



# Resumo – O Processo de Venda Consultiva (MSP)

Utilizando o trabalho de pesquisa da Huthwaite sobre estratégias de conta de sucesso em major Sales, este programa focaliza-se na aplicação de processos e ferramentas de gestão de conta a casos reais de contas de cada participante. O programa é baseado na caixa de ferramentas electrónica MSP. A caixa de ferramenta fornece uma vasta gama de ferramentas analíticas, de planeamento e diagnóstico baseadas na pesquisa, para ajudar a ganhar mais negócio, a maior parte das vezes. A caixa de ferramentas pode ser utilizada como versão isolada ou ligada aos sistemas de gestão de dados / CRM se requerido.

## Objectivos

No final do programa cada participante será capaz de utilizar a abordagem MSP e a Caixa de Ferramentas para:

- Planear com eficácia campanhas de major Sales e partilhar facilmente esses planos com a equipa da conta
- Construir relações mais fortes com clientes com uma rede de Influenciadores e decisores chave mais alargada
- Influenciar sistematicamente o processo de tomada de decisão a seu favor ou tomar decisões estratégicas de não-avanço
- Desenvolver estratégias para vencer a concorrência interna e externa ao longo do Ciclo de Compra
- Desenvolver estratégias para lidar com antecedência com riscos que podem bloquear a venda
- Utilizar a sua posição para identificar e explorar as necessidades de negócio ao longo da rede de trabalho do cliente, de modo a que as relações com o cliente sejam consolidadas e fortalecidas de forma proveitosa.

## Formadores e dimensão do grupo

Um consultor experiente da Huthwaite, sempre que possível, no sector de actividade do cliente conduzirá o programa. Para assegurar que cada participante recebe atenção individual, a dimensão do grupo de formandos é normalmente limitada a um máximo de doze pessoas. Para grupos maiores pode ser fornecido apoio adicional.

## Conteúdo do programa

### O Ciclo da compra

- As fases psicológicas do comportamento de compra complexo e comparativo.

### Estratégia de entrada na Conta – como encontrar e utilizar o:

- Foco de Receptividade
- Foco de Insatisfação
- Foco de Poder.

### Critérios de compra

- Princípios da vantagem competitiva – diferenciadores macro e micro, hard e soft.
- Directrizes de decisão – como os clientes avaliam ofertas em competição.
- Como influenciar Directrizes de Decisão a seu favor.

### Preocupações do cliente com o risco

- Um Modelo de análise detalhado para prever e lidar com preocupações com o risco que podem bloquear a decisão.
- Como resolver preocupações a seu favor.

### Implementação

- O 'despique de motivação' e porque acontece.
- Estratégias para evitar o despique de motivação.

### Desenvolvimento da Conta

- Estratégias pro-activas para manter uma posição dominante e lidar com a concorrência.