

Planeamento Estratégico e Negociação Internacional

Objetivos Gerais

No Mundo Global do Século. XXI onde perdura uma forte concorrência empresarial, deparamos com um desenvolvimento de complexas estratégias de persuasão que criam, desenvolvem e fortalecem as relações entre as marcas e os consumidores e onde a criatividade desempenha um papel fundamental.

O domínio das técnicas de negociação, vendas e os vastos conhecimentos técnicos dos produtos/serviços que oferecem não são suficientes para que o comercial seja bem-sucedido nos seus processos negociais.

O curso de Planeamento Estratégico e Negociação visa capacitar o líder organizacional para um conjunto de ferramentas pró-ativas de Ação.

Este curso visa dotar os formandos de um conjunto de conhecimentos e técnicas que lhes permitam participar com sucesso em processos de negociação internacional com clientes, capacitando-os igualmente para desenvolverem um Planeamento Estratégico.

Objetivos Específicos:

No final do curso os formandos saberão:

- Utilizar diferentes estratégias internacionais de negociação;
- Desenvolver as suas capacidades pessoais de negociação;
- Utilizar métodos e ferramentas necessários para preparar e desenvolver negociações difíceis
- Desenvolver poder pessoal de influência;
- Identificar diferentes formas de persuadir;
- Aplicar competências de diálogo, escuta, e comunicação na mediação de conflitos;
- Conhecer e compreender as melhores ferramentas para cada tipo de conflito.

Destinatários:

É destinado a líderes organizacionais e todos os que tenham funções de chefia nas áreas da logística, Planeamento Estratégico, comunicação institucional, operações, compras e distribuição.

Carga Horária:

60 Horas

Conteúdo Programático:

Módulo I - Comunicação

- Falar em público;
- Técnicas anti-stress;
- Relaxamento controlado e respiração disciplinada;
- A imagem e as primeiras impressões;
- Estabelecer contacto com a audiência;
- Os recursos pessoais: a voz, o olhar, os gestos, a postura e a movimentação;
- A comunicação verbal;
- O humor na comunicação;
- A postura e o controlo gestual.

Módulo II - Interação e estratégias de comunicação

- A interação com a audiência;
- Como iniciar a apresentação;
- Métodos para captar e manter a atenção;
- Responder às perguntas colocadas durante a apresentação;
- Utilizar as técnicas da escuta e reformulação;
- Adotar uma estratégia adequada em situação de conflito;
- Fazer face a situações difíceis: objeções, agressividade ou indiferença;
- Lançar o debate no final de uma apresentação;
- O fecho da apresentação.

Módulo III - Negociação internacional

- Estratégias de negociação internacional;
- Orientações estratégicas fundamentais de negociação: negociação integrativa versus negociação distributiva;
- Escolher a sua estratégia negocial segundo o perfil do cliente e segundo a natureza do negócio;
- Avaliar os elementos periféricos da negociação internacional.

Módulo IV - Desenvolvimento negocial e persuasão

- Desenvolvimento da negociação;
- Negociação cooperativa versus negociação competitiva;
- Distinguir posições, interesses e critérios de decisão;
- Controlar o desenrolar da negociação;
- A argumentação persuasiva para apoiar as propostas e contrapropostas;
- Técnicas e procedimentos para influenciar o acordo final;
- Estratégias, técnicas e táticas negociais;
- Princípios táticos da negociação competitiva; controlo das concessões e exigência de contrapartidas;
- Identificar as "armadilhas" colocadas pelos negociadores profissionais;
- Erros a evitar nas negociações;
- Como reagir às táticas mais usuais dos compradores.

Módulo V - Técnicas de influência, persuasão na negociação

- Técnicas de persuasão;
- Como criar credibilidade aos olhos dos outros;
- Lista sistemática de argumentos;
- Atalhos mentais de decisão;
- Regras de comparação: modelação vs. Autoridade vs. Coragem;
- Como aumentar o seu poder de persuasão;
- Imagem;
- Conhecimento;
- Confiança;
- Credibilidade;
- Comunicação;
- Persistência;
- Benefícios;
- Motivação;
- Visibilidade;
- Silêncio.

Módulo VI - Planeamento estratégico

- Planeamento estratégico – definição;
- Metodologias;
- Do Militar ao Empresarial.

Módulo VII - Planeamento estratégico de vendas internacionais

- Objetivos de um planeamento estratégico de vendas;
- Comércio Internacional e as estratégias mais comuns;
- Quem deve ser o responsável pelo planeamento estratégico de vendas;
- Como elaborar um planeamento estratégico de vendas;
- Que ferramentas são utilizadas no planeamento estratégico de vendas;
- A atual metodologia de vendas7 A estrutura da força de vendas;
- Os principais canais de distribuição que estão sendo utilizados;
- A política de preços;
- Como controlar os resultados – ferramentas e instrumentos de controlo para as diversas áreas;
- Controlar o desenrolar.