

PROGRAMA CUORE | Apoio ao Colaborador  
Formação Contínua

Programa III:

Informar Vs Vender

# Bem Vindo(a) à sua Formação

Na sequência de celebração de Contrato de Trabalho, a GI GROUP vem por este meio enviar o seu **Programa de Formação de Colaborador**.

Esta formação é de consulta obrigatória e corresponde à modalidade de formação inicial, a qual consideramos ser uma mais-valia, quer para o seu desenvolvimento pessoal e profissional, quer para a sensibilização dos princípios orientadores do presente Módulo, considerados de maior relevância, na garantia de um exercício profissional de excelência.

Estes cursos estão organizados em formação à distância e, na modalidade de auto formação, modalidade de aprendizagem individual que permite ao indivíduo aprender ao seu próprio ritmo, utilizando recursos específicos para o efeito e, que contribua para o aumento das suas competências pessoais e profissionais sem a necessidade do acompanhamento contínuo de um tutor ou formador.

Ao aceder a este Módulo, o/a Colaborador/a declara que se compromete a:

1. Aceder ao material formativo e dedicar o tempo necessário, para o seu desenvolvimento de competências e conclusão do presente Módulo;
2. Não transmitir a terceiros, sob qualquer forma, os materiais formativos recebidos.

Em caso de necessidade de suporte, p.f. contacte: [formacao.colaborador@gigroup.com](mailto:formacao.colaborador@gigroup.com)

# Conteúdo Programático

## **A Rota da Excelência no Atendimento – A Dinâmica da Venda**

Sucesso na relação com o Cliente

Competências Chave

As crenças

Positividade e Empenhamo Organizacional

Mudança de Foco

Tratamento de Objeções e Técnicas de fecho

Mudança de Foco

Venda centrada na Pessoa e nas suas necessidades

Mudança de Foco

Reforce a sua credibilidade

Como é que o cliente percebe valor?

Técnicas de Tratamento de Objeções

A emoção do Cliente

Treine a Argumentação

*Debriefing de Formação – O que Aprendi*

# A Rota da Excelência no Atendimento – A Dinâmica da Venda

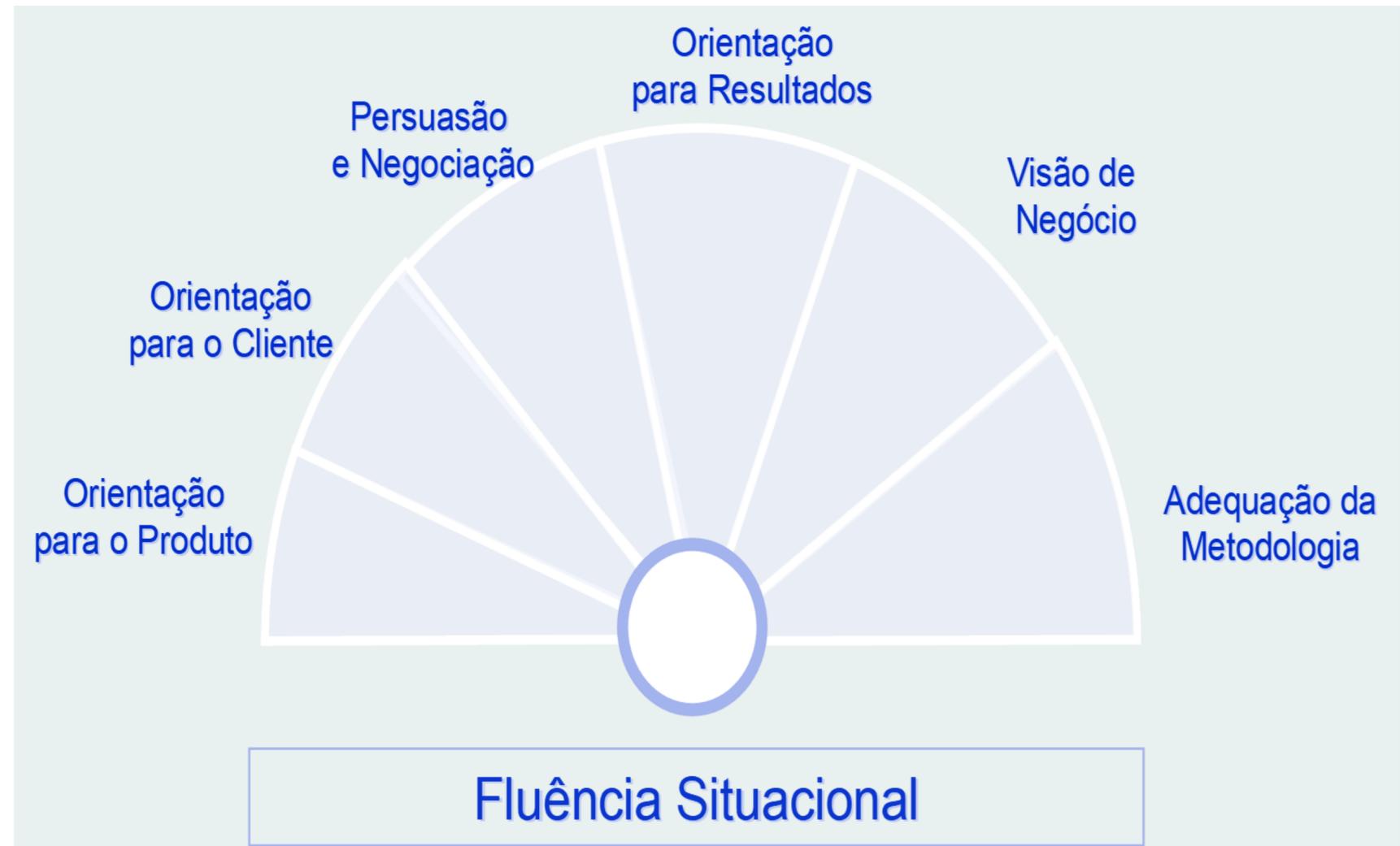
## Sucesso na relação com o Cliente

20% competências técnicas  
80% ATITUDE

A diferença entre conseguir ou não vender, não está no produto, nos clientes ou na área geográfica, mas na forma como o vendedor/consultor aborda a situação!

**Think, Feel, Act**

# Competências Chave



# As crenças

A Osteoporose Comercial é o processo degenerativo das capacidades de um profissional de vendas para fazer face aos novos desafios que a sua profissão exige.

É um sistema de crenças que inibe a prospeção e acaba por transformar a atividade do profissional de vendas num barco à deriva, completamente dependente das correntes, e, onde, nenhum vento acaba por ser favorável.



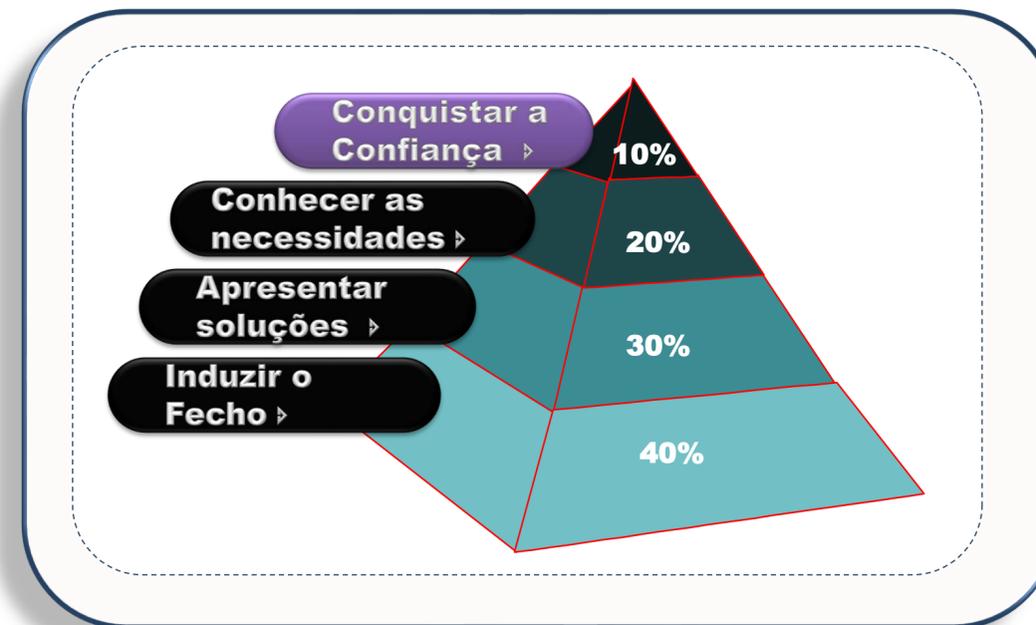
# Positividade e Empenhamento Organizacional

Empregados saudáveis e felizes tendem a ser mais produtivos no longo prazo, gerando melhores bens e serviços mais satisfatórios para os seus clientes e as outras pessoas como as quais interagem e fazem negócios.



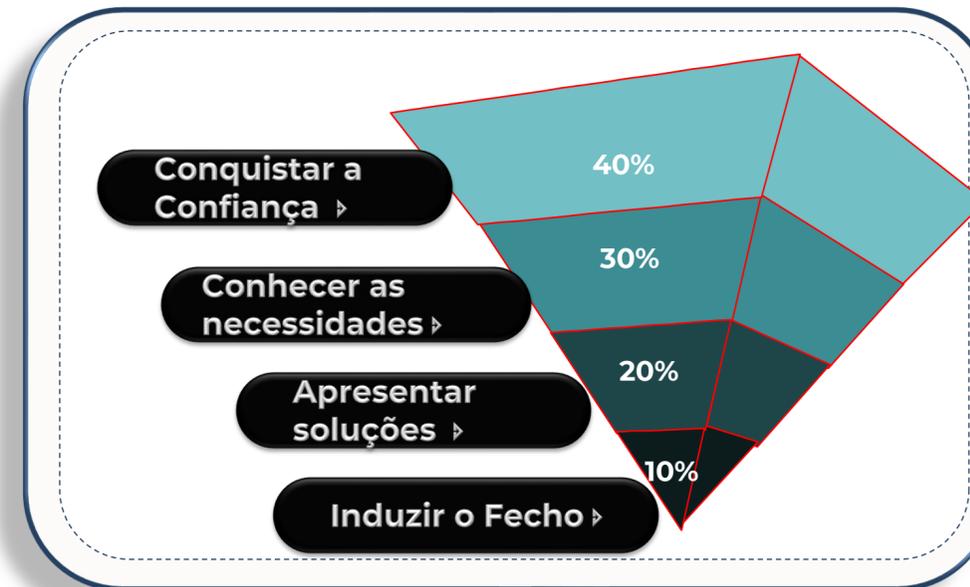
# Mudança de Foco

## Tratamento de Objeções e Técnicas de fecho



# Mudança de Foco

## Venda centrada na Pessoa e nas suas necessidades



# Mudança de Foco

## Reforço de credibilidade

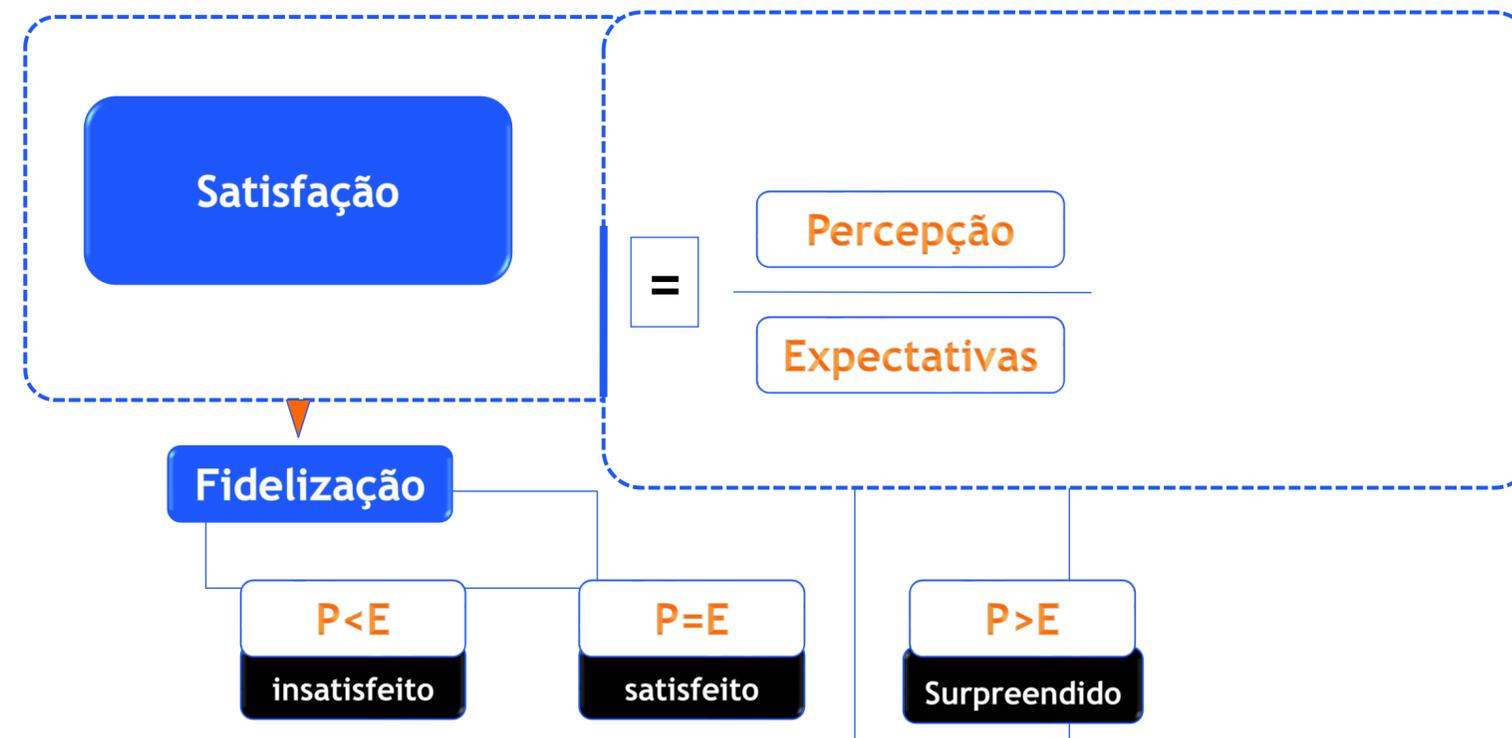
**Cuide das primeiras impressões**

**Peça referências/testemunhos**

**Dê garantias, apresente características e fatores de diferenciação**

**Reforce credibilidade e confiança**

# Como é que o cliente percebe o valor?



# Onde é que o cliente vê valor?

Onde o cliente **vê valor** !



# Antecipe as razões de Recusa e Não deixe escapar os sinais de Compra!

## Razões de Recusa

Qualidade
Preço
Concorrência
Eficiência
Serviço pós-venda
Garantias

## Sinais de Compra:

1. Pergunta pelo preço
2. Demonstra interesse pelas condições
3. Questiona os prazos
4. Altera a Postura Física
5. Faz cálculos
6. Coloca objecções de subterfúgio

# Técnicas de Tratamento de Objeções



Todo Problema é  
uma  
**oportunidade**  
disfarçada.

Diferir a  
questão do  
preço para o  
momento mais  
oportuno!

IDENTIFIQUE PROBLEMAS E RESOLVA-OS!



# Técnicas de Tratamento de Objeções

## ○ **Compensação**

Referir, no mínimo, 3 Benefícios que “**compensem**” o esforço do Cliente para usufruir do produto/serviço

Ex. *Se isto significa (3 benefícios), certamente lhe vai compensar. Concorda?*

## ○ **Minimização**

Reduzir ou **minimizar** o “Preço”, para ressaltar os Benefícios. Pode fazer-se por duas vias:

- dividir o valor total pelos dias do mês e referir o valor/dia
- somar os valores das promoções, fazendo a diferença entre o que o Cliente vai ganhar e o valor total do produto

# Técnicas de Tratamento de Objeções

## Informação adequada

Utilizar quando o Cliente dá informações incorretas ou incompletas. O colaborador deve prestar toda a informação necessária, adequada à situação.

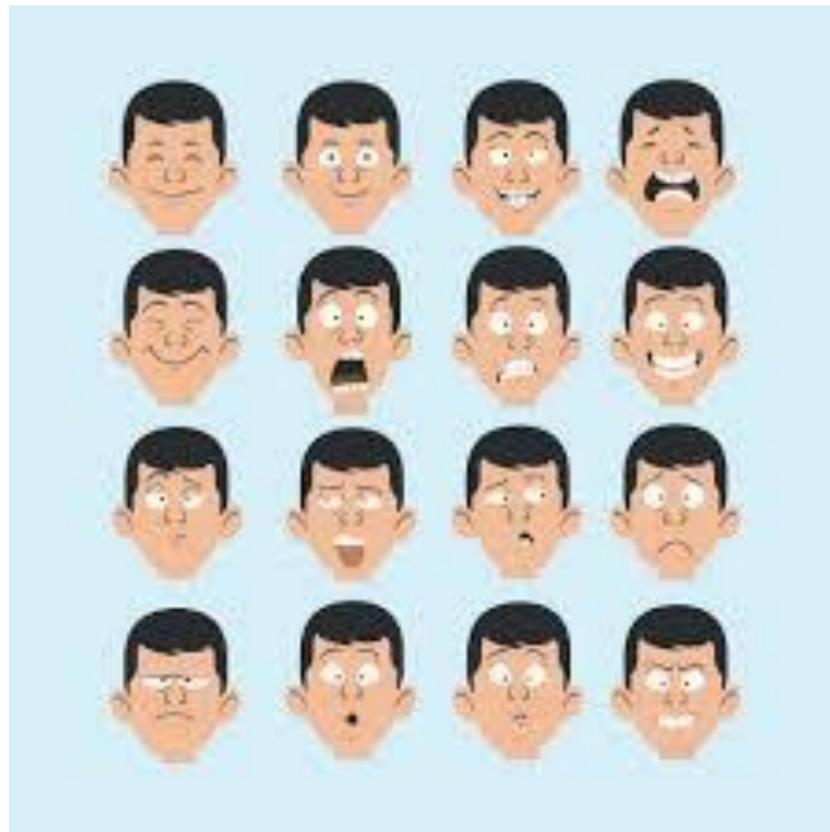
## Motivo de compra

Transformar a desculpa pela qual o Cliente se recusa a aceitar a nossa proposta na razão pela qual terá de aceitá-la.

## Concretização

Pedir ao Cliente que refira **concretamente** qual o obstáculo que o impede de aderir à nossa proposta.

# A emoção do Cliente



O cliente **pode não**  
**ter** sempre razão!...

Mas **TEM** sempre  
emoção!!!

# Treine a Argumentação



**Dizer o que NÃO podemos  
fazer,  
deixa o cliente ainda mais  
furioso e perdido.**

# Treine a Argumentação



- **Dou alternativas de acção; o cliente (*não*) quer saber o que (*não*) consigo fazer.**

# Treine a Argumentação

- 1. Liste três motivos** que levam um cliente a comprar um determinado produto ou serviço, quer seja comercializado pela sua empresa, quer pela concorrência.
- 2. Apresente três razões** pelas quais uma pessoa, que já decidiu comprar o produto ou serviço, prefere a sua oferta à da concorrência.
- 3. Indique três justificações** para o cliente preferir comprar o produto/serviço a si e não a outro(a) vendedor(a) da sua empresa.

# Resumimos-te os principais resultados alcançados através desta formação:

1. Conhecer a estrutura de atuação no serviço de excelência a clientes, em fecho de venda
2. Compreender o impacto da excelência de serviço para a Organização e Clientes
3. Discernir a(s) prioridade(s) e as ações a tomar
4. Assumir a necessidade de estar envolvido e motivado em alcançar a sua meta, como forma de se responsabilizar pelo(s) resultado(s)

Agora que concluíste esta ação, acede ao questionário de satisfação da formação [AQUI](#) (Passo obrigatório para a conclusão desta ação).