Curso Venda Consultiva

Negócio - Atendimento, Vendas e Negociação

- **Nível:**
- **Duração:** 14h

Sobre o curso

O curso **Venda Consultiva** prepara profissionais de vendas para atuar num mercado onde já não basta vender: é necessário compreender, diagnosticar e co-criar soluções com o cliente. Esta formação oferece uma abordagem prática e orientada a resultados, que capacita os participantes a transformar cada interação comercial numa oportunidade estratégica de gerar valor mútuo.

Ao dominar técnicas de investigação, escuta ativa, proposta de valor e negociação, os participantes serão capazes de construir relações mais sólidas e produtivas, acelerar ciclos de venda, aumentar taxas de conversão e fomentar a fidelização. Este curso é ideal para equipas comerciais que procuram uma evolução no seu modelo de venda e desejam criar impacto real nos resultados da organização.

Destinatários

- Gestores Comerciais e Key Account Managers que pretendem evoluir de um modelo transacional para uma abordagem mais consultiva e centrada no cliente.
- Técnicos e Consultores Comerciais que lidam com vendas complexas, produtos ou serviços intangíveis e ciclos de decisão prolongados.
- Profissionais de vendas B2B que procuram melhorar a qualidade da sua abordagem, diferenciar-se da concorrência e aumentar a taxa de conversão.
- Responsáveis de equipas comerciais que desejam reforçar a produtividade e a consistência dos seus vendedores, promovendo uma cultura de valor e foco estratégico.
- Colaboradores em processos de transição ou promoção para funções com maior responsabilidade comercial, negociação e gestão de carteira de clientes.

Objetivos

- **Compreender o diferencial da venda consultiva**, distinguindo-a de abordagens tradicionais e contextualizando o papel estratégico do gestor comercial.
- **Melhorar a preparação e o mapeamento estratégico**, recolhendo informação relevante e

identificando stakeholders indispensáveis para uma abordagem consultiva eficaz.
- **Desenvolver a capacidade de investigação de necessidades explícitas e latentes**, construindo confiança e relevância junto dos clientes.
- **Criar propostas diferenciadoras e baseadas em valor**, apresentando-as com impacto e alinhamento com os resultados do cliente.
- **Aumentar a eficácia no fecho e na fidelização**, estabelecendo condições para acordos sustentáveis e preparando o caminho para o relacionamento contínuo.
- **Traduzir aprendizagem em prática imediata**, consolidando competências e definindo ações concretas de aplicação no terreno.

Metodologia

A formação assenta numa abordagem experiencial, combinando 70% de prática ativa com 30% de enquadramento teórico, recorrendo a técnicas participativas que promovem a reflexão e a aplicação dos conteúdos.

Estudos de caso: desafios verídicos para maximizar transferência para o terreno.

Programa

- A Venda Consultiva
- Inteligência de Cliente e Mapeamento Estratégico
- Conversas de Diagnóstico Profundo
- Co-criação de Soluções de Valor
- Negociação Colaborativa e Fecho com Confiança

A Venda Consultiva

- Diferença entre venda transacional e consultiva.
- A evolução do papel do vendedor: de “apresentador de serviços” a estratega de soluções.
- Desafios específicos da venda de intangíveis: confiança, risco percebido, ciclos longos.
- Elementos-chave da venda consultiva: empatia, escuta, diagnóstico, co-criação, valor percebido.

Inteligência de Cliente e Mapeamento Estratégico

- Como usar redes sociais (ex: LinkedIn), bases de dados e sinais de mudança (ex: contratações, parcerias, eventos).
- Identificação de “trigger events” e pontos de entrada consultiva.
- Ferramenta: Mapa de Stakeholders (poder, influência, motivação, timing).
- Comportamentos e prioridades dos decisores em compras.

Conversas de Diagnóstico Profundo

- As fases de uma conversa consultiva: preparação, abertura, investigação, alinhamento.

- Tipos de perguntas estratégicas:
    - Situação atual.
    - Problemas e obstáculos.
    - Impacto no negócio ou nas pessoas.
    - Potencial de melhoria e consequências da inação.
- Técnicas de escuta ativa: reformulação, pausa, validação emocional.
- Indícios de compra: como reconhecer quando o cliente está recetivo à proposta.

Co-criação de Soluções de Valor

- Passar de proposta standard a proposta co-desenhada
- Elementos de uma proposta irresistível: desafio, solução, impacto, plano.
- Técnicas de storytelling para comunicar propostas: estrutura “situação–complexidade–mudança”.
- Como lidar com objeções durante a apresentação: validação, reformulação, evidência.

Negociação Colaborativa e Fecho com Confiança

- Preparação da negociação: interesses mútuos, zonas de possível acordo.
- Táticas de negociação cooperativa: escuta, cedência planeada, alternativas.
- Como lidar com “fantasmas comerciais”: o não dito, hesitação e resistência passiva.
- Estratégias de fecho positivo: resumo de ganhos, proposta de próximos passos, compromisso emocional.
- A importância do follow-up pós-venda como parte da proposta de valor.