

## DESCRITIVO DO CURSO

# Pricing Class

### Sobre o Curso

O Pricing Class é um curso abrangente projetado especificamente para supermercadistas que buscam aprimorar suas habilidades de precificação para maximizar os lucros e impulsionar o crescimento dos negócios. Este programa intensivo de 21 horas oferece uma visão detalhada das estratégias de precificação inteligente, equilibrando cuidadosamente a competitividade do mercado com a rentabilidade.

Os participantes terão a oportunidade de explorar uma variedade de tópicos essenciais, desde os fundamentos da precificação até técnicas avançadas de análise de dados. Ao longo do curso, serão apresentados estudos de casos reais e exemplos práticos para ilustrar os conceitos discutidos.

### Benefícios do Curso

- Adquirir habilidades avançadas em precificação que impulsionam o crescimento dos negócios.
- Aumentar a rentabilidade através de estratégias de precificação inteligente.
- Desenvolver uma compreensão mais profunda do mercado e da concorrência.
- Acesso a ferramentas e recursos essenciais para implementar com sucesso as estratégias aprendidas.

## Conteúdo do Curso

### 1. Objetivos estratégicos aplicados à pricing e comercial

- Entendimento dos objetivos macro do varejo
- Posicionamento (cliente, local, proposta de valor)
- Como a área de pricing e comercial contribuem para os objetivos
- Benchmarking de ganhos que pricing e comercial podem realizar
- Descritivo dos principais indicadores

### 2. Segmentações de loja, canais e concorrência

- Conceito de canais e percepção de preço multi-canal
- Importância da criação de zonas de preço (micro-marketing strategy)
- Como construir as zonas de preço (clusterização de clientes)
- Como definir concorrência
- Definição de processo recorrente de segmentação

### 3. Gerenciamento de categoria

- Importância do cadastro de produtos (segmentação e higienização)
- Revisão da árvore mercadológica
- Segmentação de categorias
- Definição de papel de categorias
- Segmentação de produtos
- Definição de processo de cadastro de produtos

### 4. Indicadores

- Principais indicadores no nível varejo
- Principais indicadores para precificação
- Principais indicadores para compras
- Principais segmentações
- Benchmarks macro
- Ferramentas para acompanhar indicadores

## 5. Estratégia de precificação

- Modelos de precificação (markup, margem, rule based, otimização)
- Formação de preço
- Precificação competitiva
- Conceitos de estratégia de precificação
- Construção da estratégia de precificação
- Simulação da estratégia de precificação
- Definição de processo recorrente de revisão da estratégia
- Ferramentas de precificação

## 6. Estratégia de compras e negociação

- Definição de fornecedores, fornecedores chave
- Conceito e tipos de verbas comerciais
- Inclusão e exclusão de sortimento
- Cálculo de preço de custo ideal
- Processo recorrente para melhoria de custos
- Ferramentas de compras e negociação

## 7. Estrutura e governança de precificação

- Modelos organizacionais para pricing e comercial
- Montagem de comitês de decisão
- Estrutura de times de pricing e job description
- Estrutura de times comerciais e job description

## 8. Apresentação projeto final

- Levantamento dos objetivos da companhia
- Principais pontos de melhoria (via indicadores)
- Definição de segmentação e zonas de preço
- Definição de concorrência
- Definição de papéis de categoria

- Proposta de estratégia de precificação para uma categoria, com simulação
- Desenho do processo de pricing as is e to be
- Desenho do processo comercial as is e to be

## **Pré-Requisitos:**

Não há pré-requisitos formais para participar deste curso. No entanto, é recomendado que os participantes tenham conhecimento básico de negócios e familiaridade com conceitos de matemática financeira.

O Pricing Class é uma oportunidade imperdível para supermercadistas que buscam se destacar em um mercado altamente competitivo através de estratégias de precificação inteligente e eficaz. Junte-se a nós e eleve sua capacidade de precificação para o próximo nível!