



MICC™ · DOCUMENTO 05 · PROGRAMA DE TREINAMENTO

# MICC™

## Programa de Treinamento

---

Formação de gestores, analistas, atendentes, consultores, logística e entregadores.

GESTÃO · LIDERANÇA · PERFORMANCE

MICC

Documento oficial · Edição Executiva  
GLP 360°

# Programa de Treinamento

Formação de gestores, analistas, atendentes, consultores, logística e entregadores. Este documento possui 52 seções.

## SEÇÃO 01

### **Apresentação**

O mercado brasileiro de GLP não é formado apenas por pedidos, botijões, entregas, preços e pagamentos. É form...

## SEÇÃO 02

### **Por que a Versão 2.0**

A versão 1.0 do programa já superava a maioria das formações do setor: não se limitava a atendimento, vendas...

## SEÇÃO 03

### **Definição oficial e posição no ecossistema**

O Programa de Treinamento MICC™ é o sistema oficial de formação, capacitação, avaliação, certificação e des...

## SEÇÃO 04

### **Tese central da formação**

Nenhum método será implantado apenas porque foi documentado, apresentado ou inserido em um sistema. O...

## SEÇÃO 05

### **O que o cliente espera e a tese do tempo**

O cliente não escolhe uma revenda apenas por preço, marca, promoção ou brinde. Esses fatores podem influencia...

## SEÇÃO 06

### **Finalidade e objetivos**

Objetivo geral Capacitar proprietários, gestores, líderes, analistas e equipes das revendas de GLP para...

## SEÇÃO 07

### **As 7 competências centrais MICC™**

# Competência Capacidade desenvolvida 1 Conhecimento do Cliente Reconhecer mercados, perfis,...

## SEÇÃO 08

### **Públicos da formação**

Trilha Quem participa Executiva Proprietários · sócios · diretores · gestores estratégicos....

## SEÇÃO 09

### **Arquitetura e jornada pedagógica**

Os 5 níveis de formação Nível O que desenvolve 1 — Consciência Compreender por que o cli...

## SEÇÃO 10

### **Metodologia de ensino**

O programa utilizará: exposição dialogada; experiências reais; casos do mercado de GLP; análise de pe...

#### SEÇÃO 11

### Carga horária

Formação completa — 60 horas Bloco Carga Cultura, mercado e experiência 6h Perfil...

#### SEÇÃO 12

### Módulo 1 — O cliente real do mercado de GLP

2 horas Objetivo Desconstruir a visão de que o cliente é apenas um pedido. Conteúdo a necessi...

#### SEÇÃO 13

### Módulo 2 — Cultura de inteligência do cliente

2 horas Conteúdo cadastro não é conhecimento; histórico não é compreensão completa; dados disper...

#### SEÇÃO 14

### Módulo 3 — Tempo, agilidade e experiência

2 horas Conteúdo tempo como experiência; agilidade versus pressa; TIA™, TIR™ e TIE™; sensibil...

#### SEÇÃO 15

### Módulo 4 — Taxonomia oficial do cliente

2 horas Aprovação mínima: 85% Conteúdo mercado; perfil; subperfil; comportamento; modalidade...

#### SEÇÃO 16

### Módulo 5 — As 26 dimensões do Perfil MICC™

3 horas Conteúdo — aplicação das dimensões definição; realidade; decisão; uso; gatilho; compr...

#### SEÇÃO 17

### Módulo 6 — Consumidor Final

2 horas Conteúdo responsável pelo abastecimento do lar; beneficiário do Gás do Povo; Programa de...

#### SEÇÃO 18

### Módulo 7 — Ponto de Consumo

2 horas Conteúdo restaurantes e pizzarias; padarias; marmitarias; hospedagem; buffets e evento...

#### SEÇÃO 19

### Módulo 8 — Revenda

2 horas Conteúdo pequena Revenda; Revenda familiar; Revenda profissionalizada; Revenda rural;...

#### SEÇÃO 20

### Módulo 9 — Comportamentos transversais

1 hora Cliente Rotina Cliente Preventivo Cliente Urgência Cliente Relacionamento Cliente Preço...

#### SEÇÃO 21

### Módulo 10 — Fundamentos e ciclo MICC™

2 horas COLETAR → INTEGRAR → CONHECER → ENTENDER → CLASSIFICAR → PREVER → AGIR → APRENDER Integra...

#### SEÇÃO 22

### Módulo 11 — Fato, sinal, hipótese e confirmação

1 hora Conteúdo o que é fato; o que é sinal; o que é hipótese; o que é confirmação; riscos da...

#### SEÇÃO 23

### Módulo 12 — Qualidade de cadastro e identidade

3 horas identidade única; buscar antes de cadastrar ; telefones; CPF e CNPJ; endereços; múltiplo...

#### SEÇÃO 24

### Módulo 13 — Dados gerados pela jornada

2 horas Cada Central identifica: o que recebe; o que produz; o que precisa registrar; quem util...

SEÇÃO 25

**Módulo 14 — Leitura do histórico**

3 horas recência; frequência; volume; ticket; ciclo médio; ciclo típico; regularidade; tendênci...

SEÇÃO 26

**Módulo 15 — Estágios de relacionamento**

2 horas Novo Ativo Recorrente Frequente Fiel Estratégico Em observação Em risco Inativ...

SEÇÃO 27

**Módulo 16 — Scores e confiança da análise**

4 horas Conteúdo SCR™; SRE™; SVC™; SPC™; SER™; IQD™; ICA™; explicabilidade; contradições e...

SEÇÃO 28

**Módulo 17 — PMA™ e priorização**

3 horas PMA™ completa cliente; perfil; contexto; motivo; objetivo; prioridade; impacto; res...

SEÇÃO 29

**Módulo 18 — OEFAA™**

3 horas Etapa O que o profissional treina Ouvir Escutar sem interromper ou presumir...

SEÇÃO 30

**Módulo 19 — Comunicação por perfil**

2 horas Mercado Como comunicar Consumidor Final Simples, humana e confirmatória....

SEÇÃO 31

**Módulo 20 — Promessa Real**

1 hora Ensinar a distinguir: Confirmado Estimado Em validação Indisponível Dependente de autor...

SEÇÃO 32

**Módulo 21 — Registro operacional**

2 horas O registro deverá separar: fato · fala do cliente · sinal · hipótese · ação · resultado · próx...

SEÇÃO 33

**Módulo 22 — Formação CIA™ (Atendimento)**

Carga específica: 8 horas Competências reconhecer o cliente; consultar o histórico; aplicar o OE...

SEÇÃO 34

**Módulo 23 — Formação CIV™ (Vendas)**

Carga específica: 10 horas Competências diagnóstico B2B; mapa de decisores; consumo; estoque;...

SEÇÃO 35

**Módulo 24 — Formação CIL™ (Logística e entrega)**

6 horas · gestão e expedição 4 horas · equipe de entrega Gestão e expedição — TIR™ · TIE™ · fi...

SEÇÃO 36

**Módulo 25 — Formação CRI™ (Relacionamento)**

Carga específica: 10 horas pós-venda; recompra; contato preventivo; risco; inatividade; perda; r...

SEÇÃO 37

**Módulo 26 — Formação de Gestores**

Carga específica: 12 horas implantação; governança; gestão por exceção; prioridades; reuniões; in...

SEÇÃO 38

**Módulo 27 — Formação de Analistas**

Carga específica: 16 horas estrutura de dados; qualidade; identidade; comportamento; ciclo; tendê...

#### SEÇÃO 39

### Módulo 28 — Prática no GLP X

4 horas O participante deverá executar , não apenas assistir: pesquisa; leitura do Perfil; cons...

#### SEÇÃO 40

### Módulo 29 — Privacidade, ética e segurança

2 horas finalidade; necessidade; acesso; confidencialidade; proteção; não discriminação; vulnera...

#### SEÇÃO 41

### Módulo 30 — Simulação integrada

4 horas As Centrais atuam conjuntamente # Cenário 1 Consumidor Final com atraso crític...

#### SEÇÃO 42

### Avaliação da aprendizagem

Dimensão Peso Conhecimento 20% Interpretação 20% Aplicação prática 25%...

#### SEÇÃO 43

### Níveis de certificação

Certificação O que atesta MICCT™ Fundamentos Compreende a filosofia e os conceitos. MIC...

#### SEÇÃO 44

### Operação assistida

Após a formação, cada equipe deverá passar por 30 a 45 dias de operação assistida. É aqui que a maioria da...

#### SEÇÃO 45

### Reciclagem e recertificação

Ritmo Formato Microtreinamento semanal 10 a 20 minutos, conduzido pela liderança . Re...

#### SEÇÃO 46

### Indicadores do programa

Aprendizagem — Presença · aprovação · notas · erros · desempenho por módulo · desempenho por função....

#### SEÇÃO 47

### Avaliação de eficácia

O treinamento somente será considerado eficaz quando existir mudança na operação. Avaliar antes e de...

#### SEÇÃO 48

### Formação de multiplicadores

Carga adicional: 24 horas, além da formação completa O multiplicador deve: dominar todos os docume...

#### SEÇÃO 49

### Materiais didáticos

Manual do Participante; Manual do Instrutor; apresentação; caderno de exercícios; Atlas de Perfis ; ca...

#### SEÇÃO 50

### Compromisso do participante

Ao concluir a formação, o participante deverá comprometer-se a: respeitar os clientes; ouvir antes de r...

#### SEÇÃO 51

### Resultados esperados

O programa deve formar equipes capazes de: enxergar pessoas, não apenas pedidos; compreender necessidad...

## SEÇÃO 52

### Declaração final

O Programa de Treinamento MICC™ não é um curso isolado . É o sistema de formação necessário para implantar u...

## CONVENÇÕES DESTE DOCUMENTO

Caixas escuras trazem **teses e princípios oficiais** do método. Caixas laranja trazem **alertas metodológicos**. Cada número é apresentado com a classificação de sua natureza. Siglas com ™ são ativos metodológicos da GLP 360°.

MICC™ · DOCUMENTO 05

# Fundamentos

---

Seções 01 a 18 deste documento.

## 01 Apresentação

O mercado brasileiro de GLP não é formado apenas por pedidos, botijões, entregas, preços e pagamentos. É formado por **pessoas, famílias, negócios, operações, necessidades, urgências, expectativas, experiências e relacionamentos**.

- Uma família que precisa preparar uma refeição não possui a mesma necessidade de um restaurante que corre o risco de interromper sua produção.
- Uma pequena Revenda que depende da próxima Rota não possui a mesma realidade de uma operação urbana com estoque, equipe e diferentes fornecedores.
- Um beneficiário do Gás do Povo **não deve ser tratado apenas como uma forma de pagamento**.
- Um cliente que retira na Portaria **não deve ser classificado como um mercado separado**.
- Um cliente que compra pouco **não deve ser considerado automaticamente sem valor**.
- Um cliente que permanece em silêncio **não deve ser considerado automaticamente satisfeito**.

O **Programa de Treinamento MICC™** foi criado para transformar a metodologia da GLP 360° em **competência humana e capacidade operacional**. Sua função é preparar as pessoas para conhecer o cliente, ouvir sua realidade, compreender sua necessidade, interpretar dados e comportamentos, classificar com responsabilidade, priorizar pelo impacto, comunicar corretamente, agir com agilidade, registrar com precisão, avaliar resultados e aprender com cada interação.

O treinamento não existe apenas para ensinar o MICC™. Existe para mudar a forma como a empresa enxerga, compreende e serve seus clientes.

## 02 Por que a Versão 2.0

A versão 1.0 do programa já superava a maioria das formações do setor: não se limitava a atendimento, vendas ou uso de sistema, e entendia corretamente que cada cadastro, atendimento, venda, entrega, reclamação, visita, negociação e recompra produz informações que melhoram — ou prejudicam — as decisões da empresa.

### Avaliação executiva da versão anterior

| Dimensão                    | Avaliação |
|-----------------------------|-----------|
| Fundamentos e visão         | 9,0       |
| Estrutura de conteúdos      | 8,5       |
| Aplicação ao mercado de GLP | 8,5       |

| Dimensão                    | Avaliação |
|-----------------------------|-----------|
| Diferenciação por função    | 8,5       |
| Profundidade prática        | 7,5       |
| Formação comportamental     | 7,5       |
| Avaliação e certificação    | 8,5       |
| Implantação na operação     | 8,0       |
| Integração com o novo MICC™ | 7,0       |
| Maturidade geral            | 82%       |

O programa foi desenvolvido **antes das principais evoluções do método**. A versão 2.0 incorpora integralmente:

- o MICC™ — Perfil dos Clientes;
- o novo Manual Operacional;
- as 26 dimensões do cliente;
- a tese do tempo e da agilidade;
- o impacto do TIA™, TIR™ e TIE™;
- a diferença entre sensibilidade ao prazo e impacto do tempo;
- os perfis e subperfis nacionais;

### 03 Definição oficial e posição no ecossistema

O **Programa de Treinamento MICC™** é o sistema oficial de formação, capacitação, avaliação, certificação e desenvolvimento contínuo dos profissionais responsáveis pela aplicação do método.

O programa transforma: conceitos em competências · regras em decisões · processos em comportamentos · dados em interpretação · recomendações em ações · experiências em aprendizado · **pessoas preparadas em resultados sustentáveis**.

O Programa **não cria novas regras**. Ele ensina e aplica o que já foi aprovado nos documentos oficiais.

| Documento                | O que ensina                                                   |
|--------------------------|----------------------------------------------------------------|
| 01 · Perfil dos Clientes | Quem são os clientes e o que precisa ser conhecido sobre eles. |

- a prioridade definida pelo impacto, e não apenas pelo valor;
- o Protocolo de Promessa Real;
- fato, sinal, hipótese e confirmação;
- a separação definitiva entre CIA™ (B2C) e CIV™ (B2B);
- a formação específica dos entregadores;
- o papel dos profissionais na experiência do cliente;
- o OEFAA™ como competência humana;
- a medição da transferência do treinamento para a operação.

| Documento                    | O que ensina                                                      |
|------------------------------|-------------------------------------------------------------------|
| 02 · Arquitetura do Método   | Como o conhecimento é organizado.                                 |
| 03 · Manual Técnico          | Como dados, classificações, Scores e previsões são interpretados. |
| 04 · Manual Operacional      | Como as equipes devem executar.                                   |
| 05 · Programa de Treinamento | Transforma tudo isso em competência humana.                       |

O **Perfil** define o cliente. A **Arquitetura** organiza o método. O **Manual Técnico** define as regras. O **Manual Operacional** define a execução. O **Programa de Treinamento** prepara as pessoas.

## 04 Tese central da formação

Nenhum método será implantado apenas porque foi documentado, apresentado ou inserido em um sistema.

O MICC™ estará implantado quando as pessoas mudarem a forma de:

- olhar;
- ouvir;
- perguntar;
- compreender;
- registrar;

- interpretar;
- classificar;
- priorizar;
- comunicar;
- decidir;
- agir;
- avaliar;
- aprender.

Tecnologia organiza **informações** · Método organiza **decisões** · Processos organizam a **execução** · Treinamento organiza **comportamentos** · Pessoas preparadas transformam conhecimento em **resultado**

MICC™ · DOCUMENTO 05

FUNDAMENTOS

## 05 O que o cliente espera e a tese do tempo

O cliente não escolhe uma revenda apenas por preço, marca, promoção ou brinde. Esses fatores podem influenciar a escolha inicial — mas ele também espera atendimento respeitoso, resposta rápida, facilidade, informação clara, prazo verdadeiro, agilidade, eficiência, entrega rápida, entrega segura, solução e confiança.

O cliente compra GLP por necessidade. Escolhe a empresa pela capacidade de resolver. Volta a comprar pela experiência que recebeu.

### O tempo precisa ser compreendido por todas as funções

Não apenas por atendentes, expedidores ou entregadores.

| Indicador          | O que representa na formação                                                                             |
|--------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| TIA™ · Atendimento | Capacidade de responder rapidamente <b>sem perder</b> atenção, respeito, clareza, precisão e humanidade. |
| TIR™ · Repasse     | Capacidade de transformar o atendimento em execução <b>sem criar espera interna</b> .                    |
| TIE™ · Entrega     | Capacidade de cumprir a promessa e <b>restabelecer a continuidade</b> da vida ou da operação do cliente. |

Velocidade sem qualidade gera erro. Qualidade sem agilidade gera insatisfação. A excelência está em resolver com rapidez, precisão e segurança.

MICC™ · DOCUMENTO 05

FUNDAMENTOS

## 06 Finalidade e objetivos

### Objetivo geral

Capacitar proprietários, gestores, líderes, analistas e equipes das revendas de GLP para **conhecer, compreender e servir corretamente os diferentes clientes**, aplicando o MICC™ nas decisões estratégicas, gerenciais, comerciais, operacionais, logísticas e relacionais.

### Objetivos específicos

Ao concluir a formação completa, o participante deverá ser capaz de:

1. Explicar o propósito do MICC™.
2. Diferenciar conhecimento do cliente de simples cadastro.
3. Reconhecer Consumidor Final, Ponto de Consumo e Revenda.
4. Diferenciar mercado, perfil, subperfil, comportamento, modalidade e abastecimento.
5. Reconhecer Portaria como modalidade.
6. Reconhecer Rota como modelo comercial e logístico.
7. Aplicar as 26 dimensões do Perfil MICC™.
8. Identificar dores funcionais e emocionais.
9. Reconhecer quem percebe, influencia, decide, compra, paga, recebe e utiliza.

10. Compreender os perfis e subperfis nacionais.
11. Avaliar urgência e impacto do tempo.
12. Aplicar TIA™, TIR™ e TIE™ na experiência.
13. Diferenciar fato, sinal, hipótese e confirmação.
14. Realizar cadastro com identidade confiável.
15. Reconhecer mudanças de comportamento.
16. Interpretar recência, frequência, ciclo, volume e tendência.
17. Interpretar estágios de relacionamento.
18. Interpretar os Scores centrais.
19. Analisar o nível de confiança da inteligência.
20. Executar a PMA™.
21. Aplicar o Protocolo de Promessa Real.
22. Utilizar o OEFAA™.
23. Registrar fatos, ações e resultados.
24. Integrar as Centrais.
25. Atuar conforme os limites da função.
26. Respeitar privacidade, ética e segurança.
27. Avaliar resultados operacionais.
28. Transformar resultados em aprendizado.

MICC™ · DOCUMENTO 05

FUNDAMENTOS

## 07 As 7 competências centrais MICC™

| # | Competência             | Capacidade desenvolvida                                                 |
|---|-------------------------|-------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Conhecimento do Cliente | Reconhecer mercados, perfis, contextos e necessidades.                  |
| 2 | Leitura e Interpretação | Interpretar dados, histórico, comportamentos e mudanças.                |
| 3 | Comunicação e Escuta    | Aplicar o OEFAA™, adaptar a linguagem e compreender antes de responder. |

| # | Competência           | Capacidade desenvolvida                                               |
|---|-----------------------|-----------------------------------------------------------------------|
| 4 | Priorização e Decisão | Avaliar urgência, impacto, risco e prazo.                             |
| 5 | Execução              | Realizar a ação adequada, pelo canal e no momento corretos.           |
| 6 | Registro e Governança | Registrar fatos confiáveis e proteger a informação.                   |
| 7 |                       | Avaliar resultados, corrigir comportamentos e aperfeiçoar a operação. |

| # | Competência            | Capacidade desenvolvida |
|---|------------------------|-------------------------|
|   | Aprendizado e Evolução |                         |

MICC™ · DOCUMENTO 05

FUNDAMENTOS

## 08 Públicos da formação

| Trilha    | Quem participa                                                                                                 |
|-----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Executiva | Proprietários · sócios · diretores · gestores estratégicos.                                                    |
| Gerencial | Gerentes · coordenadores · supervisores · líderes de unidade · líderes das Centrais.                           |
| Análítica | Analistas MICC™ · analistas de dados · planejamento · controladoria · inteligência · administradores do GLP X. |
| CIA™      | Atendentes · operadores de telefone · operadores de WhatsApp · atendimento digital · recepção.                 |

MICC™ · DOCUMENTO 05

FUNDAMENTOS

## 09 Arquitetura e jornada pedagógica

### Os 5 níveis de formação

| Nível                   | O que desenvolve                                            |
|-------------------------|-------------------------------------------------------------|
| 1 — Consciência         | Compreender <b>por que</b> o cliente precisa ser conhecido. |
| 2 — Conhecimento        | Dominar os fundamentos, perfis e conceitos.                 |
| 3 — Aplicação Funcional | Aplicar o método conforme função e Central.                 |
| 4 — Execução Integrada  | Executar fluxos, PMAs™, registros e decisões entre áreas.   |

| Trilha          | Quem participa                                                                                                                                |
|-----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| CIV™            | Gerente de vendas · consultores · vendedores · prospectores · entregadores vendedores · responsáveis por Pontos de Consumo, Revendas e Rotas. |
| CIL™            | Gerente de logística · expedidores · operadores de repasse · líderes · motoristas · ajudantes · <b>entregadores</b> .                         |
| CRI™            | Agentes de relacionamento · pós-venda · recompra · retenção · recuperação · pesquisa · satisfação.                                            |
| Multiplicadores | Consultores GLP 360º · mentores · instrutores internos · líderes de implantação.                                                              |

| Nível                 | O que desenvolve                                                   |
|-----------------------|--------------------------------------------------------------------|
| 5 — Gestão e Evolução | Gerenciar indicadores, auditoria, capacitação e melhoria contínua. |

### Jornada pedagógica

COMPREENDER → RECONHECER → INTERPRETAR → DECIDIR → PRATICAR → EXECUTAR → REGISTRAR → AVALIAR → APERFEIÇOAR

O participante **não deve avançar apenas porque assistiu à aula. Deve demonstrar competência.**

## 10 Metodologia de ensino

O programa utilizará:

- exposição dialogada;
- experiências reais;
- casos do mercado de GLP;
- análise de pedidos;
- análise de clientes;
- exercícios de classificação;
- estudo de erros;
- simulações;
- dramatizações;

- escuta de atendimentos;
- avaliação de registros;
- interpretação de indicadores;
- prática no GLP X;
- acompanhamento em campo;
- feedback imediato;
- operação assistida.

Fórmula pedagógica

CONCEITO + CONTEXTO + DEMONSTRAÇÃO + PRÁTICA + CORREÇÃO +  
APLICAÇÃO + MEDIÇÃO

## 11 Carga horária

### Formação completa — 60 horas

| Bloco                           | Carga |
|---------------------------------|-------|
| Cultura, mercado e experiência  | 6h    |
| Perfil dos Clientes             | 10h   |
| Arquitetura e fundamentos MICC™ | 5h    |

| Bloco                           | Carga |
|---------------------------------|-------|
| Dados e identidade              | 5h    |
| Comportamento e histórico       | 5h    |
| Inteligência técnica e Scores   | 6h    |
| OEFAA™, comunicação e registros | 5h    |
| Aplicação pelas Centrais        | 10h   |

| Bloco                               | Carga |
|-------------------------------------|-------|
| Simulação, avaliação e certificação | 8h    |

As 40 horas da versão anterior eram adequadas para uma formação técnica inicial, mas **tornaram-se insuficientes** após a inclusão dos perfis, subperfis, experiência, tempo, Centrais e competências comportamentais.

### Carga horária por função

| Público            | Formação |
|--------------------|----------|
| Direção            | 8h       |
| Gerentes e líderes | 28h      |

| Público                   | Formação       |
|---------------------------|----------------|
| Analistas MICC™           | 40h            |
| CIA™                      | 24h            |
| CIV™                      | 28h            |
| CIL™ — gestão e expedição | 20h            |
| Entregadores e motoristas | 12h            |
| CRI™                      | 28h            |
| Administradores GLP X     | 28h            |
| Multiplicadores           | completa + 24h |

MICC™ · DOCUMENTO 05

FUNDAMENTOS

## 12 Módulo 1 — O cliente real do mercado de GLP

2 horas

### Objetivo

Desconstruir a visão de que o cliente é apenas um pedido.

### Conteúdo

- a necessidade por trás da compra;
- o GLP na vida das famílias;
- o GLP na produção dos negócios;
- o GLP no abastecimento das Revendas;
- continuidade doméstica, operacional e comercial;

- preço, marca, brinde e promoção;
- experiência, respeito, agilidade e confiança;
- o cliente como pessoa, família ou negócio;
- consequências de tratar todos igualmente.

### Atividade — "Além do botijão"

Cada grupo recebe um pedido simples e deve identificar **todas as realidades possíveis por trás dele**.

### Competência avaliada

Capacidade de enxergar contexto além da transação.

MICC™ · DOCUMENTO 05

FUNDAMENTOS

## 13 Módulo 2 — Cultura de inteligência do cliente

2 horas

### Conteúdo

- cadastro não é conhecimento;
- histórico não é compreensão completa;
- dados dispersos e memória organizacional;
- inteligência sem ação;
- ação sem registro;

- registro sem verdade;
- informações produzidas por todas as áreas;
- o cliente pertence à organização;
- integração entre pessoas, dados e decisões.

#### MENSAGEM CENTRAL

Toda interação deve tornar a empresa mais inteligente sobre o cliente.

MICC™ · DOCUMENTO 05

FUNDAMENTOS

## 14 Módulo 3 — Tempo, agilidade e experiência

2 horas

### Conteúdo

- tempo como experiência;
- agilidade *versus* pressa;
- TIA™, TIR™ e TIE™;
- sensibilidade ao prazo;
- impacto do tempo;
- consequência da demora no B2C;
- consequência da demora no B2B;

- promessa e confiança;
- agilidade como vetor de crescimento.

### Atividade

Comparar o impacto de **20 minutos de atraso** para: morador individual · família com crianças · restaurante em horário de almoço · padaria em produção · pequena Revenda sem estoque.

É neste exercício que a equipe descobre, na prática, que **o mesmo atraso não custa o mesmo preço**.

MICC™ · DOCUMENTO 05

FUNDAMENTOS

## 15 Módulo 4 — Taxonomia oficial do cliente

2 horas Aprovação mínima: 85%

### Conteúdo

- mercado;
- perfil;

- subperfil;
- comportamento;
- modalidade;
- modelo de abastecimento;
- segmento;
- canal;

- pagamento;
- estágio.

**Portaria não é mercado. Rota não é perfil. Forma de pagamento não é identidade.**

## 16 Módulo 5 — As 26 dimensões do Perfil MICC™

3 horas

### Conteúdo — aplicação das dimensões

- definição;
- realidade;
- decisão;
- uso;
- gatilho;
- compra;
- momento;
- consumo;
- urgência;
- dores funcionais;
- dores emocionais;
- desejos;
- valor percebido;

- preço;
- prazo;
- pagamento;
- canal;
- comunicação;
- erros (o que não fazer);
- satisfação;
- risco;
- potencial;
- coleta;
- observação por função;
- impacto do tempo.

### Atividade

Construção coletiva de uma **Ficha de Perfil MICC™** a partir de um cliente real da unidade.

## 17 Módulo 6 — Consumidor Final

2 horas

### Conteúdo

- responsável pelo abastecimento do lar;
- beneficiário do Gás do Povo;
- Programa de Parceiros;
- cliente idoso ou com necessidade de apoio;
- comprador para terceiro;
- morador individual ou casal;

- família numerosa;
- cliente rural ou de uso misto;
- dores domésticas;
- comunicação humanizada;
- urgência residencial;
- confiança e recorrência.

### Simulações

Atendimento a **quatro subperfis distintos**, com correção imediata.

MICC™ · DOCUMENTO 05

FUNDAMENTOS

## 18 Módulo 7 — Ponto de Consumo

2 horas

### Conteúdo

- restaurantes e pizzarias;
- padarias;
- marmitarias;
- hospedagem;
- buffets e eventos;

- ambulantes e food trucks;
- operações industriais e institucionais;
- custo da ruptura;
- estoque de segurança;
- decisores;
- horários produtivos;
- prevenção;
- abastecimento programado.

MICC™ · DOCUMENTO 05

# Desenvolvimento

---

Seções 19 a 36 deste documento.

## 19 Módulo 8 — Revenda

2 horas

### Conteúdo

- pequena Revenda;
- Revenda familiar;
- Revenda profissionalizada;
- Revenda rural;
- Revenda recém-aberta;
- Revenda em expansão;
- Revenda madura;
- Revenda em declínio;
- margem;
- giro;
- estoque;
- concorrência;
- território;
- capital;
- suporte;
- desenvolvimento.

## 20 Módulo 9 — Comportamentos transversais

1 hora

Cliente Rotina Cliente Preventivo Cliente Urgência Cliente Relacionamento Cliente Preço  
Cliente Conveniência Cliente Silencioso Cliente Ferido Cliente Oscilante

### REGRA

**Comportamento é leitura do momento, não identidade permanente.**

## 21 Módulo 10 — Fundamentos e ciclo MICC™

2 horas

COLETAR → INTEGRAR → CONHECER → ENTENDER → CLASSIFICAR → PREVER  
→ AGIR → APRENDER

Integração com CIA™, CIV™, CIL™ e CRI™. O MICC™ como método **humano, metodológico e tecnológico**.

## 22 Módulo 11 — Fato, sinal, hipótese e confirmação

1 hora

### Conteúdo

- o que é fato;
- o que é sinal;
- o que é hipótese;
- o que é confirmação;
- riscos da interpretação precipitada;

- preconceito algorítmico e humano;
- evidência necessária;
- registro correto.

### Exercício

Separar **20 afirmações** nas quatro categorias — o exercício que mais revela vícios de julgamento na equipe.

## 23 Módulo 12 — Qualidade de cadastro e identidade

3 horas

- identidade única;
- **buscar antes de cadastrar**;
- telefones;
- CPF e CNPJ;
- endereços;
- múltiplos endereços;
- telefone compartilhado;

- comprador e usuário;
- residência e negócio;
- duplicidade;
- cadastro genérico;
- confiança da identidade;
- atualização;
- papel do B.C.D.™.

## 24 Módulo 13 — Dados gerados pela jornada

2 horas

Cada Central identifica:

- o que recebe;

- o que produz;
- o que precisa registrar;
- quem utilizará a informação;
- que decisão depende dela;

- qual prejuízo ocorre quando não registra.

## 25 Módulo 14 — Leitura do histórico

3 horas

- recência;
- frequência;
- volume;
- ticket;
- ciclo médio;
- ciclo típico;
- regularidade;
- tendência;
- sazonalidade;
- canal;

- horário;
- pagamento;
- urgência;
- reclamações;
- cancelamentos;
- atrasos.

### REGRA

O histórico mostra o que aconteceu. A compreensão busca explicar por que aconteceu.

## 26 Módulo 15 — Estágios de relacionamento

2 horas

Novo Ativo Recorrente Frequente Fiel Estratégico Em observação Em risco Inativo Perdido Recuperado

A classificação deve respeitar o **comportamento esperado de cada mercado**. Os mesmos 30 dias significam coisas opostas para um residencial e para uma padaria.

## 27 Módulo 16 — Scores e confiança da análise

4 horas

### Conteúdo

- SCR™;

- SRE™;
- SVC™;
- SPC™;
- SER™;
- IQD™;
- ICA™;
- explicabilidade;
- contradições entre Scores;
- limites;

MICC™ · DOCUMENTO 05

## 28 Módulo 17 — PMA™ e priorização

3 horas

### PMA™ completa

- cliente;
- perfil;
- contexto;
- motivo;
- objetivo;
- prioridade;
- impacto;
- responsável;
- canal;

MICC™ · DOCUMENTO 05

- dados insuficientes;
- falsos positivos;
- falsos negativos.

### REGRAS DE OURO DOS SCORES

**Score não é sentença.** Alto valor não elimina alto risco. Baixo valor não elimina alta urgência. Prioridade operacional não é definida apenas por valor. **A confiança da análise deve acompanhar a recomendação.**

DESENVOLVIMENTO

- prazo;
- abordagem;
- restrições;
- resultado esperado.

Matriz de prioridade

URGÊNCIA + IMPACTO + TEMPO + RISCO + PROMESSA + CONTEXTO + CAPACIDADE

**Nem toda informação exige contato. Mas toda informação relevante exige interpretação.**

DESENVOLVIMENTO

## 29 Módulo 18 — OEFAA™

3 horas

| Etapa    | O que o profissional treina                       |
|----------|---------------------------------------------------|
| Ouvir    | Escutar sem interromper ou presumir.              |
| Entender | Confirmar fatos, necessidade, urgência e impacto. |
| Falar    | Comunicar com respeito e clareza.                 |

MICC™ · DOCUMENTO 05

DESENVOLVIMENTO

## 30 Módulo 19 — Comunicação por perfil

2 horas

| Mercado          | Como comunicar                         |
|------------------|----------------------------------------|
| Consumidor Final | Simples, humana e confirmatória.       |
| Ponto de Consumo | Objetiva, profissional e preventiva.   |
| Revenda          | Comercial, transparente e estratégica. |

MICC™ · DOCUMENTO 05

DESENVOLVIMENTO

## 31 Módulo 20 — Promessa Real

1 hora

Ensinar a distinguir: Confirmado Estimado Em validação Indisponível Dependente de autorização

| Etapa   | O que o profissional treina        |
|---------|------------------------------------|
| Agir    | Resolver, direcionar ou escalar.   |
| Avaliar | Confirmar resultado e aprendizado. |

O participante deverá aplicar o OEFAA™ em **casos B2C e B2B**.

### Conteúdos adicionais

- comunicação com urgência;
- comunicação com cliente ferido;
- comunicação com idoso;
- comunicação com beneficiário;
- comunicação com decisor B2B;
- **comunicação de atraso;**
- **comunicação de indisponibilidade.**

### REGRA

**Nunca transformar previsão em promessa, nem possibilidade em certeza.**

## 32 Módulo 21 — Registro operacional

2 horas

O registro deverá separar: **fato · fala do cliente · sinal · hipótese · ação · resultado · próximo passo.**

**Padrão exigido:** claro, factual, objetivo, profissional, útil e auditável.

## 33 Módulo 22 — Formação CIA™ (Atendimento)

Carga específica: 8 horas

### Competências

- reconhecer o cliente;
- consultar o histórico;
- aplicar o OEFAA™;
- identificar a necessidade;
- identificar a urgência;
- avaliar o impacto do tempo;
- confirmar cadastro sem repetição;
- alinhar prazo;
- aplicar a Promessa Real;
- gerar informação confiável;

- integrar CIL™ e CRI™.

### Casos obrigatórios

- cliente novo;
- cliente recorrente;
- cliente urgência;
- cliente ferido;
- idoso;
- Gás do Povo;
- Portaria;
- comprador para terceiro;
- reclamação;
- endereço duplicado.

## 34 Módulo 23 — Formação CIV™ (Vendas)

Carga específica: 10 horas

### Competências

- diagnóstico B2B;

- mapa de decisores;
- consumo;
- estoque;
- equipamento;
- fornecedor;
- risco de ruptura;
- margem;
- território;
- concorrência;
- potencial;
- queda;
- programação;
- Rota;

- negociação;
- PMA™ comercial.

#### Casos obrigatórios

- restaurante;
- padaria;
- marmitaria;
- hotel;
- pequena Revenda;
- Revenda rural;
- Revenda em expansão;
- Revenda em declínio.

MICC™ · DOCUMENTO 05

DESENVOLVIMENTO

## 35 Módulo 24 — Formação CIL™ (Logística e entrega)

6 horas · gestão e expedição 4 horas · equipe de entrega

**Gestão e expedição** — TIR™ · TIE™ · fila · urgência · impacto · promessa · capacidade · pico · contingência · atraso · causa · ocorrência · integração.

#### Entregadores e motoristas

Postura · respeito · segurança · confirmação · instalação · comunicação · observação · registro · **limites da função** · experiência presencial.

#### REGRA DA FORMAÇÃO DE ENTREGA

O entregador não entrega apenas o produto. Entrega a promessa realizada pela empresa.

MICC™ · DOCUMENTO 05

DESENVOLVIMENTO

## 36 Módulo 25 — Formação CRI™ (Relacionamento)

Carga específica: 10 horas

- pós-venda;
- recompra;
- contato preventivo;

- risco;
- inatividade;
- perda;
- recuperação;

- cliente ferido;
- cliente silencioso;
- segmentação;
- **pressão de contato;**

- pesquisa;
- satisfação;
- resultado;
- aprendizado.

MICC™ · DOCUMENTO 05

# Aplicação e encerramento

---

Seções 37 a 52 deste documento.

## 37 Módulo 26 — Formação de Gestores

Carga específica: 12 horas

- implantação;
- governança;
- gestão por exceção;
- prioridades;
- reuniões;
- indicadores;
- filas;
- prazos;
- conflitos;
- clientes críticos;
- integração;
- auditoria;
- feedback;
- desenvolvimento;
- correção;
- cultura;
- **eficácia do treinamento.**

## 38 Módulo 27 — Formação de Analistas

Carga específica: 16 horas

- estrutura de dados;
- qualidade;
- identidade;
- comportamento;
- ciclo;
- tendência;
- Scores;
- confiança;
- explicabilidade;
- validação;
- acurácia;
- calibração;
- auditoria;
- versionamento;
- análise de resultados;
- avaliação de PMAs™;
- distorções;
- **ética analítica.**

## 39 Módulo 28 — Prática no GLP X

4 horas

O participante deverá **executar**, não apenas assistir:

- pesquisa;
- leitura do Perfil;
- consulta de histórico;
- atualização;
- classificação;
- consulta de Scores;
- interpretação dos motivos;
- PMA™;
- execução;
- reagendamento;
- escalonamento;
- registro;
- encerramento;
- consulta de filas;
- indicadores.

MICC™ · DOCUMENTO 05

APLICAÇÃO E ENCERRAMENTO

## 40 Módulo 29 — Privacidade, ética e segurança

2 horas

- finalidade;
- necessidade;
- acesso;
- confidencialidade;
- proteção;
- não discriminação;
- vulnerabilidade;
- benefício social;
- idade;
- renda;
- comportamento;
- descadastro;
- uso pessoal;
- senhas;
- carteira corporativa;
- auditoria.

### PRINCÍPIO

Conhecer melhor deve significar servir melhor, nunca explorar melhor.

MICC™ · DOCUMENTO 05

APLICAÇÃO E ENCERRAMENTO

## 41 Módulo 30 — Simulação integrada

4 horas As Centrais atuam conjuntamente

| # | Cenário                                 |
|---|-----------------------------------------|
| 1 | Consumidor Final com atraso crítico.    |
| 2 | Beneficiário com dificuldade cadastral. |
| 3 | Restaurante em ruptura.                 |
| 4 | Revenda rural sem abastecimento.        |

MICC™ · DOCUMENTO 05

| # | Cenário                       |
|---|-------------------------------|
| 5 | Cliente estratégico ferido.   |
| 6 | Cadastro duplicado.           |
| 7 | Score divergente do contexto. |
| 8 | Promessa não cumprida.        |

É aqui que a formação deixa de ser individual: a simulação integrada expõe as **falhas de passagem entre Centrais** — que é onde a experiência do cliente costuma quebrar.

APLICAÇÃO E ENCERRAMENTO

## 42 Avaliação da aprendizagem

| Dimensão                  | Peso |
|---------------------------|------|
| Conhecimento              | 20%  |
| Interpretação             | 20%  |
| Aplicação prática         | 25%  |
| Simulação                 | 25%  |
| Postura, ética e registro | 10%  |

### Critérios de aprovação

- presença mínima de **85%**;

- nota geral mínima de **80%**;
- mínimo de **85% no módulo funcional**;
- aprovação prática;
- aprovação na simulação;
- ausência de falha grave de segurança, ética ou registro;
- demonstração dos comportamentos essenciais da função.

O participante que conhece a teoria, mas não consegue aplicá-la, não deve receber certificação operacional.

MICC™ · DOCUMENTO 05

APLICAÇÃO E ENCERRAMENTO

## 43 Níveis de certificação

| Certificação                 | O que atesta                               |
|------------------------------|--------------------------------------------|
| MICC™ Fundamentos            | Compreende a filosofia e os conceitos.     |
| MICC™ Perfil dos Clientes    | Reconhece mercados, perfis e necessidades. |
| MICC™ Operador               | Executa processos e registros.             |
| MICC™ Especialista Funcional | Domina a aplicação em sua Central.         |

MICC™ · DOCUMENTO 05

| Certificação        | O que atesta                                       |
|---------------------|----------------------------------------------------|
| MICC™ Gestor        | Lidera pessoas, rotinas e resultados.              |
| MICC™ Analista      | Interpreta dados e modelos.                        |
| MICC™ Multiplicador | Forma e certifica equipes sob governança GLP 360°. |

APLICAÇÃO E ENCERRAMENTO

## 44 Operação assistida

Após a formação, cada equipe deverá passar por **30 a 45 dias** de operação assistida. *É aqui que a maioria das implantações falha: o treinamento termina e ninguém acompanha.*

| Período       | Acompanhamento                                                   |
|---------------|------------------------------------------------------------------|
| Semana 1      | Diário.                                                          |
| Semana 2      | Três dias.                                                       |
| Semanas 3 e 4 | Semanal.                                                         |
| Extensão      | Quando a função apresentar baixa aderência ou risco operacional. |

### O que avaliar

- aplicação;

- registros;
- tempos;
- uso do sistema;
- decisões;
- erros;
- integração;
- comportamento;
- experiência;
- resultados.

MICC™ · DOCUMENTO 05

APLICAÇÃO E ENCERRAMENTO

## 45 Reciclagem e recertificação

| Ritmo                    | Formato                                            |
|--------------------------|----------------------------------------------------|
| Microtreinamento semanal | 10 a 20 minutos, conduzido pela <b>liderança</b> . |
| Reciclagem mensal        | 30 a 60 minutos.                                   |
| Reciclagem trimestral    | 4 horas.                                           |

MICC™ · DOCUMENTO 05

| Ritmo                | Formato      |
|----------------------|--------------|
| Recertificação anual | Obrigatória. |

**Recertificação anual obrigatória para:** gestores · analistas · atendentes · vendedores · agentes · profissionais com acesso a dados críticos · multiplicadores.

APLICAÇÃO E ENCERRAMENTO

## 46 Indicadores do programa

**Aprendizagem** — Presença · aprovação · notas · erros · desempenho por módulo · desempenho por função.

### Aplicação

Uso do GLP X · qualidade dos cadastros · qualidade dos registros · classificação correta · execução de PMAs™ · cumprimento de prazos · uso do OEFAA™.

MICC™ · DOCUMENTO 05

**Operacionais** — TIA™ · TIR™ · TIE™ · conversão · atrasos · cancelamentos · reclamações · retrabalho.

**De cliente** — Recompra · retenção · recuperação · evasão · satisfação · reclamações reincidentes · **perda evitada**.

APLICAÇÃO E ENCERRAMENTO

## 47 Avaliação de eficácia

O treinamento somente será considerado eficaz quando existir mudança na operação.

Avaliar **antes e depois**: cadastros duplicados · dados incompletos · erros de classificação · qualidade dos registros · tempo de atendimento · tempo de repasse · tempo de entrega · conversão · atrasos · reclamações · recompra · recuperação · evasão · integração entre Centrais.

### Os 5 níveis de eficácia

| Nível             | Pergunta que responde                      |
|-------------------|--------------------------------------------|
| 1 — Reação        | O participante considerou a formação útil? |
| 2 — Aprendizagem  | Aprendeu os conceitos?                     |
| 3 — Comportamento | Mudou sua forma de atuar?                  |
| 4 — Resultado     | A operação e os indicadores melhoraram?    |

| Nível           | Pergunta que responde              |
|-----------------|------------------------------------|
| 5 — Sustentação | A mudança permaneceu após 90 dias? |

A maioria dos programas do setor mede apenas o Nível 1. **O MICC™ só reconhece eficácia a partir do Nível 3.**

MICC™ · DOCUMENTO 05

APLICAÇÃO E ENCERRAMENTO

## 48 Formação de multiplicadores

Carga adicional: 24 horas, além da formação completa

O multiplicador deve:

- dominar todos os documentos oficiais;
- possuir experiência prática em GLP;
- aplicar metodologias de ensino;
- conduzir simulações;
- corrigir comportamentos;
- observar a operação;
- avaliar competência;
- utilizar casos reais;
- preservar conceitos e nomenclaturas;
- **não alterar o método sem governança;**
- atualizar-se continuamente.

MICC™ · DOCUMENTO 05

APLICAÇÃO E ENCERRAMENTO

## 49 Materiais didáticos

- Manual do Participante;
- Manual do Instrutor;
- apresentação;
- caderno de exercícios;
- **Atlas de Perfis;**
- cartas de casos;
- fichas MICC™;
- roteiros de simulação;
- guia OEFAA™;
- guia de comunicação;
- guia de Promessa Real;
- guia de registros;
- guia de Scores;
- guia PMA™;
- checklists por função;
- mapas de fluxo;
- avaliações;
- rubricas de desempenho;
- certificados;
- plano de operação assistida.

MICC™ · DOCUMENTO 05

APLICAÇÃO E ENCERRAMENTO

## 50 Compromisso do participante

Ao concluir a formação, o participante deverá comprometer-se a:

- respeitar os clientes;
- ouvir antes de responder;
- compreender antes de classificar;
- **não transformar hipótese em fato;**
- informar prazos verdadeiros;
- agir com segurança;
- registrar a realidade;
- proteger informações;
- seguir os processos;
- colaborar com as Centrais;
- não manipular resultados;
- aprender com os erros;
- melhorar continuamente.

MICC™ · DOCUMENTO 05

APLICAÇÃO E ENCERRAMENTO

## 51 Resultados esperados

O programa deve formar equipes capazes de:

- enxergar pessoas, não apenas pedidos;
- compreender necessidades;
- adaptar a comunicação;
- atender com respeito;
- vender com inteligência;
- priorizar pelo impacto;
- entregar com rapidez e segurança;
- relacionar com propósito;
- utilizar dados corretamente;
- registrar fatos confiáveis;
- executar PMAs™;
- integrar as Centrais;
- antecipar necessidades;
- proteger a carteira;
- recuperar clientes;
- desenvolver oportunidades;
- reduzir evasão;
- gerar crescimento previsível.

MICC™ · DOCUMENTO 05

APLICAÇÃO E ENCERRAMENTO

## 52 Declaração final

O Programa de Treinamento MICC™ **não é um curso isolado**. É o sistema de formação necessário para implantar uma nova cultura sobre clientes nas vendas de GLP.

O MÉTODO NÃO ESTARÁ IMPLANTADO QUANDO

os documentos estiverem prontos · o sistema estiver disponível · os colaboradores tiverem assistido às aulas · os certificados tiverem sido entregues.

O MICC™ estará implantado quando as pessoas forem capazes de: reconhecer corretamente o cliente · compreender sua realidade · avaliar sua urgência · perceber o impacto do tempo · comunicar com respeito · decidir com responsabilidade · agir com agilidade · executar com segurança · registrar com precisão · avaliar o resultado · aprender com a experiência.

Conhecimento sem aplicação é **conteúdo**.

Aplicação sem padrão é **improviso**.

Padrão sem treinamento é **intenção**.

Treinamento com acompanhamento transforma **comportamento**.

Comportamento consistente transforma **resultados**.

#### PROGRAMA DE TREINAMENTO MICC™

**Conhecer antes de atender. Compreender antes de decidir. Priorizar pelo impacto. Agir com agilidade. Servir com respeito. Entregar com segurança. Registrar para aprender. Aprender para evoluir.**

GLP 360º — Formação aplicada ao cliente, à operação, à experiência e ao crescimento.

DECLARAÇÃO FINAL

# Conhecer o pedido é importante. Compreender o cliente é decisivo.

O MICC™ transforma dados em conhecimento, conhecimento em compreensão, compreensão em decisão e decisão em ação. Porque compreender o cliente é o que permite à Revenda decidir melhor, agir melhor, atender melhor, proteger sua carteira e crescer com previsibilidade.

**MICC™**

Método de Inteligência e Compreensão do Cliente

**GLP 360°**

Gestão · Liderança · Performance