

# **PROGRAMA DE FORMAÇÃO EM VENDAS CONSULTIVAS**

# MÓDULO 1 - PRÉ-VENDA (Planejamento e Prospeção)

- AULA 1: Venda consultiva (43m27s)
- AULA 2: Como prospectar clientes novos? (18m51s)
- AULA 3: Como prospectar na própria carteira de clientes? (09m42s)
- AULA 3.1: Prospeção ativa modo ON! (1h22m51s)
- AULA 3.2: Prospeção no LinkedIn através do Social Selling (19m45s)
- AULA 3.3: Como prospectar usando o Sales Navigator? (39m04s)
- AULA 3.4: 4 ferramentas avançadas de prospecção (Extensões do Google Chrome) (18m17s)
- AULA 4: Qual o segredo de quem agenda muitas visitas? (19m)
- AULA 5: O que devo saber antes de visitar um cliente novo? (04m58s)
- AULA 6: O que devo saber antes de visitar um cliente que já está na minha carteira? (05m58s)
- AULA 7: Como descobrir o potencial de compra dos seus prospects e clientes? (09m55s)
- AULA 8: Por que é importante dominar o conhecimento sobre o que se vende? (03m17s)
- AULA 9: Como saber quantas visitas devo fazer para atingir minhas metas? (05m40s)
- AULA 10: Como criar uma agenda ativa de vendas e transformar-se em uma máquina de prospecção de clientes? (06m43s)
- AULA 11: Modelo de agenda ativa de vendas (04m25s)
- AULA 12: Como enfrentar as objeções de quem não quer receber a visita? (04m58s)
- AULA 13: Como monitorar as pendências geradas a partir das visitas realizadas? (09m54s)
- AULA 14: Quais as desculpas de quem não visita com frequência? (03m20s)

# MÓDULO 2 - ABORDAGEM (A sua chegada ao cliente)

- AULA 1: Quais as 3 principais mudanças de hábitos dos clientes e os impactos em suas vendas? (20m02s)
- AULA 2: Qual a diferença entre “imagem projetada” por você e “imagem percebida” pelo cliente? (03m57s)
- AULA 3: Apresentação pessoal - Como construir uma imagem positiva e adequada ao segmento em que você atua? (03m33s)
- AULA 4: Qual é o check-list pessoal adequado para se preparar para a venda? (03m27s)
- AULA 5: Qual é o check-list profissional adequado para se preparar para a venda? (06m17s)
- AULA 6: Comunicação não-verbal (O que fazer e o que evitar na visita ao cliente?) (06m54s)
- AULA 7: Como identificar se seu cliente é visual? (02m13s)
- AULA 8: Como identificar se seu cliente é auditivo? (02m13s)
- AULA 9: Como identificar se seu cliente é cinestésico? (02m49s)
- AULA 10: Como identificar se seu cliente é pragmático, analítico, afável ou expressivo? Melhores práticas para conversar com clientes agressivos, mal-educados, silenciosos, tímidos, desconfiados, convencidos, simpáticos e confusos. (14m09s)

# **MÓDULO 3 - SONDAGEM (Descobrimo necessidades, expectativas, desejos e interesses do cliente para ofertar uma proposta de valor)**

- AULA 1: O que é diagnóstico e prognóstico? (10m32s)
- AULA 2: Quais são as missões de um diagnóstico estratégico? (15m38s)
- AULA 3: O que são características e benefícios dos produtos/serviços que você vende? (03m36s)
- AULA 4: Como utilizar o método da associação para identificar características e benefícios dos produtos e serviços que você vende? (04m50s)
- AULA 5: Qual a diferença entre preço e valor do que se vende? (05m20s)
- AULA 6: Como utilizar o método da associação para criar um diagnóstico de qualidade e impactante? (03m36s)
- AULA 7: Por que é importante utilizar perguntas relevantes para fazer um diagnóstico de qualidade e impactante? (08m38s)
- AULA 7.1: As perguntas SPIN Selling aplicadas ao diagnóstico! (17m50s)
- AULA 8: Quais os erros mais comuns de diagnóstico e suas consequências? (07m20s)
- AULA 9: Quais as missões de um prognóstico eficaz? (06m29s)
- AULA 10: Como realizar um prognóstico eficaz e, através das soluções mais adequadas para seu cliente, ofertar uma proposta de valor? (13m03s)
- AULA 11: Por que na apresentação das soluções é importante utilizar expressões que demonstrem valor? (02m46s)
- AULA 12: Por que não é estratégico falar de preço antes de apresentar o prognóstico? (03m58s)

# MÓDULO 4 - NEGOCIAÇÃO (As objeções dos clientes X As argumentações do consultor de vendas)

- AULA 1: Qual é o poder da imprevisibilidade na negociação? (16m07s)
- AULA 2: Qual a importância do saber ouvir nesta etapa? (08m24s)
- AULA 3: O que são e para que servem as perguntas abertas e perguntas fechadas? (05m44s)
- AULA 4: Como ter postura de negociador estrategista? (11m47s)
- AULA 5: Como usar o método da associação para isolar as negativas do cliente? (07m45s)
- AULA 6: Como usar a tática da soma e da diminuição para clientes que solicitam descontos? (06m32s)
- AULA 7: Como enfrentar as objeções dos clientes? (10m35s)
- AULA 8: O que são sinais de compra emitidos pelos clientes? (07m18s)

# MÓDULO 5 - FECHAMENTO DE VENDAS (O resultado da confiança)

- AULA 1: Quais são as metas dos consultores de vendas nessa etapa? (05m12s)
- AULA 2: 07 motivos para o não fechamento das vendas (10m27s)
- AULA 3: 04 técnicas de fechamento para gerar confiança (15m09s)
- AULA 4: O poder das indicações (04m42s)
- AULA 5: Após o fechamento da venda, solicite indicações! (05m29s)

# **MÓDULO 6 - PÓS-VENDAS**

## **(Vender mais para os mesmos clientes)**

- AULA 1: O que é um pós-vendas do “passado”? (03m)
- AULA 2: O que é o pós-vendas do presente? (08m49s)
- AULA 3: Metas do pós-vendas (06m)
- AULA 4: Quem são e como se comportam os clientes ativos? (03m08s)
- AULA 5: Quem são e como se comportam os clientes inativos? (05m36s)
- AULA 6: Impulsione as vendas e cresça o ticket médio (08m06s)



# MÓDULO 7 - INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL PARA VENDA CONSULTIVA

- AULA 1: Potencializando vendas consultivas B2B com inteligência (05m56)
- AULA 2: Crie sua conta gratuita no ChatGPT (01m50)
- AULA 3: O que é um prompt? (07m28)
- AULA 4: O seu repertório impacta na qualidade do prompt (06m12)
- AULA 5: Atividade 1: geração de emails para clientes ativos e inativos (08m23)
- AULA 6: Atividade 2: elaboração de propostas (07m17)
- AULA 7: Atividade 3: criação de conteúdos de vendas para redes sociais (13m10)
- AULA 8: Atividade 4: criar perguntas spin selling direcionadas a prospects (21m12)
- AULA 9: Atividade 5: criar simulações de objeções para você treinar argumentos (10m17)
- AULA 10: Atividade 6: criar pesquisas para serem enviadas a clientes ativos e inativos (08m28)
- AULA 11: Atividade 7: criar perguntas de briefing para treinamento de vendedores do seu produto ou usuários do seu serviço (10m34)
- AULA 12: Atividade 8: análise de feedbacks dos clientes (08m19)
- AULA 13: Atividade 9: análise dos dados dos clientes ativos (08m46)
- AULA 14: Atividade 10: análise dos dados dos clientes inativos (07m25)
- AULA 15: Como criar um assistente virtual no ChatGPT (34m44)



# ESCOLHA O TEMPO DE VIGÊNCIA MAIS ADEQUADO PARA O SEU RITMO DE APRENDIZAGEM E **ASSINE AGORA!**

- PLANO DE ASSINATURA **MENSAL!** CLIQUE AQUI! 1 X R\$ 120,00.
- PLANO DE ASSINATURA **TRIMESTRAL!** CLIQUE AQUI! 3 X R\$ 114,00.
- PLANO DE ASSINATURA **SEMESTRAL!** CLIQUE AQUI! 6 X R\$ 108,00.
- PLANO DE ASSINATURA **ANUAL!** CLIQUE AQUI! 12 X R\$ 100,00.

**SITE OFICIAL PROGRAMA DE FORMAÇÃO EM VENDAS CONSULTIVAS**