

Alinhamento Estratégico entre Marketing e Vendas

Objetivos Gerais

Este Curso tem como objetivo dar a conhecer aos participantes as alterações que foram surgindo no mercado, as consequências dessas alterações nas empresas e nas funções de Vendas e Marketing, bem como os novos requisitos e técnicas que dispõem para a otimização do desempenho, de forma a existir um alinhamento estratégico entre estas duas funções.

Objetivos Específicos

No final deste Curso os participantes deverão ser capazes de dominar os principais conceitos e técnicas de Marketing e Vendas, criando um alinhamento estratégico destas funções.

Destinatários

Este Curso destina-se essencialmente a Gestores, Diretores de Marketing e Vendas, Responsáveis por Carteiras de clientes e de uma forma mais geral a todos os profissionais de Marketing e de Vendas que necessitem cooperar e trabalhar em conjunto e produtivamente.

Carga Horária

12 Horas

Conteúdo

Módulo I - A Realidade Organizacional Envolvente

- Gestão Empresarial e de Marketing
- Organização e Gestão de Vendas
- Análise e Diagnóstico em Marketing
- Motivação e Gestão de Equipas
- Ótica das Vendas Vs. Ótica de Marketing
- A importância do desenvolvimento de uma abordagem complementar

Módulo II - Planeamento Estratégico e Operacional

- Planeamento e Simulação em Marketing

- Competências e Rentabilidade em Vendas
- Distribuição e Merchandising
- Estratégias e Campanhas de Comunicação

Módulo III - Marketing e Vendas no Século XXI: um Relacionamento para o Sucesso

- Marketing Relacional E-Marketing
- Automatização de Vendas e E-Commerce
- CRM
- Programas de Retenção e Fidelização