

Vendas Consultivas – Vender Soluções e não apenas Produtos

Objetivos Gerais

O tradicional modo de vendas baseava-se em pouco mais que nas relações pessoais e os Clientes de hoje esperam que os Consultores além de saberem manter a qualidade das relações saibam reconhecer os problemas e requisitos dos clientes e aconselhar as melhores soluções. Este Curso pretende dotar os participantes dos conhecimentos e técnicas associadas às Vendas Consultivas, sensibilizando-os para a importância de entenderem de forma global os requisitos e situação dos Clientes e assim estarem aptos a conceberem e apresentarem as melhores soluções para cada situação.

Objetivos Específicos

No final deste Curso os participantes saberão:

- Perceber os processos envolvidos em Vendas Consultivas, criando mais valor para os seus Clientes;
- Sincronizar o seu ciclo de vendas com o ciclo de compras do Cliente;
- Desenvolver *skills* e técnicas associadas a este tipo de venda;
- Gerir eficazmente os esforços para atingir os resultados pretendidos;
- Descobrir como a sua Organização pode competir no aumento do valor das soluções apresentadas e perceber claramente a diferença entre produto vs. solução.

Destinatários

Este Curso destina-se a todos os profissionais de vendas e gestores de negócio que estejam envolvidos em processos de vendas de soluções globais, e queiram conceber e desenhar a melhor solução para as necessidades dos seus Clientes.

Carga Horária

18 Horas

Conteúdo Programático

Módulo I - A Importância e Evolução dos Processos de Vendas

- Vendas tradicionais vs. Vendas Consultivas

Módulo II – Porquê Ter um Processo Sistematizado de Vendas?

Módulo III – Princípios Básicos das Vendas Consultivas

- A venda consultiva
- Apresentação do processo das Vendas Consultivas (5 I's)
- Princípios Básicos

Módulo IV – Utilização do Processo das Vendas Consultivas (5 I'S)

- Ignorância
 - Planificação – Quem é o Cliente?
 - Planificação – O que vendemos?
 - Planificação – Construção de ferramentas de apoio à venda (FAV):
 - Prospeção – Utilização de FAV e o contacto com o cliente
- Interesse
 - Identificação de Necessidades
 - Definir Visualização – Criar solução na mente do cliente.
- Influência
 - Qualificação da Oportunidade – Processo Contínuo
 - Qualificação da Oportunidade – Ficha de Avaliação de Oportunidade
 - Estratégias de Ataque à Proposta
 - Utilização de Ferramenta Boomerang
 - Redefinir Visualização, quando já existe uma solução na mente do cliente.
 - Antecipar Implementação
 - Passar do “Eu” para o “Tu” – A decisão inversa
 - Antecipar Plano de Ação do “Tu”
 - Chegar à Pessoa-Chave
- Interrogação
- Eliminação de Riscos: Justificação do Valor e Técnicas de Minimização do Risco
- Implementação
 - Princípios negociais do processo das Vendas Consultivas
 - Ferramenta: Quid Pro Quo Negocial
 - Tratamento de Objeções: Técnica C.A.R.O
 - Técnicas de Fecho “não natural”

Módulo V – Gestão de Propostas

- Gestão de Pipeline
- Previsão vs. Controlo de Objetivos

Módulo VI – Breve Briefing Sobre os Exercícios Práticos e de Simulação Efetuadas no Decorrer da Ação de Formação