PNL Aplicada às Vendas: Técnicas e Estratégias para aumentar Resultados

Negócio - Atendimento, Vendas e Negociação

Promoção: Back to Business: 20% de desconto para inscrições realizadas até 31 de outubro

Últimas ofertas

Live Training (também disponível em presencial)

- **Localidade:**
- **Data:** 12 Oct 2026
- **Preço:** 690 € (Os valores apresentados não incluem IVA. Oferta de IVA a particulares e estudantes.)
- **Horário:** Tarde das 14h00 às 17h30
- **Nível:**
- **Duração:** 14h

Sobre o curso

A capacidade de estabelecer relações de confiança, compreender os clientes e adaptar a comunicação e abordagem às suas necessidades é fundamental para o sucesso comercial. A Programação Neurolinguística (PNL) oferece um conjunto de técnicas e estratégias práticas que potenciam a eficácia da comunicação, a empatia e a capacidade de influenciar de forma ética e construtiva.

O curso **PNL Aplicada às Vendas: Técnicas e Estratégias para aumentar Resultados** proporciona aos profissionais de vendas ferramentas para desenvolverem uma escuta ativa, ajustarem os seus comportamentos às preferências dos clientes e reforçarem a sua capacidade de persuasão, contribuindo para o aumento da taxa de sucesso nas vendas e para relações comerciais sustentáveis.

Destinatários

- **Profissionais de vendas e comerciais** que pretendam melhorar os seus resultados através de uma abordagem mais empática, estratégica e personalizada;
- **Gestores de equipas comerciais** interessados em potenciar o desempenho das suas equipas;
- **Empreendedores e profissionais** que lidam com clientes e desejam reforçar as suas competências de comunicação e influência;
- Todos os que pretendem conhecer e aplicar os princípios da PNL ao processo de venda e relacionamento com clientes.

Objetivos

No final da formação, os participantes deverão ser capazes de:

- Compreender os fundamentos da PNL e a sua aplicação no contexto comercial;
- Desenvolver relações de confiança com os clientes através de técnicas como o rapport, calibração, sincronização e backtracking;
- Identificar padrões de pensamento, necessidades e motivações dos clientes, utilizando ferramentas de observação e análise comportamental da PNL;
- Aplicar estratégias de persuasão adaptadas ao perfil de cada cliente, promovendo o fecho de vendas de forma personalizada e eficaz;
- Utilizar a linguagem, metáforas, resignificação e projeção futura para influenciar positivamente a decisão de compra.

Metodologia

No decorrer da formação irá utilizar-se maioritariamente uma metodologia ativa e interativa, através de exercícios práticos e análise de estudos de caso com o objetivo de treino e aquisição das técnicas de PNL e de simulações de vendas com debriefing e análise aos comportamentos adquiridos ao longo da formação.

Programa

- A PNL (Programação Neuro Linguística) no quotidiano da atividade comercial
- Reforçar as relações de confiança com os clientes através da PNL
- Identificar e compreender as necessidades e motivações dos clientes
- Saber persuadir e potenciar o fecho da venda, tendo em conta as preferências individuais e únicas de cada cliente

A PNL (Programação Neuro Linguística) no quotidiano da atividade comercial

- O que é a PNL?
- Quais os Princípios e Pressupostos da PNL?
- Qual o Valor acrescentado da PNL para a atividade comercial e para o sucesso do vendedor?

Reforçar as relações de confiança com os clientes através da PNL

- O modelo de Comunicação e perceção e o seu impacto em nós, nos outros e na forma como nos relacionamos
- O que é o rapport e qual a sua importância na atividade comercial?
- Como criar rapport com os clientes?
    - Como calibrar com o cliente
    - Como sincronizar com o cliente
    - O BackTracking como suporte à criação de relações de confiança

Identificar e compreender as necessidades e motivações dos clientes

- Como obter informações precisas e identificar os metaprogramas (padrões de pensamento) do cliente?
- Como compreender a situação do cliente através das diferentes posições percetuais?

Saber persuadir e potenciar o fecho da venda, tendo em conta as preferências individuais e únicas de cada cliente

- Como argumentar e persuadir o cliente através da linguagem e dos sistemas de representação?
- Como influenciar a decisão de compra através de metáforas e analogias?
- Como alterar a perceção do cliente e “abalar” as suas objeções através da resignificação?
- Como projetar o cliente no futuro aumentando o seu vínculo com a solução proposta?