

Técnicas de Vendas

- **Formato do curso:** Presencial e Live Training
- **Localidade:** Lisboa
- **Data:** 13 Jan. 2020 a 14 Jan. 2020
- **Preço:** 630€
- **Horário:** Laboral - das 9h00 às 17h00
- **Nível:** Intermédio
- **Duração:** 14 horas

No mundo altamente concorrido em que vivemos, com milhares de ofertas que procuram atrair a atenção do consumidor para o seu produto ou serviço, as empresas devem, dentro dos seus recursos, melhorar cada vez mais o atendimento ao cliente com a escolha, contratação e formação do seu pessoal.

Para fazer um bom negócio, obter bons resultados e sucesso no mercado, os comerciais devem dar grande atenção a todas as etapas da venda - o ciclo de vendas - como chamamos. A profissão de vendedor é a mais numerosa do mundo e, sem dúvida, não goza de muito boa reputação, pois esta imagem está ligada um tipo simpático, falante, promessas não cumpridas, enganar o cliente, falta de compromisso e quem só pensa em encher os bolsos com o dinheiro do cliente, etc. Esta ação vem provar que os vendedores têm um papel de capital importância na sua empresa e que o seu trabalho é fundamental para o crescimento da mesma.

Destinatários

Pessoas que exerçam, ou que esperem vir a exercer atividades profissionais que careçam de competências ao nível da venda e persuasão, nomeadamente na área comercial ou afins.

Objectivos

Este curso pretende preparar os formandos que exercem a sua atividade profissional em departamentos comerciais de modo a poderem apresentar propostas comerciais recorrendo às técnicas de venda e negociação mais adequadas.

No final do programa, os participantes deverão ser capazes de:

- Planear/organizar a atividade de venda e prospeção para obtenção de uma abordagem efetiva

- Desenvolver com eficácia o processo de venda, utilizando técnicas que garantam vendas efetivas
 - Conduzir diálogos, recorrendo às técnicas de venda e negociação
 - Identificar e compreender os fatores de coesão e desmotivação, eficácia e eficiência no quadro do funcionamento das equipas
 - Compreender a importância e os princípios do empowerment num profissional de vendas.
-

Metodologia

O curso assentará numa metodologia ativa e interativa baseada em oficinas práticas e exercícios. As atividades propostas para a ação incluem:

- Método ativo.
- Formação centrada no formando, promovendo a auto-aprendizagem.
- Formação orientada para a prática de situações reais do quotidiano e dia-a-dia profissional utilizando role-plays, debates, e outros materiais que se verifiquem necessários que vão sendo devidamente integradas com breves enquadramentos teóricos sempre que seja necessário.
- Estratégia teórico-prática que conjuga simultaneamente os processos pedagógicos clássicos e comprovados com as tendências mais recentemente desenvolvidas em formação profissional.
- Aplicação de técnicas ativas de formação, apoiadas por diversos suportes audiovisuais e instrumentos práticos, com vista à dinamização dos participantes e à aquisição do [saber-fazer].
- Fornecimento de documentação especializada relativa aos diversos conteúdos do programa.

Documentação: A ação contempla Documentação de Apoio, Plano de Leitura a realizar durante o curso, e que servem de apoio após a finalização do mesmo.

Programa

Enquadramento geral

- Introdução e objetivos
- Validação pelo formador das necessidades específicas dos formandos.

Enquadramento dos princípios gerais de venda de serviços

O cliente - o mecanismo de compra

- Comportamento do comprador
- Tipologia de clientes

Tornar-se fornecedor

O vendedor - caracterização

- As qualidades do vendedor

Gestão de oportunidades

Gestão de carteira de clientes e carteira de negócios

A venda na perspectiva de marketing

Preparação e gestão das vendas

- O processo de venda
- Preparação da entrevista
- A mensagem verbal
- A mensagem não-verbal
- Abordagem e exposição do produto

Organização da atividade de vendas

Prospecção extensiva e intensiva

Avaliação do cliente e o seu potencial □ os destinatários finais

Conhecer o cliente e as suas situações

Construir a “□oferta”□ adequada

Aspetos importantes da comunicação da venda

Roteiro de contacto

Negociação na venda

Condução da ação da venda

Tratar reclamações, gerir situações de conflito

- As objeções e o fecho da venda
- As reclamações.

Seguimento e acompanhamento do cliente

Conclusões e encerramento da ação