

# Resumo – Propostas de Venda Eficazes

## Objectivos

No final da formação cada participante será capaz de:

- Ter analisado uma das suas próprias propostas, trazidas por eles para o programa, e considerar os seus pontos fortes e fraquezas como documento persuasivo
- Descrever o processo de persuasão e as fases da psicologia do comprador nas vendas complexas
- Ter analisado os critérios de decisão do cliente e as implicações para a sua própria posição competitiva
- Ter um modelo para a sequenciação do conteúdo numa proposta para alcançar persuasão óptima
- Ter analisado e considerado como lidar com preocupações do cliente que podem bloquear a venda
- Ter directrizes para a imagem e estilo das propostas e ter criado um formato apropriado para a sua identidade empresarial e a sua posição no mercado
- Ter directrizes para o estilo de escrita e estrutura que farão as suas propostas legíveis e user-friendly.

## População alvo

Comerciais, gestores, especialistas técnicos e qualquer pessoa que contribui para a preparação de propostas ou documentos a concurso. O programa constitui particular mais-valia se equipas a concurso participarem em conjunto, uma vez que isto assegura que o conteúdo técnico da proposta é integrado persuasivamente face às necessidades do cliente identificadas pelos gestores de conta ou comerciais.

## Conteúdo do programa

### Conteúdo persuasivo

- Descrever a actual situação do cliente.
- Problemas do cliente e suas implicações.

- Necessidades, tal como afirmadas pelo cliente.
- Critérios do cliente para o fornecedor ideal.
- Apresentar-se como o fornecedor ideal.
- As suas soluções que respondem às necessidades do cliente.
- Benefícios e valor das suas soluções.
- Lidar com as preocupações do cliente com o risco, custos e incómodos de implementação.

### Imagem e estilo

- Apresentação física: a aparência do documento.
- Customizar a proposta; cópias personalizadas para cada decisor.
- Titular e estilo de texto.
- Utilização de gráficos e ilustrações.
- Valor das citações de clients e sumários.

### Legibilidade

- Preparar um sumário executivo.
- Conteúdos e referência cruzada.
- Secções e cabeçalhos.
- Anexos, apresentação do preço e dados técnicos.
- Estilo de escrita e índice de legibilidade.

## Formadores e dimensão do grupo

O programa é entregue por dois consultores experientes da Huthwaite, sempre que possível no âmbito do sector de actividade do participante. Para assegurar que cada participante recebe atenção individual, a dimensão do grupo de formandos é limitado a um máximo de 12 pessoas.