

## Técnicas de Vendas

- **Formato do curso:** Presencial e Live Training
- **Preço:** 630€
- **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 perspetiva 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**