

Venda a Clientes Difíceis

- **Formato do curso:** Presencial e Live Training
- **Localidade:** Lisboa
- **Data:** 15 Jun. 2020 a 16 Jun. 2020
- **Preço:** 630€
- **Horário:** Laboral - das 9h00 às 18h00
- **Nível:** Intermédio
- **Duração:** 14 horas

Uma atitude de vitória mostra aos clientes que você quer o melhor para eles. Quando se preocupa com o que é importante para seus clientes, vamos além dos limites para proporcionar: o melhor atendimento possível, um produto ou serviço da melhor qualidade, o máximo de conveniência para o seu cliente e o máximo de valor agregado.

Quando você assume o compromisso de atender um cliente, compromete-se a fazer o que for preciso para que o cliente tenha uma experiência agradável, tendo-o a si como interlocutor.

Os seus Clientes / Fornecedores saberão que você fala a sério sobre o valor, se perceberem que vê o relacionamento comercial, como algo a longo prazo.

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

Objetivo Geral: Todos os clientes são importantes! É importante saber lidar com clientes difíceis, sabendo identificá-los, caracterizá-los e vender-lhes. Esta formação faz essa caracterização para satisfazer as suas necessidades e atingir os objetivos propostos.

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

- Conhecer o ambiente das necessidades e desejos dos clientes
- Conhecer a tipologia de cliente de modo a poder adaptar-se-lhes

- Saber aplicar as técnicas de comunicação verbal e não-verbal
 - Aplicar os conhecimentos nas diversas fases do processo de venda.
-

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 autoaprendizagem.
 - 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.
-

Programa

Enquadramento geral

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

A satisfação das necessidades e desejos

- A observação do cliente a venda focada nas suas necessidades e situação as atitudes do cliente as expectativas, as exigências, as motivações, os travões da observação à ação.

A tipologia de cliente

Técnicas de comunicação verbal e não verbal

- A relação vendedor / cliente
- Caracterização do atendimento / relacionamento
- A relação interpessoal disponibilidade criar clima
- Criar confiança criar relação
- O atendimento personalizado características
- Comportamentos e atitudes do vendedor.

As etapas do processo de venda

- A ação da venda fases: tomada de contacto/abordagem, apresentação do produto, exposição,

argumentação, evidenciação da relação custo/benefício, desmotivação, condução para o fecho de objeções sua abordagem resposta. O preço: a sua apresentação, tempo e modo reclamações: seu tratamento. Lidar com situações difíceis e problemas evitar tensões e conflitos gerir situações de conflito.

A excelência do cliente

- Transformar compradores em clientes
- A importância do cliente cliente: riqueza da empresa
- Repercussão da boa e má venda
- O cliente satisfeito construir e manter uma boa relação
- O cliente [nosso vendedor]: a venda repercutida

Conclusões e encerramento da ação