

Formação Comercial para Profissionais não Comerciais

Objetivos Gerais:

Este curso tem como objectivo dotar os participantes das competências e conhecimentos nos domínios de marketing e das vendas. É um curso direccionado para todas as empresas que tenham o cliente no centro da sua atividade e preocupação e cujo lema seja "todos somos vendedores".

Objetivos Específicos:

No final deste curso os participantes saberão:

- ✓ Identificar a filosofia de gestão de uma empresa orientada para o mercado e a comercialização de produtos e serviços
- ✓ Especificar as linhas de orientação estratégica potencializadoras da capacidade humana de intervenção na comercialização
- ✓ Selecionar as opções mais interessantes, acompanhar o seu desenvolvimento e apreciar os resultados obtidos
- ✓ Possibilitar a formação, promoção ou reconversão profissional para as chefias e quadros técnicos

Destinatários:

Este Curso destina-se a todos os profissionais não comerciais que tenham interação pessoal ou telefónica com Clientes nas funções que desempenham e se pretenda que sirvam de facilitadores, criem interesse nos Clientes em produtos/serviços que as suas empresas fornecem.

Carga Horária:

24 horas

Conteúdo Programático:

1 - ENTENDER A ORGANIZAÇÃO

- ✓ A visão
- ✓ Missão
- ✓ Objectivos
- ✓ Estratégia

2 - A FILOSOFIA DE MARKETING DE UMA EMPRESA E A SUA ESTRUTURA ORGANIZACIONAL

- ✓ O que é o marketing
- ✓ Qual a sua importância
- ✓ Principais funções

3 - AS FUNÇÕES COMERCIAIS NUMA EMPRESA ORIENTADA PARA O MARKETING

- ✓ O que é a Venda?
- ✓ Estruturas Comerciais
- ✓ Alinhamento entre Vendas e Marketing

4 - PRINCÍPIOS DE MARKETING ESTRATÉGICO

- ✓ A análise do mercado
- ✓ Comportamento do consumidor
- ✓ Segmentação
- ✓ Posicionamento

5 - O PLANEAMENTO ESTRATÉGICO DE MARKETING E AS POLÍTICAS DE MARKETING OPERACIONAL (MARKETING-MIX)

- ✓ Produto
- ✓ Preço
- ✓ Distribuição
- ✓ Promoção

6 - A FORÇA DE VENDAS

- ✓ A missão e objectivos
- ✓ Papel da força de vendas
- ✓ Os aspectos da comunicação interpessoal e não-verbal da venda

7 - OS PRINCIPAIS PASSOS ESTRATÉGICOS NO PROCESSO DE VENDAS

- ✓ Técnicas de abordagem
- ✓ Estratégia de persuasão

8 - A INTERACÇÃO DE VENDAS, COM OS SEGUINTE ASPECTOS

- ✓ Abordagem do cliente e descoberta de necessidades
- ✓ Apresentação de vendas
- ✓ Tratamento das objeções
- ✓ Fecho da venda

9 - A ÉTICA NAS VENDAS E O PAPEL DO VENDEDOR

10 - SUPERVISÃO, CONTROLO E A ANÁLISE DAS VENDAS

- ✓ Definição de métricas qualitativas e quantitativas
- ✓ O controlo do esforço de vendas
- ✓ Análise dos desvios entre os objetivos e os resultados das vendas
- ✓ Medidas corretivas