

Técnicas de Vendas e Negociação

Competências Empresariais - Marketing e Vendas

- **Nível:**
 - **Duração:** 14h
-

Sobre o curso

Neste curso, irá aprender a desenvolver técnicas e comportamentos que permitem uma maior conversão em vendas efetivas.

- Conceito de negociação em contexto de venda e de compra
 - O papel da confiança na negociação (venda ou compra)
 - O papel das relações na negociação
 - O papel da comunicação na negociação
 - Da identificação, compreensão à negociação com o cliente
 - Quem está a vender/comprar e compras a quem, porquê, como, onde e com que objetivo?
-

Destinatários

Pessoas que exerçam, ou que esperem vir a exercer atividades profissionais que careçam de competências ao nível da venda ou da compra, negociação e persuasão, nomeadamente na área comercial, de compras ou afins.

Objetivos

- Conhecer as etapas do processo de vendas/compras e as fases do processo negocial;
- Planear e preparar a venda/compra;
- Adaptar a comunicação aos diferentes estilos de negociação;
- Saber o que é a abordagem prévia e como utilizá-la;
- Conhecer e aplicar técnicas de comunicação e persuasão, seja em contexto de venda ou de compra;
- Tratar objeções e gerir eficazmente conflitos;
- Saber fechar uma venda/compra e fazer o acompanhamento;
- Conhecer abordagem *Win-Win*;

Metodologia

A formação terá uma abordagem participativa, promovendo a interação entre os participantes e a aplicação prática dos conceitos discutidos.

A metodologia combinará brainstorming com algumas dinâmicas/roleplays.

Programa

- A Confiança e a Comunicação;
- Da Relação à Negociação;
- Da Identificação à Negociação;
- Objeções e Catalisadores da Negociação;
- Gestão da Relação com o Cliente;
- Plano de Melhoria Individual;

A Confiança e a Comunicação

- Qual o papel da confiança num processo negocial seja ele em contexto de venda ou compra
- O papel da inteligência emocional na forma como negociamos
- A comunicação como forma de direcionar e influenciar a negociação (Modelo SPIN)
- A escuta ativa, passiva, compreendida e participativa
- A importância das perguntas num processo negocial
- Os 4Rs da Programação Neurolinguística (Relacionamento, reconhecimento, rapport e responsabilidade)

Da Relação à Negociação

- Vendas/compras consultivas;
- Como criar uma relação bem sucedida com o cliente;
- Etapas de desenvolvimento de uma relação num processo de negociação;

Da Identificação à Negociação

- Identificação do perfil do cliente/fornecedor e suas necessidades;
- Adaptar comunicação, estilo relacional e de negociação ao perfil do cliente/fornecedor;
- Quem está a vender/comprar a quem, porquê, como, onde e com que objetivo?;
- Fidelização, Upselling e cross-selling;
- Da preparação, à negociação e fecho;

Objecões e Catalisadores da Negociação

- Identificação do perfil de decisão do cliente/fornecedor;
- Identificação, antecipação e gestão de padrões de concordância e de discordância;
- Da objeção à oportunidade;
- Comercial/cliente de posição negocial fixa e de crescimentos, suas diferenças;

Gestão da Relação com o Cliente

- Novas tendências e desafios futuros;
- Importância da relação do pós-venda/compra ou pós-venda/compra;

Plano de Melhoria Individual