

CURSOS SEBRAE

Curso Como Melhorar Suas Vendas:

Conteúdo:

Processo de compra; Torre de Maslow – reforçando emocional e percepção de valor do profissional de vendas; Mapa de empatia; Custo x Benefício?; Experiência de pós vendas; Funções do profissional de vendas; Valor agregado para o cliente.

Carga horária:

16 horas de instrutoria + 2 horas de consultoria, divididos em 4 encontros de 4h cada + encontros de consultoria mediante agendamento prévio.

Formato Presencial: 1 vez por semana.

Escopo:

Parte 1 – Analisando o processo de compra do cliente e o de venda da empresa
Competências
Dimensão Cognitiva: compreender as etapas do processo de compra do cliente e associar as etapas do processo de compra do cliente com os de venda da empresa.

Dimensão Atitudinal: Conscientizar-se acerca da importância de compreender como o cliente se sente, pensa e se comporta.

Dimensão Operacional: Incorporar a estratégia de marketing às atividades de vendas

Parte 2 – Planejando e gerenciando a equipe de vendas

Competências

Dimensão Cognitiva: Compreender as etapas do planejamento de vendas e associar as etapas do planejamento de vendas com o perfil e a função dos vendedores.

Dimensão Atitudinal: Conscientizar-se acerca da importância de compreender o elo existente entre o vendedor, a empresa e o cliente no êxito das vendas.

Dimensão Operacional: Incorporar a estratégia de marketing às atividades de planejamento das vendas.

Parte 3 – Atendimento qualificado gera venda diferenciada

Competências

Dimensão Cognitiva: Compreender as etapas do atendimento a clientes e associar as etapas do atendimento ao cliente ao planejamento de vendas e o perfil e função dos vendedores. Dimen-

são Atitudinal: Conscientizar-se acerca da importância do planejamento do atendimento e seus impactos no diferencial competitivo da empresa.

Dimensão Operacional: Incorporar a estratégia de marketing às atividades de atendimento a clientes na empresa.

Parte 4 – Trabalhando para fidelizar o cliente

Competências

Dimensão Cognitiva: Compreender a importância de reconhecer o cliente e associar a importância do reconhecimento do cliente para a geração de um relacionamento de longo prazo.

Dimensão Atitudinal: Conscientizar-se acerca da importância de estruturar um banco de informações de clientes.

Dimensão Operacional: Incorporar a estratégia de marketing às atividades de fidelização dos clientes da empresa.

Curso Como Atender Melhor o seu Cliente:

Conteúdo:

Quem são nossos clientes?; Habilidades essenciais do profissional de atendimento; Valor agregado; A força do comportamento; Perfil psicológico do cliente; Fidelização do cliente; Cliente oculto.

Carga horária:

16 horas divididos em 4 encontros de 4h cada.

Formato Presencial: 1x por semana.

Escopo:

1º Encontro - Boas vindas e alinhamento das expectativas; Tratar bem ou atender bem? Explicação + exemplos dentro do segmento deles; Momento da verdade + momentos mágicos/trágicos; Atividade: Usar o exemplo de uma empresa (loja de roupas) e a proposta é que os clientes estejam com a câmera aberta e fossem sinalizando com as mãos os números, sendo 1 para mágico e 5 para trágico. Sensibilização para a importância da excelência no atendimento visando ganhar vantagem competitiva; Vídeo https://m.youtube.com/watch?v=4L527Ar_Kuw + debate; Perfil do profissional de atendimento diante das mudanças de mercado; Atividade para casa – Escolher 5 momentos trágicos que aconteçam com frequência na empresa, sugerir soluções e implementá-los, se for possível.

2º Encontro - Boas vindas e extrair dos participantes um breve resumo sobre o encontro 1 e sobre a atividade de casa; Quem são nossos clientes? Explicar rapidamente sobre os “passados” e reforçar

sobre o perfil do cliente atual; Dinâmica pela ferramenta Menti (nuvem de palavras): O que os CLIENTES esperam do profissional de atendimento? O que os EMPRESÁRIOS esperam do profissional de atendimento? Vídeo <https://m.youtube.com/watch?v=mrgwAl0zyhg+> debate; Explicar e exemplificar sobre as habilidades essenciais do profissional de atendimento; Fórmula da satisfação do cliente; -Valor agregado; Atividade para casa – Comprometimento: Pense em uma ação concreta de atendimento que já implantou e que irá implantar e poste no grupo do WhatsApp; -Atividade para casa – Exemplo de atendimento: Gravar um vídeo simulando um atendimento de excelência de até 2 minutos e postar no grupo do WhatsApp.

3º Encontro - Boas vindas e extrair dos participantes um breve resumo sobre o encontro 2 e sobre a atividade de casa; Como solucionar reclamações dos clientes? A força do comportamento; Perfil psicológico do cliente; Atividade para casa – Preencher os perfis dos clientes “desconfiado” e “importante”.

4º Encontro - Boas vindas e extrair dos participantes um breve resumo sobre o encontro 3.-Escada da lealdade. -Atividade – 5 minutos: Fazer com que os participantes identifiquem os clientes “prováveis”, “potenciais”, “experimentadores”, “repetidores”, “fiéis” e “defensores”. -Vídeo Tony Ramos + debate.-Fidelização do cliente. -CRM. Explicar a importância de ter um cadastro de clientes atualizado visando estreitar o relacionamento com os clientes e realizar ações de pós vendas.-Atividade para casa – Caminho das Pedras: Pesquisar o mercado e elaborar criativamente ações para fidelizar os clientes. Se quiser/puder, envolver os colaboradores.

5º Encontro – 2 horas -Boas vindas e extrair dos participantes um breve resumo sobre o encontro 4 e sobre a atividade de casa;-Análise dos vídeos gravados: atividade para casa do 2º encontro;*-Caso não haja tempo suficiente para conversar sobre os vídeos, o instrutor deverá usar a ficha de análise. Tratamento das reclamações; Princípios para tratamento das reclamações; Pesquisa de satisfação. Explicar a importância de entender e estreitar o relacionamento com os clientes; Vídeo <https://www.youtube.com/watch?v=zFfE3izsu00+> debate; Cliente oculto; Resumo final.

Consultoria Marketing Digital:

Conteúdo:

Análise dos custos; Apoiar o empresário na estruturação e implantação de loja virtual; Apoiar o empresário a realizar campanhas nas redes sociais; Apoiar o empresário a implantar serviços de delivery.

Carga horária:

5 horas por empresa participante, divididos em 2 encontros de 2:30h cada.
Formato Remoto.

Consultoria Marketing Digital:

Conteúdo:

Competências da liderança; Gerente x Líder; Inteligência Emocional; Ética; Motivação; Equipe de trabalho e liderança na prática; Tomada de decisão.

Carga horária: 16 horas divididos em 4 encontros de 4h cada.

Formato: Presencial

Palestra Educação Financeira e Orientação para o Crédito:

Conteúdo:

Importância do planejamento financeiro; Definição de crédito; Atores do sistema financeiro nacional; Pré-requisitos para acesso a crédito; Tipos de crédito e garantias.

Carga horária:

2 horas

Formato: Presencial

Conteúdo gratuito.

Oficina Controles Financeiros:

Conteúdo:

Interação da empresa com o mercado e como afeta o negócio; Introdução de ferramentas de controles financeiros; Importância de se manter registros em tempo real dos controles financeiros.

Carga horária:

8h, divididos em 2 encontros de 4h.

Formato: Presencial

Escopo:

Encontro 1: Fluxo financeiro, Contas a Pagar, Contas a receber, Fluxo e Registro de Caixa

Encontro 2: Fluxo Financeiro, Ciclo Financeiro, Painel de Resultados, Compra e Venda.

Oficina Fundamentos de Finanças Empresariais:

Conteúdo:

Gerenciamento de Recursos; Planejamento; Controles Financeiros; Investimentos e análise de riscos; Interpretação de indicadores e apuração de resultados.

Carga horária:

8h, divididos em 2 encontros de 4h.

Formato: Presencial

Escopo:

Encontro 1- Importância da gestão: A taxa de mortalidade da empresas de pequeno porte e as suas principais causas;

Analisar os erros mais comuns na gestão do negócio: misturar despesas pessoais e as despesas da empresa; ausência de controles financeiros e planejamento; Controles Financeiros

Encontro 2 - Principais Indicadores Financeiros e Como Interpretá-los; Avaliação econômico-financeira empresarial

Consultoria de Finanças:

Conteúdo:

Formulação e revisão dos indicadores financeiros.

Carga horária:

5h por empresa.

Formato: Remoto