

Gestão de Vendas Complexas e Técnicas

Objetivos Gerais

Neste Curso os formandos irão obter conhecimentos técnicos sobre técnicas de vendas e a sua aplicabilidade em contextos complexos tanto a nível de Mercados, Negociação e também de Gestão de Conflitos no seu processo.

Objetivos Específicos

No final do Curso os formandos ficarão aptos a:

- Capacitar e atualizar os profissionais em Gestão Comercial, preponderantemente os Gestores das Áreas Comerciais com metodologias e sistemáticas estruturadas para melhores resultados na Gestão da Área Comercial.

Destinatários

Este Curso destina-se a todos as Empresas que realizam atendimento pró-ativo. Gestores Comerciais de empresas de pequeno e médio porte. Representantes Comerciais, Empresários e Gestores Comerciais de empresas familiares.

Carga Horária

12 Horas

Conteúdo Programático

Módulo I – Introdução aos Conceitos Fundamentais de Vendas Complexas

- Fundamentação histórica regressa sobre Vendas e a lacuna acadêmica sobre Vendas;
- Conceituação de Vendas Técnicas / Complexas / Consultivas;
- O Comportamento do Cliente:
 - Necessidade & Desejo (Latente & Explícito);
 - Expetativas do cliente;
 - Transação & Transferência (experiência completa do cliente);
 - A importância da Política de Preços & Tabela de Preços.

Módulo II – Sistema Plantativo – Back-Office (pré-venda – sales funnel)

- O que é um Funil de Vendas;
- Suspeção e Prospeção (cadastro e pescaria de clientes);
- Identificando seu perfil de clientes potenciais;
- Criando as “tripas” de produtos;

- Imã digital;
- Tripware;
- Carro-chefe;
- Gerador de Lucro;
- Máquina de Vendas;
- Utilizar as Mídias Sociais para geração de leads;
- Geração de conteúdo relevante para merecimento de autoridade e engajamento;
- A importância da Landing Page;
- Utilizando o software INFUSION para prospeção e venda;
- Indicadores de desempenho.

Módulo III – Fluxo de Merecimento de Negócio (acompanhamento do lead e venda)

- Etapa 1 – Fundamentos do Atendimento a Clientes;
- Etapa 2 – Técnicas e detalhes da Abordagem Comercial;
- Etapa 3 – Técnicas de Negociação;
- Etapa 4 – Técnicas de Fechamento.

Módulo IV – Pré da Próxima Venda

- Formas de Relacionamento (pós-entrega do serviço);
- Fidelização & Lealdade de Clientes.