

MICC™ · DOCUMENTO 05 · PROGRAMA DE TREINAMENTO

MICC™

Programa de Treinamento

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

GESTÃO · LIDERANÇA · PERFORMANCE

Documento oficial · Edição Executiva

GLP 360°

MICC

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 MICC™ 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°.

01

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 360º 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
Diferenciação por função	8,5

Dimensão	Avaliação
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;
- 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.

MICC™ · DOCUMENTO 05

FUNDAMENTOS

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.

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**

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 sem perder atenção, respeito, clareza, precisão e humanidade.
TIR™ · Repasse	Capacidade de transformar o atendimento em execução sem criar espera interna .
TIE™ · Entrega	Capacidade de cumprir a promessa e restabelecer a continuidade 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.

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.

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.
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	Aprendizado e Evolução	Avaliar resultados, corrigir comportamentos e aperfeiçoar a operação.

08 Públicos da formação

Trilha	Quem participa
Executiva	Proprietários · sócios · diretores · gestores estratégicos.
Gerencial	Gerentes · coordenadores · supervisores · líderes de unidade · líderes das Centrais.
Analítica	Analistas MICC™ · analistas de dados · planejamento · controladoria · inteligência · administradores do GLP X.
CIA™	Atendentes · operadores de telefone · operadores de WhatsApp · atendimento digital · recepção.
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 · entregadores .
CRI™	Agentes de relacionamento · pós-venda · recompra · retenção · recuperação · pesquisa · satisfação.
Multiplicadores	Consultores GLP 360º · mentores · instrutores internos · líderes de implantação.

MICC™ · DOCUMENTO 05

FUNDAMENTOS

09 Arquitetura e jornada pedagógica

Os 5 níveis de formação

Nível	O que desenvolve
1 — Consciência	Compreender por que 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.
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.**

MICC™ · DOCUMENTO 05

FUNDAMENTOS

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

MICC™ · DOCUMENTO 05

FUNDAMENTOS

11 Carga horária

Formação completa — 60 horas

Bloco	Carga
Cultura, mercado e experiência	6h
Perfil dos Clientes	10h
Arquitetura e fundamentos MICC™	5h
Dados e identidade	5h
Comportamento e histórico	5h
Inteligência técnica e Scores	6h
OEFAA™, comunicação e registros	5h
Aplicação pelas Centrais	10h
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
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

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**.

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**.

MICC™ · DOCUMENTO 05

DESENVOLVIMENTO

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.

MICC™ · DOCUMENTO 05

DESENVOLVIMENTO

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

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;
- 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.**

28 Módulo 17 — PMA™ e priorização

3 horas

PMA™ completa

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

MICC™ · DOCUMENTO 05

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.
Agir	Resolver, direcionar ou escalar.
Avaliar	Confirmar resultado e aprendizado.

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

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.

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.**

MICC™ · DOCUMENTO 05

DESENVOLVIMENTO

31 Módulo 20 — Promessa Real

1 hora

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

REGRA

Nunca transformar previsão em promessa, nem possibilidade em certeza.

MICC™ · DOCUMENTO 05

DESENVOLVIMENTO

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.

MICC™ · DOCUMENTO 05

DESENVOLVIMENTO

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.

MICC™ · DOCUMENTO 05

DESENVOLVIMENTO

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.

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.

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.**

MICC™ · DOCUMENTO 05

APLICAÇÃO E ENCERRAMENTO

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.
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.

MICC™ · DOCUMENTO 05

APLICAÇÃO E ENCERRAMENTO

42 Avaliação da aprendizagem

Dimensão	Peso
Conhecimento	20%

Dimensão	Peso
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.

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™ Gestor	Lidera pessoas, rotinas e resultados.
MICC™ Analista	Interpreta dados e modelos.
MICC™ Multiplicador	Forma e certifica equipes sob governança GLP 360°.

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 liderança .
Reciclagem mensal	30 a 60 minutos.
Reciclagem trimestral	4 horas.
Recertificação anual	Obrigatória.

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

MICC™ · DOCUMENTO 05

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™.

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

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

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?
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.**

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.

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.

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.

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.

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 revendas 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 360° — 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.