

Após a leitura do curso, solicite o certificado de conclusão em PDF em nosso site: www.administrabrasil.com.br

Ideal para processos seletivos, pontuação em concursos e horas na faculdade.
Os certificados são enviados em **5 minutos** para o seu e-mail.

Carga horária no certificado: 100 horas

Capítulo 1: O que é uma Consultoria de Gestão de Negócios

<https://youtu.be/7M9aMmv74EA>

A consultoria de gestão de negócios ajuda as empresas a superar desafios, aumentar a receita e crescer.

Contratar um consultor pode ajudar as empresas a melhorar o desempenho e fazer as mudanças necessárias para alcançar o sucesso.

É essencial trabalhar com consultores de negócios que tenham experiência e sucesso anterior em empresas como a sua. Cases de sucesso em empresas da sua área trazem maior solidez e permite que você, como consultor, cobre mais pela experiência já adquirida.

Os consultores de [gestão de negócios podem cobrar por projeto](#) ou hora, ou você pode precisar pagar valores diários ou mensais, conforme negociação com a empresa.

Este curso é específico para você, que está se especializando em consultorias, ou você, proprietário de uma pequena empresa, que está precisando [contratar uma consultoria de gestão de negócios](#).

Administrar [uma empresa](#) de pequeno ou médio porte é um desafio devido ao grande número de tarefas necessárias para ter sucesso. Da [contabilidade](#) aos recursos humanos e ao suporte técnico, **é quase impossível para os empresários fazerem tudo sozinhos.**

Mas, graças à facilidade de contratação de consultores, eles não precisam fazer tudo sozinhos. Uma consultoria de [gestão de negócios com uma ampla gama de](#)

[habilidades auxilia os empresários em seus empreendimentos](#). **Consultores são bem informados por causa de sua educação e experiências anteriores.**

Além disso, os consultores de negócios fornecem consultoria de gerenciamento para ajudar as organizações a **melhorar seu desempenho e eficiência**. Eles fazem isso através da melhoria de processos.

Toda empresa tem processos, e todos os processos são passíveis de mudanças ou ajustes. Por isso, esses profissionais analisam os processos dos negócios e criam soluções, **ajudando as empresas a atingirem seus objetivos**.

Os proprietários de empresas devem considerar a contratação de consultores de [gestão](#) de negócios quando precisarem de ajuda ou perspectiva sobre o caminho escolhido. **Este profissional é um catalisador para mudanças em suas empresas.**

Capítulo 2: Serviços e Soluções

Os consultores oferecem uma ampla gama de serviços e soluções para as empresas, incluindo os seguintes:

1. Fornece *expertise* em um mercado específico;
2. Identifica problemas mais facilmente com seu 'olhar de fora';
3. Complementa a equipe existente;
4. Inicia o processo de mudança, algo que não ocorreria naturalmente com equipes 'fechadas';
5. Fornece objetividade, [que é algo](#) muito importante no mundo dos negócios;
6. Ensina e treina colaboradores com as técnicas e assuntos mais modernos em suas áreas de atuação;
7. Faz o “trabalho sujo”, como demitir funcionários, por exemplo;
8. Revive uma organização no sentido de reatualizar ou reviver valores antes perdidos ou esquecidos;
9. Cria um novo negócio dentro do seu antigo negócio, sugerindo novos produtos ou serviços;

10. Influencia colaboradores, motivando e guiando esses para o caminho certo: o caminho da eficiência e bons resultados.

Capítulo 3: Etapas no Processo de Consultoria de Gestão de Negócios

<https://youtu.be/T3eMOZOE6vY>

Na prática, podemos separar o processo de uma consultoria de gestão de negócios em: **descoberta, avaliação e implementação.**

1. Descoberta

O primeiro passo para qualquer consultor de negócios é a **fase de descoberta, onde o objetivo é conhecer o seu negócio.** Um bom consultor de negócios dedica tempo para aprender o máximo possível sobre um negócio com o proprietário e os colaboradores.

O consultor fará o seguinte:

1. Realizará um tour pelas instalações para conhecer os processos;
2. Se reunirá com a diretoria e colaboradores para entender o escopo do trabalho e função de cada um;
3. Analisará as finanças da empresa, a fim de compreender os potenciais investimentos que poderão ser feitos;
4. Irá ler todos os materiais e documentos importantes na intenção de entender melhor a identidade, missão, visão e valores da empresa.

2. Avaliação

Uma vez que o consultor de negócios tenha desenvolvido um entendimento profundo de sua empresa, ele entra na **fase de avaliação, com o objetivo de identificar onde a mudança é necessária.**

Esta fase inclui identificar os pontos fortes e fracos da empresa, bem como os problemas atuais e previsíveis. Nessa fase, ele irá:

1. **Examinar problemas estabelecidos e identificar novos problemas:** o consultor de gestão de negócios deve estudar os problemas que os proprietários e a administração já identificaram. Devido à sua objetividade, os consultores também podem identificar questões novas ou imprevistas, antecipando problemas que estariam por vir.
2. **Encontrar soluções:** um consultor de gestão de negócios deve criar estratégias para os problemas que identifica e delinear maneiras de capitalizar as oportunidades para expandir os negócios, aumentar os lucros e aumentar a eficiência. Por exemplo, digamos que uma empresa tenha um departamento de [vendas](#) particularmente forte, mas um departamento de marketing extremamente fraco. Esta é uma oportunidade para aumentar seus recursos para melhorar sua [gestão de marketing](#) e capitalizar a equipe de vendas.
3. **Propor uma [comunicação](#) aberta e objetiva em todos os níveis do negócio:** durante a fase de avaliação, toda a equipe da empresa, inclusive os diretores e presidentes, devem manter uma comunicação clara e aberta com o consultor, oferecendo todo suporte e informação possível para que ele consiga realizar esta etapa da melhor forma possível.
4. **Oferecer e feedbacks construtivos:** os colaboradores da empresa devem considerar as recomendações do consultor de gestão de negócios como uma crítica construtiva. O [feedback](#) do consultor não deve ser encarado como um conflito de interesse pessoal. Embora colaboradores estejam pessoalmente próximos da empresa, essa falta de perspectiva mais ampla pode impedir mudanças positivas e crescimento. É importante que os líderes e colaboradores da empresa entendam isso. O consultor traz objetividade e um novo ponto de vista, mas muitas pessoas são resistentes às mudanças, ainda mais se essas mudanças traz mais responsabilidade e trabalho para ela. Dito isso, é interessante que até mesmo o consultor receba comentários e opiniões sobre ele. É sempre bom estar com a mente aberta a novas ideias, e críticas também fazem parte do desenvolvimento de qualquer profissional, inclusive do consultor.

3. Implementação

Uma vez que sua empresa e o consultor concordam com um plano, o consultor deve entrar na terceira fase: **o estágio de reestruturação ou implementação do plano.**

Nesta fase, o consultor se baseia em seus ativos e elimina passivos. Eles também monitoram o progresso do plano e o ajustam conforme necessário.

Após realizar uma análise completa, ele busca implementar planos para obter vantagem competitiva, evitando a saturação do mercado, criando novas oportunidades e propiciando as melhores práticas do setor para a empresa contratante.

Capítulo 4: Tipos de Consultores de Gestão de Negócios

Existem vários tipos de consultorias de gestão de negócios. São profissionais especializados em diferentes aspectos de negócios. Vejamos os principais:

1. Consultores de Estratégia

<https://youtu.be/AzHbOfGanfs>

Os consultores de negócios de estratégia podem trazer conhecimento do setor para sua empresa para ajudá-lo a expandir, adquirir novas oportunidades e gerar receita.

Consultores com foco em [estratégia e gestão](#) podem ajudar a empresa a:

1. Expandir para novos mercados ou aumentar o *marketing share* em seu mercado atual;
2. Reorganizar o [modelo de negócios](#) para criar uma nova estratégia econômica;
3. [Criar estratégias para aumentar as capacidades dos recursos do negócio](#) (novas fábricas, escritórios, materiais, pessoal, tecnologia, entre outros);

4. Adquirir um novo empreendimento;
5. Fazer [alianças estratégicas](#) com outras empresa (do mesmo setor ou não);
6. Realinhar a estrutura da sua empresa, como remover ou incluir novas linhas de produtos ou gamas de serviços;
7. Atuar como gerência intermediária durante um período de transição.

2. Consultores de Operações Logísticas

<https://youtu.be/G8uZw3TAQyk>

Consultores de gestão de negócios especializados em operações [logísticas](#) podem ajudar a melhorar os processos de gestão material, despache e estocagem da empresa no dia-a-dia.

Esses consultores de [negócios fazem um inventário do seu modelo de negócios atual e descobrem a melhor maneira de produzir](#) os mesmos resultados de alta qualidade por uma fração menor do custo e do tempo.

Buscam maneiras de 'fazer mais com menos', basicamente.

Para isso, atuam nos processos voltados ao controle de qualidade e no entendimento de como ajustar e otimizar sua [produção](#) para obter melhores resultados, **evitando desperdícios ou outros problemas previamente levantados.**

3. Consultores Financeiros e Contábeis

<https://youtu.be/t69Gzohu6y0>

Um consultor financeiro e/ou contábil pode mostrar o escopo mais amplo da [saúde](#) financeira de um negócio.

Nessa especialização, eles auxiliam principalmente nas decisões de investimento e ajudam o empresário a encontrar **a melhor forma de lidar com os ativos e dívidas do seu negócio.**

Os consultores financeiros podem ter ainda mais especializações, incluindo [planejamento](#) financeiro e aconselhamento de sua empresa sobre impostos, despesas diárias e os melhores planos de aposentadoria e benefícios para os colaboradores.

4. Consultores de Gestão de Pessoas (RH)

<https://youtu.be/dnP5T7x3eqg>

Os melhores consultores, independentes ou não, podem ajudar a empresa com suas funções de Recursos Humanos (ou [Gestão de Pessoas](#) como é amplamente conhecida atualmente).

Esses consultores podem assumir suas tarefas diárias do RH, como recrutar, selecionar e reter funcionários, executar tarefas administrativas e gerenciar o desempenho dos funcionários, bem como criar seus respectivos programas de treinamento específicos.

Se você entende bastante sobre pagamentos, ao usar seu conhecimento e experiência em gerenciamento de folha de pagamento, você pode fornecer esse serviço para muitas empresas, grandes e pequenas.

Atualmente, existem ainda as especializações de consultor de carreiras. **Com mais e mais pessoas sendo vítimas de um *downsizing* corporativo, os 'conselheiros de carreira' estarão sempre em demanda.** Os conselheiros de carreira orientam seus clientes para uma profissão ou trabalho que os ajudará a serem felizes e produtivos como funcionários.

5. Consultores de Marketing

<https://youtu.be/lz50L-932Ng>

Você pode ajudar uma empresa a escrever um plano de marketing? Ou você tem ideias que ajudarão a promover um negócio? **Se sim, essa pode ser uma área interessante para você se especializar.**

Os consultores de [marketing](#) ajudam as empresas a identificar seus pontos fortes como marca e expandi-los para criar reconhecimento e exposição da marca. O objetivo aqui é agregar valor à marca através de estratégias de marketing.

Pode ser que a [empresa precise de um novo logotipo ou de uma estratégia](#) personalizada de mídia social, ou pode ser que precise de ambos.

Um consultor de marketing pode ser um trunfo para expandir o alcance dessa empresa, pois poderá auxiliar a definição *personas*, ajuda a entender as jornadas de compra do cliente, cria [estratégias de marketing de conteúdo](#) para melhorar o ranqueamento do site da empresa nos mecanismos de buscas ou para simplesmente converter em leads e, consequentemente, gerar vendas.

6. Consultores de Comunicação

https://youtu.be/gn_ybMLJalg

Os consultores de comunicação **se especializam em ajudar os funcionários de grandes e pequenas empresas a se comunicarem melhor entre si**, o que, em última análise, torna a empresa mais eficiente e operando sem problemas.

Além disso, estão aptos a realizarem serviços editoriais. Desde a produção de boletins informativos até relatórios anuais corporativos, consultores especialistas na área editorial e comunicação serão sempre apreciados.

Um consultor editorial, por exemplo, ajuda novos empreendimentos quando eles estão prontos para lançar um novo jornal, revista, boletim informativo, e até sites e boletins eletrônicos.

A comunicação também está associada à publicidade, pois lá os consultores fazem a análise de estratégia da comunicação em peças gráficas, como *outdoors*, por

exemplo. **Nos dias atuais, qualquer palavra 'mal compreendida' pode se tornar motivo de 'cancelamento' para uma empresa.**

Por isso, um consultor na área de comunicação é sempre muito requisitado.

Capítulo 5: Por onde Começar

<https://youtu.be/p8ZUyU5AGq4>

Empresas podem contratar os serviços de uma empresa especializada para suas necessidades de consultoria. **Entretanto, grandes empresas de consultoria não necessariamente atendem às necessidades e ao orçamento de uma pequena empresa.**

Se você é novo nessa área de consultoria, e já sabe no que irá se especializar, **você pode começar atendendo empresas locais.** Isso poderia funcionar muito bem para você.

Mesmo se você não se especializar na área de marketing ou comunicação, saiba que você tem que estar presente na internet. Isso é uma regra.

Por isso, crie um [site](#) e um perfil profissional nas mídias sociais. Recomendamos principalmente o LinkedIn por ser uma mídia social mais voltada ao mundo profissional e repleta de [oportunidades de negócio](#).

Além disso, uma simples pesquisa no Google sobre seu ponto de localização e especialização, como, por exemplo, “Consultor de marketing em Campinas” ou “Consultor de [Recursos Humanos](#) em Campinas”, **já lhe dará uma boa ideia do seu nível de concorrência.**

Claro que você já pode querer começar atuando em todo seu Estado, por exemplo, ou em todo o país.

Entretanto, se você é novo nesta área, recomendamos fortemente que inicie realizando trabalhos com empresas locais para ir conquistando 'bagagem profissional'.

Cases de sucesso anteriores, como mencionamos, são muito importantes para fechar novos negócios.

Por isso, recomendamos que crie essa experiência na sua região com clientes menores para então verificar a possibilidade de atender clientes maiores, **pois esses são mais rígidos quanto à experiência do consultor.**

Além disso, ao oferecer seus serviços de consultoria para uma empresa local é bem possível que você tenha mais chances de encontrar alguém que conhece ou com quem se cruzou anteriormente, seja na faculdade ou no próprio mercado de trabalho.

Você também pode tentar parcerias. Ao realizar as buscas no Google, por exemplo, a pesquisa provavelmente trará empresas das quais você nunca ouviu falar antes, mas uma análise mais detalhada de seus projetos e análises de clientes pode ajudar a determinar se elas seriam uma boa parceira de negócios, seja você trabalhando com ela ou para ela.

Estes são alguns prós de [trabalhar](#) para ou com uma empresa de consultoria já consolidada:

1. Amplos recursos;
2. Experiência de vários profissionais;
3. Uma marca consolidada com centenas de referências;
4. Clientes maiores e que pagam muito bem.

Estes são alguns prós de trabalhar como consultor individual:

1. Acessibilidade;
2. Flexibilidade de agendamento e localização;
3. Capacidade de dedicar toda a atenção em um único [cliente](#), isto é, ser especialista nele e em seu setor;
4. Clientes menores, mas com grande potencial de crescimento.

Capítulo 6: O que as Empresas Esperam de um Consultor de Gestão de Negócios

Esse capítulo é dedicado especificamente ao pequeno empresário, entretanto, **é importante que o consultor saiba como as empresas escolhem e encontram esses profissionais, afinal, isso o ajudará a aparecer e conquistar esses clientes.**

Escolher um consultor de gestão de negócios que atenda às suas necessidades de negócios pode ser uma experiência assustadora.

Você vai confiar informações importantes com um 'estranho', que saberá das suas dívidas, dos seus pontos fracos, dispondo a você e sua equipe muito mais críticas (construtivas, claro) do que congratulações. **E ainda pagará bem por isso.**

Esteja você procurando alguém para ajudar com suas necessidades de estratégia de alto nível ou um especialista orientado a soluções de nível mais operacional, isto é, da linha de frente, é essencial saber por onde começar e dar um passo de cada vez.

As etapas recomendadas são:

Etapa 1. Encontre alguém com bagagem, seja por pesquisa ou recomendação

Encontrar o consultor de negócios certo pode ser a parte mais desafiadora para o proprietário ou gerente.

O consultor deve ter paixão por seu trabalho, busca pela excelência e atenção à organização e principalmente aos seus detalhes. Até porque será nos pequenos detalhes que seu trabalho trará resultados gigantes.

É essencial encontrar um consultor que tenha experiência em seu setor ou experiência com os tipos de problemas que sua empresa enfrenta. Para isso, ele deve comprovar experiência. Seja numa pesquisa nos mecanismos de buscas ou seja por indicação, marque uma reunião com o profissional.

Basicamente, você pode:

1. **Aproveitar sua rede existente.** Comece sua busca por um consultor de negócios aproveitando sua rede de contatos. Uma recomendação de um colega, parceiro ou outro empresário que estava em uma posição semelhante geralmente é mais confiável do que avaliações ou elogios genéricos no Google.

Pergunte aos seus contatos se eles conhecem algum especialista na área que possa ajudar com seu problema específico.

2. **Explorar mercados dedicados.** Explore mercados dedicados que podem ajudá-lo a encontrar consultores por tópico, orçamento e localização. Não hesite em utilizar plataformas sociais como o LinkedIn também. Numerosas recomendações são geralmente um bom indicador da experiência de um consultor em potencial. Pesquise palavras-chave relevantes para o seu problema e observe atentamente os principais resultados.
3. **Visite sites de freelancer.** Se você está procurando um especialista em nichos, considere explorar sites de freelancers populares. Há vários aqui no Brasil. Observe a popularidade dos consultores em potencial, os níveis de [engajamento](#) e as avaliações de clientes anteriores.

Etapas 2. Avalie seu potencial consultor de gestão de negócios

Nesta etapa:

1. **Pergunte.** Se você confiar em uma recomendação pessoal, faça perguntas detalhadas sobre a experiência de seu colega, o processo do consultor e, mais importante, os resultados de seu trabalho de consultoria. Seus colegas podem lhe dar uma visão única sobre o impacto de longo prazo de seguir as recomendações do consultor em vez de apenas seus ganhos de curto prazo.
2. **Conheça o histórico e as qualificações do consultor.** Veja o currículo do consultor, formação educacional e certificações relevantes para o seu setor. É um bom sinal se eles parecem dispostos a explorar novas oportunidades de [aprendizado](#) e manter suas habilidades atualizadas.
3. **Pergunte ao consultor sobre sua experiência prática.** A experiência prática é significativa no mundo dos negócios. Considere procurar consultores que possuam ou administrem com sucesso pequenas empresas, organizações empresariais ou departamentos específicos.
4. **Certifique-se de que a experiência deles se aplica ao seu negócio.** Um ex-CEO de banco pode parecer impressionante, mas ele tem o conhecimento e a

experiência para transformar seu *cupcake* em um pequeno negócio lucrativo? Eles podem, mas se você também está considerando um ex-dono de restaurante que agora ganha a vida ajudando pequenos restaurantes a crescer, esse consultor pode ser uma combinação melhor para o seu negócio. Procure consultores que tenham trabalhado em seu setor e com negócios que correspondam ao seu em estilo, tamanho, orçamento, necessidades e objetivos.

5. **Confira o site deles.** Você também deve examinar o consultor por meio de seu site e materiais. Procure imagens profissionais e informações bem documentadas sobre seus serviços e revise minuciosamente os contratos e as taxas de consultoria. Veja se os [documentos](#) são bem escritos e formatados ou se o site não possui erros grotescos de ortografia, por exemplo. Seja criterioso em relação aos detalhes, pois esse consultor irá ser responsável pelos detalhes de seus processos em sua empresa.
6. **Examine seu histórico de consultoria.** Você não quer apenas um consultor com a experiência certa. Você quer um consultor que tenha demonstrado sucesso com empresas como a sua. Peça um portfólio com os cases de sucesso ou lista de marcas para as quais o consultor trabalhou e solicite referências. Procure um consultor que tenha ajudado as empresas a superar os tipos de desafios que você está enfrentando ou que tenha desenvolvido negócios muito semelhantes aos seus e entre em contato com essas empresas para descobrir se elas ficaram satisfeitas com os serviços.

Etapa 3. Decida, finalmente, se ele é o consultor certo para o trabalho

Se as referências do seu consultor em potencial são excelentes e provaram ser respeitáveis e eficazes, reúna-se com eles para garantir que eles sejam a pessoa certa para o trabalho. Descreva claramente seus pontos de dor e expectativas e veja se você está confortável com seu estilo e personalidade.

Uma vez que você contratou um consultor ideal, fez sua devida diligência e verificação, recebeu referências satisfatórias e verificáveis, delineou claramente seus

pontos problemáticos e expectativas e se certificou de que está confortável com seu estilo e personalidade, **é hora de confirmar o acordo.**

Os acordos ou contratos de consultoria são normalmente elaborados por três a seis meses com a opção de renovação. Os acordos geralmente incluem detalhes como os nomes dos responsáveis, parâmetros de consultoria, estruturas de taxas, cronogramas de pagamento, entregas delineadas e prazos estabelecidos.

Um prazo definido e confirmado garante que seu consultor tenha tempo suficiente para entregar os resultados prometidos, ao mesmo tempo em que agiliza o progresso.

Dica: Projete seu contrato em fases, garantindo paradas lógicas no fluxo de trabalho. Dessa forma, se a parceria acaba sendo uma combinação ruim, **você sempre pode se separar de seu consultor em termos amigáveis.**

Capítulo 7: O Sucesso de um Consultor

Ao contrário de uma [avaliação de desempenho do funcionário](#), não há uma metodologia objetiva e amplamente aceita para medir o desempenho da consultoria, **mas é razoável estabelecer metas e medir os resultados.**

Este processo é semelhante ao gerenciamento de Peter Drucker por objetivos e princípios SMART para gerenciar funcionários.

1. **Defina objetivos claros e mensuráveis.** No início de seu trabalho, certifique-se de que você e seu consultor estabeleçam objetivos claros que sejam tão específicos, mensuráveis, alcançáveis, relevantes e orientados ao tempo (SMART) quanto possível.
2. **Estabeleça os resultados tangíveis que você deseja.** Estabeleça os resultados financeiros desejados e outros resultados mensuráveis, como aumento de receita, economia anual ou redução da rotatividade de funcionários, por exemplo.
3. **Determine os resultados intangíveis que você deseja.** Certifique-se de que seu consultor conheça os resultados intangíveis que você deseja ver, incluindo moral melhorada, forte implementação de valores de negócios e maior satisfação do cliente, por exemplo.

4. **Meça o progresso em cada fase.** Meça o progresso de seus objetivos em cada fase de sua colaboração.
5. **Use um questionário de consultor.** Um consultor pode fornecer um questionário que abrange todo o ecossistema de negócios e as áreas desejadas para melhoria no início do projeto e, em seguida, pode oferecer o mesmo conjunto de perguntas no final. Dessa forma, você poderá comparar facilmente os resultados, principalmente quando se trata de intangíveis.

Para [avaliar o desempenho](#) do consultor, pode ser útil responder às seguintes perguntas:

1. O processo de colaboração foi tranquilo e o consultor foi receptivo e prestativo durante todo o processo?
2. Eles forneceram as habilidades e recursos necessários para melhorar seus negócios?
3. Quais são os impactos de curto, médio e longo prazo de seu trabalho?
4. Qual foi o seu ROI nos serviços de consultoria?

Como você mede o ROI de um consultor de negócios

Você mede o ROI (Retorno sobre o investimento, da sigla em [inglês](#)) examinando métricas-chave específicas para determinar o trabalho do consultor.

A maioria das empresas analisa seus lucros líquidos no trimestre antes de contratar o consultor de negócios e, **em seguida, avalia seus lucros líquidos no próximo trimestre.** Dessa forma, consegue medir o impacto das mudanças através do lucro.

Algumas empresas fazem uma [análise de dias após a implementação](#) das recomendações do consultor, mas, **independente do tempo para análise, você deve deduzir o custo da consultoria antes de calcular o ROI.**

Considerar o ROI é uma parte crucial da contratação de um consultor de negócios. **Se você está pagando a um consultor de negócios mais de R\$15.000,00, você deseja ver um ROI estabelecido após o projeto.**

Consultores de gestão de negócios estabelecidos devem ser capazes de mostrar seus antigos dados de ROI para clientes em potencial, **até porque ele oferece seu serviço como um investimento, e não como uma despesa.**

De acordo com o **The Predictive Index**, [27% das empresas pesquisadas](#) optaram por não contratar um consultor porque o consultor não conseguiu demonstrar o ROI.

Esse é o motivo mais frequente para as empresas não utilizarem serviços de consultoria, e cabe ao consultor provar os bons resultados para os novos clientes.

Capítulo 8: Como Definir o Preço para a Consultoria

<https://youtu.be/8TePahgCFsM>

Contratar um consultor pode ser uma despesa significativa. Considerando que as taxas variam, é essencial estabelecer um orçamento realista e razoável.

Como empresa, considere definir o custo do consultor como uma porcentagem fixa de suas [vendas](#) totais. Por exemplo, se suas [vendas](#) mensais forem de R\$10.000, pagar uma taxa mensal de consultoria de R\$5.000, o que equivale a 50% de seus ganhos, pode não ser aconselhável. **Já se seu faturamento é de R\$100.000 de receita, oferecer 5% disso (isto é, R\$5.000,00) parece mais razoável.**

Você, como consultor, deve estabelecer fases claras para seu projeto de consultoria, **projetando reduzir custos e aumentar o lucro da empresa.**

Você deve pesquisar a média cobrada pelo mercado e, caso cobre um valor excedente, explicar os motivos, que normalmente estão relacionados à sua bagagem profissional e certificações.

Como consultor, você também pode combinar uma porcentagem dos resultados, além de um valor fixo ou variável para cada etapa, conforme achar melhor.

Nesta área, é comum combinar valor por etapas do projeto apresentado. **Ao final de cada etapa, o consultor recebe o valor relacionado a ela.**

Você, como empresário e contratante, deve pensar que, se você empregar a experiência de [marketing](#) do consultor para trazer uma variedade de produtos ao mercado, você pode concentrar seus esforços após o primeiro lançamento e **aplicar potencialmente a mesma estratégia ao restante de sua linha de produtos sem precisar de serviços contínuos.**

Isto quer dizer que, tudo que você irá aprender com a experiência do consultor, você pode aplicar posteriormente sem a necessidade de contratá-lo novamente.

Claro que, muito possivelmente, você voltará a contratá-lo para resolver outros problemas. **Problemas sempre aparecem, e nada melhor do que um profissional especializado para resolvê-los.**

Muitos consultores poderão ajudá-lo a determinar o escopo e o orçamento do seu projeto como **parte de uma consulta gratuita.** Essa interação também pode ajudá-lo a testar o conhecimento e habilidades dele, e determinar se o consultor é uma boa combinação para suas necessidades de negócios.

Além disso, não precisamos dizer o quão comum é o trabalho [remoto](#) hoje em dia. **Ao definir as necessidades do seu projeto de consultoria, determine se o trabalho deve ser feito no local ou pode ser realizado [remotamente.](#)**

A consultoria virtual está em alta e pode ampliar o potencial conjunto de [talentos](#), pois você não estaria vinculado ao seu mercado local. **Poderia atender, por exemplo, o Brasil inteiro.**

Além disso, isso pode reduzir o custo do consultor e garantir flexibilidade para a empresa contratante, **que provavelmente será de pequeno [porte](#) no início.**

Para isso, **o consultor deve garantir ao empresário que irá resolver os problemas com a mesma eficiência que faria se estivesse presente fisicamente no local.**

Quando se trata de especialistas de nicho, especialmente no espaço digital, os arranjos [remotos](#), se claramente definidos, podem ser mutuamente benéficos. **Ao mesmo tempo, alguns trabalhos de consultoria envolvem o trabalho prático com sua equipe e são mais adequados para a colaboração pessoal.**

Dica: Uma consultoria para pequenas empresas é uma ideia de negócio online que você pode implementar de forma rápida e fácil. Comece já!

Capítulo 9: Considerações Finais



Se sua empresa está com dificuldades em qualquer uma de suas áreas, **é uma boa ideia procurar um consultor de gestão de negócios que seja um especialista verificado e experiente na área em questão.**

Tenha cuidado com profissionais que prometem saber de tudo um pouco. **Quem diz saber de tudo um pouco costuma não ser especialista em nada.**

Encontre um consultor com especialização focada que tenha experiência e possa ajudá-lo com suas necessidades específicas.

Você, como consultor, deve demonstrar vasto conhecimento e, claro, **não oferecer soluções gratuitas antes do fechamento do contrato.** Até porque, por mais que saiba resolver algum processo de forma rápida, é preciso que você documente isto para que seja possível, posteriormente, a empresa contratante avaliar e medir os resultados.

Embora um histórico comprovado, avaliações brilhantes e certificações sejam essenciais para você, consultor, é ainda mais crucial garantir que sua experiência seja relevante para o setor que a empresa precisa de solução.

Você, empresário, certifique-se de que o consultor selecionado esteja familiarizado, ou melhor ainda, à frente no que tange às [metodologias](#), tendências e tecnologias do mercado moderno.