

FORMAÇÃO ESSENCIAL PARA PROFISSIONAIS DE VENDAS

GESTÃO DE CLIENTES-CHAVE (KEY ACCOUNTS)

**Métodos de Gestão Consagrados
para Atingir Metas de Vendas com Sucesso**

GESTÃO DE CLIENTES-CHAVE

Objetivos do Programa

- . Perceber as especificidades da área de planejamento e gestão de vendas em Key Accounts como um processo evolutivo.
- . Apresentar um método para o planejamento de vendas com vistas ao atendimento das necessidades dos clientes-chave, tomando decisões eficazes gerando resultados positivos para a organização.
- . Demonstrar a importância do vendedor para a sociedade, economia, mercado; as características da venda pessoal; a organização da força de vendas; direcionamento da equipe de vendas; controle da performance da equipe de vendas.
- . Descrever as funções desempenhadas atualmente pelo profissional de vendas e finalmente analisar e discutir os principais aspectos teóricos e práticos de sua gestão para o alcance de metas de curto, médio e longo prazo.
- . Contribuir para que o profissional de vendas agilize sua capacidade de diagnosticar o estágio de propensão à compra em que se encontra o cliente-chave e ampliar o seu leque de alternativas de estilos de vendas utilizando o estilo mais apropriado e com maior probabilidade de êxito em cada situação
- . Estimular o profissional de vendas para que tenha um conjunto de objetivos realistas e desenvolva um plano tático que o leve até seu objetivo.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Módulo 1 - GESTÃO ESTRATÉGICA APLICADA À CLIENTES-CHAVE

- . Mudanças de cenários - Paradigmas de Vendas;
- . Fatores de influência em vendas: Quantidade de visitas, qualidade nas visitas, planejamento das visitas;
- . Perfil exigido dos vendedores pelos cliente-chave;
- . A necessidade de que TODOS sejam hábeis planejadores para a empresa atingir as metas para sua sobrevivência;
- . Preparando as pessoas e entusiasmando-as para atingir as metas que os concorrentes não conseguem;
- . Planejamento de Vendas – Metodologia Gestão pelas Diretrizes em Vendas (GPD) – Método essencial para a prospecção e o tratamento de clientes-chave.
- . Como estabelecer o processo de diretrizes;
- . Como estabelecer metas para todos pelas diretrizes;
- . Como elaborar planos de ação para o alcance das metas;
- . Como estabelecer itens de controle ou indicadores de desempenho e itens de verificação .
- . Exercícios práticos para aplicabilidade;
- . Prática do Método de Gerenciamento P.D.C.A. (Planejar, Fazer, Checar e Avaliar) para o atingimento das metas ;
- . Análise dos indicadores de performance de vendas – Índices de eficiência (causas) e eficácia (efeitos) - Comparações de equipes
- . Plano de ação para Key Account.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Módulo 2 - FUNIL DE NEGÓCIOS PARA CLIENTES-CHAVE

- . O que significa encantar seu cliente;
- . Introdução ao conceito do “Funil de Negócios”
- . Análise e retrospectiva da relação entre Negócios Fechados; Propostas Negociadas, Propostas Entregues, Contatos , Tentativas de Contatos e Mercado Coberto;
- . Identificação das fases de prospecção de negócios, apresentação de propostas, negociação e fechamento;
- . Identificação, avaliação e qualificação de oportunidades;
- . Controle do processo de melhoria de resultados através da melhoria da qualidade de gestões ao longo de todas as fases do “funil de negócios”;
- . O ciclo da venda e os estágios de propensão à compra do cliente-chave;
- . Autodiagnostico - Perfil de Estilos de Comportamento em Vendas;
- . Aprimorando seus pontos fracos – dicas
- . Análise e Avaliação de Estilos do Vendedor
- . Comportamentos e Ações Essenciais de Pós-Venda para clientes-chave;
- . Como anda o Pós-Venda atualmente – diagnóstico.
- . Estratégias já de Pós-venda para fidelização – Lista de verificação

METODOLOGIA

Apresentação expositiva e dialogada com os participantes com apoio de projeção multimídia. Estudos de casos e exercícios de aplicabilidade para efetivação da aprendizagem de acordo com os métodos propostos.

Carga-Horária : 16 horas