AI SALES

FOUNDATION

PROFESSIONAL CERTIFICATION



certiprof®

AISFPC™ VERSÃO 102026

Guia do Estudante: AI Sales Foundations

Manual de Preparação para o Exame Oficial de Certificação — Conceitos, Domínios e Dinâmicas do Ciclo de Vida (Português do Brasil)

RESUMO DO GUIA DE PREPARAÇÃO

Este manual oficial oferece um detalhamento completo, 100% conceitual e explicativo para a preparação dos candidatos. Ele exclui perguntas de exame e foca profundamente nos pilares fundamentais, na taxonomia de tarefas, nos níveis de validação, nas 10 etapas do AI-Augmented Sales Lifecycle™, nos 5 domínios de certificação e no glossário operacional oficial. Utilize este texto como seu livro de estudos principal.

Seção 1: Arquitetura do Programa e Pilares Metodológicos Fundamentais

O modelo AI Sales Professional™ estabelece um padrão operacional padronizado para profissionais comerciais B2B modernos que atuam em ambientes impulsionados por inteligência artificial. Em vez de focar na mecânica técnica de modelos de aprendizado de máquina ou no desenvolvimento de software, esta certificação avalia os julgamentos comerciais críticos, os padrões de verificação, os protocolos de gestão de riscos e os comportamentos centrados no cliente exigidos ao integrar a IA na execução de vendas.

1.1 Os Três Pilares Fundamentais

Cada decisão, fluxo de trabalho e interação com o cliente ao longo do ciclo de vida de vendas deve estar alinhada com três princípios fundamentais:

- **Pilar 1: Liderado por Humanos (Human-Led) —** O desenvolvimento de relacionamentos, a negociação estratégica, a empatia com o comprador, a responsabilidade ética e a tomada final de decisões comerciais permanecem estritamente sob o controle do profissional humano. A IA propõe opções, redige

CERTIPROF® is a registered trademark of Certiprof, LLC in the United States and/or other countries.

rascunhos e sintetiza dados; o vendedor humano conserva a autoridade final e a responsabilidade.

- **Pilar 2: Aumentado por IA (AI-Augmented) —** O trabalho administrativo, a pesquisa de contas, a análise quantitativa, a transcrição de chamadas, o registro de dados no CRM e os rascunhos de mensagens são drasticamente acelerados usando ferramentas de IA aprovadas. O vendedor delega a carga de execução enquanto mantém a supervisão constante.
- **Pilar 3: Centrado no Cliente (Customer-Centered) —** A execução de vendas prioriza os resultados reais do comprador, a relevância contextual, a transparência, a confiança e a criação de valor a longo prazo. A tecnologia é aproveitada para aumentar a clareza do comprador e eliminar atritos, nunca para inundar os potenciais clientes com abordagens automatizadas de baixa qualidade.

1.2 Taxonomia de Classificação de Tarefas

Para evitar falhas operacionais, cada tarefa comercial é classificada em uma de três categorias de execução com base estritamente na consequência de um erro da IA (o impacto ou 'raio de explosão' de uma falha), e não na capacidade técnica da ferramenta:

- **Categoria 1: Automatizar (Automate) —** A IA executa a tarefa do início ao fim com intervenção mínima. Os vendedores humanos realizam verificações amostrais periódicas para manter o controle de qualidade. Aplica-se estritamente a tarefas administrativas internas de baixo risco e totalmente reversíveis (ex.: registro de horários de atividades no CRM, transcrição de gravações de reuniões, enriquecimento de dados firmográficos de contatos, geração de lembretes na agenda).
- **Categoria 2: Aumentar (Augment) —** A IA gera um rascunho inicial, análise ou resumo estruturado. Um vendedor humano revisa minuciosamente, edita, verifica os fatos em fontes primárias, realiza ajustes estratégicos e aprova formalmente antes da utilização. Aplica-se a tarefas de risco médio (ex.: relatórios de pesquisa de conta, rascunhos de e-mails iniciais, notas de resumo de reuniões, resumos de risco de pipeline, rascunhos de propostas).

CERTIPROF® is a registered trademark of Certiprof, LLC in the United States and/or other countries.

- **Categoria 3: Apenas Humano (Human-Only) —** Um profissional humano decide e executa do início ao fim. As ferramentas de IA podem ajudar na preparação prévia, pesquisa ou simulação interativa de papéis (role-play), mas não podem executar nem se comunicar diretamente. Aplica-se estritamente a compromissos comerciais irrevogáveis e de alto risco (ex.: concordar com termos de preços, aprovar descontos, comprometer-se com prazos de entrega, gerenciar reclamações graves de clientes, conduzir negociações contratuais, tomar decisões éticas).

1.3 Os Quatro Níveis de Validação

O rigor da verificação é determinado pelo destino da informação (para onde vai o resultado e quem irá lê-lo). O tempo de revisão deve ser alocado de acordo com quatro níveis de validação bem definidos:

- **Nível de Validação 1 (Exploração Interna) —** Aplica-se à exploração interna, tempestade de ideias (brainstorming) pessoal ou rascunhos brutos para uso próprio do vendedor. Exige uma leitura crítica rápida para verificar a coerência geral.
- **Nível de Validação 2 (Decisões Internas) —** Aplica-se a decisões estratégicas internas, previsão de pipeline ou priorização de contas. Exige a verificação de dados contra os sistemas de registro (CRM, bases de dados financeiras).
- **Nível de Validação 3 (Comunicações com o Cliente) —** Aplica-se a todas as comunicações direcionadas ao cliente (e-mails, resumos de reuniões, apresentações, propostas de valor). Exige uma verificação rigorosa de cada fato, data, número e atribuição em relação às fontes primárias antes do envio.
- **Nível de Validação 4 (Compromissos Comerciais) —** Aplica-se a compromissos comerciais vinculantes (cotações de preços, termos contratuais, cláusulas jurídicas, cronogramas de implementação). Exige verificação completa de fontes primárias MAIS a aprovação explícita por escrito da autoridade interna que possui poder de assinatura.

CERTIPROF® is a registered trademark of Certiprof, LLC in the United States and/or other countries.

Seção 2: As 10 Etapas do AI-Augmented Sales Lifecycle™

O ciclo de vida AI-Augmented Sales Lifecycle™ organiza a execução comercial em dez etapas sequenciais agrupadas em quatro fases principais. Uma etapa só é considerada concluída quando seu entregável (output) concreto e verificável existe e o comprador alcançou o progresso necessário.

Fase 1: Encontrar e Preparar (Find & Prepare)

Etapa 1: Prospectar (Prospect)

O propósito da Etapa 1 é avaliar o mercado total endereçável e decidir quais contas merecem investimento comercial ativo. Em vez de realizar abordagens em massa, os vendedores comparam históricos de oportunidades ganhas (closed-won) e perdidas (closed-lost) para identificar atributos preditivos que separam compradores de não compradores.

- **Entregável Concreto da Etapa:** Lista de Contas Priorizadas categorizada em Níveis (Tiers) 1, 2 e 3, acompanhada dos motivos declarados e das sinalizações de oportunidade ativas para cada conta.
- **Mecânica-Chave:** Classificar contas em Tiers com base no ajuste ao ICP e eventos gatilho ativos; evitar a sobrecarga de engajamento mantendo o ajuste (Fit) e a atividade (Engagement) separados.

Etapa 2: Preparar (Prepare)

A Etapa 2 envolve a realização de pesquisas profundas sobre as contas-alvo e as personas dos compradores-chave antes do primeiro contato. A pesquisa é conduzida em três níveis: pressões do setor, prioridades da conta e responsabilidades individuais do cargo.

- **Entregable Concreto da Etapa:** Resumo de Conta Verificado (Account Brief) contendo Resumo, Prioridades Declaradas, Sinal de Oportunidade, Hipótese do Problema, Interlocutores (Stakeholders) e Ângulo de Abordagem, além de uma mensagem de primeiro contato verificada.
- **Mecânica-Chave:** Executar o Teste da Troca (Swap Test) na mensagem de abordagem; verificar cada fato citado com fonte e data de publicação; separar fatos de inferências.

CERTIPROF® is a registered trademark of Certiprof, LLC in the United States and/or other countries.

Fase 2: Entender e Mostrar (Understand & Show)

Etapa 3: Descobrir (Discover)

A Etapa 3 foca em descobrir o problema do cliente, quantificar seu impacto financeiro/operacional e mapear os interlocutores afetados utilizando a própria linguagem do cliente. A descoberta prioriza perguntas abertas de Problema e Impacto em vez de perguntas públicas de Situação.

- **Entregável Concreto da Etapa:** Declaração Confirmada do Problema com números de custo/impacto validados pelo comprador e mapeamento inicial de interlocutores.
- **Mecânica-Chave:** Extrair citações textuais do comprador a partir das transcrições; confirmar a dor, a urgência e os critérios de decisão, evitando a apresentação prematura do produto.

Etapa 4: Qualificar (Qualify)

A Etapa 4 avalia mediante evidências objetivas se uma oportunidade justifica o investimento contínuo de recursos de vendas. Estruturas de qualificação (MEDDICC, SPICED, BANT) são aplicadas de forma consistente em todas as negociações.

- **Entregável Concreto da Etapa:** Matriz de Qualificação de 3 Estados que classifica cada campo como Confirmado (declarado pelo comprador), Inferido (deduzido) ou Desconhecido.
- **Mecânica-Chave:** Tratar todos os campos inferidos como Desconhecidos até que sejam confirmados; testar contatos amigáveis com solicitações de ação para provar o status de Champion; manter a disposição para desqualificar oportunidades.

Etapa 5: Apresentar (Present)

A Etapa 5 demonstra como os problemas priorizados do cliente são resolvidos. As propostas de valor, demonstrações de produto e casos de sucesso são construídos diretamente a partir das descobertas da fase anterior.

- **Entregável Concreto da Etapa:** Proposta de Valor Personalizada e Roteiro de Demonstração alinhados estritamente com os problemas priorizados pelo comprador e os números fornecidos por ele.

CERTIPROF® is a registered trademark of Certiprof, LLC in the United States and/or other countries.

- **Mecânica-Chave:** Estruturar as demonstrações com base nas prioridades do comprador em ordem de importância; apresentar estimativas financeiras com premissas visíveis; adaptar histórias reais de clientes sem qualquer invenção.

Fase 3: Mover e Comprometer (Move & Commit)

Etapa 6: Avançar (Advance)

A Etapa 6 guia o processo de compra através da organização interna do cliente, navegando por comitês de decisão, compras (procurement), jurídico e requisitos de segurança da informação.

- **Entregável Concreto da Etapa:** Mapa de Interlocutores Verificado (papéis, posturas, acesso) e Plano de Ação Mútuo (MAP) aceito pelo comprador e planejado em sentido inverso a partir das datas-alvo de início das operações.
- **Mecânica-Chave:** Medir o progresso da oportunidade estritamente pelos compromissos/ações do comprador; identificar riscos de negócios 'monofio' (single-threaded); detectar bloqueios em estágios avançados de forma precoce.

Etapa 7: Negociar (Negotiate)

A Etapa 7 estabelece termos comerciais mutuamente aceitáveis sem sacrificar a rentabilidade do negócio nem conceder margens não merecidas. A preparação envolve analisar alternativas, variáveis e pontos de desistência (walk-away points).

- **Entregável Concreto da Etapa:** Termos Comerciais Aprovados e Pacotes de Troca estruturados prontos para a execução do contrato.
- **Mecânica-Chave:** Trocar cada concessão (quid pro quo); recusar-se a abrir negociações com descontos; obter aprovação interna de Nível 4 antes de comunicar termos comerciais.

Etapa 8: Fechar (Close)

A Etapa 8 executa a assinatura formal do contrato e garante uma transição operacional fluida para as equipes de implementação e sucesso do cliente (Customer Success).

- **Entregável Concreto da Etapa:** Contrato Assinado Formalmente e Nota de Transição (Handoff Note) verificada.

CERTIPROF® is a registered trademark of Certiprof, LLC in the United States and/or other countries.

- **Mecânica-Chave:** Concluir listas de verificação de fechamento; rejeitar falsas urgências de fim de trimestre; verificar se todo o escopo e termos prometidos coincidem com os acordos contratuais.

Fase 4: Entregar e Melhorar (Deliver & Improve)

Etapa 9: Crescer (Grow)

A Etapa 9 verifica se o cliente alcançou o resultado comercial inicial esperado, lançando as bases para a renovação da conta e sua expansão (venda adicional/upsell ou cruzada/cross-sell).

- **Entregável Concreto da Etapa:** Documentação de Resultados Medidos do Cliente e Plano de Crescimento da Conta atualizado.
- **Mecânica-Chave:** Confirmar a entrega de valor medido antes de propor uma expansão; distinguir venda adicional/upsell (capacidade/plano) de venda cruzada/cross-sell (novo problema/solução); manter atualizados os mapas de interlocutores.

Etapa 10: Aprender (Learn)

A Etapa 10 analisa os resultados de negócios ganhos, perdidos e sem decisão para extrair melhorias operacionais acionáveis que refinem continuamente as vendas.

- **Entregável Concreto da Etapa:** Descobertas Documentadas da Análise de Ganhos/Perdas (Win/Loss) e ferramentas operacionais atualizadas (ICPs, battlecards, guias de descoberta, bibliotecas de prompts).
- **Mecânica-Chave:** Comparar oportunidades ganhas em relação a perdidas e sem decisão; focar em indicadores antecedente (leading); integrar as descobertas validadas nas ferramentas diárias para fechar o ciclo de vida.

CERTIPROF® is a registered trademark of Certiprof, LLC in the United States and/or other countries.

Seção 3: Detalhamento Abrangente dos 5 Domínios de Certificação

Domínio 1: Vendas Transformadas por IA e IA Responsável (15% do Exame)

Este domínio avalia o manuseio ético de dados, a classificação de riscos, a mitigação de vieses e a adaptação do papel do vendedor em mercados transformados pela IA.

- **O Comprador Equipado com IA —** Os compradores usam assistentes de IA para comparar fornecedores, resumir propostas e checar as afirmações do vendedor. Os vendedores devem fornecer contexto, julgamento, experiência e evidências verificáveis que a IA não consegue gerar.
- **Mitigação do Vício de Adulação (Sycophancy) —** Os modelos de IA tendem naturalmente a concordar com os comandos do usuário e a confirmar o otimismo do vendedor. Os vendedores devem combater a adulação invertendo a pergunta: 'Por que este negócio pode falhar? Quais evidências estão faltando?'
- **Superação do Vício de Automação (Automation Bias) —** A tendência humana de aceitar sem críticas os resultados de sistemas automatizados. Os vendedores devem manter hábitos rigorosos de verificação, independentemente da precisão anterior da IA.
- **Privacidade de Dados e Conformidade —** Exige o uso de ferramentas aprovadas, envio apenas do mínimo de campos de dados necessários, manutenção da limitação de finalidade (nunca reutilizar dados de um cliente para outra conta) e obtenção de consentimento para gravação de chamadas.

Domínio 2: Prospecção Impulsionada por IA e Inteligência de Oportunidades (20% do Exame)

Este domínio cobre a construção do ICP baseada em dados, a pesquisa de contas, a detecção de sinais, a segmentação e a personalização da abordagem.

- **Construção do ICP Baseada em Dados —** Construído comparando negócios ganhos (closed-won) vs. perdidos (closed-lost) para identificar critérios que

CERTIPROF® is a registered trademark of Certiprof, LLC in the United States and/or other countries.

separam estatisticamente vitórias de derrotas. Atributos comuns descrevem; atributos preditivos separam.

- **Separação entre Ajuste e Engajamento (Fit vs. Engagement) —** O ajuste ao ICP (firmografia/tecnografia) deve ser mantido separado do engajamento recente (visitas ao site/downloads) para evitar falsas prioridades.
- **Sinais de Oportunidade e Intenção —** Eventos gatilho (ex.: mudanças de liderança, expansões) justificam a abordagem no momento. Sinais de intenção de terceiros guiam o momento da pesquisa, mas nunca devem ser citados diretamente ao prospect.
- **Integridade da Mensagem e Teste da Troca —** Mensagens de abordagem devem passar pelo Teste da Troca (Swap Test): se o texto puder ser enviado a outra empresa sem alterações, falta personalização real.

Domínio 3: Conversas com Clientes Aumentadas por IA (25% do Exame)

Este domínio aborda a execução de reuniões de descoberta, estruturas de qualificação, adaptação da proposta de valor, gestão de objeções e documentação de encontros.

- **Estratégia de Perguntas de Descoberta —** A descoberta prioriza perguntas de Problema e Impacto. Perguntas situacionais de acesso público pertencem às folhas de preparação, não às reuniões ao vivo.
- **Disciplina da Matriz de 3 Estados —** Campos de qualificação (BANT, SPICED, MEDDICC) são categorizados como Confirmados, Inferidos ou Desconhecidos. Itens inferidos são tratados como Desconhecidos até serem confirmados.
- **Verificação do Champion —** Contatos amigáveis respondem com cortesia; Promotores (Champions) realizam ações internas a seu favor (dar acesso a tomadores de decisão, explicar processos de compra). Champions são comprovados mediante solicitações de ação.
- **Sequência de Gestão de Objeções —** Reconhecer -> Explorar (perguntas de esclarecimento) -> Responder (com evidências) -> Confirmar a resolução.

CERTIPROF® is a registered trademark of Certiprof, LLC in the United States and/or other countries.

Domínio 4: IA para Pipeline, Negociação e Execução de Vendas (25% do Exame)

Este domínio examina a avaliação de riscos no pipeline, previsão objetiva, mapeamento de interlocutores, planos de ação mútuos e negociação comercial.

- **Medição do Progresso Real do Pipeline —** O progresso de uma oportunidade é medido estritamente pelos compromissos e ações verificáveis do comprador, nunca pelo volume de atividade do vendedor.
- **Previsão Objetiva e Higiene do CRM —** Categorias de previsão (Commit, Best Case, Pipeline) devem se basear em evidências do comprador. Datas de fechamento devem se alinhar aos processos ou eventos críticos do cliente.
- **Regras de Negociação Comercial —** Concessões devem ser sempre trocadas (quid pro quo). Vendedores nunca devem abrir negociações com descontos nem comunicar termos não aprovados.
- **Integridade e Validação de Propostas —** Propostas exigem validação de Nível 4 para eliminar dados herdados de clientes anteriores e verificar preços e termos vigentes.

Domínio 5: IA para Crescimento de Clientes e Melhoria Contínua (15% do Exame)

Este domínio cobre a verificação de resultados do cliente, estratégias de expansão de contas, revisões de negócios, análise de ganhos/perdas e aprendizado institucional.

- **Qualificação da Expansão —** A expansão (upsell/cross-sell) exige confirmar primeiro, por meio de dados do cliente, se o resultado inicial esperado foi medido e alcançado.
- **Venda Adicional vs. Venda Cruzada (Upsell vs. Cross-sell) —** Venda adicional (Upsell) expande capacidade ou nível de plano para o mesmo problema; Venda cruzada (Cross-sell) introduz um produto/serviço diferente para um novo problema.
- **Análise Rigorosa de Ganhos/Perdas —** A análise de Win/Loss compara negócios ganhos, perdidos e sem decisão para isolar os fatores causais reais. As descobertas são testadas antes da adoção ampla.

CERTIPROF® is a registered trademark of Certiprof, LLC in the United States and/or other countries.

- **Institucionalização de Aprendizados —** Lições de vendas validadas são armazenadas diretamente nas ferramentas operacionais diárias (ICPs, battlecards, guias de descoberta) em vez de notas de reunião.

Seção 4: Glossário Oficial de Certificação e Terminologia-Chave

Os candidatos devem dominar a seguinte terminologia padronizada de vendas e IA avaliada ao longo do exame de certificação:

- **Perfil de Cliente Ideal (ICP / Ideal Customer Profile):** Descrição verificável do tipo de empresa que compra de você, permanece com você e cresce ao seu lado.
- **Comprador Econômico (Economic Buyer):** O indivíduo específico dentro da organização do cliente que possui a autoridade final para aprovar a liberação de orçamento.
- **Promotor (Champion):** Defensor interno com influência que atua em seu nome para fazer o negócio avançar dentro da organização compradora.
- **Plano de Ação Mútuo (MAP / Mutual Action Plan):** Cronograma compartilhado de etapas, responsáveis e datas até a assinatura e início das operações, aceito pelo comprador.
- **Negócio Monofio (Single-Threaded Deal):** Condição de alto risco em um negócio em que o vendedor depende de um único ponto de contato na conta.
- **Teste da Troca (Swap Test):** Verificação nas mensagens de abordagem; se o texto se adaptar a qualquer empresa sem alterações, falta personalização real.
- **Sinal de Oportunidade / Evento Gatilho (Opportunity Signal / Trigger Event):** Mudança organizacional recente (ex.: financiamento, contratação executiva, expansão) que abre uma oportunidade de abordagem.
- **Ponto de Desistência (Walk-Away Point):** Termos comerciais mínimos aceitáveis ou limite de margem estabelecidos pela empresa do vendedor antes de negociar.
- **Nota de Transição (Handoff Note):** Documento estruturado de transição que detalha o escopo vendido, as promessas e as expectativas para as equipes de implementação.

CERTIPROF® is a registered trademark of Certiprof, LLC in the United States and/or other countries.

- **Adulação (Sycophancy):** Tendência dos modelos de IA de concordar com os comandos do usuário e validar seu otimismo.
- **Vício de Automação (Automation Bias):** Tendência humana de aceitar sem críticas os resultados de sistemas automatizados.
- **Limitação de Finalidade (Purpose Limitation):** Princípio legal e ético que estabelece que os dados coletados para o projeto de um cliente não podem ser enviados nem reutilizados para outro.
- **Aumentar (Augment):** Categoria de tarefa em que a IA redige o conteúdo e um humano revisa, decide e aprova.
- **Automatizar (Automate):** Categoria de tarefa em que a IA executa do início ao fim e um humano realiza verificações de qualidade aleatórias.
- **Apenas Humano (Human-Only):** Categoria de tarefa executada exclusivamente por um profissional humano devido ao alto risco ou compromissos vinculantes.
- **Negócio sem Decisão (No-Decision Deal):** Oportunidade que termina porque o comprador não tomou nenhuma ação, optando por manter seu status quo atual.
- **Indicadores Retrospectivos / Tardios (Lagging Indicators):** Métricas que medem resultados passados (ex.: receita trimestral, taxas históricas de fechamento).
- **Indicadores Antecedentes / Avançados (Leading Indicators):** Métricas que medem comportamentos ou condições que preveem o sucesso futuro (ex.: negócios com Planos de Ação Mútuos datados).
- **Cartão de Batalha (Battlecard):** Resumo competitivo que detalha onde você vence, onde o concorrente vence, perguntas para destacar diferenças e afirmações verificadas.
- **BANT:** Estrutura de qualificação de 4 partes que verifica Orçamento, Autoridade, Necessidade e Prazo (Budget, Authority, Need, Timeline).
- **SPICED:** Estrutura de qualificação de 5 partes que verifica Situação, Dor, Impacto, Evento Crítico e Decisão (Situation, Pain, Impact, Critical Event, Decision).
- **MEDDICC:** Estrutura de qualificação avançada que verifica Métricas, Comprador Econômico, Critérios de Decisão, Processo de Decisão, Identificação da Dor, Champion e Concorrência.
- **Dados de Intenção de Terceiros (Third-Party Intent Data):** Dados que indicam que uma conta está pesquisando temas online, usados estritamente para guiar os momentos de pesquisa.

CERTIPROF® is a registered trademark of Certiprof, LLC in the United States and/or other countries.

- **Resumo da Conta (Account Brief):** Documento intermediário que resume a pesquisa da conta em 6 seções fixas antes da abordagem.
- **Folha de Preparação de Reunião (Meeting Prep Sheet):** Documento estruturado que detalha o objetivo de uma reunião, fatos conhecidos, hipóteses a validar, participantes, alternativas concorrentes e o próximo passo desejado.



Quem é Certiprof®?

Certiprof® é um órgão organismo de certificação fundado nos Estados Unidos em 2015, atualmente localizada em Sunrise, Flórida.

Nossa filosofia se baseia-se na criação de conhecimento em comunidade e, para isso, sua rede colaborativa é composta por:

- **Nossos Lifelong Learners (LLL)** se identificam como Continuous Learners (Alunos Contínuos), demonstram seu compromisso inabalável com o aprendizado contínuo, que é de vital importância no mundo digital atual, em constante mudança e expansão. Independentemente de serem aprovados ou não o exame.

CERTIPROF® is a registered trademark of Certiprof, LLC in the United States and/or other countries.

- Universidades, centros de treinamento e facilitadores de todo o mundo fazem parte de nossa rede de **ATPs (Authorized Training Partners).**
- **Os autores (co-criadores)** são especialistas ou profissionais do setor que, com seu conhecimento, desenvolvem conteúdo para a criação de novas certificações que atendem às necessidades do setor.
- **Equipe interna:** nossa equipe distribuída com operações na Índia, no Brasil, na Colômbia e nos Estados Unidos é encarregada de superar obstáculos, encontrar soluções e fornecer resultados excepcionais.

Nossas afiliações

Lifelong Learning

Certiprof criou um selo especial **Lifelong Learning** para reconhecer os alunos consistentes. Até 2024, mais de 1.000.000 desses crachás terão sido emitidos em mais de 11 idiomas.



CERTIPROF® is a registered trademark of Certiprof, LLC in the United States and/or other countries.

Objetivo e filosofia

Este selo é para pessoas que acreditam firmemente que a educação pode mudar vidas e transformar o mundo.

A filosofia por trás do emblema é promover o compromisso com o aprendizado contínuo ao longo da vida.

Acesso e obtenção do crachá

O selo **Lifelong Learning** é concedido gratuitamente àqueles que se identificam com essa abordagem de aprendizagem.

Qualquer pessoa que se considere um aluno consistente pode reivindicar seu distintivo visitando o site:

HTTPS://CERTIPROF.COM/PAGES/CERTIPROF-LIFELONG-LEARNING

CERTIPROF® is a registered trademark of Certiprof, LLC in the United States and/or other countries.

COMPARTILHE E VERIFIQUE SUAS REALIZAÇÕES DE APRENDIZAGEM COM FACILIDADE

#AISFPC #certiprof





certiprof®



Siga-nos, entre em contato!



www.certiprof.com

CERTIPROF® is a registered trademark of Certiprof, LLC in the United States and/or other countries.