

## Quanto Vale o Seu Produto Serviço para o seu Cliente?

### Objetivos Gerais

Este Curso pretende dotar os participantes das seguintes competências: uma estratégia de preço fundamentada no valor que o produto/serviço representa para o cliente, e não no seu custo, é o resultado de um trabalho que permite perceber em que é que esse produto/serviço vai aumentar a produtividade, reduzir os custos operacionais e contribuir para uma vantagem competitiva do cliente, sendo possível constituir uma fórmula de preço baseada em ganhos para as partes envolvidas no processo de venda.

### Objetivos Específicos

No final deste Curso os participantes saberão:

- Perceber a natureza e as limitações duma política de preços convencional;
- Perceber o conceito de VALOR e de como reconhecê-lo;
- Análise do conceito 'Economic Value to Customer' e de como incluí-lo na definição do preço;
- Perceber o papel do lucro e do valor nas transações de negócio atualmente;
- Rever as aproximações ao 'Value Pricing' e de como utilizá-las;
- Identificar técnicas de venda com base no valor.

### Destinatários

Este Curso destina-se a Gestores de marca e/ou produto, Analistas de Marketing, Gestores de Vendas, Gestores de Contas e a todos aqueles que, numa organização, tenham responsabilidade na definição de preços dos produtos/serviços.

### 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

6 Horas

## Conteúdo Programático

**Módulo 0 – Apresentação de Plataforma e Método de Utilização**

**Módulo I - Abordagens de Preço Convencionais**

**Módulo II - O que é VALOR e Porque é Importante**

**Módulo III - Definir o Valor Adequado dos Produtos/Serviços aos Clientes**

**Módulo IV - Calcular o ‘Economic Value to Customer’**

**Módulo V - Desenvolver Flexibilidade e Opções para Definição de Preços**

**Módulo VI - Diferentes Abordagens a ‘Value Pricing’**

**Módulo VII - Vender uma Proposta Baseada no Valor**

**Módulo VIII - Apresentar o Valor em Termos Emocionais e Económicos**

**Módulo IX - Perceber e Aplicar os Pressupostos Adequados ao Processo de Venda**

**Módulo X - Definir Preços Proveitosos num Ambiente Competitivo**

**Módulo XI - Conseguir Perceber o Valor Económico do Produto/Serviço para o Cliente**

**Módulo XII - Selecionar as Táticas mais Adequadas para Constituição de Preço com Base no Valor**

## 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.