

Vendas Diretas & Canais Alternativos

Estruture modelos eficientes e rentáveis de vendas para atingir diretamente o seu consumidor final

29 a 31 de outubro de 2007

Hotel Blue Tree Towers Faria Lima

São Paulo - SP

INTERNATIONAL SPEAKER
from MARY KAY INC.

5 WORKSHOPS EXCLUSIVOS

- A** Compreenda os fatores-críticos envolvidos na estruturação e no êxito de um modelo de vendas diretas
- B** Aspectos jurídicos: um fator-crítico para o sucesso e rentabilidade dos negócios de vendas diretas
- C** O marketing direto como ferramenta de rentabilização dos canais de vendas diretas
- D** Compreenda como a tecnologia pode alavancar seus negócios na venda direta
- E** O perfil do consumidor de baixa renda no mercado de bens de consumo: defina estratégias em vendas diretas no longo prazo

- Compreenda o **cenário econômico** em que se encontra a **venda direta e os modelos alternativos** para chegar ao seu **consumidor final**
- Conheça **como estruturar um modelo alternativo eficiente e rentável**
- Defina o **comércio eletrônico como canal estratégico** junto ao consumidor final
- Desenvolva as melhores iniciativas de **treinamento e incentivo às vendas**
- Conheça **casos práticos** sobre o conceito de **lojas próprias e quiosques** bem-sucedidos
- Potencialize a **venda por catálogo** e as melhores **ações de marketing direto**
- Compreenda como definir uma **atuação estratégica global** em mercados diferenciados

AVON COSMÉTICOS
EDITORA ABRIL
SAMSUNG
CHILLI BEANS
NATURA
INTEGRATION
ADIRON CONSULTORES
ABEVD – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE VENDAS DIRETAS
ABEMD – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE MARKETING DIRETO
DATA POPULAR
ARRUDA PIRES ASSOCIADOS
NU SKIN
GERA GESTÃO DE MODELOS COMERCIAIS
VIAGENS WOW!
HERBALIFE
BÁLSAMO PERFUMES
EDITORA GLOBO
DELL
MARY KAY INC.

Apoio

LER PARA SER
GAZETA MERCANTIL
LÍDER.

AGÊNCIA
ESTADO

8:30 Recepção, entrega de documentação e café

A

WORKSHOP

Compreenda os fatores-críticos envolvidos na estruturação e no êxito de um modelo de vendas diretas

Início 9:00 | *Networking coffee break* 10:30 | Término 12:00

Muitos fatores podem impactar as vendas de um produto através do canal direto. Um dos conceitos de venda direta é aquela onde ocorre o contato olho-a-olho entre vendedor e comprador. Outro fator que define este tipo de venda é a questão do vendedor ir em busca do comprador. Dentre os diferentes tópicos a serem abordados neste workshop, você conhecerá quais são os fatores-críticos que devem ser desenvolvidos antes de se estruturar um modelo de vendas diretas. Além disso, após colocá-lo em prática, conheça quais são as ferramentas que devem ser utilizadas para uma melhoria constante de processos.

- Compreenda os conceitos utilizados para definir a venda direta e quais os fatores de sucesso envolvidos
- Conheça o georeferenciamento como ferramenta de definição do seu público-alvo
- Estruture o recrutamento, seleção e motivação: quais desafios estão impostos?
- O fator fundamental: impacto no momento da abordagem

Stavros Frangoulidis

Diretor de Mercado Leitor

EDITORA GLOBO

12:10 Almoço

13:30 Recepção, entrega da documentação e café

13:45 Abertura da conferência pelo Presidente de Mesa

13:50 Compreenda o atual cenário e as tendências para os canais de vendas diretas no Brasil

Com o crescimento das vendas diretas no Brasil atingindo patamares muito acima de qualquer outra indústria, muitas empresas pensam em avaliar novas formas de explorar o mercado. Nesta palestra, compreenda o cenário e o que é necessário para que uma empresa entre neste modelo de negócio: a venda direta.

- Conheça alguns dados e números sobre o setor
- Compreenda alguns dos riscos do negócio
- Entenda o cenário futuro: qual a perspectiva de crescimento do setor?
- Defina as medidas a serem tomadas para manter este ritmo de crescimento

ABEVD - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE VENDAS DIRETAS

Executivo da ABEVD a ser anunciado.

Visite nosso website para consultar atualizações na programação.

14:10 Desenvolva estratégias de segmentação de vendas em um ambiente diversificado

O surgimento de diferentes classes, perfis e culturas que compõem uma clientela assídua de produtos de vendas diretas muitas vezes exige um estudo de segmentação e classificação, para que os mesmos se tornem fiéis aos seus produtos. Compreenda como é possível realizar ações de vendas a mercados tão distintos em comportamento e perfil e classe social.

- O ambiente diversificado: onde o mercado de vendas diretas se encontra?
- As ações utilizadas para atrair mais oportunidades com os diversos perfis e manter as revendedoras ativas
- Classificação dos grupos: qual a melhor oportunidade a ser explorada
- As estratégias adequadas para cada segmento do mercado-alvo

Eduardo Fernandes

Diretor de Desenvolvimento de Vendas

AVON COSMÉTICOS



15:00 Motivação de acordo com a filosofia da empresa

Compreenda nesta palestra como é possível envolver os consultores de vendas, a fim de motivá-los a vender mais na sua rede de relacionamento e, ao mesmo tempo, criar um ambiente saudável para a competição e o desenvolvimento de uma cultura baseada em parcerias.

- Conheça os conceitos de motivação por trás da venda direta
- Compreenda porque a motivação vai muito além da premiação
- Defina o perfil do consultor de vendas mais adequado ao seu modelo de negócios
- Realize treinamentos motivacionais que sejam efetivos para os consultores

Renato Abramovich

Diretor de Vendas

NATURA

15:50 *Networking coffee break*

16:15 Vendas diretas no mercado multinível: compreenda quais diferenciais devem ser trabalhados para garantir maior retenção dos profissionais autônomos

Com a concorrência existente no mercado de vendas diretas, quer seja mononível ou multinível, conseguir manter uma boa taxa de retenção dos profissionais autônomos é um dos grandes desafios que a indústria multinível tem enfrentado. Nesta palestra, compreenda como é possível explorar oportunidades e qual a melhor forma de comunicar isso a públicos tão distintos e ainda com transparência.

- Conheça a estruturação e o funcionamento de mercados multiníveis
- Compreenda os resultados obtidos quando se tem uma maior taxa de retenção
- Defina estratégias claras e transparentes para desenvolver e incentivar os profissionais autônomos
- Conheça os desafios de modelos de vendas diretas no mercado asiático
- Estimule as melhores práticas e adapte o modelo de acordo com cultura, legislação, fatores sócio e político-econômicos

Elaine Bassaco

Diretora Geral

NU SKIN



17:00 Compreenda o desenvolvimento e implantação de vendas diretas na oferta de serviços

Nesta palestra, saiba como através da venda direta foi possível transformar o saturado mercado de viagens em uma oportunidade inexplorada de negócios.

- Conheça o conceito de vendas diretas para serviços
- Entenda a tributação de serviços na venda direta
- Saiba qual a aceitação do canal pelo segmento de serviço
- Compreenda a importância da internet como ferramenta de negócios e apoio ao distribuidor

Andres Postigo

Diretor Geral

VIAGENS WOW!



17:45 A Força do empreendedorismo no marketing multinível

- Entenda o perfil do empreendedor
- Compreenda como desenvolver uma organização bem-sucedida
- Defina o produto como chave do sucesso

Marcelo Zalberg

Diretor de Vendas

HERBALIFE



18:30 Encerramento das atividades do 1º Dia

8:30 Recepção e café

8:45 Abertura da conferência pelo Presidente de Mesa

9:00 **Compreenda os variados formatos de vendas diretas e seus resultados no mercado nacional de assinaturas**

Com variados formatos de vendas diretas, a Editora Abril ilustrará nesta palestra como funciona, qual a efetividade e resultados gerados por cada canal de venda direta utilizado pela empresa.

- Conheça o funcionamento dos modelos de vendas diretas
- Compreenda os critérios utilizados antes da escolha de um modelo adequado de vendas
- Entenda como gerar resultados em cada modelo de vendas
- Compreenda como é realizado o planejamento de vendas e metas para cada formato de venda

Fernando Costa

Diretor de Assinaturas

EDITOR ABRIL

9:45 *Networking coffee break*

10:00 **Caso de Sucesso: o modelo de vendas diretas ao consumidor e o uso de quiosques como alternativa de canal de vendas**

- Conheça o conceito da marca para explorar atributos no local da venda
- Defina uma estratégia para os potenciais clientes se identificarem com os vendedores
- Compreenda como os quiosques podem ser uma alternativa para o sucesso nos negócios
- Saiba as tendências de quiosques e o conceito de lojas próprias da marca

Caso Prático

Caíto Maia

Presidente

CHILLI BEANS

Caso Prático

10:45 **How to maintain a unique identity globally in direct selling methods**

After years of success in the market, Mary Kay has improved the direct selling methods through years of experience and innovation in the market. Adopting an exclusive channel of sales, get to understand in this session the evolution and the efforts to maintain the identity of the company globally.

- The direct selling in each culture: what are the challenges and how can it be worked?
- Comprehend the right way to retain and gain confidence of re-sellers
- What is innovation and what is understood as innovation by the market?
- What strategies can be used to keep a unique identity of the company around the globe?
- The future of direct selling: will that remain forever?

Anne Crews

Vice President, Government Relations

MARY KAY INC.

Caso Prático

11:30 **Vendas Diretas online e offline: conheça como este modelo impulsionou o crescimento da Dell no mercado mundial**

- Conheça o início e os conceitos de um modelo pioneiro
- Conheça outros modelos de vendas diretas utilizadas pela Dell
- Compreenda as tendências mundiais e quais resultados foram gerados

Caso Prático

Marcelo Aveline Abdala Leite

Senior Manager de Marketing para América Latina - Home & Small Business

DELL

12:15 Almoço

13:30 **Compreenda como definir uma atuação estratégica global em mercados diferenciados**

Nesta palestra, conheça como é possível buscar novos mercados e quais adaptações são necessárias em mercados diferentes do Brasil.

- Compreenda o mercado mundial e os conceitos de vendas diretas

- Conheça a cultura e particularidades de cada região e mercado
- Estruture políticas globais para o negócio
- Conheça a melhor maneira de realizar testes pilotos

Cynthia Durand

Gerente de Mercado

INTEGRATION

14:15 **Conheça os modelos mundiais que a Samsung adota para aproximar o contato com seus consumidores finais**

Com o conceito de desenvolver novos modelos de lojas como o *Samsung Experience Concept Store*, a Samsung vem adotando mundialmente outros modelos que funcionam muito bem com seu público-alvo. Além de garantir uma aproximação com seus clientes, o reforço da marca e o estímulo ao consumo se tornam inevitáveis.

- Conheça as tendências mundiais para lojas conceitos e a experiência de proximidade com o cliente final
- Compreenda quais benefícios podem ser conquistados a partir de cada modelo
- Conheça a opinião, hábitos e atitudes do público que frequenta estes modelos de negócio

Paola Campanari

Gerente de Corporate Marketing

SAMSUNG

15:00 *Networking coffee break*

15:15 **Compreenda os fatores envolvidos na organização de uma complexa força de vendas**

Com o crescimento da força de vendas, multiplicam-se os desafios e complicações de se administrar e gerir um batalhão de consultoras de vendas. Problemas como a definição e construção do perfil ideal de consultoras, melhores formas de treinamento com eficiência, motivação e geração de resultados sustentáveis serão abordados nesta palestra.

- Compreenda as complexidades envolvidas em um grupo grande de consultores de vendas
- Defina estratégias coerentes para a melhoria de processos e políticas de vendas
- Compreenda como definir o perfil ideal da força de trabalho

Élcio Pires

Presidente

BÁLSAMO PERFUMES

Caso Prático

B

Aspectos jurídicos: um fator-crítico para o sucesso e rentabilidade dos negócios de vendas diretas

Início 16:05 | Término 18:30

Um mercado cada vez mais exigente e competitivo necessita de ferramentas eficazes e conta hoje com estratégias jurídicas extremamente interessantes, inclusive em termos econômicos.

- Qualidade, produtividade e economia de escala são hoje pressupostos indispensáveis, porém não suficientes na obtenção de competitividade
- Entenda como se pode conseguir substanciais reduções tributárias aumentando o lucro real de sua empresa
- Conheça como os planejamentos jurídicos modernos podem auxiliar sua empresa a controlar riscos tributários, trabalhistas e até criminais
- Compreenda como através de uma logística moderna sua empresa pode estabelecer parcerias com os governos estaduais e obter grandes vantagens com esse projeto

João Marcos de Arruda Pires

Sócio-Diretor

ARRUDA PIRES ASSOCIADOS

18:30 Encerramento das atividades do 2º Dia

INTERNATIONAL SPEAKER

8:30 Recepção e café

15:30 Networking coffee break

WORKSHOP

O marketing direto como ferramenta de rentabilização dos canais de vendas diretas

Início 9:00 | Networking coffee break 10:00 | Término 11:30

O uso das ferramentas de marketing direto é, muitas vezes, uma das principais maneiras da empresa se comunicar com o mercado. Para que se estabeleça uma relação de marketing direto, existe a necessidade de haver um canal direto de comunicação e o mesmo ser mensurável. Nesta palestra, compreenda como uma política de relacionamento com os canais pode rentabilizar a operação de vendas diretas.

- Compreenda as tendências que têm provocado o crescimento do marketing direto
- Saiba qual a melhor maneira de segmentar os seus clientes nas vendas diretas
- Compreenda as principais estratégias de relacionamento
- Entenda como integrar ferramentas como CRM, sistemas e bancos de dados para geração de ações de marketing direto
- Compreenda a estruturação de um modelo de marketing direto ideal para a sua empresa

Fábio Adiron

Diretor

ADIRON CONSULTORES

Coordenador do curso de Especialização em Marketing Direto

ABEMD – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE MARKETING DIRETO

WORKSHOP

Compreenda como a tecnologia pode alavancar seus negócios na venda direta

Início 11:45 | Almoço 12:45 | Término: 15:30

Independente do formato da venda direta, a área de tecnologia está sendo colocada à prova nesta indústria. Com o uso da internet, mecanismos móveis, novos meios de pagamento e CRM, é possível desenvolver estratégias pioneiras e obter resultados diferenciados para empresas que atuam neste segmento. Conheça neste workshop como é possível tirar vantagens destas tecnologias, tendências e quais critérios devem ser considerados na escolha de uma solução.

- Compreenda os tipos de tecnologia existentes no mercado de vendas diretas e quais melhorias elas permitem nos processos
- Saiba como a internet modificou e permitiu a conectividade aliada ao controle administrativo, financeiro e da força de vendas
- Entenda os benefícios e opções de tecnologia móvel e sua aplicabilidade neste mercado
- Compreenda quando e como a tecnologia beneficia a logística do setor de vendas diretas
- Conheça as tendências em tecnologia CRM para este setor

Fábio Piastrelli

Sócio-diretor

Alencar de Carvalho

Sócio-diretor

GERA GESTÃO DE MODELOS COMERCIAIS

WORKSHOP

O perfil do consumidor de baixa renda no mercado de bens de consumo: defina estratégias em vendas diretas no longo prazo

Início 15:45 | Término 18:30

Neste workshop, conheça os principais perfis das camadas de baixa renda e a sua receptividade/comportamento para bens de consumo oferecidos pelo mercado. A DATA Popular é uma empresa que realiza trabalhos de pesquisa de mercado e consultoria, focadas no mercado de baixa renda. Os trabalhos desenvolvidos para os setores financeiros têm apresentado grandes indícios de que este mercado ainda está por crescer bastante.

- Quem é o consumidor de baixa renda?
 - Dados demográficos
 - Valores e expectativas que orientam este consumidor
- Implicações no relacionamento com os bens de consumo:
 - Relação com o varejo
 - Relação com os bancos
 - A informalidade e seus impactos na definição de estratégias

Luciana Aguiar

Sócia-Diretora

DATA POPULAR

INSCREVA-SE AGORA MESMO!

Telefone: (11) 3463-5600 | Fax: (11) 3463-5610

E-mail: atendimento@iqpc.com

Website: www.iqpc.com/br/vendasdiretas

LOCAL DO EVENTO

Blue Tree Towers Faria Lima

Av. Brigadeiro Faria Lima, 3989 | Vila Olímpia | CEP: 04538-133

São Paulo - SP | Tel.: (11) 3896-7544 | Fax: (11) 3896-7545

DESCONTO PARA GRUPOS

Informe-se sobre os **descontos especiais** para **grupos**!

3 a 4 participantes 15% de desconto

5 ou mais 20% de desconto

INVESTIMENTO

Economize mais **R\$380,00*** inscrevendo-se até **14/09** nos pacotes especiais!

		Preços com desconto	Economize
Pacotes	Platinum	Conferência + 5 Workshops R\$ 5.270,00	R\$ 500,00
	Diamond	Conferência + 4 Workshops R\$ 4.775,00	R\$ 400,00
	Gold	Conferência + 3 Workshops R\$ 4.280,00	R\$ 300,00
	Silver	Conferência + 2 Workshops R\$ 3.785,00	R\$ 200,00
	Standard	Conferência + 1 Workshops R\$ 3.290,00	R\$ 100,00
		Conferência	R\$ 2.795,00
		Workshop (cada)	R\$ 595,00

* Este desconto não se aplica aos módulos de conferência e workshops comprados individualmente.

* Os valores contêm impostos que devem ser retidos e recolhidos pela fonte pagadora em conformidade com a legislação vigente (Lei 116/2003, art.5 da Lei 10.925/04 e art. 647 do RIR). Entre em contato com nossa Central de Atendimento, antes de efetuar o pagamento, para obter detalhes do valor total a ser pago.

© 2007 IQPC. Todos os direitos reservados. O formato, diagramação, conteúdo e arranjo deste folheto constituem uma marca registrada do IQPC.

Alteração do Programa - Possíveis mudanças no programa da conferência podem acontecer por motivos alheios ao IQPC. Em caso de impossibilidade de comparecimento por parte de algum palestrante, o IQPC fará tudo o que estiver ao seu alcance para substituí-lo por outro profissional qualificado a preferir sobre o assunto proposto. Entretanto, o IQPC não garante a substituição. Salientamos que disponibilizaremos ou não o material das apresentações, de acordo com a autorização de cada palestrante.

Caro(a) Executivo(a),

Segundo um recente levantamento da WFDSA (*World Federation of Direct Selling Associations*), que representa todas associações do mundo para vendas diretas, esta indústria movimentou em 2006, cerca de US\$ 106 bilhões em faturamento, com um exército de cerca de 61 milhões de pessoas atuando em campo. Segundo a ABEVD (Associação Brasileira de Empresas de Vendas Diretas), o setor movimentou R\$ 14,6 bi no Brasil em 2006, o que representou um valor 18% maior que o ano anterior. Com um contingente de 1,6 milhões de pessoas e 1,2 bilhões de itens, o setor experimenta um dos maiores crescimentos dos últimos anos.

No entanto, quando falamos em **canais alternativos de vendas** para **alcançar o seu consumidor final**, estamos falando em **diferentes formatos de vendas** que todas as empresas buscam **para aumentar a lucratividade e a capilaridade de seus negócios**. Muitas empresas avaliam modelos como o **e-commerce, lojas próprias, quiosques, tele vendas, venda por mala direta e a venda pessoal mononível ou multinível**. Muitos modelos de negócios envolvem riscos e tempo para uma estruturação eficiente, por isso a indústria tem analisado e estudado muitas alternativas para se adequar ao mercado e objetivos dos negócios.

Nesta conferência, você terá a oportunidade de conhecer **diversos casos práticos** de **grandes multinacionais** que vivenciaram o desafio de montar um modelo de negócio direto, rentável e que minimiza os conflitos **com outros canais de vendas**.

Compreenda os benefícios de participar desta conferência:

- Compreenda o cenário econômico em que se encontram as vendas diretas e modelos diferenciados de chegar ao seu consumidor final
- Conheça modelos alternativos eficientes e rentáveis para sua empresa
- Compreenda a estruturação dos mais variados modelos de vendas diretas
- A venda por catálogo e as melhores ações de marketing direto
- O comércio-eletrônico como canal inovador junto ao consumidor final
- Desenvolva as melhores iniciativas de treinamento e incentivo a vendas
- Conheça casos práticos sobre o conceito de lojas próprias e quiosques bem-sucedidos
- Compreenda como definir uma atuação estratégica global em mercados diferenciados
- Saiba quais as tendências neste mercado e como adequá-las aos seus negócios.

Faça sua inscrição hoje mesmo e aproveite esta grande oportunidade de *benchmarking, networking* e aprendizagem, através de nossa Central de Atendimento pelo telefone **(11) 3463 5600**.

Aguardo a sua presença!

Um abraço,



Rogério Lin
Gerente de Conferências
MARKETING IQ
DIVISÃO DO IQPC

PS: Inscreva-se em um de nossos pacotes especiais para receber descontos adicionais!



