciência de vendas, empresário, anfitrião no PodCast para vendedores e empreendedores “De Pé na Patrola”, palestrante e mentor consultivo. bacharel em ciências contábeis, pós-graduado em estratégia empresarial, gestão de pessoas e marketing.

Com 25 anos de carreira, 17 anos em área comercial com formação na escola **AMBEV** de vendas. Foi diretor comercial na **Bankme**, Executivo de vendas na **Veltec Trimble**, Gerente Comercial em **redes de supermercados**, Supervisor de vendas, analista de resultados e monitor do **Programa de excelência em vendas - PEX** na **AmBev**. Com mais de 10mi vendidos na carreira, o maior projeto em 1,8mi.

Experiência em varejo e soluções de alto valor agregado, com projetos para grandes corporações como **AmBev, Raízen, White Martins, BRF, PepsiCo, Grupo VIX, Viação Àguia Branca e Grupo AES**.

Co-idealizador e articulador do evento **Safety Panel** que reunia trimestralmente as maiores lideranças em logística responsáveis por 1/3 do transporte do país, para compartilhar e discutir boas práticas e soluções para segurança das pessoas no trânsito. Atualmente conhecido como **FNSR - Fórum Nacional de Segurança Rodoviária**, se tornou o maior evento do segmento no Brasil e América Latina.

Muita experiência, técnica, metodologia e didática à disposição para ajudar na construção de processos de vendas sustentáveis, replicáveis e escaláveis. Atuando com ética e transparência, de forma simples, focada e disciplinada.

## QUEM É O PROFESSOR FÁBIO MODOS?



## O QUE DIZEM SOBRE

## FÁBIO MODOS?

LinkedIn

"Fabio is a great team player, has his work ethics at heart and delivers great results."



**Mateus Schroeder**  
Vice President, AB ONE | Digital  
Transformation | B2B | BEES USA  
**Anheuser-Busch InBev**

LinkedIn

"Fábio é um excelente profissional. Muito dedicado, consegue compartilhar seu amplo conhecimento na área comercial e em diversos segmentos do mercado para soluções práticas e efetivas no relacionamento entre empresas, gerando oportunidades de negócio. Vem me ajudando muito na minha mudança de carreira trazendo diferenciais nas negociações com os clientes."



**Rafael Jundi**  
Marketing  
Shell Box Empresas  
**Raízen**

LinkedIn

"Fabio, obrigado pelo excelente trabalho realizado aqui em Salvador-BA. Nosso time de vendas esta muito mais capacitado e motivado para levar nossa empresa a um novo patamar! "



**Paulo Sérgio França Cavalcanti**  
Diretor-Presidente  
**Carbonor S/A**  
**AÇO Participações**



## O QUE DIZEM SOBRE

## FÁBIO MODOS?

LinkedIn

"Fábio é uma apaixonado por vendas / área comercial em geral. Muito preciso e com foco impressionante nos resultados. Está sempre procurando atingir as metas e seus objetivos, é estrategista, inteligente e prático."



**Rodrigo Farias Rezino**  
Staff Engineer  
South Holland, Netherlands  
**FreshBooks**

LinkedIn

"Fábio é um profissional extremamente inteligente e focado. Profunda capacidade em entender cenários e desenhar fluxos e projetos na área comercial."



**Olvando Junior**  
Chief Commercial Officer  
CCO  
**Bankme**

LinkedIn

"O Fabio Modos é um profissional diferenciado. Atua com foco em resultado e desenvolvimento de equipe, de forma ética e responsável. Certa vez me disse que o que dá sentido a sua jornada profissional é contribuir para transformar pessoas em excelentes profissionais, sistematizar processos e ter a sensação de plantar boas sementes... Que com certeza darão bons frutos."



**Olinda Ferreira**  
Chief Financial Officer  
CFO  
**Arbo Imoveis**





# PROCESSOS

Customizados, simples e eficientes.

Vender é ciência

do comportamento humano.



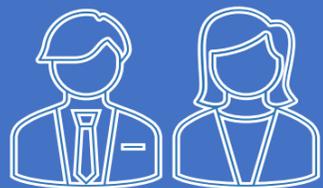
# GESTÃO

Metas factíveis e acompanhamento de indicadores de performance evolutiva.



# FERRAMENTAS

Soluções certas para ganhar produtividade.



# GENTE

Treinada, disciplinada e motivada.



# Onde podemos Contribuir

## Mercado

- Definição do Perfil Ideal do Cliente;
- Mapeamento de oportunidades regionalizadas;
- Nível de consciência de compra;
- Necessidades e desejos;

## Concorrência

- Análise SWOT: Forças, fraquezas, ameaças e fortalezas;

## Parceiros

- Revendas ou distribuidores;
- Indicadores de negócios;

## Produtos

- Política comercial (Árvore de preços, tabela progressiva);
- Ciclo de vida: Lançamento, rampagem, maturidade e reversão de declínio;
- Posicionamento;
- Comportamento de compra: Up sell e cross sell, posicionamento no ponto de venda;

## Metas

- Estatísticas, factíveis, progressivas, desafiadoras, simples e motivadoras;

## Indicadores

- Nível de esforço e performance;
- Balizador de incentivos e tomada de decisão;

## Matriz de Vendas

- Prospecção de novos clientes (leads);
- Tratativas personalizadas por canais de aquisição: Outbound e Inbound;
- Mapeamento em SPIN Selling: Situação, problema, implicação e necessidade de solução, reduzindo objeções e aumentando fechamentos;
- Técnicas outbound de receita previsível, permitindo previsibilidade de crescimento se houver novos integrantes;
- Mapa de autoridade: Cases, recomendações e efeito quarteirão;

## Ferramentas

- Jornada e funil de vendas: Prospecção, qualificação, desenvolvimento, conversão, retenção e reversão de clientes;
- Indicação de sistemas de gerenciamento da rotina, vendas e performance.
- Produção de vídeos em animações explicativas 2D para padronização e ganho de eficiência nas apresentações comerciais.

## Pessoas

- Análise Perfil Comportamental DISC, arquétipos.
- Implantação de avaliação de desempenho para evolução contínua;
- Política de remuneração e incentivos;
- Rotina de planejamento, execução e fechamento diário;
- Treinamentos:
  - Diagrama de Ishikawa: Aprendendo a descobrir possíveis causas para reversão de problemas, aumentando a conversão de clientes;
  - MindSet PDCA: Filosofia de pensamento voltado a análise contínua de planejamento, desenvolvimento, validação, padronização ou replanejamento. Criando a independência evolutiva contínua;
  - Introdução a neurociência Reptiliana: Entendendo a teoria do cérebro trino e as reações primitivas, aumentando a conexão com o cliente, reduzindo objeções e aumentando a fidelização;
  - Padrões de comportamento (Gatilhos Mentais): Atitudes e acionamentos para produzir interesse na prospecção;
  - SPIN Selling: Fazer as perguntas certas para vender, analisando a situação, problema, implicação e necessidade de solução;
  - Metodologia A Venda Desafiadora: Assumindo o controle da conversa e negociação com o cliente através da tensão construtiva de ensinar, personalizar e direcionar.
  - Fechamento estruturado: Evitando erros, renegociações ou devoluções.



**Soluções  
customizadas**

**BLUEPRINT PARA  
PROCESSOS DE VENDAS**

**VÍDEOS EXPLICATIVOS EM  
ANIMAÇÕES EXPLICATIVAS 2D**

**MENTORIA, TREINAMENTOS E  
PALESTRAS**



# Blueprint

## Comercial

O Blueprint é o mapeamento das atividades internas e/ou dos processos para que a área possa funcionar adequadamente. Construído em função da percepção visual sistêmica, com os passos a seguir para obter o sucesso das atividades. Permitindo assim, crescimento constante pela leitura do cenário, gaps ou gargalos, possibilitando a evolução contínua.

1

### REUNIÃO DE APRESENTAÇÃO DO CENÁRIO

Na primeira reunião, os responsáveis farão a apresentação do cenário atual e os responsáveis por cada boa prática dentro da empresa.

2

### SONDAGEM E INVESTIGAÇÃO DOS PROCESSOS

Agendaremos videoconferência com os envolvidos no processo para verificar a visão de todos os envolvidos.

3

### PLANO DE AÇÃO

Construção do Plano de Ação e mockup. Apresentação aos responsáveis pela empresa para aprovação.

4

### DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

Escrita do processo, com possíveis reuniões intermediárias com os responsáveis pela execução e/ou pela empresa.

5

### APROVAÇÃO DO BLUEPRINT

Apresentação final do Blueprint, submetendo a aprovação final do escopo estrutural da área de vendas.

6

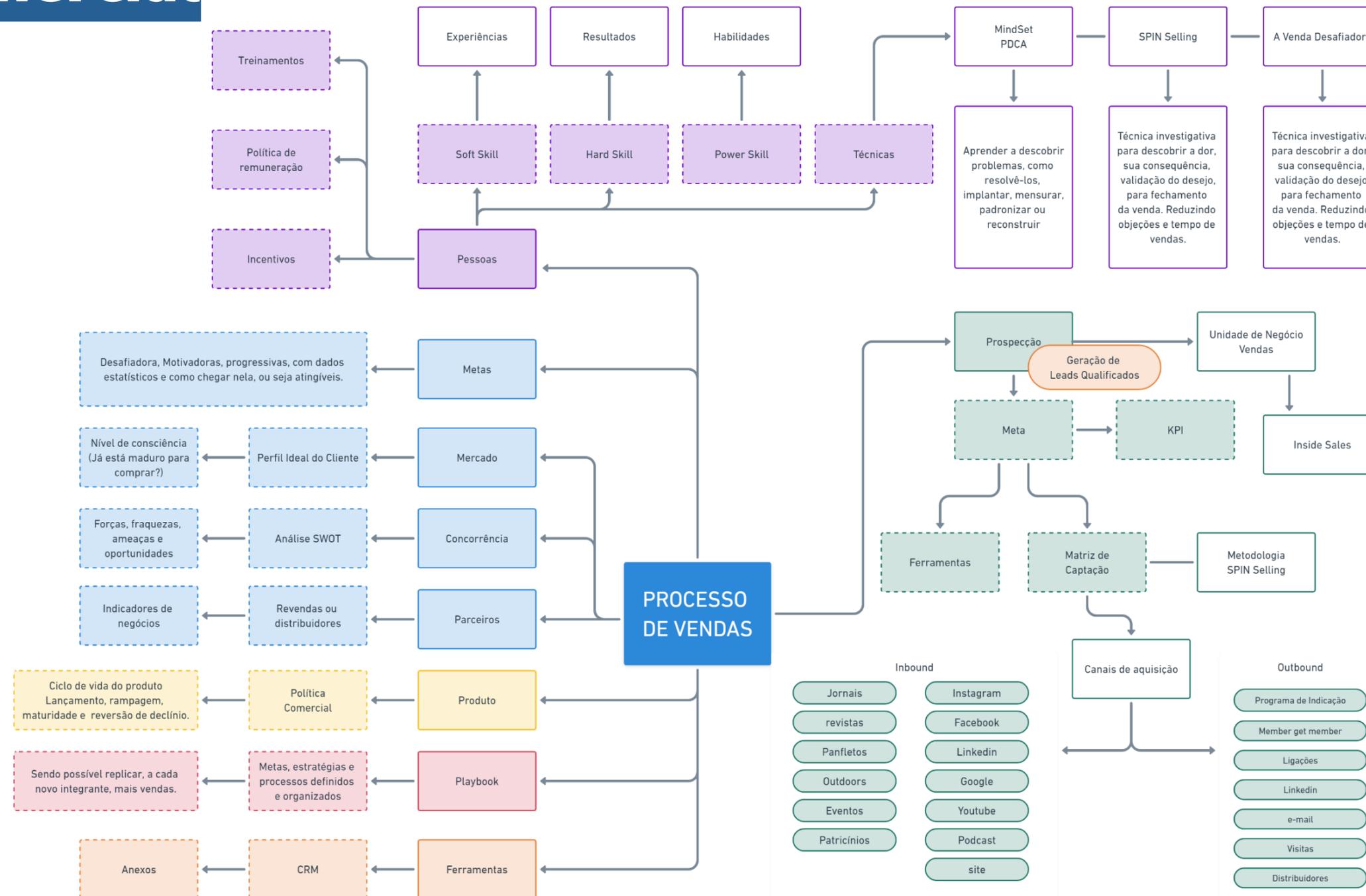
### TREINAMENTO DO MONITOR BLUEPRINT

Para que o processo não se perca, é importante eleger um responsável pela manutenção do Blueprint. Este deverá fazer validações periódicas da execução do blueprint, bem como possíveis ajustes quando necessários.



# Blueprint Comercial

## Exemplo resumido de escopo



# Animações Explicativas 2D

## Automação da comunicação

1

### LEVANTAMENTO DE TEMAS REPLICÁVEIS

Defina processos lógicos, teste sua eficácia e eleja como tema passível de ser replicado.

2

### CALCULE O PAYBACK

Calcule qual o custo de ensinar ou divulgar seu tema e qual será a economia ou eficiência, ROI com o vídeo explicativo.  
Normalmente um vídeo tem 2 anos de vida útil e o retorno do capital acontece em 2 meses.

3

### CONSTRUÍDO O STORYTELLING

Storytelling é a arte de contar histórias de forma atrativa, envolvente e persuasiva.  
Para que um vídeo de treinamento ou produto seja eficiente é preciso utilizar técnicas que criem neuro-conexões.

4

### VALIDAÇÃO DE PERSUASÃO

Através de técnica como SPIN Selling, sintetiza-se a estrutura de persuasão e provocação de evolução atrativa. Com escopo de Situação, problema, implicação e necessidade de solução.

5

### PERSONALIZAÇÃO DE IDENTIDADE VISUAL

Compilando a identidade visual, auditiva, sensitiva e moral da instituição.  
Traduzindo em cores, formatos, roteiro, ilustrações, efeitos e trilhas sonoras.

6

### PRODUÇÃO DA OBRA DE ARTE

Cada projeto não pode ser tratado como mais um vídeo, ele é único e impactante.  
Pois ele trás uma visão transformadora seja para treinamentos de colaboradores ou para ensinar o consumidor sobre o produto.

[DOWNLOAD DA PLANILHA DE PAYBACK](#)



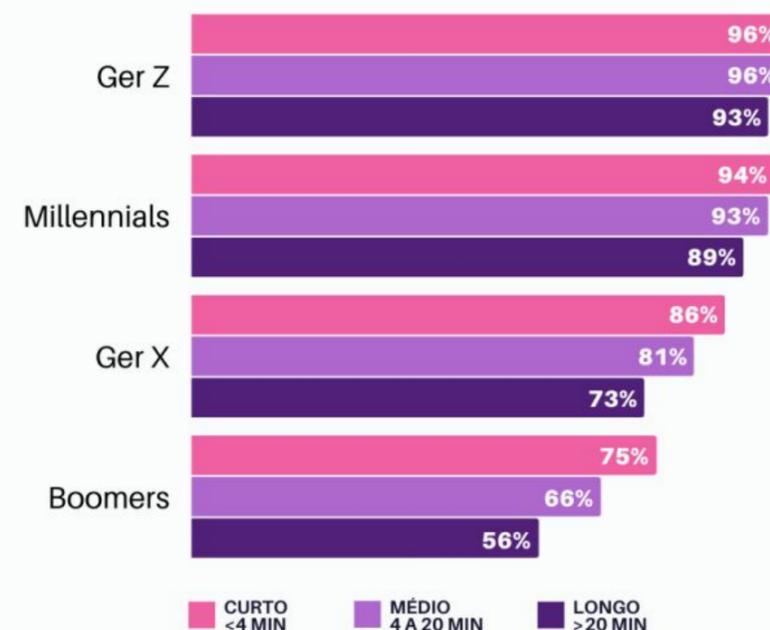
# A disrupção da Comunicação corporativa

A tecnologia dos vídeos explicativos 2D permite automatizar o ensino de Processos, Produtos, Serviços e Soluções. Com apelo audiovisual, ativam inconscientemente a concentração, utilizando recursos de leitura dinâmica, técnicas de memorização por associação de informação às imagens, possibilitando o aprendizado exponencial do interlocutor. Entendendo que o princípio de um treinamento ou discurso de vendas, é trazer informação que eleva o nível de consciência sobre o tema, despertando no receptor da comunicação, o interesse sobre o conteúdo, processo, serviço ou produto.



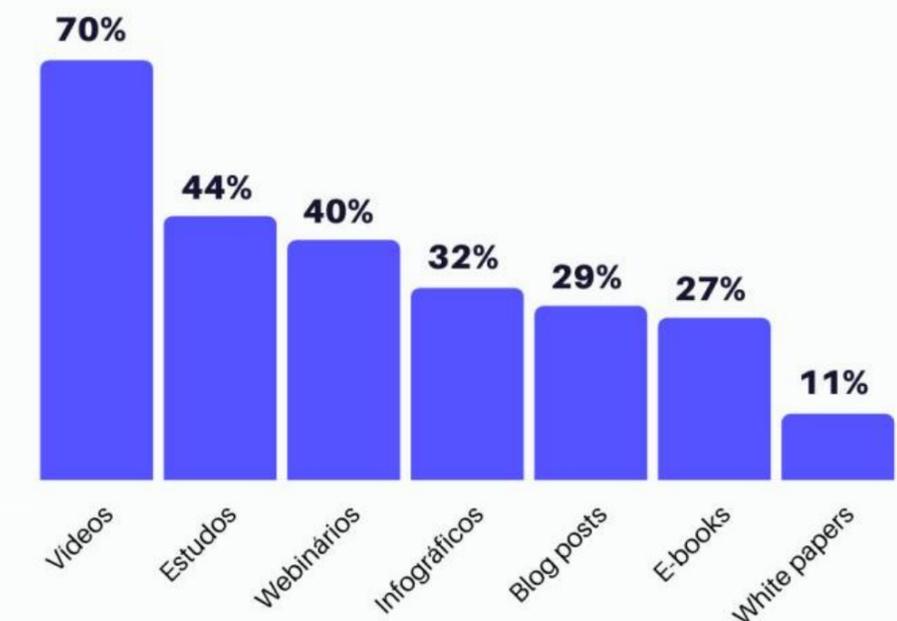
## Vídeos curtos já são os mais assistidos em todas as gerações

% DE QUEM ASSISTIU OS SEGUINTE VÍDEOS NO ÚLTIMO MÊS



## Vídeo supera outros formatos para awareness no Marketing B2B

PERSPECTIVA DOS COMPRADORES B2B SOBRE OS TIPOS DE CONTEÚDO QUE MELHOR AJUDAM A ENTENDER OS DESAFIOS DE NEGÓCIO



Fonte de dados: [Rafael Kiso](#) – Melhor profissional de planejamento pela ABRADi



# AUTOMAÇÃO DA COMUNICAÇÃO

Para um treinamento ou para conhecer um produto, o que você prefere?

**Opção A** Uma apresentação com local, data e hora marcada. Com 20 slides com aproximadamente 30 minutos de interação.

**Opção B** Um vídeo de aproximadamente três minutos com as informações sintetizadas, objetivas e claras com demonstração gráfica. Podendo ser visto a qualquer data, hora ou lugar conforme sua disponibilidade.



# Mentoria de Vendas

A mentoria é uma assistência colaborativa, sobre tema específico. Sendo transitório, contribuindo na reflexão, direcionamento e na organização de projetos. Propiciando ao mentorado evolução exponencial para alcançar seus objetivos, através da contribuição do conhecimento e experiência do mentor.

1

## APRESENTAÇÃO DO CENÁRIO

O mentorado expõe suas dúvidas, necessidades, anseios e metas para que o mentor entenda o direcionamento e contribuição.

2

## DEFINIÇÃO DOS OBJETIVOS

O mentor direciona com sua percepção, convencendo com o mentorado, os assuntos que serão abordados, bem como poderá contribuir nesta jornada.

3

## COMPARTILHAMENTO POTENCIALIZADO

O mentor compartilha conhecimento, experiências, ferramentas, tecnologias e oportunidades de forma aberta com o mentorado.

4

## PROTAGONISMO DO MENTORADO

A evolução pessoal e profissional é o objetivo do mentor. Logo, o resultado alcançado é propriedade intelectual do mentorado, bem como seus resultados.

5

## TRANSFORMAÇÃO OBRIGATÓRIA

A mentoria acontece enquanto o mentorado está absorvendo informação de forma satisfatória. Portanto a contribuição do mentor é finita, ou seja, será esgotada em certo prazo, conforme absorção pelo mentorado.

6

## ALTRUÍSMO E DISCIPLINA

O mentor tem como principal motivação a evolução do mentorado, de forma íntegra e com ausência de interesse próprio. Por isto, requer ao mentorado disciplina para implementar o conhecimento adquirido e conquistar seus objetivos.



# Mentoria

## Metodologia científica

Processos de vendas são construídos através de metodologia, com conhecimentos sistematizados adquiridos via observação, identificação, pesquisa e aplicação metódica customizada, racional, aderente e eficiente a cada tipo de segmentação mercadológica.

1

### DIAGNÓSTICO DAS OPORTUNIDADES

Coleta de dados para análise das melhorias e técnicas a serem implementadas.

2

### ALINHAMENTO DO PLANO DE AÇÃO

Desenvolvimento do plano de ação 5w2h. O quê, porque, quem, onde, quando, quem, como, tempo de execução.

3

### IMPLANTAÇÃO DAS ESTRATÉGIAS

Aplicação das ações, treinamentos e desenvolvimento das habilidades operacionais e profissionais.

4

### ACOMPANHAMENTO DA EXECUÇÃO

Acompanhamento da performance, ajustes finos de melhoria e adequação de cenários, direcionamento estratégico de execução.

5

### ANÁLISE DE RESULTADOS

Análise dos resultados, validação dos processos e eficiência operacional.

6

### PADRONIZAÇÃO DO PROCESSOS

Escrita do Playbook (manual normativo) do processo comercial, indicadores e boas práticas.



# TREINAMENTOS & PALESTRAS

## TÉCNICAS DE VENDAS

*Investir no conhecimento é o melhor caminho para o crescimento sustentável da empresa e seus resultados. Criando nova visão e reflexão para evolução da forma de fazer, visando a aquisição de novas habilidades para construção de padrões, aumentando a produtividade, aperfeiçoamento de desempenhos.*

### Diagrama de Ishikawa e PDCA:

- Mais que diagnóstico, uma forma de pensar (mindset) para melhoria contínua de resultados e processos. Aprendendo a descobrir possíveis causas para reversão de problemas, aumentando a conversão de clientes, análise contínua de planejamento, desenvolvimento, validação, padronização ou replanejamento. Criando a independência evolutiva continuada.

### Padrões de comportamento

- Introdução a neurociência reptiliana: Entendendo a teoria do cérebro trino e as reações primitivas, aumentando a conexão com o cliente, reduzindo objeções e aumentando a fidelização; Gatilhos Mentais: Atitudes e acionamentos para produzir interesse e conversão; Aumento do rapport, ampliando a leitura de nível de consciência posicionando ações estratégicas nas vendas. Fechamento estruturado: Evitando erros, renegociações ou devoluções.

### SPIN Selling

- Técnica para desenvolvimento de questionamentos para leitura do cenário, entendimento dos problemas e suas consequências, criando a visão de necessidade de solução. Reduzindo objeções e potencializando as vendas.

### Metodologia A Venda Desafiadora

Considerado um complemento ou upgrade do SPIN Selling, com leitura dos padrões de comportamento de vendedores e suas melhores habilidades, potencializando-as para replicá-las de forma científica. Permitindo assumir o controle da conversa e negociação com o cliente através da tensão construtiva de ensinar, personalizar e direcionar.





**FÁBRICA DE  
PITCH DE VENDAS**



Escolha sua plataforma e clique para acessar:



fabio.modos@b2bpartner.com.br

**[www.b2bpartner.com.br](http://www.b2bpartner.com.br)**