

Resumo – Apresentações comerciais persuasivas

Objectivos

No final da formação cada participante será capaz de:

- Ter feito uma apresentação inicial não tutoriada, e analisado as formas e fraquezas do seu actual estilo de apresentação
- Compreender e ter praticado utilizando as directrizes de planeamento e preparação para uma apresentação
- Ter compreendido e praticado utilizando um modelo baseado na pesquisa para a selecção e sequenciação do conteúdo persuasivo da sua apresentação
- Seleccionar e preparar gráficos apropriados, auxiliares visuais, exemplos e ilustração para apoiar as suas apresentações
- Compreender e ser capaz de descrever o modelo de competências comportamentais utilizado por apresentadores eficazes
- Ter planeado, preparado e feito apresentações utilizando as directrizes e modelos de competência ensinados no programa
- Ter recebido feedback construtivo baseado na análise comportamental do formador sobre o seu desempenho, permitindo a identificação de áreas para continuar a melhoria de competências após o curso.

População alvo

Todos aqueles que participam em apresentações comerciais formais, normalmente feitas à equipa decisora do cliente, como parte do processo de venda. Em particular se são requeridos especialistas técnicos para fazer parte da apresentação comercial, o estilo de continuidade e a mensagem persuasiva será melhorada se todas as equipas a concurso frequentarem o programa em conjunto.

Conteúdo do Programa

Apresentação de problemas

- Uma apresentação e exercício iniciais para permitir a cada participante perceber as fraquezas ou preocupações sobre o seu actual estilo de apresentação.

Competências utilizadas por apresentadores eficazes (S.I.E.V.E.)

- Estruturar, Integrar, Elaborar, Variedade & Ênfase.

Conteúdo das apresentações persuasivas

- Descrever a actual situação do cliente, problemas e suas implicações.
- Apresentar-se como o fornecedor ideal.
- Necessidades, tal como afirmadas pelo cliente.
- Critérios do cliente para o fornecedor ideal e como você pode responder aos mesmos.
- Problemas do cliente e suas implicações.
- As suas soluções para responder às necessidades do cliente.
- Benefícios e valor das suas soluções.
- Lidar com as preocupações do cliente sobre o risco, custo e incómodos de implementação.

Estilos de apresentação

- Erros comuns.
- Alcançar o equilíbrio e enviar as mensagens certas.
- Técnicas para lidar com audiências difíceis.

Planeamento e preparação para a apresentação

- Seleccionar um conteúdo persuasivo.
- Planear a sequência e a estrutura.
- Preparar exemplos: ilustrações, auxiliares visuais e equipamento.
- Opções para o layout do espaço: prós e contras.

Formadores e dimensão do grupo

O programa será entregue por um consultor experiente da Huthwaite, sempre que possível, no sector de actividade do cliente. Para assegurar que cada participante receba atenção individual, a dimensão do grupo de formandos é limitada a um máximo de 8 pessoas.