

Gestão da Força de Vendas

Objetivos Gerais

Este Curso tem como objetivo dotar os profissionais de conhecimentos e competências necessárias de Gestão da Força de Vendas.

Objetivos Específicos

No final do Curso os formandos ficarão aptos a:

- Identificar e reconhecer o que é uma relação comercial;
- Identificar os tipos de liderança comercial e de negociação;
- Identificar os tipos de força de venda;
- Identificar as ferramentas técnicas e comportamentais da área comercial;
- Reconhecer tipologia de clientes versus negócio.

Destinatários

Todos os profissionais que exerçam ou desejem vir a exercer Funções de Direção Comercial ou de Gestão Comercial e de Força de Vendas ou a Profissionais ou Individuais que desejem efetuar formação nas especialidades do Curso.

Carga Horária

24 Horas

Conteúdo Programático

Módulo I - Introdução e Apresentação

Módulo II - Gestão da Relação Comercial

- A importância da eficaz gestão comercial
- O comportamento do Consumidor
- O processo de Decisão de Compra
- Reconhecer as Motivações do Cliente
- Detetar / Criar Necessidades no Cliente
- A Gestão de Clientes
- A Gestão de Conhecimento
- A Gestão de Produtos
- A Gestão Financeira
- A Gestão de Clientes
- A Gestão de Conhecimento
- A Gestão de Produtos

- A Gestão Financeira
- Comercialização da Imagem e da Marca
- Gestão da Agenda e Eficaz Organização Pessoal e do Tempo
- Casos Práticos e Dicas Úteis

Módulo III - Gestão Comercial e Liderança

- O Papel e o Perfil do Gestor Comercial
- Responsabilidades e obrigações legais
- Eficácia e eficiência da Gestão comercial
- A tomada de decisões
- Características da informação para a decisão
- Processo de tomada de decisão
- Estratégias de decisão empresarial
- A importância de tomar as decisões mais adequadas
- Delegação de competências e autoridade
- Liderança de equipas comerciais
- Construir Equipas e Gerir Pessoas
- Motivação e dinamização de equipas
- Comunicação eficaz e inteligência emocional
- Coaching e PNL
- Técnicas de Liderança
- Técnicas de gestão eficaz de reuniões
- Gestão da resistência à mudança
- Inovação, criatividade e competitividade
- Casos Práticos e Dicas Úteis

Módulo IV: O processo e Técnicas de Venda

- As Fases da Venda
- Planificação da Abordagem Comercial
- Argumentação e Técnicas de Negociação
- Prevenção e Técnicas de refutação de Objeções e Reclamações
- Gestão de Conflitos
- Técnicas de Fecho e Concretização da Venda
- Casos Práticos e Dicas Úteis

Módulo V - Gestão da Força de Vendas

- O Papel e o Perfil do Gestor da Força de Vendas
- A Importância da Força de Vendas
- A Organização da Força de Vendas
- Recrutamento e Seleção de Comerciais

- Criação, Treino e Formação da Equipa de Vendas
- A Gestão das vendas e da força de vendas por objetivos
- Motivação da Força de Vendas
- Pro-atividade nas Vendas
- Remuneração, desempenho e comissões
- Supervisão e Avaliação dos Comerciais
- Reunião de Vendas, Acompanhamento e Supervisão de Resultados
- Casos Práticos e Dicas Úteis

Módulo VI - Simulações e Casos Práticos