

## ENQUADRAMENTO E OBJETIVOS

O Workshop **“Venda Estratégica”** tem como principal objetivo aumentar a eficácia da Gestão Comercial, através do incremento da capacidade competitiva e proatividade comercial. Otimiza a forma atual de abordar, estruturar e realizar a Gestão Comercial, tanto nos Clientes como nos potenciais Clientes, identificando, sistematizando e potenciando os comportamentos que conduzem ao êxito na venda complexa.

O Workshop está dividido em três blocos diferentes, atendendo as três perspetivas básicas em que desenvolvem as suas atividades os Gestores e Gerentes Comerciais: a visão estratégica perante um cliente, as habilidades táticas nas reuniões, apresentações e contactos e no desenvolvimento do negócio em cada uma das contas, que permitem aos participantes incrementar a sua eficácia e produtividade comercial.

É um programa para aumentar a eficácia da Gestão Comercial, através do incremento da capacidade competitiva.

### Propósito: Verificar e desenvolver estratégias de venda competitivas

- Desenvolver maiores possibilidades competitivas,
- Analisar as forças políticas implicadas nas suas contas,
- Ganhar as operações à custa da concorrência.

### Resultado: Incremento da produtividade dos resultados comerciais

- Estuda cada oportunidade de venda competitiva,
- Pergunta-se: “Devo continuar?”, “Posso competir?”, “Posso ganhar?”,
- Desenvolve, analisa e implementa as próprias estratégias,
- Contacta melhor, e com credibilidade, no nível executivo do cliente,
- Identifica a “base de poder” de cada cliente, alinhando-se com ele,
- Compreende e utiliza adequadamente as influências que intervêm no processo.

### Conteúdos: Altamente interativos, analisando seis aspetos essenciais

- Análise Competitiva de Oportunidade;
- Planificação Estratégica;
- Autoridade vs. Influência;
- Contacto a nível Executivo;
- Estrutura Política;
- Estratégia Global;
- Execução Tática.

### Adaptação: Foca tanto as características e peculiaridades individuais como as Organizativas

- Adapta os conteúdos à realidade operativa dos participantes,
- Proporciona as técnicas e ferramentas necessárias para que os gestores e gerentes comerciais desenvolvam eficazmente o seu trabalho num mercado cada vez mais competitivo;
- Criando padrões comuns de pensamento e atuação imprescindíveis para o seu eficaz posicionamento como gestor comercial orientado para o cliente e fornecedor de um valor acrescentado;
- Potenciando a eficácia dos participantes no estabelecimento e consolidação das relações entre a sua Organização e os seus clientes;
- Otimizando a gestão comercial através do desenvolvimento de habilidades estratégicas que fortaleçam a posição do Gestor/Gerente Comercial, que diminuam os ciclos de venda e favoreçam o alinhamento com os interlocutores chave para incrementar os resultados de vendas globais;
- Integrando pessoas e funções em equipas orientadas a resultados, conseguindo soluções com o maior valor acrescentado para o Cliente.

## DESTINATÁRIOS

Gestores Comerciais, Gerentes de Unidade de Negócio, Gestores Financeiros, Executivos de Conta, Key Account Managers, e a todos os Comerciais com responsabilidade de gestão comercial em pequenas, médias e grandes contas.

## PROGRAMA

### 1. O Novo Meio Competitivo

Fontes tradicionais de Vantagens Competitivas; Solidez competitiva do Gestor/Gerente Comercial. Mercado/Concorrência. Níveis de eficácia.

### 2. Processo Operacional de Venda

As diferentes fases do plano de venda; O papel do Gestor/Gerente comercial em cada uma delas; Aproximação: foco na recetividade, na insatisfação e no poder.

### 3. Análise de Oportunidades

Como identificá-las, priorização de oportunidades. Plano de Conta.

### 4. Planificação Estratégica Comercial

Diferenciação entre Estratégia e Tática; A planificação estratégica como precedente da execução tática; Componentes do Plano Estratégico Competitivo; Tipos de Estratégias Competitivas.

### 5. Autoridade vs. Influência

Sensibilizar os participantes sobre a importância de identificar a estrutura de influência na organização cliente.

### 6. Acesso ao Nível Executivo

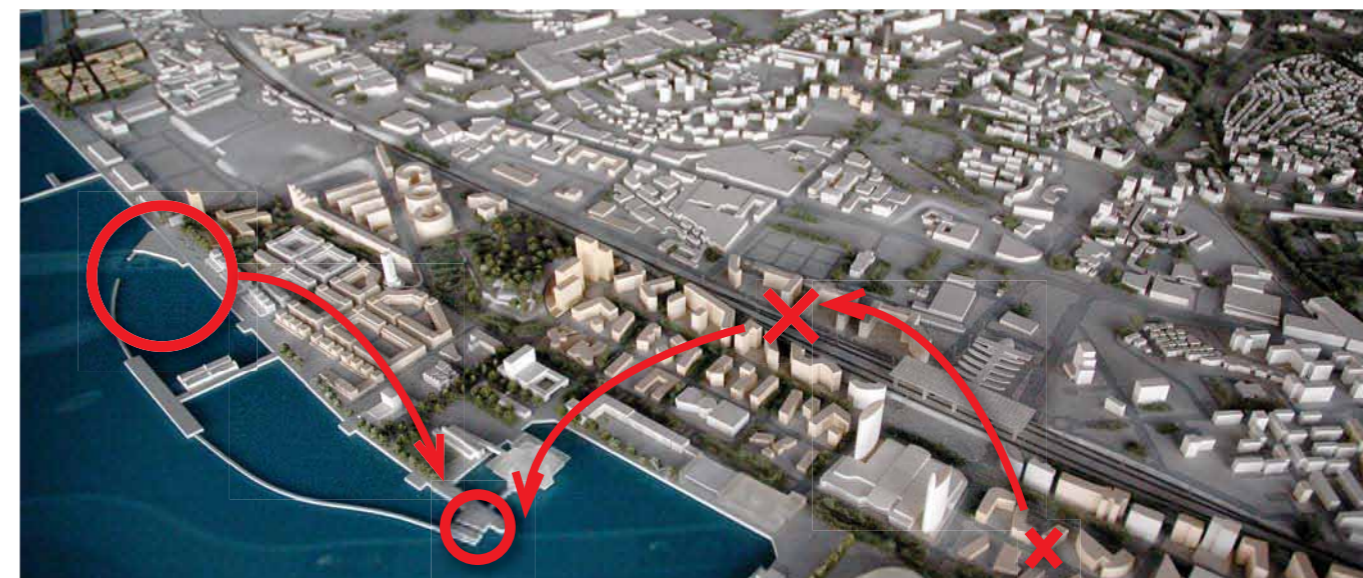
Definição de Nível Executivo: Quem?

### 7. Importância de Aceder ao Nível Executivo

Por quê? Situações em que é necessário acederem ao Nível Executivo: Quando? O caminho mais adequado para chegar ao Nível Executivo: Como?

### 8. Tipo e Atitudes dos Interlocutores

Como compreender o foco de cada um; como interpretar e lidar com atitudes de cada Interlocutor no processo de venda.



**VENDA ESTRATÉGICA**  
**DURAÇÃO: 3 DIAS**

