

A CREIA Consultores é uma empresa 100% portuguesa, com algumas parcerias nacionais e internacionais. Dedicada à Consultadoria de Organização e à Formação Gerencial e Comercial, a CREIA Consultores tem desenvolvido vários Projetos de Intervenção Organizacional, bem como Programas de Formação desenhados e implementados em estreita colaboração com os seus Clientes, de diversos setores de atividade. Neste particular, de realçar todos os Projetos realizados nos Setores de Telecomunicações e Alta Tecnologia, Banca Seguros, Indústria e Serviços no desenho e operacionalização de Ações de Formação e Consultadoria, com o objetivo de desenvolver competências e aumentar a eficácia das suas Forças de Venda no alcance de resultados comerciais.



Manuel de Souza-Mattos é Partner da CREIA Consultores e, também, o seu Diretor-geral. O seu percurso académico e profissional, nos últimos vinte anos, passam pelos E.U.A., Espanha, Brasil e Portugal, onde adquiriu uma vasta experiência empresarial. Com mais de vinte anos de experiência, como consultor formador na preparação, realização e seguimento de Programas de Consultadoria e Formação nas áreas comerciais e comportamental com diferentes públicos-alvo de várias empresas de diferentes setores de atividade.

DURAÇÃO

14 horas

HORÁRIO

09h00 – 12h30
13h30 – 17h00

INSCRIÇÕES

O número de inscrições é limitado, pelo que serão aceites por ordem de chegada. As inscrições só se tornam efetivas após confirmação do Workshop pelo IFB.

LOCAL

IFB – Instituto de Formação Bancária
Lisboa: Av. 5 de Outubro, 164



ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DE BANCOS



Informações:

Teresa Corales
Av. 5 de Outubro, 164, 1069-198 Lisboa, Portugal
Tel.: (+351) 217 916 278 Fax: (+351) 217 977 732
e-mail: t.corales@ifb.pt

www.ifb.pt



draft

...

Venda Estratégica

7 e 8 | Julho | 2014



ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DE BANCOS



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 receptividade, 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.

