

As Técnicas de Programação Neurolinguística Aplicadas à Vendas e Medição da Gestão de Vendas e Negociação (kpis)

Objetivos Gerais

Este Curso tem como objetivo dotar os participantes dos conhecimentos, técnicas e competências que lhes permitam identificar e dominar os fatores que afetam em diversos domínios os aspetos relacionais e comunicacionais aplicados às vendas e à negociação.

Este curso é dirigido a todos os profissionais que pretendam adquirir conhecimentos sobre a evolução das vendas (de onde viemos, onde estamos e para onde vamos), através do seu processo de vendas e diversos tipos de abordagens ao dia de hoje.

Durante o curso formandos irão abordar também os principais passos para a elaboração de um plano de vendas on-line. Assim como compreenderem e aplicarem critérios e métodos para realizar estimativas de potencial de mercado e das vendas. Com o objetivo central de se poder atingir os objetivos de vendas, será essencial compreender e saber aplicar o ciclo (PDCA – plan, do, check, act) para a utilização ao serviço do vendedor enquanto gestor (de vendas).

Objetivos Específicos

No final do Curso os formandos ficarão aptos a:

- Definir as técnicas da PNL utilizadas nas vendas e na negociação;
- Identificar os principais instrumentos comunicacionais e aprofundar a sua prática operativa de modo a poder instrumentalizar novas ferramentas de trabalho;
- Desenvolver as competências técnicas e relacionais aplicadas na comercialização de produtos e serviços;
- Conhecer o perfil e as funções do profissional de vendas no atual modelo on-line;
- Descrever e saber aplicar as técnicas de análise de mercado, estabelecendo um plano de pesquisa à concorrência;
- Dominar técnicas de comunicação eficazes na relação com os clientes;
- Saber analisar e identificar os comportamentos do consumidor em processos de compra;
- Desenvolver estratégias de incremento de vendas e de prospeção de clientes, associadas a técnicas de vendas ajustadas;
- Aplicar técnicas de fidelização de clientes na ótica da sua satisfação;
- Conhecer técnicas de gestão de conflitos e reclamações e fazer a sua correta utilização no contacto com clientes.

Destinatários

Este Curso destina-se a todos os profissionais com responsabilidades de chefia, de supervisão de equipas e de implementação de soluções técnicas e de prestação de serviço, que no seu dia-a-dia necessitem de utilizar as técnicas de negociação e venda, em contextos competitivos perante interlocutores com responsabilidades empresariais e organizacionais.

Carga Horária

30 Horas

Conteúdo Programático

Módulo I – A venda Consultiva - As Técnicas de Vendas e de Negociação

- O Contexto das Vendas e da Negociação;
- Os Profissionais de Vendas;
- As Diferentes Formas e Estilos de Venda;
- As Vendas Pessoais e as Técnicas da PNL - Programação Neurolinguística;
- O Sistema VAC - Visual, Auditivo e Cinestésico;
- As Armadilhas da Linguagem: Omissões, Distorções e Generalizações;
- A Descoberta das Necessidades, a Escuta Ativa e a Questionação;
- A Argumentação, o Tratamento e a Resposta às Objeções;
- A Alternativa Positiva, a Apresentação do Preço e a Reformulação;
- Os Sinais de Aceitação e o Fecho da Negociação e Venda;
- As Despedidas Úteis e a Conclusão.

Módulo II - A Psicologia e a Sociologia Aplicadas

- As Tipologias de Personalidade;
- As Motivações;
- Os Mecanismos do Comportamento. O Comportamento do Comprador;
- A PNL - Programação Neurolinguística, a Assertividade e a AT - Análise Transacional;
- O Comportamento Não-Verbal;
- Expressão Facial;
- Comportamento dos Olhos;
- Cinética;
- Proxémica;
- Para linguística;
- As Interações Sociais;

- Os Sistemas e as Organizações. A Formação de Impressão.

Módulo III - As Técnicas Relacionais Específicas

- Fora da Entrevista de Venda (Marketing Direto, Telemarketing, DAV-Dossier Autónomo de Venda);
- A importância do Local de Venda;
- Instrumentos para o Plano de Vendas;
- Demonstrações;
- Auxiliares de Venda;
- Dramatização;
- Nota de Encomenda;
- Encadeamento das Visitas;
- Recomendações;
- Os Negócios na Era da Informação;
- Negociar na Internet;
- Marketing One-To-One;
- Marketing Viral;
- Marketing-Mix On-Line;
- Marketing do Web Site;
- A Ética em Vendas;
- A Gestão de Vendas;
- Os Relacionamentos Interculturais nas Vendas Internacionais.

Módulo IV – A Função Força de Vendas

- A força de vendas como função estratégica;
- A força de vendas como função de gestão;
- A força de vendas enquanto força relacional e a venda consultiva.

Módulo V – Controlo das Atividades de Vendas (Quantificar para gerir)

- Elaboração de KPI de Vendas
- Pressupostos para eficaz controlo de vendas;
- O que vai ser controlado;
- Como vai ser controlado;
- Para que fim.