

Gestão de Vendas e Negociação (KPIs)

Objetivos Gerais:

Este curso é dirigido a todos os profissionais que pretendam adquirir conhecimentos sobre a evolução das vendas (de onde viemos, onde estamos e para onde vamos), através do seu processo de vendas e diversos tipos de abordagens ao dia de hoje.

Durante o curso formandos irão abordar também os principais passos para a elaboração de um plano de vendas on-line. Assim como compreenderem e aplicarem critérios e métodos para realizar estimativas de potencial de mercado e das vendas. Com o objetivo central de se poder atingir os objetivos de vendas, será essencial compreender e saber aplicar o ciclo (PDCA – plan, do, check, act) para a utilização ao serviço do vendedor enquanto gestor (de vendas).

Objetivos Específicos:

No final deste Curso os participantes deverão estar aptos a:

- Conhecer o perfil e as funções do profissional de vendas no atual modelo on-line;
- Descrever e saber aplicar as técnicas de análise de mercado, estabelecendo um plano de pesquisa à concorrência;
- Dominar técnicas de comunicação eficazes na relação com os clientes;
- Saber analisar e identificar os comportamentos do consumidor em processos de compra;
- Desenvolver estratégias de incremento de vendas e de prospeção de clientes, associadas a técnicas de vendas ajustadas;
- Aplicar técnicas de fidelização de clientes na ótica da sua satisfação;
- Conhecer técnicas de gestão de conflitos e reclamações e fazer a sua correta utilização no contacto com clientes.

Destinatários:

Este curso destina-se a todos os profissionais que necessitem conhecer e aplicar as metodologias e procedimentos de medição de qualidade de vendas e negociação com vista ao aumento da sua eficiência através de modelo on-line.

Carga Horária:

12 horas

Conteúdo Programático:

Módulo I – A Função Força de Vendas

- A força de vendas como função estratégica;
- A força de vendas como função de gestão;
- A força de vendas enquanto força relacional e a venda consultiva.

Módulo II – Trabalhar para e com os Clientes

- Compreender o cliente;
- Angariar clientes;
- Conhecer os clientes;
- Questões a colocar;
- Proporcionar serviços a clientes.

Módulo III – Controlo das Atividades de Vendas (Quantificar para gerir)

- Pressupostos para eficaz controlo de vendas;
- O que vai ser controlado;
- Como vai ser controlado;
- Para que fim.