



## Previsões de Vendas e Marketing

### OBJETIVO

**Desenvolver** e apresentar as últimas metodologias relativas as previsões de vendas e marketing.

**Saber** que as necessidades de previsões gerenciais variam consideravelmente.

**Dimensionar** o crescimento de mercado, ou a categoria de um determinado produto, as ações e reações dos tomadores de decisão tais como nossos competidores, fornecedores, distribuidores, etc.

### PÚBLICO ALVO

Este Projeto destina-se a todos aqueles que pretendem se atualizar das necessidades futuras de aumentar sua capacidade de competitividade pessoal, bem como da empresa, adquirindo novos horizontes de conhecimento, saindo do status trivial e fazendo de fato a diferença, pelo envolvimento nesta nova abordagem de Gestão.

Portanto todos os Diretores, Gerentes e Supervisores de Vendas Trade Marketing, Marketing, Consumer Marketing, Customer Marketing, envolvidos no processo estratégico e tático de definição de políticas de previsão para produtos regulares, novos produtos e participação de mercado.

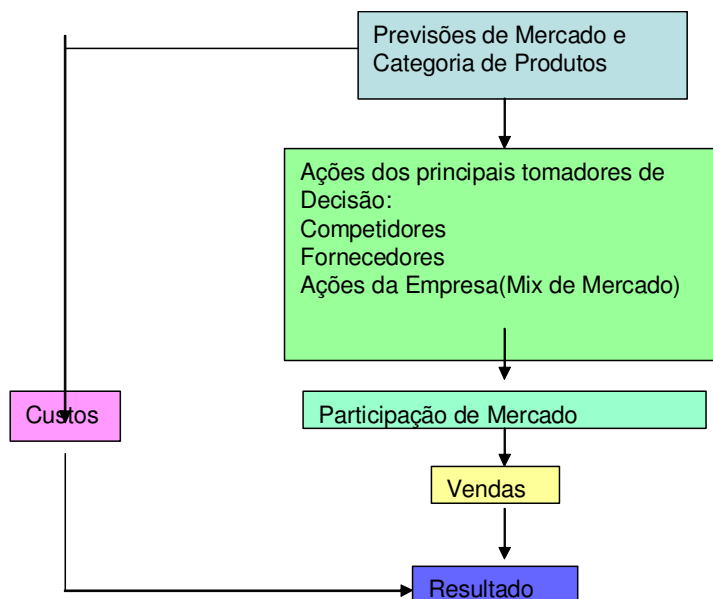
### PROGRAMA

#### I) Aplicações Estatísticas

- Intervalos de Confiança para Médias
- Determinação de tamanho de Amostras
- Testes de Hipóteses Estatísticas
- Análise de Variância
- Análise de Regressão Simples e Múltipla

#### II) Estruturação da Gestão dos problemas de previsão de vendas

A metodologia tratará separadamente cada um dos seguintes aspectos para curto e longo prazo:





### **III – Métodos Qualitativos e Quantitativos de Previsão**

#### **- Postulação do problema**

- 1- Definição dos objetivos, e ambiente de conhecimento
- 2- Técnicas de estruturação dos problemas

#### **- Planejamento Informação**

- 3- Identificação e análise estrutural das fontes de informação
- 4- Coletas de dados
- 5- Preparação de dados

#### **- Implementação dos Métodos Selecionados**

- 6- Seleção de Métodos
- 7- Implementação de Métodos e Modelos Quantitativos
- 8- Combinando os diversos cenários de Previsão
- 9- Análises de Séries Temporais e modelos econométricos

#### **- Avaliação dos Métodos**

- 10- Avaliações dos Métodos
- 11- Avaliação e Análise das Incertezas e Indeterminações

#### **- Utilização das Previsões**

- 12- Apresentações das Previsões
  - 13- Sistematizações das aprendizagens para Previsões Futuras
- Checklist dos princípios para avaliar e auditar o processo de Previsões

**Cento e quarenta princípios** serão discutidos para sumarizar o conhecimento necessário para fazermos Previsão com maior precisão.

Cada princípio é descrito caracterizando seu propósito Gerencial das Previsões, em quais condições são aplicáveis e relevantes e respectivas fontes de evidência.

Este é o mesmo programa desenvolvido por J. Armstrong da Universidade de Wharton

### **METODOLOGIA**

O programa será desenvolvido com aplicações práticas, para que o participante possa de imediato identificar sua evolução no entendimento da matéria, dessa forma a cada ponto abordado, será aplicado exercício prático.

### **ESPAÇO**

Treinamento “*in company*” ou outro recinto adequado para até 15 participantes, com espaço reservado para dinâmicas de grupo com quatro pessoas, *datashow* e *flipchart* com pincéis atômicos; recomenda-se um *coffee break* pela manhã e outro à tarde.

### **COORDENAÇÃO**

As características do programa e a metodologia empregada requerem a presença de 1 (um) palestrante responsável pelo programa e um assistente.

### **MATERIAL DO CURSO**

- Workbook
- CD-ROM com 3 softwares e planilhas com macros em Excel.
- Certificado de conclusão