

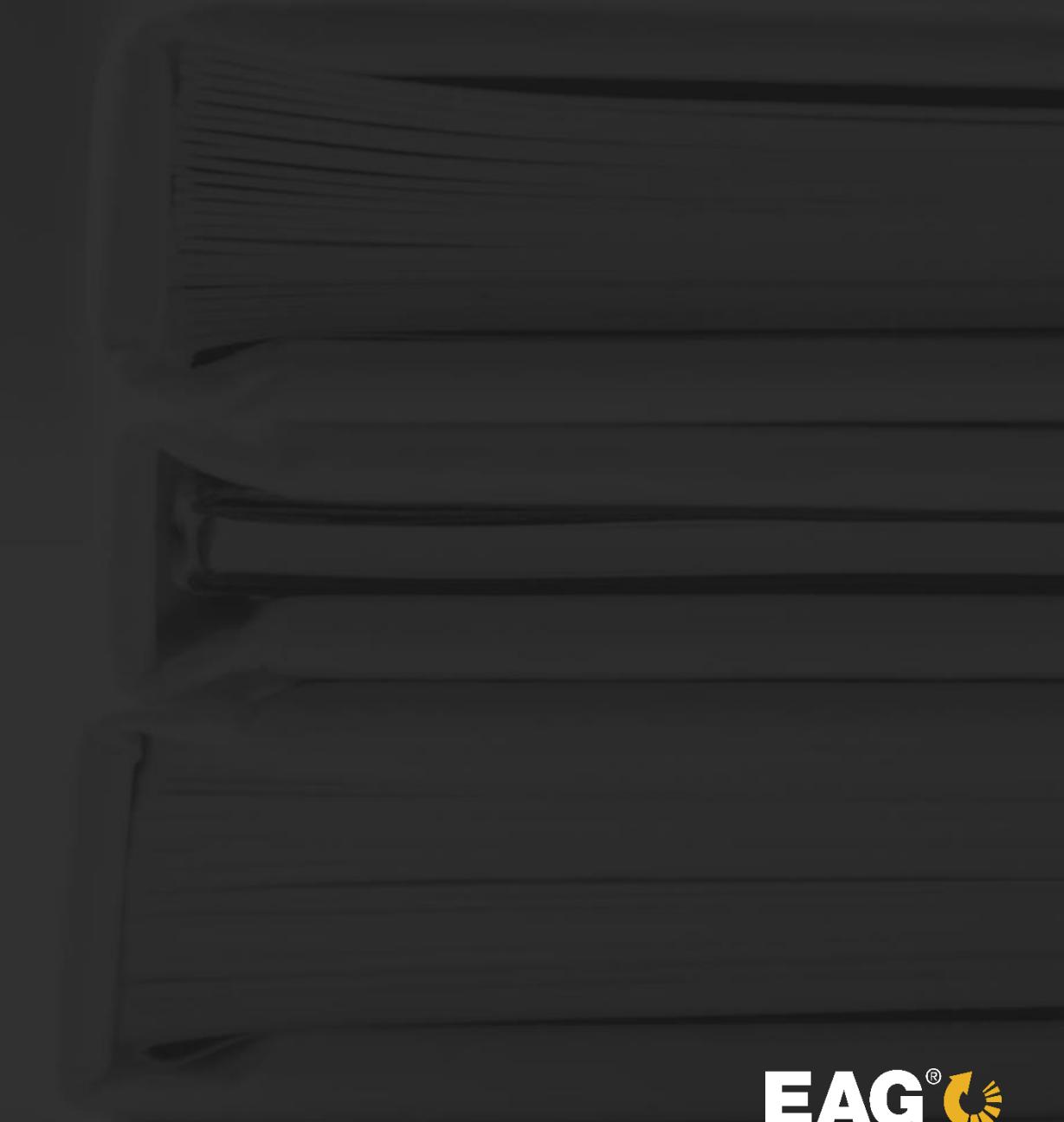
MPE

META - PLANO DE AÇÃO - EXECUÇÃO

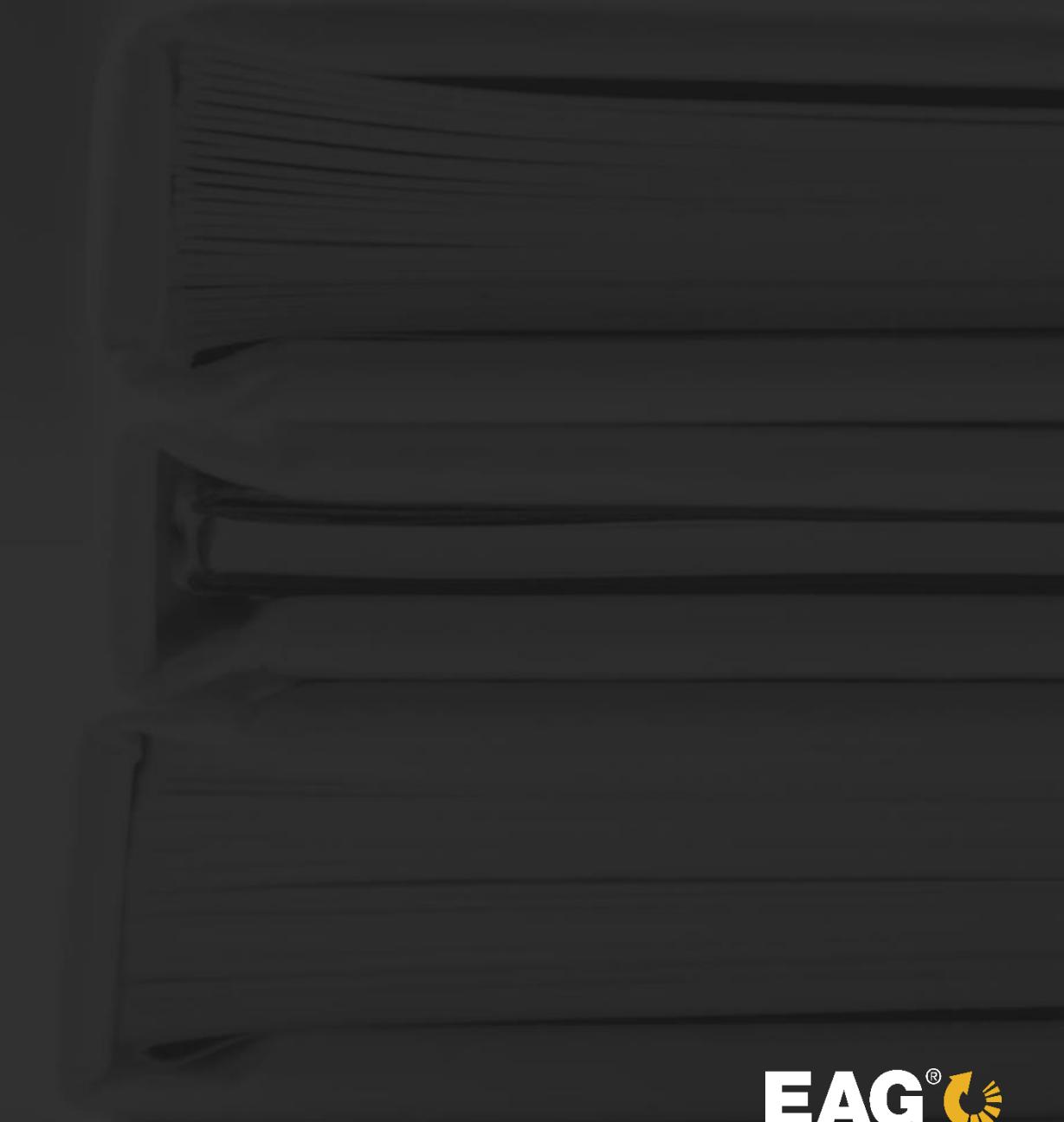
EAG®

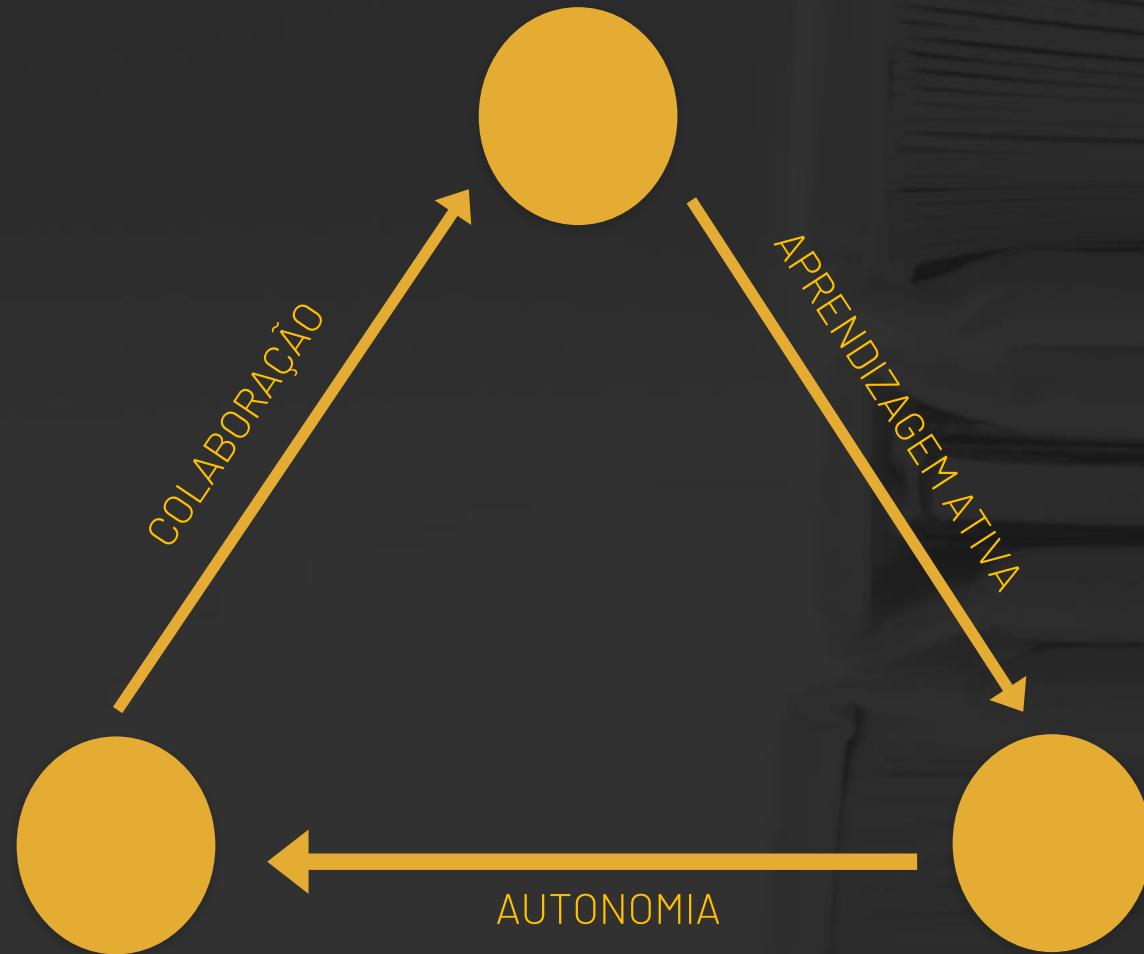
POSITIVE FOCUS

**“A MENTE DE UM
INICIANTE E UMA
FOLHA DE PAPEL EM
BRANCO”**



COMO O ADULTO APRENDE?





**O QUE VOCÊ
VAI VER
NA AULA
DE HOJE?**

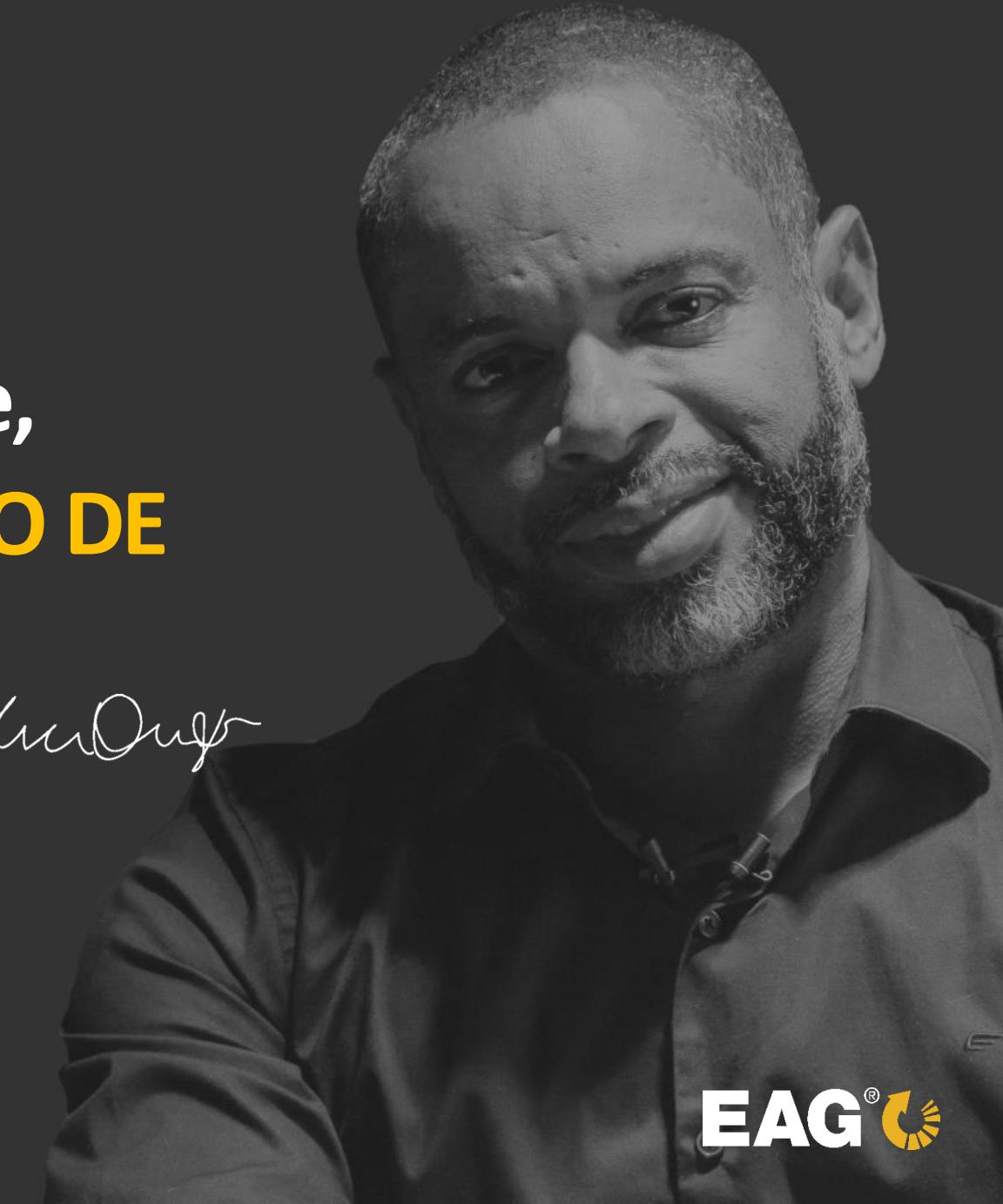
**MÉTODO
MPE GESTÃO**

JORNADA DA AULA:

- MÉTODO MPE
- ALAVANCAS
- METAS
- FERRAMENTAS

**“Eu não acredito em sorte,
Acredito em META, PLANO DE
AÇÃO E EXECUÇÃO.”**

Jair Bolsonaro



**O MÉTODO DE GESTÃO
QUE VAI DEFINITIVAMENTE
ALAVANCAR SEUS RESULTADOS
DE FORMA INTENCIONAL**

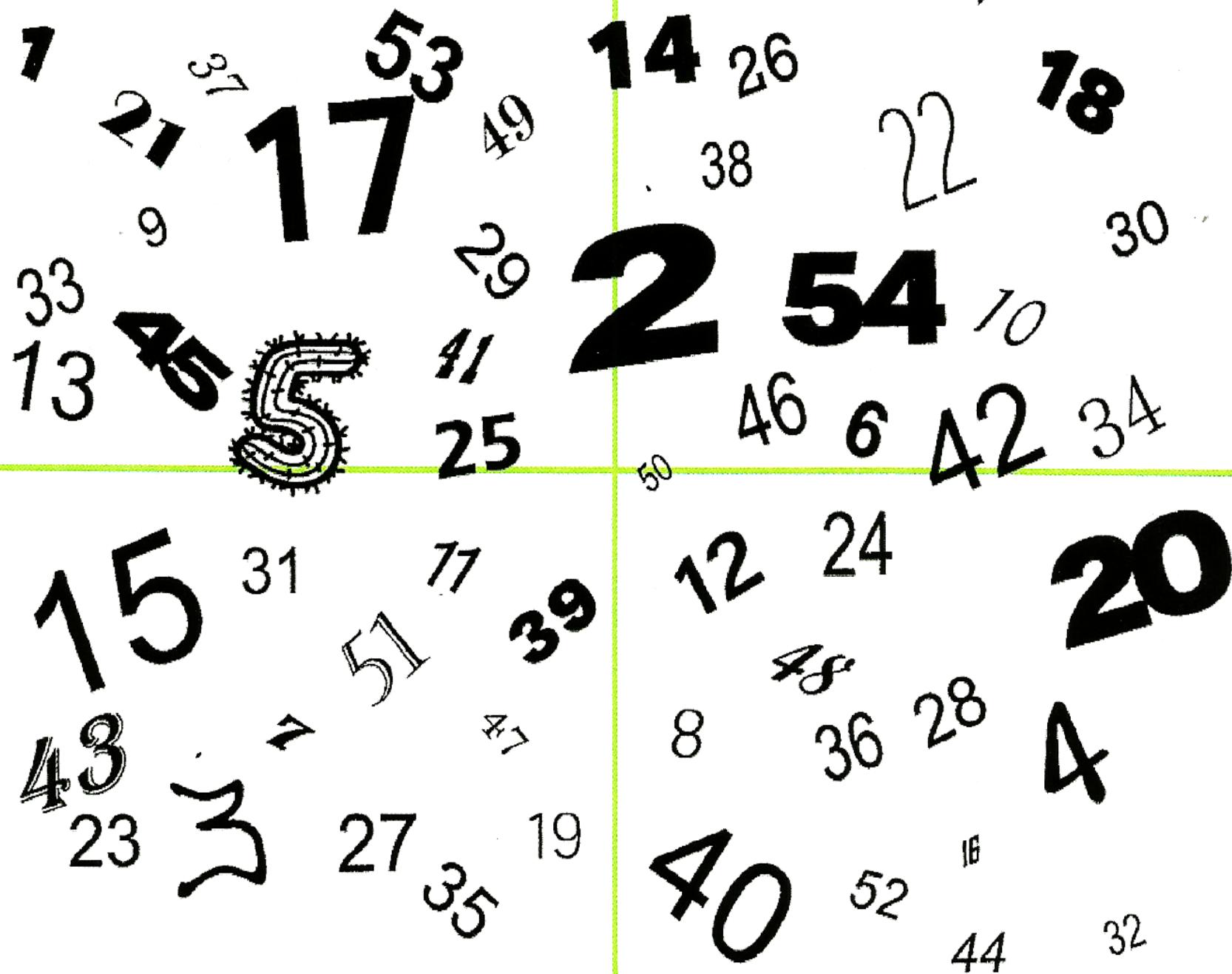
META + HODOS

META: RESULTADO A SER ATINGIDO

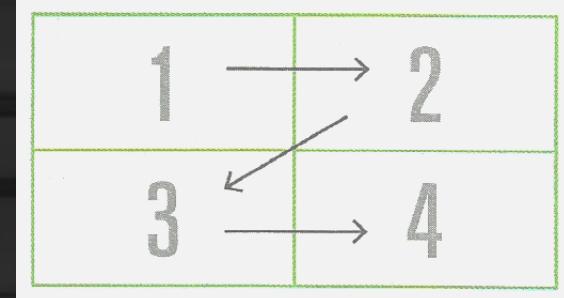
HODOS: CAMINHO

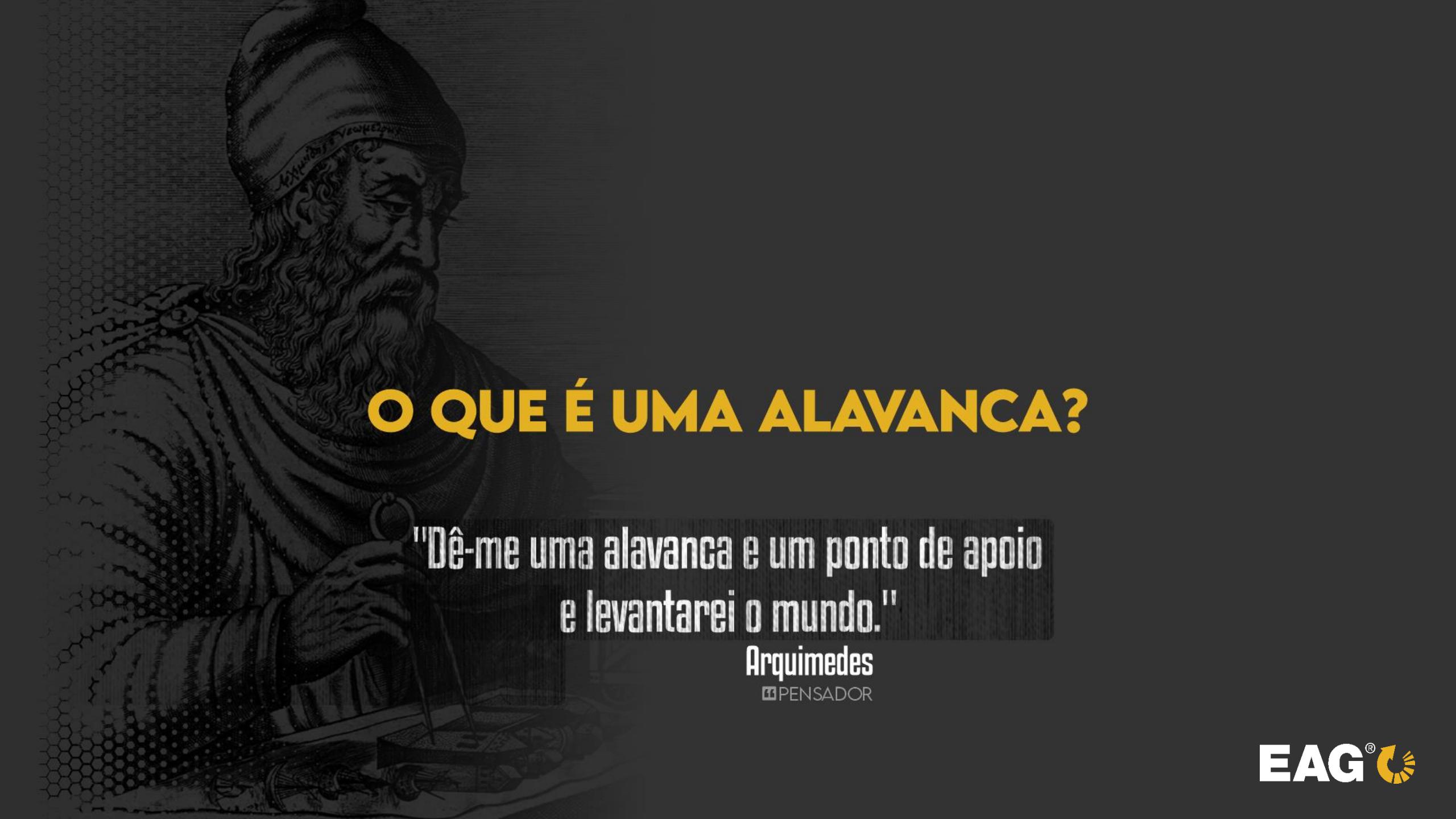
MÉTODO: CAMINHO PARA RESULTADOS

7
21 61
17 53 14 26
9 49 38
33 29
13 45 54 10
15 31 77 39 12 24
43 51 81 8 48 28
23 32 27 35 19 36 40 52 16
44 32



Siga essa direção:



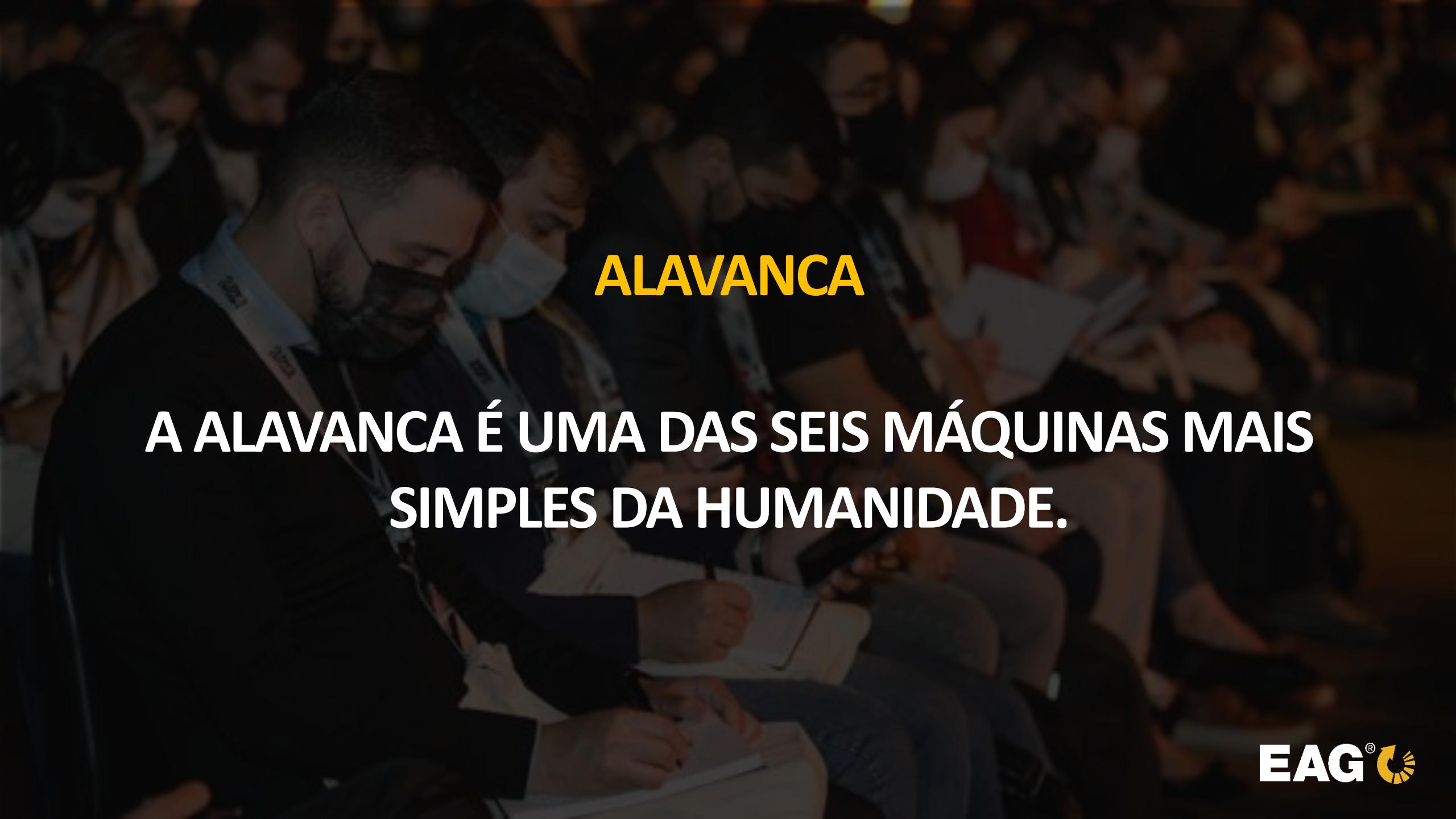


O QUE É UMA ALAVANCA?

"Dê-me uma alavanca e um ponto de apoio
e levantarei o mundo."

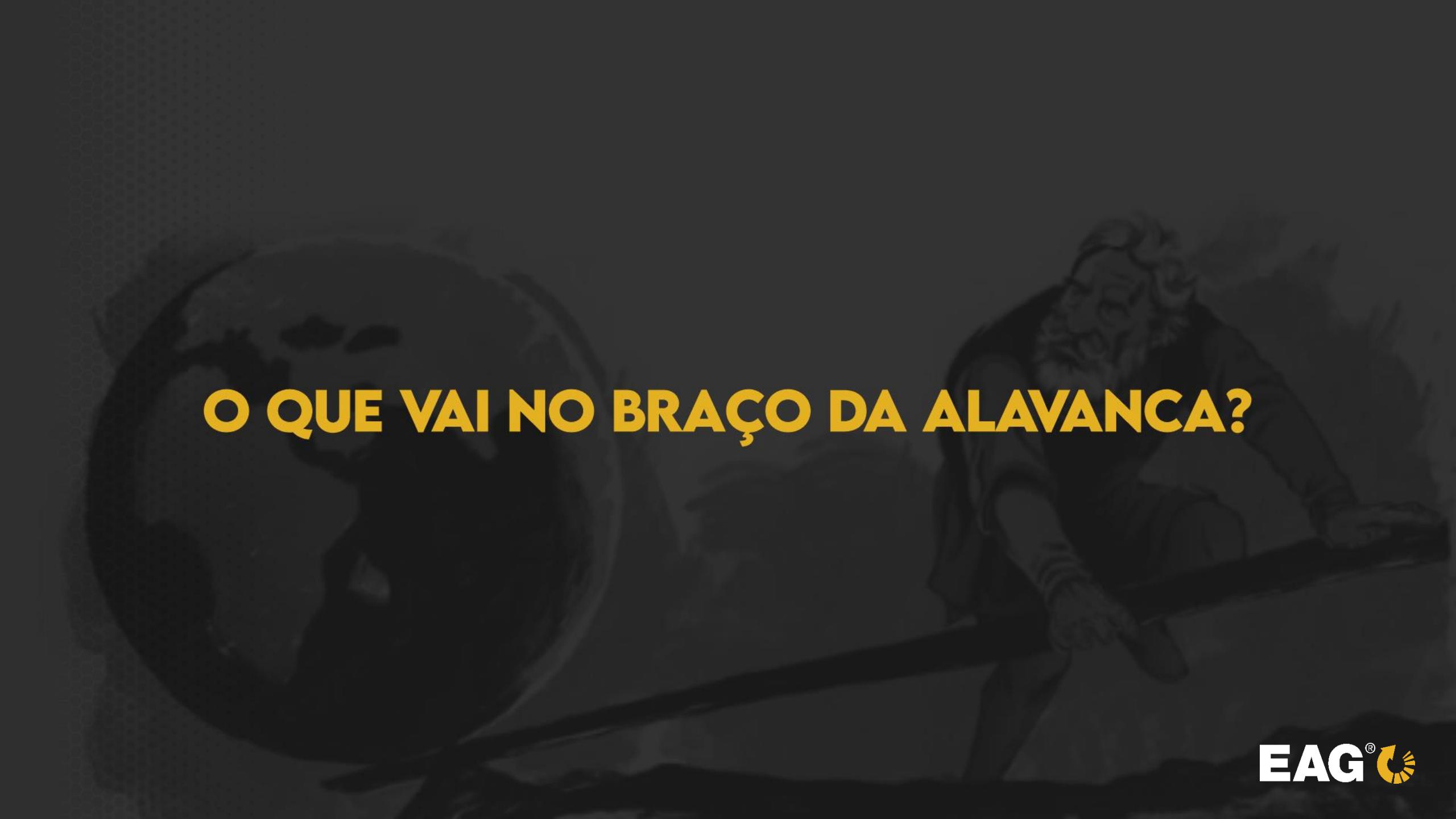
Arquimedes

PENSADOR

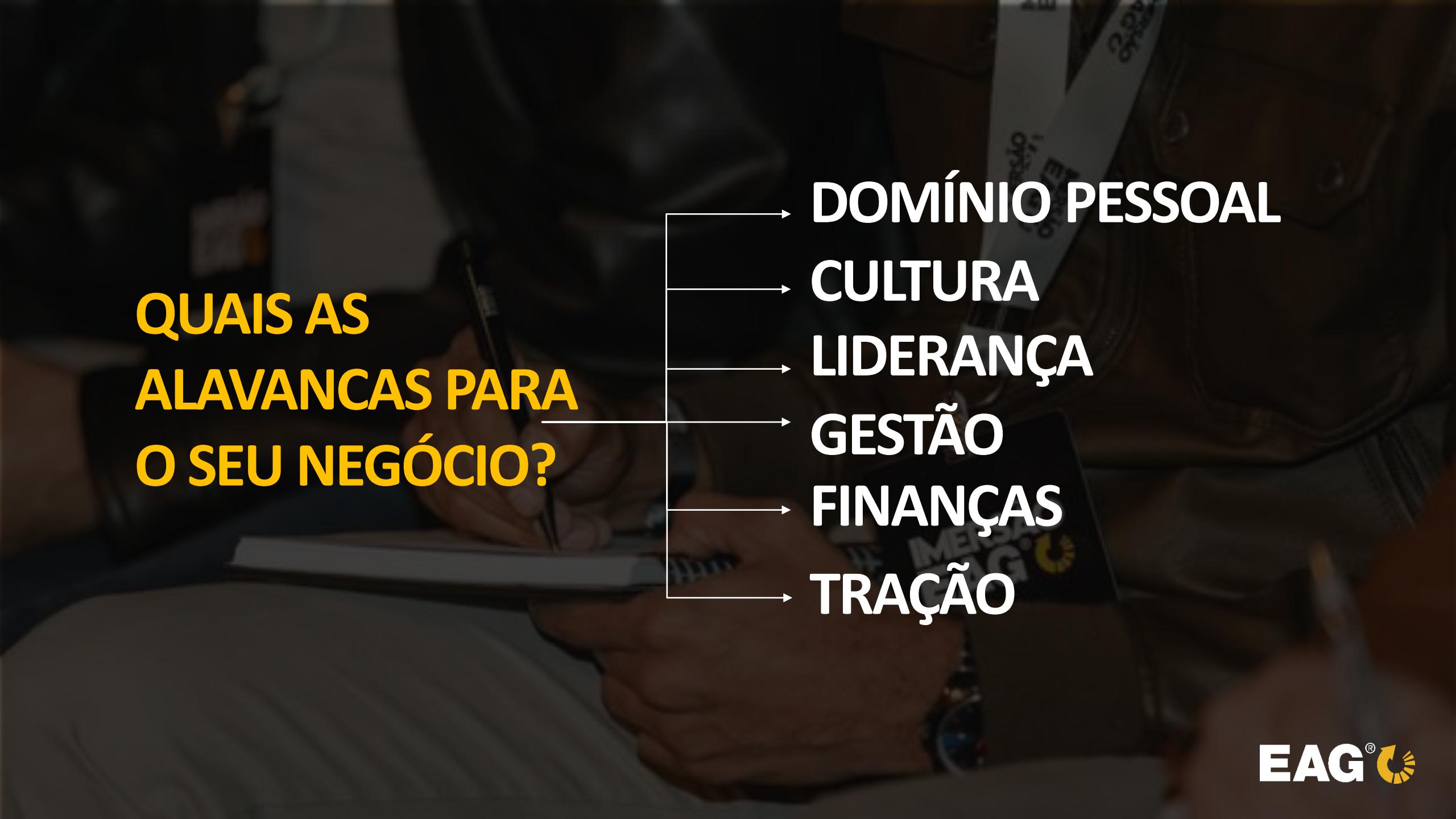


ALAVANCA

A ALAVANCA É UMA DAS SEIS MÁQUINAS MAIS SIMPLES DA HUMANIDADE.



O QUE VAI NO BRAÇO DA ALAVANCA?



QUAIS AS ALAVANCAS PARA O SEU NEGÓCIO?

- DOMÍNIO PESSOAL
- CULTURA
- LIDERANÇA
- GESTÃO
- FINANÇAS
- TRAÇÃO

MAIS DE 3 MILHÕES DE EXEMPLARES VENDIDOS

MICHAEL E. GERBER

O Mito do Empreendedor



- Por que muitos negócios fracassam?
- O que você pode fazer para vencer?

FUNDAMENTO

O VERDADEIRO PODER

PRÁTICAS DE GESTÃO QUE CONDUZEM A RESULTADOS REVOLUCIONÁRIOS

FALCONI
GARANTIAS DE REVOLUÇÃO



VICENTE FALCONI
2^a EDIÇÃO



OS 5 DESAFIOS DAS EQUIPES

UMA HISTÓRIA SOBRE LIDERANÇA

PATRICK LENCIONI

Mais de 2 milhões de livros vendidos

SEXTANTE

"A prática e a teoria juntam forças e o resultado é um livro muito interessante sobre como fazer acontecer."

JACK WELCH

EXECUÇÃO

EXECUTION

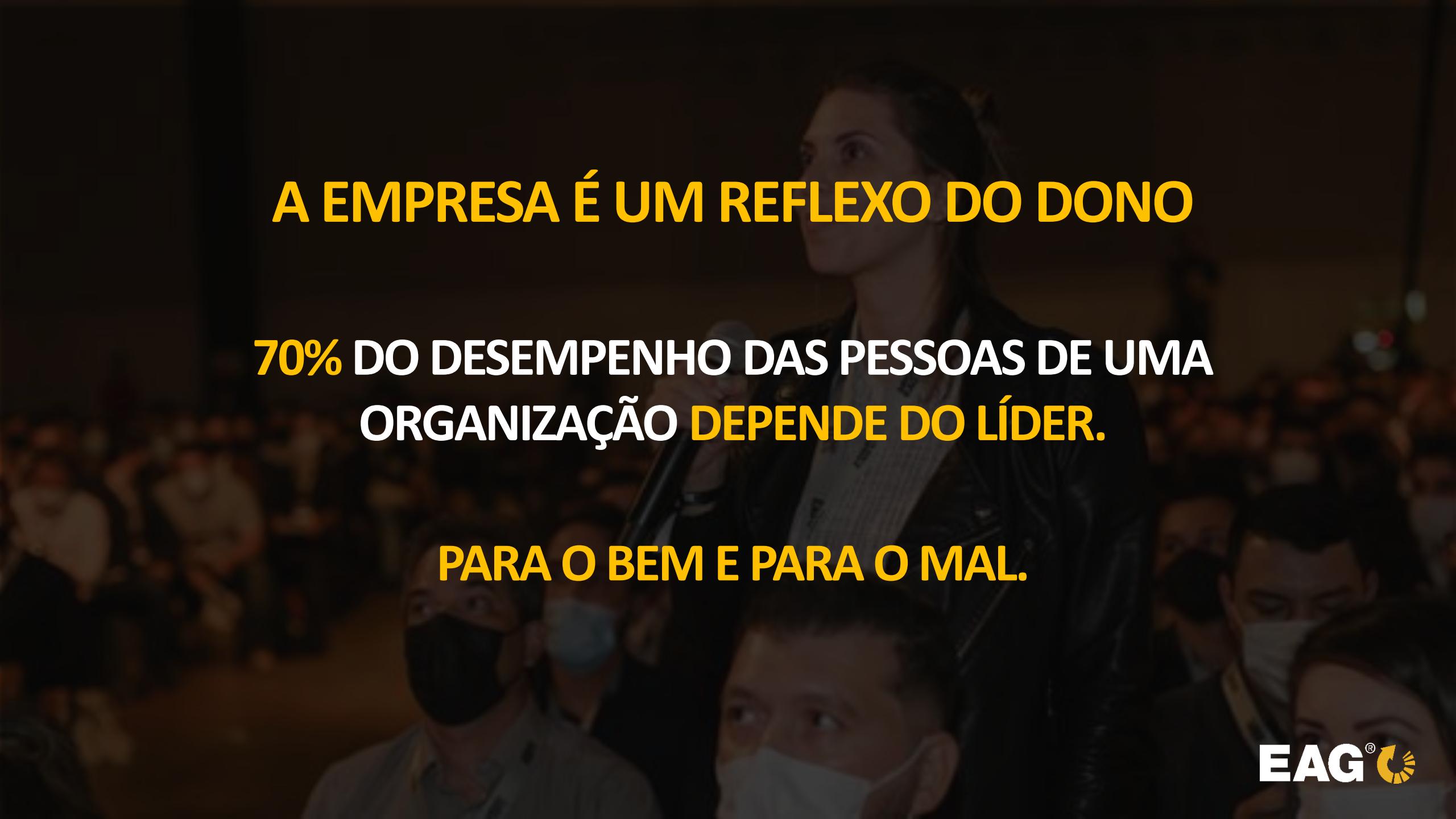
A DISCIPLINA PARA ATINGIR RESULTADOS

BEST-SELLER MUNDIAL COM MAIS DE 1 MILHÃO DE EXEMPLARES VENDIDOS

LARRY BOSSIDY
RAM CHARAN

ALTA ROSS
FUTURA

EAG®

A woman with long brown hair, wearing a dark blazer over a white collared shirt and glasses, is looking upwards and slightly to her right with a thoughtful expression. She is positioned in the upper portion of the frame against a dark background.

A EMPRESA É UM REFLEXO DO DONO

70% DO DESEMPENHO DAS PESSOAS DE UMA
ORGANIZAÇÃO DEPENDE DO LÍDER.

PARA O BEM E PARA O MAL.

COMANDANTE

LIDERANÇA

VISÃO
O QUE

MISSÃO
POR QUE

VALORES
COMO

**“LIDERAR É BATER METAS CONSISTENTEMENTE,
COM O TIME E FAZENDO CERTO.
QUEM NÃO BATE METAS NÃO É LÍDER.**

**SE SER UM BOM LÍDER É CONSEGUIR RESULTADOS POR MEIO DE PESSOAS,
ENTÃO A PESSOA DO LÍDER DEVE INVESTIR UMA PARTE SUBSTANCIAL
DE SEU TEMPO NO DESENVOLVIMENTO DE SUA EQUIPE.**

**PORTANTO, O TEMA RECURSOS HUMANOS É CENTRAL
NO DESENVOLVIMENTO DO CONTEÚDO DA LIDERANÇA”**

AGENDA DO LÍDER

LIDERANÇA

ALCANÇAR METAS

1. Atribuir metas baseadas em lacunas.
2. Promover domínio do método pela equipe.
3. Promover aquisição de conhecimento técnico do processo pela equipe.

COM O TIME

1. Recrutar.
2. Treinar.
3. Inspirar.
4. Fazer coaching.
5. Promover a meritocracia.
6. Tirar pessoas da zona de conforto para que elas se desenvolvam.
7. Fazer uma avaliação e desempenho honesta e construtiva.
8. Demitir quando preciso.
9. Ter um sistema de incentivo alinhados com metas.

FAZENDO O CERTO

1. Promover cultura única.
2. Cultura Alto desempenho.
3. Cultura de fatos e dados.
4. Cultura de honestidade intelectual
5. Cultura de enfrentamento dos fatos
1. Alinhamento com valores da empresa

1 – ALCANÇAR METAS

- **ATRIBUIR AS METAS DESAFIADORAS**
- **PROMOVER O DOMÍNIO DO MÉTODO PELA EQUIPE**
- **PROMOVER A AQUISIÇÃO DO CONHECIMENTO TÉCNICO
PELA EQUIPE**

META
S M A R T

META
S M A R T



META

S M A R T





META

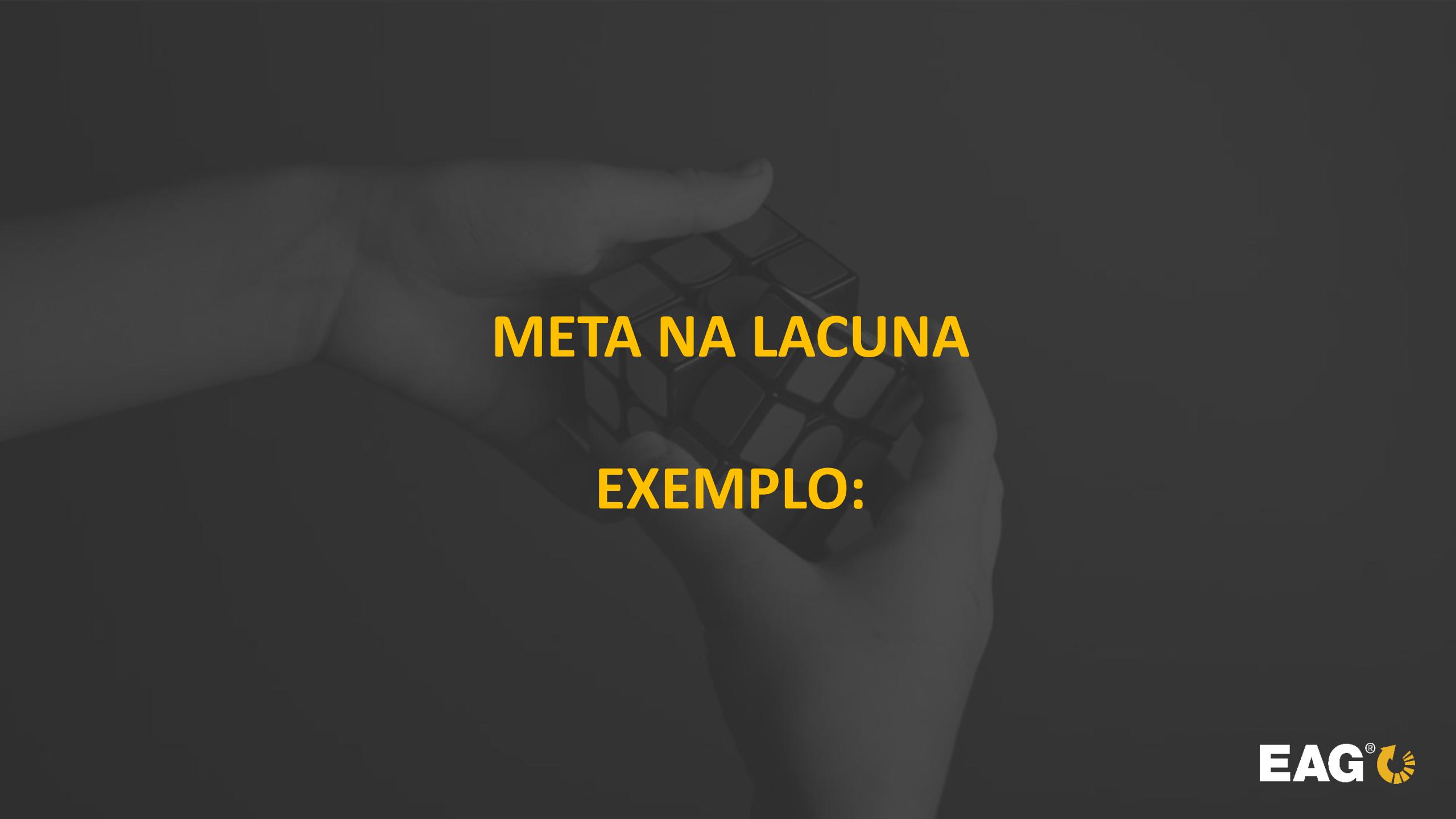
S M A R T



META

S M A R T



A dark, moody photograph of a person's hand holding a smartphone. The phone has a prominent textured case. The background is dark and out of focus.

META NA LACUNA

EXEMPLO:

2 – COM O TIME

- RECRUTAR
- TREINAR
- INSPIRAR
- FAZER COACHING
- RECOMPENSAR (MERITOCRACIA)
- TIRAR DA ZONA DE CONFORTO
- FAZER AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO
- PROMOVER
- DEMITIR QUANDO PRECISO

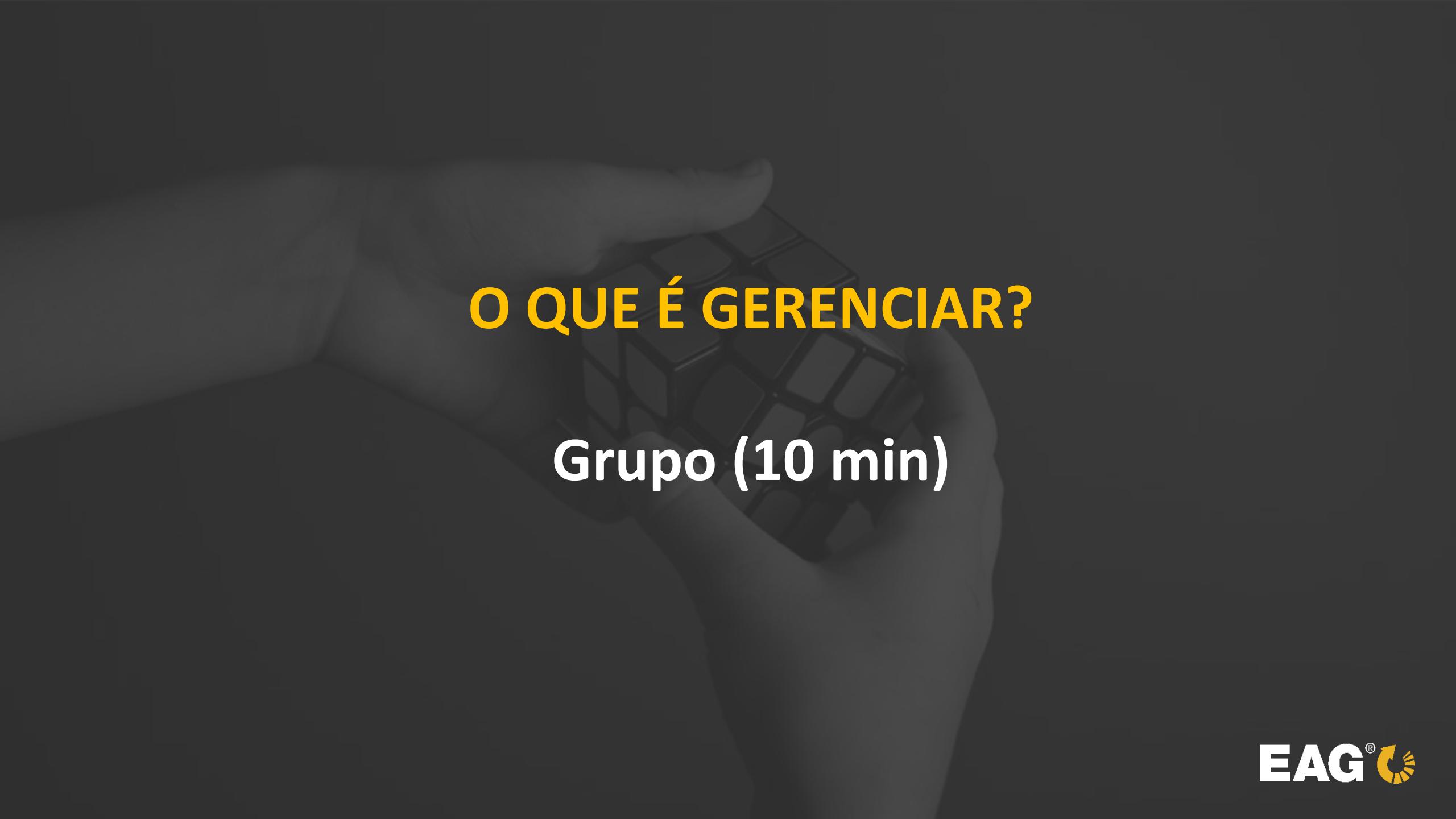
3 – FAZENDO O CERTO

- PROMOVER A CULTURA
- PROMOVER CULTURA DE ALTO DESEMPENHO
- CULTURA DE ENFRENTAMENTO DOS FATOS
- ALINHAMENTO COM OS VALORES DA EMPRESA

AGENDA DO LÍDER

- O LÍDER É O PRINCIPAL AGENTE DE MUDANÇA NA EMPRESA
- A IMPLANTAÇÃO E A MUDANÇA SÃO INDELEGÁVEIS
- A MUDANÇA VEM POR MEIO DE CAPACITAÇÃO

MPE

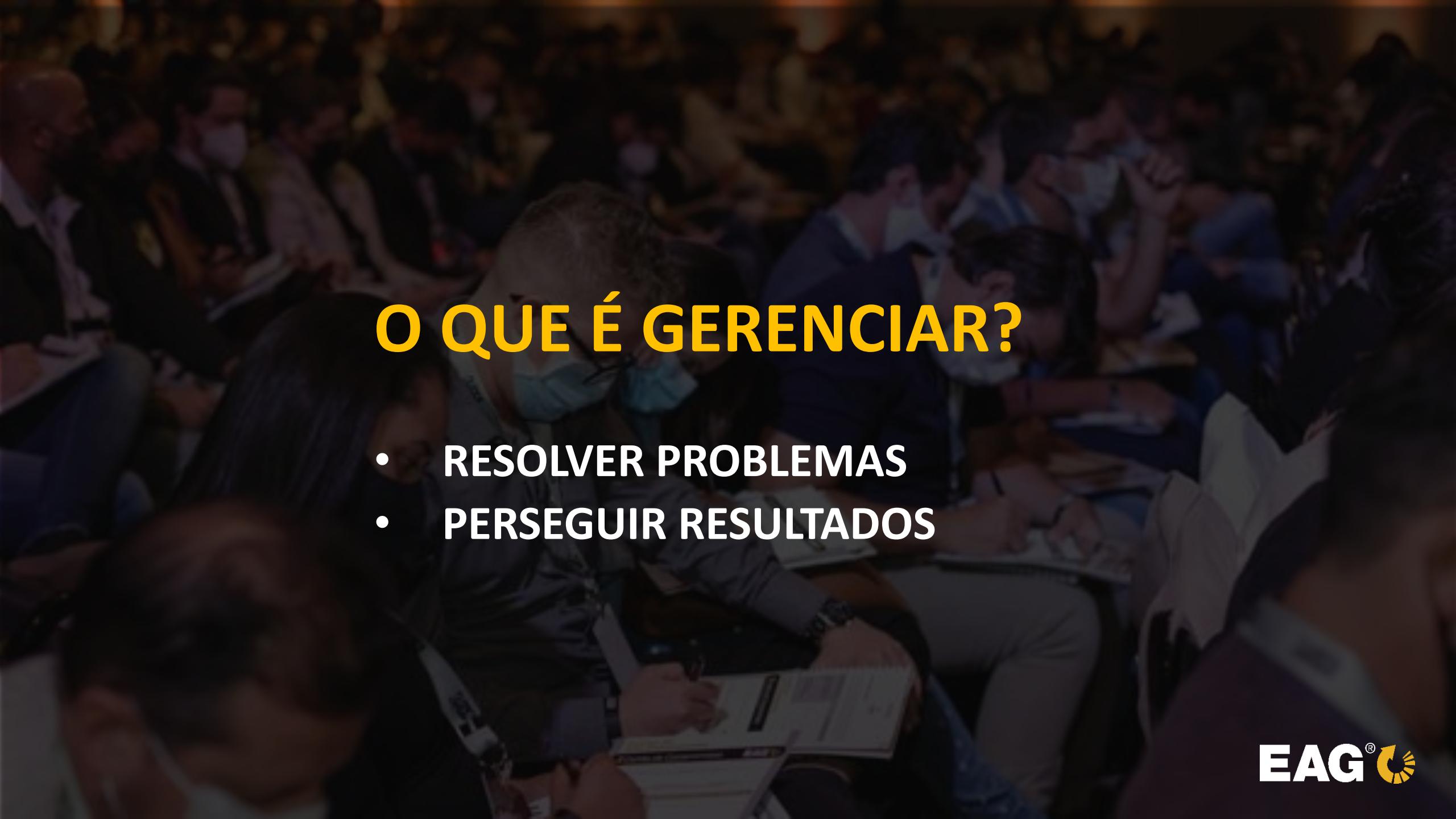


O QUE É GERENCIAR?

Grupo (10 min)



INTERVALO



O QUE É GERENCIAR?

- RESOLVER PROBLEMAS
- PERSEGUIR RESULTADOS

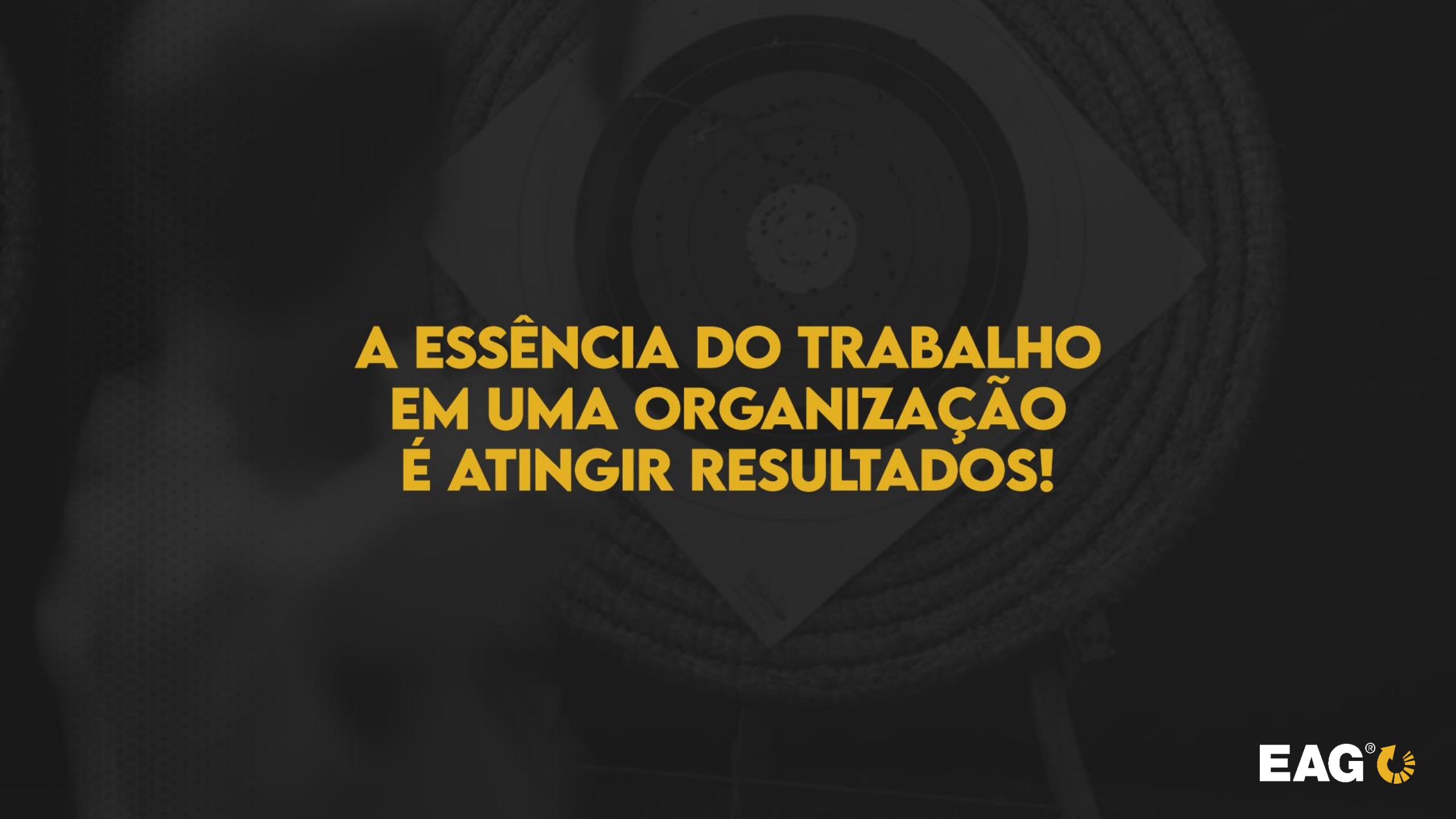


EAG®

WORLD RECORD



EAG®



**A ESSÊNCIA DO TRABALHO
EM UMA ORGANIZAÇÃO
É ATINGIR RESULTADOS!**



VOCÊ PRECISA DE
UM MÉTODO!

**EXISTEM ILHAS DE EXCELÊNCIA E DE RESISTÊNCIA
DENTRO DAS ORGANIZAÇÕES.**

**A LIDERANÇA DO DONO DA ORGANIZAÇÃO
É FUNDAMENTAL NO PROCESSO.**

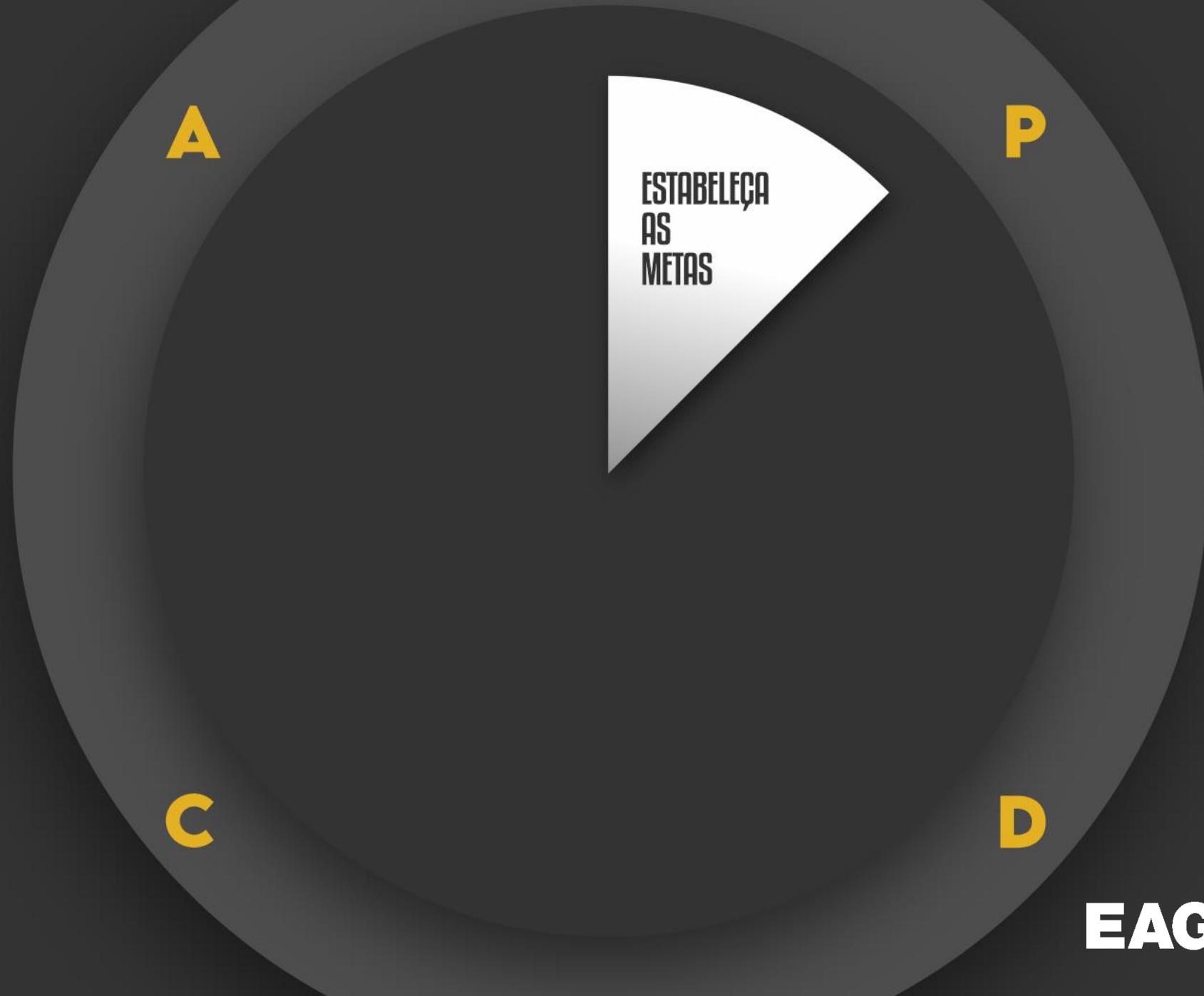
O CONHECIMENTO POR SI SÓ NÃO CRIA VALOR.

**O VALOR É CRIADO QUANDO
O CONHECIMENTO É UTILIZADO NA CONSTRUÇÃO
DE PLANOS DE AÇÃO CUJA EXECUÇÃO
É GARANTIDA PELA LIDERANÇA.**

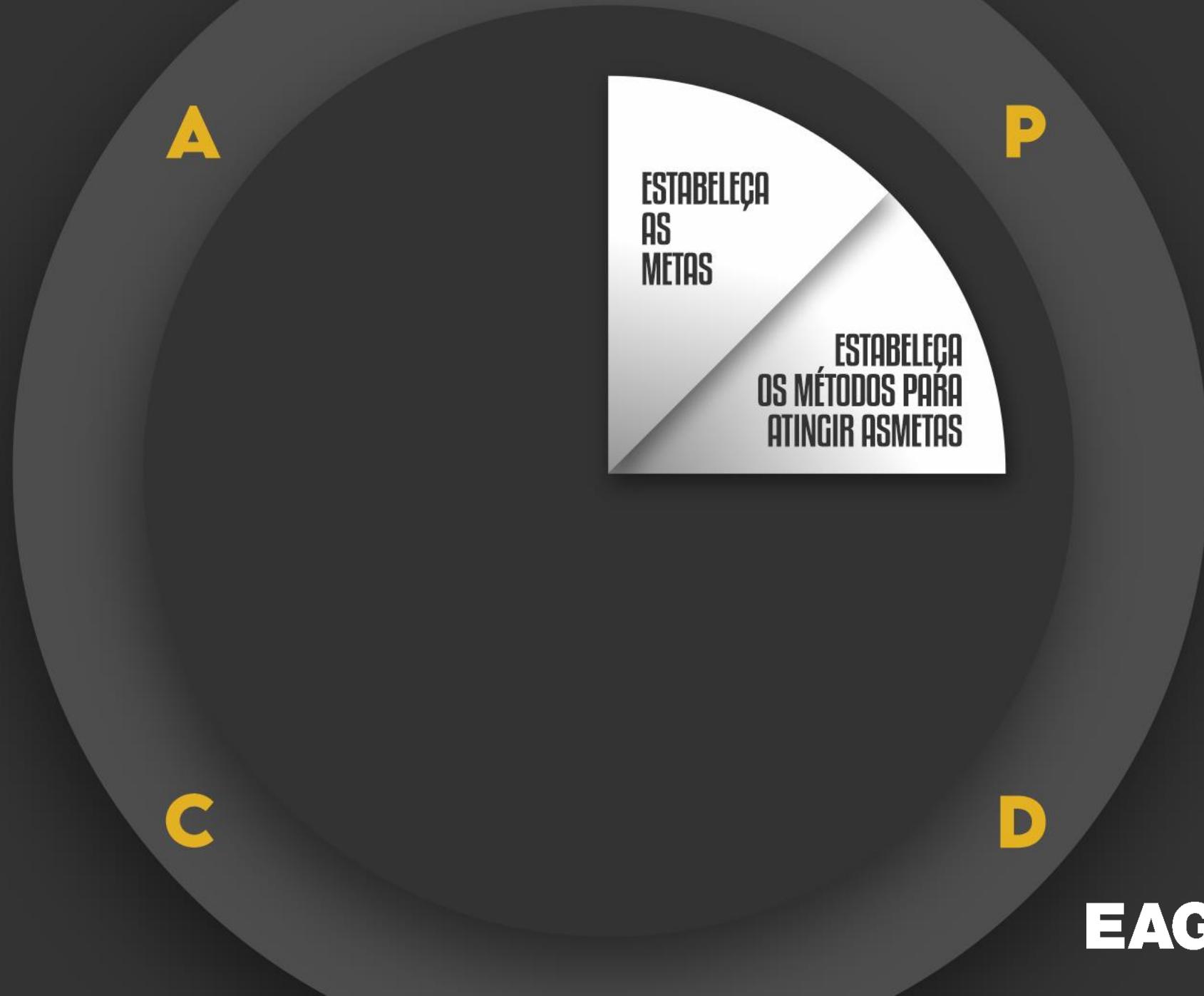


EAG®

CICLO PDCA



CICLO PDCA



Plano de Ação 5W2H

Objetivo ou título do plano de ação:	Lançar um produto com o Felipe Noronha, voltado para o varejo, com objetivo de faturar R\$ 200.000,00 com um produto que não seja entregue pelo Marcelo								
Responsável pelo plano:	Marcelo Germano		Atualizado em:						
O que fazer?	Por que?	Quem?	Onde?	Como?	Quanto?	Quando?	Quando?		
Ação	Motivo	Responsável	Envolvidos	Local	Método, ferramentas, consultoria, etc.	Valor ou tempo	Data fim prevista	Data de conclusão	
Lançar um produto para varejo com o Felipe Noronha	A empresa não pode depender apenas do Marcelo para vender seus produtos, aumentar o portfólio de produtos do EAG, aumentar a receita e a margem de lucro	Marcelo	Felipe Noronha, time de marketing e copywriter	EAG	Utilizar o funil de perpétuo pago.	R\$ 50.000,00	15/08/2022		
Contratar o copywriter/estrategista	Trazer expertise de outros lançamentos para a nossa empresa sem sobrecarregar o nosso time.	Marcelo	Aline	EAG	Fazendo as especificações do lançamento e solicitando proposta	3 horas	15/06/2022		
Planejar a estratégia de lançamento	Gerar vendas.	Copywriter/estrategista	Aline, Marcelo e Felipe Noronha	EAG	Reuniões de alinhamento, especificação e aprovação.	08 horas	25/06/2022		

O que fazer?	Por que?	Quem?	Onde?	Como?	Quanto?	Quando?	Quando?
Envolver o time de marketing para fazer as campanhas de tráfego	Selecionar o público ideal	Aline	Tráfego e designer	EAG	Definindo a verba para campanha e a estratégia para tráfego orgânico com a base atual de clientes - fazendo o cronograma do lançamento - executando		30/06/2022
Gravar os criativos	Baixar custo de aquisição do lead	Marcelo	Felipe Noronha e time de marketing	EAG	Agendando as gravações e validação de script	5 horas	07/07/2022
Colocar a campanha no ar	Converter leads	Fernando	Cleon e Aline	Facebook/Instagram e Youtube	Utilizando o facebook management e Google Ads	R\$ 50.000,00	15/07/2022
Planejar a Masterclass	Fazer uma entrega que gere muito valor e converta em vendas	Copywriter/estrategista	Marcelo e Felipe Noronha	EAG	Criando e treinando script da Masterclass	08 horas	05/08/2022
Fazer a venda do Bootcamp	Converter em vendas	Marcelo	Felipe Noronha e time comercial	Zoom	Compra no botão durante a entrega da Masterclass	2 horas	15/08/2022

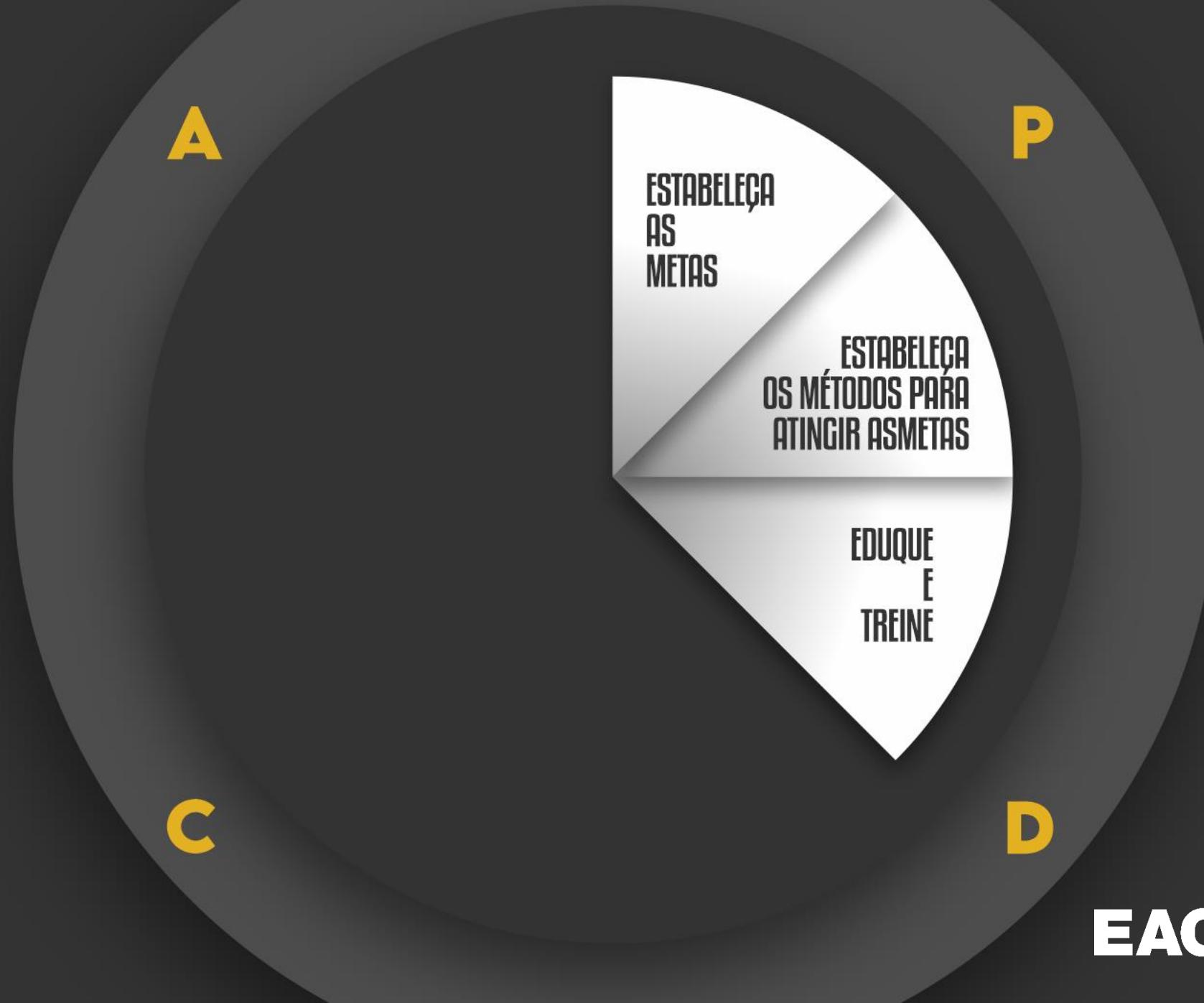


Plano de Ação 5W2H

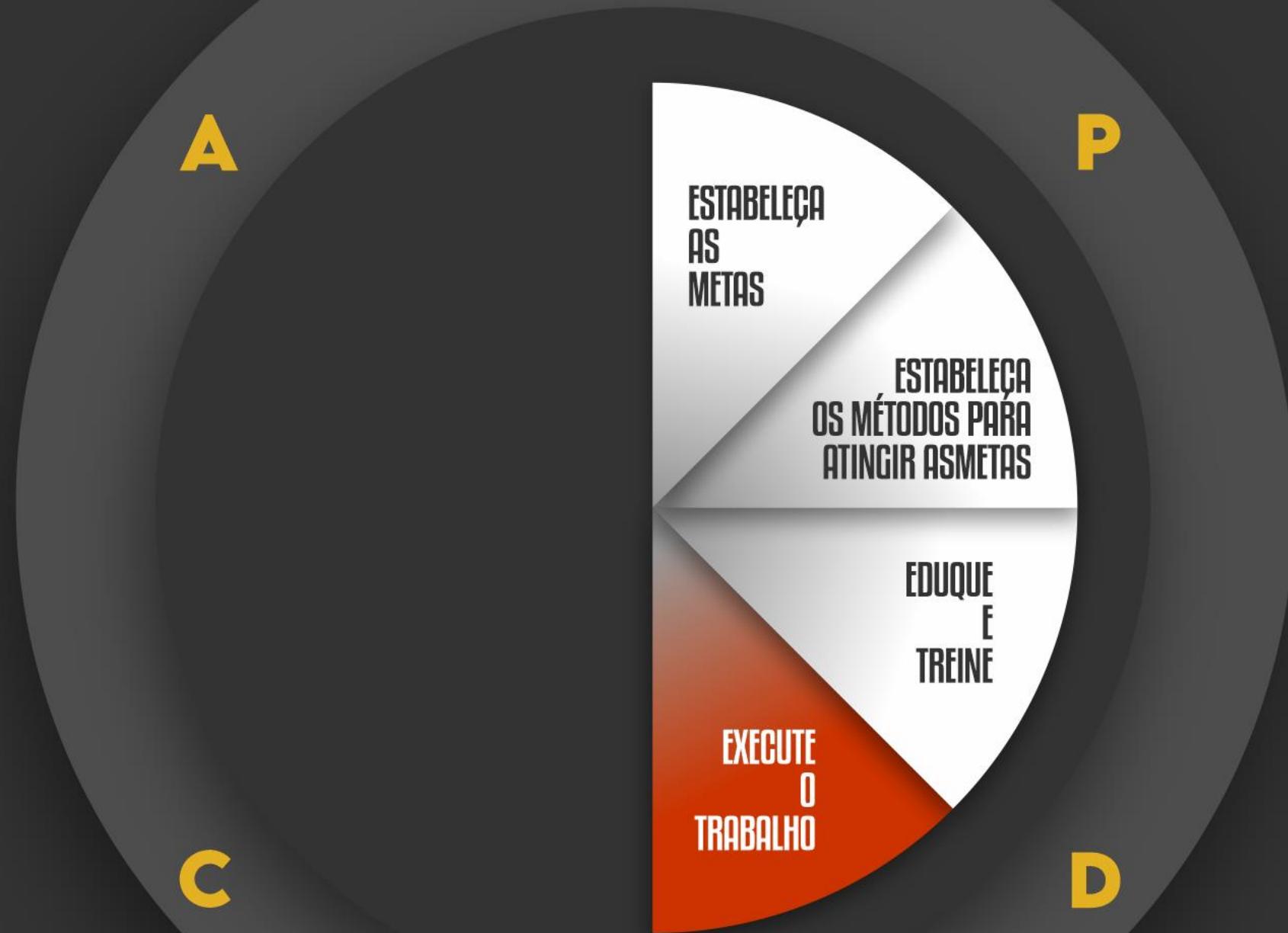
Objetivo ou título do plano de ação:	Aumentar em 25% o faturamento do departamento, superando o ponto de equilíbrio financeiro através da melhoria do fluxo de passagens e do ticket médio de venda								
Responsável pelo plano:	Luiz Carlos	Atualizado em:	31/10/2022						
O que fazer?	Por que?	Quem?	Onde?	Como?	Quantos?	Quando?	Quando?	Quando?	
Ação	Motivo	Responsável	Envolvidos	Local	Método, ferramentas, consultoria, etc.	Valor ou tempo	Data fim prevista	Data finalizada	
Aumentar o faturamento do departamento de serviços	Faturamento atual não é suficiente para alcançar o ponto de equilíbrio, gerando prejuízo no departamento	Luiz Carlos	Sabrina, Paulo, Claudio, Marcelo, Humberto	Pós Vendas	Aumentar em 25% o faturamento do departamento através do Agendamento ativo, Merchandising, Consultoria comercial, Diagnóstico de serviços, Painel de Vendas	R\$ 27.000,00	31/12/2022		
Implementar agendamento ativo	Estreitar relacionamento com os clientes da concessionária, atualizando as KM's bimestralmente, gerando oportunidade de passagens no Pós Vendas	Sabrina	Katia	Departamento de Agendamento e Pesquisa	Gerar 30% das passagens da oficina pelo agendamento ativo. 1 - Treinar a colaboradora Katia na atividade de agendamento ativo com o fluxo de tarefas e script padrão. 2 - Realizar contatos com os clientes que compraram veículo na concessionária a cada 60 dias, atualizando a KM rodada para cálculo de previsão das manutenções. 3 - Identificar nas ligações através do script de contato, oportunidades de serviços corretivos fora do plano de manutenção previsto. 4 - Sugerir datas de agendamento para o cliente realizar suas manutenções preventivas e corretivas.	R\$ 16.000,00	03/10/2022	01/10/2022	
Merchandising	Promover um ambiente que incentive o cliente a comprar mais produtos e serviços	Luiz Carlos	Paulo	Recepção Pós Vendas	1 - Definir serviços e produtos agregados que farão parte do merchandising. 2 - Gravar vídeos explicativos quanto a importância dos serviços e produtos para o veículo e cliente. 3 - Projetar na televisão da recepção e sala de espera os vídeos explicativos dos serviços agregados. 4 - Apresentar prova testemunhal das peças substituídas na recepção.	R\$ 2.000,00 + 8 Horas	10/10/2022	10/10/2022	

O que fazer?	Por que?	PLAN (planejar)			Como?	Quanto?	Quando?	Quando?
		Quem?		Onde?				
Ação	Motivo	Responsável	Envolvidos	Local	Método, ferramentas, consultoria, etc.	Valor ou tempo	Data fim prevista	Data finalizada
Consultoria comercial	Realizar vendas adicionais de serviços e produtos agregados através de uma abordagem consultiva	Luiz Carlos	Paulo, Claudio e Marcelo	Recepção Pós Vendas	Vender agregados para 40% dos clientes atendidos na recepção 1- Treinar a equipe no método "APRENDA" desenvolvido pela NNÓS consultoria. 2 - Desenvolver script e perguntas chaves para abordagem da necessidade e desejo do cliente. 3 - Ofertar a 100% dos clientes os serviços e produtos adicionais quem estejam conectados ao levantamento de necessidade e desejo. 4 - Registrar nas OS's os motivos de não venda para posterior melhoria da abordagem	R\$ 9.000,00	03/10/2022	03/10/2022
Diagnóstico de serviços	Aumentar o volume de vendas adicionais pelos técnicos	Humberto	Técnicos produtivos	Oficina	1 - Desenvolver check list de itens a serem verificados em toda manutenção dos veículos. 2 - Treinar o time de técnicos na execução do check list com foco comercial. 3 - Registrar nos fotos e/ou vídeos explicativos todos os serviços e peças adicionais propostas para substituição. 4 - Enviar ao cliente as fotos e vídeos apresentando os benefícios de realizar a manutenção no momento e com a concessionária	6 horas	05/10/2022	03/10/2022
Painel de Vendas	Monitorar diariamente as vendas do departamento e por consultor	Luiz Carlos	TI, Humberto	Pós Vendas	1 - Solicitar ao TI, customização de relatório para consolidação das vendas diárias. 2 - Verificar diariamente o volume de vendas realizadas pelo departamento. 3 - Monitorar o indicador de conversão de vendas. 4 - Conversar com os consultores sobre a venda dos produtos e serviços. 5 - Se necessário ajustar semanalmente a estratégia comercial	2 hora	10/10/2022	17/10/2022

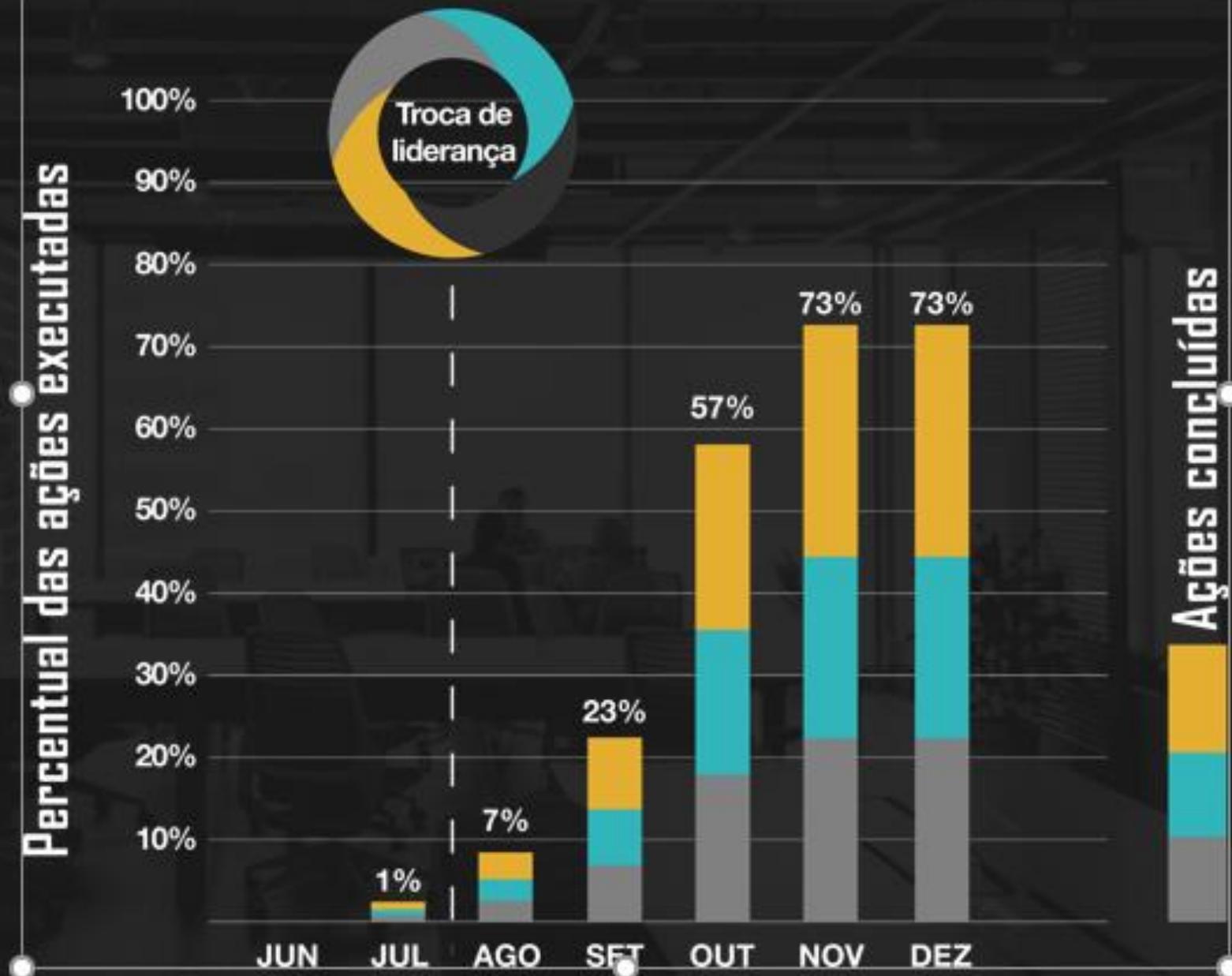
CICLO PDCA



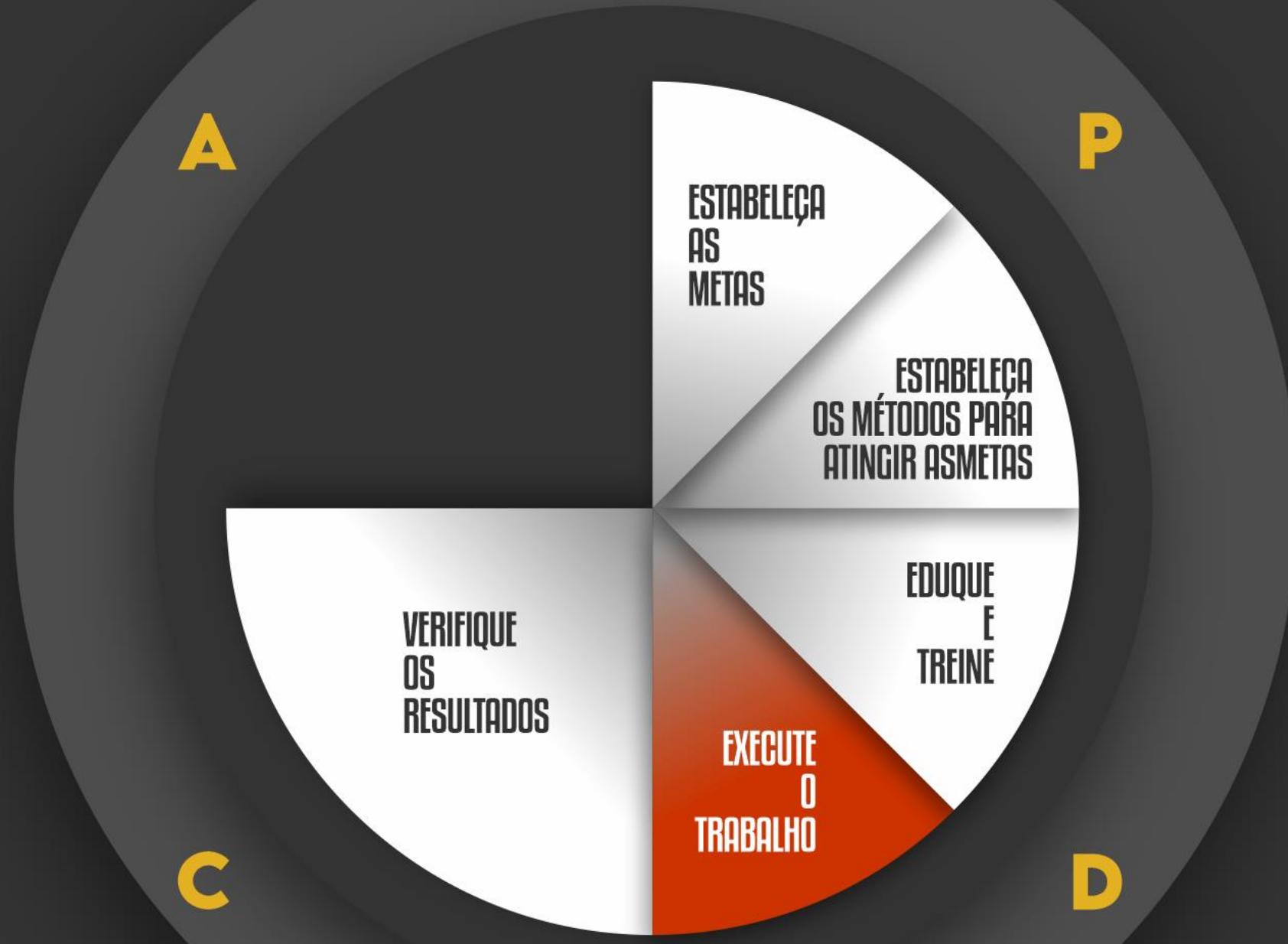
CICLO PDCA



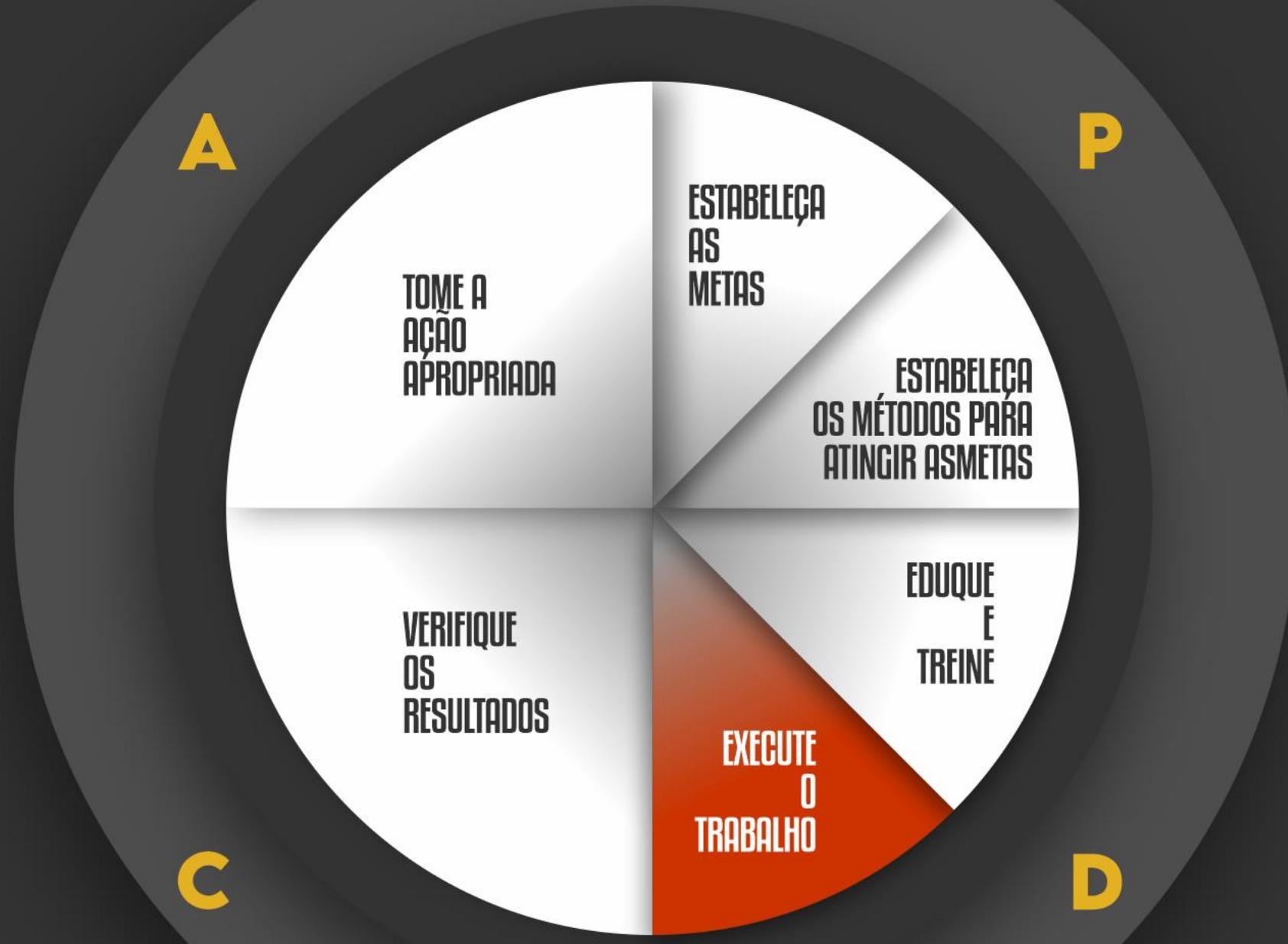
Acompanhamento da execução das ações



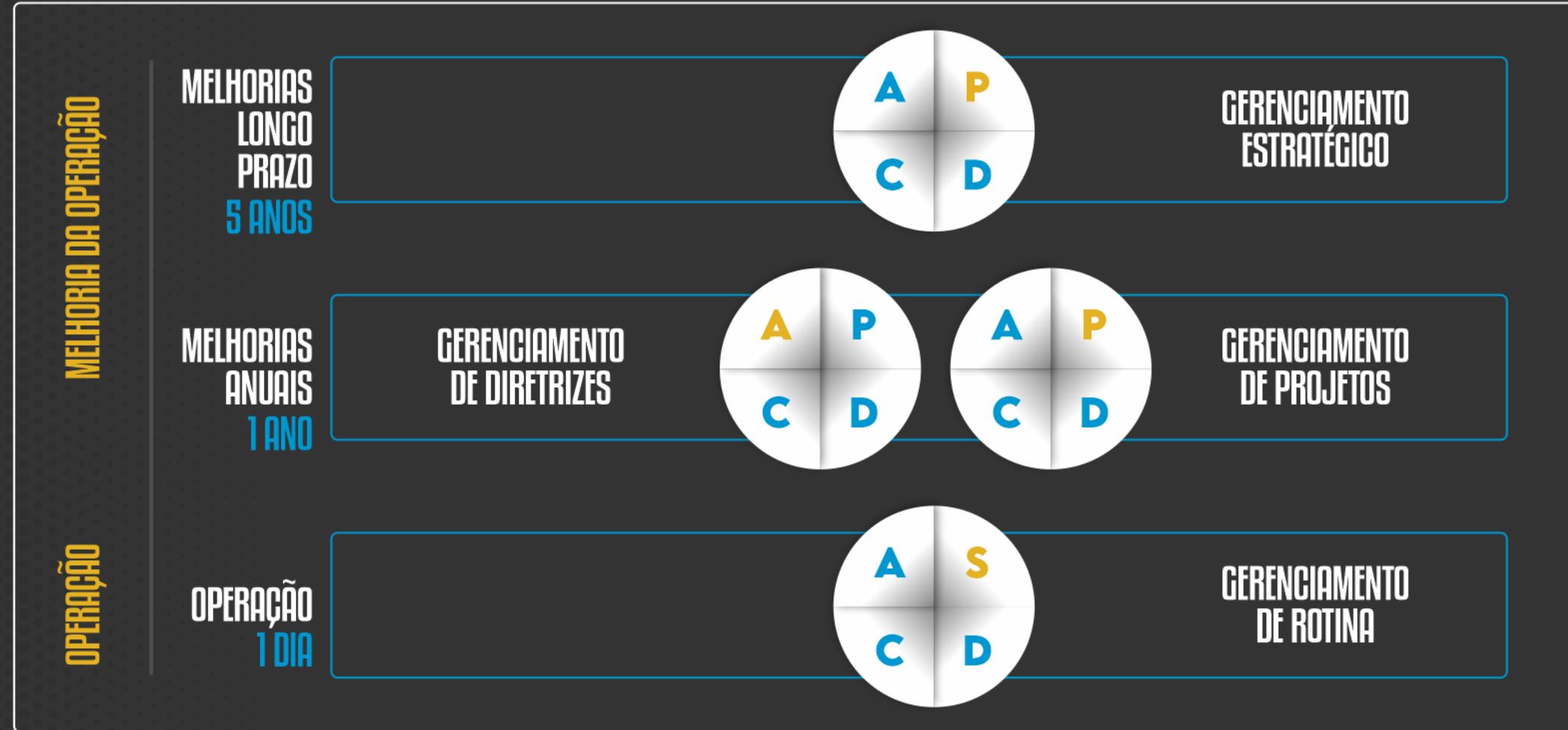
CICLO PDCA



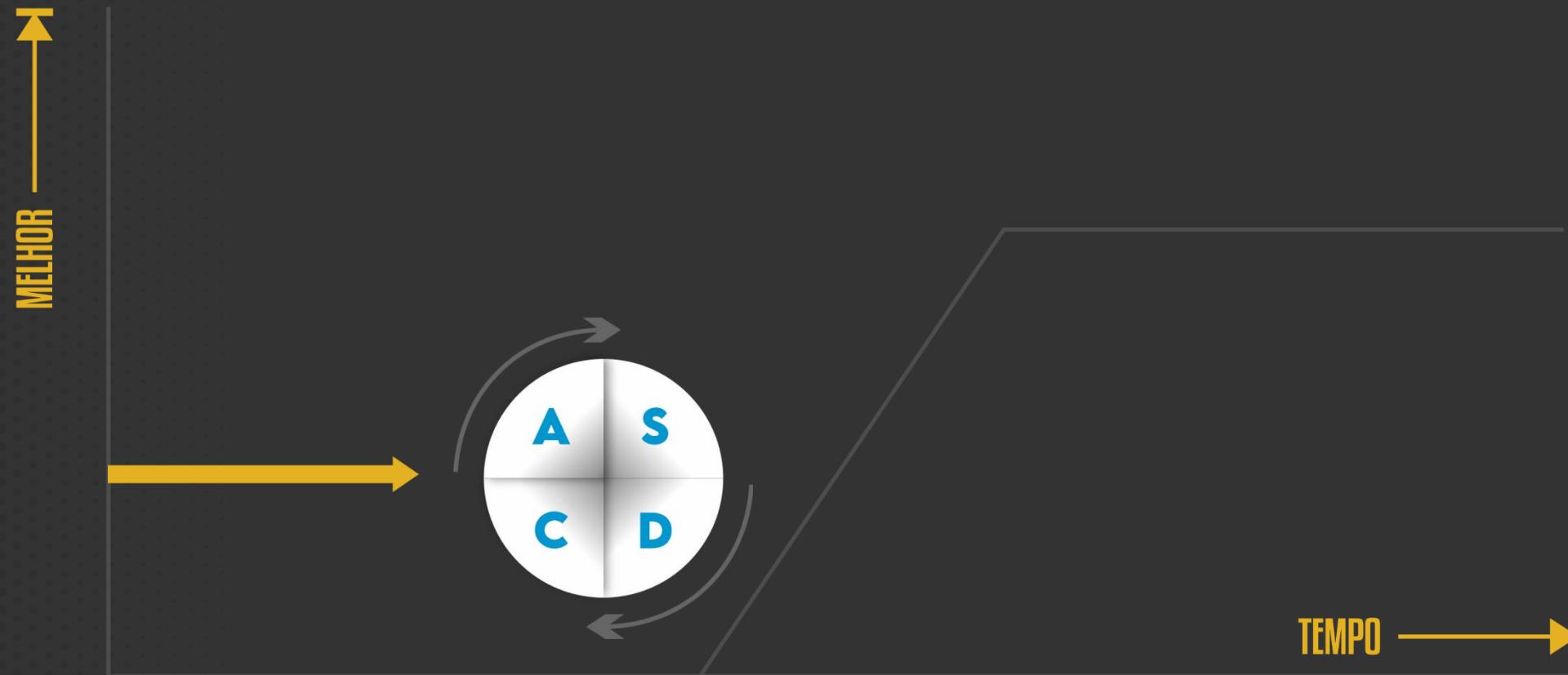
CICLO PDCA



MÉTODO DO MODELO PDCA

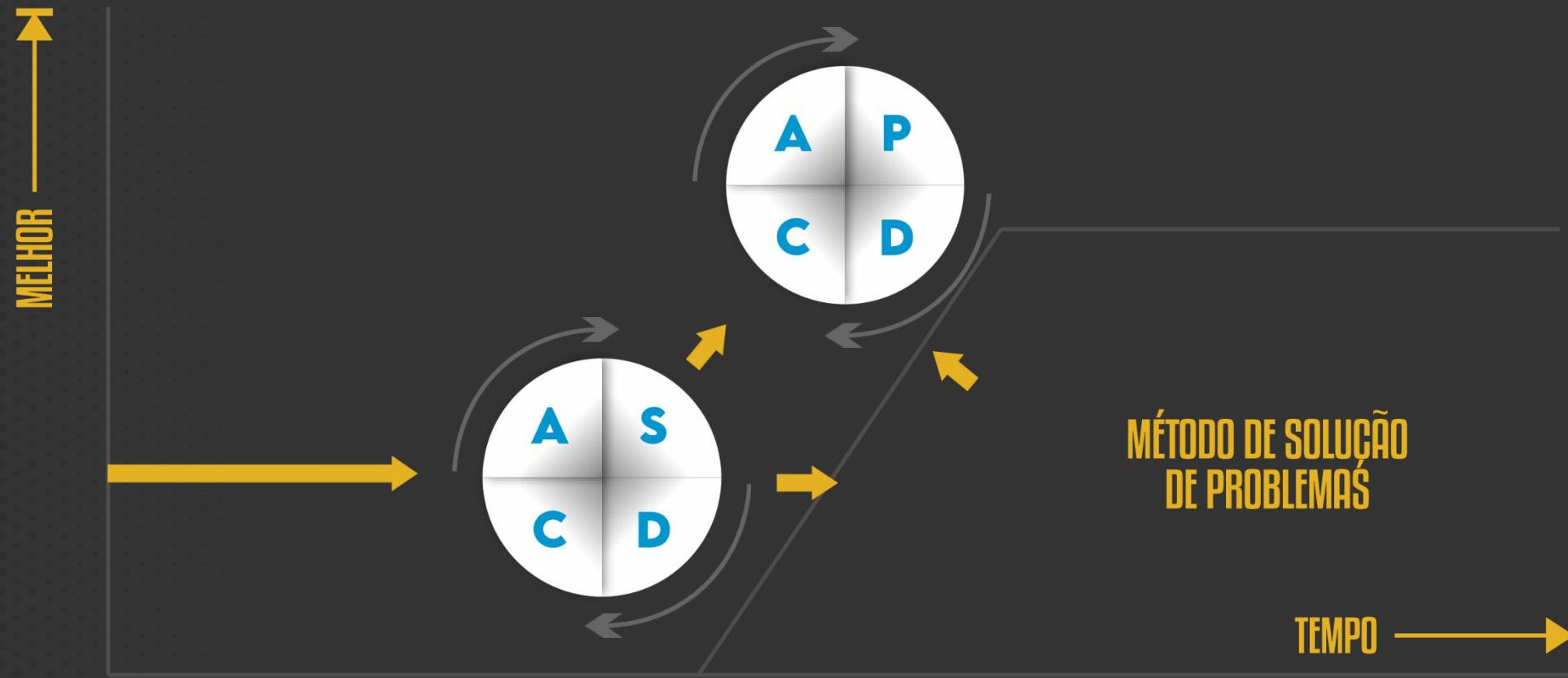


MANUTENÇÃO PDCA

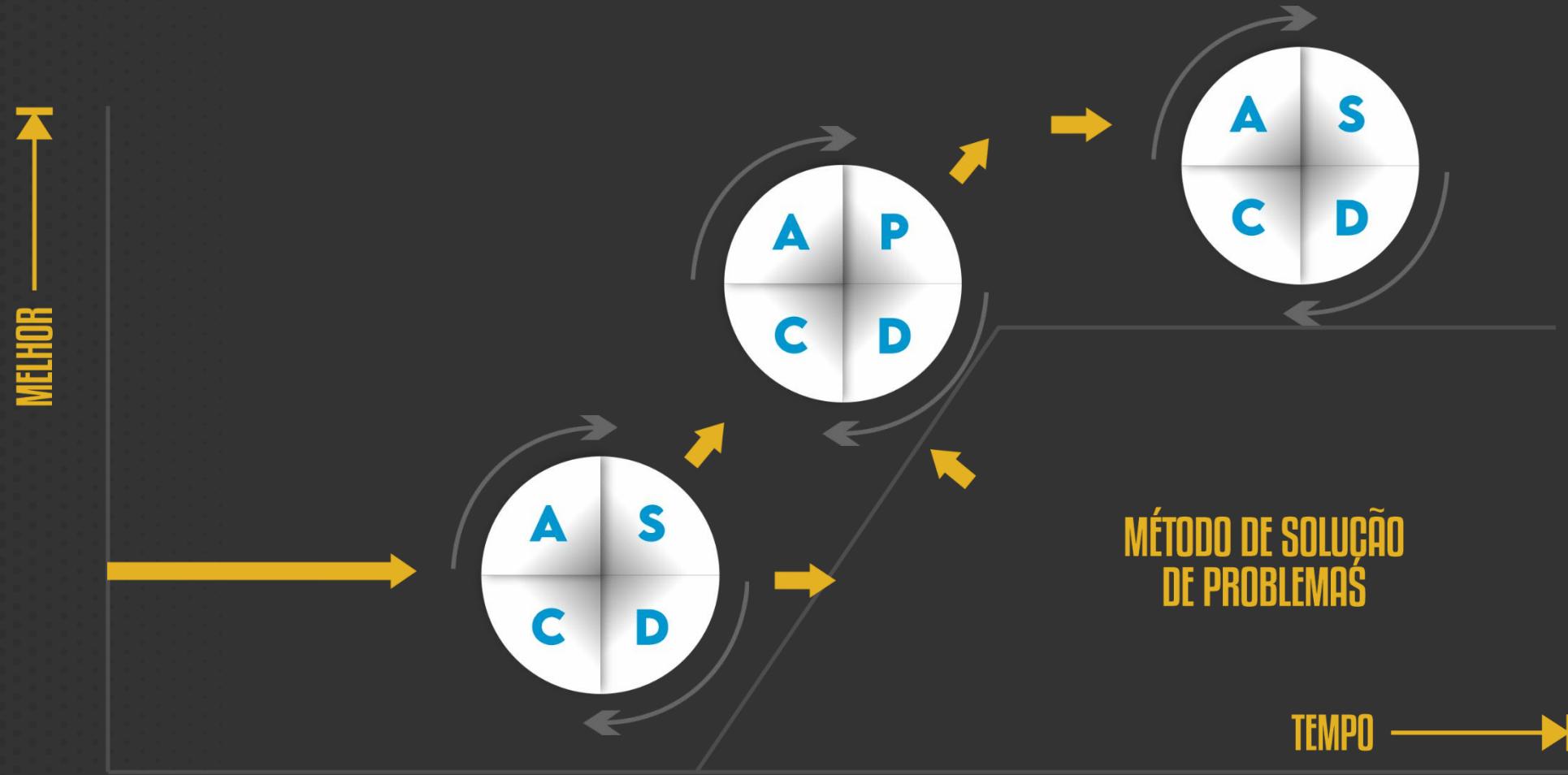


REF.: MODELO MIYAUCHI

MANUTENÇÃO PDCA



MANUTENÇÃO PDCA



INDICADORES

O que não é medido, não pode ser gerenciado.

Peter Drucker

EMPRESAS SEM INDICADORES

- **O DESEMPENHO NÃO ESTÁ SENDO GERENCIADO;**
- **A RETRO ALIMENTAÇÃO DO PROCESSO, VISANDO A MELHORIA E APERFEIÇOAMENTO, FICA PREJUDICADA NA MEDIDA EM QUE NÃO SE TEM UM PROCESSO DE MEDIÇÃO DE DESEMPENHO;**
- **NÃO SE PODEM IDENTIFICAR ADEQUADAMENTE OS PROBLEMAS, NEM ESTABELECER UM CONJUNTO DE PRIORIDADES;**
- **O GERENCIAMENTO FICA MUITO PARECIDO COM UM CONJUNTO DE ADIVINHAÇÕES DESORDENADAS;**
- **DESORIENTA AS PESSOAS, NA MEDIDA EM QUE NÃO SE PODE DEFINIR O QUE SE ESPERA DE CADA UM DE FORMA OBJETIVA;**
- **AS PESSOAS NÃO TEM CERTEZA DE QUE SEU DESEMPENHO É ADEQUADO OU NÃO;**

EMPRESAS COM INDICADORES

- PERMITE ENTENDER MELHOR O QUE ESTÁ ACONTECENDO;
- AVALIAR AS NECESSIDADES DE ADEQUAÇÃO E DE MELHORIAS NOS SEUS PROCESSOS, BEM COMO O IMPACTO DE TAIS MUDANÇAS;
- PRESERVAR OS AVANÇOS E GANHOS OBTIDOS;
- ESTABELECER UMA ORDEM DE PRIORIDADES COERENTE COM OS OBJETIVOS ORGANIZACIONAIS;
- GERENCIAR AS RESPONSABILIDADES COM MAIS SEGURANÇAS;
- ADMINISTRAR UM SISTEMA DE TREINAMENTO DE FORMA MAIS EFICAZ;
- PLANEJAR AS AÇÕES DIRECIONADAS PARA ATENDER A NOVAS EXPECTATIVAS DO CLIENTE;
- ESTABELECER CRONOGRAMA MAIS REALISTAS.

ONDE VOCÊ PODE USAR O PDCA?

COMO VOCÊ RODA O PDCA?

- PODCAST #16 “COMO ECONOMIZAR 5 ANOS EM 1 COM UMA TÉCNICA”



Ouça aqui!



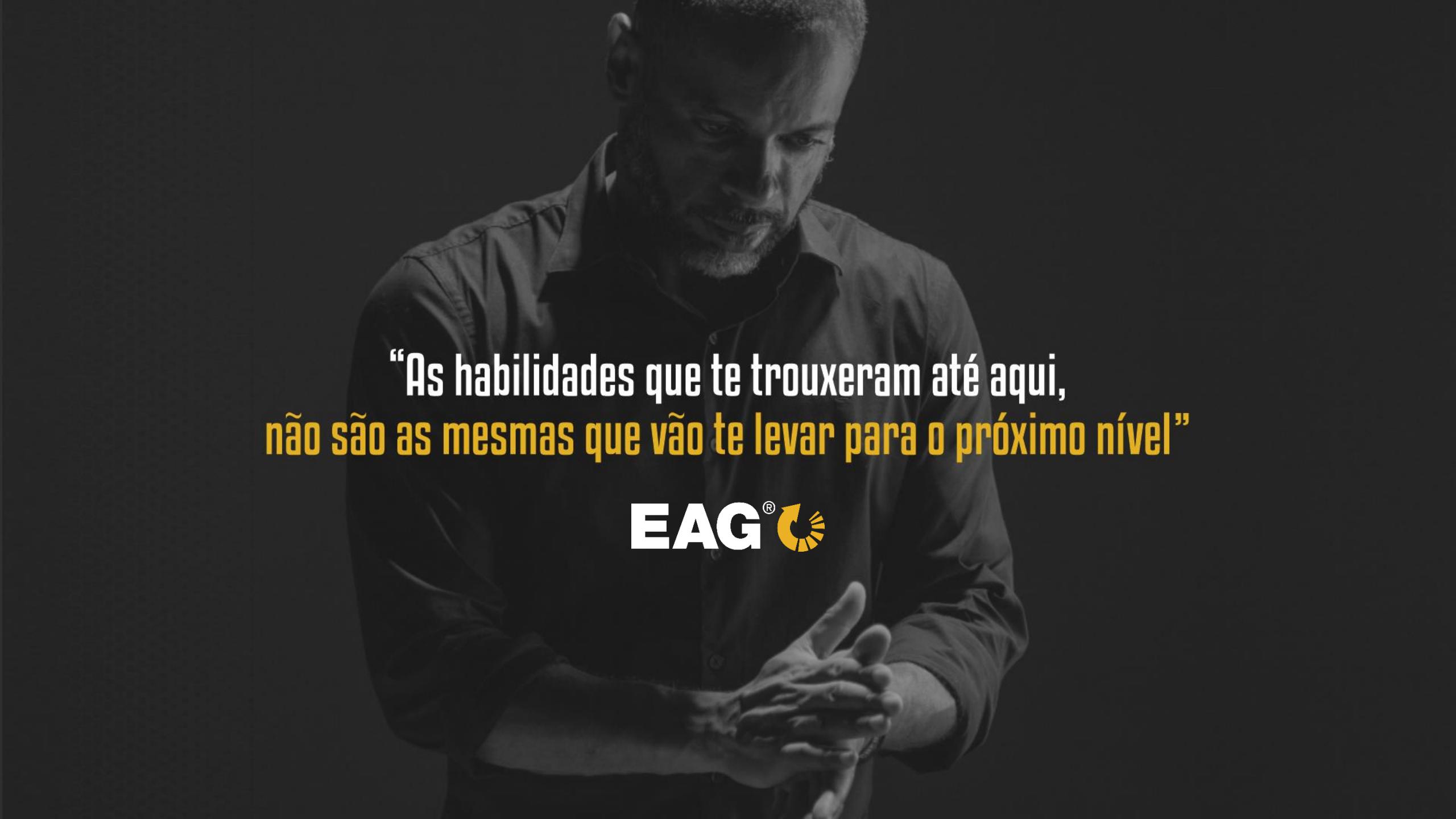
REUNIÃO INTERNA

Data		Horário		Número	
Participantes					

Nº	DESCRIÇÃO	DATA	PRAZO	RESPONSÁVEL	STATUS

NAVEGAÇÃO
AO VIVO

DESAFIO?

A black and white photograph of a man from the chest up. He has short hair and a beard. He is wearing a button-down shirt. His gaze is directed downwards towards his hands, which are clasped together in front of him. The lighting is dramatic, with strong highlights on his face and hands against a dark background.

**“As habilidades que te trouxeram até aqui,
não são as mesmas que vão te levar para o próximo nível”**



NPS

A dark, low-light photograph of a person's hand holding a smartphone. The phone's screen is visible, showing a grid pattern. The background is dark and out of focus.

HAPPY HOUR