

Marketing para Gestão de Grandes Contas

Objetivos Gerais

Este Curso pretende dotar os participantes de conhecimentos sobre as fundações para criar e implementar um programa de Gestão de Grandes Contas na organização, com base em Planeamento e Gestão de Marketing direcionados para uma política de pesquisa, desenvolvimento e fidelização de Grandes Contas.

Objetivos Específicos

No final do Curso os participantes estarão aptos a:

- Utilizar eficazmente recursos internos de suporte aos processos de venda e de marketing;
- Prever o fecho da venda em oportunidades geradas em grandes contas;
- Criar um programa de marketing de valor acrescentado para grandes contas;
- Gerir uma rede de contas com localizações diversas e/ou multinacionais;
- Determinar os pressupostos que definem as grandes contas e o seu potencial;
- Definir as melhores formas de entrada e penetração nas contas (quota de cliente);
- Gerir diversas oportunidades na mesma conta e prever o potencial de fecho das mesmas;
- Criar um planeamento de benchmark e destacar recursos para a identificação de oportunidades;
- Lidar com as dificuldades inerentes a contas com os departamentos de compras descentralizados;
- Aumentar a taxa de rentabilidade pela criação de estratégias de acréscimo de valor;
- Criar e manter um programa de comunicação interna que garanta um rápido / completo suporte / resposta ao cliente;
- Organizar, manter e controlar uma estratégia multinacional de contas;
- Planear e executar negociações em grandes contas e preparar a equipa que as vai efetuar;
- Utilizar o reconhecimento de influenciadores e decisores para determinar a estratégia de negociação e vendas;
- Utilizar a análise de pipeline para gerir e prever as vendas.

Destinatários

Este Curso destina-se a todos os que tenham como função o aumento da taxa de penetração em grandes contas, bem como a definição da estratégia de negócio direcionada a esse mercado.

Pré-requisitos

Os pré-requisitos necessários para frequentar este curso são:

- Ter acesso a um computador ou um tablet com ligação à Internet e um browser (programa para navegar na web), como o Chrome, Safari, Firefox ou Internet Explorer.

- Pode aceder ao curso a partir de qualquer computador (por exemplo, em casa e no escritório), tablet ou smartphone.

Carga Horária

24 Horas

Conteúdo Programático

Módulo 0 – Apresentação de Plataforma e Método de Utilização

Módulo I - Desenvolvimento do Programa Estratégico de Gestão de Grandes Contas

- Exercícios práticos e role plays.

Módulo II - Critérios para o Sucesso do Programa Definido

- Exercícios práticos e role plays.

Módulo III - Valor Acrescentado

- Exercícios práticos e role plays.

Módulo IV - O Programa e o Planeamento da Gestão de Grandes Contas

- Exercícios práticos e role play.

Módulo V - A Função de Gestor de Grandes Contas

- Exercícios práticos e role plays.

Módulo VI - A Responsabilidade do Gestor

- Exercícios práticos e role plays.

Módulo VII - Planeamento de Produtividade em Vendas

- Exercícios práticos e role plays.

Módulo VIII - A Equipa de Gestão de Grandes Contas

- Exercícios práticos e role plays.

Módulo IX - Implementação do Programa Definido

- Exercícios práticos e role plays.

Metodologia

Este curso tem sempre presente o formador, que irá mesmo dar a formação presencial através da plataforma.

O Formando pode intervir juntamente com o formador ou com os restantes formandos tal como faz na sala de aula.

As apresentações e exercícios serão sempre disponibilizados pelo formador no final de cada sessão de formação.

No final do curso receberá um Certificado de Formação Profissional caso frequente pelo menos 90% das aulas, realize os trabalhos e os testes propostos, participe nas discussões online e tenha avaliação final positiva.

Esta formação é certificada e reconhecida.