

TRANSFORMAÇÃO

INLCO



*Daniela Lima*



*Roberto Gomes Dias*



*Anita Cardoso*



Palestrante, consultora de empresas com especialização em Arte-Educação, possui mais de 30 anos trabalhando na alavancagem de vendas, com vasta experiência na área comercial, empreendedorismo e marketing. Criadora e “contadora” de histórias, com ampla visão de negócios, pela sua experiência em várias áreas de conhecimento. Desenvolve histórias impactantes que contribuem com o aumento das vendas, assim como transforma conteúdos didáticos em aulas mais atraentes, proporcionando alto índice de absorção do aluno.

Fornece atendimentos customizados, por meio de treinamentos e mentorias.



Palestrante, consultor de empresas com especialização nas áreas de Gestão, Vendas e Marketing, possui mais de 40 anos como gestor em grandes empresas de vários segmentos de mercado. Ministra disciplinas nos cursos de MBA em Gestão de Projetos, Graduação na Faculdade Pitágoras de Belo Horizonte-MG e formação de líderes, no Senac Contagem.

Atua como consultor, mentor de empresas e pessoas, com foco em: reestruturação e desenvolvimento de novos negócios, planejamento estratégico e treinamento motivacional.



Mestre em Comunicação Social, Especialista em Gestão em Responsabilidade Social Empresarial e Graduada em Relações Públicas. Atua há 33 anos como palestrante e consultora nas áreas de relações públicas, comunicação organizacional, responsabilidade social, storytelling, compliance, LGPD, gestão de risco, crise, stakeholder em indústrias de grande porte nas áreas de mineração, agronegócio, educação, automobilístico e governo.



TRANSFORMAÇÃO

INLCC

# CO-AUTORES DOS LIVROS:

»» Empreenday

»» Propulsão em Vendas



# AUTORES DO LIVRO:

TRANSFORMAÇÃO

**IN L<sup>OC</sup>**



# TEMAS A TRABALHAR

TRANSFORMAÇÃO  
**INLOCO**



**Propósito**



É o direcionamento que te move, enquanto pessoa física e jurídica.

**Gestão Estratégica**



É gerenciar, administrar o resultado pretendido.

**Coragem**



Seja você o protagonista da sua história e realize-se.

Visão Integrada  
**TRANSFORMAÇÃO INLOCO**



# PONTOS DE ATENÇÃO - ELETROCARDIOGRAMA

## PESSOAL

|    | a | b | c | d | e | f | g | h | i | j | k | l |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 10 |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 9  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 8  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 7  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 6  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 5  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 4  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 3  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 2  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 1  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |

a) Administração do tempo pessoal

b) Comunicativo(a)

c) Controlado(a) financeiramente

d) Proativo(a)

e) Motivado(a)

f) Se planeja

g) Organizado(a)

h) Marketing Pessoal

i) Focado(a)

j) Determinado(a)

k) Corajoso(a)

l) Faz acontecer

# PROPÓSITO

É aquilo que uma organização busca alcançar, seu objetivo, sua finalidade ou seu intuito.

O propósito sinaliza uma direção com uma intenção definida.

Descubra o seu propósito e se realize.



# PONTOS DE ATENÇÃO - ELETROCARDIOGRAMA

## PROFISSIONAL

|    | a | b | c | d | e | f | g | h | i | j | k | l |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 10 |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 9  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 8  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 7  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 6  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 5  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 4  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 3  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 2  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 1  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |

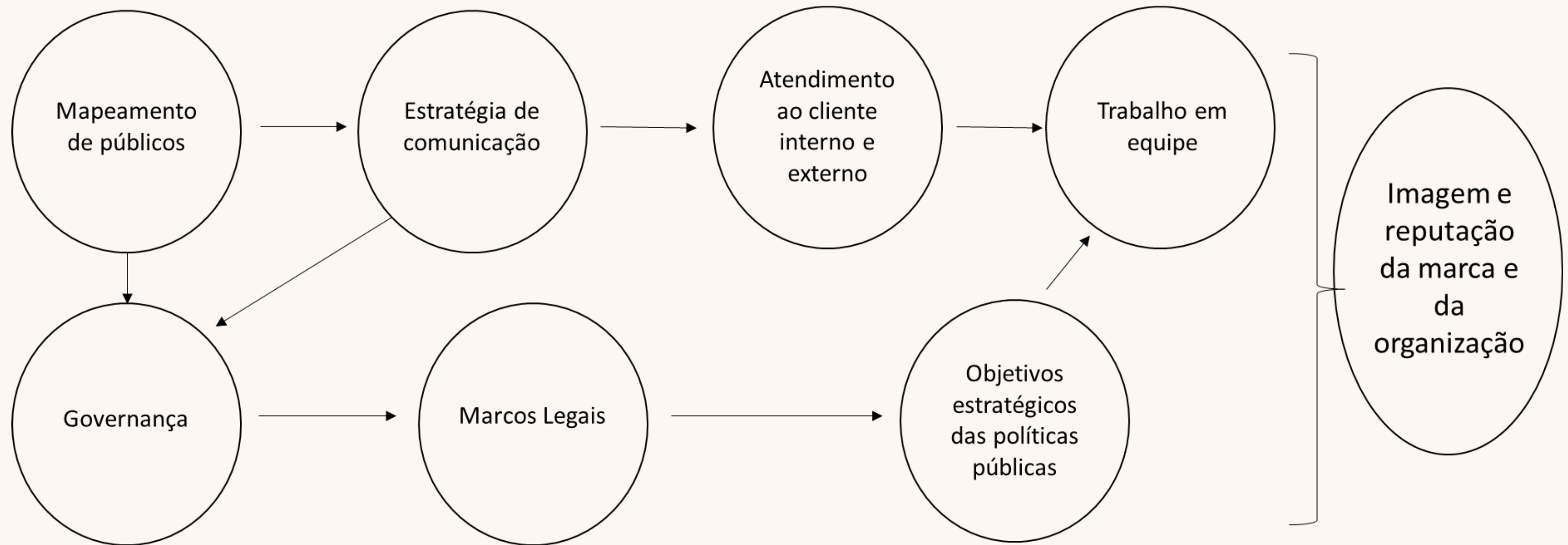
- a) Administração do tempo profissional
- b) Criativo(a)
- c) Interação com pessoas
- d) Proatividade
- e) Motivação
- f) Planejamento estratégico
- g) Organizado(a)
- h) Marketing Pessoal
- i) Focado(a)
- j) Determinado(a)
- k) Corajoso(a)
- l) Faz acontecer

# ATENDIMENTO

O atendimento ao cliente interno e externo é o processo mais importante de uma organização. Dependendo de como é feito pode dizer muito sobre a qualidade da organização e de seus funcionários.



# FLUXOGRAMA



# MAPEAMENTO DE PÚBLICOS

Nessa fase é importante mapear todos os públicos internos e externos da organização (seja ela pública ou privada). O mapeamento vai mostrar o fluxo do serviço interno até chegar ao público externo.

E facilita a etapa 2 que é a estratégia de comunicação com os públicos.



# ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO

Nessa fase, após mapear todos os seus públicos internos e externos, você terá através do mapa a dimensão do processo comunicacional.

A partir daí você conseguirá criar estratégias mais eficazes para se comunicar com os públicos, com o objetivo mais importante que será obter informações dos mesmos e fazer entregas mais efetivas e eficazes.

É importante ressaltar que diálogo requer muita escuta ativa.

Através dela você consegue entender o que esperam do seu trabalho/setor e onde você pode gerar melhorias ou eliminar processos.



# GOVERNANÇA

A Governança é o espaço de ação de cada indivíduo ou organização, ou seja, é onde se encontra o dono do serviço, do local ou da gestão.

Por que precisamos entender os espaços de governança?

Por vários motivos:

- Rapidez na interlocução
- Gestão de crise e risco
- Preservação da individualidade e responsabilidade pelo processo
- Aprimoramento dos processos



# MARCOS LEGAIS

A partir do momento que conhecemos o nosso público, as estratégias de diálogo e os espaços de governança, precisamos compreender os marcos legais que integram cada atividade profissional, seja ela pública ou privada.

Os marcos legais, são como o próprio nome diz, delimitadores de ações, mostrando o alcance ou limite de onde pode-se atuar ou como atuar em determinada esfera de governança.



# OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Quando entendemos os objetivos estratégicos de cada política pública, seus marcos legais, seus públicos de interesse, temos mais eficácia na execução da mesma. E os públicos de interesse, entenderão com mais facilidade todos os trâmites e processos para a execução de cada política pública.



# PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

É uma ferramenta que direciona pessoas e empresas no atingimento e superação de objetivos.

É a bússola que dá o norte para atingir e superar os objetivos.

As estratégias da empresa são alinhadas com a cultura e a história da empresa.



# TRABALHO EM EQUIPE

O trabalho em equipe é consequência do fluxo de atendimento ao cliente interno nas organizações. E esse sempre reverberará nos ambientes internos e externos da organização. A atuação coletiva aumenta ainda mais o desempenho dos funcionários e favorece a construção de um ambiente colaborativo. Um time que tem resultados positivos é aquele com boa comunicação, sem espaço para competitividade interna e que pensa no alcance dos objetivos.



# ATENDIMENTO AO PÚBLICO

A lógica do atendimento ao cliente externo de qualquer organização, seja ela pública ou privada, é baseada no processo interno de construção do serviço ou produto, do trabalho em equipe e posteriormente na entrega desse resultado ao cliente externo.

Se os processos de atendimento aos clientes internos falharem, fatalmente a entrega ao cliente externo também falhará.

Logo, atendimento ao cliente é um processo que se dá desde o pedido, passando por todas as demais governanças, até chegar ao cliente final.



# IMAGEM E REPUTAÇÃO DE UMA ORGANIZAÇÃO OU MARCA

A imagem e reputação de uma organização ou marca está diretamente ligada às suas entregas e às percepções que os seus clientes internos e externos têm dela. Logo, clientes internos felizes, com suas governanças bem definidas e autônomas e com resultados visíveis produzem interna e externamente uma imagem e uma reputação da organização ou de sua marca, positiva. Além de também serem propagadores da imagem e reputação da organização ou marca, externamente. E em contrapartida, os clientes externos ao receberem todo o legado da organização em reputação e marca, através da experiência feliz e assertiva com a organização, passam também a respaldar e serem porta vozes da mesma.



# CORAGEM

Coragem é ausência de medo? Afinal, o que é medo?

Medo é uma emoção comum que é sentida por todas as pessoas, em diferentes momentos da vida, pode ser real ou irracional.

Segundo o dicionário, coragem é a firmeza de espírito para enfrentar situação emocional ou moralmente difícil.

Tenha coragem, seja você o protagonista da sua história e faça acontecer.



Contato:  (31) 9 9297-6619



*Daniela Lima*



danielalima\_oficial



*Roberto Gomes Dias*



robertogomesdias



*Anita Cardoso*



anitaccardoso